



جامعة حلب
كلية الاقتصاد
قسم إدارة الأعمال

فاعلية نظم المعلومات المالية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية

(بالتطبيق على عينة مختارة من المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية)

بحث مقدم

لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

إعداد الطالب:

جمعة عبد المجيد أماني



جامعة حلب
كلية الاقتصاد
قسم إدارة الأعمال

فاعلية نظم المعلومات المالية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية

(بالتطبيق على عينة مختارة المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية)

بحث مقدم

لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

إعداد الطالب:

جمعة عبد المجيد أماني

إشراف:

د. عمر إسماعيل

مدرس في قسم إدارة الأعمال

كلية الاقتصاد - جامعة حلب

د. سليمان علي

مدرس في قسم التسويق

كلية الاقتصاد - جامعة حلب

٢٠١٣. ١٤٣٤ هـ - ٢٠١٣ م



جامعة حلب
كلية الاقتصاد
قسم إدارة الأعمال

فاعلية نظم المعلومات المالية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية

(بالتطبيق على عينة مختارة المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية)

إعداد الطالب:

جمعة عبد المجيد أماني

إشرافه:

د. عمر إسماعيل

مدرس في قسم إدارة الأعمال

كلية الاقتصاد - جامعة حلب

د. سليمان علي

مدرس في قسم التسويق

كلية الاقتصاد - جامعة حلب

قُدِّمَت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

كلية الاقتصاد - جامعة حلب

٢٠١٣. ١٤٣٤ هـ - ٢٠١٣ م



تصريح

أصرح بأن هذا البحث (فاعلية نظم المعلومات المالية و أثرها في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على عينة مختارة من المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية) لم يسبق أن قُبل للحصول على أية شهادة و لا هو مقدم حالياً للحصول على شهادة أخرى

المرشح

جمعة أماني

شهادة

نشهد بأن العمل الموصوف في هذه الرسالة هو نتيجة بحث قام به المرشح جمعة أماني، تحت إشراف الدكتور عمر إسماعيل، مدرس في قسم إدارة الأعمال، في كلية الاقتصاد بجامعة حلب، والدكتور سليمان العلي، مدرس في قسم التسويق، في كلية الاقتصاد بجامعة حلب، وأي رجوع إلى بحث آخر في هذا الموضوع موثق في النص.

المشرف الرئيسي

د. عمر إسماعيل

المشرف المشارك

د. سليمان علي

المرشح

جمعة أماني

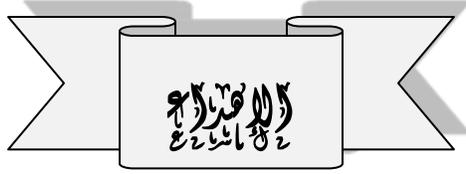
لجنة المناقشة والحكم

- | | |
|--------|----------------------------------|
| رئيساً | ١. الأستاذ الدكتور: إبراهيم نائب |
| مشرفاً | ٢. الدكتور: عمر إسماعيل |
| عضواً | ٣. الدكتور: محمد الأحمد |

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ / ١٢ / ٦ / ٢٠١٣

لجنة المناقشة والحكم

- | | | |
|----------------|----------------|------------------|
| د. محمد الأحمد | د. عمر إسماعيل | أ.د إبراهيم نائب |
|----------------|----------------|------------------|



إلى من كان الإبداع لهم هدفاً

إلى من علموني أن أكون لهم نداً.....
أساتذتي

إلى ينبوع الحنان الذي لا ينضب أبداً

..... طاعة وإحساناً.....
والدتي

إلى صاحب القلب الأبيض والصدر الرحب

..... احتراماً وإجلالاً.....
والدي

إلى سندي الدائم ومرمر الوفاء والعطاء وسر نجاحي.....
زوجتي

إلى أفلاذ كبدي ومهجة قلبي.....
أولادي

..... عبد المجيد وبيلسان

إلى الذين استمتعت معهم بأجمل لحظات حياتي

إلى من فرح لفرحي..... وتألّم لألمي.....
أصدقائي

أهدي ثمرة هذا الجهد.....

المستخلص :

تطرت هذه الدراسة لموضوع فاعلية نظم المعلومات المالي، والبحث عن الدور والأهمية الذي يلعبه في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الخاصة التقليدية العاملة في السوق السورية، كما هدفت هذه الدراسة للإطلاع وعن قرب على واقع نظم المعلومات المالية في القطاع المصرفي، ومدى توفر البنية التحتية لنظم المعلومات المالية وقياس فاعليتها، وتقديم توصيات من شأنها رفع سوية العمل والمنافسة بين المصارف الخاصة في سورية. وشملت عينة الدراسة كافة البنوك التقليدية العاملة في السوق السورية، مع العلم أن وحدة التحليل تكونت من جميع المدراء في مختلف المستويات الإدارية في تلك البنوك، وقد تم جمع البيانات الثانوية من مصادرها، من خلال تصميم استمارة تم توزيعها على جميع الوحدات التي تم اختيارها لتمثل المجتمع محل الدراسة، وفق أسلوب العينة الميسرة. حيث تم توزيع ٢٠٠ استمارة، منها ١٢٩ استمارة تم استردادها وكانت صالحة للتحليل، وقد تم تحليلها باستخدام برنامج SPSS الإحصائي. وقد خرجت الدراسة بجملة من النتائج كان من أهمها ما يلي:

- ١- وجود أثر معنوي لرضا المستخدم وأمن المعلومات في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية، بينما كان الأثر غير معنوي لجودة النظام وجودة المعلومات في تخفيض التكاليف.
- ٢- وجود أثر معنوي لرضا المستخدم وأمن المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية كمؤشر للميزة التنافسية، بينما كان الأثر غير معنوي لجودة النظام وجودة المعلومات.
- ٣- وجود أثر معنوي لرضا المستخدم وأمن المعلومات وجودة المعلومات في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية، بينما كان الأثر غير معنوي لجودة النظام.

الكلمات المفتاحية: فاعلية نظم المعلومات المالية، جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات، الإبداع المالي.

محتويات البحث

رقم الصفحة	البيان
أ	الإهداء
ب	شكر وتقدير
ج	المستخلص
د	محتويات البحث
ز	فهرس الجداول
ط	فهرس الأشكال
١ - ١٤	١ - الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث
٢	١-١: المقدمة
٢	٢-١: أهمية البحث
٣	٣-١: مشكلة البحث
٤	٤-١: أهداف البحث
٤	٥-١: فرضيات البحث
٥	٦-١: نموذج البحث
٧	٧-١: منهجية البحث

٧	٨-١: مجتمع وعينة البحث
٨	٩-١: حدود الدراسة
٩	١٠-١: الدراسات السابقة
١٣	١١-١: التعاريف الإجرائية لمتغيرات البحث
١٥ - ٦٢	٢- الفصل الثاني: نظم المعلومات المالية
١٦	تمهيد:
	١-٢: المبحث الأول: مدخل تمهيدي لنظم المعلومات المالية
١٧	١-١-٢: مفاهيم عامة حول النظم والمعلومات
١٩	٢-١-٢: ماهية نظم المعلومات
٢١	٣-١-٢: مكونات نظم المعلومات
٢٣	٤-١-٢: أنواع نظم المعلومات
	٢-٢ المبحث الثاني: مفهوم نظم المعلومات المالية
٣٥	١-٢-٢: أهمية ومفهوم نظام المعلومات المالي
٣٨	٢-٢-٢: أهداف نظام المعلومات المالي في المصرف
٣٨	٣-٢-٢: مكونات نظام المعلومات المالي
	٣-٢ المبحث الثالث: فاعلية نظم المعلومات المالية
٥٦	١-٣-٢: مفهوم فاعلية نظام المعلومات المالي في المصرف

٥٧	٢-٣-٢: متطلبات نجاح نظام المعلومات المالي في المصرف
٥٨	٣-٣-٢: معايير قياس فاعلية نظام المعلومات المالي في المصرف
٦١	٤-٣-٢: العوامل التي تحد من فاعلية نظام المعلومات المالي
٦٣ - ٩٩	٣- الفصل الثالث: الميزة التنافسية
٦٤	تمهيد
	٣-١ المبحث الأول: ماهية الميزة التنافسية وأبعادها
٦٥	٣-١-١: مفهوم الميزة التنافسية
٦٧	٣-١-٢: فعالية الميزة التنافسية ودورة حياتها
٦٩	٣-١-٣: أبعاد الميزة التنافسية
	٣-٢ المبحث الثاني: أهمية الميزة التنافسية واستراتيجياتها
٧٢	٣-٢-١: أهمية الميزة التنافسية
٧٣	٣-٢-٢: قوى التنافس
٧٧	٣-٢-٣: الإستراتيجيات العامة للتنافس
٨٢	٣-٢-٤: سلسلة القيمة
٨٣	٣-٢-٥: أثر نظم المعلومات على سلسلة القيمة
	٣-٣ المبحث الثالث: الميزة التنافسية في المصارف

٨٥	٣-٣-١: مفهوم الميزة التنافسية في المصارف
٨٨	٣-٣-٢: سلسلة القيمة في المصارف
٩٠	٣-٣-٣: دور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف
٩٣	٣-٣-٤: عناصر تحقق الميزة التنافسية في المصارف
٩٤	٣-٣-٥: أثر فاعلية نظام المعلومات المالي على تحقيق الميزة التنافسية في المصارف
٩٩	٣-٣-٦: استدامة الميزة التنافسية في المصارف
١٥٠-١٠٠	٤ - الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
١٠١	تمهيد
	٤-١ المبحث الأول: تصميم الدراسة الميدانية
١٠٢	٤-١-١: نبذة تعريفية عن المصارف الخاصة في سورية.
١٠٥	٤-١-٢: منهجية البحث
١٠٥	٤-١-٣: مجتمع وعينة البحث
١٠٧	٤-١-٤: أداة البحث
١١٢	٤-١-٥: التحليل العاملي
	٤-٢ المبحث الثاني: التحليل الإحصائي.
١٣٢	٤-٢-١: الإحصاء الوصفي لعينة البحث

١٣٦	٤-٢-٢ اختبار الفروض
	٤-٣ المبحث الثالث مناقشة النتائج وتقديم التوصيات
١٤٧	٤-٣-١: مناقشة النتائج
١٤٩	٤-٣-٢: تقديم التوصيات للبنوك الخاصة في سورية
١٦٢ - ١٥١	المراجع
١٦٧-١٦٣	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
٥	متغيرات البحث	١-١
٣٧	الفرق بين نظام المعلومات المحاسبي والمالي	١-٢
٦٥	تعريف الميزة التنافسية	١-٣
٨٦	الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف عينة البحث	٢-٣
٩٣	عناصر تحقق الميزة التنافسية	٣-٣
١٠٣	مواصفات وخصائص المصارف عينة البحث	١-٤

١٠٦	خصائص عينة البحث	٢-٤
١٠٨	مصادر القياس	٣-٤
١١٠	معامل Alpha Cronbach لمحاور البحث	٤-٤
١١٢	معنوية التشيع وفقاً لحجم العينة	٥-٤
١١٣	عبارات محور جودة النظام (القسم الأول)	٦-٤
١١٣	نتائج التحليل العاملي لمقياس محور جودة النظام (القسم الأول)	٧-٤
١١٥	نتائج اختبار KMO and Bartlett	٨-٤
١١٦	عبارات محور جودة المعلومات (القسم الأول)	٩-٤
١١٦	نتائج التحليل العاملي لمقياس محور جودة المعلومات (القسم الأول)	١٠-٤
١١٨	نتائج اختبار KMO and Bartlett	١١-٤
١١٨	عبارات محور رضا المستخدم (القسم الأول)	١٢-٤
١١٩	نتائج التحليل العاملي لمقياس محور رضا المستخدم (القسم الأول)	١٣-٤
١٢١	نتائج اختبار KMO and Bartlett	١٤-٤
١٢١	عبارات محور أمن المعلومات (القسم الأول)	١٥-٤
١٢٢	نتائج التحليل العاملي لمقياس محور أمن المعلومات (القسم الأول)	١٦-٤
١٢٣	نتائج اختبار KMO and Bartlett	١٧-٤
١٢٤	عبارات محور تخفيض تكاليف المصرف (القسم الثاني)	١٨-٤
١٢٤	نتائج التحليل العاملي لمقياس محور تخفيض تكاليف المصرف (القسم الثاني)	١٩-٤
١٢٦	نتائج اختبار KMO and Bartlett	٢٠-٤

١٢٦	عبارات محور جودة الخدمة المصرفية (القسم الثاني)	٢١-٤
١٢٧	نتائج التحليل العاملي لمقياس محور جودة الخدمة المصرفية (القسم الثاني)	٢٢-٤
١٢٨	نتائج اختبار KMO and Bartlett	٢٣-٤
١٢٩	عبارات محور الإبداع والابتكار المالي (القسم الثاني)	٢٤-٤
١٢٩	نتائج التحليل العاملي لمقياس محور الإبداع والابتكار المالي (القسم الثاني)	٢٥-٤
١٣١	نتائج اختبار KMO and Bartlett	٢٦-٤
١٣٢	توزيع مفردات العينة حسب الجنس	٢٧-٤
١٣٣	توزيع مفردات العينة وفق الفئة العمرية	٢٨-٤
١٣٤	توزيع أفراد العينة وفق المؤهل العلمي	٢٩-٤
١٣٥	توزيع أفراد عينة البحث وفق الخبرة	٣٠-٤
١٣٦	توزيع أفراد العينة وفق المستوى الإداري	٣١-٤
١٣٧	معنوية نموذج الانحدار لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية	٣٢-٤
١٣٧	معالم نموذج الانحدار المتعلقة بالفرضية الأولى	٣٣-٤
١٤٠	معنوية نموذج الانحدار لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية/ جودة الخدمة المصرفية المقدمة	٣٤-٤
١٤١	معالم نموذج الانحدار المتعلقة بالفرضية الثانية	٣٥-٤
١٤٣	معنوية نموذج الانحدار لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية/ الإبداع والابتكار المالي	٣٦-٤
١٤٤	معالم نموذج الانحدار المتعلقة بالفرضية الثالثة	٣٧-٤

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
٦	نموذج البحث	١-١
١٨	أجزاء النظام	1-2
٢٠	مكونات وموارد نظم المعلومات	٢-٢
٢٤	العلاقة بين المستويات الإدارية والنظم التي تخدمها	٣-٢
٢٩	العلاقة بين نظم المعلومات	٤-٢
٣٣	البنية التنظيمية المتكاملة لنظم المعلومات وعلاقتها بالقرارات الإدارية	٥-٢
٥٣	خطوات الرقابة عن طريق الموازنة	٦-٢
٥٥	نظام المعلومات المالي	٧-٢

٦٠	نموذج D & M	٨-٢
٦٣	دورة حياة الميزة التنافسية	١-٣
٧٧	قوى التنافس	٢-٣
٨٣	سلسلة القيمة	٣-٣
٩٥	سلسلة القيمة في المصارف	٤-٣
١١٤	العامل المستخرج الخاص بمحور جودة النظام	١-٤
١١٧	العامل المستخرج الخاص بمحور جودة المعلومات	٢-٤
١٢٠	العامل المستخرج الخاص بمحور رضا المستخدم	٣-٤
١٢٢	العامل المستخرج الخاص بمحور أمن المعلومات	٤-٤
١٢٥	العامل المستخرج الخاص بمحور تخفيض التكاليف	٥-٤
١٢٨	العامل المستخرج الخاص بمحور جودة الخدمة المصرفية	٦-٤
١٣٠	العامل المستخرج الخاص بمحور الإبداع والابتكار المالي	٧-٤

١ - الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

١-١ : المقدمة

٢-١ : أهمية البحث

٣-١ : مشكلة البحث

٤-١ : أهداف البحث

٥-١ : فرضيات البحث

٦-١ : نموذج البحث

٧-١ : منهجية البحث:

٨-١ : مجتمع وعينة الدراسة

٩-١ : حدود الدراسة

١٠-١ : الدراسات السابقة

أ- الدراسات العربية

ب- الدراسات الأجنبية

ت- التعليق على الدراسات السابقة

١١-١ : التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

١-١ : المقدمة

تعيش المؤسسات اليوم في ظل بيئة ديناميكية، معقدة ومتغيرة باستمرار. حيث أصبح البقاء والنمو مرهون بامتلاك مزايا تنافسية غير قابلة للتقليد أو المحاكاة في ظل التطورات التكنولوجية المتتالية وثورة المعلومات والاتصالات وزيادة حدة المنافسة.

