



مجلة الإدارة والاقتصاد Journal of Administration & Economics

Mustansiriyah
University

College of
Administration &
Economics

P-ISSN: 1813 - 6729

E-ISSN: 2707-1359

تأثير تكنولوجيا المعلومات في تعزيز الميزة التنافسية- دراسة استطلاعية في بعض المصارف الاهلية

هديل صادق احمد

الكلية التقنية الهندسية الكهربائية ، الجامعة التقنية الوسطى ، بغداد ، العراق.

Email: hadeel_sadiq@mtu.edu.iq, ORCID:\

وفاء ايوب كسار

الكلية التقنية الادارية/بغداد ، الجامعة التقنية الوسطى ، بغداد ، العراق.

Email: wafaaa@mtu.edu.iq, ORCID:\

معلومات البحث

تواريخ البحث:

تاريخ تقديم البحث: 2023 / 2 / 22

تاريخ قبول البحث: 2024 / 5 / 30

عدد صفحات البحث 99 – 109

الكلمات المفتاحية:

الميزة التنافسية , تكنولوجيا معلومات , الانحدار الخطي البسيط , معامل الارتباط .

المراسلة:

أسم الباحث: هديل صادق احمد

Email:

hadeel_sadiq@mtu.edu.iq

المستخلص

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية وتعزيز دورها على بعض المصارف الاهلية في محافظة بغداد و ان تطبيق تكنولوجيا المعلومات سيساعد بلا شك في تقديم خدمات ذات جودة عالية ويحقق ميزة تنافسية للمصارف من خلال اجراء دراسة تحليلية لاراء عينه عشوائية من الموظفين والزبائن في المصرف, وتم الحصول على النتائج من خلال تمرير (70) استمارة استبيان مؤلفة من (32) ذكر و(38) انثى , وتم ترميز المتغيرات وادخالها في برنامج الاحصائي SPSS لتحليل بيانات البحث قيد الدراسة وقد تبين ان هناك علاقة ارتباط وعلاقة أثر بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية حيث ان أعداد تكنولوجيا معلومات تؤثر معنويًا على الميزة التنافسية، و توصلت الدراسة الى ان تكنولوجيا معلومات لها دور فعال ومهم في تحسين الميزة التنافسية وتوصل البحث إلى مجموعة من التوصيات بما في ذلك العمل على تنويع تكنولوجيا معلومات من خلال دراسة السوق وتحديد رغبات الزبائن واحتياجاتهم بالإضافة الى مواكبة التطور التكنولوجي في العمل المصرفي

1. المقدمة

ان تكنولوجيا المعلومات من الموضوعات الحيوية والمهمة التي ظهرت استجابة للنمو المتسارع والتغيير في ميادين الحياة كافة اذ تعد من الموارد الرئيسية لمختلف المنظمات والتي تستلزم ضرورات تحديثها وتغييرها بغية تحقيق اهدافها الاستراتيجية وتعزيز ميزات التكنولوجيا التنافسية، لذا تجد الإدارة المصرفية نفسها أمام العديد من التحديات أهمها الانفتاح الاقتصادي العالمي، وظاهرة العولمة، ازدياد حدة المنافسة بسبب التطور التكنولوجي السريع، وزيادة وعي الزبائن وقدرتهم على التمييز في تكنولوجيا معلومات المقدمة لهم وان جميع هذه التحديات جعلت إدارة المصارف تسعى إلى تغيير في نظمها وأساليبها الإدارية التقليدية، وتبني مفاهيم إدارية حديثة تواكب ما تتطلبه المرحلة الحالية حيث تبرز من خلالها الجودة العالية كميزة تنافسية، واصبح الإهتمام بتكنولوجيا معلومات من أولويات القضايا التي تنصدر أجندت المصارف وعيا منها بأهميتها كسلاح تنافسي يضمن بقائها و استمرارها في السوق ويزيد من ربحيتها، باعتبارها إحد الركائز المتينة في بناء الفارق والتأكيد الإختلاف بينها وبين منافسيها من المصارف والمؤسسات المالية الأخرى، ما يضمن لها تحقيق الميزة التنافسية من جهة الأمر و الاحتفاظ بالعملاء من جهة أخرى، jl]vhsn تقديم خدمات مصرفية ذات جودة وكفاءة عالية للعملاء تلبي احتياجاتهم أو تتجاوز توقعاتهم. ومن أجل البقاء والتفوق في السوق ومواكبة التغيرات المتسارعة في المحيط التي تنشط فيه يتوجب على المصارف الحصول على ميزة أو مزاي تنافسية و شباع حاجات المستهلكين الحاليين والمستقبليين بالشكل المناسب، ولعل الجهاز المصرفي من أكثر القطاعات حساسية من حيث التأثير بالبيئة الخارجية الذي ينعكس على الحجم ونوعية نشاط هذا الجهاز حيث تعمل المصارف على جذب الزبائن الحاليين وكسب والائهم وثقتهم عبر تطوير وتحسين الخدمات المصرفية، و مكانتها وتحقيق أكبر عائد من الأرباح حيث تمثل مشكلة البحث في مدى ملائمة تكنولوجيا المعلومات التي تقدمها البنوك العاملة واثرها على الميزة التنافسية و التي تنبثق منها الاسئلة الفرعية التالية: ما هو دور التقنيات التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف ؟ هل استخدام تكنولوجيا المعلومات اسهم في تحقيق الميزة التنافسية

للمصارف ؟ هل هناك اقبال من قبل الزبائن على الخدمات تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الميزة التنافسية ؟ ماهو اثر التغييرات التكنولوجية في الميزة التنافسية لهذه المصارف؟

حيث تم دراسة موضوع تكنولوجيا معلومات ودورها في تحقيق الميزة تنافسية في دراسات عديد من ضمن دراسات الميزة التنافسية وانعكاساتها على جودة الخدمات البنكية دراسات حاله بنك الفلاحه وتنمية الريفية ، هدفت هذه الدراسة الى قياس مستوى رضا الزبائن فيما يتعلق بجودة الخدمات البنكية المقدمة من طرف البنك التجاري .BADR وتوصلت الدراسة الى وجود تأثير للميزة التنافسية على وجود خدمات بنكية. [5]

