

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر
تحت عنوان:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية

ما بين البنوك - دراسة حالة لبعض البنوك الجزائرية خلال الفترة

-2022/2015

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

تحت إشراف:

د.نوري سميحة

من إعداد الطالبة:

فرطاس تيماء

ملخص

هدفت الدراسة لإبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك، حيث تم التركيز على مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإبراز أهميتها ودورها في البنوك الجزائرية، بالإضافة إلى تحقيقها للميزة التنافسية المصرفية، ورفعها للقدرة التنافسية للبنوك محل الدراسة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطبيق استبيان لغرض جمع البيانات من أفراد العينة وتم تحليلها باستخدام برنامج SPSS، كذا اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي؛ وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها: أن هناك علاقة ارتباط قوية جدا بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية للبنوك حيث ساهمت هذه الأخيرة في الرفع من قدرتها التنافسية من خلال تحسين وتطوير جودة الخدمات البنكية وإنتاج خدمات جديدة ومتطورة، بالإضافة إلى المساهمة في التقليل من التكاليف البنكية للتصدي والتفوق على منافسيها من بقية البنوك في مجال النشاط البنكي، وأوصت الدراسة بضرورة سعي البنوك إلى بذل جهود مكثفة ومتواصلة لدعم وتعزيز الجهود الرامية إلى إثراء دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصرف وخلق بيئة تنظيمية محفزة لتحقيق الأداء المتميز، مع التوسع في استخدام الانترنت والأدوات الالكترونية لتقديم الخدمات المصرفية ذات جودة واكتسابها ميزة تنافسية، بالإضافة إلى ضرورة قيام البنوك الجزائرية بتعزيز ودعم كل المرتكزات التنافسية بكل ما هو جديد ومميز من إجراءات كمتطلب أساسي لمواجهة تحديات المنافسة بما ينعكس على زيادة قدرتها التنافسية وخلق مزايا تنافسية تتفوق بها على منافسيها في الأسواق المالية.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، قدرة تنافسية، ميزة تنافسية، إبداع وتطوير.

Résumé

L'étude visait à mettre en évidence le rôle des technologies de l'information et de la communication dans l'amélioration de la compétitivité interbancaire ; Un questionnaire a été utilisé pour collecter les données de l'échantillon, et il a été analysé à l'aide du programme SPSS ; Nous nous sommes également appuyés sur l'approche analytique descriptive ; Cette étude a abouti à un ensemble de résultats, dont les plus importants étaient : Qu'il existe une très forte corrélation entre les technologies de l'information et de la communication et la compétitivité des banques, car ces dernières ont contribué à accroître leur compétitivité en améliorant et en développant la qualité des services bancaires et en produisant des services nouveaux et avancés, en plus de contribuer à réduire les coûts bancaires d'aborder et de surpasser leurs concurrents du reste des banques dans le domaine de l'activité bancaire, et l'étude a recommandé que les banques fassent des efforts intensifs et continus pour soutenir et renforcer les efforts visant à enrichir le rôle des technologies de l'information et de la communication dans le banque et créer un environnement réglementaire stimulant pour réaliser des performances exceptionnelles ; Avec l'expansion de l'utilisation d'Internet et des outils électroniques pour fournir des services bancaires de qualité et acquérir un avantage concurrentiel, en plus de la nécessité pour les banques algériennes de renforcer et de soutenir toutes les bases compétitives avec tout ce qui est nouveau et des procédures distinctives comme base exigence de relever les défis de la concurrence, qui se traduit par l'accroissement de leur compétitivité et la création d'avantages compétitifs qui les surpassent sur ses concurrents sur les marchés financiers.

LesMots clés:Technologies De l'Information Et De La Communication, Compétitivité,Avantage Concurrentiel, Innovation Et Développement.



أهدي هذا العمل المتواضع إلى اللذين قال فيهما المولى عزوجل في الآية الكريمة: "وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا"
بكل حب أهدي ثمرة جهدي هذه إلى:

إلى الغالي الذي أفنى من عمره السنين لأصل لهذا المستوى أبي "حكيم" الغالي، فأحبيك تحية علم ومحبة، وأشهد أنك علمتني
أن أكون للعلم طالبة شغوفة، أن أقتل الحروف إحياء وتحديثا، أن أضحك للصعاب في كل آن، أن أعتمد على نفسي وأكسر قيود
التهاون، أن أرفع بيدي مشعل العطاء منيرا أبدا لوجه الله عزوجل، فأليك يا والدي أهدي ثمرة جهدي، أطال الله في عمرك.

إلى التي شاء الله أن يجعل تحت أقدامها الجنة، فأفنت شبابها في تبليغ الرسالة المقدمة، وأنارت بنور حبها المتدفق، وحنانها
الفياض درب حياتي أُمي "وسيلة: الغالية أطال الله في عمرها؛

إلى الروح الطاهرة التي دائما تبقى في قلبي جدي راحة رحمها الله؛

إلى أخوتي الغاليين "صابر" و"رشدي" الذين كانوا سندا لي طول حياتي، إلى أختي الغالية التي كانت سندي وقوتي في هذه
الحياة "زهرة"، وإلى الروح البريئة "هارون" و"إسراء"، وإلى زوج أختي وزوجات إخوتي، إلى أصدقائي الذين كانوا رفقتي ومصاحبتي
أثناء دراستي "ماريا، حسينة".

تيماء



شكر و عرفان

اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك على ما يسرت لي في هذا العمل المتواضع حتى خرج إلى النور، فسبحانك لا إله إلا أنت أستغفرك وأتوب إليك.

ثم لا يسعي إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى الدكتورة أستاذتي الكريمة " نوري سميحة " التي أفضت على البحث مما أنعم الله عليها من العلم والمعرفة ولم تبخل علي بجهدتها ووقتها، فقد كانت بمثابة الأم النصوحة وعلمتني كيف يكون تواضع العلماء.

إلى الأساتذة الأفاضل الذين تم حضورهم مناقشة المذكرة

كما يجدر أن أتقدم أيضا بشكر جزيل إلى الأساتذة الأجلاء الذين نهلنا من معينهم طيلة العام النظري إذ أضاءوا لنا الطريق وشرحوا ما غمض والتبس معناه في أذهاننا.

كما أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من ساعدني ومد لي يد العون من قريب أو من بعيد، فالله نسأل أن يزيدنا علما وينفعنا بما علمنا إنه ولي ذلك والقادر عليه وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

فرطاس تيماء

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
(20)	العلاقة بين المعلومات والبيانات	الشكل رقم (01-1)
(24)	أنواع الاتصالات	الشكل رقم (02-1)
(28)	مكونات عملية الاتصال التنظيمي	الشكل رقم (03-1)
(34)	خصائص تكنولوجيا المعلومات	الشكل رقم (04-1)
(38)	مكونات تكنولوجيا المعلومات	الشكل رقم (05-1)
(42)	شبكة الاتصال المحلي LAN	الشكل رقم (06-1)
(43)	شبكة واسعة النطاق	الشكل رقم (07-1)
(45)	الشبكة النجمية	الشكل رقم (08-1)
(46)	الشبكة الحلقية	الشكل رقم (09-1)
(46)	الشبكة الخطية	الشكل رقم (10-1)
(47)	الشبكة الهرمية	الشكل رقم (11-1)
(62)	عناصر التجارة الالكترونية	الشكل رقم (12-1)
(64)	تطور مستخدمي الانترنت كنسبة من عدد السكان في الجزائر خلال الفترة 2001-2018 (%)	الشكل رقم (13-1)
(71)	المفاهيم الأساسية وفقا لمدخل الموارد	الشكل رقم (01-2)
(73)	وحدات البناء الشاملة للميزة التنافسية	الشكل رقم (02-2)
(76)	العلاقة بين الإستراتيجيات والموارد والقدرات	الشكل رقم (03-2)
(83)	العلاقة التبادلية بين أبعاد التنافس	الشكل رقم (04-2)

(84)	العلاقة التراكمية لأبعاد التنافس	الشكل رقم (05-2)
(85)	دورة حياة الميزة التنافسية	الشكل رقم (06-2)
(87)	محددات الميزة التنافسية	الشكل رقم (07-2)
(91)	مؤشر (فعالية - إنتاجية)	الشكل رقم (08-2)
(100)	الحصول على ميزة تنافسية متواصلة	الشكل رقم (09-2)
(104)	نموذج بناء ميزة تنافسية مستدامة	الشكل رقم (10-2)
(112)	تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك	الشكل رقم (11-2)
(115)	تطور عدد البطاقات البنكية CIB في الجزائر خلال الفترة 2018-2008	الشكل رقم (12-2)
(115)	تطور أجهزة الصراف الآلي (لكل 100 ألف راشد) في الجزائر والعالم بين 2010-2017	الشكل رقم (13-2)
(121)	الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "811" الطارف"	الشكل رقم (01-3)
(126)	الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري "الطارف"	الشكل رقم (02-3)
(128)	الهيكل التنظيمي لوكالة البنك الوطني الجزائري "489" الطارف"	الشكل رقم (03-3)
(130)	نموذج الدراسة	الشكل رقم (04-3)
(137)	توزيع العينة حسب الجنس	الشكل رقم (05-3)
(138)	توزيع العينة حسب العمر	الشكل رقم (06-3)
(139)	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	الشكل رقم (07-3)
(140)	توزيع العينة حسب مدى التحكم في الإعلام الآلي	الشكل رقم (08-3)
(141)	توزيع العينة حسب سنوات الخبرة	الشكل رقم (09-3)

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
(20)	الفروق الأساسية بين البيانات والمعلومات	الجدول رقم (01-1)
(31)	التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات	الجدول رقم (02-1)
(40)	خصائص تكنولوجيا الاتصال	الجدول رقم (03-1)
(49)	المزايا التي تقدمها شبكة الإنترنت للشركات التي ترغب في التحول	الجدول رقم (04-1)
(60)	الفروقات الموجودة بين الإدارة الإلكترونية والإدارة التقليدية	الجدول رقم (05-1)
(65)	تطور عدد اشتراكات شبكة الانترنت الثابتة حسب نوع التكنولوجيا من 2015-2020	الجدول رقم (06-1)
(72)	تطور مفهوم الميزة التنافسية	الجدول رقم (01-2)
(74)	مقارنة بين القدرة التنافسية والميزة التنافسية	الجدول رقم (02-2)
(82)	أبعاد الميزة التنافسية	الجدول رقم (03-2)
(86)	الأبعاد المحددة لنطاق التنافس	الجدول رقم (04-2)
(107)	الوسائل المستخدمة في المنافسة على أساس جودة الخدمة المصرفية	الجدول رقم (05-2)
(108)	أهم مصادر الميزة التنافسية في البنوك	الجدول رقم (06-2)
(116)	تطور أجهزة الدفع الإلكتروني في البنوك العمومية الجزائرية بين 2016 و 2018	الجدول رقم (07-2)
(134)	أبعاد محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال	الجدول رقم (01-3)
(135)	محور القدرة التنافسية	الجدول رقم (02-3)
(135)	درجات مقياس ليكرت الخماسي	الجدول رقم (03-3)
(136)	اختبار ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل Alpha Cronbach	الجدول رقم (04-3)
(137)	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	الجدول رقم (05-3)

(138)	توزيع عينة الدراسة حسب العمر	الجدول رقم (3-06)
(139)	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	الجدول رقم (3-07)
(140)	توزيع عينة الدراسة حسب مدى التحكم في الإعلام الآلي	الجدول رقم (3-08)
(141)	توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	الجدول رقم (3-09)
(142)	وصف وتشخيص فقرات بعد المورد البشري	الجدول رقم (3-10)
(143)	وصف وتشخيص فقرات بعد المورد البشري	الجدول رقم (3-11)
(144)	وصف وتشخيص فقرات بعد قواعد البيانات	الجدول رقم (3-12)
(144)	وصف وتشخيص فقرات بعد البرمجيات	الجدول رقم (3-13)
(145)	وصف وتشخيص فقرات بعد الشبكات	الجدول رقم (3-14)
(146)	وصف وتشخيص فقرات بعد التكلفة	الجدول رقم (3-15)
(146)	وصف وتشخيص فقرات بعد الجودة	الجدول رقم (3-16)
(147)	وصف وتشخيص فقرات بعد الإبداع	الجدول رقم (3-17)
(148)	وصف وتشخيص فقرات بعد التسليم	الجدول رقم (3-18)
(148)	وصف وتشخيص فقرات بعد المرونة	الجدول رقم (3-19)
(149)	معامل الارتباط بيرسون	الجدول رقم (3-20)
(150)	معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التكلفة	الجدول رقم (3-21)
(151)	معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الجودة	الجدول رقم (3-22)
(151)	معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الإبداع	الجدول رقم (3-23)
(152)	معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التسليم	الجدول رقم (3-24)
(153)	معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد المرونة	الجدول رقم (3-25)
(154)	معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية	الجدول رقم (3-26)

الترجمة العربية للمختصر	الكتابة الأصلية للمختصر	المختصر	الرقم
منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية	Organisation de Coopération et Développement Economique	OCDE	01
مجموعة بوسطن الاستشارية	Boston Consulting Group	BCG	02
شبكة الاتصال المحلي	Local Area Network	LAN	03
شبكة واسعة النطاق	Wide Area Network	WAN	04
شبكة منطقة العواصم	Metropolitan Area Network	MAN	05
بنك الفلاحة والتنمية الريفية	Banque d'Agriculture et du Développement Rural	BADR	06
القرض الشعبي الجزائري	Crédit Populaire d'Algérie	CPA	07
البنك الوطني الجزائري	Banque Nationale d'Algérie	BNA	08
المؤسسة الآلية للمعاملات المالية والالكترونية ما بين البنوك	Société d'Automatisation des Transactions Interbancaire et Monétique	SATIM	09
بطاقة بين بنكية	Carte Inter Bancaire	CIB	10
مركز ما قبل المقاصة	Centre de pré Compensation Interbancaire	CPI	11

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
(191-184)	الاستبيان	ملحق رقم (01)
(204-192)	نتائج مخرجات spss	ملحق رقم (02)
(208-205)	الوثائق المقدمة من البنوك محل الدراسة	ملحق رقم (03)
(209)	الأساتذة المحكمين للاستبيان	ملحق رقم (04)
(211-210)	التصريح بإجراء تربص بالبنوك محل الدراسة	ملحق رقم (05)

الصفحة	المحتوى
(I)	ملخص.....
(II)	Résumé.....
(III)	الإهداء.....
(IV)	شكر وعرفان.....
(V)	قائمة الأشكال.....
(VII)	قائمة الجداول.....
(IX)	قائمة المختصرات.....
(X)	قائمة الملاحق.....
(XI)	فهرس المحتويات.....
(11-1)	المقدمة.....
(-)	الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال.....
(13)	تمهيد.....
(14)	المبحث الأول: التكنولوجيا، المعلومات، الاتصال طرح نظري.....
(14)	المطلب الأول: أساسيات حول التكنولوجيا.....
(18)	المطلب الثاني: أساسيات حول المعلومات.....
(21)	المطلب الثالث: عموميات حول الاتصال.....
(29)	المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات طرح نظري.....
(29)	المطلب الأول: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات.....
(34)	المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات.....
(36)	المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا المعلومات.....
(16)	المبحث الثالث: أساسيات حول تكنولوجيا الاتصال.....
(39)	المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال.....
(40)	المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا الاتصالات.....
(41)	المطلب الثالث: أنواع تكنولوجيا الاتصال وشبكات الاتصالات.....
(51)	المبحث الرابع: تطور التكنولوجيا المعلومات والاتصالات طرح نظري.....

(51)	المطلب الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها وأثر تطبيقها.....
(55)	المطلب الثاني: أسباب التوجه نحو تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها.....
(63)	المطلب الثالث: مزايا وعيوب تكنولوجيا المعلومات والاتصال وواقعها في الجزائر.....
(66)	خلاصة الفصل.....
(-)	الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول القدرة التنافسية.....
(68)	تمهيد.....
(69)	المبحث الأول: القدرة التنافسية: المفهوم، الأهمية، الأهداف، الأنواع.....
(69)	المطلب الأول: مفهوم القدرة التنافسية والميزة التنافسية.....
(74)	المطلب الثاني: أهمية وأهداف التنافسية.....
(77)	المطلب الثالث: أنواع التنافسية.....
(80)	المبحث الثاني: الميزة التنافسية: الخصائص، المحددات، المصادر، مؤشرات القياس.....
(80)	المطلب الأول: خصائص الميزة التنافسية وأنواعها وأبعادها.....
(84)	المطلب الثاني: محددات الميزة التنافسية ومصادرها.....
(91)	المطلب الثالث: مؤشرات قياس القدرة التنافسية.....
(95)	المبحث الثالث: الميزة التنافسية: المعايير، أسباب تنميتها وتطويرها، شروط فعاليتها، سبل استدامتها.....
(95)	المطلب الأول: معايير الميزة التنافسية.....
(96)	المطلب الثاني: أسباب تنمية وتطوير الميزة التنافسية.....
(98)	المطلب الثالث: شروط فعالية الميزة التنافسية، وسبل استدامتها وأهم العوامل المؤثرة على سرعة تضاؤلها.....
(106)	المبحث الرابع: المزايا التنافسية في القطاع المصرفي وعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.....
(106)	المطلب الأول: تعريف وأهمية الميزة التنافسية المصارف ومصادرها.....
(111)	المطلب الثاني: المزايا التنافسية في المؤسسات المصرفية وتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك وعوامل نجاحها.....
(114)	المطلب الثالث: أهم أشكال تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك وواقع استعمال البطاقات البنكية في الجزائر.....
(117)	خلاص الفصل.....

(-)	الفصل الثالث: واقع تنافسية البنوك محل البنوك محل الدراسة BNA ,CPA,BAD
(119)	تمهيد.....
(120)	المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR "وكالة الطارف"
(120)	المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR".....
(120)	المطلب الثاني: تقديم وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR "الطارف" ومهامها.....
(121)	المطلب الثالث: دراسة الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "الطارف".....
(123)	المبحث الثاني: تقديم عام للقرض الشعبي الجزائري C PA والبنك الوطني الجزائري BNA "وكالتي الطارف".....
(123)	المطلب الأول: نشأة وتعريف القرض الشعبي الجزائري CPA "وكالة الطارف".....
(124)	المطلب الثاني: نشأة وتقديم البنك الوطني الجزائري BNA "وكالة الطارف".....
(126)	المطلب الثالث: دراسة الهيكل التنظيمي لوكالتي القرض الشعبي الجزائري ووكالة البنك الوطني الجزائري.....
(130)	المبحث الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية.....
(130)	المطلب الأول: نموذج الدراسة.....
(130)	المطلب الثاني: منهج الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة.....
(131)	المطلب الثالث: أدوات جمع المعلومات.....
(136)	المبحث الرابع: عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة الميدانية.....
(136)	المطلب الأول: تصميم وفحص صدق وثبات أداة الدراسة.....
(137)	المطلب الثاني: وصف وتشخيص متغيرات الدراسة.....
(149)	المطلب الثالث: تحليل النتائج واختبار الفرضيات.....
(156)	خلاصة الفصل.....
(157-162)	خاتمة.....
(163-182)	قائمة المراجع.....
(183-211)	الملاحق.....

مقدمة

لقد غيرت الثورة المعلوماتية المتمثلة في المعلومات والاتصال التي يشهدها العالم الآن الكثير من المفاهيم الإدارية والمصطلحات الاقتصادية، وأصبحت معظم الدول المتقدمة تقنيا تعتمد اعتمادا أساسيا في عملها على نظم المعلومات، وإدخال هذه التقنيات في معظم الأجهزة الحكومية والخاصة، وقد أدركت معظم دول العالم الثالث بما فيها الدول العربية أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، إذ تمثل انطلاقة واسعة من القدرات، المكونات والعناصر المتنوعة، فهي تشير إلى ذلك العلم الذي هو نتاج إبداع وابتكار الفكر الإنساني والذي يتمحور حول جمع ومعالجة البيانات ثم نقل وتبادل المعلومات الناتجة بين الأطراف المستفيدة وذلك من خلال تفاعل فريد بين أجهزة الحاسوب، البرمجيات والشبكات ذات الوسائط المتعددة للاتصالات الالكترونية، حيث أصبحت المؤسسات في هذه الدول تسعى إلى الدخول في هذا المجال لكي تشارك في تحقيق الاستفادة العلمية والاقتصادية.

وقد أصبحت المؤسسات اليوم تسعى إلى تحقيق التفوق والتميز ضمانا لنموها واستمرارها خاصة في ظل بيئة تنافسية عالمية ووطنية، وبذلك فقد نال موضوع المزايا التنافسية اهتماما كبيرا من الباحثين والكتاب بحيث عددها البعض هدفا استراتيجيا لتلك المؤسسات.

ولدعم المزايا التنافسية لا بد لها من توافر عدة متطلبات لعل من بينها تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي هي الأخرى أضحت من القضايا المحورية في ظل التحول إلى اقتصاديات المعرفة وما يشهده العالم من تطور تقني تشمل كل مجالات الحياة، وتأثرت بها منظمات الأعمال بشكل مباشر أو غير مباشر.

لقد أصبح من الضروري على القطاع المصرفي في ظل الانفتاح الذي تواجهه المصارف للتعامل مع مؤسسات مالية ومصرفية عريقة، وفي ظل التطور السريع في أساليب تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية أن يعمل باستمرار في البحث عن كل ما هو جديد في عالم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

1. إشكالية الدراسة

من خلال ما سبق، يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك؟

تندرج تحت الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالاتي:

✓ ما هو مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالبنك محل الدراسة؟

✓ ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تخفيض التكلفة؟

✓ ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الجودة؟

✓ ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الإبداع؟

✓ ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق التسليم؟

✓ ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق المرونة؟

2. فرضيات الدراسة

تم وضع الفرضيات التالية لأجل التوصل لأهداف الدراسة:

✓ **الفرضية الرئيسية:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة والميزة

التنافسية بالبنوك محل الدراسة

ويندرج تحت هذه الفرضية الرئيسة مجموعة من الفرضيات الفرعية صيغت على النحو التالي:

■ **الفرضية الفرعية الأولى:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتكلفة؛

■ **الفرضية الفرعية الثانية:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والجودة؛

■ **الفرضية الفرعية الثالثة:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإبداع؛

■ **الفرضية الفرعية الرابعة:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتسليم؛

■ **الفرضية الفرعية الخامسة:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمرونة.

3. أهمية الدراسة

تكمن أهمية موضوعنا هذا في كونه يتناول جانبا جدا حساس في الاقتصاد الوطني، ألا وهو القطاع المصرفي الذي

يعتبر المركز الأساسي للاقتصاد وكذلك تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي أصبحت الشغل الشاغل لهذا العصر. فرغبنا

أن نربط بينهما لنبرز أهمية استعمال التكنولوجيا في المصرف.

4. أهداف الدراسة

جاءت هذه الدراسة بمثابة دعوة إلى التطوير، والاستمرارية، والتفاعل مع المستجدات، وعدم الانتظار للتعرف على

نتائج أداء الآخرين لتقيدها، وإنما السعي إلى الريادة، والتعرف على كل ما هو جديد لتحقيق الاستمرارية في تسيير

الأعمال، كما تحاول تعزيز كفاءة الأداء المتفقة مع عنصر التكنولوجيا والمعرفة، والتي تنعكس بشكل إيجابي على القطاع

الاقتصادي، من خلال فتح آفاق جديدة للتجديد والابتكار، وتقديم خدمات جديدة بأساليب متطورة، وتحسين مستوى

الخدمة المقدمة ومنه يمكن أن تلخص أهداف البحث فيما يلي:

- ✓ تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك؛
- ✓ تحديد مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإبراز أهميتها ودورها في المؤسسات البنكية؛
- ✓ تحديد مفهوم الميزة التنافسية وأبعادها وأنواعها؛
- ✓ إبراز أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية المصرفية؛
- ✓ التعريف بالعلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين الميزة التنافسية المصرفية؛
- ✓ إظهار مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على اكتساب ميزة تنافسية.

5. دوافع اختيار الموضوع

ترجع دوافع اختيار الموضوع لأسباب موضوعية وأخرى شخصية وهي:

✓ أسباب ذاتية

- يعتبر موضوع البحث حديث نسبيا؛
- ثراء الموضوع وتشعبه وإمكانية مواصلة البحث والتعمق فيه؛
- الرغبة في دراسة هذا الموضوع لأنه قريب من الاختصاصات التي تمت دراستها في السنوات السابقة؛
- الميل والرغبة الشخصية لمعالجة المعلوماتية.

✓ أسباب موضوعية

- بما أننا في عصر التطور التكنولوجي أردنا معرفة إذا كانت مصارف الوطن مواكبة لهذا التطور وتستعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأحسن وجه أم لا؛
- نظرا للعالم الذي نعيش فيه أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال ركيزة هذا العالم واللغة المستعملة فيه؛
- الاهتمام بالميزة التنافسية وكيفية تحقيقها؛
- التعرف على التطورات التي يشهدها القطاع المصرفي بسبب إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي؛
- ولعل أهم أمر جعلنا نسلط الضوء على هذا الموضوع هو إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك؛
- كون القرض الشعبي الجزائري والبنك الوطني الجزائري وبنك الفلاحة والتنمية الريفية من بين البنوك المتطورة والسباقه لمواكبة التطورات التكنولوجية التي توافقت متطلبات العصر الحالي.

6. المنهج المتبع وأدوات الدراسة

✓ المنهج المتبع في الدراسة

حتى تتم الإجابة على أسئلة البحث واختبار صحة فرضياته السابقة الذكر وفي ظل البيانات فإن هذه الدراسة تعتمد على المنهج الوصفي التحليلي لتغطية الجانب النظري، بالواقع العملي فإنه تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة لدراسة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع القدرة التنافسية مابين البنوك في بعض البنوك الجزائرية.

✓ أدوات الدراسة

- المسح المكتبي: كتب، مجلات، رسائل ماجستير، أطروحات دكتوراه، مواقع الانترنت؛
- الاستبيان والملاحظة والمقابلة: للحصول على المعلومات الميدانية.

7. حدود الدراسة

لهذه الدراسة حدود مكانية وزمنية وبشرية نوضحها كما يلي:

✓ الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة الميدانية على 3 وكالات بنكية والتي تنشط في ولاية الطارف والمتمثلة في بنك

الفلاحة والتنمية الريفية BADR، والقرض الشعبي الجزائري CPA، والبنك الوطني الجزائري BNA؛

✓ الحدود البشرية: تمثل الحدود البشرية بعينة الدراسة والتي تتكون من مجموعة موظفي البنوك التجارية محل الدراسة وقد

بلغ عددهم 30 موظف؛

✓ الحدود الزمنية: تمثلت الحدود الزمنية بهذه الدراسة في الفترة الممتدة من أكتوبر 2022 إلى غاية ماي 2023، أما

فيما يخص الدراسة الميدانية فامتدت الفترة من 01 مارس 2023 إلى غاية 10 ماي 2023.

8. صعوبات البحث

من الصعوبات التي واجهتني خلال إعداد دراستي هذه هي:

- ✓ صعوبة تركيب المعلومات والفروق بينهما وذلك بأن المصطلحات شبيها ببعضها البعض؛
- ✓ صعوبة في الإجابة عن أسئلة الاستمارة من قبل موظفين البنوك؛
- ✓ صعوبة في الحصول على مراجع متعلقة بجوهر الموضوع؛
- ✓ صعوبة في إجراء دراسة حالة من جانب استقبال البنوك وتخوف موظفيهم من إجراء الدراسة، والتصريح ببعض المعلومات.

9. الدراسات السابقة

■ **بوعلاقة العيد، (2022)**، دراسة تحليلية قياسية لثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على النمو الاقتصادي في المدى البعيد في الجزائر مقارنة مع بعض الدول النامية خلال الفترة (2000-2020)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة زيان عاشور الجلفة. تهدف دراستنا إلى تحديد وتقييم تأثير الاستثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على النمو الاقتصادي في الجزائر وبعض الدول النامية لمدة 21 سنة (2000-2020)، وما يميز هذه الأطروحة هي الأخذ بعين الاعتبار الصفة الحركية والديناميكية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والنمو الاقتصادي في الجزائر وبعض الدول النامية باستخدام بيانات بانيل، وقد توصلت الدراسة هذه الأطروحة إلى أن: تأثير عدد المشتركين في خدمة الانترنت لكل 100 شخص وتأثير عدد خطوط الهاتف النقال لكل 100 شخص، وعدد خطوط الهاتف النقال الثابت لكل 100 شخص ونصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي للفترة السابقة ذو تأثير موجب على النمو الاقتصادي إضافة إلى ذلك قمنا بإجراء لدراسة على بعض البنوك الجزائرية؛

■ **محمد ديمي(2022)**، دور ومساهمة الاقتصاد الرقمي من خلال قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 2000-2020، دفا تر البحوث العلمية، المركز الجامعي مرسل ي عبد الله بتيبازة، المجلد 10، العدد 1، 2022: يهدف هذا البحث إلى تبين دور ومساهمة الاقتصاد الرقمي من خلال قطاعه الرئيسي والمحوري ألا وهو قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر خلال الفترة 2000-2020، كاق تصاد تستخدم فيه المعرفة الحاصلة والمتطورة والمتسارعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في معظم الأنشطة الاقتصادية.

حيث توصلنا نظريا إلى أن هناك علاقة طردية بين الاقتصاد الرقمي من خلال قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والنمو الاقتصادي، أما تطبيقيا توصلنا إلى ضعف المساهمة المباشرة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر من جهة، مع الإشارة لصعوبة دراسة المساهمة غير المباشرة من جهة أخرى، قمنا بإضافة على هذه الدراسة هي دراسة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والميزة التنافسية لبعض البنوك الجزائرية؛

■ **هواري فاطمة(2020)**، تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل لتفعيل التطوير التنظيمي في منظمات الأعمال-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - -المديرية العملية للاتصالات بالجلفة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة زيان عاشور-الجلفة- تناولت هذه الدراسة موضوع تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التطوير التنظيمي في منظمات الأعمال، وقد

تم اختبار هذه الدراسة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالجلفة كحالة يستقصى فيها وجود هذا الأثر، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها ما يلي: مستوى توافر تكنولوجيا المعلومات كان مرتفعا من وجهة نظر عينة الدراسة، أما مستوى توافر تكنولوجيا الاتصال بالمنظمة فكان متوسطا، وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على التطور التنظيمي بمؤسسة اتصالات الجزائر بالجلفة وانطلاقا من تلك النتائج فقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها: ضرورة اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بالجلفة بتكنولوجيا الاتصال، وخصوصا شبكاتها سواء من حيث ربط أفراد المنظمة ببعض أو ربط المنظمة بزبائنها وتحسين جودة الخدمة المقدمة من خلال الاهتمام أكثر بأتمتة عملياتها وخدماتها ومعالجة مشاكل تدفق الإنترنت التي تعاني منها، ضرورة الاهتمام بتطوير العمل الجماعي وكذا ضرورة الاستفادة من الطاقات الفكرية الغير مستغلة، والعمل على تطوير قدرات ومهارات أفرادها. لقد أضفنا على هذه الدراسة بدراسة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية للبنوك؛

▪ **Nacertahar(2020)**, the Role of information and communication Technology (ICT) in Knowledge Management (KM)- case study "ECDE", University of chlef –Algeria, volume: 18, N:02

إن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو معرفة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) وإدارة المعرفة (KM)، ولتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضيتها فقد تم اختيار مؤسسة "ECDE" كدراسة حالة، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي للتعامل مع بيانات الدراسة، كما اعتمد أيضا على الاستبانة في جمع البيانات المتعلقة بمتغيراتها، والتي وزعت على عينة مكونة من 100 مفردة. وبعد التحليل الإحصائي للبيانات المجمعة عن طريق استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها وجود تأثير عند مستوى المعنوية 0.05 لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة المعرفة بمؤسسة "ECDE"، قمنا بالإضافة على هذه الدراسة بدراسة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك؛

▪ **KarimaLADJEL.(2020)**, INTEGRATING ICT TOOLSTO IMPROVE ESPSTUDENTS' ACADEMIC WRITNG PROFICIENCY, Ichkalat journal, University of Mohamed Boudiaf, M'sila, Algeria, Volume:09, No:5

هذا البحث إلى إظهار أثر استعمال مختلف تقنيات المعلومات والاتصالات لتحسين مستوى الكتابة الأكاديمية لطلاب اللغة الانجليزية لأغراض خاصة. أجريت هذه الدراسة التجريبية على مجموعتين مختلفتين من الطلبة (مجموعة ضابطة وأخرى تجريبية) من قسم علم الأحياء، جامعة المسيلة حيث طلبة المجموعة التجريبية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقط أثناء عملية الكتابة الأكاديمية وذلك بإتباع إرشادات الباحث. من ناحية أخرى، طلب من طلبة المجموعة الضابطة إتمام جميع مراحل الكتابة باستخدام الورق والقلم فقط. أظهرت البيانات التي تم جمعها أن المجموعة التجريبية التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تفوقت بشكل كبير على المجموعة الضابطة. استخدمت الدراسة أيضا مقابلة جماعية مركزة لتثليث البيانات التي تم جمعها وفهم تصورات الطلاب تجاه استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. أظهر

البحث نتائج ودلائل ايجابية لدى الطلاب، وكان الطلاب متحمسين لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وكان الطلاب متحمسين لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما يساعد على تحسين مهاراتهم في الكتابة الأكاديمية؛

■ أحمد قنيع.(2019). دوؤ تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية الإبداع المحاسبي-دراسة ميدانية-، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة غرداية-الجزائر-، هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور تكنولوجيا المعلومات في تنمية الإبداع المحاسبي، وقد توصلنا من خلال تحليل إجابات أفراد العينة (ممارسو مهنة المحاسبة والأساتذة الأكاديميين بولايات ورقلة، الاغواط وغرداية) إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني وجودة المعلومات المحاسبية ، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومهارات العمل المحاسبي، ووجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التعليم المحاسبي الإلكتروني ومهارات طلبة اقسام المحاسبة بجامعة ورقلة، الأغواط، غرداية، وقد أوصت هذه الدراسة بضرورة اقتناء المؤسسات للبرمجيات المحاسبية الحديثة لتسهيل العمل المحاسبي، وإقامة دورات تكوينية للعاملين في المجال المحاسبي حول استخدامات الإعلام الآلي، وتحديث أساليب التعليم المحاسبي بما يتوافق مع المعايير المحاسبية الدولية؛

■ قار ابتسام وآخرون(2018)، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافس دراسة حالة القطاع البنكي بولاية غليزان، مجلة المقار للدراسات الاقتصادية، المركز الجامعي أحمد زبانه غليزان، العدد02: يعد التطور التكنولوجي السريع من المتغيرات الرئيسية والحاسمة في التأثير على النشاط الاقتصادي، حيث عرفت السنوات الأخيرة نموا وانتشارا كبيرا في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كافة المجالات، وبهذا الصدد قمنا بإجراء هذه الدراسة لغرض تحديد دور هذه الأخيرة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة والتي تعد سلاحا فعالا لمواجهة المنافسة الشديدة التي يفرضها اقتصاد المعرفة.

وقد تم اختيار إسقاط هذه الدراسة على أحد أهم النشاطات في القطاع الخدمي وهو النشاط المصرفي من خلال دراسة ميدانية للبنوك المحلية والأجنبية الناشطة بولاية غليزان باستخدام تقنية الاستبيان، حيث كان الهدف منها تحديد مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات البنكية؛

■ IlyesRelationship(2017),TheRelationshipbetweenusinginformationtechnologies And Human resources management performance, Revue des sciences humaines et sociales, University Abdehamid Mehri-Constantine2-, N:47

تهدف من خلال هذه الدراسة أساسا لقياس العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وأداء إدارة الموارد البشرية من خلال أبعادها المختلفة، وذلك بوضع نموذج يوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة(تكنولوجيا المعلومات وأداء إدارة الموارد البشرية)، وقد أجريت هذه الدراسة على عينة مكونة من 22 مؤسسة في منطقة الشرق الجزائري، حيث تم الاعتماد على المنهج التجريبي وذلك بجمع وتحليل البيانات من خلال مجموعة من المؤشرات الإحصائية مثل ألفا كرونباخ، اختبار

كولوغوروف سيميرنوف لعينة واحدة، الإحصاء الوصفي مثل (المتوسط، الانحراف المعياري، الخطأ المعياري المتوسط) ومعامل الارتباط (ارتباط بيرسون) لاختبار الفرضيات، حيث أن النتيجة الرئيسية لهذه الدراسة تبين العلاقة الموجبة القوية بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات وأداء إدارة الموارد البشرية؛

■ **هناء عبداوي، (2016)، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية-دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس-**، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، هدفت الدراسة إلى مساهمة في تحديد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية بالشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطبيق استبيان لغرض جمع البيانات من أفراد العينة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها: أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأبعادها المختلفة والميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05)، توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة لمستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسة محل الدراسة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي (الجنس)، توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة لمستوى استخدام تكنولوجيا والاتصالات في المؤسسة محل الدراسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وخلصت الدراسة إلى جملة من الاقتراحات من أهمها: يجب على الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس أن تزيد من استثماراتها في مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كما يجب عليها أن تهتم أكثر بجانب الإبداع والتطوير من أجل الاستباق لخلق خدمات جديدة، إضافة إلى هذه الدراسة قمة بإجراء إضافة إلى هذه الدراسة وهي الدراسة الميدانية لبعض البنوك الجزائرية؛

■ **أسماء كرغلي(2014)، بعنوان"اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك- دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العامة بمقر ولاية البويرة"**، مذكرة ماجستير، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في محاولة إبراز العلاقة بين اليقظة التكنولوجية للبنوك، كون أن البنوك تمارس نشاطها في بيئة تشهد تغيرات مستجدة ومتسارعة، أهمها زيادة حدة المنافسة والتطور التكنولوجي، الأمر الذي يحتم عليها أن تكون يقظة بكل ما يجري في بيئتها لأن قدرتها على الاستمرار تكمن في قدرتها على التفاعل الإيجابي مع هذه المتغيرات، فمن غير المنطقي تجاهل المنافسة خاصة في ظل تشابه الخدمات التي تقدمها البنوك، ما يفرض عليها توفر الأدوات والسبل الكفيلة لتحقيق التفوق والتميز على منافسيها وتدعيم قدرتها التنافسية، وتعتبر اليقظة التكنولوجية إحدى هذه الأدوات التي تمكن البنك من البقاء على اتصال مستمر مع البيئة التكنولوجية، من خلال إعلامها بطريقة استباقية ومنظمة بكل التطورات التكنولوجية الحاصلة

في هذه البيئة لاستغلالها في اكتساب ميزة تنافسية تساهم في زيادة القدرة التنافسية للبنك، إضافة على هذه الدراسة قمنا بدراسة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك؛

■ **علي العبسي (2013)**، بعنوان "دور التسويق المصرفي في تفعيل الميزة التنافسية لدى البنوك التجارية - دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة الوادي"، مذكرة ماجستير، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، وهدفت الدراسة إلى إبراز شمولية التسويق وإمكانية تطبيقه ليس فقط في مجال السلع والمنتجات المادية ولكن أيضا في مجال الخدمات الأفكار والأماكن، وقد توصلت الدراسة إلى تحقيق مجموعة من النتائج من النتائج من بينها أنه توجد عدة مداخل لتحسين القدرة التنافسية للبنوك منها مدخل التكلفة والوقت والراحة لكن أهم مدخل هو الجودة، وأوصت الدراسة على ضرورة إدخال آليات التسيير الحديثة لإدارة الخدمة البنكية ووضع حد للإجراءات المعقدة والبيروقراطية وتسهيل حصول عملاء البنك على الخدمات البنكية، مع مراعاة المخاطر والضمانات البنكية، إضافة إلى هذه الدراسة دراسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك وكذلك قمنا بإضافة على هذه الدراسة كذلك دراسة حلى البنك الوطني الجزائري BNA، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية؛

جوانب تميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

- ✓ تتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة كونها تناولت هذا الموضوع في القطاع البنكي الجزائري حيث تعتبر هذه الدراسة فريدة من نوعها في البيئة الجزائرية؛
- ✓ ومن ناحية أخرى تناولت هذه الدراسة موضوع دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك -دراسة حالة لبعض البنوك الجزائرية-.

10. هيكل الدراسة

للإجابة عن الإشكالية المطروحة والوصول إلى الأهداف المرجوة من الدراسة اقتضت الضرورة تناول الموضوع في ثلاثة فصول سبقتهم مقدمة لتنتهي بخاتمة، وقد خصص فصلين للجانب النظري بينما اقتصر الفصل الثالث على الجانب الميداني وذلك على النحو التالي:

✓ **الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال:** وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث أساسية، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى التكنولوجيا، المعلومات، الاتصال طرح نظري، أما في المبحث الثاني تعرضنا إلى تكنولوجيا المعلومات طرح نظري، والمبحث الثالث تناولنا أساسيات حول تكنولوجيا الاتصال، بينما تناولنا في المبحث الرابع تطور التكنولوجيا المعلومات والاتصالات طرح نظري؛

✓ **الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول القدرة التنافسية:** وقد تكون هذا الفصل من أربعة مباحث، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى القدرة التنافسية: المفهوم، الأهمية، الأهداف، الأنواع، أما في المبحث الثاني تعرضنا إلى الميزة

التنافسية: الخصائص، المحددات، المصادر، مؤشرات القياس، والمبحث الثالث تناولنا الميزة التنافسية: المعايير، أسباب تنميتها وتطويرها، شروط فعاليتها، سبل استدامتها، بينما في المبحث الرابع فتناولنا المزايا التنافسية في القطاع المصرفي وعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؛

✓ **الفصل الثالث:** واقع تنافسية البنوك محل الدراسة (BADR, CPA, BNA) وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث أساسية حيث تعرضنا في المبحث الأول إلى تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة الطارف"، أما في المبحث الثاني فقد تم عرض تقديم عام للقرض الشعبي الجزائري CPA والبنك الوطني الجزائري BNA وكالتي الطارف"، والمبحث الثالث تناولنا منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية، بينما تناولنا في المبحث الرابع عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة الميدانية.

الفصل الأول

تكنولوجيا المعلومات

والاتصال

تمهيد:

إن أهم ما يميز نمط الحياة المعاصرة الآن وحركية المجال التكنولوجي ما أحدثه من نقلة نوعية نحو النمط المعلوماتي بعد ما كان نمط حياة المجتمعات صناعي وبامتياز، والتركيز على مصطلح معلوماتي هنا يظهر الاتجاه الذي اتجهت إليه هذه التكنولوجيا وتطورت فيه بوتيرة عالية والمتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال فكانت بذلك هذه التكنولوجيا الأكثر بروزاً.

فتكنولوجيا المعلومات والاتصال غيرت الطريقة التي نعيش بها وتتعلم منها ونعمل بها، كما أن التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال خلق بنية تحتية لمنظمات الأعمال هذه البنية التحتية المتسعة وفرت لنا أدوات للاتصال عبر العالم، وكذلك الحصول على المعرفة، كما أنها ساعدت على فهم تأثير البيئة الطبيعية وتحديد الطريقة الأفضل لحمايتها، كما وفرت أداة للنمو الاقتصادي في العصر الحديث، ليس هذا فحسب بل أنها أدت إلى تحسين جودة الخدمات الأخرى كالصحة وغيرها...، وبالرغم مما سبق فإنه لا يوجد اتفاق محدد حتى الآن على تعريف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ما سيتم عرض في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال سيكون على شكل مباحث جسدت على النحو

التالي:

المبحث الأول: التكنولوجيا، المعلومات، الاتصال طرح نظري؛

المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات طرح نظري؛

المبحث الثالث: أساسيات حول تكنولوجيا الاتصال؛

المبحث الرابع: تطور التكنولوجيا المعلومات والاتصالات طرح نظري.

المبحث الأول: التكنولوجيا، المعلومات، الاتصال طرح نظري

قبل التطرق إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال سنتعرف بإيجاز على أهم المصطلحات وذلك بتناول كل مصطلح على حدا رغم ارتباطها ببعضها من خلال المطلب الأول.

المطلب الأول: أساسيات حول التكنولوجيا

إن التكنولوجيا لم تعد مسألة تتوقف في وجودها على الاختيار المجرد من أي سلطة مما كانت في أي مجال من المجالات، بل أصبحت التكنولوجيا كحالة توجب الاستجابة لها والانصياع لمتطلباتها وهذا ما جعلنا نتطرق إليها من خلال: تعريف التكنولوجيا، أنواع التكنولوجيا، حتمية وجوب التكنولوجيا وانتشارها.

الفرع الأول: تعريف التكنولوجيا

تعد كلمة التكنولوجيا من المصطلحات التي تواجه الكثير من الالتباس والتأويل، إذ يستخدمها البعض كمرادف للتقنية في حين يرى آخرون اختلافا واضحا بينهما، ويرجع أصل التكنولوجيا إلى اللغة اليونانية حيث تتكون من مقطعين هما (تكنو) تعني التشغيل الصناعي، والثاني (لوجي) أي العلم أو المنهج، لهذا تكون بكلمة واحدة هي التشغيل الصناعي. (اللامي غ.، 2007، صفحة 22)

أما المعنى اللغوي لكلمة تكنولوجيا، فإنها تعني التقنية أي العلم التطبيقي أو العلم الموظف، ويقصد بذلك تطبيق العلم وتوظيفه، وبما أن العلم يتكون من قاعدة معرفية تتمثل في الحقائق والمبادئ والمفاهيم والقوانين والنظريات، فإن التكنولوجيا يقصد بها تطبيق وتوظيف مكونات هذا العلم. (السعيد، 2017، صفحة 13).

وهناك تعريف آخر "التكنولوجيا هي فكرة وأداء وحلول للمشكلات، قبل أن تكون مجرد اقتناء معدات حسب ما خلصه كامل بهاد الدين في رؤيته للمفهوم. ويعتقد ماهر إسماعيل صبري وصلاح الدين محمد توفيق أنها "ليست مجرد علم أو تطبيق العلم أو مجرد أجهزة، بل هي أعم وأشمل من ذلك بكثير فهي نشاط إنساني يشمل الجانب العلمي والجانب التطبيقي معا". (مسعودة، 2021، صفحة 75)

أما المفهوم الحديث للتكنولوجيا فيشمل الإبداع والخلق بالإضافة إلى الاقتباس والاستيعاب، فالتكنولوجيا عبارة عن جميع الاختراعات والإبداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي والاجتماعي، والتي تتم من خلال مراحل النمو المختلفة. (الداني، 2005، صفحة 11).

كما تعرف التكنولوجيا " التطبيق العملي للأساليب العلمية المتطورة والحديثة، باعتبار أن هذه الأساليب العلمية غالبا ما تتعلق بالتطورات الجديدة في العمليات أو الإنتاج، بالإضافة إلى التقدم العلمي المؤثر في الأنشطة المختلفة التي يمكن استخدامها فيها. (Zahra, 2021, p. 227)

بناء على ما سبق نستنتج أن جميع التعاريف والمفاهيم باختلافها تتفق على أن التكنولوجيا هي نتاج التطورات والإبداعات في الفكر والوسيلة والتي تؤدي إلى الحياة أفضل للبشرية، كما تعني تطبيق ما توصل إليه العلم على أرض الواقع في شكل آلات ومعدات تساهم في تسهيل الحياة الإنسانية وسيطرة الإنسان على الطبيعة إضافة لدورها في الصناعة ومضاعفة العملية الإنتاجية لإشباع الحاجيات الإنسانية.

الفرع الثاني: أنواع التكنولوجيا

للتكنولوجيا عدة أنواع فهي متفرعة في جميع القطاعات والنشاطات المختلفة مما يجعل حصر أنواعها عملية صعبة نوعا ما. **أولا: التكنولوجيا الصناعية:** هي التي تستخدم في القطاع الصناعي مع استعمال أبرز التقنيات من أجل تسهيل عمليات الإنتاج، يتم استخدام هذا النوع بشكل كبير من قبل الشركات الصناعية الكبرى مثل شركات إنتاج السيارات والعتاد فتبني هذا النوع من التقنية في الشركات الكبرى يسهل عمليات الإنتاج الصناعي بشكل كبير مما يقلل الوقت والتكاليف وهذا ما ساهم بشكل كبير في نجاح هذه الشركات الصناعية العملاقة.

ثانيا: التكنولوجيا التجارية والإستراتيجية

1. التكنولوجيا التجارية: وهي التكنولوجيا التي تخضع في حركتها ونقلها واستخدامها إلى شروط خاصة، وغالبا ما تكون محمية بقوة القانون وذلك عن طريق تسجيلها في مكاتب مختصة ولا يمكن لغير صاحب هذا الحق التصرف فيه، مثل براءات الاختراع، والعلامات التجارية، حيث تعتمد وتراهن عليها الدول في تطوير صناعاتها الداخلية إلا أنها قائمة على استغلال الابتكارات الجديدة؛

2. التكنولوجيا الإستراتيجية: تعتبر هذه التكنولوجيا ذات الطابع سري فهي لا تنشر في المجالات ولا تسجل في المكاتب الخاصة، حيث يتم احتكارها من طرف هيئات ومؤسسات محددة وتشتمل على أحدث الاكتشافات والابتكارات كالبحوث الفضائية، والطاقة الذرية والتقنيات العسكرية وغيرها، حيث يتم تطوير البحث فيها من طرف

مؤسسات معينة وتعد الثورة العلمية والتكنولوجيا من أهم مظاهرها ، إلا أنها تجعل من الدول المالكة لها تسيطر بشكل واسع وتجعلها ورقة ضغط في مختلف المجالات. (شتوح، تته، و أنفال، 2022، صفحة 121، 122)؛

ثالثا: تكنولوجيا المعلومات

هناك من الباحثين من يحرص تعريف تكنولوجيا المعلومات على أنها "خليط من أجهزة الكمبيوتر ووسائل الاتصال، ابتداء من الألياف الضوئية إلى الأقمار الصناعية وتقنيات المصغرات الفيلمية والاستنساخ". ومنهم من يعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها مزيج بين المعدات وما يمكن أن تقدم من معارف، حيث تم تعريفها على أنها "مجموعة المعارف والخبرات والمهارات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان للحصول على المعلومات الملفوظة، المرسومة، الرقمية، وفي معالجتها وبثها وتخزينها، بغرض تسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة للجميع. (حليمة، 2012، صفحة 34).

رابعا: التكنولوجيا المالية والتقنيات الحديثة

1. التكنولوجيا المالية

عرفت التكنولوجيا المالية في قاموس أكسفورد على أنها: "برامج الكمبيوتر والتقنيات الأخرى المستخدمة لدعم أو تمكين الخدمات المصرفية والمالية. (طلبة و بوحنيك، 2022، صفحة 4)

وتوصف التكنولوجيا المالية على أنها تلك المنتجات والخدمات التي تعتمد على التكنولوجيا لتحسن نوعية الخدمات المالية التقليدية، تتميز هذه التكنولوجيا بأنها أسرع وأرخص وأسهل، ويمكن لعدد أكبر من الأفراد الوصول إليها. (حرفوش، التكنولوجيا المالية صناعة واعدة في الوطن العربي-الجلفة-، 2019، صفحة 727)

في حين أن التكنولوجيا المالية لا تتعلق بالخدمات المالية فقط، ولكن بكل الأعمال التجارية التي تتعامل مع صناعة الخدمات المالية. (أزناق و تحانوت، 2022، صفحة 76)

وعليه التكنولوجيا المالية هي مصطلح يضم الجانب التكنولوجي مع الجانب المالي، تنتج عن مجال يتم بالمعاملات المالية بالاستخدام واستغلال كل ما أسفرت عن التكنولوجيا الحديثة من هواتف ذكية، شبكات الاتصال، تجارة الكترونية عمليات رقمية... الخ، حيث تم توجيه أحدث التقنيات التكنولوجية لتطوير الخدمات المالية، فأصبحت تقدم من طرف

شركات استغلت التكنولوجيا، في قطاع الخدمات، وهي خطوة متأخرة مقارنة بالمجالات الأخرى كالإعلام (تكنولوجيا الإعلام) والتجارة الإلكترونية (النقود الإلكترونية)... الخ. (وهيبة وقدر، 2018، صفحة 14)

2. **البلوك تشين:** تعرف على أنها التكنولوجيا التي خلقت عملة افتراضية اسمها البيتكوين، وحققت مكاسب خيالية ولازالت تحقق مكاسب بالرغم من حضر الصين التعامل بها. ويجمع الخبراء الاقتصاديين وخبراء الأمن بأن البلوك تشين أكثر أمنا كونها غير مركزية ولا يمكن لقرصنة الكمبيوتر اختراقها بسبب نظامها. (محمد و شرشم، 2022، صفحة 151)، إذ تعتبر تقنية البلوك تشين العمود الفقري لعملة البيتكوين، والتي هي أساسا قاعدة بيانات مشفرة للمعاملات (دفتر الحسابات)، يتم مشاركتها بين جميع المشاركين في شبكة عامة، وبالتالي يتم التحقق منها أيضا من قبل المستخدمين. (الدين، 2022، صفحة 539)

ويعرفها ناكاموتو في كتابه "بأنها سلسلة من الطوابق الزمنية المجزأة، كل طابع زمني يتضمن الطابع الزمني السابق في تجزئته، ويشكل سلسلة من الطوابق حيث أن كل طابع زمني إضافي يعزز الطابع الذي يأتي بعده، (تومي، 2022، صفحة 1362)

وتعرف كذلك تقنية سلسلة الكتل أو البلوك تشين بأنها عبارة عن نظام معلومات مشفر معتمد على قاعدة معلوماتية لامركزية، أي تخزين المعلومات فيها يكون موزعا في نقاط كثيرة على جميع الأجهزة المنظمة في الشبكة تسمى (Node)، فهي تختلف عن قاعدة البيانات التقليدية المرتبطة بخادم واحد مركزي (serveur) ويتم حفظ البيانات في سجل معاملات موحد كنسخ متطابقة على جميع الأجهزة وليس كنسخة وحيدة في جهاز مركزي معين. (الخميني و زورداني، 2021، صفحة 143)

من خلال ما سبق يتضح لنا بأن تقنية البلوك تشين عبارة عن قاعدة بيانات على شكل تطبيقات مشفرة آمنة لا مركزية تتيح للمتعاملين الاقتصاديين تبادل القيم والأصول فيما بينهم بسرعة ودقة دون الحاجة على وسيط وبأقل التكاليف.

3. **الذكاء الاصطناعي:** كان الذكاء منذ القدم ولازال محل تفكير عند العديد حيث وظف الفلاسفة القدماء جانبا كبيرا من كتاباتهم للتفكير في ذكاء الإنسان، كما التفتت البحوث العلمية الأولى إلى محاولة فهم مختلف العمليات التي تحدث في الدماغ والتي تتميز بالتعقيد، التشابك والترابط. (حنان، 2022، صفحة 58)

ينقسم الذكاء إلى عدة فروع، منها الذكاء البشري والذكاء الاصطناعي ويعد الذكاء البشري معطى طبيعياً زود الله به الإنسان ليتمكن من فهم قوانين الحياة والتحكم فيها. (الميساوي، 2021، صفحة 11)

وكتعريف جامع ملم للذكاء الاصطناعي فرع من فروع علوم الحاسوب، يمكن من خلاله خلق وتصميم برامج للحسابات تحاكي أسلوب الذكاء الفطري الإنساني يتمكن من خلالها الحاسوب من أداء بعض المهام بدلا من الإنسان والتي تتطلب التفكير والتفهم السمع والتكلم والحركة. (صام، 2022، صفحة 300)

المطلب الثاني: أساسيات حول المعلومات

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى تعريف المعلومات والبيانات بالإضافة إلى أهمية المعلومات كما سنتطرق إلى خصائص المعلومات.

الفرع الأول: تعريف المعلومات والبيانات

أولاً: تعريف المعلومات

كلمة المعلومات هي مشتقة من كلمة يعلم Infom، وهي أي المعلومات مشتقة من الكلمة الفرنسية واللاتينية التي تكتب بنفس الطريقة Infomation. (رحيمة، زربية، و الشيباني، 2010، صفحة 26).

ولها تعريف آخر فإن المعلومات هي مجموعة الحقائق والمفاهيم التي تخص أي موضوع من الموضوعات والتي تكون الغاية منها تنمية وزيادة معرفة الإنسان، ويمكن أن تكون أماكن أو أشياء أو أناسا والمعلومات يمكن الحصول عليها من خلال البحث أو القراءة أو الاتصال أو ما شابه ذلك، من وسائل اكتساب المعلومة والحصول عليها ويجب أن تحمل المعلومات قيمة. (محمد ا.، 2004، صفحة 13).

وكذلك تعرف المعلومات على أنها حصيلة البيانات المعالجة، وتمثل المعلومات مستوى عال من المعنى التي تفيد في اتخاذ وصنع القرار (عدنان و وآخرون، 2006، صفحة 17)، أي أنها البيانات التي خضعت للتحليل والتفسير والمقارنة (دباس و وآخرون، 2007، صفحة 17).

المعلومات تمت معالجتها، إذ تم تصنيفها وتحليلها وتنظيمها بشكل يسمح باستخدامها والاستفادة منها حيث أصبحت ذات معنى لأن البيانات قبل معالجتها لا تكون صالحة للاستفادة منها في اتخاذ القرار. (بشر، أنظمة المعلومات ودورها في دعم القرارات الإدارية-سلسلة أطروحات الدكتوراه-، صفحة 26)

وحسب نبيل علي "المعلومات وسيلة أو وسيط لاكتساب المعرفة ضمن عدة وسائل أخرى كالحدس والتخمين والممارسة الفعلية والحكم " (الغني و عظيمي، 2014، صفحة 152).

وعلى الرغم من اختلاف التعريفات لمصطلح المعلومات، يمكن النظر إلى المعلومات على أنها ظاهرة علمية تتضمن 4 دلالات أساسية هي : (مصطفى و فاضل السامرائي، 2010، صفحة 26)

1. التعبير عن حالة من المعرفة، بمعنى التحول من حالة ذهنية إلى أخرى؛
2. التعبير عن عملية بمعنى تحويل البيانات إلى وضع معرفي جديد؛
3. التعبير عن سلعة أي بمعنى تمثيل العالم وما ينطوي عليه من أحداث وأشياء وحركات بصورة مادية يمكن تداولها والاستفادة منها؛
4. التعبير عن بيئة بمعنى تطور التفاعل بين المتغيرات والظروف المحيطة بإنتاجها واستخدامه.

و يمكن تعريفها أيضا بأنها مجموعة البيانات المنظمة والمرتبطة بموضوع معين والتي تشكل الحقائق والمفاهيم والآراء والاستنتاجات والمعتقدات التي تشكل خبرة ومعرفة محسوسة ذات قيمة مدركة في الاستخدام الحالي أو المتوقع ونحصل على المعلومات نتيجة معالجة البيانات من خلال عمليات التوبيخ والتصنيف والتحليل والتنظيم بطريقة مخصصة تخدم هدف معين. (السمرائي و الزعبي، 2015، صفحة 24)

ثانيا: البيانات Data: مجموعة من الحقائق الخام، وقد تكون نصوصا، أرقاما، صورا، وأصواتا. (العالمية، 2009، صفحة 1)

وتعرف أيضا بأنها "إشارات أو رموز معنوية أو رياضية أو لغوية متفق عليها رسميا لتمثيل الأفراد أو الأشياء أو الحوادث أو المفاهيم وهي خالية من المعنى الظاهري ولا قيمة لها بشكلها المجرد" (هدى، 2016، صفحة 96)

ثالثا: الفروق الأساسية بين البيانات والمعلومات

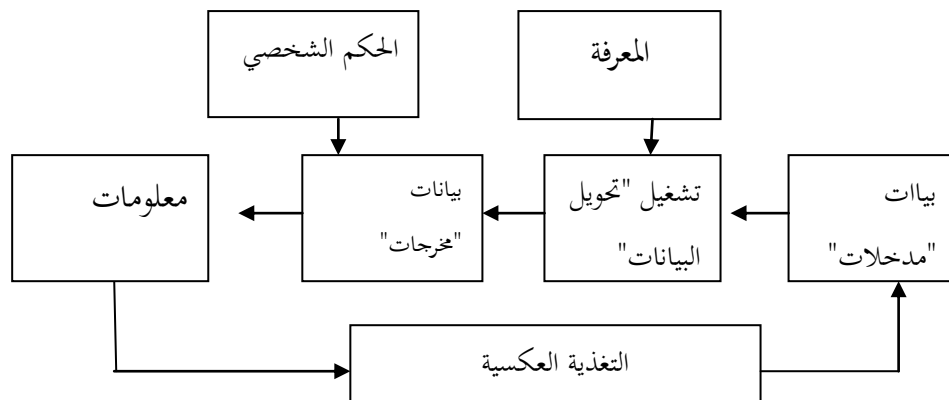
سيتم إبراز من خلال الجدول الموالي الفروق الأساسية بين البيانات والمعلومات:

الجدول رقم (1-01): الفروق الأساسية بين البيانات والمعلومات

مجال الفرق	البيانات	المعلومات
الترتيب	غير منتظمة في هيكل تنظيمي	منتظمة ضمن هيكل تنظيمي
القيمة	غير محددة القيمة	محددة القيمة بتحديد عوامل القيمة والتأثير على قيمة المعلومات
الاستعمال	لا تستعمل على الصعيد الرسمي	تستعمل على الصعيدين الرسمي وغير الرسمي
المصدر	عديدة المصدر	محددة المصدر
الدقة	منخفضة	عالية
موقعها في النظام	مدخلات	مخرجات
الحجم	كبيراً جداً	صغير نسبياً بحجم البيانات

المصدر: ربحي مصطفى عليان. (2010). "اقتصاد المعلومات"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، ص103.

الشكل رقم (1- 01): العلاقة بين المعلومات والبيانات



المصدر: مجدي عريف. (2008). "نظم المعلومات ودورها في حل مشكلات الإدارة العامة" دراسة ميدانية على مديرية المالية في اللاذقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد لإدارة الأعمال، جامعة تشرين، سورية، ص08.