كل ذلك عزز من قيمة نظم المعلومات التي أصبحت أحد الموارد الأساسية والاستراتيجية التي تعتمد عليها المؤسسات في الحصول على الميزة التنافسية، لما توفره من كم هائل من البيانات المتعلقة بأعمال المنظمة وممارساتها المالية. ومن هنا أصبحت المؤسسة في موقف يحتم عليها تبني نظام معلوماتي مالي فعال ومناسب من أجل اكتساب مزايا تنافسية، حتى تعزز موقعها في السوق. أو حتى مجرد المحافظة عليه في مواجهة ضغوط المنافسين الحاليين والمحتملين. وعلى أساس هذه الأهمية التي يتمتع بها نظام المعلومات المالي، قام الباحث بدراسة حول فاعلية نظم المعلومات، وبالأخص نظم المعلومات المالية والدور الذي تلعبه في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسات المالية في السوق السورية.

١-٢: أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من جانبين:

أ- جانب نظري: و يتجلى بما يلي:

- ١- توضيح مفهوم فاعلية نظم المعلومات المالية و التعمق في مفهوم الميزة التنافسية باعتبارها مفهوم متعدد الأبعاد.
- ٢- تقديم مقياس جديد لفاعلية نظم المعلومات المالية، مكون من أربع عناصر هي (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات).
- ٣- تطبيق هذه الدراسة على المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية، التي تعتبر حديثة العهد في سورية
- ٤- إن نتائجها توضح عناصر فاعلية نظم المعلومات المالية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، مما يدعو متخذي القرار إلى الاهتمام بهذا الموضوع، الذي يؤدي بدوره إلى تحسين القدرة التنافسية في عالم يشوبه التطور والمنافسة الشديدة.

ب- جانب عملي: ويتجلى بما يلي:

- ١- سعت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع نظم المعلومات المالية في البنوك الخاصة العاملة في السوق السورية وتقييمها، وهل تساهم هذه النظم في خلق وتعزيز المزايا التنافسية لتلك المصارف.

٢- قياس أثر المقياس المقترح على بعض أبعاد الميزة التنافسية، المتمثلة في تخفيض التكاليف و جودة الخدمة المصرفية والإبداع المالي.

٣- تساهم هذه الدراسة في تعريف العاملين في المصارف بإمكانيات ومتطلبات نظم المعلومات المالية الفعالة، ودورها المحوري في التميز والنمو.

١-٣: مشكلة البحث

تتمحور مشكلة الدراسة في التعرف على مدى فاعلية نظم المعلومات المالية في المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية، ودورها في تحقيق ميزة تنافسية، حيث تبين من خلال الدراسة الاستطلاعية التي أجراها الباحث أن نظم المعلومات المالية في أغلب المصارف الخاصة في سورية، تعاني من ارتفاع في تكاليف التشغيل، وبطء في الاستجابة، بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف الصيانة وضياع المعلومات، وتدني جودة المخرجات، وغياب عامل المبادأة والإبداع لدى العاملين على تلك النظم في تلك المصارف، لذا كانت هذه الدراسة. حيث تعتبر المعلومات المالية التي تنتجها تلك النظم العامل الأهم الذي تعتمد عليه الإدارة في اتخاذ قراراتها، فهل تلبي هذه النظم الأهداف التي تسعى إدارات هذه المصارف لتحقيقها. وبكلام آخر يمكن صياغة مشكلة الدراسة من خلال الأسئلة الرئيسية التالية:

السؤال الأول: ما أثر فاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات) على تخفيض تكاليف المصرف.

السؤال الثاني: ما أثر فاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات) على جودة الخدمة المصرفية.

السؤال الثالث: ما أثر فاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات) على الإبداع والابتكار المالي.

١-٤: أهداف البحث:

مع التأكيد على أن نظم المعلومات المالية ليست هي العامل الوحيد الذي يسهم في إكساب المؤسسة مزايا تنافسية، بل إن هناك عوامل أخرى عديدة تساهم في ذلك، وبناءً عليه فإن هذا البحث يفترض ثبات باقي العوامل الأخرى التي تساهم في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات عينة الدراسة ويوضح مدى فاعلية نظم

- المعلومات المالية في إكساب تلك المؤسسات مزايا تنافسية فقط، بغض النظر عن باقي العوامل والنظم الفرعية الأخرى التي تستخدمها تلك المؤسسات. وبناءً على ذلك يهدف هذا البحث إلى ما يلي:
- ١- إلقاء الضوء على واقع استخدام نظم المعلومات المالية وفعاليتها في المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية، ومدى مساهمتها في خلق وتعزيز الميزة التنافسية لتلك المصارف.
 - ٢- التعرف على مدى فهم المدراء لنظم المعلومات المالية في المصارف عينة البحث ودورها في تحقيق الميزة التنافسية ومدى توظيفها و الاستفادة منها داخل تلك المصارف.
 - ٣- توضيح مفهوم نظم المعلومات المالية وعناصرها، وأيضاً التعمق في مفهوم الميزة التنافسية باعتبارها مفهوم متعدد الأبعاد.
 - ٤- معرفة مدى توفر البنية التحتية لنظم المعلومات المالية.
 - ٥- الوصول إلى تقييم لوضع نظم المعلومات المالية في المصارف عينة البحث وما يمكن أن تكون عليه في المستقبل.
 - ٦- الخروج بتوصيات يمكن أن تساهم في تطوير نظم المعلومات بشكل عام ونظم المعلومات المالية بشكل خاص، بما يعزز الميزة التنافسية.

١-٥: فروض البحث

بناءً على ما تقدم قام الباحث بصياغة الفرضيات التالية التي يحاول تأكيدها أو نفيها من خلال هذا العمل، والتي يمكن وضعها بالشكل الآتي:

أ- الفرضية الرئيسية

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات) في تحقيق الميزة التنافسية. ويتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

ب- الفرضيات الفرعية

١- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة (جودة النظام، رضا المستخدم، جودة المعلومات، أمن المعلومات) في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية.

٢- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات) في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية.

٣- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات) في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية. وبناءً على الفرضيات السابقة يمكن توضيح متغيرات الدراسة من خلال الجدول رقم (١-١) الذي يحتوي على المتغيرات المستقلة والتابعة للبحث:

الجدول رقم (١-١) متغيرات البحث

المتغيرات التابعة	المتغيرات المستقلة
الميزة التنافسية	فاعلية نظم المعلومات المالية
تخفيض التكاليف في المصرف	جودة النظام
جودة الخدمات المصرفية المقدمة	جودة المعلومات
الإبداع المالي	رضا المستخدم
	أمن المعلومات

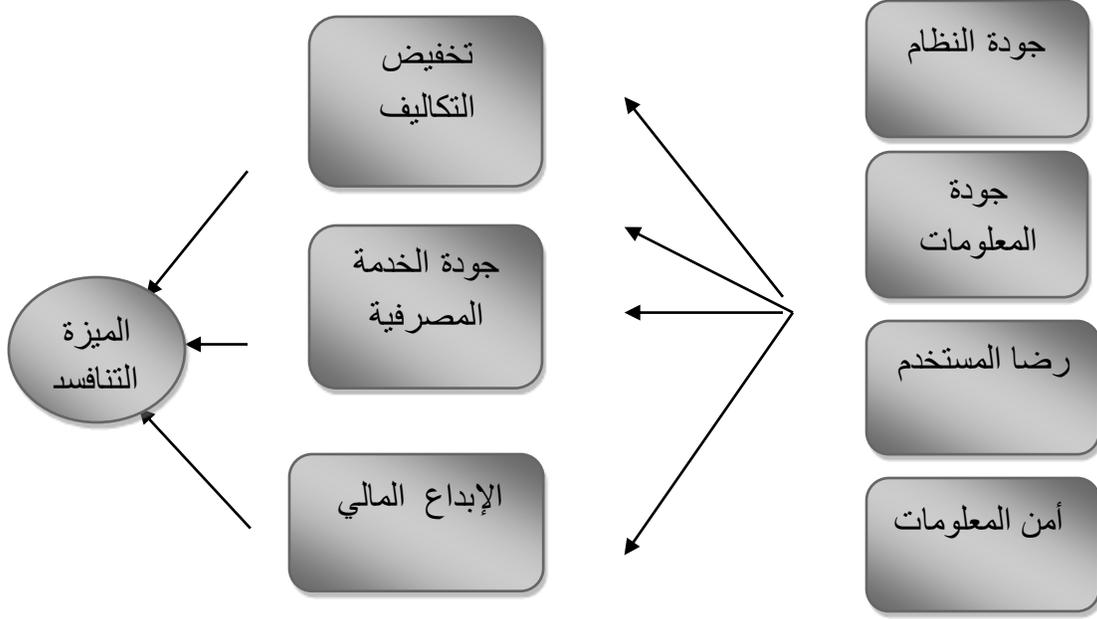
١-٦: نموذج البحث

من خلال ما سبق يمكن بناء نموذج البحث من خلال الشكل رقم (٢-١) الذي يوضح العلاقات بين متغيرات الدراسة:

الشكل رقم (٢-١) نموذج البحث

المتغيرات التابعة

المتغيرات المستقلة



المصدر: الباحث

كما يمكن التعبير رياضياً عن النموذج السابق من خلال المعادلات التالية:

$$Y_1 = b_0 + b_1F_1 + b_2F_2 + b_3F_3 + b_4F_4 + \varepsilon$$

$$Y_2 = b_0 + b_1F_1 + b_2F_2 + b_3F_3 + b_4F_4 + \varepsilon$$

$$Y_3 = b_0 + b_1F_1 + b_2F_2 + b_3F_3 + b_4F_4 + \varepsilon$$

- Y_1 : المتغير التابع في معادلة الانحدار الأولى، والذي يمثل تخفيض التكاليف.

- Y_2 : المتغير التابع في معادلة الانحدار الثانية، والذي يمثل جودة الخدمة المصرفية.

- Y_3 : المتغير التابع في معادلة الانحدار الثالثة، والذي يمثل الإبداع المالي.

- F_1 : العامل الأول (جودة النظام)، والذي يمثل المتغير المستقل الأول.

- F_2 : العامل الثاني (جودة المعلومات)، والذي يمثل المتغير المستقل الثاني.

- F_3 : العامل الثالث (رضا المستخدم)، والذي يمثل المتغير المستقل الثالث.

- F_4 : العامل الرابع (أمن المعلومات)، والذي يمثل المتغير المستقل الأول.

١-٧: منهجية البحث:

لتحقيق أهداف الدراسة اعتمد البحث على المنهج الوصفي والتحليلي، باعتبارهما أنسب المناهج

لطبيعة الدراسة وأهدافها ويشمل جانبين:

الجانب النظري: ويعتمد على الأسلوب الوصفي، وذلك من خلال دراسة و عرض الأدبيات التي عالجت موضوع البحث و تحليلها.

الجانب العملي: ويشمل دراسة ميدانية استقصائية لجمع البيانات حول واقع نظم المعلومات المالية وفاعليتها في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية وذلك من خلال:

أ- تصميم استبيانته تضم مجموعة من الأسئلة عن واقع نظم المعلومات المالية، ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، وتم توزيع هذه الاستمارة على المديرين في مختلف المستويات الإدارية في تلك المصارف.

ب- المقابلات الشخصية.

١-٨: مجتمع وعينة الدراسة:

▪ مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في كافة المدراء العاملين في المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية بشقيها التقليدية والإسلامية، وهي (بنك بيمو السعودي الفرنسي ، المصرف الدولي للتجارة والتمويل ، بنك سورية والمهجر، ، بنك بيبيلوس سورية ، بنك عودة سورية ، البنك العربي سورية ، بنك سورية الدولي الإسلامي، بنك سورية والخليج ، بنك الشام الإسلامي ، فرنسبنك ، بنك الأردن سورية بنك الشرق ، بنك قطر الوطني سورية. بنك البركة الإسلامي.) حيث تم اختيار الفئات الوظيفية التالية في تلك المؤسسات:

١- مدير عام أو نائب مدير عام أو مدير إقليمي.

٢- مدير فرع أو نائب مدير فرع.

٣- مديري دائرة نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات.

٤- مديري إدارة التسويق، والإدارة المالية، والبحث والتطوير....الخ.

ولقد تم اختيار هذه المسميات الوظيفية، لأنها الأقدر على تقييم نظم المعلومات وعلى دراية ومعرفة

بحقيقة الموقع التنافسي لتلك المؤسسات.

▪ عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة من مجتمع الدراسة المذكور سابقاً، بحيث شملت كافة المصارف في المصارف التقليدية العاملة في السوق السورية، وعددها (١١) مصرفاً وهي على الترتيب: (بنك بيمو السعودي الفرنسي، المصرف الدولي للتجارة والتمويل، بنك سورية والمهجر، بنك بيبيلوس سورية، بنك عودة سورية، البنك العربي سورية، بنك سورية والخليج، فرنسبنك، بنك الأردن سوريا، بنك الشرق، بنك قطر الوطني سورية) وقد شكلت هذه العينة حوالي ٨٠% من مجتمع الدراسة، وشملت العينة كافة الإدارات العامة والفروع للبنوك السابقة الذكر، والمنتشرة في محافظات دمشق، حلب، الدلب، اللاذقية، حماة، وطرطوس، علماً أن وحدة التحليل هي جميع المديرين الموجودين في الإدارة العليا والوسطى بما فيهم مدراء التسويق، ومدراء وحدة نظم المعلومات (وحدة الحاسوب)، والمدراء الماليين... الخ، ومدراء الفروع.

١-٩: حدود الدراسة

يشمل نطاق الدراسة على ما يلي:

- **الحدود الموضوعية:** حيث تتناول الدراسة موضوع فاعلية نظم المعلومات المالية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على عينة مختارة من المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية.
- **الحدود المكانية:** المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية بشقيها المصارف ذات الطابع المالي الإسلامي والتقليدي، حيث يبلغ عدد المصارف الخاصة العاملة في السوق ١٤ مصرفاً منها ثلاث مصارف إسلامية، وتم اختيار العاملين في المصارف التقليدية للدراسة، بحيث تم تمثيل كافة مفردات المجتمع المدروس.
- **الحدود الزمنية:** الفترة الزمنية التي طبقت فيها الدراسة الميدانية هي ٢٠١١/٧/١٧ - ٢٠١٣/١/٢.

ومن المتعارف عليه أن الاعتماد على الاستبانة قد يتضمن قدراً من التحيز الشخصي وعدم الإجابة بمصادقية من قبل بعض الأشخاص الذين سوف يقومون بملء الاستبانة. كما أن تعميم النتائج سينحصر فقط على المصارف الخاصة العاملة في سورية.

١-١٠: الدراسات السابقة:

أ- الدراسات العربية:

أولاً: دراسة (إسماعيل، عمر، ٢٠٠٤) بعنوان دور نظام المعلومات المالي في ترشيد القرارات الاستثمارية بالتطبيق على المصرف العقاري في سورية، وخلصت الدراسة إلى ما يلي:

١- وجود نظام للمعلومات المالي في فروع المصرف العقاري، ولكنه غير مؤتمت ويعتمد في معظمه على السجلات والأوراق المحفوظة التي تجهز يدوياً.

٢- عدم وجود شبكة حاسب تربط فروع المصرف العقاري مع بعضها و مع الإدارة العامة للمصرف، مما يجعل عملية تنفيذ العمليات المصرفية بين الفروع صعبة.

٣- إنه كلما كان هناك نظام معلومات مالي متطور، كلما كانت هناك قدرة أكبر على التنبؤ بالاحتياجات المالية ووضع السياسات والخطط المالية.

٤- هناك علاقة طردية بين توفر نظام معلومات مالي والرقابة على استخدام الأموال في المصرف.