تم دراسة موضوع جودة الخدمات المصرفية كآلية لتحقيق الميزة التنافسية للبنوك بحيث تبين الدراسة الى تنمية التوجه بالجودة في الخدمات المصرفية ببتغيتها العملاء ومنه التوصل الى تحقيق مرتكزات أساسية تشبع حاجاتهم وتحقق رغباتهم ، وتوصلت الى ان فهم وادراك توقعات واحتياجات العملاء من الأهمية في تحسين جودة الخدمة المصرفية . وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة طردية بين ابعاد جودة الخدمات المصرفية والميزة التنافسية. [12]

دراسة موضوع الدور الوسيط لجودة الخدمة المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية،تهدفت الدراسة الى اختبار علاقة وتأثير الاتصالات التسويقية وجودة الخدمة في تحقيق الميزة التنافسية في بعض المصارف التجارية في بغداد من وجهة نظر الزبائن ، من النتائج التي توصل اليها وجود تأثير معنوي للاتصالات التسويقية في الميزة التنافسية ويزداد هذا التأثير عند توسط الخدمة. [4] تم دراسة موضوع ادارته الجوده الشاملة وعلاقتها بالميزة التنافسية هدفت الدراسة الى التعرف على واقع ادارته الجوده الشاملة وعلاقتها بالميزة التنافسية ادارة الجوده الشاملة وعلاقتها بالميزة التنافسية هدفت الدراسة الى التعرف على واقع ادارته الجوده الشاملة في جامعة فلسطين كأحد مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية وعلاقه ذلك بمستوى تحقيق الجامعة للميزة التنافسية ، من خلال استقصاء آراء العاملين في كافة المستويات الادارية فيها[1]

2. أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من كونه يناقش واحدة من أهم القضايا المالية في هذا العصر الذي عمت فيه التكنولوجيا الحديثة في جميع جوانب الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وهي قضية تكنولوجيا معلومات التي تقدمها البنوك لعملائها ، واثار ذلك على القدرة التنافسية التي تتمتع بها هذه البنوك وكذلك لتحديد تكنولوجيا والتعرف على مدى اهتمام المسؤولين في البنوك على رفع القدرة التنافسية لجذب العملاء.

3. هدف البحث

يهدف محاولة تحديد مفهوم دقيق وواضح لكل من تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية وذلك من خلال تحليل العلاقة القائمة بين تطبيق تكنولوجيا المعلومات واكتساب الميزة التنافسية للمصارف الاهلية في تسليط الضوء على أهمية وضرورة تطبيق تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر معرفة وجهات نظر الإدارة والزبائن حول تكنولوجيا معلومات يقدمها المصرف واثرها على القدرة التنافسية وذلك وفقا للاختلاف في توضيح ابعاد تكنولوجيا معلومات وكذلك التعرف على اثارها في تحقيق الميزة التنافسية من خلال ابعاد التي تتناولها الجانب العملي والرجوع الى الدراسات واكتساب منها المعارف والعلوم المتعلقة بها.

4. الجانب النظري

1.4. تكنولوجيا المعلومات

اصبح لتكنولوجيا المعلومات قوة هائلة لتحسين حياة الافراد، وتعزيز النمو الاقتصادي، وخلق الفرص للأفراد والشركات والدول في جميع أنحاء العالم حيث نعيش في عصر اضطراب رقمي لا مثيل له، مع كميات هائلة من التغيير المعتمدة على التكنولوجيا والابتكارات الضخمة والتطور الكبير في طرق استخدام الافراد للتكنولوجيا. [9]

1.1.4. مفاهيم حول التكنولوجيا

لقد أصبحت التكنولوجيا تلعب دورا مهما في النهوض باقتصاديات الكثير من الدول . وتعريف التكنولوجيا على إنها : تطبيق الإجراءات المستمدة من البحث العلمي والخبرات العلمية لحل المشكلات الواقعية ، ولا تعني التكنولوجيا هنا الأدوات والمكانن فقط بل أنها الأسس النظرية والعلمية التي ترمي إلى تحسين الأداء البشري في الحركة التي تتناولها

ويمكن تعريفها من جهة التحليل الاقتصادي بأنها مجموعة المعارف والمهارات والخبرات الجديدة التي يمكن تحويلها إلى طرف إنتاج أو استعمالها في إنتاج سلع وخدمات وتسويقها وتوزيعها، أو استخدامها في توليد هياكل تنظيمية إنتاجية كذلك تعرف التكنولوجيا بأنها التطبيق المنهجي المنظم للعلوم والمعارف الاخرى في إطار عملي معين بهدف الوصول إلى

الحلول العلمية [11]

2.1.4. مفهوم تكنولوجيا المعلومات :-

يتضمن مفهوم تكنولوجيا المعلومات كل نظم و أدوات الحاسوب التي تتعامل مع إنسياق الرمزية المعقدة من المعرفة أو مع القدرات الإدراكية الذهنية و في حقول التعليم والذكاء، بذلك تشكل تكنولوجيا المعلومات مظلة شاملة لكل علاقات التكنولوجيا بمعطيات الفكر الإنساني .و من هذا نجد عدة تعاريف لتكنولوجيا المعلومات نذكر منها:

يعرف روجر كارتر تكنولوجيا المعلومات بأنها : "الأنشطة والأدوات المستخدمة لتلقي، تخزين، تحليل، تواصل المعلومات في كل أشكالها، تطبيقها لكل جوانب حياتنا شاملة، المكتب، المصنع و المنزل . ويميز روجر كارتر بين ثلاث جوانب رئيسية لتكنولوجيا المعلومات [10]

الجانب الأول : تكنولوجيا تسجيل البيانات وتخزينها،

الجانب الثاني : تكنولوجيا تحليل البيانات،

الجانب الثالث : تكنولوجيا توصيل البيانات (الاتصال).

وتعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها : "خليط من أجهزة الكمبيوتر و وسائل الاتصال ابتداء من الألياف الضوئية إلى الأقمار الصناعية و التقنيات المصغرات و الفلمية و الاستنساخ، تمثل مجموعة كبيرة من الاختراعات الذي يستخدم المعلومات خارج العقل البشري.

وتعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها "القاعدة الأساسية التي تبني في ضوءها المنظمات الإدارية و المنشآت ميزتها التنافسية". و عرف (Haag et peter) تكنولوجيا المعلومات بأنها : "مجموعة من الأدوات التي تساعد مستخدميها على التعامل بالمعلومات و بإنجاز العمليات أو الأنشطة ذات العلاقة بمعالجة المعلومات."

ومن خلال هذه التعريفات يتضح لنا أن تكنولوجيا المعلومات تتمثل في مختلف الوظائف من تجميع للبيانات وتحليلها وتخزينها و إسترجاع المعلومات و ذلك عن طريق التكامل بين الآلات الإلكترونية و نظم الإتصالات الحديثة.

3.1.4. خصائص تكنولوجيا المعلومات

تتميز تكنولوجيا المعلومات بمجموعة من الخصائص أهمها:

- أ- **تقليص الوقت** : فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن الإلكترونية متجاورة، مثال على ذلك شبكة الانترنت التي تسمح لكل واحد منها بالحصول على ما يلزمه من معلومات و معطيات في وقت قصير مهما كان موقعه الجغرافي .
- ب- **رفع الإنتاجية** : تعمل تكنولوجيا المعلومات على رفع الإنتاجية حين يتم إستعمالها بشكل جيد و فعال .
- ت- **المرونة** : تعددت إستعمالات تكنولوجيا المعلومات لتعدد إحتياجاتنا لها، أبسط مثال على ذلك الحاسوب الذي نستعمله في حياتنا اليومية والعملية، فهو أداة للكتابة والقيام بمختلف العمليات المعقدة مثل الإتصال عن البعد أو القرب الخ.
- ث- **التنمية** : Iaminiaturisation ويقصد بها الأسرع و الأصغر و الأقل تكلفة و هي من أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات فهي تتميز بالتحسن الدائم في سرعتها وسعة ذاكرتها. [10]

4.1.4. مزايا تكنولوجيا المعلومات :-

ان استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات أدى إلى تحقيق العديد من المزايا لتلك المنظمات، وتتمثل أهم المزايا الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات في منظمات الاعمال في :

1. **زيادة الارباح والمبيعات** :- حيث تعمل تكنولوجيا المعلومات على زيادة المبيعات من خلال مساعدتها للمنظمة في إشباع حاجات ورغبات المستهلكين و يترتب على زيادة المبيعات تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف والذي يتحقق أيضاً باستخدام تكنولوجيا المعلومات .
2. **الحصول على مزايا تنافسية** :- حيث تستخدم العديد من المنظمات تكنولوجيا المعلومات ووصفها في البيئة التنافسية والحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المنظمات بالمنافسة بصورة أكثر فعالية .
3. **تخفيض التكاليف** :- يمكن القول بأن تخفيض التكاليف يُعد من أهم الفوائد الناتجة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات فالمنظمات تقوم بأداء الاعمال والمهام ألياً لتخفيض التكاليف.
4. **تحسين الجودة** :- أحد أهم أسباب استخدام تكنولوجيا المعلومات تحسين مستوى جودة المخرجات والتصميم بمساعدة الحاسب الالي ([7]

5.1.4. مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات :

أ- المستلزمات المادية (الأجهزة و المعدات)

ب- البرمجيات

ت- التطبيقات

ث- الموارد البشرية

ج- الاتصالات [7]

2.4. الميزة التنافسية:

يشير مفهوم الميزة التنافسية الى قدرة الشركة على صياغة وتطبيق استراتيجيات تلتقي تجعلها في مركز افضل بالنسبة للشركات الاخره العامله في نفس النشاط وتحقق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الافضل للامكانيات والموارد الفنيه والمالية والماديه والتنظيمية بالاضافة الى القدرات والكفاءة والمعرفة وغيرها من الامكانيات التي تتمتع بها الشركة.

1-2-4 مفاهيم حول الميزة التنافسية

تنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع. [14] وتعرف كذلك هي تنفيذ استراتيجيه خاله للقيمة غير مقلده في الماضي والتي ليس بالامكان تقليدها بالمستقبل القريب من قبل اي المنافسين الحاليين او المحتملين و عندما تكون المنظمات الاخرى غير قادرة على تكرار فوائد الاستراتيجيه اي انها الموقف الفريد الذي تتطور به المنطه في سوق العمل. [15] وتعرف استراتيجيه التنافس على أنها مجموعة متكاملة من التصرفات التي تؤدي إلى تحقيق ميزة متواصلة

ومستمرة عن المنافسين، وهذه الاستراتيجية تتحدد من خلال ثلاث مكونات رئيسية، وهي: طريقة التنافس، حلبة التنافس وأساس التنافس.

2-4-2 استراتيجيات الميزة التنافسية في البنوك

يندرج تحت عنصر الميزة التنافسية ثلاثة محاور رئيسية هي التكلفة الجودة والسعر والتي توافق ثلاثة استراتيجيات إستراتيجية القيادة بالتكلفة، إستراتيجية التمايز وإستراتيجية التركيز. ان اختيار الإستراتيجية الملائمة لا يتوقف على محور الميزة التنافسية ولكن يتوقف على الهدف الإستراتيجي للبنك بالنسبة لنطاق السوق، حيث يمكن للبنك أن يستهدف السوق كله كما يمكن أن يستهدف قطاع معين منه، ويمكن الربط بين محاور الميزة التنافسية والسوق المستهدفة كما هو موضح في الشكل الموالي بهدف عرض البدائل الإستراتيجية المتاحة أمام البنوك، [5]

3-4 انواع الميزة التنافسية وخصائصها

وهناك نوعين اساسيين:

1- **التكلفة الأقل** : وتعني قدرة المنظمة على تنظيم، تصنيع، وتسويق المنتج بأقل تكلفة بالمقارنة مع المنظمة المنافسة وبما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر وذلك من شأنه أن يمكن المنظمة من امتلاك ما سماه بورتر " بإستراتيجية السيطرة الشاملة عن طريق التكلفة المنخفضة. فنقول عن المنظمة أنها تحوز على ميزة التكلفة الأقل إذا كانت تكاليف التراكم بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيرتها لدى المنافس. [2,6]