الفرع الثاني: أهمية المعلومات

تلعب المعلومات دوراً هاماً وحيوي يظهر ذلك في: (الطاهرة و بن علي، 2021، صفحة 115،116)

✓ إثراء البحث العلمي وتطور العلوم وتكنولوجيا؛

- ✓ تعتبر العنصر الأساسي في اتخاذ القرار المناسب وحل المشكلات؛
- ✓ لها أهمية كبيرة في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والإدارية والثقافية... الخ؛
- ✓ لها دور كبير في التوقيت المناسب من خلال دورة المعالجة والإدخال والتقارير؛
- ✓ تساعد المعلومات في نقل خبراتنا للآخرين وعلى حل المشكلات التي توجهنا. وعلى الاستفادة من المعرفة المتاحة.

المطلب الثالث: عموميات حول الاتصال

تعد الاتصالات مهمة لنجاح المجموعة، وتحقيق التفاهم والتعاون بين المتصلين من أفراد ومجموعات، إذ تمثل عملية الاتصال أحد العناصر الأساسية في التفاعل الإنساني، ومن يدرس الاتصالات يجد أن دوائر الاتصال قد اتسعت وتعددت بدرجة كبيرة. وأصبحت فيها من الوسائل ما لا يعد ولا يحصى، حتى أصبحت مظاهر المعرفة في متناول البشر أينما كانوا، وحيث ما عملوا أو رحلوا، بل أكبر من ذلك أصبح نقل المعلومات بالسهولة واليسر حتى أنه من الممكن نقل المعلومات عبر الأقمار الصناعية، وهنالك أكثر من ثلاثة آلاف قناة تلفزيونية تخدم رجال العمال وطلاب المعرفة في العالم كله.

الفرع الأول: تعريف الاتصال وأهدافه

أولاً: تعريف الاتصال

إن كلمة "الاتصال"، بالرغم من تداولها الواسع، تحمل معاني مختلفة ومتعددة: فقد نستعملها لنعني بها مجال الدراسة الأكاديمي (الإعلامي، المعلوماتي، السياسي، النفسي، الاجتماعي، الاقتصادي، الأدبي...) أو بوصفها علاقات إنسانية عادية. (فضيل، 2013، صفحة 14، 15).

الاتصال منذ القدم يحمل معنى الوصل والبلوغ أما معناه العصري فهو مأخوذ من الإنجليزية أو الفرنسية وهما لغتان تستعملان لفظ واحد للدلالة عليه، هي كلمة (بمعنى نقل وأوصل وبلغ) وتعود جذورا إلى الكلمة اللاتينية *Cominus* التي تعني الشيء المشترك، وما تجدر الإشارة إليه إلى أن كلمة الاتصال باللغات الأجنبية تؤدي معاني كثيرة نعبّر عنها باللغة العربية بكلمات مختلفة نكتفي بذكر ثلاثة منها وهي "البوصلات" و"البلاغ" و"الاتصال" (رضوان، 2014، صفحة 15)

وقد عرف من قبل البعض على أنه استعمال اللغة والإشارات ونقل المعلومات والمعاني للتأثير في السلوك. وقد عرف البعض بأنه عملية ديناميكية تهدف إلى نقل الحقائق والآراء والمعلومات والمعاني، وتتطلب الاستمرارية في مزاولتها

مع إظهار علاقات التأثير والتأثر من طرفي الاتصال. وهو عملية نقل هادفة للمعلومات، من شخص إلى آخر، بغرض إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بينهما. (محمود، 2010، الصفحات 29-31)

فالاتصال في منظمات الأعمال لا يقتصر على إرسال المعلومات من طرف لآخر، بل هو عملية اجتماعية تبادلية تتضمن تقاسم الفهم والإدراك بين طرفي الاتصال والتأثير في سلوك الأفراد بقصد تحقيق أهداف المنظمة. والهدف من الاتصال هو: (حسين، 2010، صفحة 15)

✓ قبول المستقبل الرسالة الموجهة من المرسل؛

✓ قيام المستقبل بالتصرف وفق هذه الرسالة.

كما يعتبر الاتصال من العمليات الاجتماعية التي لا يمكن للإنسان الاستغناء عنها فعن طريقها يستطيع الأفراد نقل خبراتهم وآرائهم إلى الآخرين فهو وسيلتهم الأساسية في التعاطي مع الحياة اليومية في مجالاتها المختلفة كما أنه الوسيلة في نقل ثقافات الشعوب من جيل إلى جيل وفي ضوء هذا المنظور يعد الاتصال "حجر الزاوية في بنيان المجتمع الإنساني حيث لا يمكن أن تتم الأعمال اليومية في مجالات الحياة المختلفة ... يكون الاتصال بين فرد وآخر أو بين جماعة وأخرى أو بين مجتمع ومجتمع. (كاظم، 2017، صفحة 11)

ويهتم علم الأنثروبولوجيا بعملية الاتصال لكونها أداة فعالة وأساسية في نشر السمات الثقافية والفكرية من جماعة إلى أخرى ومن مجتمع إلى مجتمع، أما السياسي فيهتم بعملية الاقتناع وكيفية التأثير في الآخرين وكذا اتخاذ القرارات السياسية الكبرى أو التخطيط للحرب الباردة. (عمر، 2001، صفحة 11)

لقد عرف "ستيغنز" الاتصال على أنه: "استجابة الكائن الحي المميزة أزاء محرض" ويرى "كاري" أن هذا مقتضب، وأنه على اقتضابه من السمة بحيث يغطي أنشطة الكائنات الحية، وليس الإنسان فحسب. واكتفى "كرونكت" بأن يحصر مفهومه في نطاق الإنسان إذ قال: "إن الاتصال بين البشر يتم عندما يستجيب الإنسان لرمز ما"؛ (الحميد، 2012، صفحة 7)

وعرفه هانك على أنه "العملية التي يتفاعل بواسطتها الأفراد بهدف التكامل بين الفرد ونفسه"؛ (محمد ا.، 2007، صفحة 15)

يرى مريهيو أن الاتصال هو "أي سلوك مقصود من جانب المرسل بنقل المعنى المطلوب إلى المستقبل ويؤدي إلى الاستجابة بالسلوك المطلوب منه"؛ (صبرينة، 2020، صفحة 14)

ويقول ميز ونيف، إن طبيعة الإنسان مزدوجة فهو (Sociable) اجتماعي بمعنى أنه عضو نشيط في المجتمع وله أنانية. (أو هو: Socialise) وهو كذلك يتأثر بالمجتمع؛ (زهير، 2002، صفحة 10)

عموما يشير الاتصال إلى العلاقة التي تحدث بين الناس داخل مجتمع معين، وقد يتم بشكل مباشر من خلال اللقاء حضي بين الأفراد والجماعات، أو بشكل غير مباشر بواسطة الكلمة المسموعة المطبوعة أو المرئية أو الإلكترونية، أو عن طريق الصور أو غيرها من الوسائل والأنشطة الأخرى، أما من حيث حجم، فقد يحدث بين شخصين، أو بين شخص أو جماعة وجماعة أخرى محلية أو إقليمية أو دولية، ويؤمن الاتصال في العمليات الإدارية داخل المؤسسات عبء نقل المعلومات بين الإدارات والأفراد وبين المؤسسات، إذ لا يمكن لأي عمل إداري أن ينجز انجاز علميا سليما دون الاعتماد على المعلومات التي لا يمكن أن تصل في الوقت المناسب والقدر المناسب والشخص المناسب إلا في ظل اتصال إداري ناجح. (عبدالواحد، 2015، صفحة 10)

ثانيا: أهداف الاتصال

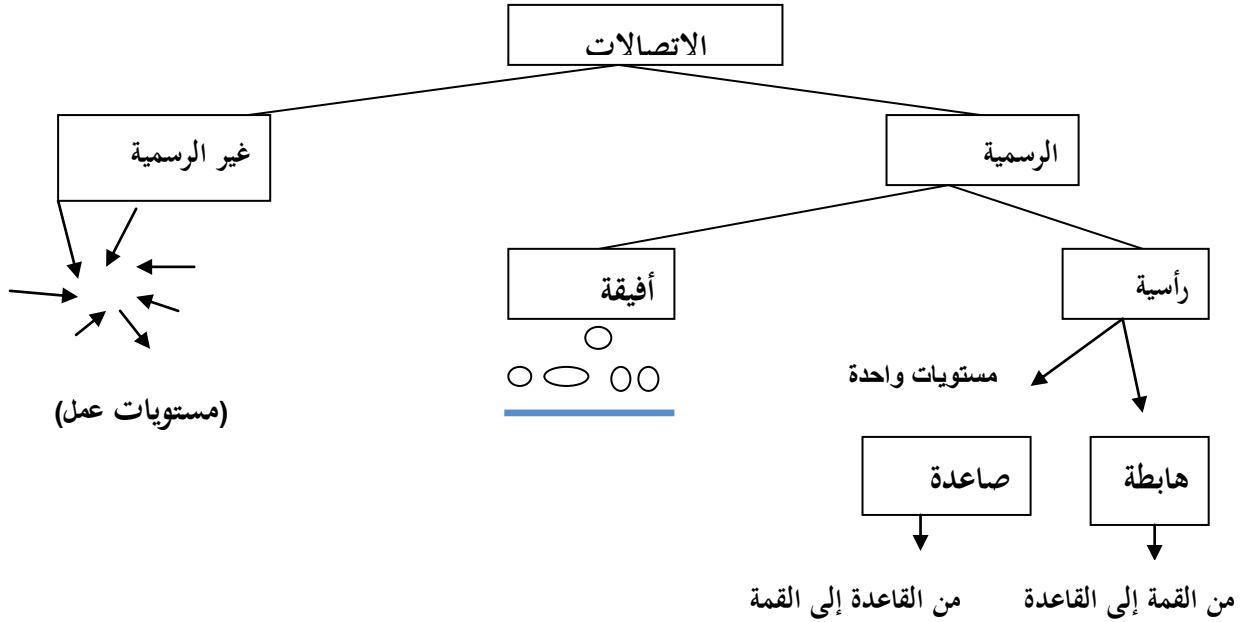
إن تبني عملية الاتصال يكسب المؤسسة مهما كان نوع نشاطها العديد من الامتيازات، والتي يمكن من خلالها تحقيق جملة من الأهداف لعل أهمها ما يلي:

1. تحقيق التنسيق بين الأفعال والتصرفات؛ إذ يقوم الاتصال بالتنسيق بين تصرفات وأفعال أقسام المؤسسة المختلفة؛
 2. المشاركة في المعلومات؛
 3. التقليل من الدور السلبي الذي تلعبه الإشاعة في الوسط العمالي والطلابي على حد سواء؛
 4. اتخاذ القرارات السليمة؛ فالمعلومات تلعب دورا مجددا في عملية اتخاذ القرار في المؤسسة سواء كانت كمية أو نوعية.
- (نسيمة، 2017، صفحة 82).

الفرع الثاني: أنواع الاتصال

تتجسد أنواع الاتصال من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (1-02): أنواع الاتصالات



المصدر: كمال برباوي. (2014-2015). "دور الاتصال الداخلي في عملية التغيير التنظيمي دراسة ميدانية لشركة سونلغاز للتوزيع بشار ريفي"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، ص20.

أولاً: يمكن تقسيم الاتصالات إلى اتصالات رسمية واتصالات غير رسمية: (كمال، 2015، الصفحات 21-24)

1. الاتصالات الرسمية

هي الاتصالات التي يتم وفقها نقل المعلومات في إطار رسمي، محدد ومرتب وموضوع بدقة وهو أيضاً كل اتصال ينطلق من الجهات التنظيمية كما يكون محددًا بمراكز تنظيمية محددة ويتم من خلال انتقال الرسائل طبقاً لتسلسل السلطة في التنظيم.

والاتصالات الرسمية هي التي تتم في قنوات رسمية، أو ما يعرف بشبكة الاتصال الرسمية، و هي تخص المعلومات الرسمية من اجتماعات رؤساء المصالح، التقارير، صيرورة الوثائق، جريدة المؤسسة.

وشبكة الاتصالات في أي مؤسسة تعمل على التنسيق بين مختلف أنشطة العمل التي تعمل على تحقيق أهداف المؤسسة، وتحقيق نوع من الاستقرار في تحقيق المهام، وهذا ما يزيد في فعالية المؤسسة.

يحتوي الاتصال الرسمي إذن على العمليات نقل للمعلومات الإدارية والمهنية، آراء، اقتراحات، مشاكل، احتياجات وتوضيحات بين مختلف المستويات الإدارية. عادة ما يستخدم هذا النوع من الاتصال وسائل رسمية سواء كانت كتابية كالوثائق، أو التقارير، أو شفوية كالمقابلات المباشرة أو الاجتماعات أو المكالمات الهاتفية.

2. الاتصالات غير الرسمية

تتم بين الأصدقاء والأفراد حيث تتصف العلاقات فيما بينهم بأنها مستقلة عن الأعمال الوظيفية والسلطة الرسمية، وتتم في إطار التنظيم غير الرسمي الذي يعتبر شبكة من العلاقات الشخصية والاجتماعية التي تنشأ بعيداً عن التنظيم الرسمي والتي ترتبط بأداء الأعمال وإنجاز المهام في المنظمة حيث يكون بين هؤلاء الأفراد نوع من التجانس والتآلف وإشباع الحاجات. ويأخذ هذا النوع من الاتصالات الشكل العنقودي فهو يمتد وينتشر داخل التنظيم بصرف النظر عن شكل الهيكل التنظيمي، كما يمكننا القول بأن الاتصالات غير الرسمية هي كل المعلومات والأحداث المختلفة والمقابلات والمناقشات التي تتم داخل المؤسسة، والتي لا تمر بقنوات التسلسل التنظيمي أو الإداري، فإن الاتصالات الغير رسمية تتم بأسلوب غير رسمي، أو خارج القنوات الرسمية المحددة للاتصال. وينشأ هذا النوع من الاتصال عن طريق العلاقات الذاتية والشخصية للأعضاء الموجودين في أماكن متقاربة أو نتيجة لتعرضهم لمشاكل متشابهة، أو رغبتهم في تحقيق أهداف واحدة، وإشباع حاجات مشتركة، والتعبير عما في صدورهم من شكاوي وما في أذهانهم من أفكار، ويتم هذا النوع من الاتصالات عادة في النوادي والمقاهي أو بين أفراد جماعة العمل بطرق شفوية غير مؤكدة وغير ملزمة، ومنه فالاتصالات غير الرسمية تتم أساساً في تلك العلاقات الخاصة والشخصية، والتي نشأ بين جماعات العمل بعيداً عن التدخل الإداري أو التحكم السلطوي.

وقد جاء هذا النوع من الاتصال كمكمل للاتصال الرسمي لتغطية ما يلي من النقاط:

- ✓ بطء عملية الاتصال لعدم تخطي أي رئيس لمروؤسيه المباشر في إرسال المعلومات و استقبالها؛
- ✓ التعقيد الشديد في خطوط الاتصالات الرسمية ودوره في انعدام المرونة الكافية داخل التنظيم؛
- ✓ التخفيض من العناصر الذاتية للفرد، وحرمانه من أخذ المبادرة، نظراً لعدم توفر الحركة اللازمة لاتخاذ القرارات؛
- ✓ تعدد المستويات الإدارية التي تمر بها المعلومات يؤدي إلى تشويبهها.

وما يعاب على الاتصال غير الرسمي، أن الاعتماد عليه في إدارة التنظيم يؤدي إلى إضعاف السلطة الرسمية للإدارة؛ خاصة وأن هذا النوع لا يخضع للرقابة و الإشراف الرسمي، مما يجعل إمكانية تشويه المعلومات أو نقلها خاطئة أمراً قائماً. وإذا كان الاتصال يحتوي على طرق وأنماط معينة؛ أي أنه يسير وفق قنوات معينة، فإن الاتصال الغير رسمي على العكس من ذلك يفتقر إليها. والاعتراف بأهمية التنظيم غير الرسمي والدور الذي يلعبه يتماشى مع النظرة الحديث إلى التنظيم باعتبار أنه تنظيم اجتماعي يتأثر فيه الفرد بعدة قوى تتفاعل فيما بينها، وتنعكس نتيجة هذا التفاعل على إنتاجية الفرد وسلوكه ومدى تعاونه داخل التنظيم الرسمي. وهذه القوى هي التنظيم الرسمي، والتنظيم غير الرسمي والفرد واحتياجات. فإذا تماشت هذه القوى مع بعضها البعض ولم تتعارض فيما بينها فإن ذلك يؤدي إلى أعلى درجة من الإنتاجية من جانب الفرد، وفي نفس الوقت شعور بالرضا التام عن عمل.

ثانياً: أنواع الاتصال من حيث اتجاهه: يقسم إلى: (كاري و بن عمر، 2019، صفحة 150)

1. الاتصال الهابط (من الأعلى إلى الأسفل): يتم بين الإدارة العليا و أعضاء الإدارة الوسطى وأعضاء أو عمال مستوى التنفيذ ويأخذ هذا الاتصال شكل تعليمات وأوامر وتوجيهات وقرارات وسياسات تصدرها الهيئة الإدارية العليا بغرض تنظيم وتوجيه الأعمال؛
2. الاتصال الصاعد (من أسفل إلى أعلى): هو الذي تبدأ فيه عملية التفاعل بين المرؤوسين لتنتقل إلى المستويات الإدارية العليا ويأخذ هذا الاتصال التقارير، الاقتراحات، أو الشكاوي إلى رؤسائهم؛
3. اتصال صاعد هابط: يكون فيه التفاعل في اتجاهين؛
4. اتصال أفقي: هو الذي يتم بين الوحدات التنظيمية المتكافئة في التدرج الهرمي في المنظمة أو المؤسسة؛
5. اتصال ذو اتجاه واحد: يكون فيه الاتجاه من المرسل إلى المستقبل مباشرة فقط دون أن يكون هناك رجوع للصدى، كبعض البرامج الإذاعية الموجهة لجمهور المتلقين؛
6. اتصال ذو اتجاهين: اتصال يتم بين المرسل و المستقبل مباشرة ويحدث التفاعل والمناقشة بينهما، كالمدرس في قاعة الدرس مع التلاميذ.

ثالثاً: تقسيم الاتصالات: يمكن تقسيم الاتصالات إلى ما يلي: (عبوي، صفحة 24)

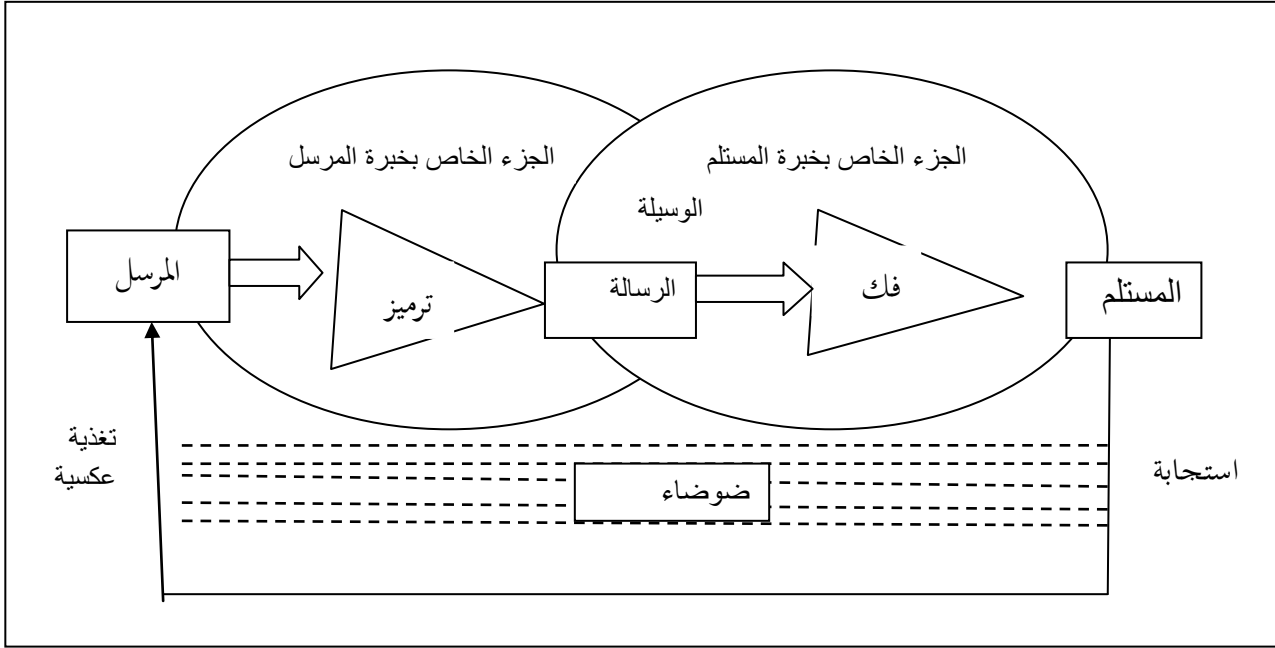
1. الاتصال الشفهي مباشر لفظي: يعتبر الاتصال شفهيًا إذا أرسلت الألفاظ عبر الهواء مباشرة، ويغلب عليها أنها مباشرة مثل الهاتف /الشخصي؛
2. الاتصال الكتابي غير مباشر لفظي: وهو الاتصال عبر تدوين الألفاظ والكلمات بالأبجدية أو الرموز أو الأرقام، ومثل: الخطابات/ التعليمات / القرارات/ الدراسات؛
3. الاتصال المرئي غير المباشر الغير لفظي: والذي تحظى العين بتركيز عالي وكبير منه فهو مشاهد وعادة ما يكون بالإعلان أو لتوضيح الأفكار والصور، مثل: الرموز/ الرسوم البيانية؛
4. الاتصال بلغة الجسم مباشرة وغير لفظي: وهي كل التعابير التي يحملها الجسم، أو أعضاؤه خلال عملية الكلام، أو كردود فعل صامتة مثل:
 - ✓ العين؛
 - ✓ الجلسة؛
 - ✓ حركة الأيدي و الأرجل.

الفرع الثالث: مكونات عملية الاتصال داخل التنظيم

- عملية الاتصالات التنظيمية في أبسط صورها هي نقل فكرة أو معلومات ومعاني (رسالة) من شخص (مرسل) إلى شخص (مستقبل) عن طريق معين (قناة اتصال) ، وتنتقل الرسالة عبر قنوات الاتصال التنظيمية على شكل رموز مفهومة ومتفق عليها، ومن الممكن أن يحقق المرسل من نتيجة رسالته عن طريق (إرجاع الأثر) أو ما يسمى أحيانا ب(التغذية العكسية أو المرتدة)، وقد تكون هناك معوقات للاتصال مثل تشويش الذي قد يفقد معنى الاتصال في بعض الأحيان، وعلى العموم فإن مكونات العملية الاتصالية في الغالب لا تخرج عن العناصر التالية: (جلاب، 2011، صفحة 534)
- أولاً: المرسل: هو الطرف الذي يرسل الرسالة إلى الطرف الآخر؛
 - ثانياً: الترميز: هي عملية وضع الأفكار بصيغة رموز أو صورة أو لغة؛
 - ثالثاً: الرسالة: مجموعة الرموز التي يرسلها المرسل إلى المستلم؛
 - رابعاً: الوسيلة: قناة الاتصال التي تنتقل عبرها الرسالة من المرسل إلى المستلم؛
 - خامساً: فك الرموز: عملية يحدد من خلالها المستلم معنى الرموز التي وضعت من قبل المرسل؛
 - سادساً: المستلم: هو متلقي الرسالة؛

سابعاً: الاستجابة: تمثل الاستجابة ردود أفعال مستلم الرسالة بعد استلام إياها والإطلاع على محتواها؛
 ثامناً: التغذية العكسية: التغذية العكسية هي ذلك الجزء من استجابة المستلم الموج نحو مرسل الرسالة؛
 تاسعاً: الضوضاء: وهي المشوشات غير مخططة أو التشويه الذي يحدث أثناء عملية الاتصال والتي تتسبب في حصول المستلم على رسالة غير تلك التي بعث بها المرسل

الشكل رقم (1- 03): مكونات عملية الاتصال التنظيمي



Source: Bion Aldo Syarief & Genoveva Genoveva, The analysis of Communication between Friends on Social Media towards purchase intension (A Studay case of companes in Entrepreneurship project of Presdent Unversty, Bekasi, Indonesia), Procedia- social and Behavol Sciences, issue 169, 2015, p34.

المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات طرح نظري

تظهر تكنولوجيا المعلومات في كل أوجه حياتنا فمن بداية اليوم قد تكون المعلومات في شكل نشرة الأخبار أو هاتفين ينبأ خبراً ما...، هذا ما جعلنا نخصص لها مبحثاً لنتناول فيه كل من مفهوم تكنولوجيا المعلومات، أهمية تكنولوجيا المعلومات وأهدافها، مكونات تكنولوجيا المعلومات.

المطلب الأول: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات

من خلال هذا المطلب سوف نعرض تعريف لتكنولوجيا المعلومات ومراحل تطورها وكذلك أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات.

الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات

تعد تكنولوجيا المعلومات كالقلب النابض في مختلف منظمات الأعمال، إذ تساهم في تسهيل انسيابية القرارات المناسبة وفي توجيه وتنفيذ مختلف عملياتها فهي مصدر حيوي لديمومتها وبقائها وتميزها التنافسي. (اللامي و شكر ولي البياتي، 2010، صفحة 16)، كذلك احتلت تكنولوجيا المعلومات مكانة رائدة من حيث الدور الاستراتيجي الذي تلعبه في الواقع. (Merzougui, Beggar, & Houiche, 2022, p. 140)

يعرف كل من صامويل سون وبوركو وآمي تكنولوجيا المعلومات على أنها: "إدخال تطبيق الأدوات، أو التقنيات المتصلة بعلم المعلومات في حل مشكلة النظم، مثل الحاسوب الإلكتروني، وسائل الاتصال والوسائط المصغرة. (ميمون، صفحة 29)، أصبحت تكنولوجيا المعلومات بشكل متزايد عاملاً مهماً وأساسياً لدعم العمليات التجارية في المنظمات. (Relationship, 2017)

ويعرف "محمود علم الدين" تكنولوجيا المعلومات بأنها مجموعة المعارف والخبرات والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الفرد في الحصول على المعلومات بكافة صورها وأشكالها كالمعلومات المصورة والرقمية والمرسومة والنصية، وفي معالجتها وبثها وتخزينها بغرض تسهيل الحصول عليها وتبادلها وإتاحتها للجميع فمن خلال إدخال بيانات معينة وبطريقة خاصة يستطيع الحاسب الآلي أن يقدم كم هائل من المعلومات المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بهذه البيانات، ليقوم الإنسان بدوره باستخدام هذه المعلومات الاستخدام الأمثل. (موسى، 2016، صفحة 32)

وتعرف تكنولوجيا المعلومات أيضاً: "أي أداة تعتمد على الحاسب الآلي، والتي تعاون الأفراد على الاعتماد على العمل مع المعلومات ودعم المعلومات واحتياجات تشغيل المعلومات في المؤسسة" (كورتل و يوب، 2016، صفحة

47،48). وتلعب تكنولوجيا المعلومات دورا مهما آخر في تعزيز نشاطات الدعم والإسناد التي تمثل جزءا من سلسلة القيمة. (العلاق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال مدخل تسويقي، 2012، صفحة 13)

وقد أسهمت تكنولوجيا المعلومات بشكل فاعل، في ظهور علم جديد وعلم المعلومات الذي يؤكد على التعامل المتطور مع مصادر المعلومات العلمية والبحثية وتوثيقها واختيار المناسب منها للتخزين والمعالجة، ومن ثم الاسترجاع المتقن والدقيق للمعلومات. (المزاهرة، 2014، صفحة 41).

تشمل تكنولوجيا المعلومات مجموعة من تكنولوجيات، التي تسمح بجمع وتخزين ونقل ومعالجة المعلومات في شكل صور وأصوات وبيانات، وهي تشمل الإلكترونيك الدقيقة علم البعديات الإلكترونية والتكنولوجيات الملحقة. (جوهر، 2013، صفحة 209)

وكذلك تشير تكنولوجيا المعلومات " إلى الوسائل المستعملة لإنتاج، معالجة، تخزين استرجاع، وإرسال المعلومة، سواء كانت في شكل كلامي (صوتي) أو كتابي أو صورة". (لخضر و أونان، 2013، صفحة 186)

وهناك تعريف آخر لتكنولوجيا المعلومات بأنها كل من الأجهزة الإلكترونية والتي تتوافر فيها برمجيات معينة وتعمل وفق إجراءات معينة بمعالجة المدخلات وإنتاج معلومات صالحة للاستخدام، ويتم ذلك باستخدام الحاسب الآلي. (شريف، 2021، صفحة 72).

فالتكنولوجيا المعلومات صارت اليوم بمثابة آلة جبارة لا يجوز أن تترك لتنتقل وحدها كيفما تشاء في مضمار الفوضى القادمة التي تعني حرب الجميع ضد الجميع، ولكن واجبا السيطرة عليها لصالح الإنسانية، بعد أن اخترقت عن طريق الأقمار الصناعية والأطباق والمعلومات المتقدمة كالإنترنت ووسائل الاتصال السريعة جميع الحدود بين الدول والقدرات والثقافات والخصوصيات المختلفة. (الأخرس، 2008، صفحة 76).

كما تم تعريف تكنولوجيا المعلومات على أنها "تمثل نظاما واسعا من القدرات والمكونات والعناصر المتنوعة المستخدمة في خزن البيانات ومعالجتها وتوزيع المعلومات بالإضافة إلى دورها في عملية خلق المعرفة. (عمارة، 2017، صفحة 279)

إن تكنولوجيا المعلومات لها دورا كبيرا في مجالات المعرفة والإبداع، بما تنتجه هذه التكنولوجيات من وسائل وطرق وأدوات مستحدثة للحصول على المعرفة واستيعابها وتوظيفها والمشاركة فيها بالشكل الذي يخدم منظمات الأعمال، ولقد اختلف الباحثون في الخروج بتعريف موحد لتكنولوجيا المعلومات. (حزوب، 2016، صفحة 13، 14)

وتعرف أيضا على أنها " كل التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها إلى معلومات بمختلف أنواعها، والتي تستخدم من قبل المستخدمين منها في كافة مجالات الحياة" (علاء السالمي، 2009، صفحة 19). وكذلك يمكن تعريفها هي البحث عن أفضل الوسائل لتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة بسرعة وفاعلية. (الجاسم، تكنولوجيا المعلومات، 2005، صفحة 50).

إذن يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات على أنها: "المعرفة العلمية والأساليب والمعدات التي تمكن من إدارة المعلومات (جمع، معالجة، تخزين، وتوزيع) وهذا بما يخدم أهداف المنظمة"

الفرع الثاني: التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات

يتمثل التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات في: (حافظ و حسين عباس، 2014، صفحة 43، 44)

الجدول رقم (1-02): التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات

التاريخ	نوع التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات
3500-2000 ق.م	اختراع الكتابة المسمارية في بلاد وادي الرافدين باستخدام ألواح الطين.
667-628 ق.م	أول مجموعة لمصادر المعلومات في العلم في مكتبة آشور باني بال المكتوبة على ألواح الطين.
650 ق.م	صناعة أول أداة حسابية من قبل الصينيين المسماة (الاباكس) واستخدمت من قبل قدماء الرومان واليونانيين والمصريين.
450 م	ابتكار الطبع على ألواح الخشب من قبل الصينيين.
1450 م	اكتشاف الآلة المعدنية للطباعة بالحروف المتحركة من قبل يوحنا جو تنبرغ في ألمانيا.
1617 م	اختراع العلم الرياضي الاسكتلندي جو نابير (الآلة نابير) للعد والحساب.
1632 م	تقديم المسطرة الحسابية من قبل عالم الرياضيات الانكليزي وليام اوتره.
1642 م	اختراع العالم الفرنسي بليز باسكال أول حاسبة ميكانيكية.
1671 م	ابتكر (جوتفرد وليام لينز) حاسبة لينز أكثر تطورا.
1805 م	ابتكار نول الذي يعمل بطريقة آلية باستخدام البطاقات المثقبة للتحكم بعمليات النسيج من قبل جوزيف جاكارد.
1823 م	اختراع التلغراف الكهربائي من قبل (Samuel-morse) وهو أول نظام اتصال رقمي بعيد المدى

1839 م	اختراع (jon bengamin) آلة التصوير ونتاج أول مصغر فلمي.
التاريخ	نوع التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات
1840 م	اختراع الاسكتلندي (Alexander bian) الفاكس ميل.
1876 م	اختراع الهاتف من قبل الكسندر جراهام بيل.
1906 م	ولادة المذياع.
1926 م	ظهور التلفاز على الوجود على يد جون بيرد.
1929 م	اختراع أشرطة الفيديو المرئية على يد رينالد فيريوس.
1946 م	اكتشاف الموجات المصغرة (الميكروويف).
1947 م	اكتشاف الترانزستور في أمريكا.
1962 م	بدء اول بث مباشر على الأقمار الصناعية.
1964 م	عرض معالج الكلمات Word processor
1969 م	إنشاء أول شبكة معلوماتية محسوبة باسم
1970 م	ميلاد أول حاسب شخصي.
1979 م	ميلاد تقنية الأقراص الليزرية التي تطورت فيما بعد.
1982 م	اول عرض للحاسوب المحمول او النقال، وارسال اول رسالة بريد الكتروني على يد راي توم لينسون.
1993 م	عرض الحواسيب المنضدية للوسائط المتعددة.
1995 م	طرحت ماكروسوفت نظام 95 وندوز وبنفس الوقت تم تأسيس اتحاد الشبكة العالمية. www
2000-2003 م	طرحت ماكروسوفت نظام 2000، 2003، Windows XP
2007 م	طرحت ماكروسوفت نظام Word 2007
	ومازالت التطورات مستمرة إلى وقتنا الحالي

المصدر: عبد الناصر علك حافظ، حسين وليد حسين عباس. (2014) نظم المعلومات الادارية بالتركيز على وظائف المنظمة، دار عيذاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، ص43، 44.

الفرع الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات

منافع وأهمية تكنولوجيا المعلومات للمنظمات لا حصر لها وهي في تزايد مستمر مع تطوراتها، ويمكن حصر أهم هذه المنافع في النقاط الرئيسية التالية: (فاطمة، تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل لتفعيل التطوير التنظيمي في منظمات الأعمال-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر--المديرية العملية للاتصالات بالجلفة-(أطروحة دكتوراه)، 2020، صفحة 37، 38):

أولاً: تحسين الكفاءة التشغيلية: فاستخدام المعلومات الدقيقة يتيح فرص انتفاع أفضل من الموارد وإنتاج الخدمات بأقل تكلفة وبأقصى سرعة من خلال تقليل الأوامر وتوفير معلومات تشغيلية لاتخاذ القرارات؛

ثانياً: تقليص الحجم المنظمات: تعد تكنولوجيا المعلومات أداة فاعلة في تقليص حجم المنظمات وإعادة التنظيم، إذ تدل التقديرات في الدول الصناعية أن نتيجة استخدام هذه التكنولوجيا أمكن من تخفيض الحجم الإداري بنسبة تنحصر بين (40 و30%)، تقليل الاعتماد على الأيدي العاملة وإحداث تغييرات في المهام والمسؤوليات؛

ثالثاً: تحسين عملية اتخاذ القرارات: إن توفر المعلومات الدقيقة وفي الوقت المناسب يساعد المديرين على تقليل الاعتماد على التخمين والتجربة والخطأ ويسهم في تخليصهم والعاملين من أعباء المهام الروتينية بما يتيح لهم استغلال أوقاتهم في التخطيط ورسم السياسات الأمر الذي يعكس على كفاءة الأداء، وبالتالي صنع قرارات أفضل؛

رابعاً: تحسين ظروف العمل: إذ يساعد توفير المعلومات على رفع الروح المعنوية للموظفين ويساعد توفير المعلومات والعلوم والمعارف المختلفة على إثراء الجانب الفكري للموظفين الأمر الذي يساعد على تقديم أفكار مبدعة وهذا يعني رفع كفاءة الموظفين من حيث السرعة والدقة وتقليل الإسراف والضياع في الموارد المادية والبشرية والمعلومات؛

خامساً: تحقيق الميزة التنافسية: بما أن تكنولوجيا المعلومات تساعد على تحقيق الكفاءة التشغيلية وخفض التكاليف وتحسين عملية صنع القرار وتحسين العلاقة بين المنظمة وزبائنها ومورديها بما يضمن استهداف أكبر عدد من الزبائن والتعامل مع أفضل الموردين بما يؤدي إل تقديم خدمات جديدة تشبع حاجات الزبائن وبالتالي زيادة الربح وهذا يعني أنا قد حققت ميزة تنافسية؛

سابعاً: إدارة المخاطر: تعمل تكنولوجيا المعلومات على تمكين المنظمة من أدراك العديد من المخاطر المحتملة وخفض احتمالاتها عن طريق البحث العلمي، والتنظيم، والقدرات التنظيمية، كما تساعد على كشف الانحرافات في الوقت المبكر لمنع تفاقمها والعمل على وضع المعالجة المناسبة لها؛

ثامنا: السيطرة على المعلومات: فهي تساهم في جمع كم هائل من المعلومات من أماكن شديدة التباعد والاختلاف، كما أنها تقوم بعمليات حفظ البيانات والمعلومات التاريخية الضرورية التي تعد أساس عمل المنظمة؛

تاسعا: الاستجابة والتكيف مع ظروف بيئة العمل: تحتاج المنظمات لتكنولوجيا المعلومات لكي تستطيع الالتحاق بركب التطور تجنب احتمالات العزلة والتخلف عن مواكبة عصر المعلوماتية والتنافس في تقديم الخدمات.

الفرع الرابع: أهداف تكنولوجيا المعلومات

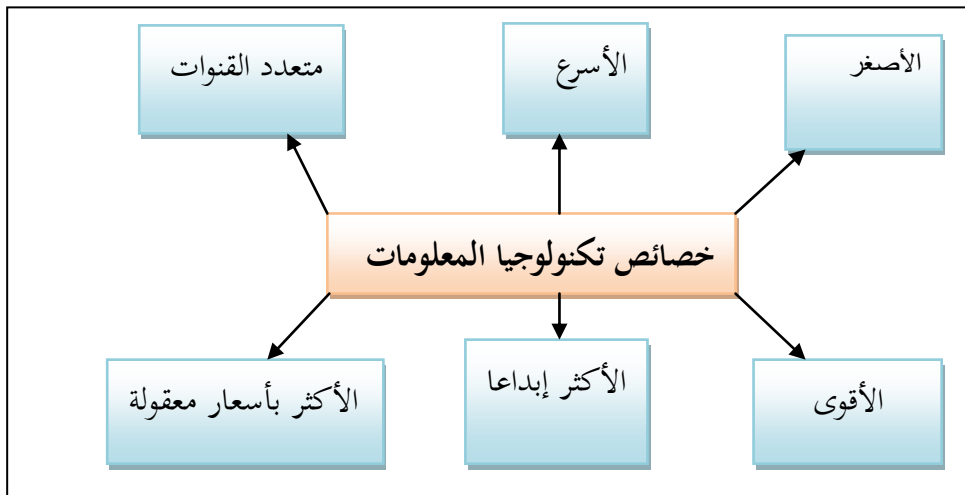
تتمثل أهداف تكنولوجيا المعلومات فيما يلي: (النجار، 2006، صفحة 13)

الأعمال الممكن تشغيلها وأدائها، التكاليف الكلية للنظام، الأداء (مجم العمليات)، طبيعة وخبرة المستخدم، ضمان التكامل لعدم ضياع البيانات، أمن المعلومات، سرعة تطوير النظام، القدرة على التغيير والتعديل، إمكانية تكبير الإمكانيات، قدرة تحمل أعمال إضافية، زمن الضمان، إمكانية التشغيل على قواعد بيانات مختلفة أو نظم لتشغيل أو أجهزة متنوعة، الجهود اللازمة للحفاظ على النظام.

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات

لقد تميزت تكنولوجيا المعلومات عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بمجموعة من الخصائص، أهمها ما يلي:

الشكل رقم (1-04): خصائص تكنولوجيا المعلومات



Source : BRAIK Flora, SELMANI saliha,(2018).L'utilisation et l'apport des Technologies de l'Information et de la communication(TIC) dans les entreprises Touristiques :cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou, En vue de l'obtention du diplôme de Master academique en Sciences Economiques, fACULTE DE SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES SCENCES DE GESTION ,UNIVERSITE MouLOUD MAMmERI DE TIZI-OUZOU,P47.

1. أكثر ابتكاراً: تجلب لنا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسائل جديدة بالإضافة إلى تلك التي لدينا بالفعل ووسائل جديدة للتواصل والتعبير عن أنفسنا والإبداع والعمل والتعلم. وهذه الظاهرة مستمرة بمعدل يبدو دائماً أن مستمر؛ (FLORA & SELMANI, 2018, p. 27.)
2. **تقليص الوقت:** فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن إلكترونياً متجاورة؛ وتعني توفير المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب بالسرعة المناسبة إذ لا قيمة للمعلومات أن تصل في غير وقتها المناسب، وفي هذا أكد على ضرورة وصول المعلومات في وقتها المناسب مراعيه في ذلك تكلفتها، وهذه الخاصية ترتبط بالزمن الذي تستغرقه دورة المعالجة (الإدخال وعمليات المعالجة وإعداد تقارير المخرجات للمستفيدين) حيث استخدام الحاسب الآلي يؤدي إلى تخفيض الوقت اللازم لدورة المعالجة. (سراج، 2005، صفحة 133)
3. **تقليص المكان:** تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجماً هائلاً من المعلومات المخزنة؛
4. **اقتسام المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث والنظام؛ (العال، 2022، صفحة 369)
5. **الذكاء الاصطناعي:** أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات وتطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج؛
6. **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال فالانترنت مثلاً تتمتع باستمراريتها عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تطلعها على مستوى العالم؛
7. **اللامركزية:** وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك، كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة للاتصالات. سواء من شخص واحد إلى شخص واحد، أو من جهة واحدة إلى مجموعات، أو من مجموعة إلى مجموعة؛ (العلمي، 2019، صفحة 25).
8. **تكوين شبكات الاتصال:** تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستخدمين والصناعيين، وكذا منتجي الآلات، ويسمح بتبادل المعلومات مع باقي النشاطات الأخرى؛
9. **العالمية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونياً خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي

يحركها رأس المال المعلوماتي فيسمح لها بتخطي عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية؛ (هنا، 2016، صفحة 43، 44)

10. الشمول: الشمول هي الدرجة التي يغطي بها نظام المعلومات احتياجات المستخدمين بحيث تكون بصورة كاملة دون تفصيل زائد ودون إيجاز فقدتها معناها. (دليلة، 2010، صفحة 58)

المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا المعلومات

تتكون تكنولوجيا المعلومات مجموعة من العناصر المترابطة التي تتفاعل مع بعضها البعض لتحقيق الهدف المنشود، والذي يتمثل في إيجاد مجموعة من أنظمة المعلومات والتي تساعد المستويات الإدارية المختلفة على إنجاز أعمالها وهذه المكونات الحاسوب ومكوناته والبرمجيات والأفراد والإجراءات وقواعد البيانات والشبكات والاتصالات. (الشوابكة، 2011، صفحة 169).

أولاً: تعريف (الكومبيوتر)

الحاسوب هو آلة إلكترونية قادرة على إجراء العمليات الحسابية المختلفة بسرعة عالية، وهو يخزن ويحلل ويطبع المعلومات، حيث يتم تحويل المعلومات أو البيانات إلى لغة يتفاعل معها الحاسوب، حيث يعمل على تحويلها وتخزينها والخروج بنتائج بطريقة آلية. (ثليثة، 2020، صفحة 153)

كذلك يمكن تعريف الحاسوب: "من الناحية الفنية يسمى "الكومبيوتر (PU) أو المعالجة المركزية" الوحدة الصندوق المعدني الموجود بالقرب من الشاشة يحمل "أدمغة الكومبيوتر" هذا والمكان الذي تحدث في جميع الإجراءات والأجزاء الأخرى من المعدات المستخدمة تدور حول إدخال المعلومات إلى هذه القطعة وإخراجها من المعدات (CPU) (sana & Dr.Grine, 2020, p. 30)

ثانياً: قواعد البيانات

تعرف بأنها مجموعة من البيانات الخام والمعلومات المعالجة والمرتبطة ذات العلاقة المتبادلة فيما بينها والمخزنة بطريقة نموذجية (ملفات وسجلات متكاملة) ويمكن استرجاعها وتحديثها والتعامل معها بسهولة لخدمة أغراض المنظمة (الحناق، 2016، صفحة 10)

يعرفها قاموس مصطلحات الحاسب الآلي بأنها أسلوب لتنظيم البيانات في شكل ملف أساسي ضخم يتيح التعامل مع البيانات بطريقة شمولية تلي الاحتياجات المختلفة لمتخذ القرارات. (الحنفاوي، 2001، صفحة 267)

ظهرت قواعد البيانات كصناعة جديدة خلال عقد 70، حيث قامت شركات الحاسبات الإلكترونية بتصنيع معدات إلكترونية تسمح لكل أنواع الحاسبات بأن "تتحدث" مع بعضها عن طريق المنافذ الطرفية أصبح في استطاعة الأفراد التعامل مع تلك الشبكات للمعلومات سواء الحكومية أو الخاصة والتي بلغ عددها عام 1986 أكثر من ألف قاعدة للبيانات. (مكاوي، 2003، صفحة 214)

ثالثا: البرمجيات

البرمجيات والمصطلح الشائع للأوامر التي تتحكم في تشغيل الحاسوب. (الخوري، 1998، صفحة 39)

يقصد بها البرامج التي تدير عمل الأجهزة، فهي الجانب أو الشق الذهني أي ما ليس ماديا أي البرامج التي ندخلها إلى المدخلات التي تشمل نواحي معرفية عديدة من المعلومات ومعارف وبيانات، وهي المعطيات التي نستخلص منها المعلومات التي تبعث الحياة في أوصال هذه الآلة الصماء، فهي التي تجعل ذاكرة الكمبيوتر ووسائل تخزين، ووحدات إدخال وإخراج، وكأنها كائن حي قادر على أن ينتج ويتجاوب ويتكيف. إن البرمجيات هي التي تجعل الكمبيوتر أداة للعب أو وسيلة لدعم القرار السياسي أو نظاما للدفاع الاستراتيجي، بل تلعب دور المترجم بين الإنسان والآلة، فهي التي تعيد صياغة تعليمات الإنسان في صور يمكن للآلة أن تتعامل، وتحول نتائج هذه الآلة إلى الشكل الذي يستطيع الإنسان أن يستوعبه بسهولة. (شكري، 1996، صفحة 31)

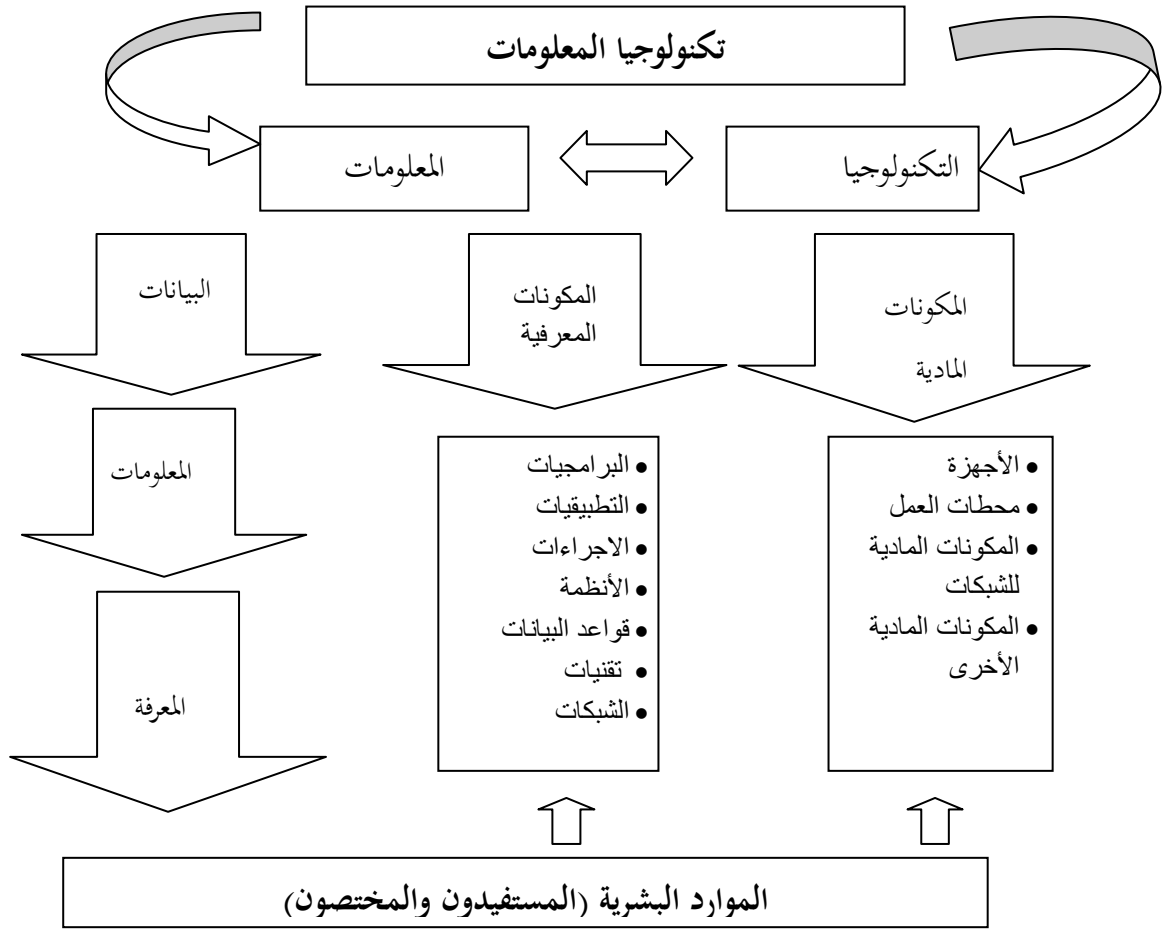
رابعا: الاتصالات

جدير بالذكر، أن الاتصالات هي عملية تنال المعلومات والمعرف وتبادلها من المرسل-مصدر المعلومات-إلى المستقبل أو مجموعة المستقبلين-مستلمو المعلومات-، وذلك باستخدام الوسائل والتكنولوجيا المتاحة. فالاتصالات تعني فن استخدام المعلومة من قبل المرسل لغرض إيصالها إلى عقل الطرف الآخر وهو المستلم وإحداث استجابة. (البكري، 2006، صفحة 34).

خامسا: الشبكات

الشبكات هي نظام يربط جهازي حاسوب، أو عدة أجهزة من أجل تبادل المعلومات والبيانات بينها، من الممكن أن تكون أجهزة الحاسوب قريبة من بعضها. (قنديلجي ع.، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، 2010، صفحة 407)

الشكل رقم (1-05): مكونات تكنولوجيا المعلومات



المصدر: عبد الناصر علك حافظ وحسين وليد حسين عباس. (2014). "نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة"، الطبعة الأولى، دار علياء للنشر والتوزيع، عمان، ص59.

المبحث الثالث: أساسيات حول تكنولوجيا الاتصال

إن العصر الذي نعيش فيه أصبحت تكنولوجيا الاتصالات تعتبر حجر زاوية ولذلك سوف يتم التطرق إلى: مفهوم تكنولوجيا الاتصال وأنواعها وخصائص تكنولوجيا الاتصال بالإضافة لشبكات الاتصال.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال

هي جل المعدات والبرامج التي تشكل مختلف لواحق العتاد وتعمل على نقل المعطيات من مكان إلى آخر بحيث يمكن وصل الحواسيب ومعدات الاتصال لتشكيل شبكات لتبادل وتقاسم الأصوات والصور والفيديو. (محمد ز.، 2017، صفحة 98)، فالتكنولوجيا الجديدة للاتصال بمعناها المعاصر يفترض في مكوناتها الدعامة الإلكترونية والكهرباء.

فمعناها الواسع يشير إلى مجموع الأدوات المتعلقة بعمليات الإنتاج والتخزين والمعالجة، تبادل المعلومات الرقمية، مهما كان شكلها من وسائل الإعلام الرقمية والهاتف الثابت والحمول إلى الانترنت مروراً بالبطاقات الإلكترونية وأنظمة المحاضرات السمعية والبصرية عن بعد. إنها تجمع بين ثلاثة مجالات تقنية: الاتصالات عن بعد، السمعي البصري، الإعلام الآلي، بحيث تنتج عن تقاطعها المعلوماتية عن بعد وعن إدماجها، وسائل الاتصال المتعددة، ويستدعي استعمالها مكونات إلكترونية و طاقة كهربائية. (زيتوني، 2021، صفحة 20).

يقصد أيضا بتكنولوجيا الاتصال تلك التطورات التكنولوجية في مجال الاتصالات التي حدثت خلال الربع الأخير من القرن 20، والتي أتسمت بالسرعة والانتشارية والتأثيرات الممتدة من الرسالة إلى الوسيلة إلى الجماهير داخل المجتمع الواحد أو بين المجتمعات. (حوة، 2020، صفحة 116)

إذن يمكن تعريف تكنولوجيا الاتصال: "مجموع وسائط الاتصال والعناصر الفاعلة في عملية نقل المعلومات عبر الأماكن المختلفة".

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا الاتصالات

يمكن تلخيص خصائص تكنولوجيا الاتصال في الجدول التالي:

الجدول رقم (1-03): خصائص تكنولوجيا الاتصال

الاقتصاد الصناعي	الخصائص	الاقتصاد الاتصالات والشبكات
توفير التكلفة من خلال التكامل الأفقي كما في حالة الصناعة والنشر	تكلفة منخفضة	المرونة من خلال الوصول إلى المصادر ومواقعها متفرقة على شبكة الويب العالمية
إمكانية زيادة العملاء للمواقع الطبيعية وفحص السلع المختلفة كما في حالة السوبر ماركت	دور المضمون	اختيار العملاء السلع المبينة على الموجود على الخط المباشر
التمييز الواضح بين منتجي المضمون المعرفي كالجرائد في مواجهة المجالات والدوريات	عدم وضوح الحدود	أصبحت معظم الشركات مرتبطة بالمضمون المعرفي كما في حالة السفر التي تقدم معلومات عن المضمون
اختيارات محدودة للعملاء من خلال قنوات محدودة ومتاحة	التحويل في القوة	تواجد اختيارات متعددة أمام العملاء من خلال التنوع القنوات
اشتمال البيانات الأساسية للأعمال والأسواق والقدرة في التغيير تستغرق وقت وتكلفة	التنافس المتسرع	تساعد البنية الأساسية للأعمال والأسواق على القدرة بسرعة كبير
تبني الأعمال على توزيع الشبكات وتحديد العملاء كمشاركين	نماذج أعمال الأخبار	تصنع الأعمال الفحوى المعرفي على شبكات المعلومات في محاولة جذب مستخدمين كثيرين

المصدر: منى محمد إبراهيم البطل، تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة، "الشخصية والإدارية ونظم المعلومات".

المطلب الثالث: أنواع تكنولوجيا الاتصال وشبكات الاتصال

سيتم التطرق من خلال هذا المطلب إلى أنواع وشبكات الاتصال كما يلي

الفرع الأول: أنواع تكنولوجيا الاتصال

وفي ما يلي سيتم استعراض أهم أنواع تكنولوجيا الاتصالات: (يوسف و براهمة، 2014، صفحة 263):

أولاً: الانترنت: هي اختصار لعبارة الشبكة الدولية وهي شبكة تربط بين العديد من شبكات المعلومات وقواعد البيانات في معظم دول العالم ويمكن لأي فرد من أي مكان النفاذ إليها.

وتعرف كذلك "الانترنت عن اتصال بين مجموعة من الحاسبات الإلكترونية" الكمبيوتر من خلال شبكة اتصال متعددة يطلق عليها (NET Wok) " (زريقات، 2007، صفحة 36)؛

ثانياً: الهاتف النقال: " هو وسيلة أو جهاز صغير يستخدم للتواصل، موصل بشبكة اتصالات لاسلكية رقمية تسمح بيبث واستقلال الرسائل الصوتية والنصية والصور ويعتبر الهاتف النقال أحد أهم تقنيات الاتصال الحديثة التي تطور باستمرار حتى أصبحت أكثر من مجرد وسيلة اتصال صوتي وتعيدها إلى القيام بمهام الكمبيوتر، الكاميرا، آلة التصوير، المسجل، آلة حاسبة، المذياع... الخ؛

ثالثاً: الأقمار الصناعية: عبارة عن جهاز يدور في الفلك الخارجي حول الأرض أو حول كوكب آخر ويقوم بأعمال عديدة مثل الاتصال، الفحص، الكشف؛

رابعاً: الإذاعة: الإذاعة كمؤسسة وكوسيلة اتصال تعد وعاء للمضمون الثقافي الذي تحفل به برامجها وهي بذلك تصنف ضمن المواد الحاملة للثقافة والعامل على نشرها بين مستعمليها.

الفرع الثاني: شبكات الاتصال

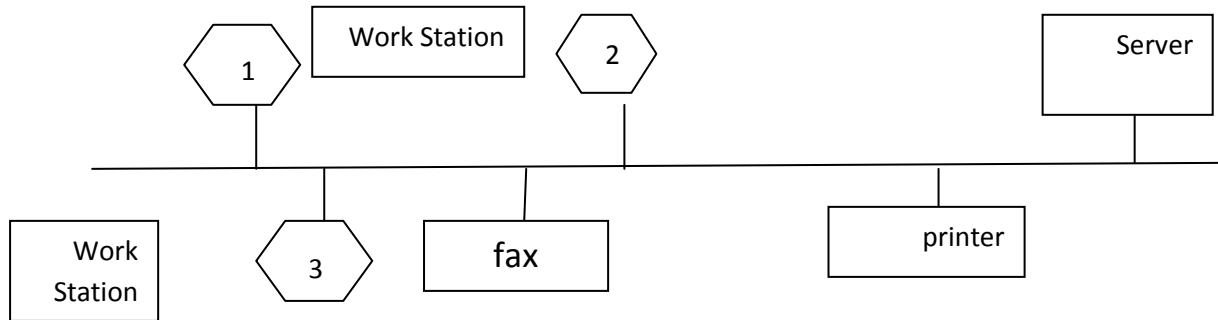
أولاً: تصنيف الشبكات حسب المجال الجغرافي

1. شبكة الاتصال المحلي LAN

تقوم هذه الشبكة بالربط نظم الكمبيوتر وأجهزة أخرى في مجال محلي محدد مثل طابق في بناية أو نطاق جغرافي معين، تستخدم الشبكة بصورة واسعة في أنشطة الأعمال الصغيرة أو في أقسام منظمات الأعمال الكبيرة، وتساعد الشبكة في إشراك العاملين بالأجهزة والبيانات والبرامج، وتعمل على تحقيق عمل جماعي أكثر كفاءة وفعالية.

تتكون شبكة الاتصال المحلية من كمبيوتر رئيسي يقوم بالتحكم في البرامج، وفي مرور المعلومات وتنظيمها ومحطات العمل التي تتصل بالشبكة والأجهزة الملحقة مثل الطابعات بالإضافة إلى قنوات الاتصال من كابلات وغيرها. ويوضح الشكل التالي نموذج بسيط لشبكة الاتصال المحلي.

الشكل رقم (1-06): شبكة الاتصال المحلي LAN



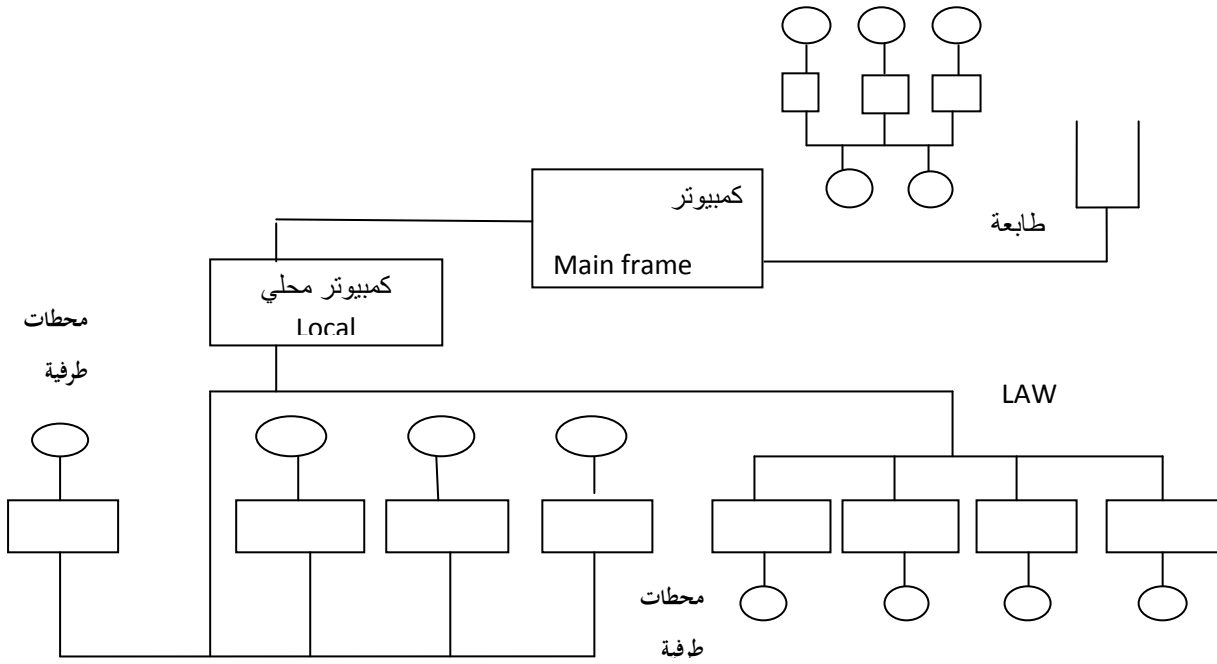
المصدر: ياسين سعد غالب. (2010). "تحليل وتصميم نظم المعلومات"، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ص 257.