٥- هناك تكامل بين نظام المعلومات المالي ونظم المعلومات الوظيفية الأخرى الموجودة في المصرف.

ثانياً: دراسة (الرجى، منصور، ٢٠٠٧) بعنوان: أثر نظام المعلومات المالي ودوره في رفع كفاءة سوق الأوراق المالية، دراسة ميدانية لمجموعة من الشركات المساهمة في الأردن. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر نظام المعلومات المالي، ودوره في رفع كفاءة سوق الأوراق المالية الأردنية، وقد خلصت إلى ما مجموعة من النتائج كان من أهمها:

١- أن هناك علاقة إيجابية بين نظام المعلومات المالي و مدى الإفصاح المالي للشركات المدرجة في السوق، على اعتبار أن الإفصاح عن المعلومات هو من أهم مؤشرات كفاءة السوق المالي.

٢- وجود نظام معلومات مالي يساعد المستثمرين على اختيار أفضل محافظ الأوراق المالية، ويجنبهم تحقيق أرباح غير عادلة نتيجة استثمار أموالهم في أسهم رديئة، وذلك لنقص المعلومات عن السوق.

ثالثاً: دراسة (هاني عبد الرحمن محمد أبو عمر، ٢٠٠٩) بعنوان فاعلية نظم المعلومات الإدارية المحوسبة وأثرها في إدارة الأزمات، دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي في فلسطين، وخلصت الدراسة إلى ما يلي:

١- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين فاعلية نظم المعلومات الإدارية، وبين قدرة المصارف العاملة في فلسطين على إدارة الأزمات.

٢- إن ما نسبته ٦٦.٦% من قدرة المصارف على إدارة الأزمات يفسره فاعلية نظم المعلومات الإدارية والباقي يعود لعوامل أخرى.

رابعاً: دراسة (خالد مصلح حسين الرقب، ٢٠٠٩) ماجستير بعنوان، دور نظم المعلومات في تطوير الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية على المدراء العاملين في وزارة المالية والصحة في قطاع غزة. ولقد أظهرت الدراسة عدة نتائج من أهمها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظم المعلومات ومجالات الميزة التنافسية (الزمن، الجودة، كفاءة العمليات، والإبداع والتطوير). كذلك فإن سر نجاح كل مؤسسة ينبثق من نظام معلومات فعال يحتوي على الوظائف الفرعية للنظام من حيث السرعة في إنجاز المعلومة وجودتها، كذلك مدة التميز والتطوير الواقع على المعلومة والنظام على حد سواء، وأيضاً كفاءة العمليات المعمول بها داخل النظام والتي بدورها تعتمد على أسس فعالة تساعد على تطوير الميزة التنافسية والرقى والازدهار في الوزارة.

خامساً: دراسة (د. معراج هوارى و د. يوسف وينتن، ٢٠٠٤) بعنوان دور نظم المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية، دراسة في القطاع الصناعي الجزائري. وخلصت الدراسة إلى ما يلي:

- ١- وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين المتطلبات التكنولوجية لنظم المعلومات، وتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات الصناعية الجزائرية، حيث بلغت قيم الارتباط بين المتطلبات التكنولوجية لنظم المعلومات ومتغيرات الميزة التنافسية (جودة المنتجات، الأداء المالي، السيطرة على الأسواق، الإبداع والتطوير، وكفاءة العمليات) (٠.٤٢٦، ٠.٢٧٠، ٠.٢٤٤، ٠.٣٧٥) على التوالي.
- ٢- وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جاهزية تكنولوجيا المعلومات، والحصة السوقية التي تمثل أحد مؤشرات الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية.
- ٣- وجود علاقة ارتباط سلبية ذات دلالة إحصائية بين جاهزية تكنولوجيا المعلومات، التي مثلها متغير الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والعائد على المبيعات في المؤسسات الصناعية الجزائرية.

سادساً: دراسة (زينب شرقاوي سروق، ٢٠٠٧) بعنوان دور تقنية المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية ورفع الكفاءة الإنتاجية، دراسة تطبيقية على مستشفيات مدينة جدة. وخلصت الدراسة إلى أن مفهوم تكنولوجيا المعلومات ما زال حديثاً داخل المستشفيات السعودية، وأنه لم يتم الاستفادة الكاملة من هذه التقنية حيث تسعى أغلب المستشفيات إلى إعادة تغيير تقنية المعلومات المستخدمة لديها، حتى أن البعض مازال يبحث عن شركات موردة للأنظمة، والبعض الآخر مازال يدرس مدى احتياجها لهذه التقنية، بالإضافة إلى خوف البعض من تكاليف إنشاء شبكة المعلومات داخل المستشفيات التي لديها تقنية مسبقة.

سابعاً: دراسة (الشرفا، ٢٠٠٨) بعنوان دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في قطاع غزة، ولقد خلصت الدراسة إلى ما يلي:

١- إن معظم المصارف العاملة في قطاع غزة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة في جميع الوحدات والأقسام، وتحرص على ضرورة الاستفادة من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاستفادة من المهارات والخبرات المتوفرة لديها واستثمار الكوادر البشرية ومعارفهم في مجال التنمية والنهضة لتصل إلى مستوى التعايش والتواصل مع العالم المحيط ومواكبة التطورات المتلاحقة في ظل تكنولوجيا المعلومات المتقدمة.

٢- لا يوجد وحدات خاصة ومستقلة لإدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات داخل المصارف. كذلك تبين بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات ومجالات الميزة التنافسية (جودة المنتج، كفاءة العمليات، الإبداع والتطوير، الأداء المالي، السيطرة على الأسواق)

ب - الدراسات الأجنبية:

أولاً: دراسة (Ross، beath، Goodhue, 1995) بعنوان

“Developing long-Term Competitiveness through Information Technology”

ولقد خلصت هذه الدراسة إلى ما يلي:

١- تكنولوجيا المعلومات هي من العوامل الأساسية التي تترسخ في التجارة يوماً بعد يوم ويجب مواكبة التطورات في هذا المجال، حتى تتمكن أي شركة من مواجهة تقلبات الأسواق.

٢- إن الكثير من الشركات توظف نفس المخصصات، وتتعاقد مع نفس الموردين، ولكنها تحصل على نسب نجاح متفاوتة بسبب اختلاف درجة اهتمامها بتكنولوجيا المعلومات وكفاءة الفريق العامل عليها.

٣- ترى هذه الدراسة أن تكنولوجيا المعلومات تبقى وسيلة من الوسائل، وليست الضمان للنجاح، وإنما النجاح يأتي من ابتكار الأفكار الجديدة لتوظيف هذه الوسيلة والإدارة الجيدة لمواردها لتصب في الصالح العام لأي شركة أو مؤسسة.

ثانياً: دراسة (Ueno، 1998) بعنوان

“Information technology as competitive advantage in supply chain

Management”

وخلصت هذه الدراسة إلى:

- ١- تستطيع تكنولوجيا المعلومات أن توفر مميزات ذات طابع دائم ومنافس في مجال سلسلة التوريدات.
- ٢- المميزات المنافسة لتكنولوجيا المعلومات تعتبر عملية دائمة.
- ٣- أهمية الحفاظ على مزايا دائمة ومنافسة لإدارة سلسلة التوريدات.
- ٤- لتحقيق مزايا تنافسية أفضل في إدارة سلسلة التوريدات، لا بد من الخلط بين مزايا و أنواع أنظمة المعلومات.

ثالثاً: دراسة (Rayan، 2000) بعنوان

“Sustainable competitive advantages through information technology”

ولقد خلصت هذه الدراسة إلى ما يلي: إن الشركات التي تسعى لخلق مزايا تنافسية من خلال تكنولوجيا المعلومات يجب أن تكون ذات طابع تعليمي وتطويري دائم، حيث أنها يجب أن تواصل توقعها للمستحيل من أنظمة تكنولوجيا المعلومات الخاصة بها. لأنه يمكن أن يكون لها دور فاعل في حل المشاكل الناتجة عن الإستراتيجيات الهزيلة أو حتى المشاكل السياسية التي ربما تمنع الشركات من اتخاذ قرارات سليمة.

رابعاً: دراسة (Jerry Cha-Jan Chang، William King, 2005) بعنوان

Measurement of Information System Performance Efficiency

ولقد خلصت هذه الدراسة إلى ما يلي: طورت هذه الدراسة نموذج لقياس أداء نظام المعلومات، يحتوي على ثلاث مخرجات واتجاهات للتقييم، وهي كفاءة النظام وفاعلية المعلومات وكفاءة الخدمة . حيث أن كفاءة النظام تتمثل في سهولة استخدامه والاستجابة السريعة للمتغيرات المستجدة...الخ. وأثر ذلك على أداء العاملين.فاعلية المعلومات تتمثل في جودة التصميم والاستعمال والقيمة وأثرها على أداء العاملين. وكفاءة الخدمة المتمثلة في جميع الأنشطة التي تمتد بدايةً من تطوير النظام وحتى استخدامه في دعم الاستشارات المطلوبة.

ت - التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة دور تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية، وأكدت على مجموعة من النتائج. كان من أبرزها: وجود أثر كبير لنظم المعلومات في تطوير الميزة التنافسية، كما أكدت على دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير مجالات الميزة التنافسية كجودة المنتج وكفاءة العمليات والسيطرة على الأسواق، وتناولت عدة مقاييس لفاعلية نظم المعلومات منها) الاستجابة للمتغيرات المستجدة، جودة المعلومات، رضا المستخدم، الملائمة للقرارات الإدارية، سهولة استخدام النظام، ... الخ). وكما تناولت عدة مؤشرات لقياس الميزة التنافسية منها) الإبداع والتطوير، السيطرة على الأسواق، تخفيض

التكاليف، التميز...الخ). و ما يميز هذا البحث عن الأبحاث السابقة، أنه بحث في أثر فاعلية نظام المعلومات المالي في تحقيق الميزة التنافسية، على خلاف الأبحاث السابقة التي تناولت دور نظم المعلومات الإدارية بكافة أنواعها في تحقيق الميزة التنافسية، وتتشابه هذه الدراسة مع (دراسة هاني عبد الرحمن محمد أبو عمر، ٢٠٠٩)، ومع نموذج Deleon حيث تم اعتماد بعض عناصر فاعلية النظام من تلك الدراسات وهي (جودة المعلومات، وأمن المعلومات، و جودة النظام)، كما اعتمدت هذه الدراسة مؤشر جديد للميزة التنافسية، وهو الإبداع المالي، في حين ركزت الدراسات السابقة على أثر نظم المعلومات على الإبداع والتطوير بشكل عام. لذا تأتي هذه الدراسة مكملة للدراسات السابقة، حيث تشكل إضافة جديدة للمكتبة العربية.

١-١١ : التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

- **النظام:** وهو مجموعة من العناصر التي ترتبط مع بعضها البعض بعلاقات تكاملية، وتشكل ما يدعى بمكونات النظام التي تتكون من أجزاء مادية مثل: الحواسيب، وشبكات الاتصال، وأدوات الطباعة، والورق..الخ، و أجزاء معنوية مثل: البرمجيات، والأنظمة، والعلاقات، والتعليمات التي تربط مكونات النظام مع بعضها البعض بحيث تشكل منظومة متكاملة، تعمل على تحقيق هدف أو مجموعة أهداف معينة (Schell & Macleod, 2001: 9).
- **نظام المعلومات المالي:** يُعرف نظام المعلومات المالي، بأنه نظام فرعي من النظام الشامل للمنظمة، يختص بجمع البيانات والمعلومات عن الأنشطة ذات الطبيعة المالية من مصادرها الداخلية والخارجية، ومعالجة هذه البيانات وتحويلها إلى معلومات، وتقديمها إلى مراكز صنع القرار في مختلف المستويات الإدارية على شكل معلومات، و تقارير أو إحصاءات لمساعدتهم في اتخاذ القرارات المالية وغير المالية المناسبة (Philee & Hoda, 2009: 36).
- **فاعلية نظم المعلومات المالية:** وهي قدرة النظام على تحقيق أهدافه التي وجد من أجلها والتي من أهمها توفير المعلومات المالية لمتخذي القرارات، بحيث تتصف بالدقة والملائمة والموثوقية، ويكون لها أثر إيجابي على متخذي القرارات، وتساهم في تنمية مزايا تنافسية للمصرف (Delone and Mclean 19: 2003).
- **الميزة التنافسية:** تمثل الميزة التنافسية قدرة المنظمة على خلق قيمة ومنفعة للزبائن تفوق ما يقدمه المنافسين، بحيث ترسُخ في أذهان الزبائن الحاليين والمحتملين، وتكسب ولأئهم لها، و ذلك من خلال

- الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة بما فيها تبني نظام معلومات مالي فعال ومتميز عما هو لدى المنافسين، مع الأخذ بالحسبان القدرات والكفاءات الإبداعية التي يجب أن تتمتع بها المنظمة.
- **جودة النظام:** والتي تتعلق بجودة البرمجيات والأجهزة المستخدمة (Petter & 2008: 237) (others,
 - **جودة المعلومات:** وتشير إلى مدى المصدقية، الملائمة، التوقيتية، والقابلية للفهم في التقارير التي ينتجها النظام (Petter & others, 2008: 237).
 - **رضا المستخدم:** ويشير إلى إيمان تام من قبل المستخدمين، بأن المعلومات التي ينتجها النظام تقابل متطلباتهم منه.
 - **أمن المعلومات:** قدرة النظام على توفير الأمن للمعلومات من خلال السياسات والأدوات التقنية لتأمين الحماية والأمن للمعلومات، من كل استخدام غير شرعي أو سرقة أو تخريب...الخ.
 - **الإبداع المالي:** وهو خلق وإشهار أدوات وتقنيات وخدمات مالية جديدة، ليس هذا فحسب بل يمتد ليشمل أيضاً عملية خلق أسواق وشركات مالية جديدة.

٢- الفصل الثاني نظم المعلومات المالية

تمهيد

٢-١ المبحث الأول: مدخل تمهيدي لنظم المعلومات المالية

٢-١-١: مفاهيم عامة حول النظم والمعلومات

٢-١-٢: ماهية نظم المعلومات

٢-١-٣: موارد نظم المعلومات

٢-١-٤: أنواع نظم المعلومات

أ- تقسيم نظم المعلومات على أساس المستويات التنظيمية
تقسيم نظم المعلومات على أساس وظيفي ب-

٢-٢ المبحث الثاني: مفهوم نظم المعلومات المالية

٢-٢-١: أهمية ومفهوم نظام المعلومات المالي

٢-٢-٢: أهداف نظام المعلومات المالي في المصرف

٢-٢-٣: مكونات نظام المعلومات المالي

٢-٣ المبحث الثالث: فاعلية نظم المعلومات المالية

٢-٣-١: متطلبات نجاح نظام المعلومات المالي في المصرف

٢-٣-٢: مفهوم فاعلية نظام المعلومات المالي في المصرف

٢-٣-٣: معايير قياس فاعلية نظام المعلومات المالي في المصرف

٢-٣-٤: العوامل التي تحد من فاعلية نظام المعلومات المالي

تمهيد:

إن التغيير البيئي الذي أصبح يميز مؤسسات اليوم والتطورات التكنولوجية المتتالية وثورة المعلومات وزيادة حدة المنافسة، كل هذا دفع بالمنظمة إلى تبني نظام معلوماتي فعال.. حيث أصبحت نظم المعلومات تحتل مكانة كبرى في كل المنظمات، فهي تعتبر مورداً استراتيجياً لها، وذلك من خلال قدرتها على توفير حجم هائل من البيانات المتعلقة بأعمال المنظمة وممارساتها وأنشطتها المالية.

يلعب نظام المعلومات المالي دوراً هاماً في جمع وتنظيم ونشر البيانات المالية، وترشيد القرارات المالية، مما يساهم في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية، وعلى أساس هذه الأهمية التي يتمتع بها نظام المعلومات المالي قام الباحث بدراسة حول فاعلية نظم المعلومات المالية والدور الذي تلعبه في مجال تدعيم الميزة التنافسية.

هذا ما نحاول التطرق إليه في هذا الفصل في ثلاثة مباحث.