2- **تميز المنتج** : وتعني قدرة المنظمة على تقديم منتج متميز وفريد وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك مما يجعله يتعلق بالمنتج. فتتميز المنظمة على منافسيها في حالة توصلها إلى الحيازة على خاصية فريدة والتي يعطيها العملاء قيمة هامة. ولكي تتجح المنظمة في تمييزها عليها أن تحقق الشروط التالية

1-3-3 من أهم خصائص الميزة التنافسية ما يلي:

1. أن تكون مستمرة ومستدامة بمعنى أن تحقق المؤسسة سبق على المدى الطويل وليس على المدى القصير فقط .
2. إن الميزات التنافسية تتسم بالنسبة مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة هذه الصفة تجعل فهم الميزات في إطار مطلق صعب التحقيق.

3. أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة وقدرات وموارد المؤسسة الداخلية من جهة أخرى.

4. أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزة تنافسية بأخرى بسهولة، ويسير وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة البيئة الخارجية أو تطور موارد وقدرات المؤسسة من جهة أخرى.

5. أن يتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع أهدافه والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها في المدى القصير والبعيد. [6]

4-4 القدرات التي تشكل منها الميزة التنافسية للبنك و معاييرها:

إن القدرات التنافسية المتاحة للمصرف هي عديدة وذلك لكي يحاول تحقيق التميز على منافسيه والأمر الذي يخلق ميزة تنافسية للمصرف ، هي :

1. **قدرة معلوماتية** : تتمثل في أنظمة المعلومات و الاتصال الفعالة، ورصيد المعرفة المتاح حول كل من متغيرات السوق وعناصر نظام الأعمال.

2. **قدرة إنتاجية** : القدرات الإنتاجية والأنظمة والمقدرات البحثية والتطويرية التي تستطيع انتاج خدمات متميزة.

3. **قدرات تمويلية** : أي توفر الموارد المالية المناسبة والتي تعتبر من الميز التنافسية.

4. **قدرة تنظيمية** : التنظيم الهيكلي المرن المنفتح على البيئة والذي يساعد على الاتصال وسهولة تدفق المعلومات.

5. **قدرة بشرية** : أي توفر الموارد البشرية المتحمسة والمدربة والمؤهلة والتي تملك الطاقات الذهنية المبدعة والرغبة في مشاركة جميع الأطراف.

6. **قدرة تسويقية** : إمكانيات وأساليب الاتصال بالسوق والسعي للوصول إلى العملاء لإيصال الخدمات إليهم وفق متطلباتهم وبحسب توقعاتهم .

وجدير بالذكر أن للقدرة التنافسية شقين أساسيين ، قدرة التميز على المنافسين و قدرة استقطاب عملاء جدد بطرق فعالة و مجدية من خلال اساليب علمية حديثة كجودة تصميم الخدمة ، حيث لا بد من تسليط الضوء حول أن نجاح أي شق مرتبط ارتباط وثيق بتحقيق أو نجاح الشق الثاني، حيث أن النجاح في كلا الشقين يؤدي إلى كسب رضا العميل و السيطرة على الاسواق من خلال تقديم منفعة أعلى و جودة عالية للعميل مما يسهل كسب ولاء العميل . (يارا فؤاد مصطفى،2021). [3, 13]

5-4 معايير القدرة التنافسية أهمها

1. مدى تبني مفهوم إدارة الجودة الشاملة وأسلوبها.

2. التركيز على تدريب العاملين و الاهتمام به

3. الاهتمام ببحوث تطوير الخدمات المصرفية.

4. استلهاج حاجات و رغبات الزبائن، أي وجود توجه تسويقي والسعي المستمر لتلبية حاجات الزبائن والتكيف مع متغيراتها.

5. مدى زرع وتنمية روح الفريق الواحد على مختلف مستويات المصرف.

6. مدى توفر العمالة المصرفية المؤهلة.

7. الاستخدام الفعال للأدوات التكنولوجية الحديثة.

8. الحصة السوقية للبنك. [13]

5. الجانب التطبيقي

يتضمن عرض ومناقشة النتائج التي تم الوصول اليها عن طريق البرنامج الاحصائي SPSS وتفسيرها بموجب اجابات افراد عينة البحث واختبار الفرضيات من خلال اختبار علاقة الارتباط والتأثير بين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (الميزة التنافسية)، ومن ثم استخدام اسلوب التحليل الكمي للاسئلة المتعلقة بمتغيرات البحث، حيث تم التنفيذ الجانب التطبيقي للبحث، اذ تمثل المجتمع بعض المصارف الاهلية و تم اختبار عينة عشوائية مكونة من (70) فردا من الموظفين والزبائن في المصرف .

1.5. عرض النتائج ومناقشتها:**1.1.5. البيانات الشخصية:**

تتضمن هذه الفقرة عرض وتحليل البيانات الشخصية لعينة البحث:

الجدول (1) البيانات الشخصية

الجنس		
Percent	Frequency	التفاصيل
%46	32	ذكر
%54	38	انثى
100%	70	المجموع

من خلال جدول (1) يتضح لنا أن هناك إختلاف في النسب المئوية بين نوع الجنسين للمجتمع البحث، حيث يتضح أن أعلى نسبة من المستجوبين من فئة الاناث بنسبة %54 في المرتبة الاولى، في حين أن نسبة الذكور جاءت في المرتبة الثانية بنسبة %46 من الافراد المستجوبين.