- ✓ العائلة الأولى: ممثلة بحاسوب كبير ويعمل بنظام التشغيل؛
- ✓ العائلة الثانية: ممثلة بأجهزة متوسطة الطراز؛
- ✓ العائلة الثالثة: عبارة عن أجهزة تعمل على نظام التشغيل، ويمكن توصيل العائلات الثلاثة، على شبكة محلية وبعيدة برامج حسب احتياجاتها. (غالب، تحليل وتصميم نظم المعلومات، 2010، صفحة 257)

2. شبكة واسعة النطاق WAN

الشبكات واسعة النطاق ما هي إلا شبكة ذات انتشار واسع مثل شبكة التلفزيون وتقوم الشبكة الواسعة النطاق على حساب مضيفة يقوم بخدمة نهايات طرفية مختلفة موجودة بالشبكة، وهذا النوع من الشبكات يختلف عن الشبكات المحلية. حيث أن قدرتها أعلى ومداه واسع ويتضح ذلك من خلال اسمه. (مرسى، 2005، صفحة 157) وفيما يلي يوضح الشكل شبكة واسعة النطاق:

الشكل رقم (1-07): شبكة واسعة النطاق



المصدر: ياسين سعد غالب، (2005)، تحليل وتصميم نظم المعلومات، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص258.

3. شبكة منطقة العواصم MAN

تعتبر شبكة منظمة العواصم شكل موسعا لشبكة المنطقة المحلية ، وتستخدم نفس التكنولوجيا، حيث أنا تقوم بتغطية منطقة جغرافية واسعة لتصل إلى عدة مدن صغيرة.

ويتم الاستعانة ببيوت خبرة متخصصة لتكوين هذا النمط من الشبكات وخاصة عندما تكون مجموعة الشبكات المحلية ذات نظم تشغيل متباينة، إذ يتطلب الأمر إجراء توصيلات عبر جسر لكي تتمكن هذه الشبكات من التراسل واستثمار الموارد المتاحة لديها من المعلومات والبيانات. (غالب، تحليل وتصميم نظم المعلومات، 2005، صفحة 258)

ثانياً: تصنيف الشبكات حسب دور كل حاسوب في توفير خدمة الشبكة

يمكن التمييز بين النوعين من الشبكات المحلية على أساس المهام الموكلة للحواسيب وهي:

1. شبكة الند للند

تمثل شبكة الند للند النوع الثاني من الشبكات المحلية حيث تكون جميع أجهزة الحاسوب متساوية ومتكافئة في إمكانياتها وقدراتها، بمعنى آخر، لا يوجد فيها مزودة معين بل يستطيع كل جهاز أن يكون مزودا وزبون في الوقت نفسه. تمتلك شبكة الند للند المزايا التالية:

✓ سهولة الإنشاء والبناء؛

✓ عدم الحاجة لتعيين مدير الشبكة؛

✓ تعمل في بيئة ذات عدد محدود من الأجهزة.

أما عيوب شبكة الند للند في لا تؤدي دورا جيدا عندما يكون عدد حواسيب الشبكة كبيرا، كما لا توجد سيطرة مركزية على الشبكة. (مهيبيل، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تفعيل وظيفة إدارة الموارد البشرية) (دراسة حالة مديرية الموارد البشرية بوزارة المالية) (رسالة الماجستير)، 2012، صفحة 88، 89

2. شبكة الزبون الخادم

شبكة الزبون الخادم هي شبكة محلية "تعتمد على تكنولوجيا المزود/الزبون حيث يقوم الحاسوب المزود (ويسمى المضيف أو الخادم) بتقديم جميع الخدمات الشبكية إلى الحواسيب الأخرى الموجودة ضمن الشبكة والتي تسمى حواسيب الزبائن، والمزود قد يكون مزود الملف، مزود الطابعة أو مزود الاتصالات، وفي كل الأحوال يتولى الحاسوب المزود كل أنشطة السيطرة وحماية موارد بيانات النظام والشبكة بينما تتيح حواسيب الزبائن الاتصال المرن والسريع في الوقت الحقيقي للزبائن والنفاد إلى الشبكة وتوفير واجهة للزبون أو المستفيد النهائي.

تتمتع شبكة الزبون والخادم بالمزايا التالية:

✓ السيطرة المركزية على أمن الشبكة ومصدرها يسهل إدارتها؛

✓ يمكن استخدام عدد كبير من الحواسيب في الشبكة.

عيوب شبكة يمكن في الحاجة إلى كادر متخصص لإدارة الشبكة، كما إذا حدث عطل في الخادم تتعطل الشبكة.

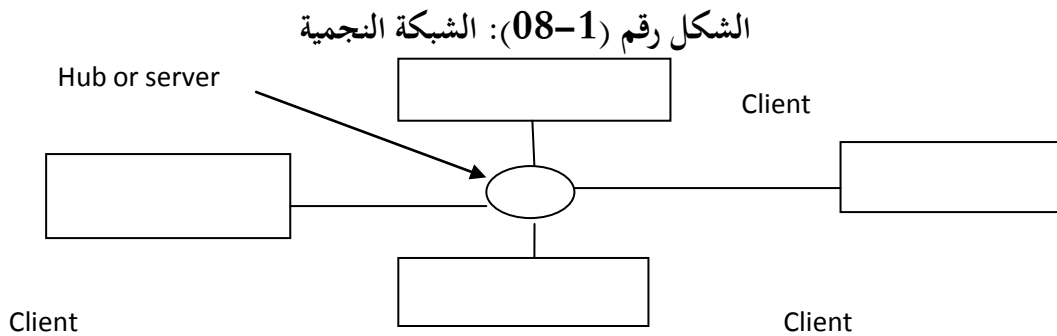
ثالثا: تصنيف الشبكات حسب الطريقة التي توصل بها الحواسيب في الشبكة

تعرف الأنماط الهندسية لشبكات الحاسوب اطوبولوجيا الشبكات وهي تصنيف الطريقة التي تتصل بها الحواسيب التي تكون الشبكة، وهناك 4 أنواع من الطوبولوجيا:

1. الشبكة النجمية

تشكل الشكل النجمية من أجهزة مرتبطة بموزع وتأخذ شكل نجمة، ومن هنا جاء اسم الشبكة، وتفيد الشبكة في تنفيذ أنشطة الأعمال بالأسلوب المركزي، (غالب، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، 2009، صفحة 166).

من مزايا الشبكة النجمية و أن عطل في أي جهاز لا يؤثر على عمل الشركة باستثناء عطل المزود أو الموزع، بالإضافة إلى سهولة تراسل البيانات ومزايا تطبيق الأسلوب المركزي في إدارة موارد البيانات. لكن عيوبها انخفاض درجة الاعتماد عليها بسبب مخاطر عطل الحاسوب المزود وطول فترة الانتظار وارتفاع تكاليفها.



المصدر: ياسين سعد غالب. (2009). "أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص166.

2. الشبكة الحلقية أو الدائرية

يستخدم هذا النوع من الشبكات للربط بين مجموعة من الحواسيب بعضها ببعض على شكل حلقي أو دائري، وقد يكون الاتصال من خلال هذه الشبكة بانتقال البيانات أو المعلومات في اتجاه واحد، كما قد يكون الاتصال مزدوج الاتجاه بين كل حاسبين في شكل حلقي.

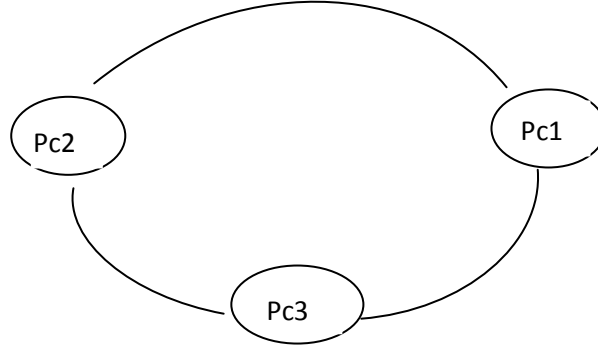
كما تجدر الإشارة إلى أن كل جهاز من الأجهزة الدائرية يستقبل الإشارة ويقوم بإعادة إرسالها إلى الجهاز الآخر، أي أن كل الأجهزة تتساوى فيها فرص استقبال الإرسال.

ويتم تسيير الاتصالات في هذا النوع من الشبكات باستخدام بروتوكول خاص يسمى "بروتوكول علامة المرور" والذي يستعمل إشارة تحكم يتم بواسطتها تحديد الجهاز المسموح بنقل المعلومات عبر الشبكة خلال وقت محدد. واهم ما يميزه:

✓ تتمعه بدرجة عالية من الوثوقية فتعطل جهاز واحد لا يترتب عليه تعطل الشبكة؛

✓ إضافة إلى قابليتها للتوسع وإضافة أجهزة جديدة. (العيد، 2022، صفحة 21)

الشكل رقم (1-09): الشبكة الحلقية



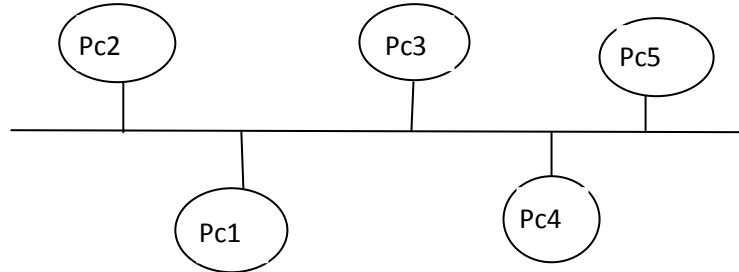
المصدر: ياسين سعد غالب. (2009). "أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 167.

3. الشبكة الخطية

تستخدم الشبكة الخطية خط اتصال واحد لنقل البيانات، ترتبط به جميع أجهزة الحاسوب المرتبطة بالشبكة كما هو

واضح فيما يلي:

الشكل رقم (1-10): الشبكة الخطية



المصدر: ياسين سعد غالب. (2009). "أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 168.

4. الشبكة الهرمية

وتأخذ شكل شبكة شجرية أحيانا، وقد تمثل عدة شبكات مرتبطة مع بعضها بشبكة شجرية أو هرمية واحدة،

وفي هذا الشكل من شبكات الحواسيب المتوفرة في مراكز ومؤسسات المعلومات المشاركة يكون ارتباط حاسوب مركز، عبر

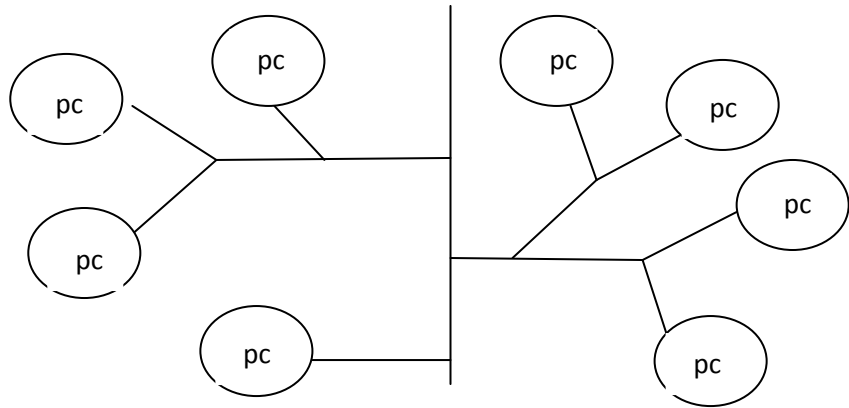
نقاط اتصال متعددة بحواسيب أخرى تكون هي أول عدد منها، مرتبطة بحواسيب وطرفيات ثالثة، موزعة على شكل يشبه الشجرة.

وهذا الشكل من الشبكات يمكن أن يعتبر مركزيا، بالنسبة بحاسب المركز الرئيسي التي تمثل نقطة الارتكاز، وحواسيب المراكز المرتبطة بها مباشرة، إلا أنها تكون لا مركزية بالنسبة لحواسيب المراكز الفرعية الأخرى المرتبطة بحواسيب المراكز الثانوية. (قنديلجي و السامري، شبكات المعلومات والاتصال، 2009، صفحة 77)

من مميزات اعتماد على حاسوب مركزي، وكل الاتصالات تمر عبر هذا الحاسوب المركزي وكل البيانات موجودة به، كما تضمن سهولة التعامل مع البيانات عن طريق أي طرف من الحواسيب، فإذا حصل خلل في أي من الحواسيب الطرفية فلن يؤثر على بقية الشبكة، لكن إذا حصل خلل في الحاسوب المركزي فإن عمل الشبكة. (مهيل، مرجع سبق ذكره، صفحة 91)

ولقد شملت تكنولوجيا الشبكات عدة مصطلحات تشير إلى معاني متقاربة، تفصل بينها حدود دقيقة ديناميكية مثل الانترنت، الإكسترنات، الانترنت والتي ينسبها العديد إلى الشبكات الواسعة. (طوبهري ف.، 2015، صفحة 16).

الشكل رقم (1-11): الشبكة الهرمية



المصدر: عامر إبراهيم قنديلجي وإيمان فاضل السامري. (2009). "شبكات المعلومات والاتصال"، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ص 77.

5. شبكة الانترنت

إن هذه الوسيلة الحديثة والتكنولوجية تعتبر في الوقت الحاضر من أهم وسائل الحصول على البيانات، ويتم ذلك بمجرد كبس بعض الأزرار الخاصة بهذه العملية على الحاسب. (القاضي و البياتي، 2008، صفحة 119)

فالانترنت هي مجموعة مفككة من ملايين الحواسيب، أو النظم المحسوبة، موجودة في آلاف الأماكن حول العالم، ويمكن لمستخدمي هذه الحواسيب، ومن يستطيع استخدام حواسيب أخرى، من التحري عن العوامل، ولعثور عليها، أو المشاركة في ملفات متوفرة على الشبكة. ولا يهم نوع، أو حجم أو شكل، الحاسوب المستخدم. ويسهل عملية تبادل المعلومات والمشاركة بها وجود ما يسمى بالبرتوكولات أو المحددات، التي تحكم وتسهل عملية المشاركة والتبادل هذه (قنديلجي وفاضل السامرائي، صفحة 139).

إن من أهم صفات الإنترنت أن نظام مفتوح، وهذا يعني أنه يقبل أي نوع من أجهزة الكمبيوتر سواء كان منها ما يسمى غير المتلائم مثل كمبيوترات آبل ماكينتوش أو الأميجا أو الأجهزة المتلائمة مع كمبيوتر أي بي إم وكذلك يمكن استخدام الكمبيوتر النقال بوصلة بالهاتف النقال. (العريشي و الصبحي، 2016، صفحة 84)

ويمكن إنجاز فوائد استخدام الانترنت في عملية البحث العلمي من خلال ما يلي: (حمود و سلامة اللوزي، صفحة

36)

- ✓ ربط العالم بعض البعض الآخر واعتباره قرية صغيرة في تبادل وتداول المعلومات؛
- ✓ سهولة وسرعة الوصول والحصول على المعلومة في كل مكان وزمان؛
- ✓ القيام بعملية المسح والفحص بفعالية بسبب وجود جمهور عالمي كبير يتفاعل مع هذه البيانات والمعلومات؛
- ✓ يمكن الاستفادة من خدمات الانترنت في كافة أجزاء وأقسام المنظمة من مالية ومحاسبية وتسويق ومبيعات وأفراد عند إجراء البحوث.

6. شبكة الأنترنت

شبكة الإنترنت هي شبكة الشركة الخاصة التي تستخدم تقنيات الإنترنت والتي تصمم لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية أو من أجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة المنظمة. كما يتم تنفيذها في مقر الشركة أو في فروعها ووحدات أعمالها الإستراتيجية. ولا يستطيع الأشخاص غير العاملين في المنظمة الدخول إلى مواقع الشبكة. وربما تسمح إدارة الشركة بإعطاء موافقة خاصة للأشخاص من غير العاملين، مثل الموردين أو العملاء الكبار

للاستفادة من موارد شبكة الإنترنت. وباستخدام نظم الحماية والسيطرة وتقنيات الرقابة على المعلومات -مثل برامج جدران النار وغيرها- تستطيع الشركة حماية موارد الشبكة وضمان الاستخدام الشرعي لها.

بالإضافة إلى ما تقدم، توفر شبكات الإنترنت الكثير من المزايا والمنافع، مثل الاقتصاد في تكاليف الحوسبة، وتوفير الوقت والسرعة في الاتصال بين إدارات وأقسام المنظمة الواحدة، والاستقلالية والمرونة (حيث تربط الإنترنت بين أجهزة حاسوب من منظومات تقنية مختلفة والحاسوب الشخصي حالها في ذلك حال كل الشبكات)، والنفوذ إلى مصادر المعلومات عن طريق تطبيق واحد هو المستعرض ومن منصات عمل مختلفة، وتوفير خدمات الإنترنت مثل البريد الإلكتروني وخدمة الحوار في الوقت الحقيقي، وتقنية الملفات الإلكترونية النقالة، وخدمة مؤتمرات الفيديو.

بالإضافة إلى هذه المزايا تقدم شبكة الإنترنت تسهيلات وخدمات جمة للشركات التقليدية قياسا على الحلول الحالية المتاحة في هذه الشركات. (العلاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، 2007، صفحة 20، 21)

فإنترنت، على أساس ما تقدم عبارة عن مجموعة مفككة من ملايين الحواسيب الموجودة في آلاف الأماكن و الموقع حول العالم، ويمكن لمستخدمي هذه الحواسيب استخدام حواسيب وشبكات محسوبة أخرى للعثور على معلومات أو التشارك في ملفات. ولا يهم نوع الحاسوب المستخدم، وذلك بسبب وجود ما يسمى بالبروتوكولات يمكن أن تحكم وتسهل عملية التشارك هذه عبر الإنترنت. (القندلجي، 2013، صفحة 294).

الجدول يوضح بعض المزايا التي تقدمها شبكة الإنترنت للشركات التي ترغب في التحول:

الجدول رقم (1-04): المزايا التي تقدمها شبكة الإنترنت للشركات التي ترغب في التحول

مزايا وحلول الإنترنت	حلول الأعمال التقليدية
هيكل عام ومشارك لتبادل ملفات المعلومات	تعددية هياكل الملفات والمعلومات
قاعدة بيانات مشتركة مبنية على الجهاز الخادم لشبكة العنكبوت الدولي	تعددية قواعد البيانات ومحليتها واستقلاليتها
الاستقلالية عن منصة التشغيل	عدم توافق منصات تشغيل الحاسوب
وسائل لإدارة وتأمين الملفات على درجة من الدقة والاحتراف	ضعف في وسائل إدارة وتأمين الملفات

المصدر: بشير عباس العلاق. (2007). تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، ص 21.

7. شبكة الإنترنت

على عكس شبكة الانترنت التي تقوم بتزويد العاملين في داخل المنظمة باحتياجاتهم من المعلومات فإن شبكة الإنترنت تصمم لتلبية احتياجات المستخدمين في خارج المنظمة من موردين وعملاء ومجموعات المؤثرين وحملة الأسهم. وشبكة الإنترنت هي شبكة الشركة الخاصة التي تصمم لتلبية حاجات الناس من المعلومات ومتطلبات المنظمات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال. (العلاق، مرجع سبق ذكره، صفحة 22)، تجمع الإنترنت بين السرية والخصوصية للإنترنت، مع الوصول عالمي إلى الإنترنت موفرة بذلك وصول إلى شركاء العمل الخارجيين والموردين والعملاء في جزء محكوم من شبكة المؤسسة (القطار، 2003، صفحة 122).

لشبكة الإنترنت مزايا وعيوب تتمثل في: (طوبيري ف.،، صفحة 20)
ومن مزايا شبكة الإنترنت:

✓ تحافظ على خصوصية كل شبكة إنترنت؛

✓ خدمات التوظيف؛

✓ تسهيل العمليات الإدارية والتعامل مع العملاء والموردين في الشركات.

ومن عيوب شبكة الإنترنت:

✓ أمن الشبكة؛

✓ تنفيذها مكلف للشركة؛

✓ التقليل من لقاء المؤسسة بزبائنهم ومورديها.

المبحث الرابع: تطور التكنولوجيا المعلومات والاتصالات طرح نظري

إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال اجتاحت العالم ولم يعد بالإمكان تجاهلها خاصة على الصعيد الاقتصادي مما أدى بنا إلى التطرق لها من خلال تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها وأسباب التوجه نحو تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المطلب الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها وأثر تطبيقها

هنا سيتم عرض كل من التعريف والأهمية في ما يلي:

الفرع الأول: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

قبل التطرق إلى تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال نبدأ بتحديد مفهوم ثورة تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات لنخلص في الأخير إلى تعريف هذه التكنولوجيات التي يصعب إيجاد تعريف موحد لها بسبب تنوعها وتعقدتها؛ ويقصد بثورة تكنولوجيا الاتصالات، تلك التطورات التكنولوجية في مجالات الاتصالات التي حدثت خلال الربع الأخير من القرن العشرين والتي اتسمت بالسرعة والانتشار والتأثيرات الممتدة من الرسالة إلى الوسيلة إلى الجماهير داخل المجتمع الواحد أو بين المجتمعات، وهي تشمل ثلاث مجالات: (الحصري، 2017، الصفحات 179 - 181)

أولاً: ثورة المعلومات أو ذلك الانفجار المعرفي الضخم، المتمثل في الكم الهائل من المعرفة؛

ثانياً: ثورة وسائل الاتصال المتمثلة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية، وانتهت بالأقمار الصناعية والألياف البصرية؛

ثالثاً: ثورة الحسابات الإلكترونية التي امتزجت بوسائل الاتصال واندجت معها والانترنت أحسن مثال على ذلك.

أما مفهوم تكنولوجيا المعلومات فيشير إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحسابات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط، وأجهزة الفاكس وغير من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات.

ومن خلال كل هذا نلاحظ بأن ثورة تكنولوجيا الاتصال قد سارت على التوازي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات، ولا يمكن الفصل بينهما فقد جمع بينهما النظام الرقمي، الذي تطورت إليه نظم الاتصال فتراپطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات،

تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها " مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو آلية أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور.

إن المتطلع إلى التطورات والتغيرات المتلاحقة عبر العصور ابتداء من فجر التاريخ كان كل عصر يأخذنا قدما على نحو أكثر سرعة من العصر الذي سبقه، فالعصر الحجري ظل قائما لملايين السنين، إلا أن عصور المعادن التي تلتها قد دامت لفترة لا تزيد عن خمسة آلاف سنة، وقد قامت الثورة الصناعية بين أوائل القرن الثامن عشر وأواخر القرن التاسع عشر، أي أنها استغرقت 200 عام على وجه التقريب، واحتل عصر الكهرباء 40 عاما بداية من أوائل القرن العشرين حتى الحرب العالمية الثانية، أما العصر الإلكتروني فلم يدم سوى 25 عاما بالكاد، في حين بلغ عصر المعلومات 20 عاما من عمره مع نهاية التسعينات (كافي، عولمة الإعلام والإقتصاد الرقمي، 2016، صفحة 57).

كما تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال للإشارة إلى التقارب بين الوسائل السمعية والبصرية والهاتفية الشبكات مع شبكات الكمبيوتر من خلال نظام كابلات أو ربط واحد هناك حوافز اقتصادية كبيرة لدمج شبكة الهاتف بالكمبيوتر (abdenmour, 2022, p. 789)

تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) : عرفت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية: "تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمفهومها الواسع أنها مجموع القطاعات الاقتصادية التي تعمل على تصوير ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات بواسطة وسائل إلكترونية. (بوزيد، 2012، صفحة 74) ."

تعريف CEFRIO: "عرف المركز الفرنكوفوني في البحث ما بين المنظمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال كما يلي: "هي تلك التكنولوجيا التي تضم تكنولوجيا الإلكترونيك الخاصة بقراءة/ و تخزين ومعالجة ونقل المعلومات". وكذلك يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي نتيجة دمج كل من الأجهزة (أجهزة الكمبيوتر) في البرامج المرتبطة بها (التطبيقات والأنظمة). (Karima, 2020, p. 650)

تعرف كذلك تكنولوجيا المعلومات والاتصال مصدرا رئيسيا للحصول على أهم عنصر في تكنولوجيا المعلومات والاتصال والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات الذي يشير إلى القطع الأثرية والأدوات والموارد التي تساهم في الحصول على المعلومات ومعالجتها وتخزينها ونشرها واستخدامها وفقا لهذا التعريف يشمل على البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات على العناصر التالية مثل الأجهزة والبرامج وموظفي الدعم. (tahar, 2020, p. 250)

في تقرير CAE يعتبر جيل يرت أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تشمل أولا وقبل كل شيء أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات وأجهزة الاتصالات. (BELLAHCENE, 2015, p. 34)

كذلك يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها الأدوات والأساليب والطرق المستخدمة في تحويل المدخلات إلى مخرجات (بلية، 2018، صفحة 4)

إذن بعد هذا العرض لمختلف التعاريف والإسهامات المقدمة بغرض محاولة وضع تعريف واضح لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، يمكننا القول إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي تلك الوسائل المادية والبرامج الجاهزة التي تعمل على تشغيل الحاسب الإلكتروني ومختلف شبكات الربط وتطبيقاتها التي تساعد على تخزين و معالجة المعلومة ونشرها وتشاركها مع أطراف العملية الاتصالية.

الفرع الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لقد ساهم التطور العلمي والتكنولوجي في تحقيق رفاهية الأفراد، ومن بين التطورات التي تحدث باستمرار تلك المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وما تبلغه من أهمية من ناحية توفير خدمات الاتصال بمختلف أنواعها، وخدمات التعليم والتثقيف وتوفير المعلومات اللازمة للأشخاص والمنظمات حيث جعلت من العالم قرية صغيرة يستطيع أفراد الاتصال فيما بينهم بسهولة وتبادل المعلومات في أي وقت وفي أي مكان، وتعود هذه الأهمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى الخصائص التي تمتاز بها هذه الأخيرة، بما فيها الانتشار الواسع وسعة التحمل سواء بالنسبة لعدد الأشخاص المشاركين أو المتصلين، أو بالنسبة لحجم المعلومات المنقولة، كما أنها تتسم بسرعة الأداء وسهولة الاستعمال وتنوع الخدمات. (نبيح و غراز، 2022، صفحة 462، 463)

وتظهر أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال أيضا في أنها تساعد المؤسسات على: (الهام و بوحديد، صفحة 323،

324)

1. الحصول على المعلومات المطلوبة لأداء أعمالها بشكل مناسب ومميز؛

2. إيجاد فرص جديدة للعمل؛

3. الاستفادة من فوائد ومزايا تقنيات الاتصال الحديثة.

وبهذا الصدد يضيف إلى أن تكنولوجيا المعلومات قد أصبحت المحفز الرئيسي لنشاطات الأعمال في عالم اليوم وذلك بسبب قدرات هذه التكنولوجيا وإمكانياتها المتمثلة في: (الربيع، 2022، صفحة 9)

✓ القيام بحسابات رقمية كبيرة الحجم وبالغة السرعة؛

✓ التزويد باتصالات سريعة ودقيقة ورخيصة ضمن المنظمات وبينها؛

✓ السماح بالحصول السريع والرخيص على كميات كبيرة من المعلومات وفي كل أرجاء العالم؛

✓ زياد فاعلية الأشخاص العاملين وكفاءتهم في مجاميع سواء في موقع واحد أو في عدة مواقع؛

✓ تقدم وبوضوح معلومات تتحدى العقل البشري؛

كذلك ومن أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال: (حركات و بن غيدة، 2020، صفحة 504)

✓ نمو المجتمعات والمؤسسات التي تعتمد اعتمادا كبيرا على المعلومات واستثمارها بالشكل الأمثل في معالجة نشاطاتها

لغرض التحكم في معالجة المعلومات وتحقيق الدقة والسرعة في إنجاز أعمالها، وكذلك تحسين ورفع كفاءة إنتاجها؛

✓ ظهور أقسام متخصصة في أغلب المؤسسات وتحت عناوين مختلفة تهتم بأساليب الإعلام والإعلان والدعاية والترويج

تبعاً لنوع النشاط الذي تمارسه سواء إنتاجية كانت أو خدمية، كما أنشأت أقسام أخرى للعلاقات العامة لفتح قنوات

الاتصال وتغذيتها.

الفرع الثالث: مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال والعلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا

الاتصال

أولاً: مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتميز تكنولوجيا المعلومات والاتصال بطبيعة اقتحامية، وذلك بما تقدمه من سلع جديدة أو بما تولده من حاجة

إلى السلع الجديدة أو الخدمات، فتطبيقات هذه التكنولوجيا غير محدودة لأنها شملت جميع المجالات، ومن أهم هذه

المجالات: (زينب و مغني، 2021، صفحة 173)

1. التعليم والتدريب: تستخدم هذه التكنولوجيا في نظم التدريب، برمجيات مساندة التعليم ونظم المعلومات التربوية؛
2. الاقتصاد: يتم استخدام هذه التكنولوجيا في إدارة الاستثمارات، أعمال البنوك... وغيرها من العمليات؛
3. عدة مجالات مثل: الطب، النقل، الأمن والقانون، الإعلام، البيئة،... الخ.

ثانيا: العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات

إن ثورة الاتصالات جاءت متوازية مع ثورة تكنولوجيا المعلومات التي كانت نتيجة لتفجر المعلومات وتضاعف الإنتاج الفكري في مختلف المجالات، وظهور الحاجة إلى تحقيق أقصى سيطرة ممكنة على فيض المعلومات المتدفق وإتاحته للباحثين والمهتمين ومتخذي القرارات، في أسرع وقت وبأقل جهد عن طريق استحداث أساليب جديدة في تنظيم المعلومات، تعتمد بالدرجة الأولى على الكمبيوتر، واستخدام تكنولوجيا الاتصالات لمساندة مؤسسات المعلومات".

وتعريف تكنولوجيا المعلومات ينطوي على التزاوج إذ ينص في إحدى صيغته على أنه اقتناء واحتزان المعلومات، وتجهيزها في مختلف صورها، وأوعية حفظها سواء كانت مطبوعة أم مصورة أم مسموعة أم مرئية أم ممغنطة أم معالجة بالليزر، وبثها باستخدام توليفة من المعلومات الالكترونية ووسائل أجهزة الاتصالات عن بعد¹. وتعريف تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات أيضا فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال عن بعد، فترابطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وهو ما نلمسه واضحا في حياتنا اليومية من التواصل بالهاتف، والفاكس، الفيديو تكس، التليتكس، الأقمار الصناعية الألياف الضوئية الميكرووييف، والاتصالات الرقمية. (علوي، 2008، صفحة 32، 33)، كما أكدت الدراسات الحديثة أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تلعب دور مهما في تمكين ابتكار الأعمال. (KOSSAI, p. 29)

المطلب الثاني: أسباب التوجه نحو تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها

لقد أصبح لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تأثير واضح المعالم على مختلف المنظمات خاصة، والاقتصاد عامة ومن هذا المنطلق قمنا بعرض ما يلي:

الفرع الأول: أسباب التسارع في التوجه نحو الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال

هناك العديد من الاعتبارات التي يمكن أن تمثل أسباب ودوافع تؤخذ بعين الاعتبار عندما ننظر إلى التأثيرات المتزايدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في حياتنا المعاصرة بجوانبها المتعددة وبالأخص في إدارة الأعمال في المؤسسات المختلفة (صباح، 2013، الصفحات 136-139).

أولاً: ظهور وتطور اقتصاد المعرفة

ويتمثل بظهور اقتصاديات أساسها المعلومات والمعرفة، وتسارع موجات تولدها وتراكمها بوحدات زمنية غير ملموسة تعجز كل القدرات الإنسانية على ضبطها والإمام بها. ويعبر عن ثورة المعلومات وانفجار المعرفة النمو المستمر في تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصالات وتحويلها المتزايد إلى الرقمنة، التصغير، السرعة، المرونة، وبعبارة أخرى فإن المعرفة أصبحت أصول إستراتيجية أساسية منتجة.

ثانياً: تطور شبكة الانترنت المتلاحقة وتفاعلاتها التكنولوجية

فإذا كانت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي القوة التي سوف تحول الألفية الثالثة إلى أعظم ازدهار في التاريخ، فإن شبكة الانترنت هي أكبر تخدم تكنولوجي منذ اختراع الآلة الطباعة، قبل (500) عام. إذن فنحن بصدد ثروة في مجال شبكات المعلومات المحسوبة والاتصالات محورا الانترنت والتكنولوجيا التي تعتمد عليها الانترنت، فالتفاعلات والتدخلات التكنولوجية أو الرقمية في الغد الماضي أصبحت حقيقة واضحة، فهناك أربع صناعات تسيّر نحو بناء منصات وقواعد مشتركة هي الأجهزة وبرمجيات والصناعات الالكترونية الاستهلاكية والصناعات الخاصة بالاتصالات السلكية واللاسلكية وصناعة المحتوى، كصناعة النصوص والموسيقى والبحث وغيرها. فقد بلغت تخصصات مثل هذه القطاعات في الولايات المتحدة الأمريكية (كمثال) لوحدا 1 تريليون دولار لصناعة الأجهزة وبرمجيات الحاسوب و 250 دولار للصناعات الاستهلاكية الالكترونية وأكثر من 1.5 تريليون دولار لصناعة الاتصالات و 900 مليار لصناعة المحتوى بما في ذلك النصوص والبحوث والصوت والصورة.

ثالثاً: تعقد وتسارع التغيير في بيئة الأعمال

نعيش في عالم متغير في كل نواحي ومظاهره وتسارع التغيير في هذا العالم إلى حد الذي تتلاشى في الحدود الفاصلة الزمان والمكان أي تتلاشى الخواص بين ما هو قديم وجديد وبين ما هو نسبيا ومتحول وبين ما هو كائن وما سيكون بأشكال ومضامين جديدة.

ويظهر هذا التغيير بجلاء أكثر في البنية التكنولوجية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية للعالم وفي تطور التكنولوجيا وبالذات التكنولوجيا الحيوية، هندسة البرمجيات المعدة والتقنيات المتطورة لأجهزة الاتصال. نتيجة مما سبق يجب على منظمات الأعمال أن تقوم بأداء الأنشطة التي تهدف إلى تحسين عملية التنبؤ، إعادة هندسة الإدارة، بناء تحالفات إستراتيجية مع منظمات أخرى اتخاذ القرارات الخلاقة، وعليه يمكن النظر لتكنولوجيا

المعلومات والاتصالات هنا كما لو كانت أداة مدعمة لكل هذه الأنشطة فعلى سبيل المثال تستخدم المنظمات نظم المعلومات التنفيذية كي توفر ملخص يومي للمبيعات ومن ثم فإن أي مستوى غير منتظم من المبيعات يتم اكتشافه على الفور ويتم اتخاذ الإجراءات لتصحيح الأنشطة؛

رابعاً: المنافسة الشديدة والاقتصاد العالمي (العولمة)

تزداد اقتصاديات العالم اندماجاً فيما بينها وتوسع دائرة الاعتماد المتبادل في أنشطة الأعمال الدولية والتجارة الدولية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات فيما بين هذه الاقتصاديات بصورة لم يسب لها مثيل وتتضح صورة العولمة في بعدها الاقتصادي من خلال ظهور الشركات متعددة الجنسيات وتزايد تأثيرها على اقتصاديات العالم المتقدم، وأصبحت المنافسة العالمية تشكل ضغوطات كبيرة على كافة منظمات الأعمال، وهذه المنافسة تكون قوية عندما تتدخل الحكومات باستخدام الدعم أو من خلال السياسات الضريبية وحوافز التصدير.

والمنافسة العالمية لا تتركز فقط على الأسعار بل تتركز أيضاً على الجودة ومستوى التسليم، خدمة ما بعد البيع وتقديم خدمات ومنتجات حسب طلب العميل. وهنا تلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً مهماً وحيوياً في مساعدة منظمات الأعمال في الحصول على مزايا العولمة حيث تساهم في تحسين الإنتاجية، زيادة مستوى جودة الخدمات وزيادة الربحية وهذه العوامل تمثل مدخلاً مع العديد من مشاكل وفرص العولمة.

خامساً: التحولات في مشاريع الأعمال

يتوقع الخبراء أن نسبة المبيعات في قطاع الخطوط الجوية الأمريكية على شبكة الانترنت سيفوق نسبة 70 % خلال العقد الحالي كما أن هناك منافسة شديدة وتخفيضات هامة في أسعار العولمة على المبيعات العقارات على الانترنت بالنسبة لوسطاء البيع. فالانترنت والتكنولوجيا ذات الصلة قد جعلت بالإمكان القيام بالأعمال عبر حدود الشركة بنفس الكفاءة قريباً في قيامها بالأعمال داخل الشركة وهنا يعني أن المنظمات لم تعد تقتصر على الحدود المنظمة التقليدية أي الحدود المكانية المتعارف عليها.

سادساً: ظهور بما يسمى بالشركة الرقمية

التغيرات التكنولوجية التي يشهدها العالم مؤخراً أدت إلى تحول المنظمات إلى منظمات أو شركات رقمية التي تكون مجمل الأعمال المهمة سواء مع الزبائن أو الموزعين أو العاملين يتم تكييفها إلكترونياً أو أنها متمكنة رقمياً، فإجراءات الأعمال الرئيسية تنجز من خلال الشبكات المحسوبة الممتدة في كل المنظمة لو أنها تربط عدة منظمات ببعضها البعض

وعن طريق التمكين الرقمي والتكيف الإلكتروني يتم انسيابية العمل فيها ويكون لديها مستويات من الانجاز غير مسبوقه على مستوى الأرباح و المنافسات.

ويجري الآن إعادة تشكيل نماذج الأعمال التقليدية الذي كان مهيمنا على الإدارة في مقابل عالم ما قبل الانترنت وثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأصبحت هذه الأخيرة أهم وسيلة تكنولوجية تساهم اليوم في خلق وتطوير نماذج ونظم الأعمال الجديدة، بالإضافة إلى ما سبق يمكن كذلك ذكر بعض الأسباب الفرعية الأخرى والتي كانت وراء زيادة الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تتمثل في :

1. **المسؤولية الاجتماعية:** أصبحت منظمات الأعمال اليوم تعي أهمية التفاعل بينها وبين المجتمع، وتسعى إلى المساهمة في القيام بالخدمات الاجتماعية التي باتت تعرف باسم المسؤولية الاجتماعية الرقابة البيئية، الصحة والسلامة المهنية، تكافؤ الفرص، المزايا الاجتماعية للعاملين، التوظيف والإسكان ومراعاة حقوق المستهلك؛ فتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تدعم مثل هذه الأنشطة حيث تمكن المنظمات من استخدام نظم دعم القرار لمراقبة برامج تكافؤ الفرص كما يمكنها استخدام النظم الخبيرة لتحسين الرقابة البيئية... الخ.
2. **الطبيعة المتغيرة للقوى العاملة:** أصبحت القوى العاملة متنوعة كما أن تركيبها تتغير بسرعة فهناك عدد متزايد للمرأة والأطفال في سوق العمل، فضلا عن المعاقين وذلك في كل المواقع كما أن هناك العديد من العمال الذين يعملون لسنوات أكبر من طاقتهم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تساعد في تحقيق التكامل بين مختلف فئات العمال داخل المنظمة؛
3. **توقعات المستهلكين:** أصبح المستهلك اليوم أكثر دراية ومعرفة بالمتاح من السلع والخدمات وجودتها مما يسمح له بطلب أفضلها كذلك تلك المنتجات التي تنتج حسب طلب المستهلك؛
4. **تغيير هيكل الموارد:** أضيفت المعلومات اليوم كمورد خامس إلى الموارد التقليدية المتاحة لمنظمات الأعمال (الأفراد، الآلات والمعدات، المواد الخام والأموال أو الاستثمارات) وهذا يعني أن على هذه الأخيرة البدء في معالجة المعلومات كمورد.

وإذا كانت الموارد الأربعة التقليدية تتصف بالندرة والتذبذب فان المعلومات على العكس من ذلك ليست نادرة على الإطلاق بل تتزايد بتزايد معدلات استهلاكها ولذلك فالمنظمات تواجه تحديا حقيقيا في محاولة التوفيق بين هذا

السييل من المعلومات ومعالجتها للاستفادة منها، ومن هنا ظهرت أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القيام بهذا الغرض في ظل الانفجار المعلوماتي الحالي.

الفرع الثاني: تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم مظاهر الاقتصاد الجديد أو ما يعرف بالاقتصاد الرقمي حيث تبرز تطبيقاتها كأحد الموارد الرئيسية لتنفيذ الأعمال والأنشطة، وتمثل أبرز تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الإدارة الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية، التجارة الإلكترونية، التسويق الإلكتروني.

اولاً: الإدارة الإلكترونية (قتيع، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية افبداع المحاسبي -دراسة ميدانية- (أطروحة دكتوراه)، 2019، صفحة 121، 122)

كان الظهور العلني للإدارة الإلكترونية بشكله الموسع في عقد التسعينات من القرن الماضي، وقد أخذت مؤسسات القطاع العام والخاص تتسابق في استخدام الابتكارات في المجال الإداري بهدف تطوير المؤسسات وتحسين أداءها، فضلاً عن دور شبكة الانترنت في انجاز الأعمال، مما جعل الإدارة تفكر في تكامل حوسبة كل فعاليتها مما أدى إلى ظهور مفهوم الإدارة الإلكترونية

وتعرف الإدارة الإلكترونية بأنها "الجهود الإدارية التي تتضمن تبادل المعلومات وتقديم الخدمات للمواطنين وقطاع الأعمال بسرعة عالية وتكلفة منخفضة عبر أجهزة الحاسوب وشبكات الإنترنت مع ضمان سرية أمن المعلومات. ويتعدى مفهوم الإدارة الإلكترونية هدف التميز في تقديم الخدمة إلى التواصل مع الجمهور بالمعلومات وتعزيز دوره في المشاركة والرقابة من خلال تطوير علاقات الاتصال الفعال مع الأفراد، كما تعمل على تحويل الأيدي العاملة الزائدة عن الحاجة، إلى آيادي عاملة أساسية في تنفيذ مشاريع الإدارة، عن طريق إعادة التأهيل لمواكبة التطورات الجديدة التي طرأت على المؤسسة، والاستغناء على الموظفين غير الأكفاء، وغير القادرين على التكيف مع الوضع الجديد، وتقليل معوقات اتخاذ القرار عن طريق توفير البيانات، وربطها بدوائر صنع القرار، والجدول التالي يبين الفروقات الموجودة بين الإدارة الإلكترونية والإدارة التقليدية:

كذلك يمكن تعريف الإدارة الإلكترونية بأنها عملية ديناميكية مستمرة وهي تركز في عملا على الشبكات (بورصاص، 2016، صفحة 14)

الجدول رقم (1-05): الفروقات الموجودة بين الإدارة الإلكترونية والإدارة التقليدية

الرقم	أسس المقارنة	الإدارة التقليدية	الإدارة الإلكترونية
1	الوسائل المستخدمة	الاتصالات المباشرة والمراسلات الورقية	شبكات الاتصال الإلكترونية
2	الوثائق المستخدمة	ورقية	إلكترونية
3	مدى الاعتماد على الإمكانيات البشرية والمادية	تعتمد على استغلال أمثل للإمكانيات المادية والبشرية في تحقيق الأهداف	استخدام تكنولوجيا في تحقيق الأهداف
4	التفاعل	تحتاج إلى وقت أطول حتى يتم التفاعل بالشكل المرجو من تحقيق الأهداف	إرسال رسالة إلى عدد لانهائي في الوقت ذات
5	التكلفة	مكلفة على المدى البعيد	اقتصادية على المدى البعيد
6	الوصول للبيانات	صعوبة الوصول بسبب التسلسل البيروقراطي وكثرة المستندات الورقية	سهولة الوصول بسبب توافر قواعد بيانات ضخمة جدا
7	الموثوقية	أقل موثوقية بسبب عم توافر نظم حماية للبيانات	موثوقية عالية بسبب توافر قواعد بيانات ضخمة جدا
8	الجودة	جودة أقل	جودة عالية جدا

المصدر: شهرزاد شهاب. (2013). مدى إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية في المدارس الثانوية والإعدادية من وجهة نظر مديرية في مركز محافظة نينوى، مجلة التربية والعلوم، معهد إعداد المعلمين، العراق، العدد 2013، 2، 326.

ثانيا: الحكومة الإلكترونية

يشير مصطلح الحكومة الإلكترونية إلى مقدرة الحكومة على تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين باستخدام التكنولوجيا، حيث أن الحكومة الإلكترونية. (أحمد، 2009، صفحة 27)

وكذلك تعرف الحكومة الإلكترونية بأنها البيئة التي تحقق فيها خدمات المواطنين واستعلاماتهم وتحقق فيها الأنشطة الحكومية باستخدام شبكات المعلومات والاتصال عن بعد. (الرحيم، 2007، صفحة 156)

ثالثا: التجارة الإلكترونية

قبل الإسراع نحو تعريف التجارة الإلكترونية يجب أن نعرف أن مفهوم التجارة الإلكترونية يتكون من مقطعين: (كافي، التجارة الإلكترونية، 2010، صفحة 7)

1. " التجارة " وهذا المقطع يعبر عن نشاط تجاري واقتصادي معروف لدينا ويتم من خلاله تداول السلع والخدمات وفقا لقواعد ونظم متبعة ومتفق عليها؛

2. "الإلكترونية" والمقصود به هو القيام بأداء النشاط الاقتصادي "التجارة" باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الإنترنت والشبكات والأساليب الإلكترونية.

كذلك يعرف العلماء الإلكترونية بأنها "ما يخص بدراسة حركة وسلوك الإلكترونيات المسببة للتيار، سواء كان ذلك باستخدام الصمامات المفرغة، أو المحتوية على غازات، أو الصمامات الضوئية أو أشباه الموصلات وهكذا (العز، 2008، صفحة 38)

كذلك تعرف التجارة الإلكترونية" هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة: (خطاب، 2011، صفحة 13)

1. خدمات ربط أو دخول الإنترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثلها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الإنترنت؛

2. التسليم أو التزويد التقني للخدمات؛

3. استعمال الإنترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات والبضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي) وضمن هذا المفهوم يظهر الخلط بين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية واستغلال التقنية في أنشطة التجارة التقليدية.

وحسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) فإن مصطلح التجارة الإلكترونية يدل بصفة عامة على "جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنشآت، معتمدة على المعالجة والنقل الإلكتروني للمعطيات خاصة النصوص، الأصوات، الصور، ويدل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية في المنشآت والإجراءات التي تسهل وتحيط بالنشاطات التجارية كتسيير المنشآت، المفاوضات التجارية، الأطر القانونية والتنظيمية، التسويات فيما يخص التسديدات والحماية كأمثلة بسيطة. (حكيم، 2008، صفحة 39)

وكذلك ما هي إلا وسيلة لعرض الخدمات للمستهلك وللشركات في مختلف بقاع الأرض (الجداية و جودت خلف، 2009، صفحة 25)، الا أن التجارة الإلكترونية تشمل الكثير من الأنشطة الأخرى أيضا مثل تجار الأعمال مع الأعمال الأخرى (شنايدر، 2008، صفحة 42)

الشكل رقم (1-12): عناصر التجارة الإلكترونية



المصدر: جاري شنايدر. (2008). "التجارة الإلكترونية"، دار المريخ للنشر، الرياض-المملكة العربية السعودية، ص43.

وكذلك عرف الفقه التجارة الإلكترونية على أنها صورة من صور التعاقد عن بعد أدت إل وجود مشاكل عملية وقانونية تتعلق بفروع القانون المختلفة وبصفة خاصة في مجالات القانون المدني والقانون التجاري والقانون الدولي الخاص والقانون الجنائي وقواعد وإجراءات الإثبات (مطر، 2015، صفحة 15).

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص التي تنفرد بها عن أنماط التجارة التقليدية، الأمر الذي يتطلب وجود تنظيم قانوني خاص بها يضمن تحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها، وتمثل أهم الفروقات بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية في النقاط التالية: (قنيع، مرجع سبق ذكره، صفحة 124)

1. التجارة التقليدية من خلال تسميتها يوحي أنها السبابة في الظهور من ناحية الزمن، وآلياتها عادية ومتعارف عليها، بينما تسمية التجارة الإلكترونية توحى إلى الحداثة؛
2. وسائل الدفع في التجارية التقليدية تكون إما نقداً أو عبر الشيكات البريدية أو البنكية، في حين التجارة الإلكترونية فتستعمل النقود الإلكترونية والبطاقات الائتمانية؛
3. يمكن للتجارة الإلكترونية الوصول إلى عدد كبير من المستهلكين على مدار الوقت، ومن موقع واحد، الأمر الذي لا نجده في التجارة التقليدية التي يبقى عملاءها محدودين، بالإضافة إلى إمكانية إحصاء أسواقها، وعامل الزمن محدود وبطيء.

المطلب الثالث: مزايا وعيوب تكنولوجيا المعلومات والاتصال وواقعها في الجزائر

سيتم تناول في هذا المطلب مزايا وعيوب تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الفرع الأول: مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى إلى تحقيق العديد من المزايا، وتمثل أهم المزايا الرئيسية لتكنولوجيا

المعلومات والاتصال فيما يلي:

1. **زيادة المبيعات والأرباح:** من خلال مساعدتنا للمنظمة في إشباع حاجات ورغبات المستهلكين ويزداد على زيادة

المبيعات تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف؛

2. **الحصول على مزايا تنافسية:** من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المنظمات بالمنافسة بصورة

أكثر فعالية؛

3. **تحسين الجودة:** أحد أهم أسباب استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال تحسين مستوى جودة المخرجات،

والتصميم بمساعدة الحاسب الآلي ومن الأمثلة على ذلك ما يعرف ب"التبادل الإلكتروني للبيانات"، حيث تستخدمه

المنظمات للاتصال بالمنظمات الأخرى إلكترونياً؛

4. **توفير المدخلات وتخفيض التكاليف العامة وزيادة المرونة وتحسين جودة المنتج.** (Sarra, 2022, p. 145)

بالإضافة إلى هذه المزايا توجد العديد من المزايا الإضافية الأخرى لاستخدام مثل هذه التكنولوجيا في منظمات

الأعمال منها: (أمينة، 2022، صفحة 176، 177)

✓ مواجهة التهديدات الخارجية؛

✓ توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب؛

✓ دعم وتحسين عملية اتخاذ القرار؛

إن تشييد بني تحتية تقنية في إطار الاقتصاد الرقمي يكون أساساً بالاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

الفرع الثاني: عيوب تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتمثل عيوب تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العناصر التالية: (عصام و غربي، 2018، صفحة 56)

1. هي وسائل أقل اجتماعية وعاطفية وحميمية؛

2. تقضي على لم شمل الأفراد من خلال ما نراه من احتواء هذه البرامج للأفراد وانعدام أواصر التزاور والمحبة؛

3. جعل الأفراد في معزل عن العامة؛

4. الغزو الثقافي و المعرفي وانحياز قيم وعادات الشعوب.

الفرع الثالث: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر

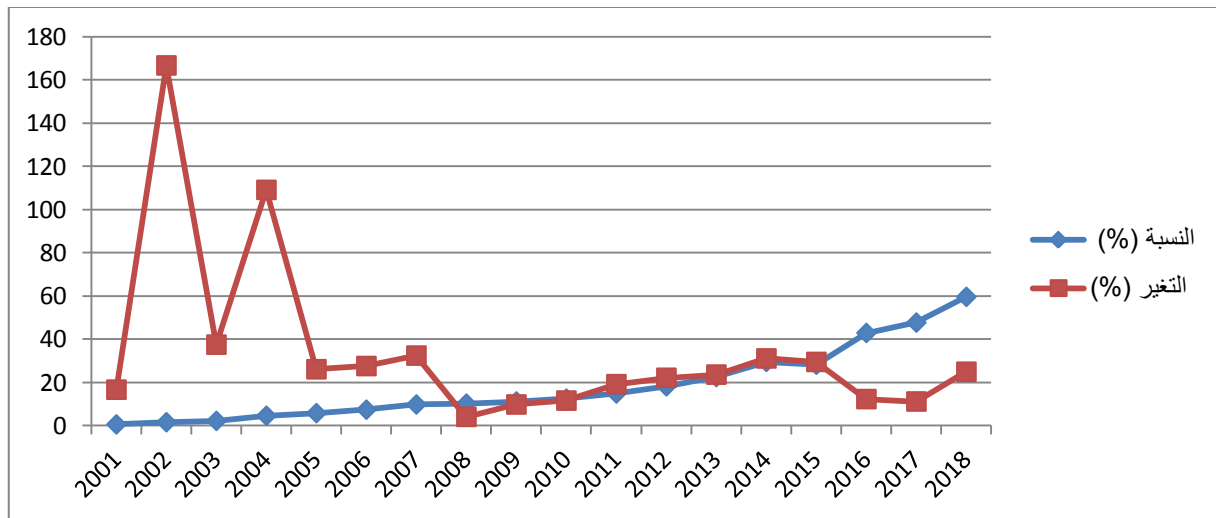
أولاً: تطور نسبة مستخدمي الانترنت

تعد لانترنت من التقنيات الحديثة التي تولدت عن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتعتبر خدماتها من أهم المواد المستهلكة، والتي تعتبر من التقنيات التي تشهد تطوراً كبيراً من حيث الاستخدام في الكثير من المعاملات وتعد الانترنت البنية التحتية للاقتصاد الرقمي، من خلال تأثيره على جميع الأنشطة الاقتصادية وكذلك تحقيق الرفاه الاقتصادي. (دعمي، 2022، صفحة 44، 45)

ويبين الشكل الموالي تطور مستخدمي الانترنت كنسبة من عدد السكان في الجزائر خلال الفترة 2001-2018

الشكل رقم (1-13): تطور مستخدمي الانترنت كنسبة من عدد السكان في الجزائر خلال الفترة

2018-2001 (%)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: محمد دعمي. (2022). "دور ومساهمة الاقتصاد الرقمي من خلال قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 2000 - 2020"، مجلة دفاتر البحوث العلمية، المركز الجامعي مرسلبي عبد الله بتيبازة، المجلد 10، العدد 01، ص، ص: 45، 44.

نلاحظ من خلال الشكل (01-13) أن هناك تزايد مستمر في مستخدمي الانترنت كنسبة من عدد السكان خلال كل الفترة 2001-2018، وهذا ما يفسره تسجيل معدلات نمو موجبة في هذه النسبة من سنة إلى أخرى، حيث انتقلت النسبة من 0.6 % سنة 2001 إلى 12.5 % سنة 2010 ثم إلى 59.6 % سنة 2018، وهو تطور ملحوظ ومهم ويضاهي المعدل العالمي أين بلغت نسبة عدد مستخدمي الانترنت اليوم في العالم أكثر من 60% من سكان المعمور، وبالتالي زيادة انتشار استخدام الانترنت في مختلف القطاعات الاقتصادية وهذا لمختلف الأغراض، وهذا يتماشى مع ارتفاع في عدد خطوط الهاتف النقال في الجزائر بالإضافة إلى ارتفاع في عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال، كل هذه المؤشرات تدل على القدرة على مسايرة ومجاراة التطورات الحاصلة في الاقتصاد الرقمي علما.

ثانيا: تطور عدد اشتراكات شبكة الانترنت الثابتة حسب نوع التكنولوجيا

سنوضح تطور عدد اشتراكات شبكة الانترنت الثابتة حسب نوع التكنولوجيا من 2015 إلى 2020 من خلال الجدول الموالي: (هاجرة و حريري، 2022، صفحة 50)

جدول رقم (1-06): تطور عدد اشتراكات شبكة الانترنت الثابتة حسب نوع التكنولوجيا من 2015-2020

المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019	2020
أدي أس أل ADSL	1838746	2083098	2246918	2172096	2334005	2410242
الألياف البصرية FTTX	/	/	714	11369	43115	53394
الجيل الرابع الثابت 4GLTE FIXE	423280	775792	920244	861235	1191612	1201586
الوايماكس WIMAX	233	661	621	619	444	413
روابط مخصصة LS	/	/	34008	11516	11280	10291
المجموع	2262259	2859551	3202505	3063835	3580456	3675926

المصدر: هاجرة ديدوش وعبد الغاني حريري. (2022). "دراسة تحليلية لمؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر ومعيقاتها"، مجلة التحولات الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 02، العدد 02، ص 50.

نلاحظ من خلال الجدول (01-06) في سنة 2021 ارتفع عدد اشتراكات الانترنت الثابت بنحو 95470 مشتركة مقارنة بسنة 2019 بزيادة قدرها 2.6 %.

خلاصة الفصل

إن التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى بانتقال الاقتصاد من الاقتصاد الكلاسيكي إلى الاقتصاد الرقمي الذي يعتمد على المعلومة في حد ذاتها كمورد تنافسي تحقق من ورائه المؤسسات مكانة وبعدا إستراتيجيا فمكانة هذه الأخيرة أصبحت مرونة بما تملك من تسبق في الحصول على المعلومة، ولا يكفي الحصول عليها بل يجب استخدامها في الوقت المناسب.

استغلال تكنولوجيا المعلومات من طرف المؤسسات نما بطريقة طردية مع تطورها فنتج عن دمجها في معالم العمل ظهور الحاجة لوظائفه تعنى بإدارة المعلومات وتعامل مع أنظمتها المختلفة. ونتج عنها كذلك استخدام متنامي للحاسوب بأشكاله المختلفة وذلك لتسهيل وتعزيز المرونة في إنجاز أعمال المؤسسة، وضمانا للسرعة والدقة في الأداء، بالإضافة إلى تخفيض التكاليف. البرمجيات وقواعد البيانات طورت هي بدورها لتكون أكثر تخصصا، أكثر انتقالية وتوافقا مع متطلبات المستخدم.

في مجال تكنولوجيا الاتصال لا يخفى علينا مدى التطور المبهر والانتشار الواسع للهواتف الذكية فاعتبرت بذلك فرصة للمنظمات تستغلها في معاملتها مع موظفيها (التواصل معهم، استغلالها في مجال الأعمال عن بعد، استخدام تطبيقاتها الحديثة التي تتعلق بسير عمل المؤسسة)، أو مع الأطراف الخارجية الأخرى (عملاء، موردين، حلفاء أو جهات حكومية لإجراء المعاملات)، كما أن الإنترنت وما نتج عنها من شبكات التواصل الاجتماعي تعد نقطة تحول مهمة في علاقة المنظمة بعملائها إذ أصبحت المنظمة أكثر تفاعلا معهم بفضل إتاحة الإنترنت من إمكانية التعرف على مشكلات خدماتها منذ بدايتها وعلاجها وتداركها ومعرفة آراء عملائها حول منتجاتها وتعزيز قيمة علامتها التجارية بالإضافة إلى تقليل تكاليف الترويج.

الفصل الثاني

مفاهيم أساسية حول

القدرة التنافسية

تمهيد

تشهد بيئة المؤسسات الاقتصادية انفتاحا كبيرا للأسواق، إضافة إلى التغيرات والتحويلات والتطورات التقنية المتزايدة، والتطور السريع في مجال التكنولوجيا وظهور ما يسمى باقتصاد المعرفة، كل هذا انعكس على بيئة المؤسسة ولاسيما بيئتها التنافسية، ففي ظل هذا التطور زادت حدة المنافسة، لذا تسعى المؤسسات إلى زيادة قدراتها التنافسية وذلك من خلال السعي لانتهاز فرص جوهرية تمكنها من تحقيق ربحية كبيرة في ظل جو تنافسي إضافة إلى التحسين والتجديد والتطوير المستمر لمختلف قدراتها التنافسية وصولا إلى خلق ميزة تنافسية تميزها عن كل المنافسون سواء المنافسون الكبار أو الجدد، والسعي دائما لتحسينها وتحديثها، وحمايتها من التقليد،

وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى أن المؤسسات الصغيرة أصبحت لها القدرة على الاستفادة من مفهوم التنافسية وهذا في ظل الانفتاح الكبير للأسواق، وبالتالي أصبحت كل المؤسسات الصغيرة تتخذ سبل مساعدة وملائمة للوصول إلى مركز ومكان تنافسي قوي،

ولتحقيق المزايا التنافسية للمؤسسات لا بد لها من توافر عدة متطلبات لعل من بينها تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي هي الأخرى أضحت من القضايا المحورية في ظل التحول إلى اقتصاديات المعرفة وما يشهده العالم من تطور تقني شمل كل مجالات الحياة، وتأثرت بها منظمات الأعمال بشكل مباشر أو غير مباشر.

ولإبراز كل معالم التنافسية ارتأينا تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث نتناول فيها ما يلي:

◆ **المبحث الأول:** القدرة التنافسية: المفهوم، الأهمية، الأهداف، الأنواع؛

◆ **المبحث الثاني:** الميزة التنافسية: الخصائص، المحددات، المصادر، مؤشرات القياس؛

◆ **المبحث الثالث:** الميزة التنافسية: المعايير، أسباب تنميتها وتطورها، شروط فعاليتها، سبل استدامتها؛

◆ **المبحث الرابع:** المزايا التنافسية في القطاع المصرفي وعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحث الأول: القدرة التنافسية: المفهوم، الأهمية، الأهداف، الأنواع

أصبحت عبارة المنافسة ذات وقع متزايد الأهمية في عالم اليوم ولم تعد حاجة مقتصره على الشركات لكي تبقى وتنمو، بل باتت حاجة ملحة للدول التي ترغب في استدامة وزيادة مستويات معيشة أفرادها، وبالتالي فهي تركز على زيادة قدراتها التنافسية وخلق مزايا تنافسية وهذا ما نريد توضيحه في هذا المبحث.

المطلب الأول: مفهوم القدرة التنافسية والميزة التنافسية

هناك عدة مفاهيم لكل من القدرة التنافسية والميزة التنافسية، فهناك من يعتبر أن القدرة التنافسية هي الميزة التنافسية إلا أنه هناك فرق بين المفهومين وهذا ما نريد توضيحه في هذا المطلب.