نتناول في المبحث الأول:

- ماهية النظم والمعلومات.
- ماهية نظم المعلومات (تعريفها، خصائصها،مواردها).
- أنواع نظم المعلومات (حسب المستويات التنظيمية، حسب المجالات الوظيفية ..)

كما نتناول في المبحثين الثاني والثالث على التوالي

- نظم المعلومات المالية (تعريفها، مكوناتها من مدخلات، وعمليات، ومخرجات....)
- فاعلية نظم المعلومات المالية (تعريفها، مقاييس الفاعلية، العوامل التي تحد من الفاعلية..)

٢-١ المبحث الأول

مدخل تمهيدي لنظم المعلومات المالية

٢-١-١: مفاهيم عامة حول النظم والمعلومات

يعد استيعاب بعض المفاهيم العامة حول النظم والبيانات والمعلومات الأساس الذي تقوم عليه نظم المعلومات، حيث يساعد إدراك ومعرفة هذه المفاهيم والمصطلحات، على إدراك مفاهيم أخرى تتعلق بنظم المعلومات وتطويرها.

أ- ماهية النظام system

تعددت وجهات نظر الباحثين التي تعرضت لمفهوم النظام، فكلّ عرفه حسب اختصاصه، وبشكل عام يمكن تعريف النظام على أنه مجموعة من المكونات المرتبطة و التي تكون معا كياناً واحداً كالمجموعة الشمسية وجسم الإنسان و غيرها.

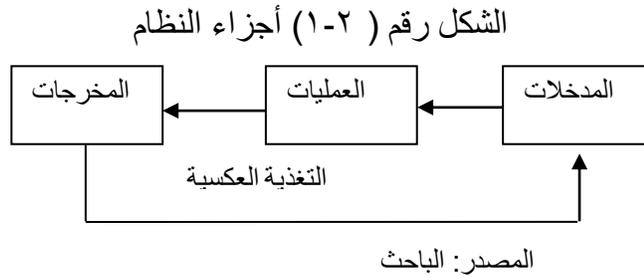
أما من منظور نظم المعلومات هناك وجهات نظر متباينة، فقد عرفه (Kroenke, 2011) على أنه مجموعة من العناصر التي تتفاعل مع بعضها البعض لتحقيق هدف معين^١، وعرفه (النجار، ٢٠١٠) على أنه مجموعة من العناصر أو الأجزاء المترابطة التي تعمل بتنسيق تام وتفاعل تحكمها علاقات وآلية عمل معينة في نطاق محدد لتحقيق غايات مشتركة وهدف عام، بواسطة قبول المدخلات ومعالجتها من خلال إجراء تحويلي منظم للمدخلات بهدف إنتاج المخرجات مع التغذية الراجعة والرقابة، وتسمى هذه العملية ديناميكية النظام^٢. و عرف (Schell & Macleod, 2001) النظام على أنه مجموعة من العناصر أو الأجزاء التي تتكامل مع بعضها البعض بغرض تحقيق هدف مشترك^٣. ويتفق الباحث مع وجهة النظر الثانية التي تركز على تكامل وترابط العناصر المكونة للنظام. ولقد قسم الباحثون في نظم المعلومات الأجزاء التي يتكون منها النظام إلى: المدخلات (inputs) وعمليات التشغيل (processes) والمخرجات (outputs) و

¹ Kroenke, David 2011, Using MIS, Prentice Hall,p33

النجار، فايز جمعة، ٢٠١٠، نظم المعلومات الإدارية، منظور إداري، دار الحامد، عمان، الأردن، ص ٣٨^٢

³ McLeod, Raymond Jr. & Schell, George, 2001, Management Information System, 8th Edition, Prentice Hall, p 9.

التغذية العكسية (feedback). و يمكن توضيح الأجزاء التي يتكون منها النظام من خلال الشكل رقم (٢) - (١):



ب - ماهية البيانات و المعلومات : Data.Information

١ - البيانات : Data

تُعرف البيانات على أنها حقائق أو تصورات في شكل أرقام، كلمات، صور، رموز، إرشادات، توجهات، لا علاقة بين بعضها البعض، ولا تعطي معنى بمفردها. فهي المادة الخام التي تتم معالجتها لتتحول إلى معلومات مفيدة في عملية صنع القرارات (Laudon & laudon, 2008: 8)، حيث أن البيانات تمثل مدخلات للنظام كما يمكن جمعها من عدد من المصادر قد تكون داخلية وخارجية، جاهزة وأولية، شفوية وموثقة، رسمية وغير رسمية (الحسنية، ١٩٩٨: ٣٩).

وينوه الباحث هنا إلى أنه لا يجوز الخلط بين البيانات والمعلومات، فالبيانات بالنسبة للمعلومات تعتبر بمثابة المواد الأولية اللازمة للإنتاج في الصناعة، فهي تتحول إلى معلومات بعد إجراء بعض العمليات التشغيلية عليها، فمثلاً كشوف حسابات العملاء في المصرف تعتبر من البيانات، أما تقرير كشوف الزبائن مجتمعةً حسب المناطق الجغرافية مثلاً يعتبر من المعلومات.

٢ - المعلومات : informations

وهي البيانات التي تمت معالجتها وتجهيزها بشكل منظم ذو معنى مفيد صالح للاستخدام (Laudon & laudon, 2008: 13). فالمعلومات هي تلك الحقائق والمفاهيم والمعطيات والمعارف ذات الصلة بموضوع معين، التي نتجت عن معالجة البيانات، تستخدم وتساهم في عملية اتخاذ القرارات. فهي عبارة عن مورد أساسي لأي منظمة مدنية كانت أم حكومية، تجارية أو غير تجارية... الخ. ولا بد أن تتسم المعلومات بالدقة، التوقيت الملائم، الملائمة، الاعتمادية، الموضوعية، قابلية التبني والتطبيق، التكلفة المناسبة (David, 1999: 36-38).

وعلى ذلك فإن الفرق الرئيسي بين البيانات والمعلومات يكمن في مدى إمكانية الاعتماد عليها لاتخاذ القرار (المغربي، ٢٠٠٢: ٣٢). ومن هذا المفهوم نجد أن ما يعتبر معلومات بالنسبة لشخص ما، قد تكون بيانات بالنسبة لشخص آخر، فمثلاً عدد ساعات العمل لكل عامل هي معلومات، بينما تعتبر بيانات بالنسبة لقسم المالية عندما يرغب في عمل جدول الرواتب للعاملين (النجار، ٢٠١٠: ٤٧).

٢-١-٢: ماهية نظم المعلومات: Information system

بعد التطرق فيما سبق إلى مفهوم النظام وكذا مفهوم البيانات و المعلومات، يحاول الباحث من خلال هذه الفقرة إعطاء مفهوم واضح وسهل لنظام المعلومات، فنظم المعلومات بالمعنى التقليدي هي التي تتولى معالجة بيانات الأعمال وتخزينها وإنتاج تقارير تمثل خلاصة معاملات المنظمة في مجالاتها الوظيفية. وبالتالي فإن كل نظام معلوماتي يتم تطويره وتصميمه لدعم أنشطة وعمليات الإدارة يقع ضمن مظلة نظم المعلومات.

لقد تعددت التعاريف والمفاهيم الخاصة لنظام المعلومات، وهذا يعود أساساً إلى الوظائف التي يؤديها هذا الأخير، حيث تلعب نظم المعلومات دوراً مهماً في نجاح المنظمات من خلال مساعدتها على إدارة وظائفها ونشاطاتها، وعلى الرغم من أهمية هذا الدور الحيوي الذي تقوم به، إلا أنه لا يوجد اتفاق مشترك حول تعريف واحد لنظم المعلومات، ولكن يمكن القول أن هناك اتفاق إلى حد ما في الإطار العام. وفيما يلي أهم التعاريف لعدد من المختصين في هذا المجال:

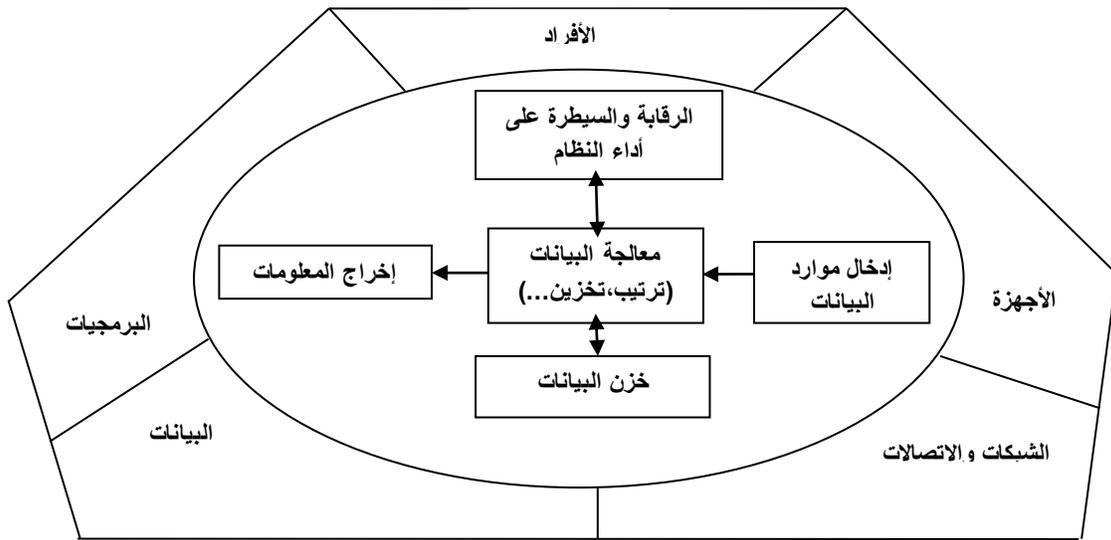
- يرى bee and bee أن نظم المعلومات هي: أي نظام يستعمل لتحويل البيانات من مصادرها الداخلية والخارجية إلى معلومات وإيصال هذه المعلومات بالوقت المناسب والشكل السليم إلى المديرين في كافة المستويات الإدارية، ولكافة الوظائف لتمكينهم من اتخاذ قرارات فعالة (Harizanova, 2003:3).
- ويرى (Laudon & laudon, 2008: 8) أن نظم المعلومات هي: مجموعة من العناصر المترابطة التي تعمل معاً على جمع واسترجاع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات، لدعم عملية صنع القرار والتنسيق والرقابة والتخطيط والملاحظة في المنظمة. وهي بنفس الوقت مجموعة من الأفراد والتجهيزات والإجراءات والبرمجيات والاتصالات وقواعد البيانات التي تعمل يدوياً أو آلياً على جمع المعلومات وتخزينها ومعالجتها ومن ثم بثها للمستفيد.
- ويرى سعد غالب ياسين أن نظم المعلومات هي: نظام منهجي محوسب قادر على تكامل البيانات من مصادر مختلفة، بقصد توفير المعلومات الضرورية للمستخدمين أو الاحتياجات المتشابهة (النجار، ٢٠١٠: ٥٣).
- ويرى (Curtis & Cobham, 2002: 35) أن نظم المعلومات هي: تلك النظم المحوسبة التي تزود الأنشطة الإدارية بالمعلومات اللازمة في المؤسسة، وهي تتكون من المعدات والبرمجيات التي تستقبل، تخزن، تعالج، تسترجع، تختبر المعلومات وتقدمها بالشكل المناسب لدعم عملية اتخاذ القرارات الإدارية في التخطيط والرقابة على أنشطة المنظمة.
- وينظر (النجار و ملكوي، ٢٠١٠: ٢٦١) إلى نظم المعلومات على أنها مجموعة العناصر المترابطة التي تعمل معاً، لجمع المعلومات ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وتوزيعها بهدف دعم اتخاذ القرارات داخل المنظمة.

وعلى ضوء التعريفات السابقة، يمكن أن نصل إلى تعريف شامل لنظم المعلومات، حيث يمكن تعريفها على أنها: عبارة عن إطار لمجموعة من المكونات والعناصر سواء المادية أو البشرية، والتي

ترتبط مع بعضها البعض بعلاقات تكاملية وتفاعلية، من خلال تطبيق وظائف النظام من جمع وتخزين ومعالجة للبيانات وتحويلها إلى معلومات مفيدة، بحيث يتم تقديمها وبالوقت المناسب للوحدات الإدارية المختلفة لمساعدتها على أداء وظائفها الإدارية بكفاءة وفاعلية.

ويرى الباحث أنه رغم عدم وجود تعريف متفق عليه لنظام المعلومات، إلا أن التعاريف السابقة بما فيها التعريف الذي أورده الباحث تطرقت في ضبطها لهذا المفهوم إلى الوظائف الأربعة الأساسية التي يقوم بها نظام المعلومات والتي تشمل على: جمع، تخزين، معالجة، ونشر المعلومات، لذلك فإن أي تعريف لنظام المعلومات يعتبر ناقصاً إذ لم يتطرق إلى توضيح هذه الوظائف. والشكل رقم (٢-٢) يوضح نظام المعلومات وأهم مكوناته وموارده:

الشكل رقم (٢-٢) مكونات وموارد نظم المعلومات



Source: O'Brien, James, A, 2007, Management Information Systems: Managing Information Technology in the E-Business Enterprise, 7th ed, Irwin: McGraw-Hill Companies, Inc, p11. بتصرف

من خلال الشكل السابق يمكن لنا أن نستنتج أهم الفعاليات التي يقوم بها نظام المعلومات على النحو التالي:

- ١- إدخال موارد البيانات من مصادرها المختلفة، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن البيانات يجب تسجيلها وإدخالها عن طريق وسائل الإدخال الملحقه بالحاسوب
- ٢- معالجة البيانات التي تم إدخالها بقصد تحويلها إلى معلومات مفيدة للمستخدم النهائي.

٣- إخراج منتجات المعلومات وتقديمها للمستخدم النهائي على شكل تقارير، أو وسائط فيديو أو في أي شكل مرغوب للمستخدم النهائي وضمن إمكانيات النظام.

٤- تخزين البيانات بصورة منظمة وذلك للاستفادة منها في أي استخدام مستقبلي.

٥- السيطرة على أداء النظام، بحيث أنه يجب على نظام المعلومات تقديم تغذية راجعة عن عملية الإدخال والمعالجة والتخزين والإخراج، وتقييم هذه التغذية لتحديد فيما إذا كان النظام قادراً على إنجاز المطلوب منه ضمن المعايير الموضوعية أم لا.

٢-١-٣: مكونات نظم المعلومات Information Systems Components

تتكون نظم المعلومات من خمسة عناصر رئيسية، يمكن تصنيفها إلى: الموارد البشرية، الأجهزة والمعدات، البرمجيات، البيانات، الشبكات والاتصالات (O'Brien, 2007: 13). وفيما يلي توضيح موجز لتلك المكونات:

١- **الموارد البشرية Human Resources**: إن وجود الأفراد ضروري ومحوري لتشغيل وإدارة أي نظام معلومات، والمقصود هنا بالأفراد هم العناصر المدربة والخبيرة على تصميم واستخدام النظم بكفاءة وفاعلية، وتشمل الموارد البشرية عادة على: (النجار، ٢٠١٠: ٥٧)

أ- المستخدمين النهائيين: وهم الأفراد الذين يستخدمون مخرجات نظام المعلومات، وهذا يتطلب توفير وسيلة خطاب سهلة مع النظام، ومن هؤلاء المستخدمين: المديرين، المحاسبين، رجال البيع، الموظفين، المستهلكين، والمهندسين وغيرهم.

ب- متخصصي نظم المعلومات: وهم الأشخاص الذين يقضون وقتاً كاملاً في تطوير أو تشغيل نظم المعلومات. ويشملون على محلي النظم والمبرمجين والمشغلين للنظام.

٢- **الأجهزة والمعدات Hardware**: تتضمن جميع الأجهزة المادية و الموارد المستخدمة في معالجة البيانات مثل: وسائل الإدخال Input Devices، و وحدة المعالجة المركزية CPU، و وسائل التخزين Storage Devices، ووحدات الإخراج Output Devices، ووسائل الاتصال والشبكات Communication Devices، ليس هذا فقط، بل تمتد لتشمل مدى إمكانية تحديث وصيانة هذه الأدوات حتى تتمكن المنظمة من مواكبة التغيرات المستمرة والاحتياجات المتجددة في البيئة المحيطة (Kolba, 2009: 55).