الجدول (2) توزيع افراد العينة حسب العمر

العمر		
Percent	Frequency	التفاصيل
%31	22	من 20 الى 30
%36	25	من 30 الى 40
%29	20	من 40 الى 50
%4	3	50 فأكثر
010%	70	المجموع

من خلال جدول (2) يتضح بأن أكثر الاجابات كانت من قبل الموظفين الذين اعمارهم من 30 الى 40 وبعدهم (25) موظف/ة

الجدول (3) توزيع افراد العينة حسب سنوات الخدمة

سنوات الخدمة		
Percent	Frequency	الاختصاصات
%29	20	اقل من 7 سنوات
%33	23	من 7 الى 12 سنة
%27	19	من 12 الى 20 سنة
%11	8	من 20 سنة فأكثر
100%	40	المجموع

من خلال جدول (3) يتضح بأن أكثر الاجابات كانت من قبل الموظفين الذين خدمتهم الوظيفية من 7 الى 12 سنوات وبعدهم (23) موظف/ة.

2.1.5. وصف وتشخيص متغيرات البحث

أولاً : الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة الخاص بتكنولوجيا المعلومات .

الجدول (4) : وصف وتشخيص اراء عينة البحث للمتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات)

الاهمية النسبية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا وافي بشدة	لا وافي	محايد	وافي	وافي بشدة	الفقرة
الاجهزة والمعدات									
قوية	%89	0.65	4.43	0	0	6	28	36	1
قوية	%85	0.711	4.24	0	1	8	34	27	2
قوية جداً	%90	0.697	4.5	0	0	8	19	43	3
قوية	%87	0.765	4.37	0	0	12	20	38	4
قوية	%83	0.715	4.16	0	0	13	33	24	5
البرمجيات									
قوية	%85	0.783	4.23	0	0	15	24	31	1

قوية جداً	89%	0.697	4.49	0	0	8	20	42	2
قوية	84%	0.562	4.21	0	0	5	45	20	3
قوية	86%	0.649	4.31	0	0	7	34	29	4
قوية	83%	0.644	4.19	0	0	9	39	22	5
التطبيقات									
قوية	85%	0.7	4.27	0	0	10	31	29	1
قوية	84%	0.628	4.2	0	0	8	40	22	2
قوية	87%	0.657	4.34	0	0	7	32	31	3
قوية	81%	0.55	4.04	0	0	9	49	12	4
الموارد البشرية									
قوية	89%	0.693	4.43	0	0	8	24	38	1
قوية	87%	0.682	4.36	0	0	8	29	33	2
قوية	87%	0.641	4.37	0	0	6	32	32	3
قوية	87%	0.66	4.36	0	0	7	31	32	4
قوية	87%	0.611	4.34	0	0	8	33	29	5
الاتصالات									
قوية	86%	670.6	304.	0	0	6	29	35	1
قوية	88%	6480.	414.	0	0	6	46	18	2
قوية جداً	83%	5640.	174.	0	0	7	22	41	3
جيدة	89%	6760.	494.	0	0	5	36	29	4

تشير نتائج جدول (4) ان جميع فقرات ابعاد تكنولوجيا المعلومات تميزت بدرجات استجابة وتأييد قوية من قبل عينة البحث نتيجة لوقوع قيم الاوساط الحسابية لتلك الفقرات ضمن المدى (4.0-4.5) , فضلا عن التقارب في قيم الوسط الحسابي لتلك الفقرات, اذ كانت جميع تلك الفقرات متقاربة بقيمة وسطها الحسابي، يظهر الجدول (4) التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكافة فقرات ابعاد تكنولوجيا المعلومات ، اما على مستوى الابعاد حيث جاءت الابعاد على وفق الاتي :

1. جاء بعد الاجهزة والمعدات اولا هو الاكثر تجانسا من حيث اجابات المبحوثين اذ حصل على وسط حسابي قدره 4.34 وانحراف معياري قدره 0.390. واما على مستوى فقرات هذا البعد فقد جاءت الفقرة الثالثة منه والتي هي (تجري المصارف تحسينات على خدماتها باعتماد الاجهزة والمعدات) هي الاكثر تجانسا حيث حصل على متوسط حسابي قدره 4.5 وانحراف معياري قدره 0.697 وان اتجاه هذه الفقرة هو قوية جداً.
2. وجاء بعد البرمجيات ثانيا اذ حصل على وسط حسابي قدره 4.28 وانحراف معياري قدره 0.389 وان اتجاه هذا البعد هو قوية ، اما على مستوى فقرات هذا البعد فقد جاءت الفقرة الثانية والتي هي (تمكن البرمجيات من تقديم افضل خدمة مصرفية) وهي الاكثر تجانسا حيث حصلت على متوسط حسابي قدره 4.49 وانحراف معياري قدره 0.697 ، وان اتجاه هذه الفقرة هو قوية جداً.
3. جاء بعد التطبيقات ثالثا اذ حصل على وسط حسابي قدره 4.21 وانحراف معياري قدره 0.460 ، اما على مستوى فقرات هذا البعد فقد جاءت الفقرة الثالثة والتي هي (الحصول على المعلومات المطلوبة من قبل الزبائن باقل جهد ووقت) هي الاكثر تجانسا حيث حصلت على متوسط حسابي قدره 0.434 وانحراف معياري قدره 0.657، وان اتجاه هذه الفقرة هو قوية .
4. جاء بعد الموارد البشرية رابعا اذ حصل على وسط حسابي قدره 4.37 وانحراف معياري قدره 0.450 اما على مستوى فقرات هذا البعد فقد جاءت الفقرة الاولى والتي هي (تمتلك الادارة العليا للمصارف المهارات والخبرات اللازمة للتعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) حيث حصلت على متوسط حسابي قدره 4.43 وانحراف معياري قدره 0.693، وان اتجاه هذه الفقرة هو قوية .
5. جاء بعد الاتصالات خامسا اذ حصل على وسط حسابي قدره 4.34 وانحراف معياري قدره 0.448 ، اما على مستوى الفقرات فقد جاءت الفقرة الرابعة والتي هي (استخدام وسائل الاتصالات متميزة لتقديم الخدمات المصرفية) حيث كانت الاكثر تجانسا وحصلت على متوسط حسابي قدره 4.49 وانحراف معياري قدره 0.676 ، وان اتجاه هذه الفقرة هو قوية .