الفرع الأول: مفهوم القدرة التنافسية

قبل التطرق إلى مفهوم القدرة التنافسية لابد من تعريف المنافسة حيث يعرفها "بيترسون وماك ميلين 1996" بأنها عملية اتخاذ قرارات إستراتيجية تتشكل في ظل حالة عدم التأكد، ترسم وتحدد تصرفات أفعال الأفراد والمؤسسات الذين يدخلون في صراع ما، من أجل تحقيق نتائج وعائدات محددة. (طمليه، 2008، صفحة 94)

وتعد المنافسة الأساس التي تقوم عليه الحياة، وبها تكتشف أسباب الهلاك والتأخر والضعف، وبها تظهر أسباب النمو والتقدم وقوة التحدي (بالحيمر، 2010، صفحة 49)، ولزيادة المنافسة لابد على المؤسسات التركيز على مجموعة من الأنشطة وهذا يتوقف على إستراتيجية المعرفة فلا بد أن تعكس هذه الأخير إستراتيجية المنافسة للمؤسسة من خلال تركيزها على أنشطة وعمليات تكوين القيمة الفريدة للزبائن وشركاء الأعمال. (غالب، 2007، صفحة 295)

أما فيما يخص منافسة الدولة فيمكن القول أن الدولة قادرة على المنافسة إذا كانت لها القدرة على التحسين الدائم لمستوى المعيشة لمواطنيها وتوفير مستوى تشغيل عالي وتماسك اجتماعي، وهي بذلك تغطي مجال واسع وتخص كل السياسة الاقتصادية. (Michèle & Fontagné, 2003, p. 13)

تطرقنا إلى مفهوم المنافسة من جوانب عديدة إلا أنها لا تحمل نفس المعنى للقدرة التنافسية وقبل تقديم تعريف

دقيق لهذه الأخيرة يجب الإشارة إلى معناها من الجانب اللغوي، حيث تعني كلمة القدرة حسب "Dictionary Webster قاموس ويبستر" التفوق في موقع أو حالة أو الفوائد الناتجة عن إتباع مجموع من الأفعال أما التنافسية فتعني متعلق، تتصف أو تعتمد على المنافسة. (بومعراف، 2010، صفحة 152)

تم تعريف القدرة التنافسية من قبل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE)*: على أنها الدرجة التي يمكن وفقها وفي شروط سوق حرة وعادلة، إنتاج السلع والخدمات التي تواجه أذواق الأسواق الدولية. (حمزة، 2016، صفحة 38)

أما من وجهة نظر مجموعة بوسطن الاستشارية (BCG) (هي شركة أنشأت سنة 1963، تقدم استشارات إستراتيجية، وتعتبر من أهم الشركات الاستشارية): أن المؤسسة التي تمتلك قدرة تنافسية هي التي تعرف كيف تتعلم، وتستثمر وتبدع بشكل أحسن وأسرع من منافسيها فتتمكن من تمرير خياراتها الإستراتيجية، الأمر الذي يتطلب نظاما للمعلومات فعالا، وإستراتيجية ملائمة ومواد متناسبة مع حجم التحديات. (كرغلي، 2014، صفحة 37)

كما تم تعريفها من طرف " مجموعة ستراتيجور Stratigor" على أنها القدرة على ممارسة الأنشطة بأدنى مستوى من الكلف مقارنة بالمنافسين أو أنها القدرة على التميز والسيطرة على أسعار استثنائية تفوق الكلف الإضافية للقيام بذلك. (Strategor, 2001, p. 529)

كما تعتبر الميزة التنافسية الهدف الرئيسي للشركات المتنوعة منذ عقود الآن، فهي تسعى دائما إلى تحقيق مزايا لا تحاذ موقف جيد في أذهان العملاء وجذب مشاعرهم في العناصر المناسبة. (BOUDIF, 2016, p. 34)

كما تم تعريف القدرة التنافسية من قبل المنتدى الاقتصادي العالمي (1997) على أنها "قدرة الدولة على بيع السلع والخدمات بربحية في الأسواق الدولية، بحيث تتمكن من تحقيق فائض في الميزان التجاري يمكنها من الوفاء بالتزاماتها الدولية". (جالوس، 2019، صفحة 108)

من التعاريف السابقة نستنتج أن القدرة التنافسية هي المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمؤسسة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عن المنافع التي يقدمها المنافسون، التي تمكنها من التفوق على المنافسين، ومن فوائد التفوق التنافسي أنه يحقق للمؤسسة زيادة في المبيعات والحصة السوقية، وتحسين هوامش الربح لفترة طويلة من الزمن في الأسواق الحالية والمستقبلية، ويضمن لها البقاء على المدى الطويل في الأسواق التنافسية.

الفرع الثاني: مفهوم الميزة التنافسية

تم تعريف الميزة التنافسية من طرف العديد من الاقتصاديين وذلك راجع لأهميتها الكبيرة.

إن الميزة التنافسية ترتبط بالمنافسين الحاليين والمتوقعين مستقبلا حيث لا يمكن اختيار موقعها بشكل مباشر، ذلك لأن عملية اكتسابها تأتي من خلال الأعمال المناسبة في مجال أعمال المؤسسة.

فقد عرف "فاهي" الميزة التنافسية بأنها "أي شيء يميز المؤسسة تمييزا إيجابيا عن منافسيها، في أنظار زبائنها، أو المستخدمين النهائيين لمنتجاتها" (بوعاية و آخرون، 2021، صفحة 168)

فحسب "Flynnnet" فلاي نت " الميزة التنافسية هي العوامل المستعملة من قبل الشركة للوصول إلى مخرجات تفوق مخرجات المنافسين في سوق المنتجات، وهي تشير إلى تكلفة الوحدة الواحدة من التصنيع، المرونة في الحجم، دوران المخزون، دورة

الوقت ضمن مجالات تشكيل المواد وتحويلها إلى منتجات نهائية وهذه جميعها تدعم مدخل الميزة التنافسية. (العبادي و العارضي، 2015، صفحة 200)

وحسب "ماكاميلان وثامبو Macmillan & thampow" الميزة التنافسية تتمثل في إمكانية المؤسسة في تحقيق التفوق في مجال المنافسة مع الآخرين (جاسم، 2010، صفحة 47)، ولتحقيق الميزة التنافسية في أغلب الأحيان يسعى مالك المؤسسة للتعرف على الحاجات والرغبات في جزء معين من السوق والتي لم يتم إشباعه من قبل المشاريع الأخرى المتواجدة في السوق. (السكرانة، 2008، صفحة 165، 166)

كما يرى "بورتر" أن الميزة التنافسية تنشأ أساساً من القيمة التي استطاعت شركة ما أن تخلقها لزيائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية، أو بتقديم منافع متفردة في المنتج تعوض الزيادة السعرية المفروضة. (سالم، 2020، صفحة 208)

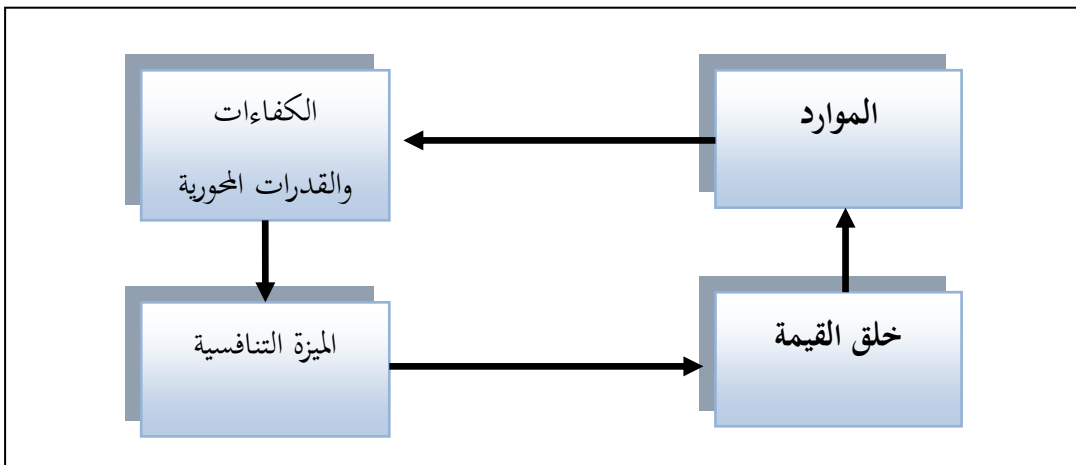
ويمكن تعريف الميزة التنافسية أيضاً على أنها "ميزة أو عنصر تفوق المنظمة يتم تحقيقه في حالة إتباعها الإستراتيجية المعينة للتنافس. (الوليد، 2008، صفحة 31)

وتنقسم استراتيجيات التنافس إلى: (الوليد، 2008، صفحة 31)

1. قيادة التكلفة، وتحقيق ميزة التكلفة الأقل؛
2. التمييز، وتحقيق ميزة الجودة الأعلى.

ويمكن تمثيل المفاهيم الأساسية وفقاً لمدخل الموارد من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم (2-01): المفاهيم الأساسية وفقاً لمدخل الموارد



المصدر: بشار يزيد الوليد. (2008). "التخطيط والتطوير الاقتصادي"، الطبعة الأولى، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص32.

يتضح من الشكل أن الموارد هي الأصول والإمكانات المتعلقة بالمؤسسة والتي تتصف بإمكانية التحكم فيها والسيطرة عليها من جانب المؤسسة وتمكينها من تنفيذ استراتيجياتها والعمل على تحسين كفاءتها وفعاليتها أما بالنسبة للقدرات هي تعبر عن الأصول ملموسة وغير ملموسة وتتسم بالصفة الخصوصية والتميز عن المنافسين ويتم تكوينها وتنميتها عبر الزمن من خلال عمليات تبادل بين موارد المؤسسة وهنا تبرز الميزة التنافسية وتؤدي إلى خلق القيمة، وقد تطور مفهوم الميزة التنافسية لدى العديد من الباحثين نوجزها في الجدول التالي:

الجدول رقم(2-01): تطور مفهوم الميزة التنافسية

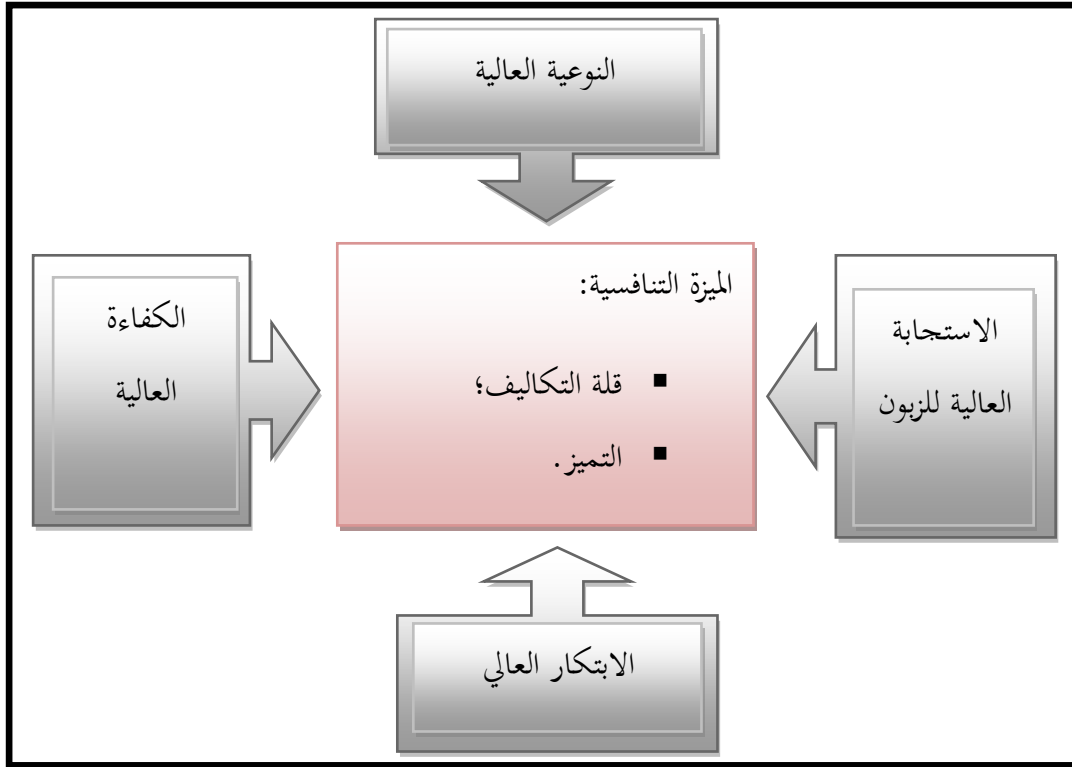
الباحث	عنوان الكتاب أو البحث	المساهمات الرئيسية
Alderson (1995)	البحث عن ميزة تفاضلية	إشارة مسبقة إلى الميزة التنافسية المستدامة واقتراح ثلاثة أسس للميزة التفاضلية التقنية والقانونية والجغرافية واقتراح إستراتيجيات لتحقيق الميزة التنافسية.
Porter (1985)	الميزة التنافسية(خلق واستدامة أداء المتفوق)	تقديم فكرة عن(سلسلة القيمة) كأداة رئيسية لتحليل مصادر الميزة التنافسية.
Barney (1991)	موارد المؤسسة والميزة التنافسية المستدامة	تم عرض أربعة مؤشرات تسهم في استدامة الميزة التنافسية متمثلة في القيمة، والندرة، وعدم القدرة على التقليد، وعدم اكتمال البديل.

المصدر: عدنان رؤوف رعد وسالم حامد حمدي. (2010). "المعرفة التسويقية واستدامة الميزة التنافسية- دراسة ميدانية في عينة من المنظمات الصناعية في محافظ نينوي"، مجلة تنمية الرافدين، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، مجلد 32، العدد: 100، ص، ص: 89، 90.

- من خلال التعاريف السابقة يتضح أن مفهوم الميزة التنافسية يتركز على ثلاثة نقاط أساسية وهي:
- ✓ قدرة المؤسسة على إنجاز نشاطاتها المختلفة بفعالية أفضل من المنافسين؛
 - ✓ القدرة على أداء الأعمال بأسلوب معين أو مجموعة من الأساليب التي تجعل المؤسسات الأخرى غير قادرة على تقليدها ومواصفتها في الأمد القريب أو في المستقبل؛
 - ✓ قدرة المنظمة على التفوق على منافسيها في واحد أو أكثر من أبعاد الأداء الإستراتيجي (الكلفة، الوقت، الابتكار، الجودة، المرونة، الاعتمادية، التسليم).

ولا بد من الإشارة إلى عوامل بناء الميزة التنافسية وهي: الكفاءة والجودة والابتكار والاستجابة للزبون، وهي وحدات بناء شاملة للميزة التنافسية والتي يمكن أن تتبناها أي شركة بغض النظر عن منتجاتها وخدماتها التي تقدمها للزبون، والموضحة في الشكل التالي: (القيسي و الطائي، 2014، صفحة 188)

الشكل رقم(2-02): وحدات البناء الشاملة للميزة التنافسية



المصدر: فاضل حمد القيسي وعلي حسون الطائي. (2014). "الإدارة الإستراتيجية - نظريات - مداخل - أمثلة وقضايا معاصرة"، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص 189.

الفرع الثالث: مقارنة بين القدرة التنافسية والميزة التنافسية

من خلال التعاريف السابقة يتضح أن هناك فرق جوهري بين القدرة التنافسية والميزة التنافسية والمبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-02): مقارنة بين القدرة التنافسية والميزة التنافسية

الميزة التنافسية	القدرة التنافسية	مجالات المقارنة
تميز تنفرد عن غيرها من المؤسسات العاملة في نفس المجال حيث تتمكن المنظمة من خلال هذه الميزة من تقوية وتعزيز مركزها التنافسي وزيادة الحصة السوقية	ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة تتمكن من خلاله من التفوق على المنافسين وترتبط بحجم الميزة التنافسية ونطاق التنافس	المفهوم
السلعة والخدمة، الترويج، البحوث، الموارد البشرية.	إزاحة المنافسين، حصة سوقية أكبر وضع رؤية لتشكيلة المنتجات القدرة على التمويل تحقيق رغبات العملاء كفاءة التوظيف للمال والعمالة.	المصادر
يمكن أن تكون مكونة من عنصر واحد أو أكثر من مصدرها	يمكن أن تكون مكونة من عنصر واحد أو أكثر من مصدرها	العناصر

المصدر: سجاد خلف حسين المكدمي، ايناس عباس عبد عباس، أثر إعادة هندسة العمليات على تطوير القدرة التنافسية-دراسة تطبيقية على شركات الصناعات الكهربائية في جمهورية العراق-، دار حميثرا للنشر، مصر-القاهرة-، ط1، 2020، ص107.

المطلب الثاني: أهمية وأهداف التنافسية

سنتناول من خلال هذا المطلب أهمية التنافسية وأهدافها

الفرع الأول: أهمية التنافسية

تزداد أهمية التنافسية كلما ازدادت سرعة وديناميكية المتغيرات البيئية وفيما يلي إيجاز لأهمية التنافسية:

1. تكمن أهمية التنافسية في تعظيم الاستفادة ما أمكن من المميزات التي يوفرها الاقتصاد العالمي والتقليل من سلبياته، ويشير تقرير التنافسية العالمي إلى أن الدول الصغيرة أكثر قدرة على الاستفادة من مفهوم التنافسية من الدول الكبيرة، حيث تعطي التنافسية للمؤسسات في الدول الصغيرة فرصة للخروج من محدودية السوق الصغير إلى رحابة السوق

العالمي، ومن المعلوم أن المؤسسات في الوقت الحاضر هي التي تتنافس وليست الدول، وعليه فإن المؤسسات التي تمتلك قدرات تنافسية عالية تكون قادرة على مهمة رفع مستوى معيشة أفراد دولها، وللدخول في الحلقة المنتجة وإحداث تغيير نحو المزيد من الازدهار والنمو لا بد من إدراك أن التنافسية هي الإنتاجية بحيث لا بد من استثمار واستغلال كل الطاقات للوصول إلى مزيد من المعرفة عن حاجات السوق والزبائن والمنتجات ذات النوعية والجودة العالية وكل ما من شأنه أن يرفع من الإنتاجية (بوبعة، 2012، صفحة 71، 72)، وبالتالي أصبحت التنافسية حاجة ملحة للدول التي ترغب في استدامة وزيادة مستويات معيشة أفرادها (أوريبي، 2012، صفحة 10)؛

2. كما تتبع أهمية التنافسية من كونها تعمل على توفير البيئة الملائمة لتحقيق كفاءة تخصيص الموارد واستخدامها وتشجيع الإبداع والابتكار بما يؤدي إلى تحسين الإنتاجية وتعزيزها والارتقاء بمستوى نوعية الإنتاج ورفع مستوى الأداء وتحسين مستوى معيشة المستهلكين عن طريق خفض التكاليف والأسعار (بوبعة، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة إتصالات الجزائر للهاتف النقال-موبيليس-مذكرة ماجستير)، 2012، صفحة 72

3. يعتبر دعم التنافسية الوسيلة الرئيسية لاقتصاديات المتقدمة والنامية على حد سواء لرفع التحديات المذكورة وهو الأمر الذي جعل التنافسية موضع اهتمام الدول والمؤسسات الدولية والشركات وأصبح لها مجالس وهيئات وإدارات ولها سياسات وإستراتيجيات ومؤشرات، ففي اقتصادنا المعاصر أصبحت التنافسية أكثر ضرورة فهي تؤثر في الشركات التي تحتاج إلى تنمية فضلا عن مجرد توفير البقاء، وفي الأفراد الذين يريدون الحفاظ على وظائف عملهم، كما تؤثر في الأمم التي ترغب في استدامة مستويات معيشة أفرادها وزيادتها، ومما عزز من مناخ التنافس ورسخ القناعة بأهمية التنافسية تلك التغيرات الحاصلة على النشاط البشري من مختلف جوانبه في التنظيم الاقتصادي وفي التنظيم الاجتماعي والسياسي، وإضافة التطورات العلمية والتكنولوجية؛ (النشور، 2009، صفحة 19)

4. إن تواجد المؤسسات في عصر العولمة وتوفير عناصر التنافسية من تفوق وامتياز يفيد في زيادة الأرباح، وامتلاك الكفاءة ورفعها، وتعميق الأنشطة الاستثمارية وتوسيع وزيادة الطاقات؛

5. ينتج عن زيادة تنافسية المؤسسات تحقيق رضا العملاء وذلك من خلال ما يلي:

✓ سهولة إجراءات تقديم الخدمات؛

✓ تقديم خدمات جديدة وبأساليب متطورة في الوقت المناسب؛

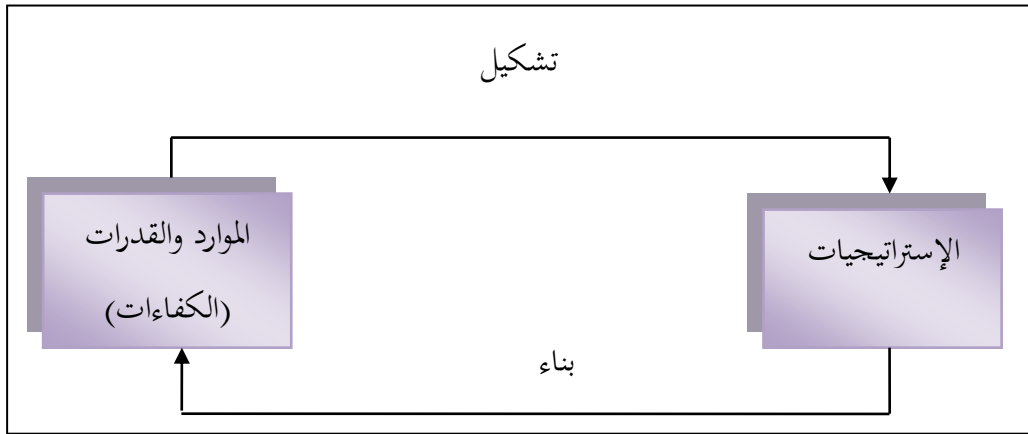
✓ التسعير المناسب والمرن لمختلف الخدمات.

✓ تعمل القدرات التنافسية على تعزيز الإستراتيجيات المجدية التي تستهدف تخفيض التكاليف وتحسين الجودة لرفع الصادرات. يتجلى هذا في البلدان التي اعتمدت سياسات النمو الموجهة للتصدير وسياسات التحرير التجاري. (هناء، 2016، صفحة 125)

الفرع الثاني: أهداف التنافسية

- من بين الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها من خلال تطوير القدرة التنافسية وخلق ميزة تنافسية نجد ما يلي:
1. دخول مجال تنافسي جديد كدخول سوق جديد أو التعامل مع نوعية جديدة من الزبائن أو نوعية جديدة من السلع والخدمات وكذلك تسعى المؤسسة من خلال الرفع تنافسياتها إلى تكوين رؤية مستقبلية جديدة للأهداف التي تريد المؤسسة بلوغها، والفرص الكبيرة التي ترغب في اقتناصها؛ (الأمين، 2017، صفحة 188)
 2. خلق فرص تسويقية جديدة؛ (الأمين، 2017، صفحة 188)
 3. الحفاظ والتمسك على الميزة التنافسية وإن تحقيق هذا الهدف يتطلب جهد ذو شقين فالأول يتمثل في أن المؤسسة تحتاج إلى أن تتبع إستراتيجيات مبنية على مواردها الموجودة فعلا وعلى قدراتها، أما الثاني فهي تحتاج كذلك إلى إستراتيجيات هدفها بناء موارد وقدرات إضافية وهذا يقوي الموقف التنافسي للمؤسسة على الأمد الطويل والشكل الموالي يوضح العلاقة بين إستراتيجيات الشركة ومواردها وقدراتها (القيسي و الطائي، 2014، صفحة 202، 203):

الشكل رقم (2-03): العلاقة بين الإستراتيجيات والموارد والقدرات



المصدر: فاضل حمد القيسي وعلي حسون الطائي. (2014). "الإدارة الإستراتيجية - نظريات - مداخل - أمثلة وقضايا معاصرة"، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص 203.

المطلب الثالث: أنواع التنافسية

إن الفرص المتاحة أمام المؤسسة تختلف باختلاف طبيعة المنافسة في السوق وتختلف وتنوع المنافسة من حيث الشدة والسيطرة والقوة في السوق لذلك نجد أنواع عديدة للمنافسة نذكر منها:

أولاً: المنافسة الكاملة (أفكار النيوكلاسيك)

في ظل هذا النوع من المنافسة لا يملك المنتج والبائع الحرية في تحديد الأسعار والكمية المعروضة من المنتجات، وذلك يعود إلى طبيعة الطلب عليها، وتتميز هذه المنافسة بمجموعة من الخصائص منها: (الصميدعي و ردينة، 2011، صفحة 230)

1. وجود عدد كبير من البائعين الصغار الذين تكون قدراتهم المالية محدودة بالشكل الذي لا يستطيع أحدهم أو عدد قليل منهم التأثير على الباقين أو الخروج عن السياسة السعرية السائدة في السوق؛
2. وجود عدد كبير من المشترين، وإن كمية الشراء لكل مشتري تكون قليلة من مجموع المعروض السلعي وليس لهم الإمكانية في التأثير على السياسة السعرية المتبعة؛
3. إن المنتجات المتواجدة في السوق تكون متجانسة ومتماثلة بالشكل الذي يعطي إمكانية انتقال وتحول المشتري من بائع إلى آخر؛
4. يمتلك المشترون معلومات كافية عن السلع وأسعارها؛
5. لا يستطيع أحد البائعين أو المنتجين التأثير على السياسة السعرية أو استخدام سياسة سعرية أعلى أو أقل بكثير من أسعار السلع المنافسة لأن ذلك سوف يعرضه لخسارة كبيرة؛
6. عدم تمسك المشترين بعملية الشراء من بائع واحد وإنما يكون لهم حرية وسهولة الانتقال؛
7. حرية الدخول إلى الأسواق أو الخروج منها.

ثانياً: المنافسة الحرة

إن المنافسة الحرة تتماثل بشكل كبير مع المنافسة التامة أو الكاملة ولكن مع وجود بعض الاختلاف ويمكن إيجازها كما يلي: (الصميدعي و ردينة، التسويق الإستراتيجي، 2011، صفحة 231)

1. عدد البائعين في المنافسة الحرة أقل من المنافسة التامة؛
2. هناك اختلاف بسيط في السياسة السعرية من قبل البائعين ولكنه يجب أن يكون قليلاً في حالة تماثل المنتجات من حيث الجودة وأن يكون الإخلاف مقبولاً في حالة وجود بعض الاختلافات الملموسة في الجودة؛
3. هناك بعض القيود على تحرك رأس المال بين الصناعات والسلع والمشاريع.

ثالثا: المنافسة غير تامة (المنافسة الاحتكارية، منافسة القلة، الاحتكار، الاحتكار الثنائي)

يقصد بالمنافسة غير التامة أو غير الكاملة هو الخروج عن أحد أو بعض الشروط التي يجب أن تتوفر في المنافسة الكاملة كإخفاء معلومات عن المتعاملين، وقد تظل الأسعار المتعامل بها سرا، كذلك وجود نوع من الحذر والخوف من المنافسين وإن هذا يؤثر بشكل كبير على نشاط المؤسسات أو البعض منها، ويمكن تقسيم هذه المنافسة إلى الأنواع التالية:

1. المنافسة الاحتكارية

تتميز أسواق المنافسة الاحتكارية بوجود عدد كبير من البائعين والمشتريين كحالة المنافسة الصافية ولكنهم يبيعون سلعا متميزة (غير متجانسة) (خضير و آخرون، 2016، صفحة 130)، والمنافسة الاحتكارية تشمل على صفات تنافسية واحتكارية في نفس الوقت وهذا النوع من المنافسة قد يكون أكثر واقعية من حالة المنافسة الكاملة ويتميز هذا النوع بوجود عدد كبير من منتجي سلعة معينة، ولكن إنتاج كل منهم يتميز عن إنتاج الآخر، وأجه الاختلاف بين السلع التي ينتجها منتجون مختلفون تنحصر عادة في اختلاف السلع من حيث الشكل والتنوعية... الخ، ومع ذلك تعتبر السلع بدائل جديدة لبعضها أي أنها تؤدي نفس الوظيفة. (سعداوي، 2008، صفحة 67)

2. منافسة القلة (احتكار القلة)

هي نوع من أنواع المنافسة غير تامة حيث تتميز بوجود عدد قليل من المنتجين الكبار أو عدد قليل من الباعة أو المشتريين، إضافة إل أن نسبة تركيز إنتاجي عالية أي أن معظم الإنتاج يتم بواسطة عدد صغيرة من المنتجين الكبار و لديهم جميع المعلومات اللازمة عن السوق والزبائن، إضافة إلى أنه هناك تشابه للسلع المنتجة مع وجود الاختلافات بين السلع المتنافسة الشبيهة نتيجة إتباع المؤسسات سياسة التمييز السلمي (الصميدعي و ردينة، التسويق الإستراتيجي، 2011، صفحة 232)، هذا يعني أن السلع المنتجة قد تكون متجانسة أو غير متجانسة (متميزة) فإذا كانت متجانسة فإن تنافس المؤسسات يكون بالأسعار فقط أما إذا كانت غير متجانسة فإن المؤسسات تتنافس من خلال التمييز في السلع (موسى)، أما إذا كان هناك عدد محدود من المنتجين لسلعة معينة تعتبر بدائل قريبة جدا من بعضها وفي هذه الحالة يكون الإجمالي الإنتاج الخاص بوحدة إنتاجية واحدة كمية لا يمكن إهمالها بالنسبة للإنتاج الكلي للصناعة ومن ثم فكل منتج يستطيع تحديد سعر خاص به (سعداوي، المنافسة في سوق الهاتف النقال-موييليس نموذجًا-، 2008، صفحة 68).

3. الاحتكار

هو نوع من أنواع المنافسة الغير تامة وتتصف السوق الاحتكارية بما يلي: (الصميدعي و ردينة، التسويق

الإستراتيجي، 2011، صفحة 233)

✓ وجود منتج واحد (بائع واحد، مشتري واحد) أو عدد قليل من المنتجين والبائعين والمشتريين متفقين على توحيد

سياساتهم الإنتاجية والتسويقية بهدف السيطرة على سوق معين؛

✓ عدم توفر سلع بديلة تفسح المجال أمام المشتريين للمفاضلة والاختيار والتخلص من ضغوط المنتج الواحد.

4. الاحتكار الشائبي

وهو نوع من أنواع المنافسة غير تامة حيث يتمثل في احتكار منشأتين لإنتاج نوعين من سلعة معينة ويعتبر كل

منهما بديلا أقرب ما يكون إلى الكمال للنوع الآخر، بمعنى سيادة سعر موحد بالنسبة لكلا المحتكرين. (النون و حسن،

2016، صفحة 40)

رابعا: المنافسة التكنولوجية (المنافسة التقنية)

تحدد بقدرة مؤسسات البلد على الاستخدام الكثيف للمعرفة والتكنولوجيا، ويتضح ذلك حاليا من خلال

بعض الصناعات المتطورة، كصناعة الطائرات والحواسيب، والأقمار الصناعية، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذو النوعية

الجيدة، والأكثر ملائمة للمستهلكين، يستطيع أن يصدر إنتاجه حتى ولو كانت أعلى سعرا من سلع منافسيه في السوق.

(الحفيظي، 2008، صفحة 55)

المبحث الثاني: الميزة التنافسية: الخصائص، المحددات، المصادر، مؤشرات القياس

أصبح مفهوم الميزة التنافسية الشغل الشاغل للباحثين الاقتصاديين وعلى هذا الأساس لابد من تحديد مختلف مصادرها وقياسها بمجموعة مختلفة من المؤشرات.

المطلب الأول: خصائص الميزة التنافسية وأنواعها وأبعادها

سنتناول في هذا المطلب خصائص الميزة التنافسية وأنواع الميزة التنافسية ومختلف أبعادها.

الفرع الأول: خصائص الميزة التنافسية

تتمثل الميزة التنافسية في تقديم المؤسسة لمنتجات متميزة عما يقدمه المنافسون في السوق وإرضاء العملاء وبالتالي تكون المؤسسة قادرة على زيادة حصتها في السوق ومنه فإن للميزة التنافسية مجموعة من الخصائص من بينها:

1. تبنى على اختلاف وليس على تشابه؛ (العوي، 2020، صفحة 123)
2. تشتق من رغبات وحاجات العملاء، إضافة إلى أنها تحقق عامل التفوق والأفضلية على المنافسين؛ (شمسين، 2009، صفحة 90)
3. تتميز بالمرونة، وتعتبر كذلك نسبية وليست مطلقة تبنى على اختلاف وليس على تشابه؛ (ميهوب، 2014، صفحة 154)
4. تتحقق لمدة بعيدة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتجديدها وتنتج من داخل المؤسسة وتحقق قيمة لها، كما تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين؛ (الطائي و الخفاجي، 2009، صفحة 155)
5. تنعكس في كفاءة أداء المؤسسة لأنشطتها أو في قيمة ما تقدم للمشتريين أو كليهما؛ (العتوم، 2009، صفحة 45)
6. أن يتولى الزبون نفسه تقييمها، فالميزة التي لا يقدرها الزبون لن ينتج عنها أي زيادة في الأرباح. (كرغلي، اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك-دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العامة بمقر ولاية البويرة-مذكرة ماجستير)، 2014، صفحة 39)

الفرع الثاني: أنواع الميزة التنافسية

يمكن تصنيف الميزة التنافسية إلى نوعين رئيسيين وهما التكلفة الأقل والتمايز:

أولاً: التكلفة الأقل (قيادة التكلفة):

وهي قدرة المؤسسة على تعميم إنتاج وتسويق منتجاتها بتكاليف أقل بالمقارن مع المنافسين، بما يؤدي إلى عوائد أكبر. يظهر التحليل أن الفرق في التكلفة بين المؤسسات ينتج عن تركيبة إنتاجية ناتجة عن عوامل أساسية مرتبطة بحجم المنظمة هي كما يلي: (إلياس، 2021، صفحة 241)

- ✓ اقتصاديات الوفرة (السلم)؛
 - ✓ مفعول الخبرة وأثر التعليم؛
 - ✓ التوليد السريع للموارد؛
 - ✓ التعاون الوظيفي.
- ثانياً: خاصية التميز:

تعني ميزة التميز قدرة المؤسسة على تقدير منتج متميز وفريد له قيمة عالية من وجهة نظر العميل (خدمات ما بعد البيع، جودة عالية) (Dalal, Seddiki, & Dahou, 2021, p. 588)

الفرع الثالث: أبعاد الميزة التنافسية

يرتبط تحقيق الميزة التنافسية بمجموعة من الأبعاد وهي كالآتي:

أولاً: أبعاد الميزة التنافسية

1. القيمة المدركة لدى العميل

يمكن للمؤسسات استغلال إمكانياتها المختلفة في تحسين القيمة التي يدركها العميل للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المؤسسات مما يساهم في بناء الميزة التنافسية لها، وتحقق الميزة التنافسية للمؤسسة إذا أدرك العملاء أنهم يحصلون من جراء تعاملهم مع المؤسسة على قيمة أعلى من منافسيها. (سليمان، 2011، صفحة 8)

2. الإبداع

هو تحقيق تطور وعمل خلاق بما يحقق الإبداع في الإنتاج والتكنولوجيا المستعملة أو إيجاد طرائق جديدة لإنتاج أو توزيع المنتج بشكل يختلف عما هو قائم حالياً، كما تحقق ميزة الابتكار والإبداع أيضاً من خلال استكشاف الفرص الجديدة في البيئة الخارجية ومراقبة أعمال المنافسين وهو ما يطلق عليه البيقظة التنافسية. (حفيان، 2015، صفحة 50)

3. التميز

يمكن تحقيق الميزة التنافسية أيضاً من خلال عرض سلعة أو خدمة لا يستطيع المنافسون بسهولة تقليدها أو عمل نسخة منها (حفيان، 2015، صفحة 8)، وتمكن المؤسسة من جذب العملاء في الأسواق.

4. ميزة السرعة

بعد تزايد أهمية الوقت للزبون ازدادت المنافسة القائمة على أساس الوقت بين مختلف المؤسسات، وذلك من خلال تقديم الخدمات بأسرع وقت ممكن، أي تقديم السلع والخدمات في الوقت المناسب، ويعبر عن الوقت من خلال اعتمادية

التسليم أي مدى التزام المؤسسة بمواعيد تقديم الخدمة المتفق عليها مع الزبون وكذلك يعبر عن الوقت بسرعة التطوير وتحسب من بداية الوصول إلى الأفكار الخاصة بالمنتجات حتى تتحقق الخدمة النهائية. (حمدي، 2013، صفحة 34)

5. ميزة التكلفة

تعد التكلفة من أبرز أبعاد الميزة التنافسية وأهم المؤشرات الخاصة بها، حيث أن قيام المؤسسات بتحديد تكاليف أعمالها على نحو دقيق يسهم في تصميم أنظمة خاصة تسعى إلى خفض تكاليفها اللازمة لمتابعة أعمالها، ومن هذا المنطلق يمكن النظر إلى التكلفة بأنها إحدى الميزات التنافسية للمؤسسات عبر الاستخدام الكفء لطاقتها وجداراتها ومقدراتها ومواردها المتاحة، إذ تعد التكلفة الأقل هي الهدف العملي الجوهرى للمؤسسات المتنافسة حيث أن تخفيضها يساهم في زيادة الطلب والإقبال على منتجاتها وخدماتها مما يعني الوصول إلى مكانة وحصصة سوقية متميزة، وأن الوصول إلى التكاليف المنخفضة نسبياً يمكن أن يتم عبر التحسين المستمر وتبني التوجه نحو تعزيز الجودة وتشجيع الإبداع في تقديم المنتجات والخدمات. (الريجات، 2022، صفحة 101، 102)

إضافة إلى أبعاد الميزة التنافسية التي تم ذكرها هناك أبعاد أخرى للميزة التنافسية تم تقديمها من طرف مجموعة من الكتاب والباحثون نوجزها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2-03): أبعاد الميزة التنافسية

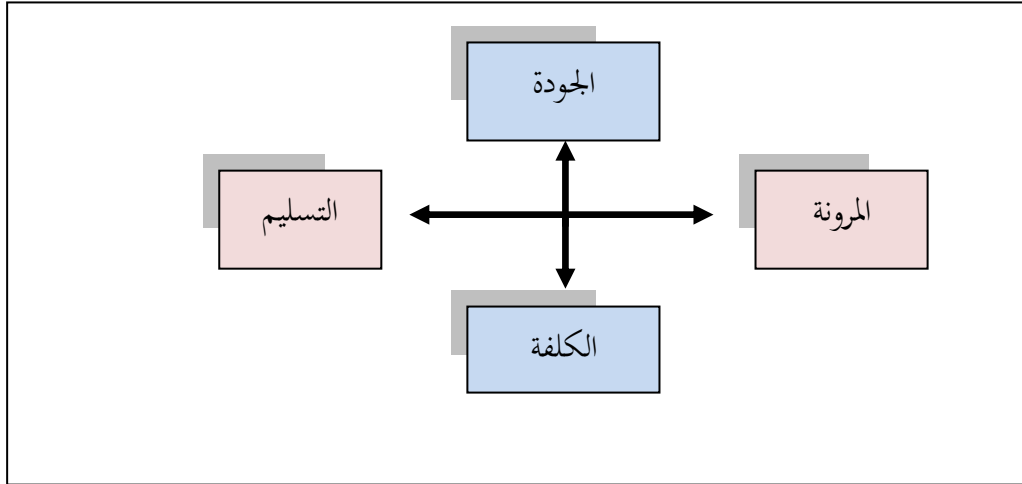
الأبعاد	الكاتب
التكلفة، الجودة، المرونة، السرعة، الإبداع.	Evans (1993)
السعر، الجودة، الإسناد، السمعة، التصميم.	Mintazberg (1996)
التكلفة، الجودة، المرونة، الوقت.	Krajewsti & ritzman (1999)
المنتج الفضل، المنتج الأقل سعرا، المنتج الأحدث، المنتج الأسرع.	Kotler & Armstrong (1999)
التصميم، المرونة، السهولة، الاستعمال، الإبداع.	Slack (1998)
التكلفة، التمييز، المرونة، الوقت، التكنولوجيا.	Macmillan & Mahan (2000)

المصدر: محمد عقيل حمدي. (2012-2013). "اختبار العلاقة بين القدرات التسويقية والإستراتيجيات التنافسية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في وكالات السياحة والسفر بمدينة عمان"، مذكرة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، ص33.

ثانياً: العلاقة بين أبعاد التنافس

يتضح من التتابع في اعتماد أبعاد التنافس في منظمات الأعمال وبحسب فتراتها الزمنية، بأن المؤسسات لا يمكنها أن تعتمد أكثر من بعد تنافسي في ذات وقت. على أساس أن هذه الأبعاد في علاقة تبادلية وكما موضحة في الشكل. (البكري، 2008، صفحة 208، 209)

الشكل (2-04): العلاقة التبادلية بين أبعاد التنافس

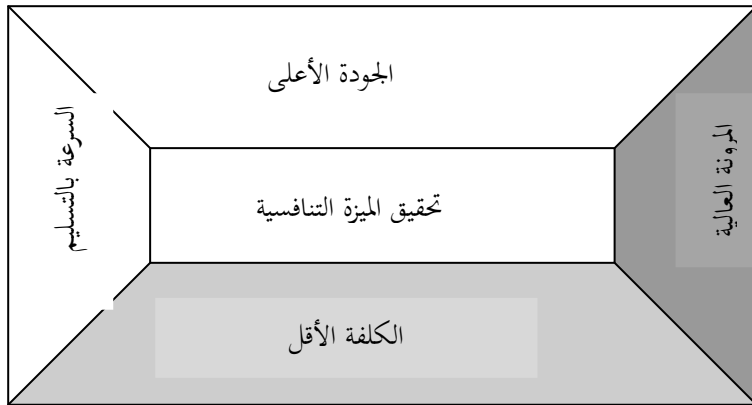


المصدر: ثامر ياسر البكري. (2008). "استراتيجيات التسويق"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 208.

فالجودة العالية عادة ما تكون مقرونة بسعر أعلى، وبالعكس إذا ما كانت الكلفة منخفضة فإن ذلك ينعكس على تدني مستوى الجودة. وكذلك فالمرونة عادة ما تكون مقرونة بقدرة أقل للمؤسسة في إمكانية تلبية الطلب عند حصوله. أو قد تكون سرعة التسليم مقرونة أكثر في هيكلية أعمالها.

إلا أن العلاقة لم تبقى على هذا المنوال وخاصة بعد اشتداد المنافسة إذ بدأت الشركات بالعمل على السيطرة على كلف الإنتاج على الرغم من كون منتجاتها تميزت بجودة عالية من خلال وسائل تحسين الجودة. وقد مكن ذلك المنظمات من القدرة على إنتاج منتجاتها بجودة أعلى مقابل كلفة أقل من كلف المنافسين. وبالتالي فقد أصبحت العلاقة بين أبعاد التنافس علاقة تراكمية (مشتركة) بدلا مما كانت عليه من علاقة تبادلية وكما هو موضح في الشكل. (البكري، 2008، صفحة 209)

الشكل (2-05): العلاقة التراكمية لأبعاد التنافس



المصدر: ثامر ياسر البكري. (2008). "استراتيجيات التسويق"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 209.

ساعدت هذه الأنظمة على زيادة قدرة المؤسسة في تغيير كميات الإنتاج مقابل الالتزام بمواعيد التسليم والمحافظة على أقل مستوى من التخزين. فضلا عن السيطرة على الكلف المنخفضة مقابل الارتفاع بمستوى الجودة كما هو حاصل مثلا في شركة تويوتا لصناعة السيارات. وبالتالي أصبحت العلاقة بين أبعاد التنافس بالشكل الذي يعزز أحدهما الآخر، فبدلا من أن تقود الجودة العالية إلى كلف أعلى، أصبحت تقود إلى كلف أدنى من خلال أدنى ضياعات وتحقيق التلف الصفري والوصول إلى الأسواق بالتوقيت الدقيق مع قدرة عالية في التكيف مع متطلبات الإنتاج المرنة باعتماد أنظمة الإنتاج الحديثة. (البكري، 2008، صفحة 210)

المطلب الثاني: محددات الميزة التنافسية ومصادرها

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى محددات الميزة التنافسية، بالإضافة إلى مصادرها

الفرع الأول: محددات الميزة التنافسية

من المهم أن تكون المؤسسة ذات ميزة تنافسية غير أنه يجب أن تكون مستمرة وطويلة ولا تنزل بالتقليد، لذلك يقصد بمحددات الميزة التنافسية مدى قوة ونجاعة هذه الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسة، وبالتالي فإن للميزة التنافسية مجموعة من المحددات والتي سوف يتم عرضها في هذا الفرع.

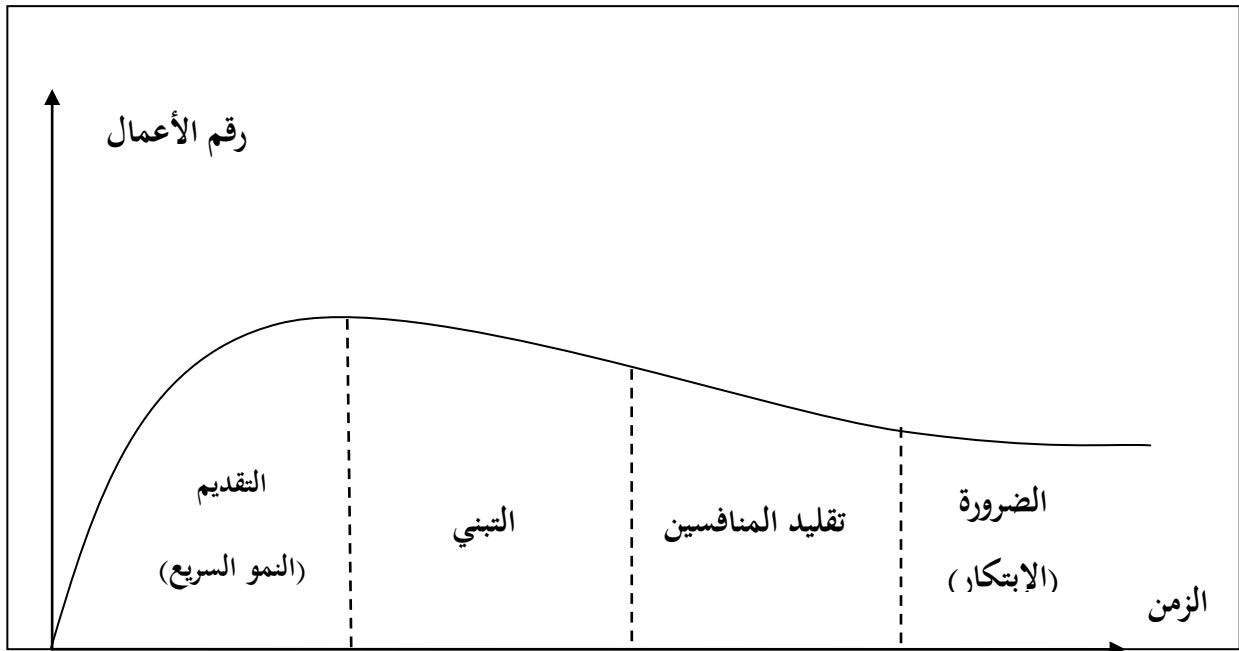
أولا: حجم الميزة التنافسية

يتحقق للميزة التنافسية سمة الاستمرارية إذا تمكنت المؤسسة من المحافظة على ميزة التكلفة الأقل أو ميزة تميز المنتج، ومن هنا كلما كانت الميزة أكبر كلما كان على المؤسسات المنافسة بذل جهود أكبر من أجل التغلب عليها وحتى تعمل هذه الميزة التنافسية على تحسين الوضع التنافسي للمؤسسة يجب أن تكون ذات صفات منها صعوبة التقليد، ومستمرة، ومتواصلة نسبيا وذات أهمية كبيرة. (العبيسي، 2013، صفحة 97، 98)

والمؤسسات التي تريد البقاء والريادة في محيط يتميز بالتحوّلات وشدة المنافسة، يطلب منها امتلاك قدرات معينة تؤهلها لتحقيق ذلك، تتمثل هذه القدرات في مجموع الكفاءات الضرورية، التي تمكنها من تحقيق أهدافها، ومنها تلبية حاجيات المستهلكين والسهر على إرضائهم حيث إن القيام بذلك بفعالية ونجاعة يعكس حجم الميزة التنافسية الذي يكون بإمكان المؤسسة تحقيقها، ومدى قدرتها على مقاومة المنافسة الشديدة. (بوبعة، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة إتصالات الجزائر للهاتف النقال-موييليس-مذكرة ماجستير)، 2012، صفحة 89)

و لا بد من الإشارة إلى أن للميزة التنافسية دورة حياة تبدأ بمرحلة التقدم أو النمو السريع، ثم تليها مرحلة التبي من قبل المؤسسات المنافسة، فمرحلة الركود في حالة قيام المؤسسات المنافسة بتقليدها و محاكاة الميزة التنافسية ومحاولة التفوق عليها وفي الأخير تظهر مرحلة الضرورة إلى تقدم تكنولوجيا جديد من أجل تخفيض التكلفة وتدعيم ميزة تميز المنتج، وهنا تبدأ المؤسسة في تجديد وتحسين الميزة الحالية، أو تقديم ميزة تنافسية جديدة تحقق قيمة أكبر للمستهلك أو العميل ويوضح الشكل التالي دورة حياة الميزة التنافسية: (العبيسي، دور التسويق المصرفي في تفعيل الميزة التنافسية لدى البنوك التجارية-دراسة حالة القرص الشعبي الجزائري CPA وكالة الوادي-مذكرة ماجستير)، 2013، صفحة 98)

الشكل رقم(2-06): دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: علي العبيسي. (2012-2013). "دور التسويق المصرفي في تفعيل الميزة التنافسية لدى البنوك التجارية - دراسة حالة القرص الشعبي الجزائري CPA وكالة الوادي"، مذكرة ماجستير، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، ص 98.

ثانيا: نطاق التنافس

يعبر النطاق عن مدى اتساع أنشطة وعمليات المؤسسة بغرض تحقيق مزايا تنافسية، فنطاق النشاط على مدى واسع يمكن أن يحقق وفورات في التكلفة عن الشركات المنافسة ومن أمثلة ذلك الاستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة، خبرة فنية واحدة، استخدام نفس منافذ التوزيع لخدمة قطاعات سوقية مختلفة أو مناطق مختلفة أو صناعات مترابطة، وفي مثل هذه الحالة تتحقق اقتصاديات المدى وخاصة في حالة وجود علاقات متداخلة ومترابطة بين القطاعات السوقية، أو المناطق أو الصناعات التي تغطيها عمليات الشركة. ومن جانب آخر يمكن للنطاق الضيق تحقيق ميزة تنافسية من خلال التركيز على قطاع سوق معين وخدمته بأقل تكلفة أو تقديم منتج متميز له، وهناك أربعة أبعاد للنطاق من شأنها التأثير على الميزة التنافسية والموضحة في الجدول الموالي: (سعداوي، المنافسة في سوق الهاتف النقال-موبيليس نموذجاً-، 2008، صفحة 82)

الجدول رقم (2-04): الأبعاد المحددة لنطاق التنافس

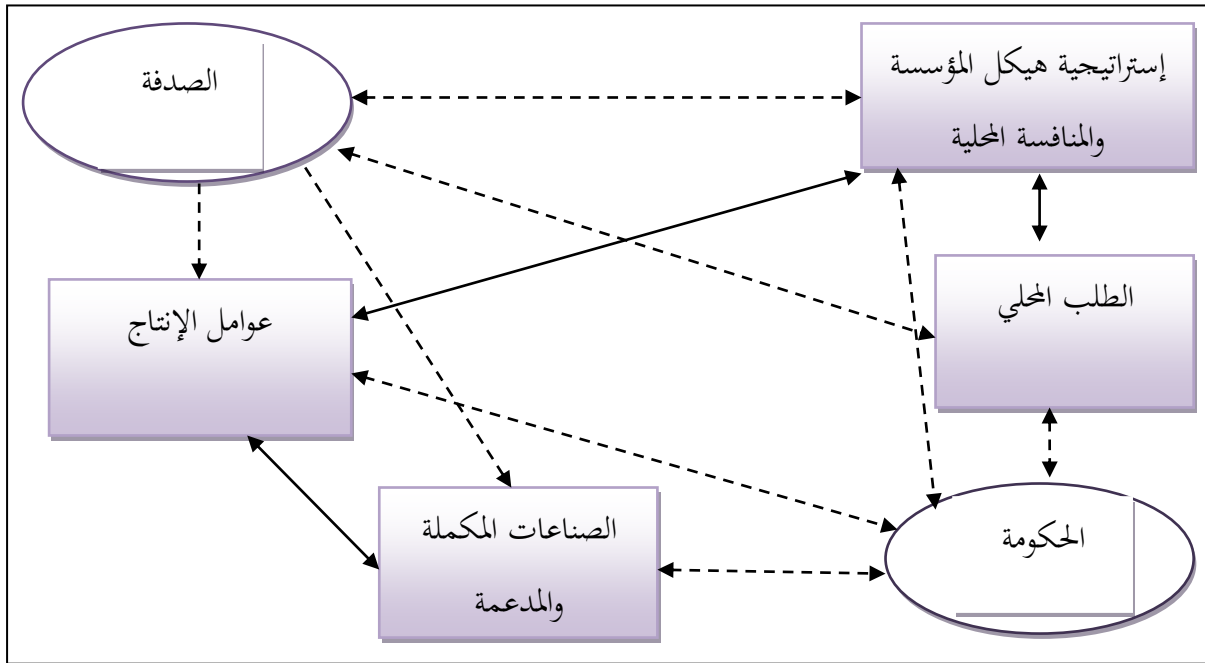
نطاق التنافس أو السوق	التعريف أو الشرح
1- نطاق القطاع السوقي	يعكس مدى تنوع مخرجات الشركة والعملاء الذين يتم خدمتهم وهنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.
2- النطاق الرأسي	يعبر عن مدى أداء الشركة لأنشطتها داخليا (قرار التصنيع)، أو خارجيا بالاعتماد على مصادر التوريد المختلفة (قرار الشراء) فالتكامل الرأسي المرتفع بالمقارنة مع المنافسين قد يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التمييز، ومن جانب آخر يتيح التكامل درجة أقل من المرونة للشركة في تغيير مصادر التوريد.
3- النطاق الجغرافي	يعكس عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تنافس فيها الشركة، ويسمح النطاق الجغرافي بتحقيق مزايا تنافسية من خلال المشاركة في تقديم نوعية واحدة من الأنشطة والوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة، ويبرز مدى أهمية هذه الميزة بالنسبة للشركة التي تعمل حاليا على نطاق عالمي أو كويتي، حيث تقدم منتجاتها أو خدماتها في كل ركن من أركان العالم.
4- نطاق الصناعة	يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها الشركة، أي روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات مختلفة التي تنتمي إليها الشركة.

المصدر: سليم سعداوي. (2008). "المنافسة في سوق الهاتف النقال - موبيليس نموذجاً"، د ط، دار الحديث للكتابة والطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ص، ص: 82، 83.

ولقد ارتبطت محددات الميزة التنافسية "بمايكل بورتر" صاحب نظرية الميزة التنافسية للأمم، حيث يبين "بورتر" أن محددات الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة تعمل كنظام البعض، فكل محدد يؤثر ويتأثر بالمحددات الأخرى، وتنقسم هذه المحددات إلى محددات رئيسية وأخرى مساعدة أو مكملة: (فراحتية، 2015، صفحة 179)

1. تتضمن المحددات الرئيسية أربعة عوامل وهي: ظروف عوامل الإنتاج، وظروف الطلب المحلي، الصناعات المرتبطة والمدعمة، إستراتيجيات المؤسسة وطبيعة المنافسة المحلية؛
 2. أما المحددات المساعدة فتتضمن: الدور الحكومي، ودور الصدف.
- ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (2-07): محددات الميزة التنافسية



المصدر: العيد فراحتية. (2014-2015). "دور نظام المعلومات التسويقية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية- دراسة حالة بعض المؤسسات لولاية المسيلة"، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، ص 180.

وفيما يلي شرح لهذه المحددات وعلاقتها بالميزة التنافسية: (فراحتية، مرجع سبق ذكره، الصفحات 180-183)

✓ محدد عوامل الإنتاج

تعتبر المدخلات ضرورية ولازمة لدعم قدرة صناعية ما على المنافسة، حيث تنقسم إلى عوامل أساسية مثل الموارد البشرية، الموارد الطبيعية، وموارد رأس المال، والبنية الأساسية، وهي عوامل تكون موروثية بطبيعتها داخل الدول، وتؤدي إلى

خلق ميزة تنافسية لأنه يسهل انتقالها والحصول عليها من قبل المنافسين، وهناك عوامل متطورة والأكثر أهمية لصعوبة الحصول عليها كالأسس العلمية، والخبرات الإدارية،... وغيرها؛

✓ محدد الطلب المحلي

أشار "بورتر" إلى أن الضغوط المستمرة من قبل المستهلكين المحليين لطلب منتجات متميزة قد يؤدي إلى توليد ضغوط مستمرة على المؤسسات وتحفيزها على المزيد من الابتكار والتجديد لتلبية احتياجات هؤلاء المستهلكين، الأمر الذي ينعكس في النهاية على تقوية وتعزيز المزايا التنافسية المحققة مقارنة بالمنافسين الآخرين؛

✓ محدد الصناعات المكملة

يجب أن تكون للدولة صناعات ذات مستوى عالمي تكون مرتبطة ومساندة لبعضها البعض، الأمر الذي يساهم في إثراء الميزة التنافسية للدولة في أنشطة أو صناعات محددة أو في أجزائها، والصناعات المرتبطة هي التي تشترك معا في التقنيات والمدخلات وقنوات التوزيع والعملاء أو تلك التي تقدم منتجات متكاملة، ويمثل تواجد الصناعة أو إنتاجية المؤسسات كجزء من تجمعات صناعية عنقودية عاملا أساسيا بل ومن أهم العوامل في تحقيق الميزة التنافسية دوليا؛

✓ محدد إستراتيجية هيكل المؤسسة والمنافسة المحلية

تظهر تنافسية المؤسسة أو تنافسية الصناعة من تجمع ما بين طرق الإدارة والتنظيم من جهة، ومن جهة أخرى مصادر الميزة التنافسية في الصناعة نفسها، إضافة إلى وجود ترابط بين المنافسة المحلية القوية وخلق استمرارية ميزة تنافسية في أي صناعة، وتتضح أهمية المنافسة المحلية فيما يترتب عليها من دفع المؤسسات إلى البحث عن صورة المنافسة غير السعرية من خلال التجديد والتطوير ورفع كفاءة وجود المنتج، كما تتضح أهمية ظهور منافسين محليين جدد في أنهم أكثر جرأة في تبني مفاهيم وأساليب تكنولوجيا جديدة، أي أنهم أكثر قدرة على التجديد والتطوير من المؤسسات القائمة بالفعل، واهتمام "بورتر" بالمنافسة المحلية يرجع إلى تركيزه على البعد المحلي لخلق ميزة تنافسية، فنجاح المؤسسة في التنافس محليا يؤهلها للأسواق الخارجية والنجاح دوليا.

✓ محدد دور الصدف

تشير أحداث الصدف إلى التطورات التي تقع خارج نطاق سيطرة وتحكم الشركات، أي تكون غير متوقعة، وتلعب هذه الأحداث دورا هاما في تنافسية ونجاح العديد من الصناعات؛

✓ محدد دور الحكومة

على الرغم من أن "بورتر" لم يعتبر الحكومة أحد المحددات الرئيسية للميزة التنافسية، إلا أنه أشار إلى دورها الفعال باعتبارها من المحددات المساعدة في خلق ميزة تنافسية دولية، من خلال التأثير بصورة إيجابية أو سلبية على باقي

المحددات، وينبغي الإشارة إلى أن دور الحكومة لا يجب أن يبقى ساكنا بل يجب أن يكون ديناميكيا متكيفا مع مرحلة تطور الميزة التنافسية التي يصفها "بورتر" بأربعة مراحل وفقا لما يتوافر من محددات ومدى الترابط والتشابك بينها، بدءا من مرحلة سيطرة عناصر الإنتاج، ثم مرحلة سيطرة الاستثمار ومرحلة سيطرة الابتكار، وأخيرا مرحلة سيطرة الثورة أي تدخل خاطئ قد يغير المسار الطبيعي للميزة التنافسية.

الفرع الثاني: مصادر الميزة التنافسية

لتمتلك المنظمة من تعزيز جهودها وتعزيز موقفها التنافسي لا بد من أن تعتمد على أكثر من مصدر للميزة

التنافسية والتي يمكن تقسيمها إلى ما يلي:

أولا: الضغط على التكاليف

يعتبر بعض المفكرين التطور على أنه مزج عناصر الإنتاج بطريقة مختلفة، وذلك بواسطة الإبداع، حيث يمكن تحقيق التمايز عبر التقليل أو الضغط على تكاليف الإنتاج والتكاليف الأخرى المباشرة وغير مباشرة من خلال القيام بمختلف المهام اليومية، ويمكن تحقيق ذلك عبر: (حمدوي، 2009، صفحة 138)

1. الإنتاج بأدنى كلفة من خلال تنظيم المهام وتوزيعها بطريقة متناسقة وملائمة (تحقيق التوافق بين الأشخاص والوظائف)؛
2. تحسين نوعية العمليات عبر تبسيطها ونزع التكرار فيها؛
3. تحقيق أعلى إنتاجية عمل عبر تكوين الأشخاص وتحفيزهم؛
4. الاهتمام بالمهام التي لها صلة مباشرة بالعملاء.