٣- البرمجيات **Software**: وتشمل كل الإيعازات والتعليمات المكتوبة بلغة خاصة يفهمها الحاسوب (O'Brien, 2007:24)، وضمن هذا السياق يمكن تقسيمها إلى ما يلي:(الصباغ، ٢٠٠٠: ٢٢)

أ- برمجيات التشغيل: مثل نظام التشغيل الذي يدير عمليات الحاسوب.

ب- البرمجيات التطبيقية: وهي برامج مكتوبة لتطبيقات خاصة من قبل المستخدم النهائي مثل برامج نظم الرواتب، وبرامج معالجة النصوص وغيرها.

ج- الإجراءات: وهي توجيهات تشغيلية للأفراد الذين سيستخدمون نظام المعلومات. مثل التوجيهات الخاصة بملء الاستمارات، أو استخدام حزمة برمجيات معينة.

٤- البيانات **Data**: تعتبر البيانات مواد خام أولية يتم تسجيلها بواسطة رموز معينة (كلمات، أحرف، أشكال، أرقام...) بحيث يمكن الرجوع إليها في وقت لاحق (أبو عمر، ٢٠٠٩: ٤٢). لذا يجب النظر إلى البيانات كمورد مهم، يجب أن ينظم ويدار بكفاءة وفاعلية، لتصبح قادرة على توفير متطلبات المستخدم النهائي. وقد تنظم البيانات على شكل قواعد بيانات أو قواعد معرفة أو قواعد نماذج أو بنوك معلومات (النجار، ٢٠١٠: ٥٩).

ويرى الباحث أنه يجب على المنظمة سواء كانت مصرف أو مؤسسة إنتاجية، أن تعمل على تنمية المكونات الخمسة تلك، حتى تزيد الفائدة من نظم المعلومات لديها، حيث أن توفر هذه العناصر في المؤسسة لوحدها لا يعتبر كافياً لدعم بناء القاعدة المعرفية وتعزيز الميزة التنافسية، فلا بد من التفاعل بين هذه الموارد مجتمعة، حتى تستطيع إكساب المنظمة ميزة تنافسية، فالتناغم بين المكونات المادية والبرمجيات من جهة مدعومة بوسائل الاتصالات والشبكات، وبين الأفراد سواء كانوا مستخدمين نهائيين أو متخصصين من جهة أخرى ضروري حتى تستطيع المنظمة من أداء الأنشطة المختلفة لتلك النظم. ويمكن أن يتم ذلك في المصرف على سبيل المثال لا الحصر، من خلال ثلاث مراحل هي: (عجام، ٢٠٠٧: ٦٧)

١- ربط أجهزة الحاسوب داخل المصرف الواحد، لنقل البيانات والمعلومات المتعلقة بمعالجة الحسابات والمدفوعات وغيرها، ليتم بعدها الربط مع فروع المصرف.

٢- يتم الربط بين شبكة المصرف والمصارف الأخرى و المؤسسات التي تتعامل مع المصرف بشكل كبير، بواسطة شبكة السوي فت Society of Worldwide Interbank Financial Transaction. (SWIFT)

٣- توسيع استخدام وحدات المعالجة الطرفية لتشمل العملاء أيضاً مثل أجهزة الصراف الآلي (ATM).

٢-١-٤: أنواع نظم المعلومات

أ - تقسيم نظم المعلومات على أساس المستويات التنظيمية:

يمكن تقسيم نظم المعلومات على أساس المستويات التنظيمية الأساسية التي تقدم الدعم لها، ابتداءً من المستوى الأدنى وصعوداً إلى الأعلى إلى أربع أنواع، هي على الترتيب: (Laudon & laudon, 2006: 40-41)

1- نظم المستوى التشغيلي Operational Level System:

وهي النظم التي تدعم العاملين في المستوى الإداري الأول (الأنشطة الروتينية)، وتعمل على مراقبة وتسجيل النشاطات الروتينية المختلفة في المنظمة بما تشمله من إنتاج وتصنيع، مالية ومحاسبة، تسويق ومبيعات، و موارد بشرية، ويطلق عليها عادة نظم معالجة العمليات أو البيانات.

2- نظم المستوى الإداري (التكتيكي) Management Information System

وهي النظم التي تدعم المديرين في الإدارة الوسطى، وتعمل على مراقبة ودعم عمليات صنع القرارات شبه وغير الروتينية في مستوى الإدارة الوسطى، وتحاول الإجابة على أسئلة من نوع، هل الأمور تسير كما هو مخطط؟، ما هو الأثر لو ضاعفنا المبيعات خلال شهر ما على مخطط الإنتاج...؟

3- نظم المستوى الإستراتيجي Strategic Level System

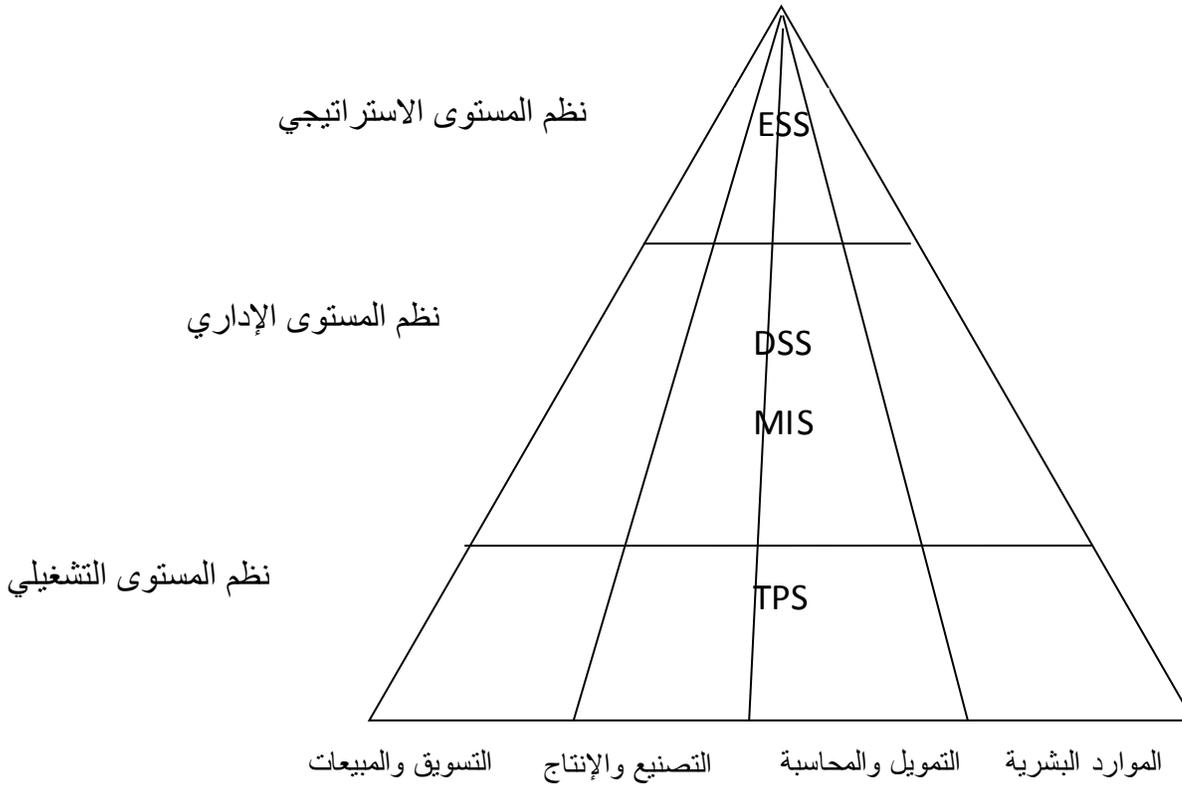
وهي النظم التي تدعم المديرين في الإدارة العليا، فيما يخص القضايا الإستراتيجية والتخطيط طويل الأجل في المنظمة، حيث تأخذ بالاعتبار البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة، وتجب على أسئلة من نوع ما هي العملة المطلوبة مستقبلاً؟، ما هي المنتجات التي علينا صناعتها في الخمس سنوات القادمة؟... ويضيف آخرون مستوى رابع يدعم المستويات الإدارية الثلاث وهو: (القاضي وأبو زلطة، ٢٠١٠: ٤٣)

4 - نظم المستوى المعرفي Knowledge Level System

يشمل المستوى المعرفي العاملين في مجالات البيانات والمعلومات والمعرفة مثل المختصين في مجالات النظم والمهندسين. وتتعلق وظائف هذه النظم بالمحطات الهندسية والرسومات، ومعالجة البيانات، وتصوير الوثائق والمفكرات الإلكترونية التي تخدم المستوى المعرفي وكذلك مستوى نظم المكتب.

والغرض من هذه النظم هو مساعدة المنظمة أن تدمج أي معرفة جديدة في المنظمة، كما تساعد في رقابة تدفق الأعمال الورقية والمكتبية داخل المنظمة (أبو رحمة، ٢٠٠٥: ٤٦). وبالتالي فهي تدعم القرارات غير المهيكلة داخل المنظمة. والشكل رقم (٢-٣) يوضح المستويات الإدارية و نظم المعلومات التي تخدمها:

الشكل رقم (٢-٣) العلاقة بين المستويات الإدارية والنظم التي تخدمها



source: Laudon, Kenneth c. & laudon, Jane P, Op. CIT. p 42

• النظم الستة التي تتعامل مع المستويات التنظيمية:

تلك المستويات الأربعة التي أشرنا إليها سابقاً، تحصل على الخدمات المعلوماتية عادة من خلال ستة أنواع رئيسة من نظم المعلومات، والتي تصمم لأغراض مختلفة ولجمهور من المستخدمين المختلفين. وهي:

١ - نظم معالجة المعاملات أو العمليات (Transaction Processing System) TPS)

تم تطوير نظم المعلومات الأولى في ستينات القرن العشرين، وذلك من أجل أتمتة التعاملات اليدوية عن طريق الحاسوب الإلكتروني، وأطلق عليها بدايةً مسمى نظم المعلومات الإلكترونية (ng Processi System Data)، وتم تطويرها لاحقاً وفق عدة مراحل وأطوار وأخذت تسميات مختلفة، حيث يطلق عليها اليوم اسم نظم معالجة المعاملات (الرحال، ٢٠٠٠: ١٦). ويعرفها (Laudon & laudon, 2006: 43) على أنها نظم تعتمد على الحاسوب، تقوم بتسجيل العمليات الروتينية اليومية الضرورية لمزاولة العمل، مثل تسجيل أوامر البيع والشراء، حجوزات الفنادق، جدول الرواتب، وسجلات دوام العاملين وغيرها.

تقوم هذه النظم بخدمة المستويات التشغيلية داخل المنظمة، حيث تقوم بتسجيل البيانات والوقائع والأحداث التي تجري في المنظمة، وتستفيد منها المنظمة في أداء وظائفها المختلفة من تسويق، وإنتاج و تصنيع، ومحاسبة ومالية، وموارد بشرية عن طريق الدعم الذي تقدمه إلى القرارات المهيكلية (النجار وملكاوي، ٢٠١٠: ٢٦٢). كما وتتميز بناحيتين أساسيتين هما:

- ❖ رسم حدود المنظمة وبيئتها من خلال ربط العملاء بالمنظمة وإدارتها.
- ❖ تعد هذه النظم بمثابة منتج للمعلومات، كي تستخدم من قبل نظم أخرى سواء داخل المنظمة أو خارجها (سلطان، ٢٠٠٠: ٥).

ويرى الباحث أن هذه النظم تعتبر العمود الفقري لأي نظام في المؤسسة، ولا يمكن بناء أي نظام بدون الاعتماد على هذه النظم، وعلى البيانات التي تنتجها لخدمة النظم الأخرى. وبالتالي فإن فشل هذه النظم في تأدية مهامها سواء في الحصول على المدخلات، أو إنتاج المخرجات من وإلى البيئة قد يؤدي إلى فشل كافة النظم الأخرى. لذا يمكن القول أن هذه النظم تقوم بتمهيد الطريق لعمل الإدارات العليا والوسطى في المنظمة من دون أن يكون لها صلة مباشرة بهذه الإدارات.

٢- نظم المعلومات الإدارية (Management Information System (MIS)

تعمل نظم المعلومات الإدارية على مستوى الإدارة التكتيكية داخل المنظمة، حيث تقوم بدعم القرارات المهيكلية، خاصةً فيما يتعلق بأمور العمل الأسبوعية والشهرية والسنوية، إذ تمكن المديرين من الوصول إلى المعلومات عن أداء المنظمة الحالي والسابق. ويمكن تعريف نظام المعلومات الإدارية على أنه: نظام منهجي محوسب قادر على تكامل البيانات، بقصد توفير المعلومات الضرورية لصنع القرارات (الحميدي و آخرون، ٢٠٠٥: ٧٣). وعرفها Senn James على أنها نظام متكامل لتوفير المعلومات اللازمة لدعم وظائف وعمليات المؤسسة، ويساعد في اتخاذ القرارات من خلال معلومات تصف الماضي والحاضر والمستقبل (رايح، ٢٠٠٣: ٤٢). وقد نشأت هذه النظم رداً على أوجه القصور في نظم معالجة المعاملات (أي بسبب حاجة المديرين إلى المعلومات)، ولكنها تتطلب وجود نظم معالجة المعاملات كشرط مسبق و لازم.

كما وتعمل هذه النظم على تلخيص البيانات الناتجة عن نظم معالجة المعاملات، وتقديمها على شكل تقارير دورية وليست مبدئية إلى المديرين في مختلف المستويات الإدارية وذلك لتدعيم عملية صنع القرارات التقليدية، وبشكل رئيسي في مستويات الإدارة الوسطى (الرحال، ٢٠٠٠: ١٨). وغالباً ما تكون هذه النظم موجهة للبيئة الداخلية للمنظمة وليس للبيئة الخارجية، وتخدم عمليات التخطيط والتنسيق والتنظيم والرقابة وصنع القرارات في المستويات الإدارية كافة. أي أنها تخدم وظائف الإدارة، وهذه النظم عادةً قليلة المرونة ولديها قدرة قليلة على التحليل (Laudon & Laudon, 2006: 44). ومن أهم تطبيقات نظم المعلومات الإدارية، تحليل المبيعات، تحليل التكاليف، والموازنة السنوية وغيرها. من أجل تزويد الإدارة بالمعلومات اللازمة لأداء وظائفها وعملياتها (قنديلجي والجنابي، ٢٠٠٨: ٦٥). كما وتقوم هذه النظم بتأدية العديد من الوظائف في بيئة الأعمال المعاصرة، أهمها: (النجار، ٢٠١٠: ٥٥)

- ❖ زيادة التعاون بين الإدارة العليا والفروع التابعة لها في المناطق المختلفة.
- ❖ التنسيق بين المنشأة وأصحاب المصالح المختلفين من الموردين والمستهلكين والموظفين، حيث تؤمن نظم المعلومات الإدارية حركة الاتصال، سواء في تبادل الرأي أو تنفيذ الصفقات التجارية بين الأطراف المختلفة.
- ❖ العمل على تحقيق الفاعلية Effectiveness بتوفير المعلومات الصحيحة و اللازمة لاتخاذ القرارات، والكفاءة Efficiency بتوفير المعلومات بأقل تكلفة ممكنة.
- ❖ المساعدة في تحقيق الميزة الاستراتيجية للمنظمة.

ويرى (نائب و آخرون، ٢٠٠٩: ٩١) أن نظم المعلومات الإدارية هي نظم ذات طبيعة تكاملية غايتها تزويد الإدارة بالمعلومات اللازمة لتخطيط ورقابة الأنشطة الإدارية المختلفة في المنظمة، من خلال المعالجة التحليلية للبيانات التي توفرها نظم معالجة البيانات، واستخلاص المؤشرات المتعلقة بأداء الوظائف المختلفة ضمن توجهات الإدارة الاستراتيجية.