ثانيا : الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة الخاص بالميزة التنافسية تتضمن هذه الفقرة عرض وتحليل استجابات افراد عينة البحث حول المتغير التابع وبالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي، والذي يتمثل بالفقرات الاتية:-

الجدول (5) وصف وتشخيص اراء عينة البحث للمتغير التابع (الميزة التنافسية)

الفقرة	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق بشدة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاهمية النسبية
1	18	31	21	0	3.96	0.751	79%	قوية
2	30	28	12	0	4.26	0.736	85%	قوية
3	35	29	6	0	4.41	0.648	88%	قوية
4	18	46	6	0	4.17	0.564	83%	قوية
5	12	49	9	0	4.04	0.55	81%	قوية
6	29	33	8	0	4.3	0.667	86%	قوية
7	35	27	8	0	4.39	0.687	88%	قوية
8	15	40	15	0	4	0.659	80%	قوية
9	27	34	9	0	4.26	0.674	85%	قوية
10	22	39	9	0	4.19	0.644	84%	قوية
11	29	31	10	0	4.27	0.7	85%	قوية
12	37	28	5	0	4.46	0.63	89%	قوية

اتضح من الجدول (5) ان جميع فقرات هذا البعد تميزت بدرجات استجابة وتأييد قوية من قبل عينة البحث في (المصارف الاهلية) نتيجة لوقوع قيم الاوساط الحسابية لتلك الفقرات ضمن المدى (3.96-4.5) , فضلا عن التقارب في قيم الوسط الحسابي لتلك الفقرات, اذ كانت جميع تلك الفقرات متقاربة بقيمة وسطها الحسابي , قيمة الوسط الفرضي والبالغة (3) على مساحة القياس كما يظهر الجدول (5) التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكافة فقرات بعد دور الميزة التنافسية , فكانت اعلى الفقرات من حيث قيمة الوسط الحسابي الفقرة (12) والتي تنص على (تلبية الطلبات السريعة للزبائن يسهم في تحقيق الميزة التنافسية للمصرف) , بوسط حسابي بلغ (4.46) والتي تشير الى درجة تأييد قوية, وبلغت قيمة الانحراف المعياري لها (0.63) , والذي يشير الى تشتت ملحوظ نوعا ما في اجابات المبحوثين في العينة المدروسة, اذ اعطت هذه النتيجة مؤشرا على .

اما ادنى العبارات من حيث قيمة الوسط الحسابي فكانت للفقرة (1) التي مفادها (الخدمات التي يقدمها المصرف تعتبر مميزة) فكان وسطها الحسابي مساويا الى (3.96) وهي تشير الى تأييد ذي شدة عالية ايضا من قبل المبحوثين تجاه هذه الفقرة كما كانت قيمة الانحراف المعياري لتلك الفقرة قد بلغت (0.751) والتي تشير الى تذبذب وتشتت ملحوظ في اجابات المبحوثين .

3.1.5. اختبار علاقة الارتباط والتأثير بين المتغير المستقل وبين المتغير التابع .

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ابعاد تكنولوجيا المعلومات وبين الميزة التنافسية حيث تبين ان هناك علاقة (ارتباط) ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات بشكل عام والميزة التنافسية لعينة البحث بمقدار (85%).

اولا:- تحليل علاقة الارتباط لمتغيرات البحث من وجهة نظر عينة البحث

لغرض التحقق من صحة الفرضية والفرضيات الفرعية منها, قام الباحثون بأختبارات اعتمدت على معامل الارتباط (Spearman) للتعرف على مدى وجود علاقة ارتباط معنوية بين متغيرات البحث على وفق فرضيات البحث. تم استخدام مصفوفة (Spearman) للتعرف على مدى وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات وبين الميزة التنافسية. ومن خلال اختبار العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية (B) يتبين وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية بصورة عامة, ومنه يتضح وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية مقدارها (0.846) بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية من وجهة نظر عينة البحث. وكما هو موضحا في الجدول (6).

الجدول (6) مصفوفة ارتباط Spearman من وجهة نظر عينة البحث

تكنولوجيا المعلومات	B ₅	B ₄	B ₃	B ₂	B ₁	B
الميزة التنافسية	807.0	651.0	0.741	619.0	246.0	846.0

يعكس الجدول (6) علاقة الارتباط بين ابعاد تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية بشكل عام , ومنه يتضح وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بعد الاجهزة والمعدات (B1) والميزة التنافسية , وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الأولى من وجهة نظر عينة البحث , ويعكس الجدول (6) علاقة الارتباط بين بعد البرمجيات (B2) والميزة التنافسية , ومنه يتضح وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين البرمجيات والميزة التنافسية , وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الثانية من وجهة نظر عينة البحث , يعكس الجدول علاقة الارتباط بين بعد التطبيقات (B3) و الميزة التنافسية , وكذلك يتضح وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التطبيقات والميزة التنافسية , وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الثالثة من وجهة نظر عينة البحث . يعكس الجدول علاقة الارتباط بعد الموارد البشرية (B4) والميزة التنافسية , ومنه يتضح وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الموارد البشرية والميزة التنافسية , وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الرابعة من وجهة نظر عينة البحث وكذلك يعكس الجدول علاقة الارتباط بعد الاتصالات (B5) ,

والميزة التنافسية ، ومنه يتضح وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاتصالات والميزة التنافسية ، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الخامسة من وجهة نظر عينة البحث.

ثانياً- تحليل علاقة الأثر لمتغيرات البحث من وجهة نظر عينة البحث

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية (توجد علاقة ائردو دلالة احصائية بين ابعاد تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية) تحليل مستويات تأثير متغيرات البحث :

أ- أثر ابعاد تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية بشكل عام

الجدول (7): تأثير تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية بشكل عام

الميزة التنافسية						المتغيرات
R	R ²	F		B		
		F	Sign	B	Sign	
من وجهة نظر عينة البحث						
0.866	0.750	203.494	0.000	0.759	0.000	جودة الخدمات المصرفية(التعاطف)

يتضح من الجدول (7) أن ابعاد تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل ذو أثر يحتوي على دلالة معنوية على الميزة التنافسية كمتغير تابع كما يوضحها اختبار (F)، إذ كانت قيمته (203.494)،

وعلماً أن معامل التحديد (R²) قد كانت قيمته (0.750) ومعامل الانحدار (B) قد كانت قيمته (0.759) وعند مستوى معنوية (0.000) اقل من (0.05) وهذا يعني أن ابعاد تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل يشرح ويفسر (86%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، وهذا يعني أن (14%) من المتغيرات تعود لمتغيرات أخرى غير ظاهرة في نموذج البحث من وجهة نظر عينة البحث، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على " توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين ابعاد تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية".