ثانيا: تصنيف موارد المؤسسة

تشمل موارد المؤسسة موارد ملموسة وموارد غير ملموسة: (حجاج، 2015، صفحة 13، 14)

1. **الموارد الملموسة:** وهي تشمل مختلف الموارد المادية والمالية في المؤسسة ومنها: المواد الأولية، معدات الإنتاج، الموارد المالية؛
2. **الموارد غير الملموسة:** وتشمل كل من الجودة، المعلومات، التكنولوجيا، طريقة العمل، المعرفة، وفي ما يلي شرح موجز لهذه الموارد:

✓ **الجودة:** تعتبر نظام إداري متميز وأداة تنافسية عالية المستوى لمختلف المؤسسات الهادفة إلى التكيف الإيجابي

مع مختلف التطورات وتعتبر منهج فعال وذو كفاءة عالية في امتلاك الميزة التنافسية؛ (عشاوي، 2013، صفحة 66)

- ✓ **المعلومات:** إن المؤسسة مطالبة باستغلال كل المعلومات، ومعالجتها بالشكل الصحيح، الذي يمكنها من تحقيق تنافسياتها والحصول على ميزة تنافسية؛ (حجاج، دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية -دراسة مقارنة بين وحدات مؤسسة كوندور بروج بوعرييج باستخدام أسلوب تحليل مغلف البيانات خلال الفترة 2004-2013 - (أطروحة دكتوراه)، 2015، صفحة 14)
- ✓ **التكنولوجيا:** لقد تزايد الاهتمام بالعامل التكنولوجي لأنه يعد موردا داخليا قادرا على إنشاء ميزة تنافسية وتقديم القيمة للزبون، وتصنف إلى ثلاثة أنواع وذلك وفقا لمساهمتها في إنشاء الميزة التنافسية وعلى هذا الأساس نجد التكنولوجيا الأساسية والتي هي متوفرة في السوق وتعد ضرورية للعمل في قطاع نشاط معين والتي ليست مصدرا لأية ميزة تنافسية، أما التكنولوجيا المحورية فهي تلك التي تتيح الحيازة على ميزة تنافسية حاسمة للمؤسسات التي تتحكم بها، أما بالنسبة للتكنولوجيا الناشئة والتي هي في مرحلة الانطلاق، فيتعلق الأمر هنا بالمباحث عن المعايير التي تعتمد عليها المنظمة لتحويل هذه التكنولوجيا إلى تكنولوجيا محورية. (نذير، 2013، صفحة 82، 83)
- ✓ **معرفة طريقة العمل:** تأتي نتيجة التجربة المكتسبة وهي تعبر عن الدرجة العالية من الممارسة والإتقان مقارنة مع المنافسين في كل الوظائف، مما يؤهلها لكسب ميزة أو مزايا تنافسية؛ (حجاج، دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية -دراسة مقارنة بين وحدات مؤسسة كوندور بروج بوعرييج باستخدام أسلوب تحليل مغلف البيانات خلال الفترة 2004-2013 - (أطروحة دكتوراه)، 2015، صفحة 15)
- ✓ **المعرفة:** تعمل المؤسسات الناجحة على الاستثمار في كل ما تعرفه، وذلك بالاستفادة منها في جميع عملياتها؛ (كنوش، 2010، صفحة 104)
- وهناك مجموعة من المصادر الأخرى للميزة التنافسية منها: (شماسنة، 2015، صفحة 76، 77)
- ✓ **الابتكار:** ويقصد به استحداث منتجات أو خدمات باستمرار، أو تحسين أو تطوير خدمات أو منتجات حالية؛
- ✓ **الالتزام بالوقت المحدد تماما:** ويقصد به التنافس على المرتبة الأولى في الحصول على المواد أو طرح أو إيصال الخدمات أو المنتجات للزبائن في الوقت المحدد تماما؛
- ✓ **المناسبة والسهولة:** وذلك بإيجاد الطرق والوسائل الأفضل لجعل تعامل الزبون مع الخدمة أو المنتج سهل تماما؛
- ✓ **إدارة العلاقات مع الزبائن:** تطوير العلاقات الأكثر إرضاء للزبائن من خلال التفاعل والتواصل، واعتبارهم أشخاص ذوي مكانة؛
- ✓ **العلامة التجارية:** تطوير العلامة الأكثر قوة وتأثيرا في عقول المستهلكين؛
- ✓ **التوزيع:** السيطرة على كافة القنوات من أجل امتلاك الميزات التنافسية وسد الطريق على المنافسين؛

✓ ميزة التحرك الأول: فالمبادر الأول للسوق بابتكار أو تقديم منتج أو خدمة جديدة يتيح التمتع بميزة تنافسية.

المطلب الثالث: مؤشرات قياس القدرة التنافسية

يمكن للمؤسسات قياس درجة تنافسيتها بالاعتماد على جملة من المؤشرات أهمها:

أولاً: مؤشر الشئائية (فعالية - إنتاجية)

يرتكز هذا المؤشر على ثلاثة عناصر أساسية هي: (بوركو، 2012، صفحة 54)

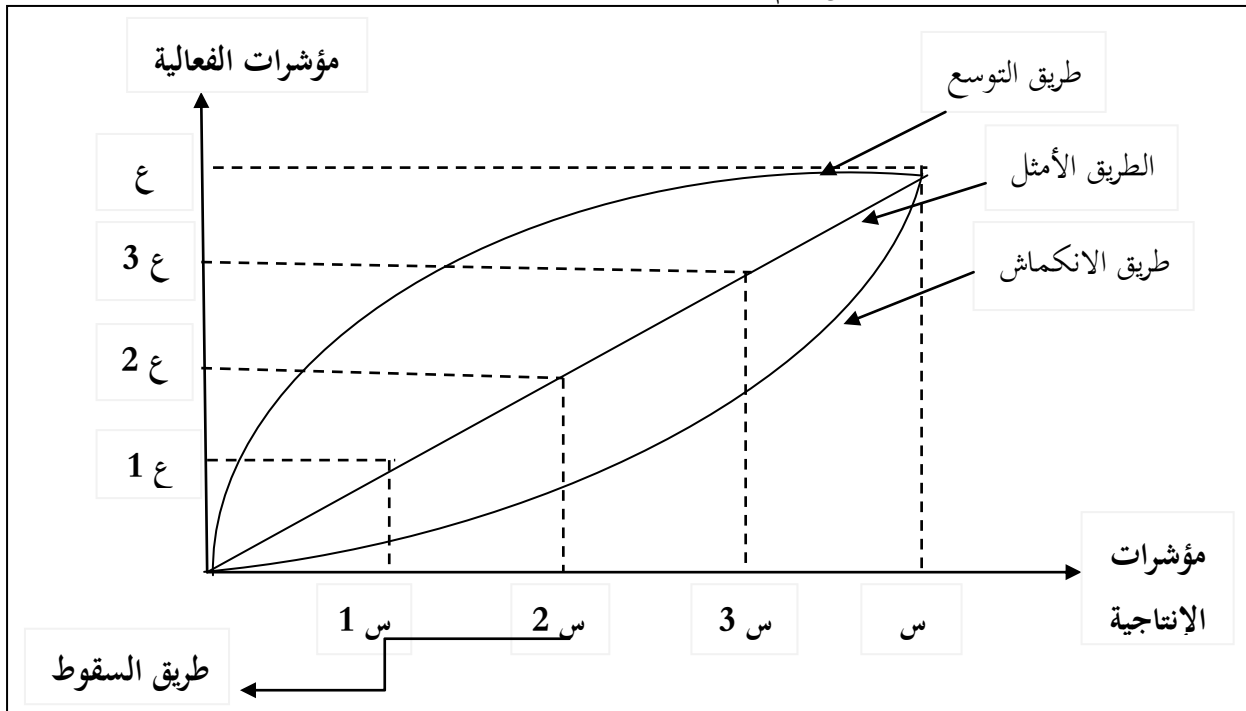
1. الفعالية: هي قدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف التي حددتها بنفسها وتحسب الفعالية من خلال النسبة بين النتائج المحصلة عليها فعلا والنتائج المنتظرة؛

2. الإنتاجية: أما الإنتاجية هي النسبة بين النتائج المحصل عليها والوسائل المسخرة لتحقيقه؛

3. الشئائية (فعالية - إنتاجية): يمكن أن نقول أن التنافسية هي محصلة تفاعل الشئائية (فعالية - إنتاجية).

ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (2-08): مؤشر (فعالية - إنتاجية)



المصدر: عبد المالك بوركو، (2011-2012). "إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية- دراسة ميدانية

لشركة نجمة الاتصالات"، مذكرة ماجستير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، ص 55.

ويمكن تقديم شرح موجز للشكل الممثل لمؤشر (الفعالية- إنتاجية) كما يلي: (بوركو، إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية -دراسة ميدانية لشركة نجمة الاتصالات - (مذكرة ماجستير)، 2012، صفحة 55، 56)

✓ ففي مواجهة وضعية اقتصادية صعبة تتجه المؤسسات نحو البحث عن توازن جديد بالاعتماد على وفرة في الإنتاجية، وحتى يتسنى ذلك يتم التخلي عن اليد العاملة لأن هذه العملية تكون تقنيا أسهل، ولذلك سميت هذه العملية بطريقة الانكماش، إلا أن هذا الاختيار قد ينطوي على مخاطر كبيرة على المدى الطويل، باعتبار أن عملية التخلي هذه مست المهارات التي تدرت في المؤسسة والتي يصعب تعويضها مستقبلا؛

✓ بخلاف الطريق الأول فإن الطريق الثاني يعد الأفضل باعتبار أنه يسعى إلى بناء قوة تنافسية متنامية في بيئة معقدة من خلال الرفع من النتائج، حيث يتم ذلك بواسطة كسب طلبات جديدة واستغلال فعال للوسائل المتاحة، ويفترض الطريق الثاني وهو طريق التوسع وجود تفكير تسويقي شامل متجه نحو إرضاء المتعاملين (الزبائن، الموردين، مقدمي الخدمات... الخ).

إن معرفة الطريق المؤدي إلى اقتحام سوق تنافسية، يتم من خلال حساب مرونة إنتاجية بالنسبة للفعالية ونجد منها ثلاثة حالات:

✓ إذا كانت المرونة أكبر من الواحد، فهذا يوافق الطريق المسمى بالتوسع؛

✓ إذا كانت المرونة تساوي الواحد، فهذا يوافق الطريق الأمثل؛

✓ إذا كانت المرونة أقل من الواحد، فهذا يوافق الطريق المسمى بالانكماش.

وتجدر الإشارة إلى أن التمادي في البحث عن إنتاجية على حساب الفعالية قد يؤدي (احتمال كبير) إلى الانحراف هذا الطريق ومن ثم السقوط.

ثانيا: مؤشر قياس الربحية

إذا كانت ربحية المؤسسة التي تريد البقاء في السوق ينبغي أن تمتد إلى فترة من الزمن فإن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تتعلق بالقيمة السوقية لها، وبذلك يمكن قياس تنافسية المؤسسة بواسطة مؤشر "توبين" TOBIN'S* والذي يمثل النسبة السوقية للدين أو رؤوس الأموال الخاصة للمؤسسة على تكلفة استبدال أصولها، وإذا كانت هذه النسبة أقل من الواحد فإن المؤسسة غير تنافسية، ويفترض توفر كل البيانات والمعلومات والإمكانات من أجل إيجاد نتائج واقعية وصحيحة ودقيقة بالإضافة إلى الحصول على قيم حقيقية ومناسبة لإنجاز النسب وحساب المؤشرات بكيفية سليمة ومناسبة، غير أنه وفي غياب توفر بيئة اقتصادية مفتوحة مناسبة، فقد لا يوجد حلا إلا بحساب المؤشرات انطلاقا من

بيانات دفترية محاسبية، في الغالب هي تاريخية مع الإشارة إلى ضرورة تعديل بعض المؤشرات بما يناسب الواقعية، وهناك عاملين يمكن أن تتحقق الربحية من خلالهما هما: (فراحتية، دور نظام المعلومات التسويقية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية-دراسة حالة بعض المؤسسات لولاية المسيلة-(أطروحة الدكتوراه)، 2015، صفحة 189)

1. مدى جاذبية الصناعة التي تعمل بها: أي أن البيئة الخارجية وعلى وجه التحديد بيئة الصناعة هي أحد العوامل المحددة لاختلافات في الربحية بين المؤسسات؛

2. تحقيق ميزة تنافسية: وهي المحور الأول لربحية المنظمة، أي التأكيد على تركيز المنظمات على المفاضلة بين مزايا التكلفة الأقل، ومزايا التميز.

وتشكل الربحية مؤشرا كافيا على التنافسية الحالية للمؤسسة، لكن لا بد من أن تكون هذه الربحية في شكل متصاعد وقابل للاستمرار من أجل ضمان بقاء المؤسسة في السوق. (بوركو، إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية-دراسة ميدانية لشركة نجمة الاتصالات-(مذكرة ماجستير)، 2012، صفحة 54)

ثالثا: مؤشر تكلفة الصنع أو الإنتاج

تكون المؤسسة غير تنافسية إذا كانت تكلفة الصنع المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في الأسواق، ويعود ذلك إما لانخفاض إنتاجيتها أو عوامل الإنتاج مكلفة كثيرة، أو السببين السابقين معا، والإنتاجية الضعيفة يمكن أن تفسر على أنها تسيير غير فعال، كل هذا في حالة قطاع نشاط ذو منتجات متنوعة، أما إذا كان قطاع النشاط ذو منتجات متجانسة فيمكن أن يعود ذلك إلى كون تكلفة الصنع المتوسطة ضعيفة مقارنة بالمنافسين، حيث أن تكلفة الصنع المتوسطة بالقياس إلى تكلفة المنافسين تمثل مؤشرا كافيا عن التنافسية في فرع نشاط ذي إنتاج متجانس ما لم يكن ضعف التكلفة على حساب الربحية المستقبلية للمشروع، ويمكن لتكلفة وحدة العمل أن تمثل بديلا جيدا عن تكلفة الصنع المتوسطة عندما تكون تكلفة اليد العاملة تشكل النسبة الأكبر من التكلفة الاجتماعية، ولكن هذه الوضعية يتناقض وجودها. (عنتر، 2008، صفحة 98)

رابعا: مؤشر الإنتاجية الكلية للعوامل

إن الإنتاجية الكلية للعوامل تقيس الفاعلية التي تحول المؤسسة فيها مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات، ولكن هذا المفهوم لا يوضح مزايا ومساوي تكلفة عناصر الإنتاج، كما أنه إذا كان الإنتاج يقاس بالوحدات الفيزيائية مثل أطنان من الورق أو أعداد من التلفزيونات، فإن الإنتاجية الإجمالية للعوامل لا توضح شيئا حول جاذبية المنتجات المعروضة من جانب المشروع. ومن الممكن مقارنة الإنتاجية الكلية للعوامل أو نموها لعدة مشروعات على المستويات المحلية والدولية، ويمكن إرجاع نموها سواء إلى التغييرات التقنية والتخفيض من التكاليف، أو إلى تحقيق وفورات الحجم، ويمكن تفسير

الإنتاجية الضعيفة بإدارة أقل فاعلية، أو بدرجة من الاستثمار غير فاعلة أو بكليهما معا. (الغزالي، القدرة التنافسية وقياسها، 2003، صفحة 11، 12)

خامسا: مؤشرات التجارة والحصة من السوق

يستعمل الميزان التجاري وكذلك الحصة من السوق الدولية عادة كمؤشرات عن التنافسية على مستوى فرع النشاط، وهكذا ففي نطاق التبادل الحر فإن النشاط يجسر تنافسيته عندما تتناقص حصته من الصادرات الوطنية الكلية. (النشور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي (أطروحة دكتوراه)، 2009، صفحة 27)

في الحقيقة يمكن استخلاص عدد كبير من المؤشرات التي نرى بأنها تتمايز بين مؤشرات كمية ومؤشرات كيفية وتقودنا إلى الحكم على تنافسية المؤسسة، حيث يتم مقارنتها إما بالمؤسسة الرائدة في السوق أو بالمعدل السائد في السوق، فاقتراب المؤسسة من مؤشرات المؤسسة الرائدة يعني التحسين من تنافسيته، وإبعادها عنه يفسر بانخفاض هذه التنافسية، وعندما تتفوق مؤشرات المؤسسة على المعدل السائد في السوق فإن هذا يعني بأنها في رواق تنافسي جيد، والعكس كلما انخفضت هذه المؤشرات عن المعدل السائد في السوق فإن هذا يدل على ضعف تنافسية المؤسسة. غير أن المؤشر المهم الذي يعتمد عليه في تحليل تنافسية المؤسسة هو الميزة التنافسية التي تكتسبها (التكلفة والتميز)، غير أنه لا توجد أشكال أخرى للمزايا التنافسية، حيث يرى بعض الاقتصاديين أن الميزة التنافسية تنحصر في أربعة أشكال تعبر عن مجالات المنافسة فالنوع الأول يتمثل في تخفيض التكاليف وتحسين الجودة، والنوع الثاني هو التوقيت الجيد والكفاءات، والنوع الثالث يتمثل في امتلاك مكانة قوية في السوق من خلال وضع موانع للدخول، أما الميزة التنافسية الرابعة هي امتلاك الموارد المالية، وإضافة إلى ذلك فإنه لا بد على المؤسسة البحث عن العوامل المؤثرة في التنافسية.

المبحث الثالث: الميزة التنافسية: المعايير، أسباب تنميتها وتطويرها، شروط فعاليتها، سبل استدامتها

الميزة التنافسية مجموعة من الشروط لفعاليتها، وطرق وسبل لا بد على المؤسسة من إتباعها للحفاظ على ميزاتها التنافسية واستدامتها.

المطلب الأول: معايير الميزة التنافسية

تعدد معايير الميزة التنافسية للمؤسسة والتي يمكن اعتبارها من زاوية أخرى أحد مؤشرات جودة الإدارة والتحكم في التسيير ويمكن تحديد أهم هذه المعايير كما يلي.

أولاً: عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المؤسسة

إن اعتماد المؤسسة على ميزة تنافسية واحدة يعرضها إلى خطر سهولة تقليدها من قبل المنافسين، لذلك يستحسن تعدد مصادر الميزة التنافسية لديها لكي يصعب على المنافسين محاكاتها. (صالح، 2016، صفحة 130)

ثانياً: درجة التحسين والتجديد والتطوير المستمر في الميزة

من أجل أن تضمن المنظمة عدم قيام المنافسين بتقليد ميزتها التنافسية المتعددة المصادر، عليها أن تسعى دائماً إلى تجديدها وصيانتها وتطويرها ليصعب على المنافسين محاكاتها أو تقليدها وتبقى محافظة على تفوقها (عريقات و آخرون، 2010، صفحة 55)، كما يجب على المؤسسة أن تقوم بتقييم مستمر لأداء ميزاتها التنافسية بالاستناد إلى المعايير السائدة في القطاع، ومعرفة مدى نجاحها وبالتالي إتخاذ القرار بالاحتفاظ بها أو التخلي عنها في حال عدم التفوق على المنافسين وتحقيق الوفورات الاقتصادية. (صالح، التدقيق الداخلي ودوره في الرفع من تنافسية المؤسسة، 2016، صفحة 130، 131)

ثالثاً: مصدر الميزة

وفقاً لهذا المعيار يمكن ترتيبها وفقاً لأنواعها وذلك إلى درجتين: (بشير، 2012، صفحة 181)

1. مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة مثل التكلفة الأقل التي يمكن تقليدها من قبل المؤسسات المنافسة؛
2. مزايا تنافسية من مرتبة مرتفعة مثل تمييز المنتج والذي يصعب تقليده، حيث توافر المهارات والقدرات العالية والبحوث تتطلب وقتاً كبيراً من جهة المؤسسات المنافسة، وبالتالي نقول أن المزايا ذو المرتبة المنخفضة أقل قابلية للاستثمار أو التواصل مقارنة بالمزايا المرتبة عن تمييز المنتجات أو الخدمات التي تعبر عن المرتبة المرتفعة.

كما يمكن الإشارة إلى أن هذه المزايا تتصف بعدد من الخصائص من بينها أنها تتطلب تحقيقها توافر مهارات وقدرات من مستوى مرتفع مثل الأفراد المدربين تدريباً خاصاً، القدرات الفنية الداخلية والعلاقات الوطيدة مع كبار العملاء، وتعتمد هذه المزايا على تاريخ طويل من الاستثمار المستمر والتراكمي في التسهيلات المادية والتعلم المتخصص،

والبحوث والتطوير والتسويق، حيث يترتب عن هذه الأنشطة خلق مجموعة من الأصول الملموسة وغير ملموسة وذلك في شكل سمعة طيبة، أو علاقات وثيقة مع العملاء، أو حصيلة من المعرفة المتخصصة، ويمكن القول بأن المزايا المترتبة عن التكلفة الأقل تكون أقل قابلية للاستمرار والتواصل عن المزايا المترتبة عن تمييز المنتجات والخدمات. (حجاج، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية : مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها -دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي-(مذكرة ماجستير)، 2007، صفحة 5)

إضافة إلى المعايير السابقة فإن للميزة التنافسية مجموعة من المعايير الأخرى وهي كالاتي: (جميل، 2016، صفحة

148، 149)

✓ مدى تبني مفهوم وأسلوب إدارة الجودة الشاملة؛

✓ مدى الاهتمام بالتدريب المستمر للعاملين وحجم المخصصات التي ترصد لذلك؛

✓ مدى الاهتمام ببحوث التطوير؛

✓ مدى وجود توجه تسويقي؛

✓ مدى توفر العمالة المؤهلة؛

✓ مدى استخدام أحدث تكنولوجيا؛

القدرة مع التعامل مع المتغيرات البيئية المحلية والعالمية.

المطلب الثاني: أسباب تنمية وتطوير الميزة التنافسية

أدت الزيادة التنافسية إلى سعي المؤسسات على اختلاف أنواعها إلى رفع الكفاءة وفعاليتها بهدف امتلاك الميزة التنافسية ولا يكون ذلك إلا بالتطوير والتنويع المستمر للقدرة التنافسية، وبصفة عامة ترجع أهم أسباب تنمية وتطوير الميزة التنافسية إلى ما يلي:

أولاً: وفرة المعلومات عن مختلف الأسواق، نتيجة تطور أساليب بحوث التسويق، والشفافية التي يتعامل بها في مختلف المؤسسات في المعلومات المتصلة بالسوق وغيرها من المعلومات ذات الدلالة على مراكزها التنافسية، إضافة إلى ذلك تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية وتسارع مختلف عمليات الإبداع والابتكار على مستوى القدرات التنافسية؛ (الغزالي، القدرة التنافسية وقياسها، 2003، صفحة 3)

ثانياً: المنافسة المفتوحة: حيث يمكن القول أن الفكر الإداري الحديث يؤكد طبيعة المنافسة التي يمكن أن تواجهها المؤسسات في الوقت الراهن، والتي يمكن وصفها بأنها منافسة بلا حدود، فالأسواق أصبحت مفتوحة بدرجة غير مسبوقة، بل أكثر من ذلك فإن المستهلك يتمتع بحرية الانتقال إلى الأسواق بدلا من انتقال الأسواق إليه، وتلك الظروف

الجديدة تفرض على المؤسسات ضرورة أن تواجه نوعاً جديداً من المنافسة وهو منافسة علاجها للتميز في الأداء حيث يساعد هذا التميز على حفظ مكان المؤسسة ومكانتها، فالمكان هو القدرات الذاتية للمؤسسة ذاتها، والتميز بداية هو القدرة على الترتيب الداخلي للمؤسسة، ونقطة الانطلاق الأساسية لتمييز الأداء لا بد من أن تبدأ من داخل المؤسسة، ومن هذا المنطلق فإن عملية التميز تتضمن مكوناً مهماً هو المراجعة الداخلية باعتبارها شقاً أساسياً من عمليات التحليل الإستراتيجي للمؤسسة ومن أهم المكونات الداخلية للمؤسسة التي يجب الحفاظ عليها لكونها مصدراً أساسياً للتميز هي القوى البشرية وثقافة المؤسسة، والهيكلة التنظيمية، والقيادة بالمؤسسة، وأما المكانة فتعكس الموقع التنافسي المتميز للمؤسسة بين بقية المؤسسات العاملة في نفس المجال أو الصناعة، وللتأكد من قدرة المؤسسة على تحقيق ميزة تنافسية لا بد أن تقارن المؤسسة بين أدائها وأداء المؤسسات المنافسة؛ (جروة و بن خيرة، 2014، صفحة 183)

رابعاً: ظهور تكنولوجيا جديدة حيث أن ابتكار تكنولوجيا جديدة يكون له تأثير مباشر على تصميم المنتج وطرق التسويق، الإنتاج، التوزيع، بالإضافة إلى الخدمات ما بعد البيع المقدمة للزبائن؛

خامساً: ظهور حاجات جديدة للمشتري أو تغييرها حيث تعد حاجات ورغبات المستهلك متجددة باستمرار وهذا نتيجة لانتشار الوعي الاستهلاكي، وارتفاع المستوى المعيشي... الخ، وعليه يحدث تجديد للميزة التنافسية الحالية أو تنمية ميزة تنافسية جديدة؛

سادساً: مع زيادة الطاقات الإنتاجية وارتفاع مستويات الجودة، والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد في الصناعات كثيفة الأسواق وتحول السوق إلى سوق مشتريين تتركز القوة الحقيقية فيه للعملاء الذين انفتحت أمامهم فرصة الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة لإشباع رغباتهم بأقل وبأسر الشروط ومن ثم تصبح التنافسية هي الوسيط الوحيد للتعامل في السوق من خلال العمل على اكتساب وتنمية القدرات التنافسية؛ (أحمد، 2009، صفحة 319)

ثامناً: سهولة الاتصال وتبادل المعلومات بين المؤسسات المختلفة وفيما بين وحدات فروع المؤسسة الواحدة بفضل شبكات الانترنت وغيرها من آليات الاتصالات الحديثة وتطبيقات المعلوماتية المتجددة؛ (بوعبة، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة إتصالات الجزائر للهاتف النقال-موييليس-مذكرة ماجستير)، (2012، صفحة 73)

تاسعاً: ويمكن تحقيق الميزة التنافسية وتنميتها من خلال تطوير الموارد البشرية حيث تتولى القيادة مسؤولية تنمية الموارد البشرية من خلال العديد من الأساليب مثل المشاركة في الأرباح، تفويض السلطة، والاعتراف بالجهود الصادقة الرامية إلى تحقيق الميزة التنافسية وتحديث وتنمية قدرات العاملين؛ (جروة و بن خيرة، مساهمة الموارد البشرية في تحسين تنافسية المؤسسات الخدمية-حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-، 2014، صفحة 184)

عاشرا: في ضوء التحول إلى عصر المعرفة زادت أهمية العنصر البشري كميزة تنافسية للمؤسسات، فلقد أصبحت الموارد البشرية وطرق إدارتها من الميزات التنافسية الهامة خلال سنوات العقود القليلة الماضية، ففي عصر المعرفة ستصبح الموارد البشرية أهم أصول المؤسسة، بل وثروتها الوحيدة، وذلك بسبب تراجع الأهمية النسبية للميزات التنافسية التقليدية، ويؤكد المختصون على الدور الفعال الذي يمكن أن تساهم به الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، ومن أهم الميزات التنافسية التي تعتمد عليها المؤسسات هي القدرة على تقديم منتج متميز، وامتلاك تكنولوجيا متطورة والموارد البشرية تلعب دورا كبيرا في تعظيم تلك الميزات.

المطلب الثالث: شروط فعالية الميزة التنافسية، وسبل استدامتها وأهم العوامل المؤثرة على سرعة تضاؤلها

سنتناول من خلال هذا المطلب شروط فعالية الميزة التنافسية، بالإضافة إلى سبل استدامتها وأهم العوامل المؤثرة على سرعة تضاؤلها.

الفرع الأول: شروط فعالية الميزة التنافسية

تواجه المؤسسات عدة عقبات تقلل من إمكانية اكتسابها للميزة التنافسية، لذلك يجب أن تتوفر مجموعة من الشروط في الموارد والكفاءات لتحقيق الميزة التنافسية وهي شروط تتعلق بخصائص الموارد والكفاءات.

أولا: معوقات اكتساب الميزة التنافسية

إن اكتساب الميزة التنافسية في بيئة عمل ليس بالأمر السهل، فقد تواجه المؤسسة عدة عقبات في سبيل حصولها على الميزة التنافسية أو موقع تنافسي إستراتيجي في السوق ومن بين هذه المعوقات نجد: (إسماعيل، 2011، صفحة 56، 57)

1. المعوقات الداخلية

- وهي تعبر عن كافة العقبات الداخلية التي تواجه المؤسسة في بيئة عملها داخل الدولة الواحدة وهي كالاتي:
- ✓ غياب قيادة إدارية ناجحة، مما يعيق التنمية الإدارية، وقد يظهر العجز هنا في غياب القادة الأكفاء القادرين على تنمية مهارات العاملين؛
- ✓ عدم وجود رقابة إيجابية تسمح بالقضاء على الانحرافات داخل المؤسسة؛
- ✓ عدم قدرة المنظمة على توفير المعلومات الضرورية واللازمة والسريعة في عملية اتخاذ القرارات وترشيدها؛
- ✓ عدم استخدام المؤسسة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وعدم مسايرة التطورات الحديثة.

2. المعوقات الخارجية

وهي تتعلق بمختلف العقبات الخارجية، والتي تنتج عن خارج نطاق بيئة المؤسسة والمتمثلة في التالي:

- ✓ عدم الاهتمام بالبحوث والتطوير، وضعف أجهزة التعليم والتثقيف؛
- ✓ تحويل معايير الصناعة من محلية إلى دولية؛
- ✓ الأسواق العالمية والتكتلات الإقليمية التي تضع عقبات وحواجز للدخول إليها؛
- ✓ وجود منظمات عمالية متحالفة وبالتالي من الصعوبة منافستها؛
- ✓ تحول الاقتصاد من اقتصاد سلع وخدمات إلى الاقتصاد المبني على المعرفة،
- ✓ وجود تشريعات وقوانين وضوابط تخدم المؤسسات الأجنبية على حساب الوطنية.

ثانياً: شروط فعالية الميزة التنافسية

هناك مجموعة من الشروط من بينها:

1. القيمة

- تتحقق صفة القيمة (VALUE) للموارد البشرية باتصافها بمواصفات جوهرية أساسية وأصلية من الناحية: الذهنية، والنفسية، والجسمية، بحيث تكون هذه المواصفات ملائمة لطبيعة العمل وظروفه ولا تأتي هذه المواصفات فقط بسبب امتلاك تلك الموارد والكفاءات لقدرات ومهارات عالية، وممتازة عند اختيارها للعمل في المؤسسة، وعندما تكون الموارد والكفاءات ذات قيمة حيوية للمؤسسة فإنها تعزز قيمها بعدد من الخيارات التي تقدمها المؤسسة وهي: (شماسنة، الإدارة الدقيقة والقدرة التنافسية للموارد البشرية، 2015، صفحة 70، 71)
- ✓ انتهاز فرصة أو دفع مخاطر أو تهديدات؛
 - ✓ اقتحام عدد كبير من الأسواق واصطياد أكبر عدد من الفرص؛
 - ✓ خلق القيمة الخاصة في المنتج النهائي الموجه للعملاء بحيث يدركون أن قيمة أعلى من تلك التي لدى المنافسين؛
 - ✓ تحويل قيمة الموارد الكاملة إلى عائد مريح.

2. الندرة

تعتبر الموارد البشرية ميزة تنافسية إذا كانت نادرة، وإذا كانت تمتلك مجموعة مواصفات للقدرات الذهنية أو الإدراكية مثل القدرة على الابتكار والإبداع، وقبول التحديات والمهام الصعبة، والقدرة على التعامل مع تقنيات مختلفة، حيث أن التحدي الأساسي الذي تعاني منه المؤسسات الاقتصادية هو النقص الكبير في الكفاءات المتخصصة والمؤهلة.

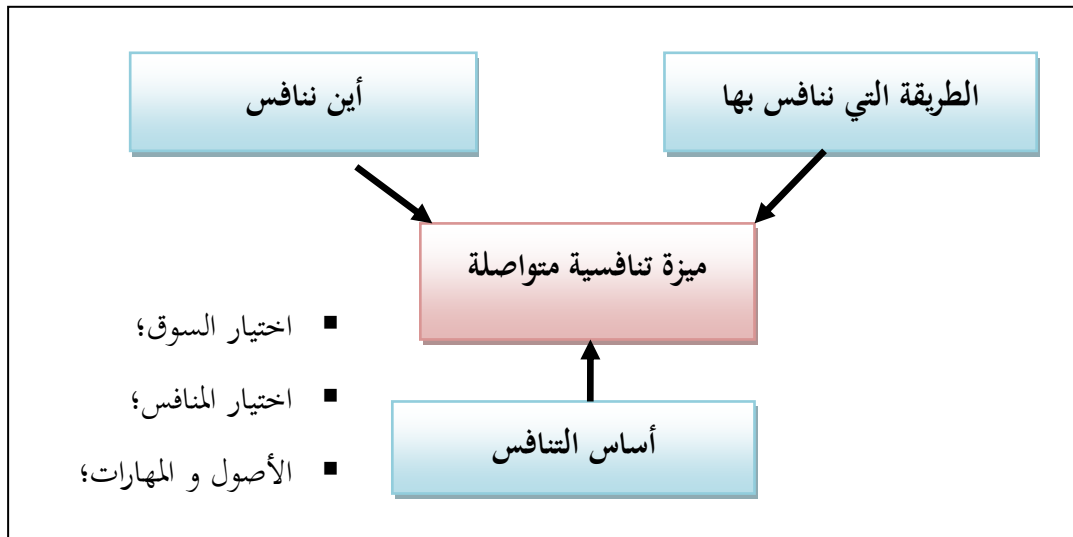
3. متغيرات المنافسة

تم المنافسة بالعديد من الأدوات، فيمكن أن تتم عن طريق الأسعار، أو عن طريق الوسائل النوعية، فالسعار هي التعبير النقدي لقيمة أو لتكلفة المنتج (الخدمة)، فالمؤسسة مطالبة بتغطية التكاليف أخطار الخسائر، وبطبيعة الحال تحقيق

أرباح قد تتأثر بفعل حدة المنافسة وهناك عوامل أخرى تتحكم في المنافسة كالصحة والدقة في المعطيات المتوفرة، تنوع المنتجات والخدمات المعروضة، سرعة تنفيذ الصفقات ونوعية المعلومات وبيانات الاستقبال، العلاقات الشخصية، الإعلان، براءة ومهارة التسيير، حيث أن المنافسة الفعلية في المجالات الاقتصادية المختلفة، تمنح مزايا أكيدة للعملاء، إلا أن شراسة المنافسة وحدتها سعيا وراء نمو الأعمال وزيادة الحصة السوقية من شأنه أن يزيد من المشاكل كارتفاع التكاليف وغيرها. (ضيف، 2005، صفحة 112)

لذلك لا بد على المؤسسات أن تسعى لتحقيق ميزة تنافسية وذلك بإتباعها إستراتيجية تنافسية محققة للقيمة بشرط عدم محاكاتها أو تقليدها من جانب أي من المنافسين الحاليين أو المحتملين مستقبلا كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (2-09): الحصول على ميزة تنافسية متواصلة



المصدر: عامر بشير. (2011-2012). "دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك- دراسة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص 182.

4. عدم الاستبدال أو عدم الإحلال

يجب أن يكون المورد البشري غير قابل للتبديل بمورد مماثل له على مستوى إستراتيجية المؤسسة، ويترتب على ذلك منحه صفة للمورد الحيوي الإستراتيجي. (شماسنة، الإدارة الدقيقة والقدرة التنافسية للموارد البشرية، 2015، صفحة 72)

5. الديمومة والاستدامة

يساهم التغيير التكنولوجي المتسارع في تقصير المدى الزمني للانتفاع بمعظم المزايا والموارد، بحيث أن القدرات والكفاءات تتمتع بالاستمرارية، فإن ميزتها التنافسية ذات استدامة مما يجعلها في موقع أفضلية بين باقي الميزات التنافسية. (شماشنة، الإدارة الدقيقة والقدرة التنافسية للموارد البشرية، 2015)

إضافة إلى الشروط السابقة هناك مجموعة من الشروط الأخرى نذكر منها: (بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك-دراسة حالة الجزائر- (اطروحة دكتوراه)، 2012، صفحة 178)

✓ أن تكون حاسمة: بمعنى إعطاء الأسبقية والتفوق على المنافسين؛

✓ إمكانية الدفاع عنها: أي يصعب على المنافسين تقليدها أو إلغائها؛

✓ أن يكون أثرها ملموسا وملحوظا؛

✓ أن تكون دائمة "إستمراريتها".

الفرع الثاني: سبل استدامة الميزة التنافسية وأهم العوامل المؤثرة على سرعة تضائلها

سنتناول في هذا الفرع سبل استدامة الميزة التنافسية وأهم العوامل المؤثرة على سرعة تضائلها.

أولاً: سبل استدامة الميزة التنافسية

يمكن القول أن استدامة الميزة التنافسية للشركة تتوقف على ما يلي:

1. أسس التنافس- الأصول والقدرات التنافسية

لبناء ميزة تنافسية واستدامتها في الأسواق، يتطلب توافر مجموعة من الموارد والقدرات التنافسية مثل توفر مهارات خاصة في التصميم والتصنيع لإنتاج سلع مميزة وذات قيمة للمستهلك أو توفر قدرات بشرية كإنتاجية قادرة على التنافس. (النشور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي (أطروحة دكتوراه)، 2009، صفحة 20، 21)

2. خطوات تجنب الفشل في الحفاظ على الميزة التنافسية

سنستعرض فيما يلي وسائل مختلفة يمكن استخدامها للحفاظ على الميزة التنافسية، وتمثل هذه الخطوات في الآتي: (حري، 2013، صفحة 98، 99)

✓ التركيز على أركان بناء الميزة التنافسية: لكي تبقى المؤسسة على الميزة التنافسية فإن ذلك يتطلب الاستمرار في

التركيز على أركان البناء الأربعة العامة للميزة التنافسية وهي: الكفاءة، الجودة، التحديث، والاستجابة للمستهلكين،

كما يتطلب ذلك أن تقوم بتطوير كفاءات متميزة تساهم في إنجاز أداء متفوق في تلك المجالات؛

- ✓ استحداث عملية تحسين وتعلم مستمر: لقد أصبح تقليد الميزة التنافسية ظاهرة كثيرة الانتشار، فيمكن أن تقلد الميزة التنافسية بسرعة بواسطة منافسين قادرين، أو أن تكون مهجورة بسبب ابتكارات أو عمليات تحديث يقوم بها منافس ما، بالتالي فإن السبيل الوحيد للمؤسسة لكي تحافظ وتبقى على ميزتها التنافسية، هو أن تقوم وباستمرار بتحسين كفاءتها وجودتها وتحديثها واستجابتها للمستهلكين، والطريقة الوحيدة لتحقيق ذلك هو في إدراك أهمية التعلم داخل المؤسسة، فالمؤسسات الناجحة هي التي تسعى باستمرار نحو التعلم للإيجاد طرق لتحسين عملياتها؛
- ✓ تتبع أفضل الممارسات الصناعية واستخدام القياس المقارن: إن أحد أفضل الطرق لتطوير كفاءات متميزة والتي تساهم في تحقيق كفاءة متفوقة، جودة متفوقة، تحديث متفوق، واستجابة متفوقة للمستهلكين، وهو تحديد وتبني أفضل الممارسات الصناعية والخدمية هو ما يعرف بالقياس المقارن، وهو تلك العملية التي يتم من خلالها قياس أداء المؤسسة ومقارنته بمنتجات، وممارسات وخدمات بعض أكثر منافسيها في العالم؛
- ✓ التغلب على القصور الذاتي: المقصود بالقصور الذاتي هو أن تجد المؤسسات صعوبة في تغيير إستراتيجياتها وهياكلها من أجل التوافق مع الظروف التنافسية المتغيرة، ومن هنا فإن أحد المتطلبات الأساسية للإبقاء على الميزة التنافسية هو التغلب على القوى الداخلية والتي تمثل عائقاً أمام التغيير في المؤسسة.

3. ميدان التنافس

إن تحديد الشركة لاحتياجاتها من المنتجات والأسواق المستهدفة التي يتم التنافس بها هو من متطلبات الاستدامة من خلال توظيف قدرات الشركة في المكان المناسب. (النشور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي (أطروحة دكتوراه)، 2009، صفحة 21)

4. طرق التنافس

بناء ميزة تنافسية والعمل على استدامتها تتوقف على الإستراتيجية التي تتبناها الشركة في مختلف عملياتها من إنتاج وتوزيع وتسويق، وجذب للعملاء في مختلف الأسواق المستهدفة. (النشور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي (أطروحة دكتوراه)، 2009، صفحة 21)

5. استمرارية الميزة التنافسية

لا يكفي بالنسبة للمؤسسات تحقيق مزايا تنافسية، إنما يجب أن تحافظ عليها وتضمن استمراريتها، ولن تحقق ذلك إلا من خلال حصولها على المعلومات والمعرفة المناسبة واستخدامها بكفاءة عالية، وسوف نحاول التطرق إلى ثلاثة أساليب مهمة للحصول على المعلومات وهي كالآتي:

✓ **المقارنة المرجعية:** تعتبر المقارنة المرجعية من أهم الأساليب في تتبع الأداء الصناعي المتميز والإقتداء بالمؤسسات الناجحة، وذلك لأنها تمكن المؤسسة من تحسين أدائها وتطورها، وبالتالي ضمان ميزات التنافسية واستمراريتها، ويمكن تعريف المقارنة المرجعية على أنها العملية التي يقوم من خلالها المسؤولين بمقارنة أداء مؤسستهم بالنسبة لمنافسيهم في نفس المجال أو بالنسبة للمؤسسات الرائدة، من أجل الحصول على المعلومات اللازمة لتحسين وتطوير أداء المؤسسة بغرض تحسين ميزتها، وللمقارنة المرجعية عدة مزايا نذكر منها:

- معرفة الوضعية التنافسية للمؤسسة من خلال مقارنة أداءها بالنسبة للمنافسين، والسعي والعمل على تعزيزها؛
- معرفة تطورات وتوجهات السوق في قطاع النشاط، وبالتالي تحديد موقع المنافسين؛
- معرفة الوحدات والوظائف المتميزة في المؤسسة والعمل على دعمها؛
- تشجيع الابتكار في المؤسسة، مما يسمح بظهور كفاءات جديدة؛
- الاستجابة السريعة لحاجات العملاء؛
- الحصول على المعلومات اللازمة لضمان السير الحسن لأنشطة المؤسسة.

✓ **اليقظة:** تعرف اليقظة على أنها عملية منظمة من بحث وتحليل وانتقاء ملائم للمعلومات والتي تقدم مزايا تنافسية للمؤسسة، وتجدر الإشارة إلى أن اليقظة تختلف عن التجسس وهذا باختلاف مصادر المعلومات، فإذا كانت المصادر شرعية فنحن أمام اليقظة، وإذا كانت غير ذلك فنحن أمام التجسس، وتقدم اليقظة عدة مزايا للمؤسسة نذكر منها:

✓ تحقيق الوفرة من الناحية المالية، لأن المعلومات التي تم جمعها قادرة على التحسين من الخصائص التقنية للمنتج وجودته وتخفيض تكلفته؛

✓ المرور الجيد للمعلومة عبر مختلف المستويات التنظيمية للمؤسسة؛

✓ المراقبة المستمرة والمتواصلة لبيئة المؤسسة؛

✓ التحذير والتنبؤ بالعراقيل التي يمكن أن تواجهها المؤسسة في المستقبل.

ولضمان نجاح وفعالية اليقظة لابد من توفر الشروط التالية:

■ إرادة ثابتة من قبل الإدارة؛

■ اتصال داخلي جيد؛

■ التحكم في الوقت؛

■ الحد الأدنى من الهياكل؛

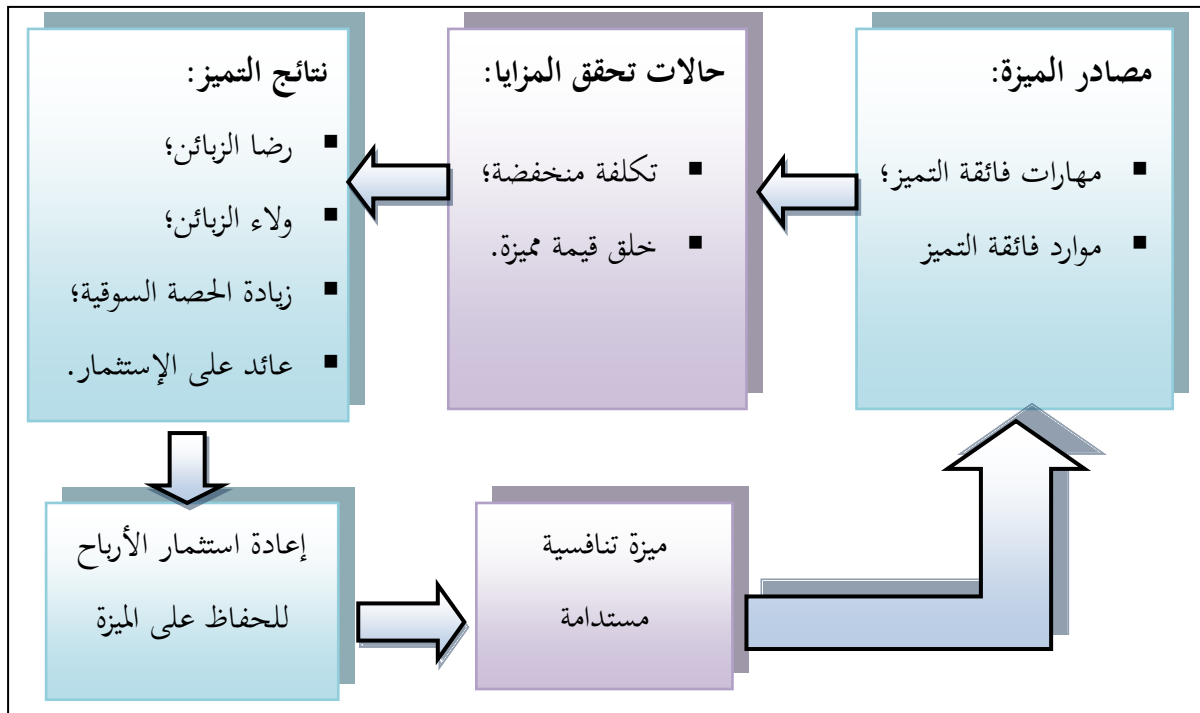
■ روح جماعية قوية بين مختلف الموظفين.

✓ **الذكاء الاقتصادي:** يعتبر العملية المستمرة للبحث واقتناء المعلومة الإستراتيجية ثم تخزينها وتحليلها وتفسيرها ومن ثم بثها في المؤسسة في الوقت المناسب لاتخاذ القرار الملائم، حتى يضمن للمؤسسة الحفاظ على إستمراريتها على المدى الطويل ورفع حصتها السوقية على حساب منافسيها مع اتخاذ إجراءات تتمثل في حماية المعلومة الحساسة التي تحدث الفرق للطرف الذي يجوز عليها ويستعملها في الوقت المناسب، كما تلعب اليقظة الإستراتيجية دورا مهما في استمرارية المؤسسة وهي إحدى المفاتيح الأساسية للمنافسة، وتلعب اليقظة الإستراتيجية دورا متكاملًا في نظام الذكاء الاقتصادي في مجال بناء وتعزيز الميزة التنافسية وإستمراريتها.

6. بناء الميزة التنافسية بالاعتماد على الموارد والكفاءات

يؤكد كل من "داي ووينسلي" أن حلم أي مؤسسة هو تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، ويوضح الشكل التالي نموذجًا مقترحًا للميزة التنافسية المستدامة كعملية طبقًا لاقتراح "داي ووينسلي": (جرني، أثر إستراتيجية تنمية الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة لمجمع صيدال لصناعة الأدوية -فرع قسنطينة-(مذكرة ماجستير)، 2013، صفحة 97)

الشكل رقم(2-10): نموذج بناء ميزة تنافسية مستدامة



المصدر: عبد الحكيم جربي. (2012-2013). "أثر إستراتيجية تنمية الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة لمجمع صيدال لصناعة الأدوية- فرع قسنطينة"، مذكرة ماجستير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1، ص 97.

يظهر من الشكل أن هناك مصدرين للميزة التنافسية المستدامة وهما: المهارات والموارد المتميزة وتمثل المهارات المتميزة في المهارات الفنية والقدرات والذكاء التنظيمي، أما الموارد المتميزة فتشمل الموارد المالية والطاقة الإنتاجية والموقع المميز ومصادر التوريد، ويتم استخدام هذه الموارد بالاعتماد على المهارات لتحقيق التميز في المنتجات وتخفيض التكلفة وبالتالي تحقيق الكثير من العوائد. كما يمكن الإشارة إلى أن المنطق الذي بني عليه النموذج السابق يتمثل في أن المؤسسة ستقوم بإعادة استثمار العوائد المالية في مصادر الميزة التنافسية ذاتها، وهذا يعني أن إدارة الميزة التنافسية تحتاج إلى عملية تجديد وإنعاش بصفة مستمرة، فالميزة التنافسية تتعاضم عندما تعرف الإدارة التي تفكر إستراتيجيا ما هو مصدر الميزة الذي يجب الاستثمار فيه، وما يجب تبنيه، وكيفية تحديد النتائج المتوقعة من هذه العملية بشكل فعال.

ثانيا: العوامل المؤثرة على سرعة تضاؤل الميزة التنافسية

يرجع تضاؤل الميزة التنافسية إلى مجموعة من العوامل نذكر منها ما يلي: (سايعي، 2009، صفحة 28)

1. الاستمرارية

تعتمد طاقة الميزة التنافسية على الاستمرار لمدة أطول على معدل استهلاك أو استنفاد الموارد والقدرات، وتفاوت درجة استمرارية الموارد بشكل كبير، حيث يؤدي تزايد معدلات التغير التكنولوجي إلى تقصير المدى الزمني للانتفاع بمعظم المعدات الرأسمالية والموارد التكنولوجية.

2. التقليد

تحقق المؤسسات المملوكة لمزايا تنافسية عادة أرباح أعلى من المعدل المتوسط للقطاع، وهو ما يثير الفضول لدى المنافسين لمعرفة الكفاءات المحورية ذات القيم العالية التي تهيئ لها فرصة خلق القيمة المتفوقة، ومن الطبيعي أن يحاولوا تقليدها وقد يصلون في نهاية الأمر إلى تحقيق غاياتهم، وربما يحققون أرباحا أعلى من أرباح المؤسسة، ولكي تتمكن المؤسسة المنافسة من التقليد فلا بد من أن تتغلب على مشكلتين هما:

✓ مشكلة المعلومات: أي ماهي الميزة التنافسية للمؤسسة الناجحة، وكيف يمكن إنجازها؟؛

✓ مشكلة نقل الإستراتيجية: بمعنى كيف يمكن للمنافس الحصول على الموارد والقدرات المطلوبة لتقليد الإستراتيجية الناجحة للمؤسسة؟.

3. ديناميكية الصناعة

تتميز البيئة الصناعية الديناميكية بالسرعة في التغيير، وتميل معظم الصناعات الديناميكية إلى الاستحواذ على معدلات عالية جدا من تجديد المنتج، حيث ما إن يظهر منتج معين في السوق إلا ويظهر بعده بفترة قصيرة منتج آخر، كما يمكن أن تكون المزايا التنافسية مؤقتة بسبب الحصار المفروض على المؤسسة من قبل المنافسين.

المبحث الرابع: المزايا التنافسية في القطاع المصرفي وعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تسعى المصارف جاهدة أن تكون متقدمة في صنع الميزة التنافسية من خلال المزج بين الخبرة والكفاءة من أجل تحقيق أداء متميز يساهم في الرفع قدرة المصارف التنافسية، ويحقق لها ميزة فريدة تخدم طابعها الخاص.

المطلب الأول: تعريف وأهمية الميزة التنافسية المصارف ومصادرها

سيتم عرض كل من: تعريف الميزة التنافسية المصرفية وأهميتها ومصادر الميزة التنافسية في البنوك

الفرع الأول: تعريف الميزة التنافسية في البنوك

تعرف الميزة التنافسية في البنوك على أنها: "قدرة البنك على تحقيق حاجات العميل المصرفي في الوقت والمكان المناسبين وبالسعر المناسب، أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من الخدمة مثل الجودة العالية، وبالتالي فهي استثمار لمجموعة الأصول المالية والبشرية والتكنولوجية بهدف: (باديس و طبول، 2017، صفحة 112)

1. إنتاج قيمة للعملاء تلي احتياجاتهم؛

2. التميز عن المنافسين.

الفرع الثاني: أهمية الميزة التنافسية المصرفية

تتجلى أهمية الميزة التنافسية المصرفية من خلال محورين: (طرطار و حليمي، 2010، صفحة 13)

أولاً: التميز في جودة الخدمة المصرفية المقدمة: تهدف جميع المؤسسات المصرفية إلى تحسين خدماتها، لأن جودة الخدمة المصرفية والمتمثلة بالمنافع التي يحصل عليها المستفيد تعتبر المفتاح الأساسي لدخول السوق المصرفي، والتميز في تقديم الخدمة البنكية يمثل معيار النجاح في ذلك، ولكي يستطيع البنك الصمود في وجه المنافسة ضمن إطار التنافس الشديد يجب أن يقدم خدمة متميزة، وتعد الجودة بلا شك سلاحاً تنافسياً فاعلاً، لذلك يسعى المسؤولون عن الخدمة المصرفية إلى بلوغ ما وراء الجودة أي إلى مستوى العملاء وعلى تحقيق الرضا والقناعة، لذلك يجب على البنك أن يسعى للتميز من خلال:

1. أن يكون متفوقاً بحكم عمله وبطبيعة هذا العمل؛

2. أن يكون منافساً في جودة هذه الأعمال وبدرجات متقدمة؛

3. أن يكون حائزاً على أحدث المبتكرات التكنولوجية التي تطبقها المصارف في العالم؛

4. أن يعمل على الوصول إلى تكنولوجيا مصرفية أفضل وأرقى.

ثانياً: المنافسة على أساس جودة الخدمة المصرفية: تركز هذه الإستراتيجية على العوامل التي من شأنها إغراء العملاء للتعامل مع المصارف، حيث أن المصرف يستخدم عدة وسائل لإرضاء عملائه، وسيتم تلخيصها في الجدول التالي:

جدول رقم(2-05): الوسائل المستخدمة في المنافسة على أساس جودة الخدمة المصرفية

الخدمة البنكية المقدمة	المنافسة باستخدام التكلفة	المنافسة بتحسين مستوى الجودة
تحصيل مستحقات العميل	تحمل البنك أكبر قدر ممكن من التكاليف	سرعة تحصيل المستحقات
سداد المطلوبات المستحقة على العميل	تحمل أكبر قدر من تكاليف السداد	تقديم خدمات إضافية مثل سداد الفواتير وإمكانية السحب على المكشوف في حدود متفق عليها
منع مزايا للمودعين	تخفيض فوائد الاقتراض كلما أمكن بيع السلع المعروضة بأسعار رمزية	إعطاء الأولوية للمودعين في الحصول على قروض
إدارة محفظة العميل	تخفيض العمولة والتكاليف الأخرى إلى أقل حد ممكن	سرعة التلبية والتوقيت الناجح لتنفيذ عمليات الشراء والبيع
إصدار خطابات الضمان	تخفيض العمولة إلى أقل حد ممكن	التوسع في منح خطابات الضمان كلما أمكن

المصدر: أحمد طرطار، سارة حليمي. (2010) جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك ورقة بحثية ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، ص14.

يتضح من الجدول أن المنافسة بتحسين مستوى الجودة أفضل وسيلة لرفع درجة إرضاء العملاء، لأن تهدف إلى تطوير وتحسين مستوى الخدمات البنكية المقدمة، والرقمي بها لتحقيق المستوى الأمثل من الإشباع على عكس المنافسة على أساس التكلفة التي تتضمن سبيل واحد هو التخفيض من التكاليف المتعلقة بالخدمة البنكية المقدمة.

الفرع الثالث: مصادر الميزة التنافسية في البنوك

تعدد مصادر الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسات المصرفية التي تتنافس فيما بينها على حصة السوق، أو على تحقيق ربحية ومردودية أكبر، وجلب عملاء جدد، مما يتطلب استغلال فرص جديدة متاحة في المحيط الخارجي أو الداخلي ويتطلب تحقيق التمايز في المؤسسة المصرفية رفع مستوى أدائها وجودة منتجاتها وخدماتها من خلال التركيز على مجموعة العناصر من أهمها ما يلي:

الجدول رقم (2-06): أهم مصادر الميزة التنافسية في البنوك

الأهداف	الميزة التنافسية
<p>تساعد البنك على القيام بالعمليات التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> -تسهيل العمليات البنكية وتقليل الأخطاء؛ -تدفق نتائج البحث والتطوير ومساعدة البنك على خلق وإبداع منتجات وخدمات جديدة أو تطوير المنتجات الحالية؛ -القيام بدراسات السوق لمعرفة احتياجات ومتطلبات العملاء؛ -تجديد العمليات والمهام المختلفة؛ -تراكم الخبرة في التكنولوجيا مما يؤدي إلى زيادة حجم العمليات البنكية وتحسين نوعيتها. 	<p>إدخال التكنولوجيا الحديثة</p>
<p>وذلك من خلال:</p> <ul style="list-style-type: none"> -الإنتاج بأدنى كلفة من خلل تنظيم المهارة وتوزيعها بطريقة متناسقة وملائمة (تحقيق التوافق بين الأشخاص والوظائف)؛ -تحسين نوعية العمليات عبر تبسيطها ونزع التكرار فيهل؛ -تحقيق أعلى إنتاجية عمل عبر تكوين الأشخاص وتحفيزهم؛ -الاهتمام بالمهام التي لها صلة مباشرة بالعملاء. 	<p>الضغط على التكاليف</p>
<p>ومن أهم الأهداف المنتظرة من وظيفة التسويق:</p> <ul style="list-style-type: none"> -دقة الاستجابة لطالبات العميل؛ -الاستجابة السريعة والملائمة للعملاء؛ -إدخال منتجات وخدمات جديدة وخلق الطلب عليها؛ -تسهيل إمكانية اتصال العميل بالبنوك. 	<p>إدخال التقنيات الحديثة في التسويق</p>
<p>لكي تحقق منظمات الأعمال الميزة التنافسية لا بد من وجود المعارف الذي يساهم الذكاء الاقتصادي كعملية أساسية لظهورها عبر تصميم مختلف النماذج التي يمكن أن تهتم بذلك.</p>	<p>تطوير الموارد البشرية</p>

<p>ومن المواصفات التي يجب أن تتوفر في القائد في العصر الحالي:</p> <p>- القدرة على الخلق والإبداع والقدرة على التنبؤ بالتغيرات في المحيط الخارجي والتكيف معها؛</p> <p>- القدرة على الوقوف اتجاه المخاطر؛</p> <p>- القدرة على تحويل فكرة إلى فرصة ناجحة.</p>	<p>تطوير القدرات التنظيمية والإدارية</p>
<p>تعتبر الثقافة التنظيمية للمؤسسة مجموعة المبادئ الأساسية التي طورتها جماعة معينة أثناء حل مشكلتها للتكيف الخارجي والاندماج الداخلي والتي أثبتت فعاليتها، ومن ثم تعليمها للأعضاء الجدد كأحسن طريقة للشعور بالمشكلات وإدراكها وفهمها</p>	<p>خلق الثقافة التنظيمية</p>

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: مجاني باديس طبول ريمة ، تأثير الموارد البشرية والميزة التنافسية في البنوك الجزائرية - بنك الفلاحة والتنمية الريفية نموذجاً- الناشر ألفا للوثائق، الجزائر-قسنطينة-، 2017، ص 117-119.

الفرع الرابع: متطلبات تدعيم القدرة التنافسية للبنوك

تمثل أهم المتطلبات تدعيم القدرات التنافسية للبنوك فيما يلي: (كرغلي، اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك-دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العامة بمقر ولاية البويرة-(مذكرة ماجستير)، 2014، الصفحات 44-46)

أولاً: مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل البنكي

فعلى البنوك بذل المزيد من الجهود لتدعيم قدرتها التنافسية، حتى أضحت قدرتها على الصمود في مواجهة هذه التحديات أمراً مرهوناً بنجاحها في الاعتماد على تكنولوجيا حديثة.

ثانياً: تطوير وتنويع الخدمات البنكية

في ظل المنافسة المحتدمة التي أصبحت تواجهها البنوك، يعد لزاماً على البنوك إذا أرادت الاستمرار على الساحة والمحافظة على حصتها السوقية أن تقدم حزمة متكاملة من الخدمات البنكية تجمع ما بين التقليدي والمستحدث، وذلك حتى تستطيع الاحتفاظ بزيائنها.

ثالثا: الارتقاء بالعنصر البشري

يعد العنصر البشري من الركائز الأساسية في العمل البنكي، فعلى الرغم من الجهود التي تبذل من قبل البنوك لتطوير الخدمة البنكية، إلا أن هذه الجهود سوف تظل محدودة النتائج ما لم يتواكب معها تطوير إمكانيات العاملين وقدراهم اللازمة لاستيعاب التطورات المتلاحقة في مجال الخدمات البنكية.

رابعا: تطوير التسويق البنكي

من أهم ركائز التسويق البنكي التي يجب التركيز عليها:

- ✓ السعي نحو الزبون بمعرفة احتياجاته ورغباته؛
- ✓ تصميم مزيج الخدمات البنكية بما يكفل إشباع رغبات واحتياجات الزبائن بشكل مستمر، وذلك من خلال استخدام أساليب وأدوات ابتكارية غير تقليدية سواء في نوعية أو وسيلة تقديم الخدمة؛
- ✓ مراقبة ومتابعة المعلومات المرتدة من السوق البنكي والتي تتضمن قياس انطباعات الزبائن عن مزيج الخدمات المقدمة ومدى تقلبهم له ورضاهم عنه وتحديد الأوجه الإيجابية والسلبية التي يتعين الاستفادة منها؛
- ✓ تهيئة بيئة مناسبة للزبائن تمكن البنك من الاحتفاظ بهم، من خلال الاهتمام بتحسين الانطباع لدى الزبون عن طريق انتقاء من يتعامل مع الزبائن ممن تتوفر فيهم بعض الصفات الشخصية المميزة مثل اللباقة، الذكاء، الثقة والكفاءة.

خامسا: الاهتمام بإدارة المخاطر

يتطلب ثلاثة مراحل مترابطة وهي:

- ✓ تعريف المخاطر التي يتعرض لها عمل البنوك؛
- ✓ القدرة على قياس تلك المخاطر بصفة مستمرة من خلال نظم معلومات مناسبة؛
- ✓ قدرة الإدارة على مراقبة تلك المخاطر قياسا بمعايير مناسبة واتخاذ القرارات الصحيحة في الوقت المناسب وهو ما يتطلب جهدا متواصلا؛
- ✓ تدريب الكوادر في البنك بصفة مستمرة في هذا المجال؛
- ✓ توفير الأنظمة المعلوماتية لإدارة المخاطر.