3 - نظم دعم القرار (DSS) Decision Support System

صممت نظم دعم القرار لحل المشكلات النوعية التي تعجز عنها نظم المعلومات الإدارية، وتعتبر نسخة متقدمة عنها. حيث تساعد المديرين على فصل أجزاء المشكلة ومكوناتها ليتمكنوا من استخدام خبراتهم وحكمهم في حلها. ويعرف نظام دعم القرارات على أنه: النظام المعتمد على الحاسوب الآلي، الذي يساعد صانع القرار على الاستفادة من المعلومات والنماذج لحل المشكلات غير الروتينية (نجم الحميدي وآخرون، ٢٠٠٥: ١١١). وبالتالي فإنه نظام يمزج البيانات، ويقدم نماذج تحليلات رفيعة المستوى، كما يمكنه دمج عدة نماذج لتكوين نموذج متكامل، وأيضاً يقدم برامج إدارة و إنتاج الحوار للسماح لصانع القرار بالتفاعل مع النظام، لدعم اتخاذ القرارات غير المهيكلة داخل المنظمة. ومثال ذلك تحليل تكاليف العقود (النجار، ٢٠١٠: ٨٥).

تعمل هذه النظم على مستوى إدارة المنظمة (الإدارة الوسطى والعليا)، وذلك لمساعدة المديرين في اتخاذ القرارات النوعية، والتعامل مع المشكلات غير الاعتيادية التي تكون طرق و إجراءات الوصول إلى حلول لها غير معروفة ومحددة مسبقاً. كما أن لهذه النظم قدرة تحليلية أكثر من باقي النظم الأخرى وتركز تحسين على كفاءة صنع القرار (Laudon & Laudon, 2006: 46). وبالرغم من أن نظم دعم القرار تستخدم معلومات من نظم معالجة المعاملات TPS ونظم المعلومات الإدارية MIS، إلا أنها تأتي بالمعلومات أيضاً من مصادر خارجية مثل، أسعار الأسهم الجارية وأسعار المنتجات لدى المنافسين وغيرها (الرحال، ٢٠٠٠: ٢٤). وهناك نظم دعم القرارات الجماعية التي تعتبر منظومة معلومات حاسوبية، وتفاعلية تدعم عمل الفريق لحل المشكلات غير وشبه المهيكلة (النجار وملاوي، ٢٠١٠: ٢٦٣).

ويرى الباحث بأن هناك شبه إجماع بين علماء نظم المعلومات، على أن نظم دعم القرار تقدم الدعم لاتخاذ القرارات شبه المهيكلة وهي: القرارات التي يكون فيها جزء من المشكلة واضح و الإجراءات شبه محددة، ولكنها غير كافية لاتخاذ القرار، وبدرجة أقل تقدم الدعم للقرارات غير المهيكلة التي ترتبط بالإدارة العليا، و ذلك لأن المدراء في الإدارة العليا غالباً ما يستخدمون نظم دعم الإدارة التنفيذية.

٤ - نظم دعم الإدارة التنفيذية (ESS) Executive Support System

تستخدم هذه النظم من قبل المديرين في الإدارة العليا، وذلك بغرض اتخاذ القرارات غير الروتينية، والتي تتطلب حكمة وتحليل عميق، لأنه لا يوجد لها إجراءات مسبقة عن كيفية التصرف حيال المشكلة الطارئة. و صممت هذه النظم لجمع وحصر المعلومات من المصادر الخارجية مثل قوانين الضرائب الجديدة، أو المنافسين وغيرها من عناصر البيئة الخارجية. ليس هذا فحسب، بل أيضاً تستخلص المعلومات من المصادر الداخلية، وخاصةً من نظم المعلومات الإدارية (MIS) ونظم دعم القرار (DSS)، ومن ثم تقوم بفلتر هذه المعلومات وتحليلها وتقديمها للمديرين في الإدارة العليا.

كما أن هذه النظم ليست مصممة لحل مشكلة بعينها، ولكن يمكنها التعامل مع كل أنواع المشاكل المتجددة والمتغيرة، وتعتمد على برمجيات ورسومات وجداول متطورة جداً لتأدية وظائفها، ولكنها تستخدم نماذج تحليلية بدرجة أقل من النظم الأخرى، وذلك لأنها تتطلب خبرة كافية من المديرين في كيفية التوظيف و المفاضلة بين البدائل واختيار البديل الأفضل، إذ تقوم هذه النظم بالإجابة على أسئلة من نوع: ما هو مجال النشاط الذي يجب أن تكون فيه المنظمة؟ أو ماذا يفعل المنافسون؟ (Laudon & Laudon, 2006: 47).

ويرى الباحث أن تلك النظم من أهم النظم التي تعطي المنظمة القدرة على كسب ميزة استراتيجية على منافسيها، لما لها من تفاعل مباشر مع البيئة الخارجية، إذ يمكنها تحليل قدرة المنظمة التنافسية التي تبني عليها إستراتيجيتها. ومع ذلك لا يزال استخدام هذه النظم محدود في البلدان النامية، وذلك لعدم توفر الخبرة الكافية للمديرين في تلك الدول للتعامل معها بكفاءة وفاعلية.

٥ - نظم أتمتة المكاتب: (Office Automation System (OAS)

تشير إلى كافة النظم التي ترتبط بشكل عام في العمل المكتبي، بما يحويه من أنشطة، مثل حفظ ومراجعة السجلات، جدولة المواعيد، تيسر إنشاء وحفظ وتوصيل المعلومات في أشكالها المكتوبة أو المنطوقة أو المصورة في أرجاء المؤسسة. ولها العديد من التطبيقات التي تستخدمها لأداء مهامها والتي منها: معالجة الكلمات، البريد الإلكتروني، معالجة الصور، معالجة الصوت، نسخ الوثائق، الانترنت، النشر المكتبي وغيرها. و لا تتواجد هذه التطبيقات بالضرورة في نظام مكتبي واحد. وحالياً فإننا نجد أن المديرين والمهنيين ومنوبي المبيعات والعاملين كافة يعتمدون على هذه النظم لأداء مهامهم (مصطفى، ٢٠٠٦: ١٤٣).

ويرى الباحث أن هذه النظم انصهرت بين جميع الأنظمة الأخرى، وذلك بعد التطور السريع والهائل في صناعة البرمجيات ونظم المعلومات، وأكثر ما يميز هذه النظم أنها تستخدم من قبل الجميع، وتمدهم بالمعلومات، وهي سهلة الاستخدام وغير معقدة. وتهدف إلى تحقيق غاية مكتب بلا ورق.

٦ - نظم العمل المعرفي: (Knowledge Work System (KWS)

تهدف تلك النظم إلى دعم العاملين في العمل المعرفي داخل المنظمة، من خلال ضمان وصول المعرفة الجديدة والخبرة الفنية بشكل متكامل (سلطان، ٢٠٠٠: ٥).

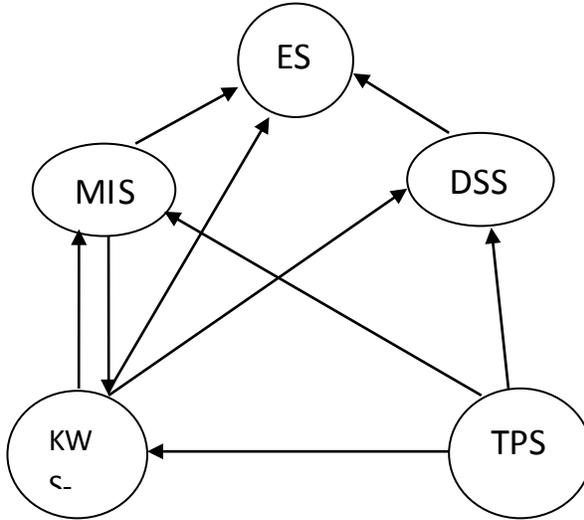
وبعد خبراء نظم المعلومات مثل Case & Parker أن النظم الخبيرة Expert System والذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence هما الشقان الرئيسان للنظم المعتمدة على المعرفة، لأنها لا تقوم فقط بعملية تجميع وتصنيف وتحليل البيانات وعرضها. بل تقوم بإضافة شيء جديد، هو عملية الاستخلاص وتقديم الخبرة، إذ تقوم على فكرة محاكاة عملية اتخاذ القرار التي يقوم بها الإنسان (الحسنية، ٢٠٠٦: ٤٠١).

وبالتالي يمكن القول بأن النظم الخبيرة هي واحدة من النظم التي تعمل على دمج المعرفة ومهارات حل المشكلات، وذلك للوصول إلى نفس مهارة الخبير البشري في حل المشكلات و اتخاذ قرارات استراتيجية

بشأنها، حيث تستطيع التعامل مع المشكلات التي تحتاج إلى معرفة نظرية، وخبرة علمية على حد سواء. والأكثر أهمية من ذلك أنها تساعد المنظمات في اكتساب المعرفة الضرورية، وإعادة هيكلتها من أجل نجاح المنظمة والمنافسة (Wright & Rhodes, 2001: 120). أما نظم الذكاء الاصطناعي، هي نظم هدفها تصميم وتطوير نظم حاسوبية تحاكي الذكاء البشري لدى الأفراد، ومحاولة استخدام هذا الذكاء في حل المشكلات واتخاذ القرارات المختلفة، وجاءت هذه النظم كمحاولات لمنح الآلات قدرة من حيث إجراء العمليات الذكية التي يقوم بها العنصر البشري (Walker, 2006:205).

بعد هذا العرض المبسط لأهم نظم المعلومات، لا بد من الإشارة إلى أن هذه النظم ترتبط فيما بينها بعلاقات تكاملية وتبادلية، لتبادل البيانات والمعلومات من تقارير تفصيلية، أو ملخصة، وجداول ورسومات وغيرها من أشكال المعلومات. ويبين الشكل رقم (٢-٤) كيفية ارتباط هذه النظم مع بعضها البعض:

الشكل رقم (٢-٤) العلاقة بين نظم المعلومات



المصدر: زياد عبد الكريم القاضي، محمد خليل أبو زلطة، ٢٠١٠، تصميم نظم المعلومات الإدارية والمحاسبية، ط١، المجتمع العربي للنشر، عمان، الأردن، ص. ٤٦ بتصرف.

وتعقياً على الشكل السابق، نلاحظ أن نظم المعلومات ترتبط وتتفاعل مع بعضها البعض بعلاقات تبادلية وتفاعلية، حيث يتضح الدور المحوري والهام لنظم معالجة المعاملات (TPS)، إذ تزود نظم دعم القرار (DSS) ونظم المعلومات الإدارية (MIS) والنظم المعرفية (KWS) ونظم أتمتة المكتب (OAS) بالمعلومات المتجمعة لديها، وحسب حاجة النظم الأخرى، وبالتالي فإن نجاح المنظمة من عدمه، يتوقف على الدور الذي تقوم به تلك النظم أي (TPS)، وذلك لأن كل القرارات والحلول يتم اتخاذها في ضوء

المعلومات التي تنتجها، وتمد بها النظم الأخرى في المنظمة. ولكن يبقى التحدي الأكبر أمام الإدارة، تكلفة هذه النظم و تحقيق التكامل فيما بينها.

ب- تقسيم نظم المعلومات على أساس وظيفي: Function Information Systems

من المهم أن ندرك أن نظم المعلومات، ما هي في الواقع إلا خليط متكامل من أنواع نظرية مختلفة من نظم المعلومات التي تطرقنا إليها أعلاه. وذلك لأن التصنيف النظري لنظم المعلومات مصمم لإيضاح الأدوار المختلفة لنظم المعلومات. وفي الجانب العملي فإن هذه الأدوار مدمجة في نظم معلومات موحدة، تقدم الدعم لوظائف مختلفة. لذلك فإن نظم المعلومات مصممة لإنتاج معلومات ودعم قرارات يتم صنعها في مختلف المستويات الإدارية ووظائف الأعمال، إضافة إلى قيامها بحفظ القيود ومعالجة المعاملات. فعلى سبيل المثال: نظام معلومات الرواتب الذي يعالج سجلات العاملين ويعد جداول الرواتب، هو نظام معلومات تشغيلي، وفي نفس الوقت هناك نظام معلومات يستخدم البيانات الواردة في جداول الرواتب، لإنتاج تقارير تحليل العمل لحساب الكلف المختلفة، وهو نظام معلومات الموارد البشرية. ولكن في معظم الحالات، يتم دمج النظامين في نظام واحد، يقدم المعلومات لسد احتياجات كلتا الوظيفتين (McLeod & 2007: 123 schell).

ولقد صنف Laudon & Laudon نظم المعلومات حسب الوظائف التي تخدمها إلى أربعة نظم رئيسية، كلاً منها يخدم مجال وظيفي معين في المنظمة وهي: نظم معلومات البيع والتسويق، نظم معلومات التصنيع والإنتاج، نظم معلومات الموارد البشرية، ونظم معلومات التمويل والمحاسبة (Laudon & 2006: 48).

١ - نظم معلومات المبيعات التسويق Sales & Marketing Information System

يقوم هذا النظام بخدمة المستويات الإدارية في المنظمة كافةً، فعلى المستوى التشغيلي يدعم عملية الاتصال بالمستهلكين الحاليين والمستقبليين، وتتبع المبيعات، ومعالجة أوامر البيع والشراء، ودعم خدمة ما بعد البيع وغيرها من النشاطات المصاحبة لعملية البيع. أما على مستوى الإدارة، فتقوم هذه النظم بوظائف عدة، منها دعم بحوث التسويق، وحملات الدعاية والإعلان، وقرارات التسعير، وتحليل أداء المبيعات، وتحليل أداء موظفي المبيعات وغيرها. وعلى المستوى المعرفي تدعم محطات العمل. أما على المستوى الاستراتيجي، فتقوم بمراقبة الاتجاهات التي تؤثر على المنتجات الجديدة، وفرص البيع، وتدعم عملية التخطيط لمنتجات جديدة، وتتبع أداء المنافسين (Laudon & Laudon, 2006: 48).

كما تعتبر نظم معلومات التسويق من أهم النظم الوظيفية داخل المنظمة، حيث تؤدي وظائف عدة، منها تحديد أنواع السلع والخدمات التي ستباع للمستهلكين، وتحديد الاستراتيجيات والخطط التي تحتاج لها عمليات تسعير السلع والخدمات، وترويجها وتوزيعها، والعمل على تطوير منتجات جديدة وأسواق جديدة أيضاً (الحسنية، ٢٠٠٦: ٢٨). ويعرفها Kotler على أنها: شبكة معقدة من العلاقات المنظمة، حيث يتدخل الأشخاص والآلات و الإجراءات و المناهج، بهدف تأمين تدفق منظم للمعلومات من مصادرها الداخلية والخارجية في المنظمة، والموجهة لخدمة عملية اتخاذ القرارات التسويقية (Kotler,1994: 122).

وبالتالي يمكننا القول: بأن نظام معلومات المبيعات والتسويق، يتولى جمع وتحليل ومعالجة البيانات التسويقية الناتجة عن أنشطة وعمليات إدارة التسويق، وتأمين المعلومات التسويقية اللازمة، لاتخاذ القرارات ذات العلاقة بالمزيج التسويقي. وصياغة الإستراتيجية التسويقية للمنظمة. و أيضاً تعتبر مخرجاته مدخلات مهمة للنظم الوظيفية الأخرى.

2- نظم معلومات التصنيع والإنتاج: Manufacturing & Production Information System

هو نظام محوسب، يتولى تجهيز إدارة العمليات، وإدارة نظام المعلومات الإدارية بالمعلومات المرتبطة بكافة الأنشطة التصنيعية. (بالتخطيط والسيطرة على الإنتاج والنقل والعمليات اللوجستية..). ولهذا النظام بعدين رئيسين: الأول يتصل بالتصميم التقني لعمليات تصنيع المنتجات. والثاني يرتبط بموضوع تقنيات إنتاج المعلومات (ياسين، ٢٠٠٠: ٨٤).