الجدول (8): تأثير ابعاد تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية في المصارف

الميزة التنافسية					المتغير المعتمد
Sig	β	R ²	R	F	
.0002	.379	.127	.356	9.875	المتغير المستقل الاجهزة والمعدات
.0000	.679	.408	.639	46.940	البرمجيات
.0000	.970	.594	.771	99.578	التطبيقات
.0000	.870	.499	.707	67.817	الموارد البشرية
.0000	.986	.647	.804	124.547	الاتصالات

ب. أثر كل بعد من ابعاد تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية

1. يتضح من الجدول (8) أن بعد الاجهزة والمعدات كمتغير مستقل ذو أثر يحتوي على دلالة معنوية على الميزة التنافسية كمتغير تابع كما يوضحها اختبار (F)، إذ كانت قيمته (9.875)، وعلماً أن معامل التحديد (R²) قد كانت قيمته (0.127) ومعامل الانحدار (B) قد كانت قيمته (0.379) وعند مستوى معنوية (0.002) اقل من (0.05) وهذا يعني أن ابعاد تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل يشرح ويفسر (12%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، وهذا يعني أن (88%) من المتغيرات تعود لمتغيرات أخرى غير ظاهرة في نموذج البحث من وجهة نظر عينة البحث، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على " توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين بعد الاجهزة والمعدات والميزة التنافسية".

2. يتضح من الجدول (8) أن بعد البرمجيات كمتغير مستقل ذو أثر يحتوي على دلالة معنوية على الميزة التنافسية كمتغير تابع كما يوضحها اختبار (F)، إذ كانت قيمته (46.940)، وعلماً أن معامل التحديد (R²) قد كانت قيمته (0.408) ومعامل الانحدار (B) قد كانت قيمته (0.679) وعند مستوى معنوية (0.000) اقل من (0.05) وهذا يعني أن ابعاد تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل يشرح ويفسر (40%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، وهذا يعني أن (60%) من المتغيرات تعود لمتغيرات أخرى غير ظاهرة في نموذج البحث من وجهة نظر عينة البحث، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على " توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين بعد البرمجيات والميزة التنافسية".

3- يتضح من الجدول (8) أن بعد التطبيقات كمتغير مستقل ذو أثر يحتوي على دلالة معنوية على الميزة التنافسية كمتغير تابع كما يوضحها اختبار (F)، إذ كانت قيمته (99.578)، وعلماً أن معامل التحديد (R²) قد كانت قيمته (0.594) ومعامل الانحدار (B) قد كانت قيمته (0.970) وعند مستوى معنوية (0.000) اقل من (0.05) وهذا يعني أن ابعاد تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل يشرح ويفسر (59%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، وهذا يعني أن (41%) من المتغيرات تعود لمتغيرات أخرى غير ظاهرة في نموذج البحث من وجهة نظر عينة البحث، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على " توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين بعد التطبيقات والميزة التنافسية".

- 4- يتضح من الجدول (8) أن بعد الموارد البشرية كمتغير مستقل ذو أثر يحتوي على دلالة معنوية على الميزة التنافسية كمتغير تابع كما يوضحها اختبار (F)، إذ كانت قيمته (67.817)، وعلماً أن معامل التحديد (R^2) قد كانت قيمته (0.499) ومعامل الانحدار (B) قد كانت قيمته (0.707) وعند مستوى معنوية (0.000) أقل من (0.05) وهذا يعني أن ابعاد تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل يشرح ويفسر (49%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، وهذا يعني أن (51%) من المتغيرات تعود لمتغيرات أخرى غير ظاهرة في أنموذج البحث من وجهة نظر عينة البحث، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على " توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين بعد الموارد البشرية والميزة التنافسية".
- 5- يتضح من الجدول (8) أن بعد الاتصالات كمتغير مستقل ذو أثر يحتوي على دلالة معنوية على الميزة التنافسية كمتغير تابع كما يوضحها اختبار (F)، إذ كانت قيمته (124.547)، وعلماً أن معامل التحديد (R^2) قد كانت قيمته (0.647) ومعامل الانحدار (B) قد كانت قيمته (0.986) وعند مستوى معنوية (0.000) أقل من (0.05) وهذا يعني أن ابعاد تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل يشرح ويفسر (65%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، وهذا يعني أن (35%) من المتغيرات تعود لمتغيرات أخرى غير ظاهرة في أنموذج البحث من وجهة نظر عينة البحث، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على " توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين بعد الاتصالات والميزة التنافسية".
- بعد تحليل بيانات المحاور الاستبائية باستخدام البرنامج الاحصائي spss- تبين لنا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل من جهة والميزة التنافسية كمتغير تابع من جهة أخرى، حيث أن هناك ارتباط ذاتي موجب بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية، وهذا كافي لتأكيد وتفسير العلاقة بين المتغير المستقل والتابع. كما تبين من خلال احتساب معادلة الانحدار الخطي بسيط وجود أثر جوهري ذو دلالة معنوية بين متغيرات الدراسة والمتمثلة أساساً في تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية في المجتمع المدروس .

6. الاستنتاجات

1. اوضحت الدراسة ان العينة المبحوثة تطبق ابعاد تكنولوجيا المعلومات بدرجة كافية.
2. تبين عند تطبيق ابعاد تكنولوجيا المعلومات في المصارف محل الدراسة ان الاهمية النسبية كانت بدرجة قوية.
3. اظهرت النتائج ان تطبيق الافكار والابداعات جديدة تؤدي إلى تحسين المنتجات والخدمات المقدمة للزبائن .
4. اظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط معنوية بين ابعاد تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية.
5. اظهرت النتائج وجود علاقة تأثير معنوية بين ابعاد تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية.
6. استخدام التكنولوجيا تؤدي الى تحقيق الميزة التنافسية فهي أسلوب فعال تستعملها المصارف كوسيلة للتمييز بين خدماته عن منافسيه.