سادسا: ضرورة توفير نظام جيد للمعلومات لجمع المعلومات الدقيقة والكافية في الوقت الملائم وتحليلها لاتخاذ قرارات سليمة ووضع تصور شامل للأوضاع في البيئة البنكية.

حيث تعتبر المعلومات احد الموارد الإستراتيجية في أي مؤسسة بما فيها البنوك، حيث لا يمكن أداء العديد من العمليات الأساسية، أو اتخاذ القرار المناسب بدونها، خاصة لمواكبة التغير الحاصل في البيئة، وتؤدي المعلومات دورها في حالة حسن استغلالها من حيث الانتقاء، التوقيت ومجال وطرق الاستخدام.

المطلب الثاني: المزايا التنافسية في المؤسسات المصرفية وتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك وعوامل نجاحها

ستتطرق في هذا المطلب إلى المزايا التنافسية في المؤسسات البنكية بالإضافة إلى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك وعوامل نجاحها

الفرع الأول: المزايا التنافسية في المؤسسات المصرفية

أولا: أدوات التنافس المصرفي

بسبب حساسية القطاع المصرفي تستدعي طبيعة التنافس فيه أدوات تتميز بالحدثة والخصوصية تتمثل في:

1. نظم المعلومات الفعالة حيث أن من شأن هذه المعلومات المصرفية المتاحة للجهاز المصرفي تزوده بالمرتكزات الأساسية الريادية في الأسواق، فلتعلم، الذكاء، الموهبة والمعرفة هي آليات فعالة بإمكانها توفير الاستمرارية وتقوية شبكة المعلومات المصرفية لمجابهة المنافسة الحادة؛

2. العولمة والاندماج الاقتصادي أي أنه لا بد على المنظومة المصرفية ضرورة الانضمام في تيار الحدثة وما بعد الحدثة، ذلك للوصول إلى قدرة عالية من التمايز ومن جهة أخرى الدخول في تحالفات إستراتيجية وتكتلات اقتصادية تساعد على توسيع نطاق المصارف وظهور كيانات مصرفية جديدة؛

3. التسويق الابتكاري وهو توجه جديد لاتصال وأداة تنافسية قوية كونه النشاط التسويقي وأساليبه الذي أساسه مهارات بشرية صعبة التقليد، وما يزيد تنميتها التدريب والتكوين المتواصل واستحداث طريقة جديدة في تقديم منتج ما سواء سلعة أو خدمة هو ابتكار تسويقي يترجم في شكل إستراتيجيات

ثانيا: عوامل بناء المزايا التنافسية في المصارف

يمكن تلخيصها في:

1. التفوق في الإنجاز حيث تبني المصارف مزاياها التنافسية من خلال المزيج المتفاعل بين الخبرة، بالكفاءة والمهارة، إذ تخصص لأجل ذلك كافة البنوك قدراتها وإمكاناتها للارتقاء بالأداء المصرفي؛

2. الارتقاء الدائم في نتائج الأعمال، حيث انه لتحقيق وضع متميز وواضح في نتائج الأعمال كثيرا ما تلجأ المصارف إلى دراسة الوقت والحركة والتي من خلالها تحسین واستغلال الوقت الضائع، تقديم خدمة أفضل؛
3. توسع ونمو مستمر في حصة السوق، وهذا نتيجة حتمية للعناصر السابقة، وفي نفس الوقت لمقومات التغيير كإدخال مقاييس ومؤشرات مراقبة مستوى الأداء، تطوير الأسلوب الإداري وخلق ثقافة تنظيمية مناسبة.

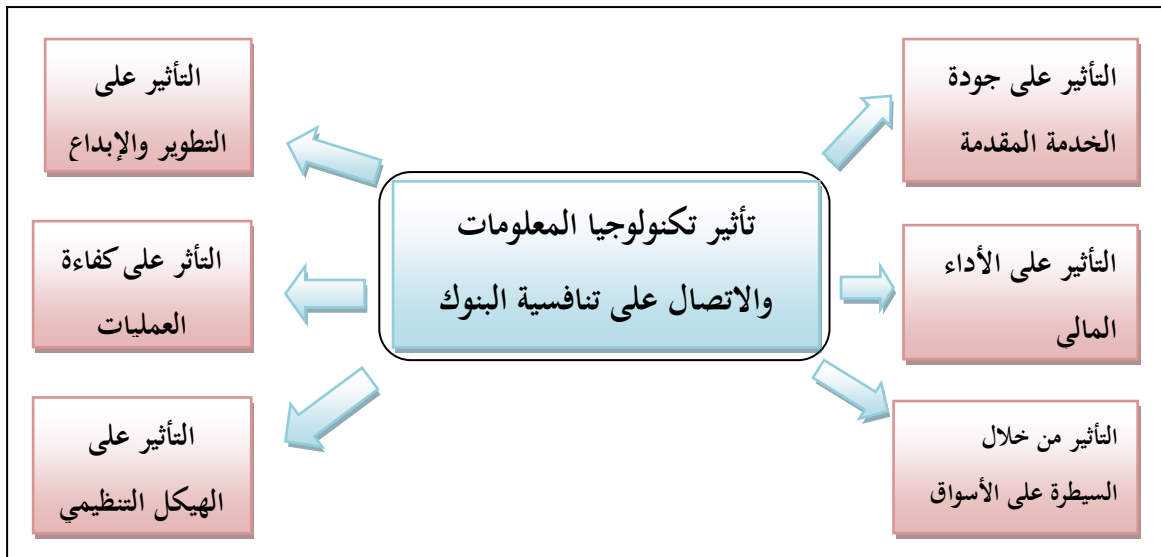
ثالثا: السياسات المنتهجة لبناء ميزات تنافسية في المصارف

إن أساس البناء قائم على قوة المصارف، ومن جهة أخرى على قوة الصناعة البنكية، بالإضافة إلى المناهج والتوقعات الرشيدة كأساليب العمل، حيث تستخدم المصارف العديد من السياسات لبناء المزايا التنافسية يتمثل أهمها في:

1. سياسة إضافة خدمات جديدة في السوق المصرفية، بالإضافة إلى تطور الخدمات وتحديثها؛
2. مضاعفة العائد والمرد ودية للعملاء؛
3. البحث والتطوير الأبتكاري للخدمة المصرفية، التكتلات والاندماج؛
4. مواكبة التغيرات المصرفية، تفعيل وتنمية النشاط الاقتصادي للدولة.

الفرع الثاني: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك وعوامل نجاحها
ستتطرق لكل من تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك وعوامل نجاحها
أولا: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك

الشكل(2-11): تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: حمداني نجاة، مرجع سبق ذكره، ص244، 245

- لقد أثرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال تأثيراً كبيراً على عمل البنوك بل وكانت من أهم السبل لتحقيق الميزات التنافسية من خلال النقاط التالية: (ابتسام و آخرون، 2018، صفحة 244، 245)
1. **التأثير على جودة الخدمة المقدمة:** لقد أدى تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك إلى إيجاد وخلق طرق تفكير جديدة للبنوك لإدارة مواردها فقد أسهمت هذه التكنولوجيا في قصر فترة تطوير المنتجات الجديدة وتقديمها إلى الزبون في الوقت المحدد وبالجودة المطلوبة؛
 2. **التأثير على الأداء المالي:** استخدمت البنوك تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين مستوى أدائها المالي وزيادة ربحيتها وتقليل تكاليفها، حيث لعبت تكنولوجيا المعلومات دوراً مهماً في توفير التكاليف جراء استخدام الآلات والمعدات المتطورة كأتممة المكاتب ونظم معالجة المعلومات المتطورة؛
 3. **التأثير من خلال السيطرة على الأسواق:** تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم الوسائل التي تساعد البنوك في مواجهة منافسيها والدخول إلى الأسواق حيث سهلت هذه التكنولوجيات عملية الحصول على أية معلومات بسرعة وبذلك تستطيع البنوك باستخدام شبكات الاتصالات الحديثة أن تحدد السوق الذي يعاني من النقص والعمل على سد هذا النقص واكتساح أسواق جديدة؛
 4. **التأثير على التطوير والإبداع:** تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم الوسائل التي تساعد البنوك على الإبداع والتميز وتحقيق سبق التنافسي في قطاع الأعمال وذلك من خلال استخدام أساليب حديثة، إعادة تدريب العاملين وإعادة هندسة العمليات أو توسيع التجارة الإلكترونية أو التحول من الصفقات التقليدية إلى الأنظمة الاتوماتيكية الحديثة وتوفير بنية تحتية للاتصالات وقواعد بيانات شاملة وحديثة؛
 5. **التأثير على كفاءة العمليات:** يؤدي تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك إلى كفاءة العمليات وبالتالي إحداث تحسينات جوهرية في عمل البنوك وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية عن طريق التوجه إلى التسويق التفاعلي وعرض الخدمات البنكية على مدار 24 ساعة، مما يخلق أسواقاً جديدة للمستهلكين ويخفف نفقات الترويج... الخ؛
 6. **التأثير على الهيكل التنظيمي للبنك:** ساهم دمج تكنولوجيا المعلومات في تغيير الهيكل التنظيمي للبنك بصورة واسعة، إذ أنه ساعد على تغيير الأساليب التي تتبعها في رفع التقارير كما وفرت إمكانيات جديدة لمساعدة المديرين على التخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة، وسهلت الحصول على المعلومات المتعلقة بالأداء التنظيمي كما أدت إلى زيادة التنسيق بين عناصر الهيكل التنظيمي من خلال المشاركة في المعلومات باستخدام شبكات الربط المعلوماتية.

ثانيا: عوامل نجاح المصارف في تحقيق الميزة التنافسية

العوامل التي تؤدي إلى نجاح المصارف في تحقيق الميزة التنافسية هي:

1. البحث عن طرق لإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من الممكن أن تساعد في تمييز الخدمة عن المنافسين؛
2. تستطيع البنوك استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اتصال بالمنظمات الأخرى وفي هذا الصدد يجب الاهتمام بالنظم التكنولوجية؛
3. التطور العلمي والتكنولوجي في وسائل الاتصال والمعلومات وهو ما يعرف بتكنولوجيا المعلومات، وأدى هذا التطور إلى تهيئة المناخ لظهور المصارف بسرعة لتبادل المعلومات فيما بين المصارف والعملاء وبين المصارف والسوق وبين المصارف وقطاعات الإنتاج والخدمات؛
4. البحث عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمل تغيرات جذرية في أسلوب وطريقة أداء، حيث أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تصميم الهيكل التنظيمي الذي يركز بدوره على إحدى لاستراتيجيات التنافسية الهامة.

المطلب الثالث: أهم أشكال تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك وواقع استعمال البطاقات البنكية في الجزائر

الفرع الأول: أهم أشكال تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك

إن نجاح أي بنك اليوم أصبح مرتبط ارتباطا وثيقا بإدراج تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضمن آليات عمله واستراتيجياته فيفضل هذه التكنولوجيات أصبح بإمكان البنوك اليوم الأخذ بمبدأ تعدد الخدمات المقدمة للزبائن بعدما كانت الخدمات المقدمة محدودة وتقليدية بل وظهرت خدمات جديدة لمواكبة تغيرات حاجات الزبائن وسارعت البنوك إلى الاعتماد على الأجهزة والحاسبات الإلكترونية وشبكة الاتصالات العالمية (الانترنت) بهدف تحقيق أفضل خدمة ممكنة للزبائن لكسب ولائه وضممان بقاء البنك في السوق المصرفية، وكنتيجه لذلك ظهرت عدة تطبيقات لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في البنوك منها: (ابتسام و آخرون، 2018، صفحة 245)

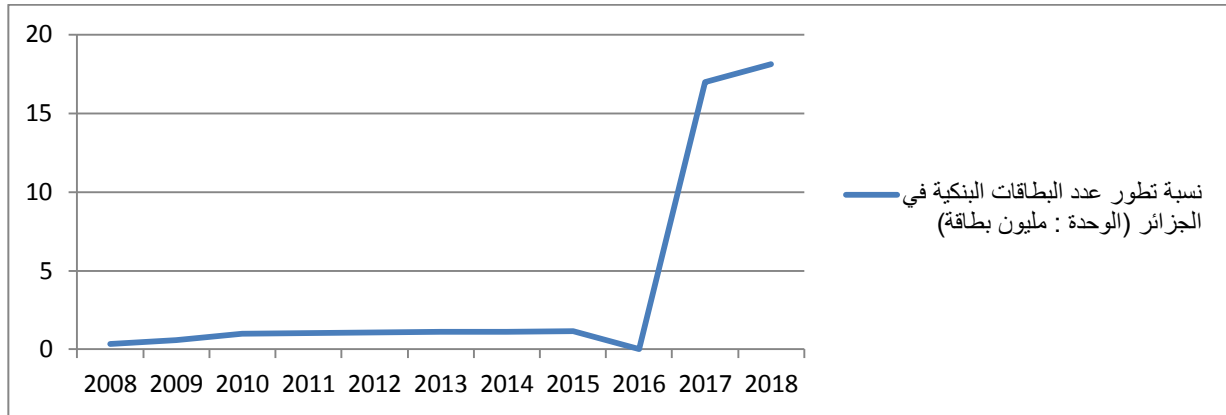
1. **البطاقات:** هناك عدة أنواع منها البطاقات البلاستيكية، بطاقات الائتمان، بطاقات الدفع، البطاقات الذكية، بطاقات المحلات التجارية، البطاقات الذهبية أو الفضية... الخ؛
2. **الخدمات:** هناك عدة خدمات منها التحول الإلكتروني للأموال، الصرف الآلي، الصكوك الإلكترونية، خدمة الصرف الهاتفية (الهاتف المصرفي)، خدمة نھائي نقطة البيع الإلكترونية، خدمة الرسائل القصيرة، خدمة الدفع الإلكترونية... الخ.

الفرع الثاني: واقع استعمال البطاقات البنكية في الجزائر

يتمثل واقع استعمال البطاقات البنكية في الجزائر كما يلي: (فاطمة، 2021، الصفحات 354-360)

أولاً: تطور عدد البطاقات البنكية CIB في الجزائر خلال الفترة 2008-2018

الشكل رقم (2-12): تطور عدد البطاقات البنكية CIB في الجزائر خلال الفترة 2008-2018

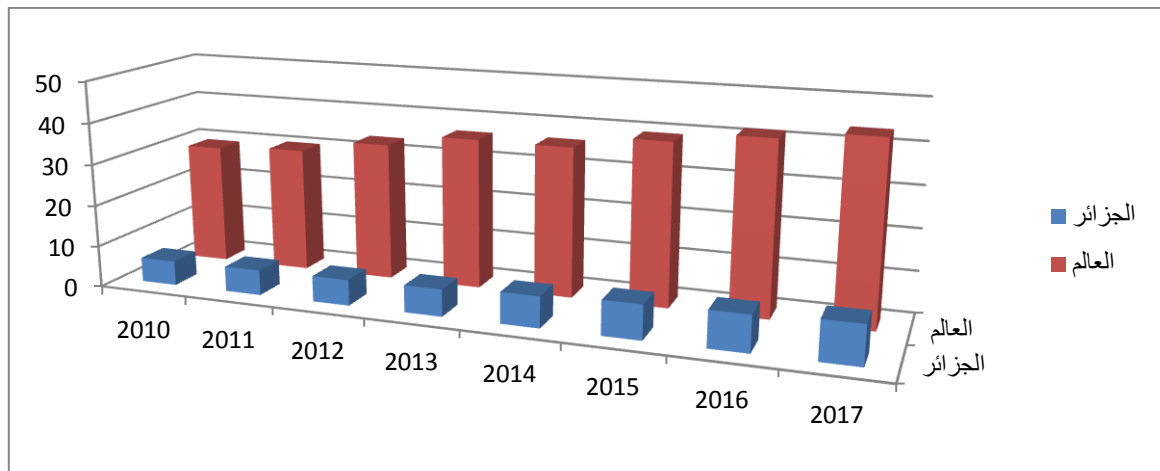


المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: فاطمة بوخاري. (2021). "التكنولوجيا البنكية ودورها في تفعيل أداء البنوك - دراسة حالة الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين 2002-2020"، مجلة الدراسات المالية المحاسبية والإدارية، مخبر تسيير المؤسسات، جامعة الجيلالي اليايس، سيدس بالعباس، الجزائر، المجلد 08، العدد 03، ص 354.

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد البطاقات البنكية قد ارتفع من 300 ألف بطاقة سنة 2008 إلى 18 مليون بطاقة في سنة 2018 وهو ما يعكس الجهود المبذولة من طرف المؤسسة.

ثانياً: تطور أجهزة الصراف الآلي (لكل 100 ألف راشد) في الجزائر والعالم بين 2010-2017

الشكل رقم (2-13): تطور أجهزة الصراف الآلي (لكل 100 ألف راشد) في الجزائر والعالم بين 2010-2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: فاطمة بوخاري. (2021). "التكنولوجيا البنكية ودورها في تفعيل أداء البنوك - دراسة حالة الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين 2002-2020"، مجلة الدراسات المالية المحاسبية والإدارية، مخبر تسيير المؤسسات، جامعة الجيلالي اليايس، سيدس بالعباس، الجزائر، المجلد 08، العدد 03، ص 354.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (02-13) عدد الصرافات في تطور مستمر على المستوى العالمي والوطني، ورغم ذلك وفي حالة الجزائر، فهو لا يرقى بعد للمستوى العالمي، مما يعكس ثنائية القصور الذي يعاني منه نظامنا المصرفي؛

ثالثا: تطور أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) في البنوك العمومية الجزائرية بين 2016 و2018:

نشير هنا إلى غياب الإحصائيات الخاصة بالبنك (CNEP) لسنة 2016 في الوثائق الداخلية لشركة SATM

والتقارير السنوية لبنك الجزائر:

الجدول رقم (2-07): تطور أجهزة الدفع الإلكتروني في البنوك العمومية الجزائرية بين 2016 و2018

البنك / السنوات	2016	2017	2018
CPA	2439	2231	3414
BDL	124	3328	4324
BADR	646	2086	1794
BEA	295	252	398
BNA	676	2412	4550
CNEP	-	272	262
العدد الإجمالي لأجهزة الدفع TPE	4180	10581	14742

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: فاطمة بوخاري. (2021). "التكنولوجيا البنكية ودورها في تفعيل أداء البنوك - دراسة حالة الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين 2002-2020"، مجلة الدراسات المالية المحاسبية والإدارية، مخبر تسيير المؤسسات، جامعة الجليلي اليابس، سيدس بالعباس، الجزائر، المجلد 08، العدد 03، ص 360.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02-07) بأن كل البنوك العمومية الجزائرية تملك أجهزة الدفع الإلكتروني وهي

في تطور وتزايد مستمر، كما يلاحظ في الشكل رقم (02-13) بأن أجهزة الدفع الإلكتروني أكبر من أعداد أجهزة

الصراف الآلي، وهذا ما يفسر بالزامية الدفع الإلكتروني التي جاء بها قانون التجارة الإلكترونية في ماي 2018، والذي

ألزم كل المتعاملين الاقتصاديين بتركيب أجهزة مما زاد الطلب عليها، وهذا ما يفسر أيضا الوعي والثقافة المصرفية الرقمية

التي يتوق إليها المجتمع الجزائري من زبائن وتجار ومستهلكين وأصحاب حرف ومستثمرين.

خلاصة الفصل

من خلال دراستنا لهذا الفصل نلخص إلى أن التنافسية هي عنصر ذو أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسات والدول، حيث أصبحت معظم المؤسسات تسعى لتحسين وضعيتها التنافسية مقارنة بالمؤسسات المنافسة، وتستعين في ذلك بمجموعة من المؤشرات لقياس درجة تنافسيتها، وحتى تستطيع المؤسسات تكوين قدرات تنافسية فعالة وخلق وامتلاك مزايا تنافسية لا بد من اعتمادها على مصادر مختلفة كاستخدام التكنولوجيا المتطورة واستحداث وسائل جديدة لتقديم مختلف خدماتها ومنتجاتها وحسن تصنيف الموارد، والضغط على التكاليف إضافة إلى حسن استغلال المعلومات المناسبة في الوقت المناسب، وللحكم على جودة المزايا التنافسية تعتمد المؤسسات على معايير مختلفة خاصة التي تتعلق بمصدر الميزة ومعيار درجة التحسين والتجديد والتطوير المستمر في الميزة، ومعيار عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المؤسسة، ولضمان فعالية المزايا التنافسية لا بد من توفرها على مجموعة من الشروط كالندرة والقيمة وعدم الاستبدال أو عدم الإحلال والديمومة، وعلى المؤسسات التي تحقق مزايا تنافسية السعي دائما للحفاظ على تلك المزايا واستدامتها وذلك بإتباعها سبل عديدة من بينها استحداث عملية تحسين وتعلم مستمرة، وتتبع أفضل الممارسات الصناعية واستخدام القياس المقارن، إضافة إلى التركيز على أركان بناء الميزة التنافسية.

إن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى إلى خلق اقتصاد رقمي قائم على المعرفة ومرونة وسرعة تبادل المعلومات دون اعتبار للحواجز الزمنية والمكانية وبأقل التكاليف وهذا ما جعل هذا القطاع يستقطب اهتمام المصارف ويحفزها على إدماج هذه التكنولوجيا في مختلف أنشطتها. ففي ظل التغيرات التي شهدتها العالم أثر توسع استخدام التكنولوجيا الحديثة على الميزة التنافسية والتي تعتبر أهم الآثار البارزة للثورة المعلوماتية، غير انه ومن اجل تفعيل دورة حياة الميزة التنافسية كان من الضروري تحديث وتطوير نظم الدفع التقليدية باعتبارها البنية الأساسية للمعاملات، وفي هذا الإطار ظهرت وسائل الالكترونية والبنوك الالكترونية من اجل استعمالها للرفع من الميزة التنافسية المصرفية.

الفصل الثالث

واقع تنافسية البنوك محل

الدراسة:

BNA,CPA,BADR

تمهيد

بعد تطرقنا لمختلف الجوانب النظرية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودور هذه الأخيرة في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك، سنخصص هذا الفصل للدراسة الميدانية ونحاول من خلاله أن نعكس واقع تنافسية عينة من البنوك محل الدراسة بولاية الطارف مرتكزين في ذلك على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية للبنوك محل الدراسة، حيث تناولنا في البداية تقديم عام للبنوك محل الدراسة (BNA, CPA, BADR)، ثم تطرقنا إلى منهجية الدراسة الميدانية حيث تم تحديد متغيرات ومجالات الدراسة الميدانية مع إبراز أهم إجراءاتها، وأخيرا تم عرض وتحليل نتائج محاور الاستبيان.

وعلى هذا الأساس تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

◆ **المبحث الأول:** تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR "وكالة الطارف"؛

◆ **المبحث الثاني:** تقديم عام للقرض الشعبي الجزائري CPA والبنك الوطني الجزائري BNA "وكالتي الطارف"؛

◆ **المبحث الثالث:** منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية؛

◆ **المبحث الرابع:** عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة الميدانية؛

المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR "وكالة الطارف"

في هذا المبحث سنتطرق لتعريف وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR "الطارف"، سنتطرق بداية إلى نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ثم إلى أهم الوظائف التي يقوم بها والأهداف التي يسعى لتحقيقها.

المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR"

تأسس بنك الفلاحة والتنمية الريفية بموجب المرسوم 105/82 بتاريخ 13 مارس 1882، وهو مؤسسة مالية وطنية تنتمي للقطاع العمومي، ومع بداية التسوية الاقتصادية سنة 1988 عدل وأكمل بقانون 01/88 الذي حدد نهائيا بتاريخ 12/01/1988 ووضع طرق العمل وإجراءات التمويل، فتحول بنك الفلاحة والتنمية إلى شركة ذات أسهم وهذا التحول سجل بعقد أصلي بتاريخ 19 فيفري 1989 لدى مكتب التوثيق (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)، وبعد صدور قانون النقد والقرض في 1990 والذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغى من خلاله نظام التخصص بحيث أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية وتشجيع عملية الادخار والمساهمة في التنمية ولتحقيق أهدافه وضع البنك إستراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بأكثر من 300 وكالة ومؤطرة بأكثر من 7000 موظف.

المطلب الثاني: تقديم وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR "الطارف" ومهامها

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى التعريف بوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR "الطارف"، بالإضافة إلى التطرق لأهم مهامه.

أولا: تعريف وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR "الطارف"

في إطار توسيع نشاطات بنك الفلاحة والتنمية الريفية ونظرا لحجم الحاجات والطلبات ذات الطابع الفلاحي والاستثماري خاصة فيما يخص ولاية الطارف، جاء قرار إنشاء وتأسيس الوكالة "811" في سنة 1982 بولاية الطارف وتعتبر هذه الوكالة خلية من الخلايا القاعدية لمديرية بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وتضم هذه الوكالة 13 موظف يمارسون مختلف العمليات داخل الوكالة من منح قروض، فتح حسابات بنكية...إلخ.

ثانيا: مهام وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية

تقوم وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالطارف بمجموعة من الوظائف أهمها:

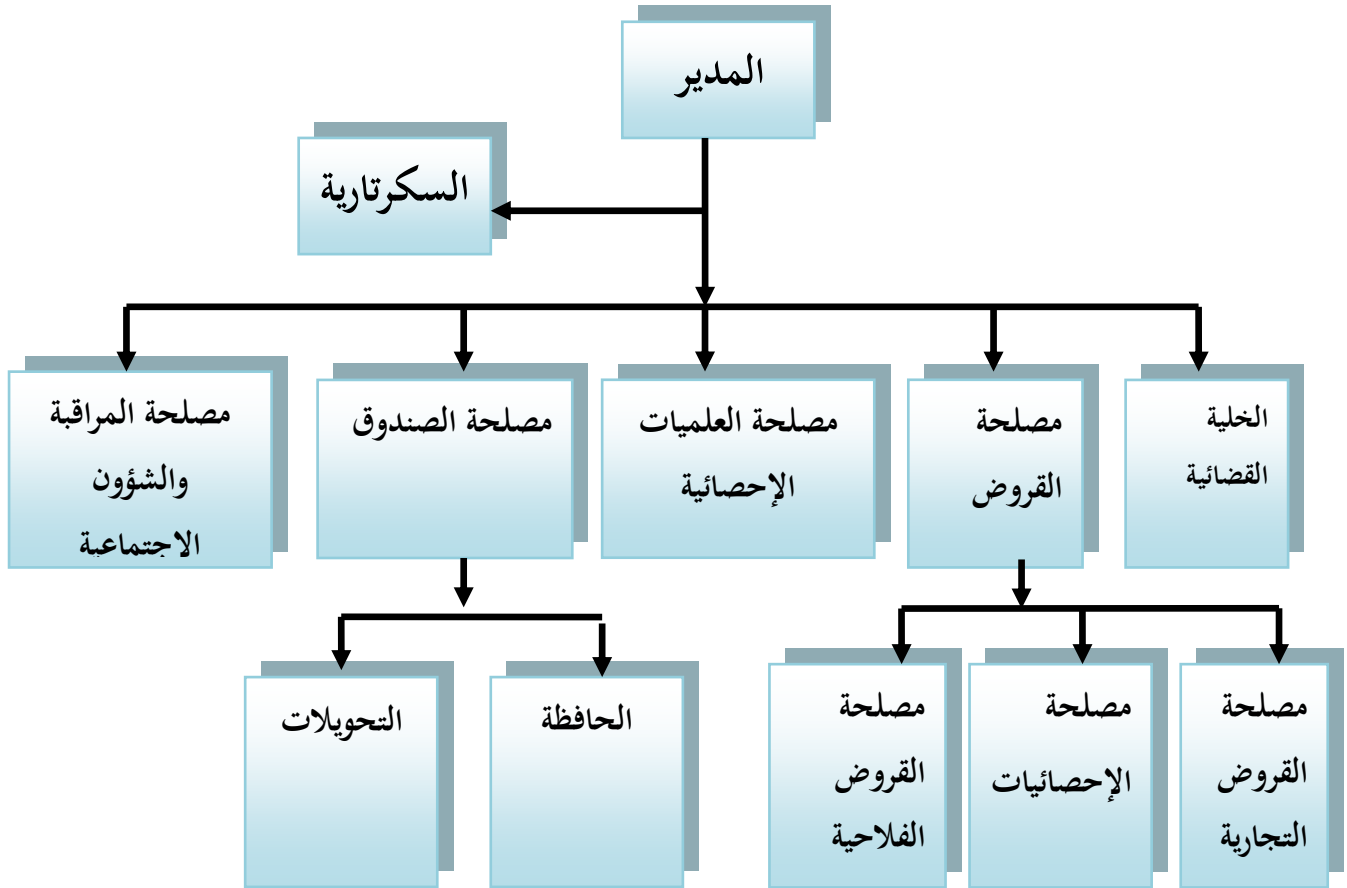
- ✓ القيام بالمساعدات المالية الضرورية لنشاطات متعلقة بالمؤسسات الخاصة؛
- ✓ معالجة جميع العمليات البنكية، وتمويل مختلف العمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية؛
- ✓ القيام بعمليات فتح وغلق الحسابات، ومنح مختلف القروض لذوي الاحتياجات المالية.

وتسعى الوكالة من خلال مجموعة الوظائف التي تقوم بها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من بينها جلب الزبائن لتحقيق أكبر ربح ممكن، وتطوير جودة الخدمات والعلاقات مع الزبائن، والحفاظ على استمراريتها وزيادة مردوديتها.

المطلب الثالث: دراسة الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "الطارف"

يمكن توضيح الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم (3-01): الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "811" "الطارف"



المصدر: استنادا على الوثائق المقدمة من الوكالة "الطارف".

من خلال الشكل رقم (03-01) يتضح أن وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية تنفرع إلى:

✓ **المدير:** ويعتبر الممثل الرئيسي للوكالة حيث يتحمل مسؤولية إبرام وتوقيع كل العقود والاتفاقيات ومختلف الوثائق، ويتولى مراقبة جمع المصالح التابعة للوكالة، وكذلك يقدم تقريرا دوريا للمديرية العامة عن إنجاز الأعمال والبرامج المتعلقة بالوكالة؛

✓ **السكرتارية:** تعمل كوسيط بين العمال والمدير، تقوم بتسليم كل الوثائق الواردة والصادرة، وتوزع أوامر المدير على العمال؛

- ✓ **مصلحة القروض:** وتقوم هذه المصلحة بدراسة ومنح القروض الفلاحية بأنواعها، وتضم مصلحة القروض التجارية، ومصلحة الإحصائيات ومصلحة القروض الفلاحية؛
- ✓ **مصلحة الصندوق:** وتتولى هذه المصلحة بالقيام بفتح حسابات العملاء وقبول الودائع، وإجراء عمليات السحب والدفع، وتضم هذه المصلحة فرعين هما: فرع الحافظة وفرع التحويلات؛
- ✓ **مصلحة العمليات الأجنبية:** تختص هذه المصلحة بالقيام بتمويل عمليات التجارة الخارجية عن طريق الدفع عن المصدر أو المستورد وذلك بفتح اعتماد مستندي أو التحصيل المستندي أو القيام بعمليات التوطين المصرفي؛
- ✓ **مصلحة المراقبة والأمور الإدارية:** تهتم هذه المصلحة بالموارد البشرية وتهتم بالأمن والأرشيف والإعلانات.

المبحث الثاني: تقديم عام للقرض الشعبي الجزائري CPA والبنك الوطني الجزائري BNA "وكالتي الطارف"
تناولنا من خلال هذا المبحث نشأة وتعريف القرض الشعبي الجزائري CPA "وكالة الطارف"؛ ثم تناولنا نشأة
وتقديم البنك الوطني الجزائري BNA "وكالة الطارف" وأخيرا تطرقنا إلى دراسة الهيكل التنظيمي لوكالتي القرض الشعبي
الجزائري ووكالة البنك الوطني الجزائري.

المطلب الأول: نشأة وتعريف القرض الشعبي الجزائري CPA "وكالة الطارف"

تم التطرق في هذا المطلب إلى نشأة القرض الشعبي الجزائري، وأهم الوظائف التي يقوم بها والأهداف التي يسعى
لتحقيقها.

أولاً: نشأة القرض الشعبي الجزائري "CPA"

تأسس القرض الشعبي الجزائري بموجب المرسوم 366-66 بتاريخ 1966/12/26 والمرسوم 67-68 بتاريخ
1967/05/11 برأس مال يقدر ب 15 مليون دينار جزائري، ويعد ثاني بنك جزائري من حيث النشأة، تأسس على
أنقاض القرض الشعبي الجزائري (وهران، قسنطينة، عنابة)، والصندوق المركزي الجزائري للقرض الشعبي والمؤسسة الفرنسية
للقرض والبنك وأخيرا البنك المختلط (الجزائر- مصر)، وتبعاً للإصلاحات التي مست القطاع المصرفي في الجزائر فقد تم
إعادة هيكلة لينبثق عنه بنك التنمية المحلية سنة 1985 وتحوّل غله 40 وكالة وتحويل 550 موظف وإطار و89000
حساب تجاري للزبائن. (القرض الشعبي الجزائري)

ثانياً: تقديم وكالة القرض الشعبي الجزائري CPA "بالطارف"

تأسست وكالة القرض الشعبي الجزائري رقم 213 سنة 1991 كواحدة من بين الوكالات التابعة للمديرية
الجهوية بعنابة، وتحتل الوكالة موقعا إستراتيجيا هاما في وسط ولاية الطارف في نخبج أول نوفمبر 1954، وبدأت هذه
الوكالة برأس مال قدره 21000.000.000 دج، وقد بلغ عدد الموظفين في هذه الوكالة حاليا 12 موظف موزعين
على مختلف مصالحها، وقد وجهت وكالة القرض الشعبي الجزائري بالطارف للقيام بمجموعة من المهام الأساسية من بينها:

- ✓ دراسة العمليات البنكية المقدمة من طرف الزبون بدراسة العلاقات الاقتصادية المتبعة مع هذا الأخير؛
- ✓ تأمين التسيير والمتابعة للديون المقررة والضمانات المشروطة؛
- ✓ السهر على التسيير العقلاني والرشيد للسيولة؛
- ✓ إقراض الحرفيين والفنادق والقطاعات السياحية والصيد والتعاونيات (غير الزراعية) في ميدان الإنتاج والتوزيع
والتجارة، عموما إقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أيا كان نوعها، وكذلك إقراض المهن الحرة وقطاع المياه والري؛
- ✓ تقديم قروض متوسطة وطويلة الأجل خاصة عند تمويل السكن؛

✓ **الصراف الآلي:** وهي آلة تسمح بالقيام بمجموعة من العمليات باستعمال بطاقة بنكية نذكر منها: معالجة عمليات السحب، توزيع نقدي على مدار الساعة وكل أيام الأسبوع، تعويض شبك الخدمة الموجود داخل البنك، وحتى يتمكن البنك من استعمال الموزع الآلي يجب أن تتوفر بنية تحتية متمثلة في سلك X25، مودم، تغذية كهربائية، مساحة مخصصة خارج البنك لتثبيت الصراف الآلي، إذا كان الصراف الآلي متواجد داخل البنك يطلق عليه (DAB^1) أما الذي يستعمل خارج البنك (الفنادق، المطارات) فيطلق عليه (DAB^2)، إن استعمال هذا الجهاز سهل بسبب الرسائل التي تظهر على شاشته وباللغة التي يختارها العميل عربية/فرنسية مما يسمح للعميل بالتجارب مع الآلة من خلال لوحة المفاتيح؛

✓ **أطراف الدفع الإلكترونية TPE²:** وهي جهاز يثبت لدى البائع/التاجر والذي يسمح لحاملي البطاقات من القيام بعدة عمليات مالية (الشراء، تسديد الفواتير، تحويل الأموال... الخ)، بطريقة آمنة وسريعة؛ وتسعى الوكالة من خلال المهام أو الوظائف التي تقوم بها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف كتتحقيق لامركزية القرار لإعطاء نوع من المرونة لكسب الوقت والزبائن، إضافة إلى تحسين وجعل التسيير أكثر فعالية من أجل ضمان التحويلات اللازمة كما تهدف إلى التوسع ونشر الشبكة واقتزائها من الزبائن وتطوير شبكة المعلومات وكذا الوسائل التقنية الحديثة.

المطلب الثاني: نشأة وتقديم البنك الوطني الجزائري BNA "وكالة الطارف"

تطرقنا في هذا المطلب إلى نشأة البنك الوطني الجزائري، وأهم المهام التي يقوم بها والأهداف التي يسعى لتحقيقها.

أولاً: نشأة البنك الوطني الجزائري "BNA"

تأسس البنك الوطني الجزائري بمرسوم 66-178 بتاريخ 13 جوان 1966 على شكل شركة وطنية تسيير بواسطة القانون الأساسي لها والتشريع التجاري، وقد جاء خلفاً لعدة بنوك أجنبية منها القرض العقاري لتونس، والقرض الصناعي التجاري، والبنك الوطني للتجارة والصناعة في إفريقيا، وبنك باريس، وعلى الرغم من تأسيسه برأس مال قدره 20 مليون دج إلا أنه سمح للجمهور بالمساهمة في رأس ماله بمعدل قدره 5% ويمكن أن يزيد عن هذا الحد، وبحلول عام 1970 تم وضع حد لهذه المساهمات حيث تم شراء جميع هذه المساهمات من طرف الدولة ليصبح البنك ملك للدولة، وحسب القانون الأساسي فإن البنك يسير من قبل رئيس مدير عام، ومجلس إدارة من مختلف الوزارات، ويعمل كبنك ودائع قصيرة وطويلة الأجل، وتمويل مختلف حاجيات الاستغلال والاستثمارات لجميع القطاعات الاقتصادية، وفي 16 فيفري 1989 أصبح البنك الجزائري مؤسسة عمومية اقتصادية على شكل شركة بالأسهم، وبقيت تسميته البنك الوطني الجزائري، وبقي المقر الاجتماعي بالجزائر ب 8 شارع شيفغفارة وحددت مدته 99 سنة بداية من التسجيل الرسمي بالسجل التجاري. (البنك الوطني الجزائري)

ثانيا: تقديم وكالة البنك الوطني الجزائري BNA "الطارف"

تأسست وكالة البنك الوطني الجزائري "بالطارف" نتيجة لزيادة الاحتياجات المالية لسكان المنطقة، وتعتبر وكالة البنك الوطني الجزائري رقم "489" إحدى الوكالات التابعة للمديرية الجهوية بولاية عنابة، وقد بلغ عدد الموظفين في هذه الوكالة حاليا 11 موظف موزعين على مختلف مصالحها وتحتل الوكالة موقعا إستراتيجيا هاما وسط الطارف، وتقوم وكالة البنك الوطني الجزائري بمجموعة من الوظائف نذكر منها:

✓ تمويل عمليات التجارة الخارجية؛

✓ التدخل في عمليات الصرف الآجلة والعاجلة، ويلعب دور البنك المراسل بالنسبة للبنوك الأجنبية، إضافة إلى إعطاء الضمانات لكل الأسواق العمومية؛

✓ يمنح الائتمان الزراعي للقطاع المسير ذاتيا ويساهم في الرقابة على وحدات الإنتاج، إضافة إلى إقراض المؤسسات الصناعية العامة منها والخاصة؛

✓ قبول الودائع من طرف الجمهور ومختلف المؤسسات لإعادة استثمارها.

وتسعى هذه الوكالة من خلال مجموعة الوظائف التي تقوم بها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف فهي تسعى لتحسين التسيير وجعله أكثر فعالية للتكيف مع التطورات وذلك بإدخال تقنيات حديثة وجديدة في ميدان التسيير والتسويق وتهدف أيضا إلى توسيع الشبكة البنكية وتقريبها من الزبائن، إضافة إلى تحسين وتطوير أنظمة المعلومات والوسائل التقنية.

المطلب الثالث: دراسة الهيكل التنظيمي لوكالتي القرض الشعبي الجزائري ووكالة البنك الوطني الجزائري

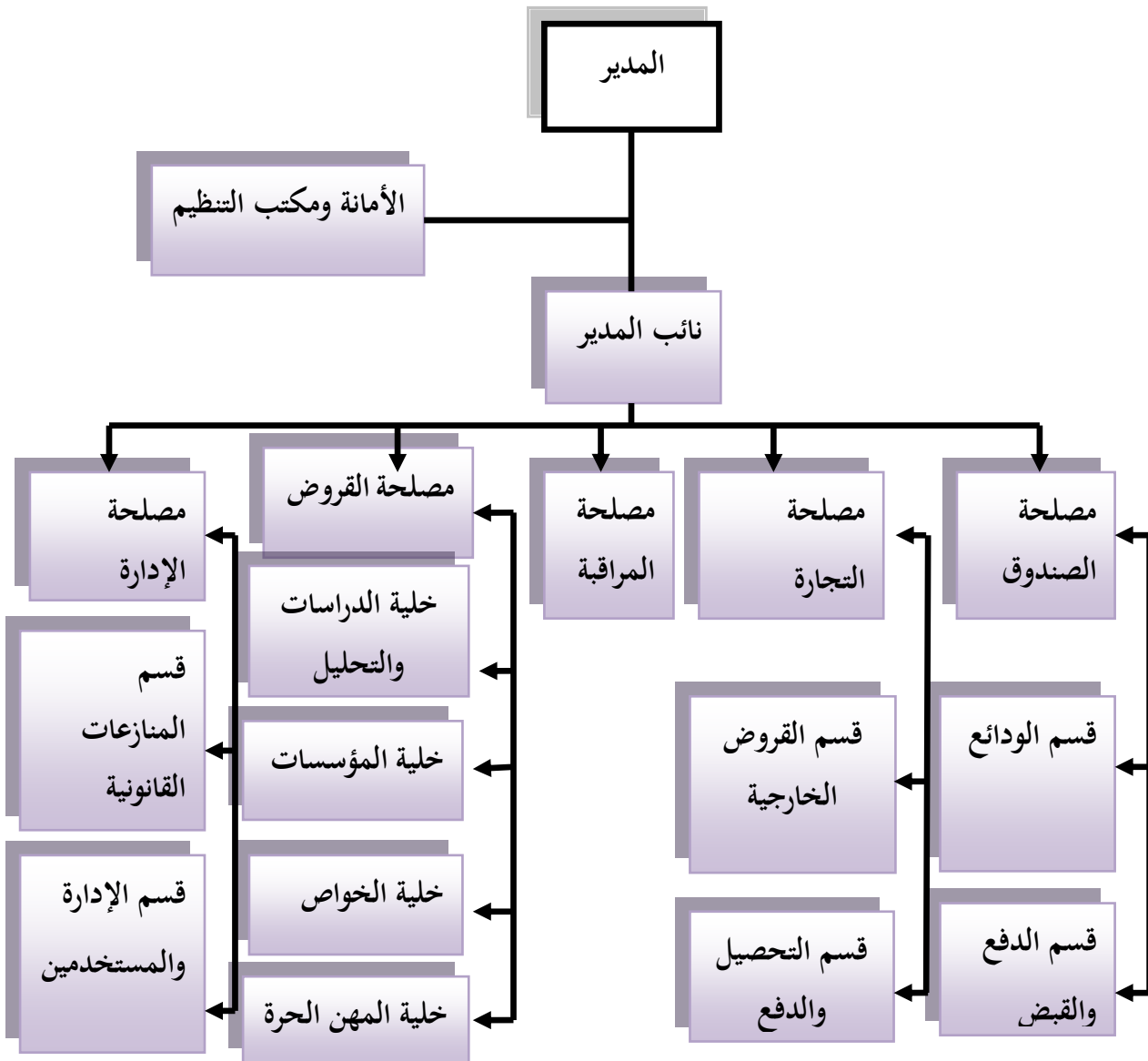
تناولنا من خلال هذا المطلب دراسة الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري " بالطارف"، كما تطرقنا إلى

دراسة الهيكل التنظيمي لوكالة البنك الوطني الجزائري "489" "الطارف"

أولاً: دراسة الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري " بالطارف "

تتفرع وكالة القرض الشعبي الجزائري إلى مجموعة من المصالح و يمكن توضيح ذلك من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم(3-02): الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري "الطارف"



المصدر: استنادا على الوثائق المقدمة من وكالة الطارف "213".

تتفرع وكالة القرض الشعبي الجزائري بالطارف في هيكلها التنظيمي إلى:

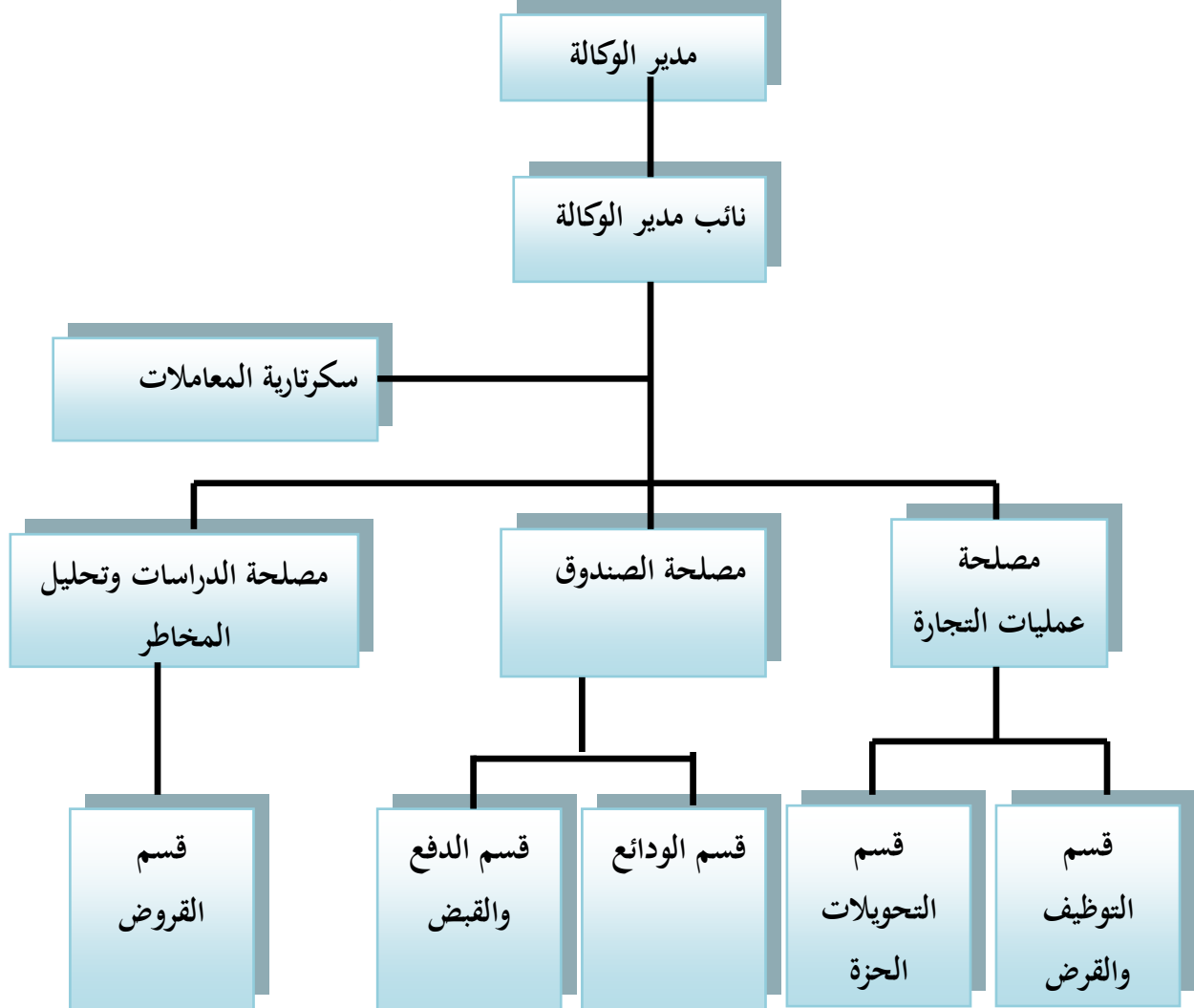
- ✓ **مدير الوكالة:** يعتبر الممثل الرئيسي للقرض الشعبي الجزائري على مستوى وكالة الطارف حيث يتحمل مسؤولية إبرام وتوقيع كل العقود والاتفاقيات، ومختلف الوثائق، ومن مهامه أيضا مراقبة جميع المصالح التابعة للوكالة، كذلك يقدم تقريرا دوريا للمديرية العامة على إنجاز الأعمال والبرامج المتعلقة بالبنك؛
 - ✓ **الأمانة ومكتب التنظيم:** من مهامها تسهيل أعمال المدير الذي يتدخل في شؤون سيرها وتنظيمها، كما تقوم باستقبال العملاء الذين قدموا طلبات للحصول على القروض والاتصال بالعملاء عند الحاجة واستقبال البريد والمكالمات الهاتفية؛
 - ✓ **نائب المدير:** يقوم بمساعدة المدير في أداء مهامه، ويخلفه في حالة غيابه؛
 - ✓ **مصلحة المراقبة:** يقوم هذا القسم بالمراقبة الداخلية لعملية التسيير ومدى تطبيق القوانين الداخلية للبنك كما يقوم بالتنسيق بين المصالح، والحث على تطبيق السياسة الإدارية المتبعة، كما يساعد المدير في اتخاذ القرارات من خلال التقارير التي توجه إليه عن مدى دقة وانتظام البنك وكل هذا يتم عن طريق مراقبة دورية منتظمة؛
 - ✓ **مصلحة الإدارة:** تضم قسمين منها قسم المنازعات القانونية والذي يساعد البنك من الناحية القانونية وكذا متابعة الحالات المتنازع فيها، ودراسة الشكاوي، وطلبات تحصيل الحقوق، وتعيين المحامين الذين يقومون بتمثيل البنك أمام المحاكم، وقسم الإدارة والمستخدمين حيث يهتم هذا القسم بشؤون المستخدمين؛
 - ✓ **مصلحة الصندوق:** ويتولى استقبال الزبائن، ومعالجة العمليات المصرفية بالدينار والعملية الصعبة، وفتح الحسابات وتسييرها من خلال تسيير ملف الصندوق، إضافة إلى التسيير الحسن للحزينة، وإنجاز الإحصائيات الخاصة بالمصلحة، وتضم هذه المصلحة قسمين قسم الودائع، وقسم الدفع والقبض؛
 - ✓ **مصلحة العمليات التجارية:** تعتبر بمثابة الوسيط بين المتعاملين الجزائريين والأجانب في عمليات البيع أو الشراء (استيراد، تصدير)، وتضم قسم القروض الخارجية، وقسم تسديد القروض؛
 - ✓ **مصلحة القروض:** مهمتها الأساسية تتمثل في أخذ القرار في أقرب الآجال لطلبات القروض المتعددة، وتأمين الأموال المقترضة بأخذ الضمانات اللازمة، ومراقبة التطبيقات القانونية الخاصة بالقروض؛
- إن طبيعة عمل القرض الشعبي الجزائري تتطلب تعامله وعمله مع مؤسسات أخرى سواء كانت تنتمي للقطاع المصرفي أو خارجه حسب طبيعة العلاقة بينهم نذكر منها:
- ✓ علاقة CPA / SATIM: تهتم بالبطاقات بين بنكية CIB حيث تقوم SATIM بتوفير البطاقات إضافة لإدارة الأذونات والملفات الاستثنائية.
 - ✓ علاقة CPA / CPI: تهتم بمعالجة المقاصة بين البنوك.

- ✓ علاقة CPA/Algérie Télécoms: تقوم بتركيب ومتابعة خطوط نوع X25.
- ✓ علاقة CPA/Fourinisseur WINCORD NIXDORF: صيانة اجهزة الصراف الآلي.

ثانيا: دراسة الهيكل التنظيمي لوكالة البنك الوطني الجزائري "489" "الطارف"

الهيكل التنظيم من مجموعة من المصالح ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم (3-03): الهيكل التنظيمي لوكالة البنك الوطني الجزائري "489" "الطارف"



المصدر: اعتمادا على الوثائق المقدمة من الوكالة "489" "الطارف".

تتفرع وكالة البنك الوطني الجزائري في هيكلها التنظيمي إلى مدير الوكالة: يعتبر الممثل الرئيسي للوكالة "489" بالطارف

حيث يتحمل مسؤولية إبرام وتوقيع كل العقود والاتفاقيات، ومن مهامه مراقبة جميع المصالح التابعة للوكالة؛

✓ نائب المدير: يساعد المدير في أداء مهامه، ويخلفه في حالة غيابه؛

✓ مصلحة الدراسات وتحليل المخاطر: تقوم بدراسة وتحليل جميع المخاطر المتعلقة بالقروض؛

✓ **مصلحة عمليات التجارة الخارجية:** تعتبر بمثابة الوسيط بين المتعاملين والأجانب، في عمليات البيع والشراء (استيراد وتصدير)، وتقوم هذه المصلحة بتحويلات إلى الخارج وعمليات التوطين (الإقامة) المصرفيون، فتح الإعتمادات المستندية للعمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية وهي على اتصال دائم مع المراسلين بالخارج، ويضم قسم التحويلات الحرة والمباشرة، وقسم التوظيف والقرض المستندي؛

✓ **مصلحة الصندوق:** وتنقسم بدورها إلى قسمين:

- **قسم الودائع:** ويقوم باستلام طلب لفتح حسابات الودائع وتحديد نوعها، ومتابعة كل الإجراءات المتعلقة بفتح الحسابات والتأكد من توفير جميع الشروط القانونية ومتابعة عمليات الإيداع والسحب من الحساب لصالح المودعين؛
- **قسم الدفع والقبض:** ويسمى أيضا الشباك ويقوم بقبض ودفع المبالغ النقدية لكافة أنواع العملاء وتقوم أيضا بإعداد جرد حركة النقد وتسجيلها، واعمل على تطبيق الأنظمة والإجراءات المعتمدة من طرف المدير.

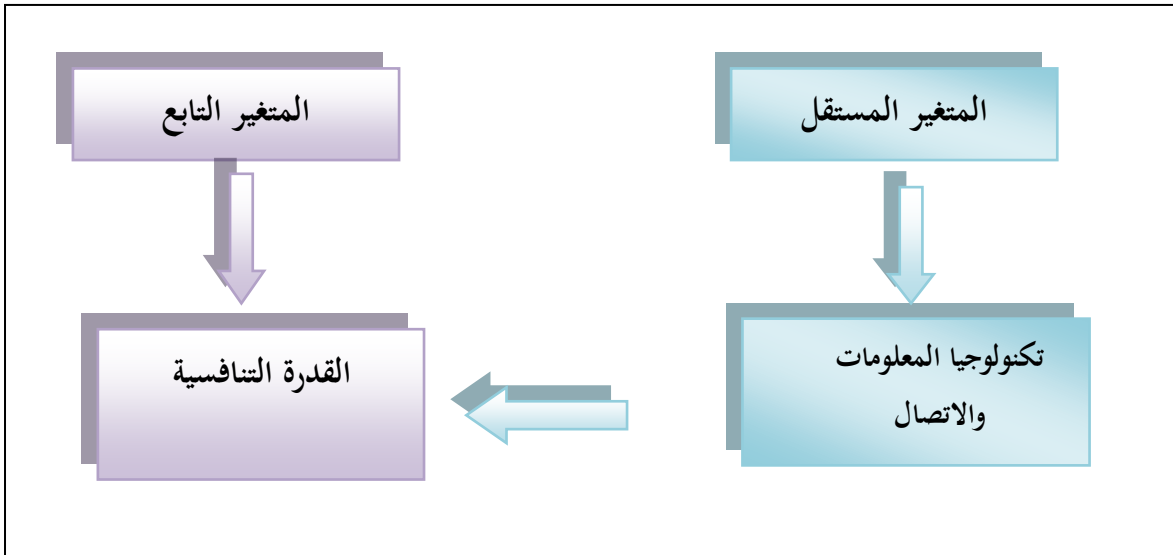
المبحث الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية

يتناول هذا المبحث توضيحاً لمنهج الدراسة الميدانية ومصادر جمع البيانات، كذلك يعرض مجتمع وعينة الدراسة، بالإضافة إلى ذلك يتضمن نموذج الدراسة الميدانية ووصف أدواته.

المطلب الأول: نموذج الدراسة

لتحقيق أغراض الدراسة تم اقتراح نموذج بالاعتماد على الدراسات السابقة ومراجعة الأدبيات، يتكون النموذج من متغيرين أحدهما مستقل يتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمتغير التابع يتمثل في القدرة التنافسية، كما هو مبين في الشكل الموالي:

شكل رقم (3-04): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة

المطلب الثاني: منهج الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة

خصصنا هذا المطلب لإبراز المنهج المتبع في الدراسة الميدانية بالإضافة إلى مجتمع وعينة الدراسة.

الفرع الأول: منهج الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة المتمثلة في التعرف على مدى أثر المتغير المستقل المتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على القدرة التنافسية بالبنوك محل الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، حيث تم إتباع المنهج الوصفي من أجل وصف واقع ممارسات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذلك القدرة التنافسية في البنوك محل الدراسة،

وتم إتباع المنهج التحليلي بهدف التعرف على أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على القدرة التنافسية في هذه البنوك من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها.

الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

بداية تطرقنا لمجتمع الدراسة ثم تطرقنا إلى عينة الدراسة

أولاً: مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة هو جميع العناصر ومفردات الدراسة، ويتكون مجتمع الدراسة من بنوك: بنك الفلاحة والتنمية

الريفية BADR، القرض الشعبي الجزائري CPA، البنك الوطني الجزائري BNA .

ثانياً: عينة الدراسة

تم الاعتماد على أسلوب العينة بدلا عن أسلوب الحصر الشامل وذلك لعدة أسباب أبرزها:

- ✓ كبر وضخامة مجتمع الدراسة وبالتالي استحالة اختبار جميع أفراد مجتمع الدراسة؛
- ✓ صعوبة الحصول على إطار شامل لمفردات الدراسة نظرا لظروف أمنية وسرية خاصة بالمؤسسة؛
- ✓ ضغوطات الوقت والجهد والإمكانات المتوافرة.

لذلك فقد تم توزيع الاستبيان على من الإطارات والموظفين بالبنوك سألغة الذكر، حيث تم توزيع 35 استبيانا

وتم استرجاعها 30 منها.

المطلب الثالث: أدوات جمع المعلومات

تناولنا في البداية مصادر جمع المعلومات من مصادر ثانوية وأولية، ثم تطرقنا إلى حدود الدراسة من حدود مكانية

وزمنية وأخرى بشرية، وأخيرا تطرقنا إلى الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

الفرع الأول: مصادر جمع البيانات

تطلبت عملية إنجاز الدراسة الميدانية توفر مجموعة من الأدوات البحثية لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة والتي

يمكن تصنيفها كما يلي:

أولاً: المصادر الثانوية

والتي تشمل مختلف المراجع والأدبيات والدراسات السابقة من كتب، أبحاث، موسوعات، مقالات، أطروحات

مذكرات، ملتقيات، مؤتمرات، تقارير... وغيرها، ذات العلاقة بالموضوع، بهدف تكوين صورة واضحة عن المتغير

المستقل ومختلف أبعاده، والمتغير التابع، حتى يتم التمكن من صياغة أداة الاستبيان بشكل صحيح وشامل لمختلف أبعاد مشكلة الدراسة.

ثانياً: المصادر الأولية

تم الاستعانة بمجموعة من الأدوات في جمع المعلومات الضرورية من الميدان محل الدراسة وذلك عن طريق استخدام:

1. الاستبيان

تم الاعتماد في هذه الدراسة على أسلوب الاستبيان باعتباره من أهم أدوات الدراسة التي تمكن من الحصول على المعلومات، وهو عبارة عن استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة المكتوبة ذات الإجابات المحددة، سلمت للمبحوثين للإجابة عنها وإرجاعها.

وقد تم إعداد الاستبيان بناء على موضوع الدراسة ومتغيراته، بحيث تضمن مجموعة من الفقرات موزعة على مجموعة من المحاور لكل متغير من متغيرات الدراسة، وذلك بداية من إعداد استبيان أولي، ثم عرضه على المشرف ومجموعة من الأساتذة المحكمين للتحقق من مدى ملائمة متطلبات الدراسة وتعديله بعد ذلك وتوزيعه على عينة الدراسة لجمع المعلومات اللازمة (أنظر الملحق رقم (03)).

وقد تم مراعاة أمرين أساسيين في تصميم الاستبيان هما:

✓ البساطة والسهولة، وذلك عبر صياغة فقرات سهلة بسيطة وغير مركبة، مع اعتماد أسلوب الأسئلة المغلقة لتسهيل مهمة المبحوثين؛

✓ قدرة الاستبيان على تشخيص وقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع عبر تحديد دقيق لمختلف أبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع.

وبالتالي فالاعتماد على أداة الاستبيان من شأنه أن يحقق المزايا التالية:

- توفير الوقت والتكلفة: فاستخدام الاستبيان يمكن من الحصول على عينة كبيرة في أقل وقت ممكن وبتكلفة معقولة؛
- الوضوح: احتواء الاستبيان على فقرات سهلة وبسيطة وإجابات مقابلة لها، مما يسهل على المبحوثين الإجابة عليه؛
- السرية: ليتم تحفيز المبحوثين نضع ملاحظة في دياحة الاستبيان مفادها أن هذا الاستبيان سري ولا يستخدم إلا للبحث العلمي، كما أن نتائج البحث تظهر على المستوى التجميعي مما يؤكد سرية البيانات.

2. المقابلة

من أجل الحصول على المعلومات بشكل مباشر، تم القيام بمقابلة شخصية لبعض المبحوثين بهدف جمع البيانات وتسجيل انطباعات تتضمن معلومات يفيد تحليلها في تفسير مشكلة الدراسة والوصول إلى أبرز النتائج؛

وهذا فضلا عن استخدام أسلوب المقابلة الشخصية مع معظم أفراد عينة الدراسة بهدف توضيح فقرات الاستبيان لضمان الإجابة الدقيقة عن الأسئلة الواردة فيه، وكذلك للتأكد من عدم ترك الإجابة عن أي سؤال يمكن أن يؤثر على قبول الاستبيانات للتحليل الإحصائي؛

3. الملاحظة

في هذه الدراسة اعتبرت الملاحظة أداة مكملية لجمع البيانات بجانب أداتي الاستبيان والمقابلة، وقد تم اعتمادها في هذه الدراسة بطريقة علمية دقيقة منظمة والقائمة على المشاهدة وتسجيل الملاحظات المفيدة وتجميعها وذلك أثناء الزيارات الميدانية للوكالات البنكية لولاية الطارف، وقد مكن أسلوب الملاحظة العلمية من تحقيق فهم أعمق لتنافسية البنوك محل الدراسة، ومن ثم الاعتماد على ذلك في تفسير بعض النتائج المتحصل عليها من خلال أداة الاستبيان.