وكما نظام معلومات التسويق فإن نظم معلومات التصنيع والإنتاج، تعمل في المستوى التشغيلي على معالجة كافة الأوضاع المتعلقة بمهام التصنيع والإنتاج. أما على المستوى الإدارة (التكتيكي)، فإن نظم التصنيع والإنتاج، تحلل، وتراقب الموارد وكلف الإنتاج. وأيضاً تعمل على المستوى المعرفي على تأمين ونشر المعرفة والخبرة لقيادة العملية الإنتاجية. كما تهتم على المستوى الاستراتيجي بدعم النشاطات، التي تهتم بالتخطيط والمراقبة لعملية إنتاج السلع والخدمات، في خطة استراتيجية طويلة الأجل من حيث الموقع، و الاستثمار في تكنولوجيا جديدة (النجار، ٢٠١٠: ١٢١).

وبناءً على ما سبق يمكن القول: بأن نظم معلومات التصنيع والإنتاج، ترتبط ارتباطاً وثيقاً بنظم معلومات التسويق والمبيعات، حيث تحصل منها على توقعات المبيعات المستقبلية لوضع خطة الإنتاج،

وتتمدها أيضاً ببيانات عن مستوى المخزون، الذي يشكل أحد أكثر اهتمامات هذه النظم، بغية التأكد من توفر المواد الأولية اللازمة، لضمان استمرارية العملية الإنتاجية.

3- نظم معلومات الموارد البشرية: Human Resource Information System

تساعد نظم معلومات الموارد البشرية على المستوى التشغيلي في الإشراف على الاستقطاب و إحلال العمال في المنظمة. وعلى المستوى الإداري تساعد المديرين على مراقبة وتحليل عملية استقطاب و توزيع وتعويض العاملين. كما أنها تدعم عملية تحليل الأنشطة المرتبطة بتصميم العمل والمسارات الوظيفية على المستوى المعرفي (النجار، ٢٠١٠: ١٢٩). أما على المستوى الاستراتيجي، فإنها تساعد على تحديد احتياجات العمالة المطلوبة ونوعياتها، لمقابلة احتياجات الخطط طويلة الأجل (Laudon & Laudon, 2006: 52).

وتتجلى الوظيفة الأساسية لنظم معلومات الموارد البشرية، في تلبية احتياجات إدارة الموارد البشرية من المعلومات، التي تحتاجها حول جميع الأفراد العاملين، ولأغراض تخطيط وتنظيم الموارد البشرية في المنظمة (ياسين، ٢٠٠٠: ٨٩).

ويمكن تعريف نظم معلومات الموارد البشرية بأنها: عملية منظمة، يتم من خلالها الحصول المستمر على المعلومات المتعلقة بكافة شؤون الموارد البشرية في المنظمة، لاستخدامها كأساس وقاعدة في عمليات اتخاذ القرارات المتعلقة بها، ويستخدم الحاسوب الآلي من أجل استلام هذه البيانات ومعالجتها إلكترونياً وتحويلها إلى معلومات صالحة للاستخدام، لاتخاذ القرارات في مجال الموارد البشرية وتخزينها وجعلها جاهزة عند الطلب بأقصى سرعة (عفرم، ٢٠٠٨: ٢٩).

٤ - نظم معلومات التمويل والمحاسبة: Finance & Accounting Information System

تعتبر نظم المعلومات المالية والمحاسبية، أحد أهم النظم الوظيفية في كل منظمات الأعمال، حيث تشترك كل المنظمات، بامتلاك شكل معين من هذه النظم. ويتكون هذا النظام من نظم فرعية أصغر، تتوزع على فئتين هي: أ- نظم المعلومات المحاسبية. ب- نظم المعلومات المالية.

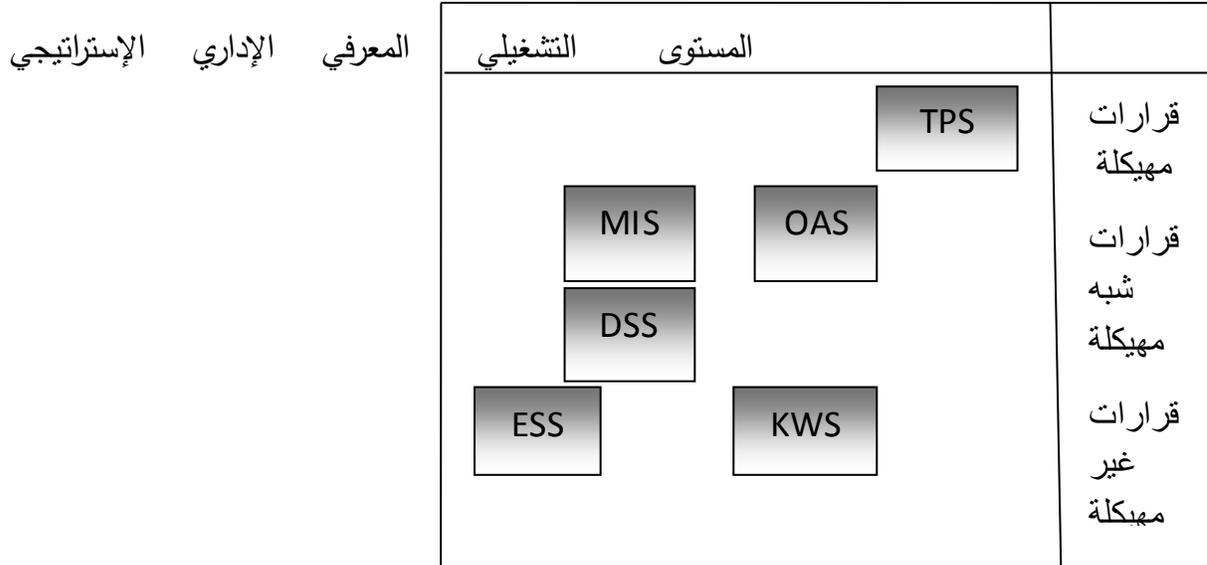
فالأولى: تنتج المعلومات المرتبطة بالأنشطة المحاسبية، مثل ميزان المراجعة، الميزانية العمومية...الخ. أما الثانية: فإنها تنتج المعلومات المرتبطة بالأنشطة المالية للمنظمة، وتدعم المديرين الماليين في اتخاذ القرارات المالية، وتخصيص ومراقبة الموارد المالية في الأعمال (النجار، ٢٠١٠: ١٢٥ -

١٢٧). وبما أن موضوع الدراسة يركز على نظم المعلومات المالية، سيتناول الباحث هذه النظم بشيء من التفصيل في المبحث القادم .

وعلى العموم فإن نظم المعلومات المالية والمحاسبية في المستوى التشغيلي، تقوم بالإشراف على التدفق النقدي في الشركة من مدفوعات ومقبوضات. وعلى المستوى الإداري تساعد المدراء على المراقبة، والتحكم في مختلف الموارد المالية للمنظمة. أما على المستوى الاستراتيجي، فإنها تساعد في تأسيس غايات استثمارية طويلة الأمد، وتزود المدراء في المستوى الاستراتيجي بنتبؤات طويلة الأمد، للأداء المالي للمنظمة (Laudon & Laudon, 2006: 52). نستنتج مما تقدم: أن نظم المعلومات الوظيفية التي أشرنا إليها سابقاً تمثل في حقيقة الأمر بنية تنظيمية وتقنية متكاملة لنظام المعلومات الإدارية. وإن مكونات هذه البنية المتكاملة، ترتبط بأهداف ومعايير وتنسيق دقيق يركز على استراتيجية المنظمة. في الوقت الذي يتوفر فيه لدى كل نظام معلومات وظيفي القدرة على إنجاز عمليات المعالجة المعلوماتية للوظيفة، أو لمجال الأعمال المحدد له، من أجل دعم الإدارة المعنية، ولتلبية حاجات الإدارات الأخرى، بمختلف مستوياتها من المعلومات ذات الجودة الشاملة والقيمة المضافة، وبالوقت المناسب للمستفيدين.

وبتعبير آخر، تمثل النظم الوظيفية نسيجاً مشتركاً، يستند على قواعد بيانات وظيفية متخصصة، يتم إدارتها واستثمار مواردها، من خلال نظم وبرامج إدارة قواعد البيانات. و الشكل رقم (٢ - ٥) يمثل البنية التنظيمية المتكاملة لنظم المعلومات الإدارية وعلاقتها بالقرارات الإدارية.

الشكل رقم (٢-٥) البنية التنظيمية المتكاملة لنظم المعلومات وعلاقتها بالقرارات الإدارية



باستقراء هذا المبحث نجد أن نظم المعلومات: هي عبارة عن مجموعة من المكونات والإجراءات النمطية المتداخلة، التي تعمل معاً لتحويل البيانات إلى معلومات بعد إجراء بعض العمليات التشغيلية عليها، بحيث يتم تقديمها بالجودة والتوقيت المناسب، لدعم أداء مختلف وظائف العملية الإدارية بكفاءة وفاعلية. وعلى الرغم من ارتفاع تكلفة تشغيل، وإدخال نظم المعلومات المحوسبة. إلا أن أغلب المنظمات المعاصرة في الدول المتقدمة تتسابق لإدخالها إلى مجال عملها، وخاصةً منظمات الأعمال ذات الطبيعة المصرفية، نظراً لكثرة وتنوع بياناتها، فهي بحاجة لنظام المعلومات الذي ينسق ويرتب تلك البيانات، بحيث تصبح ذات دلالة ومعنى ويقدمها لمتخذي القرارات الإدارية. ولكن لا يزال استخدام تلك النظم في الدول النامية، يقتصر على بعض المجالات المحاسبية و المالية في الغالب، وفي المنظمات المصرفية على وجه الخصوص.

٢-٢ المبحث الثاني

مفهوم نظم المعلومات المالية

يهدف هذا المبحث إلى بلورة مفهوم نظام المعلومات المالي وأهميته. ودراسة أهم مكوناته من مدخلات وعمليات ومخرجات، ويبحث في خمس فقرات، خصصت الأولى، لعرض مفهوم وأهمية نظام المعلومات المالي وأوجه الخلاف مع نظام المعلومات المحاسبي، في حين كُرسَت الثانية لعرض أهداف نظام المعلومات المالي في المصرف، وتناولت الثالثة مدخلات نظام المعلومات المالي، أما الرابعة فقد خصصت لعرض عمليات نظام المعلومات المالي، وخصصت الفقرة الخامسة لمخرجات نظام المعلومات المالي.

٢-٢-١ : أهمية ومفهوم نظام المعلومات المالي (Financial Information System: Concept and Importance)

يعتبر المجال المالي أحد أهم المجالات الوظيفية داخل المنظمة، فالوظيفة المالية هي المسؤولة عن إدارة الأصول المالية مثل التدفقات النقدية، المخزون، و رأس المال... الخ، إضافة إلى اتخاذ قرارات مالية تتعلق بتأمين وتوزيع الموارد المالية على أقسام المنظمة، وأخرى تتعلق بالاستثمار، وذلك من أجل تعظيم العائد والقيمة الإجمالية للأسهم. ومن هنا تظهر أهمية نظم المعلومات المالية، ودورها الأساسي في تعقب السجلات المالية، وإدارة التدفق النقدي، واتخاذ القرارات المالية في المنظمة. ليس هذا فحسب، بل تعددت مهام نظام المعلومات المالي، لتشمل الرقابة على استخدام الأموال والتنبيه بالاحتياجات المالية، إضافة إلى توليد عدد هائل من التقارير التي تصف مختلف جوانب النشاط المالي للمنظمة، وأيضاً جمع المعلومات عن البيئة الخارجية والمنافسين، و المساعدة في وضع استراتيجيات وسياسات المنظمة، للتغلب على المنافسين والحصول على مزايا تنافسية. وتبدو أهمية هذا النظام بشكل جلي في ميدان العمل المصرفي، حيث أن المادة الأساسية التي يتعامل بها المصرف هي النقود، وغالباً هي ليست ملكاً له. الأمر الذي يتطلب مزيداً من الحذر والحكمة والرقابة على عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بها.

كما تظهر أهمية نظام المعلومات المالي، من خلال تكامله مع النظم الوظيفية الأخرى، فمخرجاته تعتبر مدخلات مهمة للنظم الوظيفية الأخرى (كالتسويق والمبيعات، التصنيع والإنتاج، الموارد البشرية)

والعكس صحيح. بحيث لا يمكن لأي نظام، أن يؤدي وظيفته بكفاءة وفاعلية بمعزل عن النظم الوظيفية الأخرى. ويوجد جانبان لهذا التكامل (إسماعيل، ٢٠٠٤: ٣٨-٣٩)

أ- تكامل وظيفي Functional Integration: وهو تكامل النظم معاً في دعم عدة وظائف، وتحقيق مجموعة من الأهداف المجتمعة، مع احتفاظ كل نظام بكيانه المستقل، ومثال على ذلك: تكامل نظام المعلومات المالي مع الأنظمة الوظيفية الأخرى (التسويق، الإنتاج، المحاسبة)

ب- تكامل مادي Material Integration: وهو الدمج أو الربط بين أجهزة وبرامج عدة أنظمة معاً، لتصل إلى نظام متكامل مادياً يأخذ هيكلاً موحداً وشكلاً مختلفاً عن كل نظام على حدة، وذلك من أجل إنجاز التكامل الوظيفي.

ونظراً للأهمية التي يتمتع بها نظام المعلومات المالي، أصبح المدير المالي اليوم أكثر من أي وقت مضى، نظراً للتقدم التكنولوجي، والعولمة المالية، ولندرة رؤوس الأموال، والتنافس الشديد على اجتذابها - أصبح بحاجة إلى نظام معلومات مالي فعال يقدم له المعلومات التي يحتاجها بالدقة والتوقيت المناسب وخاصةً في مجال العمل المصرفي.

ويعرف (الحسينية، ٢٠٠٦) نظام المعلومات المالي: على أنه النظام الذي يزود الإدارة المالية والإدارة العليا وغيرها من الأنظمة ذات العلاقة، بالبيانات والمعلومات والحقائق التي تحتاجها عن النشاطات المالية للمنظمة، لمساعدتها على اتخاذ القرارات المالية المناسبة (الحسينية، ٢٠٠٦: ٢٩٥).

وعرفه McLeod & Schell على أنه نظام وظيفي محوسب، يقوم بجمع البيانات من داخل وخارج المنظمة، ويعالجها لكي يحولها إلى معلومات عالية الجودة، ومن ثم يقوم بإيصالها إلى المدراء الماليين في الوقت المناسب، لمساعدتهم على إدارة الأصول المالية في المنظمة، بما يضمن تعظيم العائد على تلك الأصول (Philee & Hoda, 2009: 36).

والبعض الآخر عرفه على أنه: نظام فرعي يهتم بتوفير المعلومات المتعلقة بالتدفقات النقدية من وإلى المنظمة، ومساعدة الإدارة في إدارة الاستثمارات وتوفير السيولة اللازمة لإدارة موارد المنظمة (الحميدي وآخرون، ٢٠٠٥: ٨٩).

و عرفه (النجار، ٢٠١٠: ١٢٧) على أنه: مجموعة من الطرق والاجراءات التي تدعم المدراء الماليين في اتخاذ القرارات المالية، وتخصيص ومراقبة الموارد المالية في الأعمال.

وعلى ضوء التعاريف السابقة يمكننا تعريف نظام المعلومات المالي على أنه: نظام فرعي من النظام الشامل للمنظمة، يختص بجمع البيانات والمعلومات عن الأنشطة ذات الطبيعة المالية من مصادرها الداخلية والخارجية، ومعالجة هذه البيانات وتحويلها إلى معلومات وتقديمها إلى مراكز صنع القرار في مختلف المستويات الإدارية على شكل معلومات، و تقارير أو إحصاءات لمساعدتهم في اتخاذ القرارات المالية وغير المالية المناسبة.