7. التوصيات

1. العمل على تنويع الاتصالات وذلك من خلال دراسة السوق المصرفية وتحديد رغباتهم واحتياجاتهم وإدخال المزيد من المنتجات المصرفية الحديثة .
2. عطاء إهتمام أكبر للجوانب المادية الملموسة كونها تساهم في صورة حسنة للمصرف وزيادة الميزة له.
3. توعية ادارات المصارف والعاملين فيها بمزايا التكنولوجيا والعمل على ان تكون الهدف والغرض الرئيس لاي مصرف
4. اقامة المزيد من الدورات التدريبية والتطويرية للعاملين في المصارف بهدف رفع كفاءتهم وتطوير قدراتهم وتعريفهم بالوسائل التكنولوجية المتطورة واهمية تحديد الكلف وتبويبها حسب فئاتها وقياسها.
5. اعتماد التكنولوجيا الحديثه في العمل المصرفي ومواكبة التطورات لالارتقاء بنوعيه الخدمات التي يقدمها المصرف من حيث السرعة والدقه وتقديمها للزبون بالوقت المحدد.
6. اعتماد نظام التقييم الالكتروني لتقييم الخدمات المقدمة للزبائن من قبل المصارف محل الدراسة .

المصادر

- [1] إسماعيل صبحي , كحيل, 2016 " بعنوان اداره الجوده الشاملة وعلاقتها بالميزة التنافسية ,ماجستير ,أطروحة كلية التربية ,جامعة الازهر فلسطين –غزه.
- [2] امل جواد كاظم, "اثر القيادة في تحقيق الميزة التنافسية",مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية, 2017العدد 50 ، ص457-484
- [3] باسم أحمد المبيضين, 2011"العلاقات العامة واثرها في تحقيق القدرات التنافسية"، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع وجامعة القاهرة-مصر.
- [4] ثامر فارس عبدالله, 2017" دور جودة الخدمة المصرفية في تحقيق لميزة التنافسية ",دكتوراه, أطروحة الخرطوم السودان
- [5] حامدي أحمد, 2019"الميزة التنافسية للبنوك وانعكاساتها على جودة الخدمات البنكية ", ماجستير اطروحة, قسم علوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ,جامعة احمد دراية, جزائر
- [6] خليل ناجم محمود ابراهيم, 2016"اثر استراتيجيات الموارد البشرية في الميزة التنافسية", ماجستير, اطروحة في ادارة الاعمال ,جامعة ال البيت ,الأردن.

- [7] أ سعاد شراير ، أ علي حميدوش ، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين مستوى الخدمات الصحية"، مجلة الاقتصاد الجديد العدد 16 ، المجلد 1 ، 2017 ، ص 292 .
- [8] سمية فجحي، 2017 "أثر التسويق المصرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك دراسة حالة وكالة القرض الشعبي الجزائري رقم 335"، ماجستير أطروحة ، علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة ام البواقي الجزائر،
- [9] ضيف الله نسيمه، 2017 "استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية دراسة عينة من الجامعات الجزائرية". دكتوراة ، أطروحة، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر
- [10] معموري صورية، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وواقعها في الجزائر". مجلة الريادة لإقتصاديات الاعمال، Volume 7، (2018-01-15) ص 170-186 ،
- [11] مغتات العربي، 2018 "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات الصحية بالمؤسسات العمومية الاستشفائية"، ماجستير، أطروحة، قسم علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير جامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر
- [12] نصيرة سامي ، 2019 "جودة الخدمات المصرفية كالية لتحقيق الميزة التنافسية للبنوك" ، ماجستير. أطروحة ، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد بو ضياف مسلية، جمهورية الجزائر العربية.
- [13] يارا فؤاد مصطفى 2021، "التسويق المصرفي ودوره في خلق الميزة التنافسية في البنوك التجارية السورية ماجستير، أطروحة، كلية إدارة الأعمال، جامعة المنارة.
- [14] Porter, M. E. (2011). Competitive advantage of nations: creating and sustaining superior performance. Simon and Schuster.
- [15] Yahiya Al-Khasawneh , The Role of the Quality of Banking Services and Their Impact on Improving the Competitive Advantage for the Islamic Banks An Empirical Study of the Islamic Banks Operating in Jordan. Journal of Business and Management. Vol.7, No.9, 2015. (Paper) ISSN 2222-2839 (Online).



**Journal of Administration
& Economics**

**Mustansiriyah
University**

**College of
Administration &
Economics**

P-ISSN: 1813 - 6729

E- ISSN: 2707-1359

**The impact of information technology in enhancing competitive advantage - a
survey study in some private banks**

Hadeel Sadiq Ahmed

Electrical Engineering Technical college, Middle Technical University , Baghdad, Iraq

Email: hadeel_sadiq@mtu.edu.iq, ORCID:\

Wafaa Ayoub Kissara

Technical College of Management, Middle Technical University , Baghdad, Iraq

Email: wafaaa@mtu.edu.iq, ORCID:\

Article Information

Article History:

Received: 22 / 2 / 2024

Accepted: 30 / 5 / 2024

Available Online: 22 / 7 / 2024

Page no : 99 – 109

Keywords:

Competitive advantage ,
information technology , simple
linear regression , correlation
coefficient .

Correspondence:

Researcher name:

Hadeel Sadiq Ahmed

Email: hadeel_sadiq@mtu.edu.iq

Abstract

This research aims to identify the impact of information technology on achieving competitive advantage. The study population consisted of 70 questionnaires, and the variables were coded and entered into the SPSS statistical program to analyze the research data under study. It was found that there is a correlation between information technology and competitive advantage, as the dimensions of information technology significantly affect competitive advantage. The study sample was from some private banks in the Baghdad Governorate. The study concluded that information technology is influential and essential in improving competitive advantage. The research reached a set of recommendations, including diversifying information technology by studying the market, identifying customers' wants and needs, and keeping pace with technological development in the banking field.