4. الوثائق والسجلات

تعتبر الوثائق والسجلات أداة مكملية للأدوات السالفة الذكر، حيث تم الإطلاع عليها واستخدام ما توفر من وثائق، سجلات، تقارير، نشرات داخلية... وغيرها، الخاصة بعينة البنوك محل الدراسة وتوظيفها في عملية التحليل.

الفرع الثاني: حدود الدراسة

✓ **الحدود المكانية:** عاجلت الدراسة الميدانية الواقع العملي لمتغيري تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية بوكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، القرض الشعبي الجزائري CPA، البنك الوطني الجزائري BNA بولاية الطارف؛

✓ **الحدود الزمنية:** تتمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة في الفترة الممتدة من أكتوبر 2022 إلى غاية ماي 2023، أما فيما يخص الدراسة الميدانية تمثلت مدتها في الفترة الممتدة من 01 مارس 2023 إلى غاية 10 ماي 2023؛

✓ **الحدود البشرية:** تستند هذه الدراسة الميدانية إلى آراء مجموعة من الباحثين من الإطارات والموظفين العاملين في مجموعة من البنوك بولاية الطارف.

الفرع الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

أولا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

من أجل المعالجة الإحصائية لنتائج الاستبيان تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss النسخة 26، بعد أن تمت عملية جمع البيانات، ومن ثم فرزها وترميزها، ثم معالجتها باستخدام بعض الأساليب الإحصائية وهي:

✓ **الجداول والتكرارات والنسب المئوية والأشكال البيانية:** تم استخدامها من أجل تمثيل الخصائص الديمغرافية والشخصية لأفراد عينة الدراسة؛

✓ معامل ألفا كرونباخ (Alpha de cronbach): من أجل قياس مدى ثبات الدراسة عبر قياس درجة الاتساق لفقرات الاستبيان ومتغيرات الدراسة ككل؛

✓ الوسط الحسابي: لتحديد مستوى تطبيق العبارات الواردة في الاستبيان ومؤشر لترتيب الأبعاد حسب أهميتها من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؛

✓ الانحراف المعياري: تم استخدامه لبيان درجة تشتت القيم عن وسطها الحسابي؛

✓ بالإضافة إلى اعتماد الطالبة على برنامج الجداول الالكترونية (Excel): لعرض وتحليل البيانات المجمعة من الاستبيان. ثانياً: تصميم وجودة أداة الدراسة

1. وصف الاستبيان

بعد الاطلاع على أدبيات البحث والدراسات السابقة تم تصميم الاستبيان بما يتناسب مع موضوع الدراسة وأهدافها، وذلك لجمع البيانات من أفراد العينة المكونة من موظفي البنوك محل الدراسة، وقد تم مراعاة أن يكون الاستبيان شاملاً لمعرفة "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية للبنوك"، وقد احتوى الاستبيان على ما يلي:

✓ القسم الأول: يتضمن المتغيرات الشخصية للدراسة المتعلقة بالمعلومات العامة أو البيانات الشخصية عن أفراد الدراسة وهي: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، مدى التحكم في الإعلام الآلي، والخبرة المهنية.

✓ القسم الثاني: ينقسم هذا القسم إلى محورين وهي كالتالي :

● المحور الأول: شمل مختلف أبعاد متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمثلة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-01): أبعاد محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الرموز في متن الدراسة	عدد الفقرات	الأبعاد
X1-X5	05	المورد البشري (الأفراد)
X6-X11	06	الأجهزة والمعدات
X12-X16	05	قواعد البيانات
X17-X20	04	البرمجيات
X21-X27	07	الشبكات
X1-X27	27	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة

• المحور الثاني: شمل مختلف أبعاد متغير القدرة التنافسية، وهذا وفقا للجدول التالي:

الجدول رقم (3-02): محور القدرة التنافسية

الأبعاد	عدد الفقرات	الرموز في متن الدراسة
التكلفة	03	Y29-Y31
الجودة	03	Y32-Y34
الإبداع	04	Y35-Y38
التسليم	03	Y39-Y41
المرونة	03	Y42-Y44
المجموع	16	Y29-Y44

المصدر: من إعداد الطالبة

كما تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي "likerte scale" لقياس استجابة المبحوثين لفقرات الاستبيان، إذ يعتبر هذا المقياس الأكثر شيوعا في الدراسات الإنسانية والاجتماعية، حيث يطلب من المبحوث أن يحدد درجة موافقته من عدمها على خيارات محددة، وهذا المقياس مكون من خمسة خيارات متدرجة، حيث يختار المبحوث واحدا منها على النحو الموضح في الجدول أدناه:

الجدول رقم (3-03): درجات مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالبة

المبحث الرابع: عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة الميدانية

تطرقنا من خلال هذا المبحث إلى تصميم وفحص صدق وثبات أداة الدراسة، ثم تطرقنا إلى وصف وتشخيص متغيرات الدراسة، تحليل النتائج واختبار الفرضيات.

المطلب الأول: تصميم وفحص صدق وثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات الاستبيان أنه يعطي نفس النتائج في حالة تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، وهذا ما يعني أن تكون النتائج التي يعطيها الاستبيان متقاربة إذا تم تكراره على عينة الدراسة.

ولغرض التحقق من ثبات أداة الدراسة والاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان، تم حساب معامل ألفا كرونباخ (Alpha cronbach) لمعرفة مدى قوة الارتباط والتماسك بين فقرات النموذج، وقد كانت النتائج كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-04): اختبار ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل Alpha Cronbach

متغيرات الدراسة	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	28	0.88
القدرة التنافسية	16	0.79
معامل ألفا كرونباخ الكلي	44	0.91

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss-26

يوضح الجدول أعلاه معاملات الثبات (Alpha cronbach) لمحاور الاستبيان، حيث بلغت على 0.88 بالنسبة للمتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات والاتصال)، بينما بلغت قيمته 0.79 للمتغير التابع (القدرة التنافسية)، وهي معاملات مقبولة وتدلل على وجود درجة مقبولة من الثبات لجميع متغيرات الدراسة، في حين بلغت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ الكلي للاستبيان 0.91 وهي قيمة كبيرة ومناسبة جدا وأعلى من معامل القبول 0.60، وهذا ما يدل على صلاحية أداة الدراسة وثبات محاورها وقوة تماسكها الداخلي.

المطلب الثاني: وصف وتشخيص متغيرات الدراسة

بعد جمع المعلومات من أفراد عينة الدراسة، سيتم تناول وصف وتحليل متغيري الدراسة الميدانية المتمثلين في تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمتغير مستقل والقدرة التنافسية للبنوك كمتغير تابع، وقبل ذلك سيتم عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة.

أولاً: وصف وتحليل البيانات الشخصية لعينة البنوك محل الدراسة

سيتم في هذا المطلب تناول المعلومات الشخصية المتعلقة بأفراد الدراسة والتي تتمثل في: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، مدى التحكم في الإعلام الآلي، والخبرة المهنية.

1. الجنس

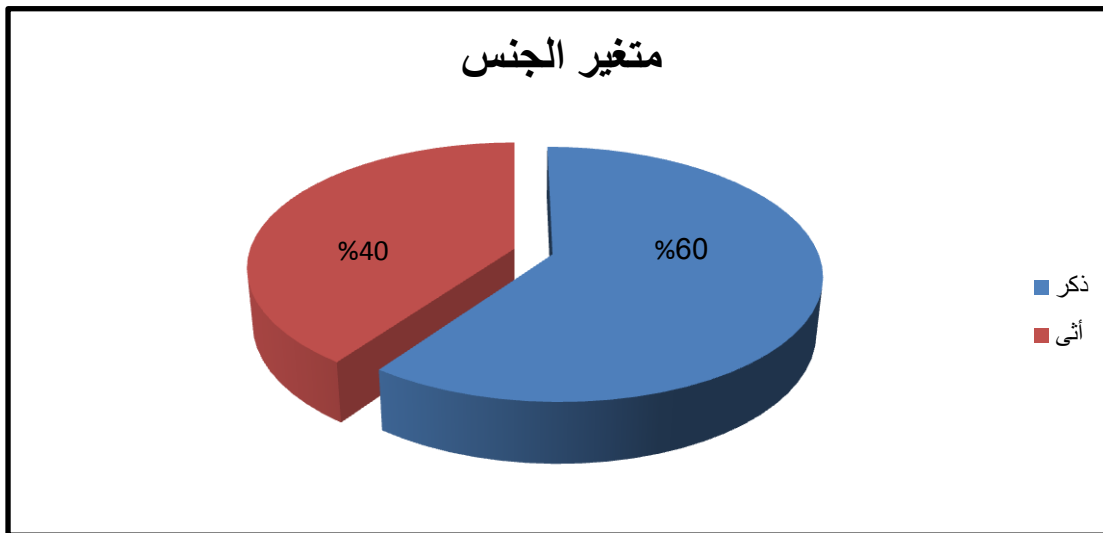
الجدول رقم (3-05): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
60%	18	ذكر
40%	12	أنثى
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss-26

ويمكن توضيح نتائج الجدول السابق من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-05): توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: إعداد الطالبة بناءً على الجدول رقم (3-05)، بالاعتماد على مخرجات برنامج spss-26

يوضح الجدول والشكل السابقين عدد المستجوبين حسب الجنس، حيث كانت فئة الذكور هي الأكبر بنسبة 60%، بينما بلغت نسبة الإناث 40%، مما يوضح أن فئة العاملين بالبنوك محل الدراسة بولاية الطارف هي فئة الذكور بدرجة أكبر، ويوضح هيمنة الذكور وسيطرتهم على العمل وتقلد المناصب.

2. العمر

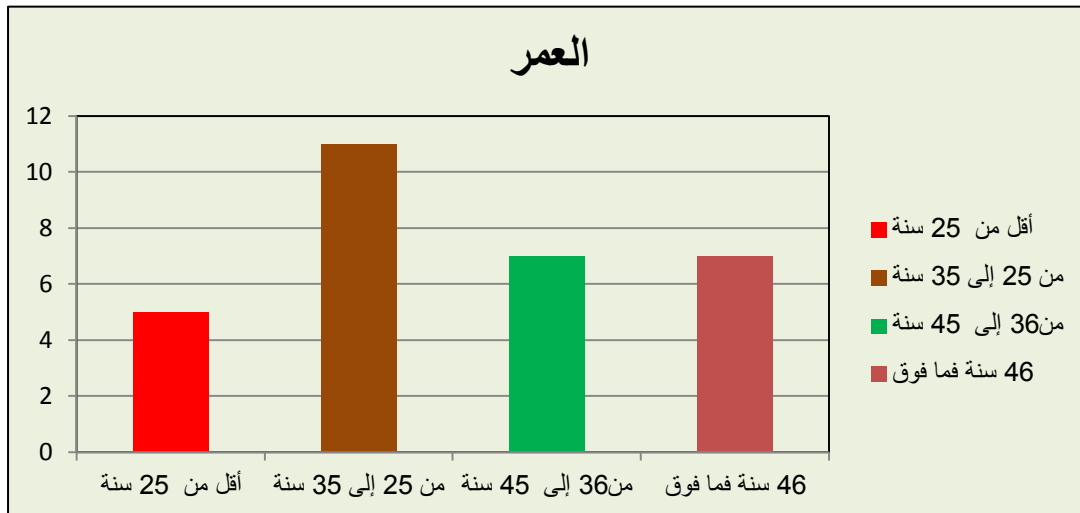
الجدول رقم (3-06): توزيع عينة الدراسة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 25 سنة	05	16.7%
من 25 إلى 35 سنة	11	36.7%
من 36 إلى 45 سنة	07	23.3%
46 سنة فما فوق	07	23.3%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطالبة، بالاعتماد على مخرجات spss-26.

ويمكن توضيح نتائج الجدول السابق من خلال الشكل الموالي:

الشكل (3-06): توزيع العينة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على الجدول رقم (3-06).

يلاحظ من خلال الجدول رقم (3-06) والشكل رقم (3-06) عدد أفراد الفئة المدروسة حسب العمر، حيث احتلت الفئة العمرية (25-35) سنة المرتبة الأولى بنسبة 36.7% تليها فئتي (36-45) سنة، و 46 سنة فما فوق بنسبة 23.3% لكل منهما، وأخيرا فئة أقل من 25 سنة ب 16.7%.

3. المستوى التعليمي

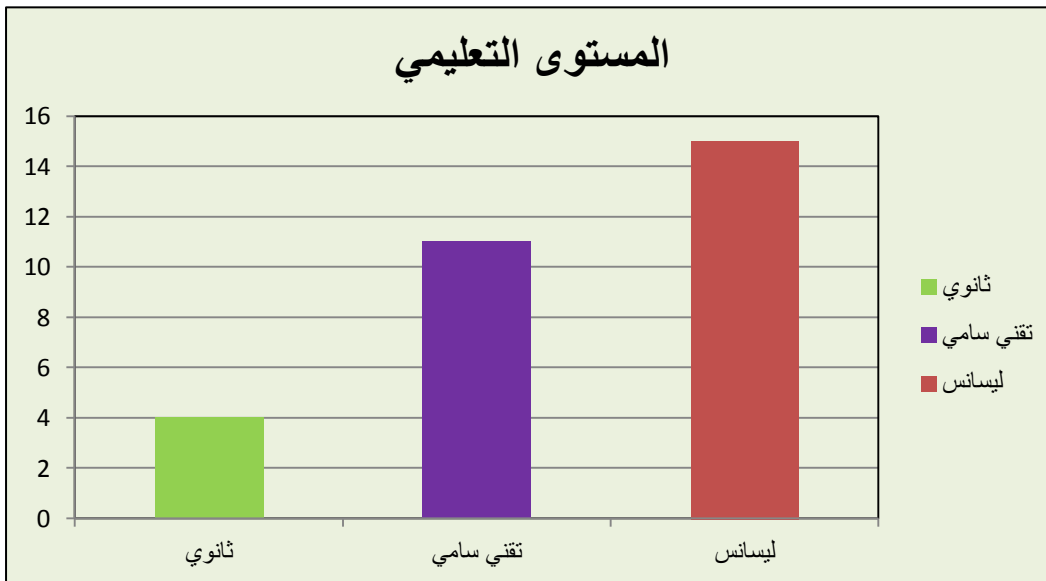
الجدول رقم (3-07): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
13.3%	04	ثانوي
36.7%	11	تقني سامي
50%	15	ليسانس
100%	30	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26.

ويمكن توضيح نتائج الجدول السابق من خلال الشكل الموالي:

الشكل (3-07): توزيع العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: إعداد الطالبة بناء على الجدول رقم (3-07).

يشير الجدول والشكل السابقين أن أفراد العينة ذوي شهادة ليسانس هي التي تحتل المرتبة الأولى في فئة العينة قيد الدراسة بنسبة 50% أي نصف عينة الدراسة، وهو ما يُفسر باتجاه البنوك إلى توظيف أصحاب الشهادات الجامعية

الذين بإمكانهم التكيف ومتطلبات العمل، تليها بعد ذلك فئة الأفراد ذوي شهادة تقني سامي الحاصلين على شهادات مهنية بنسبة 36.7% وهم في أغلبيتهم من فئة المتقدمين في السن، وأخيرا تتواجد فئة أصحاب مستوى الثانوي بنسبة 13.3% وهم أغلبهم المتقدمين في السن وأصحاب الخبرة الكبيرة الذين كانت معايير التوظيف من قبل تتيح لهم العمل بالبنوك.

4. مدى التحكم في الإعلام الآلي

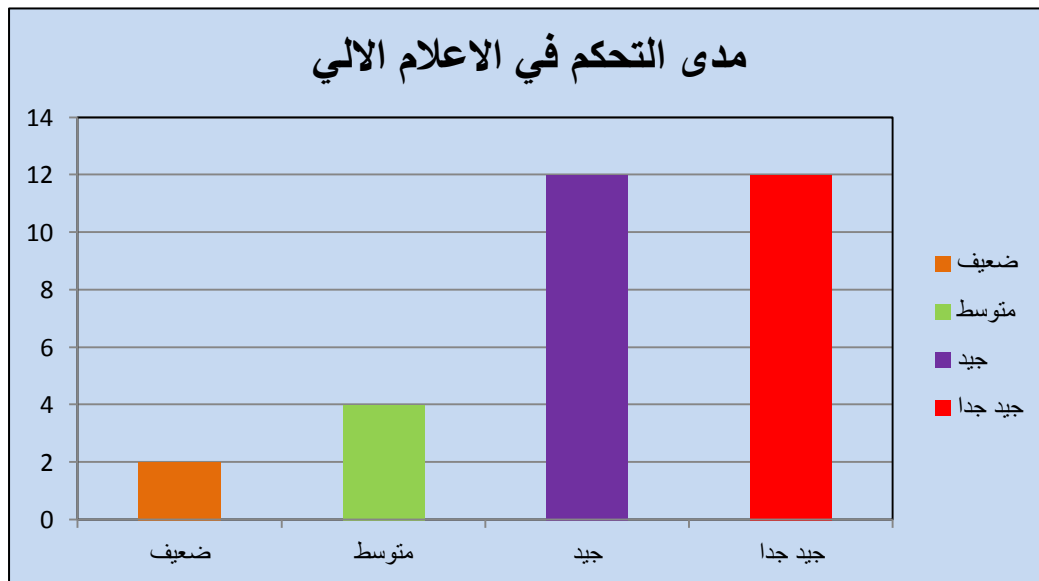
الجدول رقم (3-08): توزيع عينة الدراسة حسب مدى التحكم في الإعلام الآلي

النسبة المئوية	التكرار	مدى التحكم في الإعلام الآلي
6.7%	02	ضعيف
13.3%	04	متوسط
40%	12	جيد
40%	12	جيد جدا
100%	30	المجموع

المصدر: إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss-26

ويمكن توضيح نتائج الجدول السابق من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (3-08): توزيع العينة حسب مدى التحكم في الإعلام الآلي



المصدر: إعداد الطلبة بناء على الجدول رقم (3-08)

يوضح الجدول والشكل السابقين أن 80% من أفراد العينة تمتاز بالتحكم في للإعلام الآلي مقسمة فيما بينها بالتساوي بين التحكم الجيد والتحكم الجيد جدا، فيما يمتاز 13.3% من الأفراد بالتحكم المتوسط، بينما فردين يمثلان 6.7% لديهما تحكم ضعيف في الإعلام الآلي.

5. الخبرة المهنية

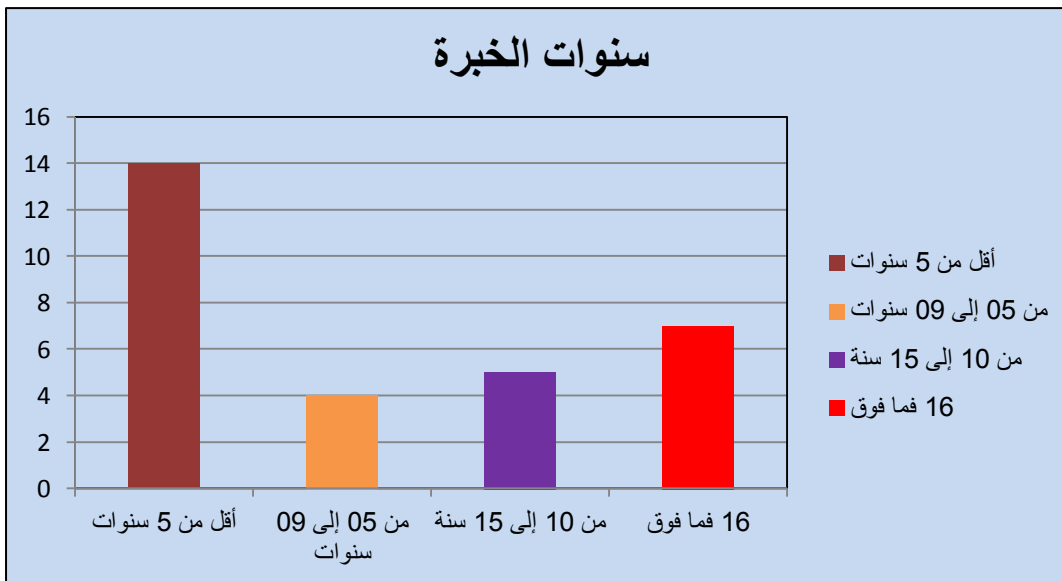
الجدول رقم (3-09): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
42.1%	14	أقل من 5 سنوات
21.1%	04	من 05 إلى 09 سنوات
13.2%	05	من 10 إلى 15 سنة
23.7%	07	16 فما فوق
100%	30	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26.

ويمكن توضيح نتائج الجدول السابق من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (3-09): توزيع العينة حسب سنوات الخبرة



المصدر: إعداد الطالبة بناء على الجدول رقم (3-09).

يوضح الجدول والشكل السابقين أن نسبة 46.7% من أفراد العينة تمتلك خبرة أقل من 5 سنوات، حيث اتجه البنك مؤخرا لتوظيف حاملي الشهادات والمتخرجين حديثا لتعويض الأفراد المتقدمين في السن الذين اتجهوا إلى التقاعد، تليها نسبة 23.3% لأفراد العينة ذوي خبرة 16 سنة فما فوق وهم أصحاب الخبرة الكافية لتسيير أعمال البنك ما يفسر احتلالهم المرتبة الثانية لأهميتهم بالبنك، بعدها فئة من 10 إلى 15 سنة ، وأخيرا للأفراد ذوي خبرة من 05 إلى 09 سنوات بنسب متقاربة بينهما.

ثانيا: وصف وتشخيص فقرات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1. بعد المورد البشري

الجدول رقم (3-10): وصف وتشخيص فقرات بعد المورد البشري

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
X1	4.53	0.73	02	مرتفع
X2	4.50	0.68	04	مرتفع
X3	4.50	0.50	03	مرتفع
X4	4.56	0.62	01	مرتفع
X5	4.16	1.01	05	مرتفع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26.

بناء على نتائج الجدول (3-10) يتضح ما يلي:

- ✓ جميع إجابات العينة المتعلقة بعد المورد البشري تؤكد وجود اهتمام من البنوك بالمورد البشري وذلك بتكوينه وتأهيله لمواكبة التطورات، بالإضافة إلى تقديمها التحفيزات المادية والمعنوية الملائمة لموظفيها، حيث جاءت جميعها ضمن المجال المرتفع للوسط الحسابي؛
- ✓ بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 4.56 للفقرة X4، المتعلقة بقيام البنوك بتقديم تحفيزات معنوية لموظفيه، بانحراف معياري يقدر ب 0.62، وهو ما يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها؛
- ✓ جاءت الفقرة X1 في المرتبة الثانية بقيمة وسط حسابي بلغ 4.53 وانحراف معياري 0.73؛
- ✓ بلغ الوسط الحسابي للفقرتين X2 و X3 القيمة 4.50، لكن قيمة الانحراف المعياري للفقرة X3 كانت اقل مما رجح ترتيبها ثالثة؛
- ✓ احتلت الفقرة X5، المرتبة الأخيرة ضمن ترتيب فقرات هذا البعد، ورغم هذا الترتيب إلا أن لها اهتمام كبير من طرف أفراد العينة تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي جاءت ضمن المجال المرتفع وبلغت 4.16.

2. بعد الأجهزة والمعدات

الجدول رقم (3-11): وصف وتشخيص فقرات بعد المورد البشري

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
X6	4.13	1.30	04	مرتفع
X7	4.03	1.15	05	مرتفع
X8	3.96	1.09	06	مرتفع
X9	4.93	0.25	01	مرتفع
X10	4.40	0.77	03	مرتفع
X11	4.40	0.72	02	مرتفع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26.

بناء على نتائج الجدول (3-11) يتضح ما يلي:

- ✓ جميع إجابات العينة المتعلقة ببعد الأجهزة والمعدات تؤكد وجود اهتمام من البنوك بجانب الأجهزة والمعدات حيث تسعى البنوك دائما لامتلاك الأجهزة والحواسيب والطابعات الكافية كما تسهر البنوك على تطوير الأجهزة الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال باستمرار، حيث جاءت جميعها ضمن المجال المرتفع للوسط الحسابي؛
- ✓ بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 4.93 للفقرة X9، المتعلقة بقيام البنوك بتقديم بتأمين العدد الكافي من المساحات الضوئية، بانحراف معياري يقدر ب 0.25، وهو ما يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها؛
- ✓ جاءت الفقرة X11 في المرتبة الثانية بقيمة وسط حسابي بلغ 4.40، وهي نفس قيمة الوسط الحسابي للفقرة X10 التي جاءت ثالثة نظرا لكبر قيمة انحرافها المعياري؛
- ✓ احتلت الفقرة X8، المرتبة الأخيرة ضمن ترتيب فقرات هذا البعد، ورغم هذا الترتيب إلا أن لها اهتمام كبير من طرف أفراد العينة تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي جاءت ضمن المجال المرتفع وبلغت 3.96.

3. بعد قواعد البيانات

الجدول رقم (3-12): وصف وتشخيص فقرات بعد قواعد البيانات

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
X12	4.53	0.68	01	مرتفع
X13	4.53	0.68	01	مرتفع
X14	4.33	0.60	05	مرتفع
X15	4.53	0.68	01	مرتفع
X16	4.43	0.81	04	مرتفع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26.

بناء على نتائج الجدول (3-12) يتضح ما يلي:

✓ جميع إجابات العينة المتعلقة بقواعد البيانات تؤكد وجود اهتمام من البنوك بقواعد البيانات حيث سعت لامتلاكها قاعدة بيانات جيدة تمكنها من تقديم خدماتها بامتياز وتميزها على منافسيها، حيث جاءت جميعها ضمن المجال المرتفع للوسط الحسابي؛

✓ بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 4.53 للفقرات X12، X13، و X15 معاً، بنفس قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري؛

✓ جاءت الفقرة X16 في المرتبة الثانية والمرتبة الرابعة إجمالاً بقيمة وسط حسابي بلغ 4.43؛

✓ احتلت الفقرة X14، المرتبة الأخيرة ضمن ترتيب فقرات هذا البعد، ورغم هذا الترتيب إلا أن لها اهتمام كبير من طرف أفراد العينة تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي جاءت ضمن المجال المرتفع وبلغت 4.33.

4. بعد البرمجيات

الجدول رقم (3-13): وصف وتشخيص فقرات بعد البرمجيات

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
X17	4.46	0.50	04	مرتفع
X18	4.53	0.68	01	مرتفع
X19	4.53	0.68	01	مرتفع
X20	4.53	0.68	01	مرتفع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26

بناء على نتائج الجدول (3-13) يتضح ما يلي:

- ✓ جميع إجابات العينة المتعلقة ببعده البرمجيات تؤكد وجود اهتمام من البنوك بالبرمجيات وذلك لما لها من أهمية في تسريع أداء الخدمات البنكية وبجودة عالية، حيث جاءت جميعها ضمن المجال المرتفع للوسط الحسابي؛
- ✓ بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 4.53 للفقرة X18، X19 و X20، وبنفس قيمة الانحراف المعياري، مما جعل الفقرات الثلاثة تحتل المرتبة الأولى معاً؛
- ✓ احتلت الفقرة X17، المرتبة الأخيرة ضمن ترتيب فقرات هذا البعد، ورغم هذا الترتيب إلا أن لها اهتمام كبير من طرف أفراد العينة تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي جاءت ضمن المجال المرتفع وبلغت 4.46؛

5. بعد الشبكات

الجدول رقم (3-14): وصف وتشخيص فقرات بعد الشبكات

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
X21	4.53	0.68	01	مرتفع
X22	4.50	0.50	04	مرتفع
X23	4.53	0.68	01	مرتفع
X24	4.46	0.50	05	مرتفع
X25	4.43	0.81	06	مرتفع
X26	4.10	1.18	07	مرتفع
X27	4.53	0.68	01	مرتفع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26.

بناء على نتائج الجدول (3-14) يتضح ما يلي:

- ✓ جميع إجابات العينة المتعلقة ببعده الأجهزة والمعدات تؤكد وجود اهتمام من البنوك على توفير شبكة انترنت وشبكة اتصال حديثة وفعالة لخدمة النظام في البنك، حيث جاءت جميعها ضمن المجال المرتفع للوسط الحسابي؛
- ✓ بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 4.53 للفقرة X21، X23 و X27، وبنفس قيمة الانحراف المعياري، مما جعل الفقرات الثلاثة تحتل المرتبة الأولى معاً؛

✓ احتلت الفقرة X26، المرتبة الأخيرة ضمن ترتيب فقرات هذا البعد، ورغم هذا الترتيب إلا أن لها اهتمام كبير من طرف أفراد العينة تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي جاءت ضمن المجال المرتفع وبلغت 4.10، لكن الملاحظ عليها كبر قيمة الانحراف المعياري التي تجاوزت القيمة 01، مما يعني تشتت الإجابات حول هذه الفقرة وعدم تركيزها.

ثالثا: تحليل مستوى اهتمام البنك بالقدرة التنافسية

1. بعد التكلفة

الجدول رقم (3-15): وصف وتشخيص فقرات بعد التكلفة

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
Y01	4.46	0.73	02	مرتفع
Y02	4.46	0.73	02	مرتفع
Y03	4.46	0.50	01	مرتفع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26

بناء على نتائج الجدول (3-15) يتضح ما يلي:

✓ جميع إجابات العينة المتعلقة ببعد التكلفة تؤكد وجود اهتمام من البنوك بالتكلفة حيث تسعى دائما إلى التقليل من التكاليف البنكية وتوفير الجهد والوقت في أداء الخدمات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث جاءت جميعها ضمن المجال المرتفع للوسط الحسابي؛

✓ احتلت الفقرتان الأولى والثانية المرتبة الثانية معا بقيمة وسط حسابي بلغ 4.46 وانحراف معياري 0.73 لكليهما، في حين أن الفقرة الثالثة تمتلك نفس القيمة للوسط الحسابي، لكن انحرافها المعياري أقل جعلها بعدهما في الترتيب.

2. بعد الجودة

الجدول رقم (3-16): وصف وتشخيص فقرات بعد الجودة

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
Y04	4.43	0.72	02	مرتفع
Y05	4.53	0.68	01	مرتفع
Y06	4.10	1.18	03	مرتفع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26

بناء على نتائج الجدول (3-16) يتضح ما يلي:

- ✓ جميع إجابات العينة المتعلقة ببعدها الجودة تؤكد وجود اهتمام من البنوك بالتجديد والتطوير المستمر للخدمات المقدمة للعميل باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث جاءت جميعها ضمن المجال المرتفع للوسط الحسابي؛
- ✓ احتلت الفقرة الخامسة المتعلقة بعمل تكنولوجيا الإعلام والاتصال بعمليات الفحص والتجديد المستمر للمنتجات البنكية المرتبة الأولى بوسط حسابي بلغ 4.53 وانحراف معياري 0.68؛
- ✓ جاءت الفقرة الرابعة المتعلقة مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنتاج منتجات ذات جودة عالية المرتبة الثانية في ترتيب فقرات هذا البعد؛
- ✓ احتلت الفقرة السادسة المرتبة الثالثة والأخيرة، لكن رغم هذا الترتيب إلا أن فقرات هذا البعد لها أهمية كبيرة وذلك ما تعكسه قيمة الوسط الحسابي المرتفعة.

3. بعد الإبداع

الجدول رقم (3-17): وصف وتشخيص فقرات بعد الإبداع

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
Y07	4.13	1.10	04	مرتفع
Y08	4.46	0.50	01	مرتفع
Y09	4.46	0.73	02	مرتفع
Y10	4.30	0.83	03	مرتفع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26.

بناء على نتائج الجدول (3-17) يتضح ما يلي:

- ✓ جميع إجابات العينة المتعلقة ببعدها الإبداع تؤكد وجود اهتمام البنوك بإبداع منتجات جديدة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كونها عنصر مهم لتفوق البنك على منافسيه، حيث جاءت جميعها ضمن المجال المرتفع للوسط الحسابي؛
- ✓ احتلت الفقرة الثامنة المتعلقة بقيام البنوك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتطوير منتجاته لمواكبة مختلف التطورات المرتبة الأولى بوسط حسابي بلغ 4.46 وانحراف معياري 0.50، وهذه الأخيرة هي التي رجحت ترتيب هذه الفقرة في المرتبة الأولى بسبب صغرهما مقارنة بالفقرة التاسعة التي تمتلك نفس قيمة الوسط الحسابي، والانحراف المعياري بلغ 0.73؛
- ✓ جاءت الفقرة العاشرة في المرتبة الثالثة بقيمة وسط حسابي مرتفعة بلغت 4.30؛

✓ جاءت الفقرة السابعة في المرتبة الأخيرة ضمن هذا البعد، لكن رغم هذا الترتيب إلا أن فقرات هذا البعد لها أهمية كبيرة وذلك ما تعكسه قيمة الوسط الحسابي المرتفعة.

4. بعد التسليم

الجدول رقم (3-18): وصف وتشخيص فقرات بعد التسليم

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
Y11	4.26	0.98	03	مرتفع
Y12	4.53	0.68	01	مرتفع
Y13	4.53	0.68	01	مرتفع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26

بناء على نتائج الجدول (3-18) يتضح ما يلي:

✓ جميع إجابات العينة المتعلقة بعد التسليم تؤكد وجود اهتمام البنوك بالتزامها بتسليم الأموال المطلوبة وبالكميات المطلوبة في الوقت المحدد والمتفق عليه، حيث جاءت جميعها ضمن المجال المرتفع للوسط الحسابي؛

✓ بلغ الوسط الحسابي للفقرتين Y12 و Y13 القيمة 4.53 والانحراف المعياري 0.68، لكلا الفقرتين، وهي قيمة مرتفعة جعل من الفقرتين في الترتيب الأول ضمن فقرات هذا البعد؛

✓ احتلت الفقرة 11 المرتبة الثالثة ضمن هذا البعد لكن قيمة الوسط الحسابي جاءت مرتفعة وبلغت 4.26.

5. بعد المرونة

الجدول رقم (3-19): وصف وتشخيص فقرات بعد المرونة

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام
Y14	4.53	0.68	01	مرتفع
Y15	4.43	0.81	02	مرتفع
Y16	3.96	1.09	03	مرتفع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss-26

بناء على نتائج الجدول (3-19) يتضح ما يلي:

✓ جميع إجابات العينة المتعلقة بعد المرونة تؤكد وجود اهتمام البنوك بالتكيف والاستجابة مع الحاجات الفردية لكل عميل وكل سوق والتكيف مع مختلف التغيرات البيئية، حيث جاءت جميعها ضمن المجال المرتفع للوسط الحسابي؛

- ✓ احتلت الفقرة الرابعة عشر المتعلقة بعمل البنوك على التكيف والاستجابة مع الحاجات الفردية لكل عميل وكل سوق المرتبة الأولى بوسط حسابي بلغ 4.53 وانحراف معياري 0.68؛
- ✓ جاءت الفقرة الخامسة عشر في المرتبة الثانية بقيمة وسط حسابي مرتفعة بلغت 4.43؛
- ✓ جاءت الفقرة السادسة عشر في المرتبة الأخيرة ضمن هذا البعد، لكن رغم هذا الترتيب إلا أن فقرات هذا البعد لها أهمية كبيرة وذلك ما تعكسه قيمة الوسط الحسابي المرتفعة، حيث بلغت قيمة وسطها الحسابي 3.96، وهي قيمة مرتفعة، بينما انحرافها المعياري بلغ 1.09، وهي قيمة تفوق 01 وتثبت تشتت الإجابات وعدم تركيزها في اتجاه واحد.

المطلب الثالث: تحليل النتائج واختبار الفرضيات

يتناول هذا المطلب اختبار فرضيات الدراسة، وعرض أهم النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية.

أولاً: اختبار الفرضيات

بعد إجراء التحليل الإحصائي من خلال علاقات الارتباط بين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) والمتغير التابع (القدرة التنافسية للبنوك) عن طريق معامل الارتباط "بيرسون" الذي يقيس العلاقة وقوة الارتباط، كما يوضحه الشكل الموالي:

الجدول رقم (3-20): معامل الارتباط بيرسون

قيمة المعامل	المعنى
1	ارتباط طردي تام
0.99 – 0.7	ارتباط طردي قوي
0.69 – 0.5	ارتباط طردي متوسط
0.49 – 0.1	ارتباط طردي ضعيف
0	لا يوجد ارتباط

المصدر : إعداد الطالبة

1. الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التكلفة بالبنوك محل الدراسة

✓ الفرضية العدمية (H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التكلفة بالبنوك محل الدراسة؛

✓ الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التكلفة بالبنوك محل الدراسة.

جدول رقم (3-21): معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التكلفة

نوع العلاقة	التكلفة			البيان
	حجم العينة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
طردية قوية	30	0.000	0.737**	تكنولوجيا المعلومات والاتصال

**مستوى معنوية $\alpha=0.01$

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss-26

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط طردية قوية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتكلفة، وهذه العلاقة دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0.01$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.737)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال سيؤدي إلى زيادة كبيرة في فعالية التكلفة أي يؤدي إلى تخفيض التكاليف البنكية، ومنه:

✓ يتم رفض الفرضية العدمية (H_0): القائلة بعدم وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتكلفة بالبنوك محل الدراسة بالطرف؛

✓ قبول الفرضية البديلة (H_1): أي وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتكلفة بالبنوك محل الدراسة بالطرف.

2. الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الجودة بالبنوك محل الدراسة

✓ الفرضية العدمية (H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الجودة بالبنوك محل الدراسة؛

✓ الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الجودة بالبنوك محل الدراسة.

جدول رقم(3-22): معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الجودة

نوع العلاقة	الجودة			البيان
	حجم العينة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
طردية قوية	30	0.000	0.720**	تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss-26 مستوى معنوية $\alpha=0.01$ **

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط طردية قوية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والجودة، وهذه العلاقة دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0.01$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.720)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال سيؤدي إلى زيادة كبيرة في فعالية الجودة، ومنه:

✓ يتم رفض الفرضية العدمية (H_0): القائلة بعدم وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والجودة بالبنوك محل الدراسة بالطارف

✓ قبول الفرضية البديلة (H_1): أي وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والجودة بالبنوك محل الدراسة بالطارف.

3. الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الإبداع بالبنوك محل الدراسة

✓ الفرضية العدمية (H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الإبداع بالبنوك محل الدراسة؛

✓ الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الإبداع بالبنوك محل الدراسة.

جدول رقم(3-23): معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الإبداع

نوع العلاقة	الإبداع			البيان
	حجم العينة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
طردية قوية	30	0.000	0.888**	تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss-26 مستوى معنوية $\alpha=0.01$ **

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط طردية قوية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإبداع، وهذه العلاقة دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0.01$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.888)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال سيؤدي إلى زيادة كبيرة في فعالية الإبداع ومنه:

✓ يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) القائلة بعدم وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإبداع بالبنوك محل الدراسة بالطرف؛

✓ قبول الفرضية البديلة (H_1)، أي وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإبداع بالبنوك محل الدراسة بالطرف.

4. الفرضية الفرعية الرابعة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التسليم بالبنوك محل الدراسة

✓ الفرضية العدمية (H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التسليم بالبنوك محل الدراسة؛

✓ الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التسليم بالبنوك محل الدراسة.

جدول رقم (3-24): معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التسليم

نوع العلاقة	التسليم			البيان
	حجم العينة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
طردية متوسطة	30	0.000	0.603**	تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss-26 **مستوى معنوية $\alpha=0.01$

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتسليم، وهذه العلاقة دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0.01$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.603)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في فعالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال سيؤدي إلى زيادة متوسطة في فعالية التسليم، ومنه:

✓ يتم رفض الفرضية العدمية (H_0): القائلة بعدم وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتسليم بالبنوك محل الدراسة بالطرف.

✓ قبول الفرضية البديلة (H_1): أي وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتسليم بالبنوك محل الدراسة بالطرف.

5. الفرضية الفرعية الخامسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد المرونة بالبنوك محل الدراسة

✓ الفرضية العدمية (H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد المرونة بالبنوك محل الدراسة؛

✓ الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد المرونة بالبنوك محل الدراسة.

جدول رقم (3-25): معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد المرونة

نوع العلاقة	المرونة			البيان
	حجم العينة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
طردية ضعيفة	30	0.000	0.439*	تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss-26 مستوى معنوية $\alpha=0.05$ *

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال المرونة، وهذه العلاقة دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.439)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في فعالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال سيؤدي إلى زيادة صغيرة في فعالية المرونة، ومنه:

✓ يتم رفض الفرضية العدمية (H_0): القائلة بعدم وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمرونة بالبنوك محل الدراسة بالطرف؛

✓ قبول الفرضية البديلة (H_1): أي وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمرونة بالبنوك محل الدراسة بالطرف.

6. الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية بالبنوك محل الدراسة

- الفرضية العدمية (H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية بالبنوك محل الدراسة؛

- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية بالبنوك محل الدراسة.

جدول رقم (3-26): معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية

نوع العلاقة	القدرة التنافسية			البيان
	حجم العينة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
طردية قوية	30	0.000	0.968**	ت/؛ تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss-26 *مستوى معنوية $\alpha=0.01$

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط طردية قوية جدا قريبة من التمام بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية، وهذه العلاقة دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0.01$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.968)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في فعالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال سيؤدي إلى زيادة كبيرة جدا في الرفع القدرة التنافسية وفعاليتها، ومنه:

✓ يتم رفض الفرضية العدمية (H_0): القائلة بعدم وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية بالبنوك محل الدراسة بالطارف؛

✓ قبول الفرضية البديلة (H_1): أي وجود علاقة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية بالبنوك محل الدراسة بالطارف.

ثانيا: عرض أهم النتائج المتوصل إليها

حسب الدراسة الميدانية وبالاعتماد على مخرجات ال SPSS تم التوصل إلى النتائج التالية:

1. تسعى البنوك محل الدراسة دائما لتكوين موظفيها وذلك بتنظيم دورات تكوينية مستمرة لتدريبهم، كما يسعى لتقديم التحفيزات المادية الملائمة؛
2. تقوم البنوك محل الدراسة بتحديث وتطوير الأجهزة والمعدات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال باستمرار؛
3. تعتمد البنوك محل الدراسة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال للوصول إلى قاعدة بيانات جيدة وقوية تمكنها من التفوق على منافسيها؛
4. جميع فروع البنوك محل الدراسة مجهزة بأجهزة حواسيب متصلة بقاعدة بيانات توفر الوقت اللازم لتقديم مختلف الخدمات البنكية؛
5. يستخدم البنك في عمله برمجيات حديثة، تسرع من أداء العمليات وتقدم خدمات جديدة للعملاء؛
6. للبنوك محل الدراسة موقع إلكتروني على شبكة الانترنت؛
7. وجود شبكة اتصالات حديثة وفعالة لخدمة النظام في البنوك؛

8. تستخدم البنوك محل الدراسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال كوسيلة لتقليل التكاليف البنكية والتقليل من الجهد والوقت؛
9. ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المقدمة وإنتاج منتجات ذات جودة عالية بالبنوك محل الدراسة وبالتالي مواكبة مختلف التطورات؛
10. تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاستجابة للمتغيرات الكمية في طلب الأموال؛
11. توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال قاعدة بيانات تمكن البنوك محل الدراسة من خلالها التكيف مع المتغيرات البيئية الخارجية؛
12. ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من التقليل من التكاليف البنكية والرفع من جودة الخدمات البنكية؛
13. ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة في البنوك محل الدراسة في الرفع من قدرتها التنافسية؛
14. أن هناك علاقة ارتباط قوية جدا بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقدرة التنافسية عند مستوى معنوية $\alpha=0.01$ بمعامل ارتباط قدر ب 0.968؛
15. توجد علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتكلفة بالبنوك محل الدراسة؛
16. توجد علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والجودة بالبنوك محل الدراسة؛
17. توجد علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإبداع بالبنوك محل الدراسة؛
18. توجد علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتسليم بالبنوك محل الدراسة؛
19. توجد علاقة ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمرونة بالبنوك محل الدراسة.

خلاصة الفصل

تضمن هذا الفصل دراسة ميدانية لثلاثة وكالات بنكية عامة وهي BNA, CPA, BADR في إطار دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال للرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك دراسة حالة لبعض البنوك الجزائرية، حيث توضح أن نجاح أو فشل البنوك بات يعتمد على المنافسة وللتغلب على هذه الأخيرة يستوجب على البنوك تجديد قواها من اجل مواكبة التطورات العالمية وهو الأمر الذي قد ساهم في تحسين وتيرة العمل ورفع كفاءة الموظفين وتنظيم عملهم إضافة لتحسن جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، إذ تحتاج البنوك اليوم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال باعتبارها أحد المصادر التي من شأنها أن تحقق لها ميزة تنافسية.

خاتمة

من خلال هذه الدراسة والتي عالجنا فيها موضوع "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك-دراسة حالة لبعض البنوك الجزائرية خلال الفترة 2015/2022"، حيث أدت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى جعل هذا العالم الذي نعيش فيه شبيها بمدينة صغيرة، تقلصت أو زالت فيه الحواجز بين الشعوب والدول وأصبح بمقدور الفرد من أي دولة التواصل بشكل مباشر وتجاوري مع شخص آخر بعيد عنه آلاف الكيلومترات، ومع الاستخدام المتزايد والمتنامي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلى رأسها الانترنت وجد المستثمرون هذه الأخيرة مكانا خصبا لعدة صناعات جذابة يمكن من خلالها تحقيق أرباحا طائلة مما اوجب على المصارف إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال على خدماتها تتواءم مع العصر الذي نعيش فيه، من اجل مواكبة التطورات الحاصلة وعدم تهميشها، والحصول على ميزة تنافسية تتغلب بها عن منافسيها.

ومن خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها لإبراز الواقع العملي للبنوك محل الدراسة، تبين أن مستوى تبني هذه البنوك لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات مرتفع ويرجع ذلك بالأساس إلى إدراك البنوك للأهمية البالغة لهذا النوع من التكنولوجيات، وتبرز أهميتها في التقليل من التكاليف البنكية والرفع من جودة الخدمات البنكية بالإضافة إلى خلق منتجات جديدة ومتطورة لجذب العملاء كما تعتمد عليها البنوك محل الدراسة في الوصول إلى قاعدة بيانات جيدة وقوية تمكنها من التفوق على منافسيها وهذا ما أدى إلى الرفع من القدرة التنافسية للبنوك محل الدراسة.

أولاً: اختبار الفرضيات

بعد تحليل الموضوع من جوانبه المختلفة ووفقا لإشكالية الدراسة المطروحة، وبناء على مخرجات الـSPSS؛ ومنه تم التأكد من صحة الفرضيات التالية:

- ✓ الفرضية الفرعية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتكلفة؛
- ✓ الفرضية الفرعية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والجودة؛
- ✓ الفرضية الفرعية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإبداع؛
- ✓ الفرضية الفرعية الرابعة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتسليم؛
- ✓ الفرضية الفرعية الخامسة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمرونة.

ثانيا: نتائج الدراسة

بعد تعرضنا لمختلف جوانب الموضوع توصلنا إلى مجموعة من النتائج بالإضافة إلى النتائج التي تم التوصل إليها في الجانب الميداني والتي تم عرضها في الفصل الثالث، فقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من الجانب النظري والتي نوجزها في ما يلي:

1. إن مفتاح نجاح المصارف ونموها يرتبط بشكل وثيق ومباشر بمواكبة العاملين فيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة وتقنيات تطبيقها الأمر الذي يؤدي إلى أن تصبح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أساسا للمنافسة في القطاع المصرفي؛
2. تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الشريان الذي يغذي جميع أجزاء المصارف بالمعلومات وبالتالي تمكين المسؤولين والعاملين من اتخاذ القرارات الفعالة، كما تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دور كبير وفعال في تحقيق تقدم تنافسي بين المصارف حيث توفر للمديرين معرفة قيمة ومتميزة فيما يتعلق بالمنافسين والزبائن وفعالية وكفاءة العمليات... الخ؛
3. ترتبط المصارف الجزائرية بشبكة اتصالية خارجية (الأنترنت)، وبشبكة معلومات داخلية تربط بين جميع الوحدات والأقسام المختلفة للمصارف (الأنترانت) واستغلالها بما يتناسب مع احتياجاتها وأعمالها؛
4. تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مساعدة المصارف على زيادة إيراداتها، وتقليل حجم العمالة في المصرف، وتقليل تكلفة الخدمة المعروضة وكذلك تعتبر عاملا فعالا في حل كثير من المشاكل في البيئة الإدارية؛
5. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تساعد المصارف على تقديم منتجات جديدة وخدمات متنوعة بأسلوب جيد ومختلف عن المنافسين؛
6. أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتجلى في كونها مساهم فعال في تعزيز تنافسية المؤسسات وتحسين كفاءتها التشغيلية من خلال تحسين الجودة وزيادة سرعة الأداء، تخفيض التكاليف بالإضافة إلى مساهمتها في تحسين عملية اتخاذ القرار وسرعة الاستجابة للعملاء وتمكين المؤسسة من التكيف مع ظروف بيئة العمل؛
7. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال كذلك تتدخل في تذليل الصعاب التي قد تواجه تطبيق مداخل التطوير التنظيمي، كما تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمثابة أداة رقابية توفر معلومات حول سيرورة النشاط وتظهر توقعات حوله وتعزز العلاقة مع العملاء وتسهل عملية التواصل معهم وهذا ما يؤدي إلى تحقيق رضا الزبون الذي يعد أهم العناصر التي تركز عليها فلسفة هذا المدخل، وتؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطوير المؤسسات من ناحية الإستراتيجية من خلال المساعدة في التعامل مع قوى التنافس وتعزيز الاستراتيجيات التنافسية عن طريق تخفيض

التكاليف وتوفير معلومات على الموردين والمنافسين والأطراف ذات العلاقة بالإضافة إلى دمج هذه التكنولوجيا في الأنشطة الرئيسية والداعمة لسلسلة القيمة؛

8. تعتبر القدرة التنافسية هي عنصر تفوق للبنك بحيث يتمكن من خلالها من التفوق على المنافسين، ومن فوائد التفوق التنافسي أنه يحقق للبنك زيادة في المبيعات والحصة السوقية، وتحسين هوامش الربح لفترة طويلة من الزمن في الأسواق الحالية والمستقبلية، ويضمن له البقاء على المدى الطويل؛

9. تتمثل الميزة التنافسية في خلق البنك لقيم زائنه من خلال تبني إستراتيجية تنافسية قوية وفعالة، تؤكد تميزها واختلافها عن منافسيها، وتحقيق مراكز تنافسية متقدمة لزيادة الحصة السوقية؛

10. إن محددات القدرة التنافسية المستدامة للبنك تعمل كنظام ديناميكي متكامل تتفاعل من خلاله وتتشابك كل المحددات مع بعضها البعض فكل محدد يؤثر ويتأثر بالمحددات الأخرى وتنقسم هذه المحددات إلى محددات رئيسية وأخرى مساعدة ومكملة؛

11. هناك الكثير من المؤشرات المستخدمة في قياس القدرة التنافسية إلا أن أكثر المؤشرات استخداما وقياسا لها هي الربحية، وتكلفة الصنع، والإنتاجية، والحصة السوقية؛

12. إن مبدأ تعدد الكفاءات للفرد الواحد الذي تركز عليه إدارة البنك يحتل المرتبة الأولى في قائمة العوامل المؤثرة على الميزة التنافسية وينعكس ذلك في زيادة سرعة العمليات البنكية؛

13. إن تخصيص مجموعة من العملاء لكل فرد في البنك، وتدريبهم على تنمية الكفاءات البشرية خاصة فإن ذلك من شأنه أن يعزز من عنصر الثقة بين الفرد العامل والعميل إذ يشكل هذا العنصر عاملا هاما لبناء علاقة وطيدة معه وهذا الأخير هو عنصر من العناصر الجوهرية التي تقوم عليها نظرية الامتياز.

ثالثا: توصيات الدراسة

من خلال دراستنا النظرية والميدانية لموضوع "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك-دراسة حالة لبعض البنوك الجزائرية خلال الفترة 2015/2022"، وبناء على النتائج التي تم التوصل إليها وانطلاقا من اختبار الفرضيات، أصبح بإمكاننا تقديم بعض التوصيات التي نراها مفيدة وتساهم في تعزيز القدرة التنافسية للبنوك وهي كما يلي:

1. الاهتمام أكثر بالعنصر البشري من خلال دورات التكوين والتأهيل لجميع الموظفين، خاصة عمال الشبايبك لاتصالحهم المباشر مع العملاء؛

2. بالرغم من اهتمام البنوك محل الدراسة بتطوير جودة الخدمات المصرفية إلا أنها مازالت تحتاج إلى الدعم المتزايد وبالتالي على البنوك الاهتمام أكثر بجودة الخدمة المصرفية، للوصول إلى التميز وإرضاء رغبات الزبائن؛
3. الاستمرار في دعم وتعزيز الشبكة الموحدة وأجهزة الصرف الآلي لما لها من دور هام في رفع ولاء العملاء وبالتالي رفع قدرة المصارف التنافسية؛
4. حث الإدارة العليا على بذل جهود مكثفة ومتواصلة لدعم وتعزيز الجهود الرامية إلى إثراء دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصرف وخلق بيئة تنظيمية محفزة لتحقيق الأداء المتميز؛
5. التوسع في استخدام الانترنت والأدوات الالكترونية لتقديم الخدمات المصرفية بأحسن جودة واكتسابها ميزة تنافسية؛
6. يجب على البنوك الجزائرية العمومية التوسع في تقديم الخدمات المصرفية، وتحديد الخدمات الإلكترونية واستخدام البرامج التسويقية الموجهة لتعريف العملاء بالخدمات المصرفية المقدمة؛
7. تأهيل وتدريب العاملين في كافة المستويات الإدارية؛
8. ضرورة قيام البنوك التجارية الجزائرية بتبني برامج فعالة لتطوير جودة منتجاتها وخدماتها المالية وتقديم منتجات وخدمات مصرفية جديدة ومبتكرة، بالإضافة إلى تنويع هذه الخدمات والمنتجات قدر الإمكان؛
9. ضرورة تبني البنوك لنظم المعلومات تغطي جميع جوانب العمل البنكي بحيث يكون نظاما متكاملًا للمعلومات، أي تبني نظم معلومات تتميز بالكفاءة والفعالية؛
10. ضرورة قيام البنوك بعمليات التدريب لجميع الموظفين على استخدام وإتقان لنظم المعلومات وبال حجم الكافي؛
11. نوصي الوكالات البنكية بإنشاء قسم خاص بتكنولوجيا المعلومات من ذوي الخبرة والكفاءة العالية من أجل سرعة تصحيح أي خلل قد يقع في نظم المعلومات، وكذلك من أجل حماية نظم المعلومات من مخاطر قد تحدث؛
12. ضرورة قيام البنوك الجزائرية بتعزيز ودعم كل المرتكزات التنافسية بكل ما هو جديد ومميز من إجراءات كمتطلب أساسي لمواجهة تحديات المنافسة بما ينعكس على زيادة قدرتها التنافسية وخلق مزايا تنافسية تتفوق بها على منافسيها في الأسواق المالية؛
13. الاحتكاك بالبنوك الأجنبية المتواجدة في الوطن أو خارجه، من أجل الاستفادة من تجربتهم، خبرتهم وثقافتهم العالية في الميدان التكنولوجي.

رابعاً: آفاق الدراسة

وفي الأخير رغم محاولتنا الجادة للإلمام بكل جوانب الموضوع إلا أننا ندرك تماماً أن هذه الدراسة المتواضعة لا تزال تحتاج إلى المزيد من التوسع في التحليل والدراسة، وبالتالي الموضوع يحتاج إلى دراسات وبحوث أخرى لتغطية جوانب القصور فيه وإثرائه أكثر من خلال:

- ✓ المرتكزات التنافسية في قطاع البنوك-دراسة مقارنة بين الدول النامية والدول المتقدمة؛
- ✓ دور نظم الدفع الإلكتروني في تعزيز القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية؛
- ✓ معوقات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف الجزائرية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

- أولاً: الكتب

✓ باللغة العربية

1. إبراهيم الأخرس. (2008). الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثروة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على الدول العربية (الإنترنت والمحمول نودجا) (الإصدار 1). القاهرة، مصر: إيتراك؛
2. أبو عرفة عدنان، وواخرون. (2006). مقدمة في تقنية المعلومات (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار جريبر للنشر والتوزيع؛
3. إحدادن زهير. (2002). مدخل لعلوم الإعلام والاتصال. الجزائر، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية؛
4. إحسان دهش جلاب. (2011). إدارة السلوك التنظيمي في عصر التغيير (الإصدار 1). الأردن: دار الصفاء؛
5. أحمد فوزي الحصري. (2017). الأنظمة الاقتصادية ودورها في جذب الاستثمار. الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة؛
6. خرون فريد النجار. (2006). التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة. الإسكندرية: الدار الجامعية؛
7. أكاديمية الفيصل العالمية. (2009). أساسيات تكنولوجيا المعلومات (الإصدار 1). عمان، الأردن: زمزم؛
8. الشرمان زياد محمد. (2004). مقدمة في نظم المعلومات الإدارية (الإصدار 1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع؛
9. الصيرفي محمد. (2007). الاتصالات الإدارية. الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية؛
10. الطاهر ميمون. الاتصالات عن بعد و أثرها على الاقتصاد المحلي. المسيلة، الجزائر: مؤسسة الثقافة الجامعية؛
11. الطنوبي محمد عمر. (2001). نظريات الاتصال (الإصدار 1). إسكندرية: مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية؛
12. إيمان فاضل السمراي، و هيثم محمد الزعبي. (2015). نظم المعلومات الإدارية (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار صفاء؛
13. إبراهيم بالحيمر. (2010). أسس التسويق (الإصدار 1). الجزائر: دار الخلدونية؛
14. ابو بكر سالم. (2020). التحليل الإستراتيجي لبيئة المؤسسة مدخل الميزة التنافسية المستدامة (الإصدار 1). الابتكار؛

15. أحمد بن عيشاوي. (2013). إدارة الجودة الشاملة-الأسس النظرية والتنظيمية في المؤسسات السلعية والخدمية- (الإصدار 1). دار حامد؛
16. أحمد سالم الرياحات. (2022). رأس المال الفكري في الميزة التنافسية الدور الوسيط للذكاء الاستراتيجي (الإصدار 1). عمان: دار امجد للنشر والتوزيع؛
17. لهام فخري طمليه. (2008). التسويق في المشاريع الصغيرة مدخل إستراتيجي. عمان: دار المناهج؛
18. آمال إسماعيل جالوس. (2019). تطور مفهوم الميزة التنافسية وفقا لنظريات التجارة الدولية الحديثة. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي؛
19. إياد شماسنة. (2015). الإدارة الدقيقة والقدرة التنافسية للموارد البشرية (الإصدار 1). عمان: فضاءات؛
20. بتصرف خالد أحمد الصرايرة، و آخرون. (2010). الحاسوب في الإدارة المدرسية (الإصدار 2). عمان، الأردن: دار المسيرة؛
21. بشر م. أ. أنظمة المعلومات ودورها في دعم القرارات الإدارية. المنظمة العربية للتنمية الإدارية: الدار الجزائرية للنشر والطبع و التوزيع؛
22. بشير عباس العلاق. (2012). تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال مدخل تسويقي. عمان، الأردن: مؤسسة الوراق؛
23. بشير عباس العلاق. (2007). تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة. القاهرة، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية؛
24. بلخيري رضوان. (2014). مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها (الإصدار 1). المحمدية، الجزائر: جسور؛
25. بو القمح هدى. (2016). تحليل دور نظام المعلومات في إدارة الأزمات بالمنظمة (الإصدار 1). الجزائر، الجزائر: مكتبة الوفاء القانونية؛
26. باسم أبو خيضر، و آخرون. (2016). مدخل إلى علم الاقتصاد (الإصدار 1). عمان: دار مكتبة الكندي؛
27. بشار يزيد الوليد. (2008). التخطيط والتطوير الاقتصادي دراسة التطورات الاقتصادية في الدول العربية (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار الراية؛
28. بلال خلف السكارنة. (2008). الريادة وإدارة منظمات الأعمال (الإصدار 1). عمان: دار المسيرة؛
29. تامر البكري. (2006). الاتصالات التسويقية والترويج. عمان، الأردن: دار الحامد؛

30. ثامر ياسر البكري. (2008). استراتيجيات التسويق. عمان، الأردن: اليازوري؛
31. جاري شنايدر. (2008). التجارة الإلكترونية. الرياض : دار المريخ؛
32. جبريل بن حسن العريشي، و حميدة بنت عميد الصبحي. (2016). الحاسب والمعلومات (الإصدار 1). عمان: الدار المنهجية؛
33. جعفر الجاسم. (2005). تكنولوجيا المعلومات. عمان، الأردن: دار أسامة؛
34. جعفر الجاسم. (2005). تكنولوجيا المعلومات. عمان، الأردن: دار أسامة؛
35. حريم محمود حسين. (2010). مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار الحامد؛
36. حسين عماد مكاوي. (2003). تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات (الإصدار 3). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية؛
37. حسان بوبعاية، و آخرون. (2021). مراجعة الأداء الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية (الإصدار 1). القاهرة، مصر: دار حميثرا؛
38. خضير كاظم حمود، و موسى سلامة اللوزي. منهجية البحث العلمي. عمان، الأردن: إثراء للنشر والتوزيع؛
39. خضير كاظم محمود. (2010). الإتصال الفعال في إدارة الأعمال (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار صفاء؛
40. دلال القاضي، و محمود البياتي. (2008). منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار الحامد؛
41. دليو فضيل. (2013). تاريخ وسائل الإعلام والاتصال (الإصدار 4). الجزائر، الجزائر: دار الخلدونية؛
42. ربحي مصطفى، و إيمان فاضل السامرائي. (2010). تسوي المعلومات وخدمات المعلومات (الإصدار 1). عمان: دار صفاء؛
43. رماش صبرينة. (2020). اتصال المؤسسة بين النظرية والتطبيق (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار الأيام؛
44. زيد منير عبوي. فن الإدارة بالاتصال. عمان، الاردن: دار دجلة؛
45. عاطف السيد. (2003). تكنولوجيا المعلومات وتربويات الكمبيوتر التفاعلي. دار طيبة للطباعة؛
46. عامر ابراهيم القندلجي. (2013). الإعلام والمعلومات والإنترنت. عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية؛
47. عامر إبراهيم قندلجي. (2010). المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت. دار المسيرة؛

48. عامر إبراهيم قنديلجي، و إيمان فاضل السامراي. (2009). شبكات المعلومات والاتصال (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار المسيرة؛
49. عامر محمد خطاب. (2011). التجارة الإلكترونية (الإصدار 1). عمان، الأردن: مكتبة المجتمع العربي؛
50. عبد الرزاق علاءالسالمي. (2009). تكنولوجيا المعلومات. عمان، الأردن: دار المناهج؛
51. عبد المالك ردمان الدناي. (2005). تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات. المكتب الجامعي الحديث؛
52. عبد المجيد شكري. (1996). تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون. القاهرة: دار الفكر العربي؛
53. عبد المنعم درويش عفاف. (2009). تكنولوجيا إدارة المؤسسات الرياضية (المعلومات - اتخاذ القرار - التوثيق - المتابعة والرقابة - التعاملات) (الإصدار 1). الإسكندرية: منشأة المعارف للنشر؛
54. عبد الناصر علك حافظ، و حسين وليد حسين عباس. (2014). نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار عيذاء؛
55. عدنان عواد الشوابكة. (2011). دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية. عمان، الأردن: دار اليازوري؛
56. عزة العطار. (2003). التجارة الإلكترونية بين البناء والتطبيق. توزيع منشأة المعارف: الإسكندرية؛
57. عصام عبد الفتاح مطر. (2015). التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة؛
58. عطية عبد الحميد. (2012). الاتصال - اتجاهات نظرية وأسس تطبيقية في الخدمة الاجتماعية. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث؛
59. علي محمد أحمد أبو العز. (2008). التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار النفائس؛
60. عمر خالد زريقات. (2007). عقود التجارة الإلكترونية عقد البيع عبر الانترنت دراسة تحليلية (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار الحامد؛
61. عبد الكريم أحمد جميل. (2016). التسويق المصرفي (الإصدار 1). عمان: الجنادرية؛
62. عبد الوهاب حفيان. (2015). دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات. عمان: دار الأيام؛

63. غادة عبد المنعم موسى. (2016). أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية؛
64. غسان قاسم اللامي. (2007). إدارة التكنولوجيا- مفاهيم ومداخل تقنيات تطبيقات عملية - (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار المناهج؛
65. غسان قاسم داود اللامي، وأميرة شكر ولي البياتي. (2010). تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال الاستخدامات والتطبيقات (الإصدار 1). عمان، الأردن: مؤسسة الوراق؛
66. فاروق علي الحفناوي. (2001). قانون البرمجيات، دراسة معممة في الأحكام القانونية لبرمجيات الكمبيوتر. القاهرة: دار الكتاب الحديث؛
67. فريد كورتل، وأمال يوب. (2016). تكنولوجيا المعلومات دورها في العمل الإداري والتسويقي (الإصدار 1). سكيكدة، الجزائر: زمزم؛
68. فاضل حمد القيسي، وعلي حسون الطائي. (2014). الإدارة الإستراتيجية- نظريات- مداخل - أمثلة وقضايا معاصرة- (الإصدار 1). عمان: دار صفاء؛
69. فاطمة الزهراء العوفي. (2020). إدارة المعرفة كتوجه حديث لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة (الإصدار 1). عمان، الأردن: الناشر ألفا؛
70. ماجد أحمد عبد العزيز بشر. أنظمة المعلومات ودورها في دعم القرارات الإدارية- سلسلة أطروحات الدكتوراه-. المنظمة العربية للتنمية الإدارية: الدار الجزائرية؛
71. محسن صباح رحيمة، عبد الفتاح إبراهيم زربية، وفتحي أحمد الشيباني. (2010). نظم المعلومات المالية . عمان: مؤسسة الوراق؛
72. محمد إبراهيم عبد الرحيم. (2007). الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية. الإسكندرية : مؤسسة شباب الجامعة؛
73. محمد دباس، وواخرون. (2007). حماية أنظمة المعلومات (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع؛
74. محمد سمير أحمد. (2009). الإدارة الإلكترونية (الإصدار 1). عمان: دار المسيرة؛
75. محمد نور صالح الجداية، و سناء جودت خلف. (2009). تجارة إلكترونية (الإصدار 1). عمان: دار الحامد؛
76. محمد نور صالح الجايه، و سناء جودت خلف. (2009). تجارة إلكترونية (الإصدار 1). عمان: دار الحامد؛

77. محمود صدي عبدالواحد. (2015). مهارات الاتصال (النظرية والتطبيق) (الإصدار 1). دسوق: دار العلم و الإيمان؛
78. مصطفى يوسف كافي. (2010). التجارة الالكترونية. دمشق، سوريا: دار ومؤسسة رسلان؛
79. مصطفى يوسف كافي. (2016). عولمة الإعلام والإقتصاد الرقمي. عمان: دار المناهج؛
80. معالي فهمي حيدر. (2002). نظم المعلومات، مدخل لتحقيق الميزة التنافسية. الدار الجامعية؛
81. منال هلال المزاهرة. (2014). تكنولوجيا المعلومات والاتصال (الإصدار 1). عمان: دار المسيرة؛
82. مؤنس كاظم. (2017). نماذج الاتصال ونظريات التأثير السلوكي (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار أسامة؛
83. مجاني باديس، و رمة طبول. (2017). تأثير الموارد البشرية والميزة التنافسية في البنوك الجزائرية - بنك الفلاحة والتنمية الريفية نموذجاً - (الإصدار 1). قسنطينة، الجزائر: الناشر ألفا للوثائق؛
84. محمد سمير أحمد. (2009). الإدارة الإستراتيجية وتنمية الموارد البشرية (الإصدار 1). عمان: دار المسيرة؛
85. محمد صالح. (2016). التدقيق الداخلي ودوره في الرفع من تنافسية المؤسسة (الإصدار 1). عمان: المملكة الأردنية الهاشمية؛
86. محمد عبد حسين الطائي، و نعمة عباس خيضر الخفاجي. (2009). نظم المعلومات الإستراتيجية منظور الميزة الإستراتيجية (الإصدار 1). عمان: دار الثقافة؛
87. محمود جاسم الصميدعي، و عثمان يوسف ردينة. (2011). التسويق الإستراتيجي (الإصدار 1). عمان: دار المسيرة؛
88. نبيل محمد مرسى. (2005). التقنيات الحديثة للمعلومات. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر؛
89. هاني شحادة الخوري. (1998). تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين. دمشق: مركز الرضا للكمبيوتر؛
90. هشام فوزي العبادي، و جلال كاظم العارضي. (2015). نظم إدارة المعلومات (الإصدار 1). عمان: دار صفاء؛
91. وسيلة حمداوي. (2009). الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية. قالمة: ديوان المطبوعات الجامعية؛
92. ياسين سعد غالب. (2009). أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات. عمان، الأردن: دار المناهج؛
93. ياسين سعد غالب. (2005). تحليل وتصميم نظم المعلومات (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار المناهج؛

94. ياسين سعد غالب. (2010). تحليل وتصميم نظم المعلومات (الإصدار 1). دار المناهج.

✓ باللغة الأجنبية

1. Michéle, D., & Fontagné, L. (2003). Compétitivité conseil d'analyse économique. paris: Edition conomica,
2. Strategor. (2001). Politique général des l'entreprise. Paris: troisième édition.

- ثانيا: المجالات والدوريات العلمية

✓ باللغة العربية

1. ابراهيم شتوح، خالد تته، و هبة الله أنفال. (2022). مفهوم التكنولوجيا ودور الشركات ودور الشركات التجارية في نقلها-الجزائر-. مجلة قضايا معرفية ، 2 (3)، الصفحات 117- 126؛
2. إسماعيل عثمان شريف. (2021). تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير نظام الرقابة الداخلية. مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية ، 4 (1)، الصفحات 68-86؛
3. أحمد عريقات، و آخرون. (2010). دور تطبيق معايير الاستقطاب والتعيين في تحقيق الميزة التنافسية -حالة دراسية بنك الإسكان للتجارة والتمويل الأردني-. مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية ، 10 (2)؛
4. إلياس بومعروف. (2010). القدرة التنافسية للمنظمة الإستشفائية-المفهوم والأبعاد-. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير (10)؛
5. مينة نبیح، و الطاهر غراز. (2022). مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تطوير إدارة الموارد البشرية بالمنظمات المعاصرة-مقاربة نظرية تحليلية-الجزائر-. حوليات جامعة الجزائر 1 ، 36 (1)، الصفحات 457-484؛
6. بليدووح ثليثة. (2020). الحاسوب ودوره في العملية التعليمية التعليمية-م البواقى-. مجلة العربية ، 7 (1)، الصفحات 150-164؛
7. بن رجدةال جوهر. (2013). دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية الأداء في المنظمة، مع لمحة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر. مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، 4 (1)، الصفحات 207-221؛
8. بن سعيد لخصر، وبومدين أونان. (2013). حداثة التكنولوجيا وأثرها على التنمية الاقتصادية في الدول المتخلفة. مجلة دفاتر اقتصادية، 10 (2)، الصفحات 192-202؛

9. بوشدوب طلال محمد الخميني، و شناز زوردياني. (2021). دور البلوكتشين في التقليل من مخاطر التمويل الاسلامي-الجزائر-. 18 (2)، الصفحات 140-161؛
10. بوخاري فاطمة. (2021). التكنولوجيا البنكية ودورها في تفعيل اداء البنوك، دراسة حالة الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين 2002-2020 -سيدي بلعباس، الجزائر-. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية ، 8 (3)؛
11. بوسهوه نذير. (2013). رأس المال الفكري كأداة لتحقيق الميزة التنافسية-بالجلفة-. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، 7 (2)، الصفحات 75-87؛
12. حديد يوسف، و نصيرة براهيمة. (2014). تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية لأسرة الحضرة الجزائرية-الجزائر-. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (17)، الصفحات 259-268؛
13. حوة فاطيمة. (2020). تكنولوجيا المعلومات والاتصال بلمؤسسة الجزائرية-الجزائر-. مجلة علوم المعلومات، علم الأرشيف وعلم المكتبات ، 4 (1)، الصفحات 113-130؛
14. حكيم بن جرورة، و سامي بن خيرة. (2014). مساهمة الموارد البشرية في تحسين تنافسية المؤسسات الخدمية- حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-. المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية (1)؛
15. خالد عمام، و حمزة غربي. (2018). واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في المؤسسات الجزائرية-المسيلة-. مجلة افاق الادارة والاقتصاد (3)، الصفحات 50-61؛
16. خليفة بن الهادي الميساوي. (2021). الذكاء الاصطناعي وحوسبة اللغة العربية: الواقع والآفاق-بتونس-. مجلة مدرات في اللغة والأدب الصادرة عن مركز مدرات للدراسات والأبحاث ، 1 (5)، الصفحات 10-35؛
17. ديدوش هاجرة، و عبد الغني حريري. (2022). دراسة تحليلية لمؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر ومعيقاتها. مجلة التحولات الاقتصادية ، 02 (02)، الصفحات 40-56؛
18. رحاب الإسلام تومي. (2022). واقع استخدام تقنية البلوكتشين-بالجلفة-الجزائر. مجلة العلوم القانونية والاجتماعية ، 7 (2)، الصفحات 1358-1377؛
19. زغنوف عبد الغني، و أحمد عظيمي. (2014). المعلومة وأهميتها في المجتمع المعلوماتي. مجلة البحوث والدراسات الإنسانية (9)، الصفحات 148-171؛
20. ساهل أمينة. (2022). مزايا تكنولوجيا المعلومات وأهمية الاستثمار فيها-الجزائر-. مجلة فصلية دولية محكمة ، 16 (1)، الصفحات 172-186؛

21. سعيدة حرفوش. (2019). التكنولوجيا المالية صناعة واعدة في الوطن العربي. مجلة آفاق علمية ، 11 (3)، الصفحات 724-744؛
22. سعيدة حركات، و سارة بن غيدة. (2020). تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والإتصال في مجال الخدمات الصحية-إشارة إلى القطاع الصحي في الجزائر-. مجلة الدراسات المالية و المحاسبية والإدارية ، 7 (2)، الصفحات 500-518؛
23. سماي علي، و فتيحة قشرو. (بلا تاريخ). أهمية المعلومات في تنمية الصادرات الصناعية-قراءة في تجربة سنغافورة؛
24. سناء عبد الكريم الخناق. (2016). أهمية مكونات تكنولوجيا المعلومات ودورها في إقامة المؤسسات التعليمية الافتراضية-الجامعة التكنولوجية الماليزية-. مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال ، 2 (1)، الصفحات 6-24؛
25. سالم إلياس. (2021). التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال-الجزائر-. مجلة أبحاث ودراسات التنمية، 8 (1)، الصفحات 230-248؛
26. صابة مسعودة. (2021). الوسائل التكنولوجية في تعليم اللغة العربية-الجزائر-. مجلة العربية ، 8 (1)، الصفحات 73-88؛
27. صبرينة زيتوني. (2021). تكنولوجيا الاتصال بين وهم التدفق المعلوماتي والمخاطر والتحديات-الجزائر-. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 13 (2)، الصفحات 19-30؛
28. صفار محمد، و محمد شرشم. (2022). واقع وتحديات تكنولوجيا البلوك تشين في القطاع المالي والمصرفي (تجربة بعض الدول العربية)-الجزائر-. مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، 5 (2)، الصفحات 149-169؛
29. عبد الرحيم وهيبة، و أشواق قدور. (2018). توجيهات التكنولوجيا المالية على ضوء تجارب شركات ناجحة-الجزائر-. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 7 (3)، الصفحات 11-35؛
30. عبد العزيز صلاح الدين. (2022). استخدام نموذج SWOT لتحليل تقنية البلوك تشين وتطبيقاتها في القطاع البنكي والمالي-المسيلة ، الجزائر. مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، 6 (1)، الصفحات 537-552؛
31. عبد القادر صام. (2022). فاعلية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعليم اللغة العربية إلكترونيا-غليزان-الجزائر. مجلة اللسانيات والترجمة، 2 (3)، الصفحات 298-306؛

32. عبد الله حمود سراج. (2005). أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة-اليمن-. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير (4)، الصفحات 125-136؛
33. عزوز وهيبة حنان. (2022). الذكاء الاصطناعي، نحو آفاق جديدة-الجزائر-. مجلة جامعة وهران 2 ، 7 (1)، الصفحات 56-65؛
34. عزري نبيل. (2018). دور الأجهزة والبرمجيات في تفعيل نظم المعلومات الصحية من منظور عينة من موظفي مستشفى الزهراوي-بالمسيلة-. مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي ، الصفحات 309-321؛
35. علي عمارة. (2017). مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تنمية الكفاءات-بسكرة-. مجلة الإقتصاد الصناعي (13)، الصفحات 277-287؛
36. عبد الرحمان بن عنتر. (2008). إدارة الجودة الشاملة كتوجه تنافسي في المنظمات المعاصرة-ورقلة-. مجلة الباحث (6)؛
37. عز الدين آدم ذو النون، و خالد حسن. (2016). دور سياسات حماية المنافسة ومنع الاحتكار في ظل الاقتصاد الحر-أهم التجارب الدولية مع دراسة خاصة للحالة السودانية--السودان-. مجلة العلوم الاقتصادية ، 2 (17)؛
38. عيسى محمد الغزالي. (2003). القدرة التنافسية وقياسها. سلسلة دورية تعني بقضايا التنمية في الأقطار العربية، المعهد العربي للتخطيط بالكويت (24)؛
39. غراز الطاهرة، و حنان بن علي. (2021). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية الإبداع الإدارية بالمنظمات المعاصرة-رؤية تحليلية-. مجلة تنوير للدراسات الأدبية والانسانية ، 5 (1)؛
40. فاطمة أزناق، و خيرة تحانوت. (2022). تحليل مشهد التكنولوجيا المالية في المالية الاسلامية عبر العالم-جامعة البليدة 2-الجزائر-. مجلة التنظيم والعمل ، 11 (3)، الصفحات 73-96؛
41. فاطمة حوة. (2020). تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمؤسسة الجزائرية-الجزائر-. مجلة علوم المعلومات، علم الأرشيفوعلم المكتبات ، 4 (1)، الصفحات 113-130؛
42. فاطمة أزناق، و خيرة تحانوت. (2022). تحليل مشهد التكنولوجيا المالية في المالية الاسلامية عبر العالم-جامعة البليدة 2-الجزائر-. مجلة التنظيم والعمل ، 11 (3)، الصفحات 73-96؛
43. فاطمة حوة. (2020). تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمؤسسة الجزائرية-الجزائر-. مجلة علوم المعلومات، علم الأرشيفوعلم المكتبات ، 4 (1)، الصفحات 113-130؛

44. قارة ابتسام، و آخرون. (2018). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافس دراسة حالة القطاع البنكي بولاية غليزان. مجلة علمية دولية محكمة متخصصة في الميدان الاقتصادي (2)، الصفحات 260-236؛
45. محمد ديمي. (2022). دور ومساهمة الاقتصاد الرقمي من خلال قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 2000-2020 -تيازة-. دفاثر البحوث العلمية ، 10 (1)، الصفحات 58-34؛
46. مغني زينب، و نادية مغني. (2021). واقع استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعليم عن بعد في ظل جائحة كورونا (كوفيد 19) من طرف الطلبة الجامعيين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر بكلية علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر3. مجلة دراسات في التنمية والمجتمع ، 6 (4)، الصفحات 170-282؛
47. مليكة طلبة، و هدى بوحنيك. (2022). التكنولوجيا المالية وواقع تبنيها في العالم العربي في الفترة 2015-2020 -تبسة-. مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال ، 5 (1)، الصفحات 1-20؛
48. مني طلعت حسن عبد العال. (2022). أثر تطبيق نظم تكنولوجيا المعلومات على تنمية مهارات أداء الموارد البشرية دراسة تطبيقية على شركات السياحة بمحافظة بورسعيد. مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة ، 22 (3)، الصفحات 366-384؛
49. ماجدة جودة جاسم. (2010). إستراتيجيات سلسلة التجهيز وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة حالة في مصنع النسيج الديوانية-. مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، 12 (2)؛
50. محمد كنوش. (2010). دور الذكاء الإستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا (13)؛
51. نادية أمينة كاري، و عواج بن عمر. (2019). مفهوم الاتصال بين تفسير المقاربة التطورية والمقاربة الصراعية-الجزائر-. مجلة مدارات اجتماعية (3)، الصفحات 144-156؛
52. يجياوي الهام، و ليلي بوحديد. (بلا تاريخ). أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة التعليم العالي بالجامعة الجزائرية. مجلة تاريخ العلوم (6)، الصفحات 321-333.

✓ باللغة الأجنبية

1. abdenmour, B. (2022). The use information and communication5,
2. technologies in terrorism-Algiers-1-. La revue académique des chercheurs juridiques et politiques , 6, pp. 797-808,
3. through (CRM) paradigm-Case study:a sampie of agencies of Telecommunication Sector in Algeria. Revue Albahit Al ijtima (3), pp. 29-,
4. Dalal, D., Seddiki, N., & Dahou, s. (2021). Market Knowledge as a Tool to Achieve Competitive Advantage (Case study National Insurance Company Saa). Afak for Sciences Journal , 6 (4), pp. 582- 597,
5. Karima, L. (2020). INTEGRATING ICT TOOLS TO IMPROVE ESP STUDENTS' ACADEMIC WRITNG PROFICIENCY-M'sila,Algeria. Journal of problems in the Arabic language , 9 (5), pp. 646- 661,
6. Merzougui, S., Beggar, N., & Houiche, A. (2022). THE contribution of information technology in improving employees' performance of the Directorate of Youth and Sports of the Wilaya of Biskra"-Djelfa-Algeria. sport system journal , 9 (1), pp. 139-156,
7. Relationship, I. (2017). The Relationship between using information technologies And Human resources management performance-Constantine2-. Revue des sciences humaines et sociaux (47), pp. 200- 222,
8. sana, B., & Dr.Grine, N. (2020). An Experimental Study nto the ole of information communincatinon Technology(icT)in Enhancing Second year EFL Students'Written Production at Chadli Bendjedid Universityi El-Tarf. Language Practices , 11 (4), pp. 22- 57,
9. Sarra, B. (2022). The impact of information and communication technology on human capital in Algerian companies. Journal of North African Economies , 18 (30), pp. 143- 158,
10. tahar, N. (2020). the Role of information and Commuication Technology (lcT) in Knowledge Management (km) - Case study: "ECDE"-Algeria-. economic studies Journal , 18 (2), pp. 246-258,
11. Zahra, S. F. (2021). The relationship of nformation and communications technologyn improving the quality and flexilibty of the labor market. The Added value of Business Economics Journal (2), pp. 224-244.

-ثالثا: الأطروحات والمذكرات الأكاديمية

✓ باللغة العربية

1. الزاحي حليلة. (2012). التعليم الالكتروني بالجامعة الجزائرية مقومات التجسيد وعوائق التطبيق -دراسة ميدانية باجامعة سكيكدة-(رسالة الماجستير). كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، قسنطينة: جامعة منتوري؛

2. أبرباوي كمال. (2015). دور الاتصال الداخلي في عملية التغيير التنظيمي دراسة ميدانية لشركة سونلغاز للتوزيع بشار ريفي(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، تلمسان: جامعة أبي بكر بلقايد؛
3. إبراهيم عبد الحفيظي. (2008). دراسة تنافسية للاقتصاد الجزائري في ظل العولمة الاقتصادية(مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير: جامعة بن يوسف بن خدة؛
4. أسماء كرعلي. (2014). اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك-دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العامة بمقر ولاية البويرة-(مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بومرداس: جامعة محمد بوقرة؛
5. الرابطي هناء. (2016). الكفاءة الإنتاجية كأداة لتعزيز القدرة التنافسية للصناعة الجزائرية حالة شركة الخزف الصحي-الميلية-(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، عنابة: جامعة باجي مختار؛
6. العيد فراحتية. (2015). دور نظام المعلومات التسويقية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية-دراسة حالة بعض المؤسسات لولاية المسيلة-(أطروحة الدكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة فرحات عباس؛
7. بلقيدوم صباح. (2013). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسنطينة: جامعة قسنطينة2؛
8. بن عطاء الله العلمي. (2019). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع كفاءة الإدارة المحلية:دراسة في تطبيقات النموذج الجزائري و التونسي(أطروحة دكتوراه). كلية الحقوق والعلوم السياسية، بسكرة: جامعة محمد خيضر؛
9. بن وارث حكيمة. (2008). دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة -مع الإشارة للعالم العربي-(شهادة الماجستير). معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي بن مهيدي: أم البواقي؛

10. بوعلاقة العيد. (2022). دراسة تحليلية قياسية لأثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على النمو الاقتصادي في المدى البعيد في الجزائر مقارنة مع بعض الدول النامية خلال الفترة (2000-2020) (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجلفة: جامعة زيان عاشور الجلفة؛
11. حلموس الأمين. (2017). دور إدارة المعرفة التسويقية باعتماد إستراتيجية العلاقة مع الزبون في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة عينة مجموعة من البنوك الجزائرية بولاية الأغواط-(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة : جامعة محمد خيضر؛
12. خنيش السعيد. (2017). تكنولوجيا تعليم اللغة العربية في الجامعة الجزائرية -دراسة وصفية تحليلية في الوسائل والتقنيات المعتمدة في التعليم (أطروحة دكتوراه). كلية اللغة و الأدب العربي والفنون، باتنة: جامعة باتنة؛
13. رامي شمسين. (2009). رضا العملاء ودوره في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة تطبيقية في قطاع خدمات النقل-(مذكرة ماجستير). كلية الاقتصاد: جامعة دمشق؛
14. رقية ضيف. (2005). إستراتيجية النمو المصرفي من خلال عمليات الاندماج(مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسنطينة: جامعة منتوري؛
15. زواغي محمد. (2017). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية إتخاذ القرار على ضوء البيئة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية-دراسة مقارنة-(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بومرداس: جامعة أحمد بوقرة؛
16. سويسي الربيع. (2022). تكنولوجيا المعلومات والاتصال وآليات تدويل المؤسسات الإقتصادية الجزائرية - دراسة حالة :شركة كوندور(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجلفة: جامعة زيان عاشور الجلفة؛
17. سماح ميهوب. (2014). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية- حالة نشاط البنك عن بعد-(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة قسنطينة؛

18. شهرزاد بن بوزيد. (2012). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة لشركة ذ م م للخدمات العامة والتجارة آل دوداح-(شهادة الماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بومرداس: جامعة أحمد بوقرة؛
19. ضيف الله نسيم. (2017). استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية:دراسة عينة من الجامعات الجزائرية(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، باتنة: جامعة الحاج لخضر؛
20. عبدواي هناء. (2016). مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية-دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس-(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر؛
21. عامر بشير. (2012). دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك-دراسة حالة الجزائر-(اطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير: جامعة الجزائر؛
22. عائشة سليمان. (2011). دور تسيير الموارد في تحقيق الميزة التنافسية -عامل الكفاءات في المؤسسة-دراسة حالة بالمطاحن الكبرى لظاهرة مستغانم-(مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، تلمسان: جامعة ابي بكر القايد؛
23. عبد الحكيم حربي. (2013). أثر إستراتيجية تنمية الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة لمجمع صيدال لصناعة الأدوية -فرع قسنطينة-(مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير : جامعة فرحات عباس سطيف1؛
24. عبد الحكيم عبد الله النشور. (2009). الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي(أطروحة دكتوراه). كلية الاقتصاد، اللاذقية: جامعة تشرين؛
25. عبد الرؤوف حجاج. (2007). الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية : مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها -دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي-(مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، سكيكدة: جامعة 20 أوت؛

26. عبد الرؤوف حجاج. (2015). دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية - دراسة مقارنة بين وحدات مؤسسة كوندور ببرج بوعريريج باستخدام أسلوب تحليل مغلف البيانات خلال الفترة 2004-2013 - (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، ورقلة: جامعة قاصدي مرباح؛
27. عبد المالك بوركوة. (2012). إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية - دراسة ميدانية لشركة نجمة الاتصالات - (مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير: جامعة منتوري.
28. عبد الوهاب بوبعة. (2012). دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة إتصالات الجزائر للهاتف النقال - موبيليس - (مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسنطينة: جامعة منتوري؛
29. علي العبسي. (2013). دور التسويق المصري في تفعيل الميزة التنافسية لدى البنوك التجارية - دراسة حالة القرص الشعبي الجزائري CPA وكالة الوادي - (مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة المسيلة؛
30. عماد أحمد إسماعيل. (2011). خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد خيار المنافسة الإستراتيجية في الإدارتين العليا والوسطى - دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة - كلية التجارة، غزة: الجامعة الإسلامية؛
31. فاطم طويهري. (2015). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية - دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء بتيارت - (رسالة الماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ولاية وهران الجزائر: جامعة وهران؛
32. فاطمة طويهري. (2015). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية - دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء بتيارت - (رسالة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وهران: جامعة وهران2؛

33. فيصل سايعي. (2009). أنظمة المعلومات: استخدامهما، فوائدها، وتأثيرها على تنافسية المؤسسة- دراسة استطلاعية على مؤسسات منطقة تبسة-(مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، باتنة : جامعة لحاج لخضر؛
34. قادة دليلة. (2010). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين أداء الجامعات المحلية في الجزائر-دراسة حالة ولاية بومرداس-(شهادةالماجستير). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ، الجزائر: جامعة الجزائر-3؛
35. قنيح ،أ. (2019). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية الإبداع المحاسبي -دراسة ميدانية-(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير ،غرداية :جامعة غرداية -الجزائر-؛
36. ناصر محمد حزوب. (2016). أثر قدرات الأعمال الإلكترونية على أداء الموارد البشرية والأداء التنظيمي في قطاع التجزئة الأردني -دراسة حالة "مجموعة سامح مول للإستثمار"(رسالة الماجستير)؛
37. هند علوي. (2008). المرصد الوطني لمجتمع المعلومات بالجزائر-قياس النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بقطاع التعليم بالشرق الجزائر:ولاية قسنطينة، عنابة سطيف(أطروحة الدكتوراه). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة: جامعة منتوري؛
38. هوارى فاطمة. (2020). تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل لتفعيل التطوير التنظيمي في منظمات الأعمال-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر--المديرية العملية للاتصالات بالجللفة-(أطروحة دكتوراه)؛
39. هوارى فاطمة. (2020). تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل لتفعيل التطوير التنظيمي في منظمات الأعمال-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر--المديرية العملية للاتصالات بالجللفة-(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، الجلفة: جامعة زيان عاشور؛
40. وداد بورصاص. (2016). دور الإدارة الإلكترونية في الرفع من كفاءة أداء الموارد البشرية دراسة حالة: قطاع العدالة بالجزائر(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، عنابة: جامعة باجي مختار؛

41. وسام مهيل. (2012). تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تفعيل وظيفة إدارة الموارد البشرية(دراسة حالة مديرية الموارد البشرية بوزارة المالية)(رسالة الماجستير). كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الجزائر 3.

✓ باللغة الأجنبية

1. 43. BELLAHCENE, M. (2015). Technologies de l'information et de la communication et performance dans l'entreprise; la dimension culturelle: cas du secteur bancaire et des médias(Docteur). Faculté des Sciences Economiques, Sciences de gestion et des sciences commerciales, Tlemcen-Algérie: Université Abou Bekr Belkaid,
2. 44. FLORA, B., & SELMANI, S. (2018). L'utilisation et l'apport des Technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les entreprises touristiques :cas de la wilaya de Tizi -ouzou(en vue de l'obtention du diplôme de master academique). FACULT DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES SCIENCES DE GESTION, TIZI-OUZOU: UNIVERSITE MOULOU MAMMERI De TIZI-OUZOU,
3. 45. KOSSAI, M. (s.d.). LEs technologies de l'information et des communications (TIC), le capital humain, les changements organisationnels et la performanufacturieres (Docteur). Ecole Doctorale de dauphine laboratooire d'Economie de Dauphine(LEDa), Paris: université Paris-Dauphine .

- رابعا: المؤتمرات والملتقيات العلمية

1. أحمد طرطار، وسارة حليمي. (2010). جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك. رؤية بحثية ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات . قسنطينة؛
2. لحبيب بلية. (2018). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين حكامه الغدارة المحلية في الجزائر. التطورات التشريعية في مجال ترقية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر. مستغانم.

- خامسا: مواقع الانترنت الرسمية

1. عبد الستار عبد الجبار موسى. (بلا تاريخ). سوق المنافسة الاحتكارية وسوق احتكار القلة. تاريخ الاسترداد 01 05, 2023، من كلية الإدارة والاقتصاد-الجامعة المستنصرية-: [http:// draamussa.weebly.co](http://draamussa.weebly.co)
2. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 21 03 2023، من القرض الشعبي الجزائري: <http://www.cpa-bank.dz>

3. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 01 03 ,2023، من بنك الفلاحة والتنمية الريفية: WWW.badr .bank.dz؛

4. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 15 03 ,2023، من البنك الوطني الجزائري: <http://www.ban.dz>.

الملحق

ملحق رقم (01): الاستبيان



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -
قسم: العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي



الاستبيان

السادة موظفي البنك

لكم أصدق التحايا والسلام

تقوم الباحثة بإعداد رسالة الماجستير تحت عنوان " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من القدرة التنافسية ما بين البنوك -دراسة ميدانية للبنوك **BADR ، CPA ، BNA** "، ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بإعداد هذا الاستبيان، لذا يرجى من سيادتكم التكرم والتفضل علينا بالإجابة عن الأسئلة الواردة في هذا الاستبيان بكل صراحة وموضوعية وذلك بوضع الإشارة (X) مقابل الخيار الذي يتناسب مع درجة الموافقة بالنسبة إليكم. علما أن المعلومات التي سيتم جمعها سوف تعامل بكل سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ملاحظة: يرجى ملء جميع الخانات.

وتفضلوا بقبول فائق الشكر والاحترام والتقدير

الأستاذة المشرفة: د. نوري سميحة

إعداد الباحثة: فرطاس تيماء

❖ القسم الأول: البيانات الشخصية

يرجى من حضرتكم تعبئة البيانات التالية بوضع علامة (X) في المكان المخصص:

1. الجنس

ذكر	أنثى

2. العمر

أقل من 25 سنة	25- 35	36- 45	46 سنة فما فوق

3. المستوى التعليمي

ثانوي	تقني سامي	ليسانس	ماستر	ماجستير	دكتوراه

4. مدى التحكم في الاعلام الآلي

الاعلام الآلي	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا

5. الخبرة المهنية

أقل من 5 سنوات	05- 9	10- 15	16 سنة فما فوق

❖ القسم الثاني: محاور الاستبيان

المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يرجى من حضرتكم تعبئة البيانات التاية بوضع علامة (X) أمام الاجابة التي تعبر عن وجهة نظركم

البعد الأول: المورد البشري (الأفراد)

الرقم	البعد الأول: المورد البشري (الأفراد)	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
01	يستقطب البنك أصحاب الاختصاص في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال (مهندسين، مبرمجين، مصممي النظم ...)					
02	يستقطب البنك مختصون في إدارة النظم (رجال بيع، محاسبين إداريون مختصون...)					
03	يقوم البنك بدورات تكوينية مستمرة لتدريب إطاراتها على التقنيات المستحدثة والمتطورة					
04	يقوم البنك بتقديم تحفيزات معنوية لموظفيه					
05	يقدم البنك باستمرار التحفيزات المادية الملائمة لموظفيه					

البعد الثاني: الأجهزة والمعدات

الرقم	البعد الثاني: الأجهزة والمعدات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
06	يملك البنك عدد كاف من الحواسيب والأجهزة الخاصة بالإعلام الآلي					
07	الأجهزة والحواسيب المستخدمة في البنك متطورة					
08	تأمين العدد الكافي من الطابعات في البنك					

					09	تأمين العدد الكافي من المساحات الضوئية في البنك
					10	يملك البنك عدد كافي من المعدات الخاصة بالاتصالات (هواتف فاكس)
					11	يقوم البنك بتحديث وتطوير الأجهزة والمعدات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات الاتصال باستمرار

البعد الثالث: قواعد البيانات

رقم	البعد الثالث: قواعد البيانات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
12	يملك البنك قاعدة بيانات منفصلة عن عملائه					
13	يملك البنك قاعدة بيانات عن منافسيه					
14	يملك البنك قاعدة بيانات جيدة يعتمد عليها في تقديم خدماته					
15	تكنولوجيا المعلومات المستخدمة تسهل عملية الوصول إلى قواعد البيانات المطلوبة عند الحاجة					
16	جميع فروع البنك مجهزة بأجهزة حواسيب متصلة بقاعدة بيانات توفر الوقت اللازم لتقديم مختلف الخدمات البنكية					

البعد الرابع: البرمجيات

رقم	البعد الرابع: البرمجيات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة

					17	يتم تطوير البرمجيات باستمرار لمواكبة ما هو جديد
					18	يستخدم البنك في عمله برمجيات حديثة
					19	توفير أنظمة لحماية بيانات البنك متطورة
					20	البرمجيات المستخدمة في البنك تسرع من أداء العمليات وتقدم الخدمات جيدة لعملاء

البعد الخامس: الشبكات

رقم	البعد الخامس: الشبكات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
21	وجود موقع الكتروني للبنك على شبكة الانترنت					
22	توجد شبكة الاتصالات حديثة وفعالة لخدمة النظام في البنك					
23	جميع فروع البنك مربوطة في شبكة واحدة تساهم في مراقبة وضبط العمليات اليومية					
24	وجود شبكة واحدة في جميع فروع البنك يزيد من سرعة الابلاغ عن أي خلل يحدث في حينه					
25	هناك ربط الكتروني بين البنك وعملائه					
26	هناك ربط الكتروني بين البنك والموردين					
27	هناك ربط الكتروني بين البنك ووزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال					

المحور الثاني: هذا المحور يحتوي على عبارات خاصة بالقدرة التنافسية لبعض البنوك الجزائرية

يرجى وضع علامة (X) في الخانة التي تراها مناسبة في الجدول أدناه CPA;BADR; BNA

الرقم	متغيرات القدرة التنافسية لعينة من البنوك الجزائرية	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
1. التكلفة					
01	يركز البنك على تخفيض التكاليف باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ممارسة نشاطاته				
02	تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التقليل من مختلف التكاليف البنكية				
03	توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على البنك الوقت والجهد				
2. الجودة					
04	يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في انتاج منتجات ذات جودة عالية				
05	تعمل تكنولوجيا الاعلام والاتصال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للعميل				
06	تقوم تكنولوجيا الاعلام والاتصال بعمليات الفحص والتجديد المستمر للمنتجات البنكية				

3. الابداع					
					07 التكنولوجيا المستخدمة بالبنك تواكب تطورات رغبات العميل المتجددة
					08 يقوم البنك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتطوير منتجاته لمواكبة مختلف التطورات
					09 ساهمت تكنولوجيا المعلومات في ابداع منتجات جديدة
					10 تستهم الانترنت في الحصول على عملاء جدد للبنك
4. التسليم					
					11 يلتزم البنك بتسليم الأموال المطلوبة بالكميات المطلوبة وفي الوقت المحدد والمتفق عليه
					12 يستخدم البنك تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقليص مدة انجاز العمليات البنكية
					13 يعتمد البنك على تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتسهيل العمليات البنكية
5. المرونة					
					14 يعمل البنك على التكيف والاستجابة مع الحاجات الفردية

					لكل عميل وكل سوق	
					تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاستجابة للمتغيرات الكمية في طلب الأموال	15
					توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال قاعدة تمكن من خلالها البنك التكيف مع متغيرات بيئته الخارجية	16

تقبلوا مني فائق الاحترام والتقدير

ملحق رقم (02): مخرجات SPSS

Votre période d'utilisation temporaire de IBM SPSS Statistics va expirer dans 4616 jours.

GET

FILE='C:\Users\HP\Desktop\mohamed amine\spss\2023\taima\taima.sav'.

DATASET NAME Jeu_de_données1 WINDOW=FRONT.

GET

FILE='C:\Users\HP\Desktop\mohamed amine\spss\2023\taima\123.sav'.

DATASET NAME Jeu_de_données2 WINDOW=FRONT.

COMPUTE

تكنولوجيا_المعلومات=MIN(X1,X2,X3,X4,X5,X6,X7,X8,X9,X10,X11,X12,X13,X14,X15,X16,X17,X18,X19,X20,X21,X22,X23,X24,X25,x26,x27).

EXECUTE.

COMPUTE التكلفة=MIN(X6,X7,X8,X9,X10,X11).

EXECUTE.

CORRELATIONS

/VARIABLES=تكنولوجيا_المعلومات التكلفة

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

		تكنولوجيا_المعلومات	التكلفة
تكنولوجيا_المعلومات	Corrélation de Pearson	1	,737**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	30	30
التكلفة	Corrélation de Pearson	,737**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

COMPUTE الجودة=MIN(X6,X7,X8,X10).

EXECUTE.

CORRELATIONS

/VARIABLES=تكنولوجيا_المعلومات الجودة

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

		تكنولوجيا المعلومات	الجودة
تكنولوجيا المعلومات	Corrélation de Pearson	1	,720**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	30	30
الجودة	Corrélation de Pearson	,720**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Remarques

Sortie obtenue		12-MAY-2023 00:38:18
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\HP\Desktop\mohamedamine\spss\2023\taima\123.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données2
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe	CORRELATIONS /VARIABLES= تكنولوجيا_المعلومات_الابداع /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE .
Ressources	Temps de processeur 00:00:00,03
	Temps écoulé 00:00:00,22

Remarques

Sortie obtenue	12-MAY-2023 00:39:41
Commentaires	
Entrée	Données
	C:\Users\HP\Desktop\mohamedamine\spss\2023\taima\123.sav
	Jeu de données actif
	Jeu_de_données2
	Filtre
	<sans>
	Pondération
	<sans>
	Fichier scindé
	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail
	30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante
	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe	CORRELATIONS /VARIABLES= تكنولوجيا_المعلومات_الابداع /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE .
Ressources	Temps de processeur 00:00:00,00 Temps écoulé 00:00:00,53

Remarques

Sortie obtenue	12-MAY-2023 00:40:20
Commentaires	
Entrée	Données C:\Users\HP\Desktop\mohamedamine\spss\2023\taima\123.sav
	Jeu de données actif Jeu_de_données2
	Filtre <sans>
	Pondération <sans>
	Fichier scindé <sans>
	N de lignes dans le fichier de travail 30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe	CORRELATIONS /VARIABLES= تكنولوجيا_المعلومات_الابداع /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE .
Ressources	Temps de processeur 00:00:00,05
	Temps écoulé 00:00:00,10

Remarques

Sortie obtenue	12-MAY-2023 00:41:18
Commentaires	
Entrée	Données
	C:\Users\HP\Desktop\mohamedamine\spss\2023\taima\123.sav
	Jeu de données actif
	Jeu_de_données2
	Filtre
	<sans>
	Pondération
	<sans>
	Fichier scindé
	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail
	30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante
	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe	CORRELATIONS /VARIABLES= تكنولوجيا_المعلومات_الابداع /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE .
Ressources	Temps de processeur 00:00:00,03 Temps écoulé 00:00:00,19

COMPUTE ابداع=MIN(X6,x27,x26,X8).

EXECUTE.

CORRELATIONS

/VARIABLES=تكنولوجيا_المعلومات_الابداع

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques	
Sortie obtenue	12-MAY-2023 00:41:58
Commentaires	
Entrée	Données
	C:\Users\HP\Desktop\mohamed amine\spss\2023\taima\ 123.sav
	Jeu de données actif
	Jeu_de_données2
	Filtre
	<sans>
	Pondération
	<sans>
	Fichier scindé
	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail
	30

Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES= تكنولوجيا_المعلومات_الابداع /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE .
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,06
	Temps écoulé	00:00:00,34

Corrélations

		تكنولوجيا_المعلومات	الابداع
تكنولوجيا_المعلومات	Corrélation de Pearson	1	,888**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	30	30
الابداع	Corrélation de Pearson	,888**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

COMPUTE التسليم=MIN(X7,x27,x26,X10,X24).

EXECUTE.

CORRELATIONS

/VARIABLES=تكنولوجيا_المعلومات_التسليم

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques		
Sortie obtenue		12-MAY-2023 00:43:12
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\HP\Desktop\mohamed amine\spss\2023\taima\123.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données2
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=تكنولوجيا_المعلومات التسليم /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,05
	Temps écoulé	00:00:00,24

Corrélations

		تكنولوجيا_المعلومات	التسليم
تكنولوجيا_المعلومات	Corrélation de Pearson	1	,603**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	30	30

التسليم	Corrélation de Pearson	,603**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

COMPUTE المرونة=MIN(X7,x3,x26,X18,X24).

EXECUTE.

CORRELATIONS

/VARIABLES=تكنولوجيا_المعلومات المرونة

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

		تكنولوجيا_المعلومات	المرونة
تكنولوجيا_المعلومات	Corrélation de Pearson	1	,439*
	Sig. (bilatérale)		,015
	N	30	30
المرونة	Corrélation de Pearson	,439*	1
	Sig. (bilatérale)	,015	
	N	30	30

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

DATASET ACTIVATE Jeu_de_données2.

SAVE OUTFILE='C:\Users\HP\Desktop\mohamed amine\spss\2023\taima\123.sav'

/COMPRESSED.

FREQUENCIES VARIABLES=الجنس العمر المستوى_التعليمي اعلام_الي الخبرة X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10

X11 X12 X13 X14 X15 X16 X17 X18 X19 X20 X21 X22 X23 X24 X25 x26 x27 x28 Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10 Y11 Y12 Y13 Y14 Y15 Y16

/STATISTICS=STDDEV MEAN

/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Statistiques

		الجنس	العمر	المستوى التعليمي	مدى التحكم في الاعلام الالي	عدد سنوات الخبرة	X1
N	Valide	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		1,4000	2,5333	1,7667	3,1333	2,1667	4,5333
Ecart type		,49827	1,04166	,67891	,89955	1,26173	,73030

• المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

Statistiques

		X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
N	Valide	30	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		4,5000	4,5000	4,5667	4,1667	4,1333	4,0333	3,9667
Ecart type		,68229	,50855	,62606	1,01992	1,30604	1,15917	1,09807

Statistiques

		X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
N	Valide	30	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		4,9333	4,4000	4,4000	4,5333	4,5333	4,3333	4,5333
Ecart type		,25371	,77013	,72397	,68145	,68145	,60648	,68145

Statistiques

		X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22
N	Valide	30	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		4,4333	4,4667	4,5333	4,5333	4,5333	4,5333	4,5333
Ecart type		,81720	,50742	,68145	,68145	,68145	,68145	,68145

Statistiques

		X23	X24	X25	x26	x27	Y1
N	Valide	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		4,5000	4,5333	4,4667	4,4333	4,1000	4,4667
Ecart type		,50855	,68145	,50742	,81720	1,18467	,73030

• المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور القدرة التنافسية

		Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
N	Valide	30	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		4,4667	4,4667	4,4333	4,5333	4,1000	4,1333	4,4667
Ecart type		,73030	,50742	,72793	,68145	1,18467	1,10589	,50742

Statistiques

		Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
N	Valide	30	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		4,4667	4,3000	4,2667	4,5333	4,5333	4,5333	4,4333
Ecart type		,73030	,83666	,98027	,68145	,68145	,68145	,81720

Statistiques

		Y16
N	Valide	30
	Manquant	0
Moyenne		3,9667
Ecart type		1,09807

• جداول خاصة بالبيانات الشخصية

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	18	60,0	60,0	60,0
	أنثى	12	40,0	40,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

العمر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 25 سنة	5	16,7	16,7	16,7
	من 25 سنة إلى 35 سنة	11	36,7	36,7	53,3
	من 36 سنة إلى 45 سنة	7	23,3	23,3	76,7
	سنة فما فوق 46	7	23,3	23,3	100,0
	Total		30	100,0	100,0

المستوى التعليمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي	11	36,7	36,7	36,7
	تقني سامي	15	50,0	50,0	86,7
	ليسانس	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

مدى التحكم في الاعلام الالي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ضعيف	2	6,7	6,7	6,7
	متوسط	4	13,3	13,3	20,0
	جيد	12	40,0	40,0	60,0
	جيد جدا	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

عدد سنوات الخبرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 5 سنوات	14	46,7	46,7	46,7
	من 5 إلى 9 سنوات	4	13,3	13,3	60,0
	من 10 إلى 15 سنة	5	16,7	16,7	76,7
	فما فوق 16	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

COMPUTE

القدرة_التنافسية=MIN(X6,x7,x8,X9,X10,X11,X6,X8,x26,x27,X7,X10,X24,x27,X3,X7,X18,X24,x26).

EXECUTE.

CORRELATIONS

/VARIABLES=تكنولوجيا_المعلومات_القدرة_التنافسية

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

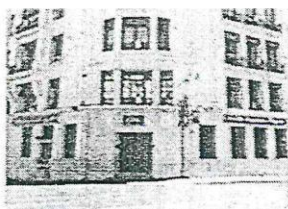
/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

		تكنولوجيا المعلومات	القدرة التنافسية
تكنولوجيا المعلومات	Corrélation de Pearson	1	,968**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	30	30
القدرة التنافسية	Corrélation de Pearson	,968**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

ملحق رقم (03): الوثائق المقدمة من البنوك محل الدراسة



Présentation CPA: Créée en 1966 avec un capital initial de 15 millions de dinars. En 1985, le CPA donne naissance à la banque de développement local par cession de 40 agences, le transfert de 550 employés et cadres et 89 000 comptes clientèle.

Défini par ses statuts comme banque universelle, le CPA a pour missions de promouvoir le développement de BTPH, les secteurs de la santé et du médicament, le commerce et la distribution, l'hôtellerie et le tourisme, les médias, la PME/PMI et l'artisanat.

Conformément à la réglementation en vigueur en Algérie, le CPA traite les opérations de crédits et de banque; il peut recevoir des dépôts, accorder des crédits sous toutes ses formes, prendre des participations dans le capital de toutes entreprises, mobiliser pour le compte d'autrui tous crédits consentis par d'autres institutions.

Suite à la promulgation de la loi sur l'autonomie des entreprises en 1988, le CPA est devenu une Entreprise publique économique par actions dont le capital est propriété exclusive de l'état.

Depuis 1996, en vertu de l'ordonnance relative à la gestion des capitaux marchands de l'Etat, les banques publiques sont placées sous tutelle du ministère des Finances.

Le capital social de la banque, initialement fixé à 15 millions de dinars, a évolué comme suit:

Année 1966	15 millions DA
Année 1983	800 millions DA
Année 1992	5,6 milliards DA
Année 1994	9,31 milliards DA
Année 1996	13,6 milliards DA
Année 2000	21,6 milliards DA
Année 2004	25,3 milliards DA
Année 2006	29,3 milliards DA
Année 2010	48,3 milliards DA

Après avoir satisfait aux conditions d'éligibilité prévues par les dispositions de la loi sur la monnaie et le crédit (loi 90/10 avril 1990), le CPA a obtenu, le 7 avril 1997, son agrément du Conseil de la monnaie et du crédit, devenant ainsi la deuxième banque en Algérie à être agréée.

Les missions du CPA

Il y a lieu de noter, que la solution réside dans les dispositions de l'ordonnance n° 66-366 du 29 Décembre 1966 portant création du CPA de la loi bancaire n°86-12 du 19 Août 1986 et de la loi n°90-10 du 14 Avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.

Ainsi les missions du CPA se situent en trois étapes: A sa création, à la restructuration du secteur bancaire et aux termes de la loi n°90-10 du 14 Avril 1990.

SECTION 1 : La création du CPA

C'est à la nationalisation du secteur bancaire que le CPA a été créé par l'ordonnance n°66-366 du 29 Décembre 1966. A cette date le CPA a hérité des activités gérées auparavant par cinq (05) Banques populaires qui sont les suivantes :

- Banque populaire commerciale et industrielle d'Alger (BPCI Alger)
- Banque populaire commerciale et industrielle d'Oran (BPCI Oran)

- Banque populaire commerciale et industrielle de Constantine (BPCI Constantine)
 - Banque populaire commerciale et industrielle d'Annaba (BPCI Annaba)
 - Banque populaire du crédit d'Algérie (BPCA)
- Les moyens d'intervention du CPA furent ensuite renforcés par la reprise des activités d'autres

Banques Etrangères :

- En 1967, il y a eu transfert des activités exercées auparavant en Algérie par la Banque Algérie-Misr ;
- En 1968, les activités gérées par la Société Marseillaise de Crédit en Algérie (SMC Algérie) ;
- En 1972, les activités gérées par la Compagnie Française de Crédit et de Banque (CFCB) ;
- En 1975, les activités gérées par la Banque Populaire Arabe (BPA) ;

Le CPA est une banque commerciale publique. Aux termes de ses statuts originaux (du 29/12/1966), cette banque commerciale a la qualité de "banque de dépôt".

Elle a été créée au départ, sur la base de la spécialisation de ses activités. Elle a pour mission de promouvoir l'activité et le développement de l'artisanat, de l'hôtellerie, du tourisme, de la pêche et activités annexes, des coopératives non agricoles de production, de distribution, de commercialisation et de services et des petites et moyennes entreprises de toute nature y compris celles qui font partie, du secteur autogéré. En outre, elle est habilitée à apporter son concours financier aux professions libérales (médecin, chirurgien-dentiste, avocat, expert-comptable, consultant,..etc)

SECTION 2 : La restructuration du secteur bancaire

A la restructuration du secteur bancaire, le CPA a été déchargé du financement des Unités Economiques Locales, par la création de Banque du Développement Local (BDL) le 15 Mai 1985, c'est - dire le CPA a donné naissance à la BDL à la date citée ci-dessus, par cession de 40 Agences Bancaires, le transfert de 550 employés et cadres et 89 000 comptes clientèle.

Aux termes de la loi bancaire n° 86-12 du 19 Août 1986 relative au régime des banques et du crédit, l'activité principale du CPA consiste " à recevoir du public des dépôts de toute forme et de toute durée et à consentir toutes opérations, de crédit sans limitation de durée et de forme" (article 17, alinéas 1 et 2). Les réformes économiques ont été engagées dès 1988, cinq lois ont été promulguées.

Le CPA a été soumis au principe de l'autonomie de gestion, en vertu de la loi n° 88-06 du 12 Janvier 1988 modifiant et complétant la loi n° 86-12 du 19 Août 1986 relative au régime des banques et du crédit.

les réformes engagées en 1988, dans le cadre de l'autonomie de l'entreprise, visent à rétablir une certaine orthodoxie dans les relations banques-entreprises, en réaffirmant leur "caractères commerciale". Ces relations doivent être régies par les règles de la commercialisation dans le cadre des engagements contractuels.

Selon la loi n° 88-01 du 12 Janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques (EPE), le CPA est une personne morale commerciale dotée d'un capital, soumise, a ce titre, au principe de l'autonomie financière et de l'équilibre comptable.

C'est aux termes de la loi n° 88-04 du 12 Janvier 1988 modifiant et complétant l'ordonnance n° 75-59 du 26 Septembre 1975 portant code de commerce et fixant les règles particulières aux entreprises publiques économiques, que le CPA avait modifié ses statuts, il est devenu EPE société par actions, ces derniers status ont été établis le 22 Février 1989 par acte notarié, avec un capital social de 800 millions de Dinars.

La Monétique est l'Automatisation d'une:

- Transaction de Paiement de Biens et Services
- Transaction de Retrait d'Espèces.

Elle est définie comme un- Ensemble de Techniques Informatiques, Électroniques et Télématicques- permettant l'Échange de Fonds où le support papier est remplacé par un Flux électronique impliquant une relation entre **03 Trois Agents:**

- Ø la Banque
- Ø le Porteur
- Ø le Commerçant

Un Système Monétique est constitué de **3 Éléments de Base:**

- 1 - Technique: Utilisation de procédés informatiques et télématicques au lieu du papier.
- 2 - Monétaire: Circulation de la monnaie d'un compte à un autre.
- 3 - Organique : La mise en œuvre du Système est encadrée par des Procédures de Gestion et des Règles de fonctionnement.

Gestion d'un Système de Cartes

Qu'est ce qu'une carte ?

une carte est un Support:

- D'Identification délivrée par une Banque à son Client pour permettre de remplacer la monnaie et le chèque dans le règlement de ses achats.
- Matérialisé par un Rectangle en matière plastique dont le format est (long, large, épais) et dont les Matériaux sont Standardisés à l'Échelle Internationale par l'Organisme de Normalisation I.S.O

Comment se présente-t-elle ?

-**au RECTO:** des Informations en Relief, lisibles à l'œil nu permettent d'identifier:

- La Banque (logo, nom commercial, marque du système utilisé).
- Le Client (numéro de la carte, date de fin de validité de la carte et les noms et prénoms du client)
- Un Micro-Circuit Électronique (**Puce**).



Ses Fonctionnalités:

La carte permet au client porteur d'effectuer:

- des Paiements auprès des commerçants en règlement des achats de biens ou de services.
- des Retraits d'espèces auprès des Distributeurs Automatiques de Billets.
- les 02 Services à la fois.

☐ **Relation CPA / SATIM** (Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de la Monétique).

Elle s'occupe de la carte **CIB:**

- Personnalisation des Cartes.
- Gestion des Autorisations.
- Gestion du Fichier des Exception.

- Ligne X 25.
- Modem.
- Alimentation électrique.
- Espace donnant vers l'Extérieur pour l'emplacement du DAB.

Fonctions d'un DAB

Au cours d'une Transaction, le DAB exécute les Opérations relatives aux critères d'autorisation:

- Contrôle des Informations contenues sur la Carte.
- Contrôle de la conformité du Code confidentiel.
- Contrôle du Montant limite de la Transaction

Toutes ces Opérations sont exécutées par le Dialogue entre le DAB et le Serveur d'Autorisation SATIM.

Autre Fonctions

- Enregistrement de la Transaction sur un Journal.
- Gestion de la Caisse (Cassettes de Billets)
- Distribution de Billets et Ticket au Client.

Utilisation d'un DAB

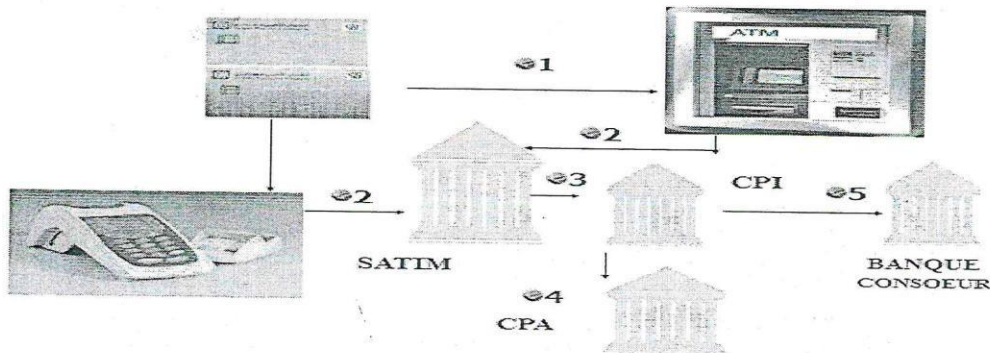
L'Utilisation d'un DAB est facilité grâce aux Messages affichés sur Écran, en langue Nationale ou langue Française, au choix du Client, permettant aux porteurs de dialoguer avec l'Automate par utilisation des Touches du clavier.

Le Retrait sur DAB nécessite:

- 01 Carte CIB
- 01 Code Confidentiel de 04 Chiffres numériques
- 01 Solde porteur supérieur ou égal au Montant du Retrait demandé(plafond).

Déroulement d'une Transaction de RETRAIT & de PAIEMENT en Environnement DAB & TPE

PROCESS DE TRAITEMENT DE LA TRANSACTION CIB



TERMINAL DE PAIEMENT ELECTRONIQUE TPE

Il est à la pointe du progrès offrant les meilleures conditions de SECURITE et de FIABILITE.

C'est un TPE de marque internationale & de renommée (Utilisé à travers le monde)

C'est un TPE à PUCE – EMV – (Europay MasterCard Visa) offrant Plus de sécurité

Il permet:

- L' Acceptation des cartes Nationales
- L' Enregistrement et Transmission Automatiques en fin de journée
- des transactions effectuées par cartes à la SATIM.
- Le Règlement de ces transactions en un Délais RAPIDE !

ملحق رقم (04): الأساتذة المحكمين للاستبيان

الجامعة	الرتبة/ اللقب/ الاسم
قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	الدكتورة: نوري سميحة
قسم العلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف	الدكتور: يوسف سيد احمد

ملحق رقم (05): التصريح بإجراء تربص بالبنوك



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
Université Chadli BenDjedid-El tarf
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
Faculté de Sciences Economiques et Commerciales et Sciences de Gestion
قسم العلوم الاقتصادية



الطارف في : 2022/...A.7/...A.7/...

المرجع : 2022/...A.7/...A.7/...A.7/...A.7/...

إلى السيد (ة) مدير: (الخزينة الشعبية) (الجزائري)
C.P.F.

الموضوع : تصريح بإجراء تربص

في إطار إعداد مذكرة التخرج لطلبة الماستر والاستفادة من الرصيد الوثائقي والخبرات الموجودة على مستوى هيئتك
نطلب من سيادتكم السماح للطلبة الآتية أسمائهم من إعداد تربص قصير الأجل .

- الطالب (ة) : (عزطابن) : نيماء.....

- الطالب (ة) : :

نلتمس منكم اخذ هذا الطلب بعين الاعتبار وذلك لتأكيد التحصيل العلمي والميداني للطلبة .

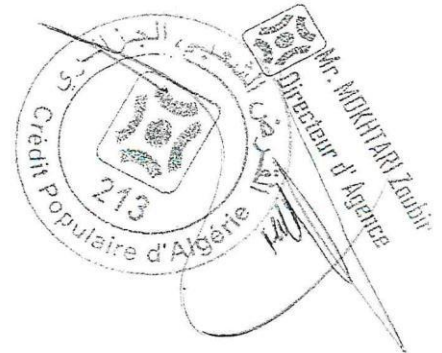
تقبلوا منّا فائق الاحترام والتقدير

رئيس القسم

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الأستاذة مسحة تحري



إمضاء وختم الهيئة المستقبلية





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة الشاذلي بن جديد- الطارف

Université chadli BenDjedid-El tarf

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

Faculté de Sciences Economiques et Commerciales et Sciences de Gestion

قسم العلوم الاقتصادية

الطارف في : 2022/01/01

المرجع : 2022/01/01

إلى السيد (ة) مدير:
الجنرال
.....

الموضوع : تصريح بإجراء تريض

في إطار إعداد مذكرة التخرج لطلبة الماستر والاستفادة من الرصيد الوثائقي والخبرات الموجودة على مستوى هيئتك
نطلب من سيادتكم السماح للطلبة الآتية أسمائهم من إعداد تريض قصير الأجل .

- الطالب (ة) :
.....

- الطالب (ة) :
.....

نلتمس منكم اخذ هذا الطلب بعين الاعتبار وذلك لتأكيد التحصيل العلمي والميداني للطلبة .

تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

رئيس القسم

جامعة الشاذلي بن جديد - طارف
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
رئيس قسم العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
الجنرال : سبيحة تحري



امضاء وختم الهيئة المستقبلة