وهنا لابد من التنويه إلى أن نظام المعلومات المالي يختلف عن نظام المعلومات المحاسبي. ولا يجوز الخلط بينهما. كما يشيع لدى البعض، فنظام المعلومات المحاسبي، يهتم بتقديم البيانات التاريخية، على عكس نظام المعلومات المالي، الذي يُعنى بجمع بيانات تتعلق بالماضي والحاضر والمستقبل. وبالتالي يمكن تعريف نظام المعلومات المحاسبي على أنه: مجموعة من الموارد والأفراد والتجهيزات المصممة لتحويل البيانات المالية وغير المالية إلى معلومات، هذه المعلومات يتم إيصالها إلى فئات واسعة من متخذي القرارات (شحادة و العاصي، ٢٠٠٨: ٢٨٢). وبالنظر إلى هذا التعريف يبدو من حيث الشكل العام مماثلاً لتعريف نظام المعلومات المالي، ولكنه يختلف عنه في المضمون، فنظام المعلومات المحاسبي ما هو إلا أحد مدخلات نظام المعلومات المالي. وفيما يلي الجدول رقم (٢ - ١) الذي يبين أهم الفروق بين النظامين بناءً على بعض المعايير التي يراها الباحث مناسبة لإظهار الاختلافات بين النظامين: (إسماعيل، ٢٠٠٨: ٥٥)

الجدول رقم (٢ - ١) الفرق بين نظام المعلومات المحاسبي والمالي

معيار المقارنة	نظام المعلومات المحاسبي	نظام المعلومات المالي
الفترة الزمنية	يقدم بيانات تاريخية تعبر عن الماضي	يقدم بيانات تتعلق بالماضي والحاضر والمستقبل
الموضوعية	يركز على الموضوعية في إعداد البيانات	يخضع للحكم الشخصي لوجود عنصر التقدير والتنبؤ فيه
طريقة جمع البيانات يتم	تسجيل البيانات في دفاتر عرفية (اليومية/الأستاذ) وعليه لا يتم أي إجراء عليه (طرق حسابية بسيطة)	خلق بيانات جديدة أو تعديل للبيانات واقترح حلول للمشاكل التي تقابلها (رياضية و إحصائية)

وحدة القياس	النقود	النقود
إعداد التقارير	تعد المعلومات المحاسبية في نهاية كل سنة مالية، أو في كل فترة ربع سنوية، أو شهرية ماضية.	تعد المعلومات المالية في أي فترة زمنية أو حسب احتياجات الإدارة
المستخدمون	يهتمون بتوفير المعلومات المحاسبية للأفراد والمؤسسات الحكومية، ومخرجات نظام المعلومات المحاسبية هي مدخلات لنظام المعلومات المالي	يهتمون بتوفير المعلومات المالية التي تحتاجها الإدارة لتساعدها على التخطيط والتنبؤ وصنع القرارات

يتضح لنا من الجدول السابق: أن نظام المعلومات المالي متقدم عن نظام المعلومات المحاسبية، وذلك وفقاً لمعايير المقارنة التي تم البناء عليها. فنظام المعلومات المحاسبية يعتبر أحد أهم مدخلات نظام المعلومات المالي، لما يقوم به من أدوار مهمة على المستوى التشغيلي، وخاصة في مجال العمل المصرفي.

٢-٢-٢: أهداف نظام المعلومات المالي في المصرف:

يهدف هذا النظام في المصرف على وجه العموم لا الحصر إلى ما يلي: (الصيرفي، ٢٠٠٥: ٣١٠)

- ١- التحكم في تخطيط ومراقبة ومتابعة كافة المصروفات والمهمات المالية والمحاسبية في المصرف.
- ٢- إعداد إجماليات حسابات العمليات الجارية من بيانات المصروفات والإيرادات.
- ٣- إعداد الموازنة التخطيطية والاستثمارية للمصرف، والدعم بأدوات تحليلية للوصول إلى المزيج الأمثل للاستثمار بما يكفل تعظيم العائد وتقليل المخاطرة
- ٤- تزويد الإدارة العليا في المصرف بتنبؤات طويلة الأجل للمدى المالي.

٢-٢-٣: مكونات نظام المعلومات المالي المصرفي Content of Financial

Information System

يتكون نظام المعلومات المالي في المصرف، كغيره من النظم من المدخلات والعمليات والمخرجات، بالإضافة إلى نظام التحكم والتغذية العكسية. وقد قام الباحث بدراسة كل مكون على حدى. كما ويؤدي التفاعل بين هذه المكونات إلى توفير معلومات دقيقة عن كل ما يتعلق بأنشطة المصرف وخاصة الوضع المالي، الأرباح والخسائر، الموجودات و المطالب، حقوق الملكية، استثمارات المصرف، وكل ما تحتاجه الإدارة من المعلومات المالية المحاسبية.

٢-٢-٣-١ المدخلات Inputs

تتكون مدخلات نظام المعلومات المالي من مخرجات مجموعة من النظم وهي (نظم المعلومات المحاسبية، ونظم المراجعة الداخلية، و نظم الإستخبارات المالية). وهذه النظم تشكل نظم فرعية في نظام المعلومات المالي، وهي:

أولاً: نظم المعلومات المحاسبية Accounting Information System

يعتبر هذا النظام أحد أنواع نظم معالجة المعاملات، التي تستخدم في المستوى التشغيلي. إذ يعالج يومياً الآلاف من البيانات و المعاملات التاريخية والتفصيلية، التي تحدث في العديد من وظائف المصرف سواءً في المبيعات، أو المدفوعات، أو المقبوضات، أو المخزون، أو مدفوعات العمال،... الخ. ويخدم هذا النظام المستوى التشغيلي في المصرف بشكل أساسي، وذلك بجعل المعلومات متوفرة للمستخدمين داخل وخارج المصرف حين طلبها على شكل تقارير للمستخدم، حيث تستخدم إجراءات وقواعد محددة، في إعداد تلك التقارير، مثل إعداد الميزانية العمومية وحساب الأرباح والخسائر وميزان المراجعة وغيرها (النجار، ٢٠١٠: ٨٢-٨٣).

ويلعب هذا النظام دوراً مهماً في تفعيل أنشطة المصرف، من خلال تحقيق الترابط والتكامل بين أقسام ووظائف المصرف، لما يوفره من تدفق سليم للبيانات والمعلومات في الوقت والشكل المناسبين. إذ أن توفير البيانات والمعلومات يعتبر الركيزة الأساسية لأداء الأعمال في كل قسم من أقسام المصرف، وذلك في إطار ترشيد علاقاته مع الأقسام الأخرى، وفي إطار خلق الترابط والتكامل المطلوب لهذه الأقسام فيما بينها. وتحقق هذه النظم تلك الغاية بتكاملها مع نظم المعلومات الفرعية الموجودة في المصرف، عن طريق ربطها بمجموعات واحدة من البيانات، تعمل على خدمتها وعلى استقبال بعضها كمدخلات للبعض الآخر.

وتتلخص المهام الرئيسية لهذا النظام في المصرف بما يلي :

- ١- تجميع وإعداد البيانات والمعلومات المرافقة لإنجاز العمليات المالية و المحاسبية للمصرف، ومن أمثلة هذه العمليات: عمليات الإيداع والسحب، فتح الحسابات، عمليات دفع الفواتير، عمليات الفائدة، عمليات القطع الأجنبي... الخ. و وفقاً لهذه العملية يتم تسجيل تلك الأنشطة السابقة الذكر فور حدوثها في سجلات يتم تصميمها لهذا الغرض، ويمكن أيضاً تجميع البيانات باستخدام نهايات طرفية Terminals، حيث يتم من خلالها إدخال البيانات التي تعبر عن أنشطة المصرف. وإعداد البيانات يعني وضعها في شكل صالح للاستخدام من خلال النظام (الصباح، ١٩٩٨: ٥٤).
- ٢- معالجة البيانات: من الضروري معالجة البيانات لتحويلها إلى معلومات. وتشمل عملية المعالجة ما يلي: (سرور، ٢٠٠٦: ٤٩٤)
 - التصنيف: حيث يتم تصنيف البيانات في مجموعات أو سجلات، بحيث تستخدم عناصر بيانات معينة في السجل كشفرات، وفي مجال الحاسوب تكون الشفرة رمزاً واحداً أو أكثر يستخدم في تعريف السجلات وتجميعها. مثال ذلك: تصنيف المودعين حسب نوع الحساب.
 - الترتيب: وتعني ترتيب السجلات بتتابع معين، اعتماداً على الشفرات أو عناصر البيانات. مثال ذلك: كأن يتم ترتيب المودعين تصاعدياً أو تنازلياً حسب مرات الإيداع.
 - الحسابات: حيث يتم تنفيذ العمليات الحسابية والمنطقية على عناصر البيانات، لإنتاج عناصر بيانات إضافية. فعلى سبيل المثال، يُضرب معدل الفائدة بالمبلغ المودع من أجل حساب قيمة الفائدة.

- التلخيص: تعني توليف البيانات أو اختصارها في صورة إجماليات، وإجماليات فرعية، ومتوسطات، وما إلى ذلك.
- ٣- تخزين البيانات: يتم تخزين البيانات باستخدام وسط تخزين ثانوي، وتتكامل ملفات البيانات منطقياً لتشكل قاعدة بيانات يتم الرجوع إليها عند الحاجة. وكقاعدة عامة فإن معظم البيانات الموجودة في قاعدة البيانات تكون بيانات محاسبية (الرجوع، ٢٠٠٧: ٤١).
- ٤- إعداد التقارير: وهي الكيفية التي تقدم بها البيانات للمستخدم النهائي. وتتم بطريقتين: (سرور، ٢٠٠٦: ٤٩٥)
 - أ- بواسطة إجراء أو بناءً على أحداث معينة، مثل تقارير إجمالي الإقراض التي تعد كل مرة عند تقديم قرض أو خدمة ما.
 - ب- بواسطة جدولة زمنية أو بشكل دوري مثل كشوف مدفوعات البطاقات الائتمانية التي تعد كل شهر.

كما ويؤدي هذا النظام في المصرف مجموعة من الوظائف أبرزها ما يلي:

- ١- إيضاح التغييرات على المركز المالي للمصرف.
- ٢- تحديد تكاليف الإنتاج وتكلفة الخدمة المصرفية.
- ٣- تحديد النفقات النقدية المتوقعة للمصرف للفترة الحالية أو الفترات القادمة.
- ٤- إعداد الموازنات المالية.
- ٥- إعداد الموازنات التخطيطية على اختلاف أنواعها.
- ٦- تحديد العلاقة بين التكلفة والحجم والعائد عن طريق إيجاد العلاقات التبادلية.
- ٧- تحديد أسس الرقابة وكيفية وضع النظم المختلفة لها.

ويتكون نظام معالجة المعاملات (البيانات) من النظم الفرعية التالية: (إسماعيل، ٢٠٠٤: ٤٢-٤٥)

- ١- البيانات المحاسبية: والتي تعتبر تسجيلاً لكل حدث مالي تم في المصرف، من حيث ماذا حدث، ومتى حدث، ومن المشاركين فيه، وما هي كمية الأموال المرتبطة به، ومسار تدفقها. وهو ما يمكن التعبير عنه بنظم الأستاذ العام التي تقفل في نهاية السنة لإخراج الميزانية العمومية والتقارير المالية الأخرى كقائمة الدخل وحساب الأرباح والخسائر وغيرها.
- ٢- نظام محاسبة التكاليف: تحدد نظم محاسبة التكاليف للمستخدمين الداخليين تكاليف تقديم الخدمات المصرفية المختلفة، كما ويحقق هذا النظام العديد من الفوائد للمصرف، يمكن إجمالها فيما يلي:
 - قياس تكلفة كل خدمة يقدمها المصرف لعملائه، وكذلك قياس تكلفة الإدارة والأقسام ضمن الفرع وتكلفة الفروع مجتمعةً.
 - الرقابة على التكلفة من خلال تحديد تكلفة الإدارات والأقسام والفروع والخدمات مقدماً، ومن ثم مقارنة التكاليف الحقيقية بالتكاليف المحددة مسبقاً ومعرفة الفروق بينهما.
 - جمع البيانات المتعلقة بإضافة خدمة جديدة أو إلغاء خدمة قائمة.
 - جمع البيانات حول تكلفة إنشاء فرع جديد للمصرف في منطقة ما.

- جمع البيانات المتعلقة بتكلفة منح مزايا للعملاء مجاناً لتشجيع تعاملهم مع المصرف.

- قياس ربحية الأنشطة المختلفة للمصرف.

أما **مخرجات** هذا النظام فهي عبارة عن مجموعة من التقارير يمكن تصنيفها إلى ما يلي:(الداية، ٢٠٠٩: ٣٥)

• *Operational Reports* تقارير تشغيلية

تركز هذه التقارير على أحداث الماضي والحالات والأوضاع الجارية للعمليات داخل المصرف، وتقسم تلك التقارير بدورها إلى نوعين:

أ- تقارير وصفية *Status Reports*: وتصف هذه التقارير حالة وظروف نشاط معين داخل المصرف في نقطة زمنية معينة، فمثلاً تصف تقارير كشوف العملاء الوضع الحالي لأرصدة العملاء.

و يرى الباحث أن المعلومات المحتواة في مثل هذه التقارير تعتبر صحيحة ومعبرة عن الواقع فقط وقت إعداد هذه التقارير، وبذلك تصبح هذه المعلومات تاريخية ومحدودة في منفعتها نظراً لاستمرار عمليات المصرف وتغير الظروف والأوضاع فيها من فترة إلى فترة أخرى.

ب- تقارير النشاط *Activity Reports*: وهي تقارير تلخص وتعبّر عن نتائج الأحداث التي تمت داخل المصرف نتيجة العمليات التشغيلية خلال فترة معينة مثل قائمة الدخل، وقوائم التدفقات النقدية، والتقارير الدورية عن مرتبات وكشوف العاملين في المصرف. فعلى سبيل المثال تلخص قائمة الدخل إيرادات ومصرفات المصرف خلال فترة زمنية معينة، بغرض تحديد نتيجة الأعمال عن هذه الفترة(أمجد، ٢٠٠٧: ٤٧).

ويرى الباحث أن هذه التقارير يتم إعدادها أساساً لأغراض تقييم الأداء، وبالتالي فهي أداة رقابية بيد الإدارة في المصرف، كما أنها تفيد في اكتشاف أو توقع المشاكل في حينها واتخاذ القرار الملائم قبل تفاقم أو حتى قبل وقوع المشكلة، فمثلاً يستطيع المدير المالي في المصرف من مراجعة الملخصات الخاصة بعمليات السحب والإيداع اليومي أن يكتشف أو يتوقع مشكلة السيولة في حال اتجاه الإيداعات إلى الانخفاض مقابل زيادة السحب، وبالتالي يستطيع أن يقرر قبل ظهور المشكلة تعديل السياسة الائتمانية للبنك.

• *Planning Reports* تقارير تخطيطية

وهي تقارير تحليلية، تتضمن قيم تقديرية لفترة أو لعدة فترات في المستقبل، فعادة ما تتضمن هذه التقارير معلومات تفيد في إلقاء الضوء على اتجاه علامة أو ظاهرة معينة داخل المصرف، فمثلاً يفيد التقرير الذي يتضمن تحليلاً لسلوك العملاء في سداد أقساط القروض المترتبة عليهم في تحديد السياسة الائتمانية للمصرف (Doherty & Terry, 2009: 12).

• تقارير رقابية *Controlling Reports*

وهي التقارير التي تساعد الإدارة على التحقق من أن العمليات تسير وفقاً لما هو مخطط لها، وذلك بمقارنة النتائج الفعلية مع النتائج المخططة، لتحديد الانحرافات ومعرفة أسبابها واتخاذ القرار المناسب بشأنها. ومن أمثلتها مقارنة التكاليف الفعلية مع التكاليف المعيارية في مراكز التكاليف المختلفة. و تبدو أهمية التقارير الرقابية واضحة من خلال قدرتها على إظهار أي خلل في العمليات، مما يستدعي اهتمام المدراء ويلفت نظرهم خاصة في الحالات التي تبدو متكررة أو تكون مقدمات لمشاكل خطيرة قد تؤثر على المصرف (Doherty & Terry, 2009: 13).

ثانياً: نظام المراجعة الداخلية **Internal Auditing System**

يقوم هذا النظام بتدقيق السجلات المحاسبية للتأكد من دقتها، و أيضاً لتقييم عمليات المنظمة من وجهة النظر المالية (نائب و آخرون، ٢٠٠٩: ١١٠).

وتعتمد معظم المصارف الخاصة في سورية على مراجعين خارجيين، لمراجعة سجلاتها وحساباتها، وذلك للتأكد من سلامتها، وأنها معدة حسب الشروط المحددة من الجهات الحكومية، وإعداد تقارير عن نتائج أعمالها بغرض الاطلاع عليها من أصحاب المصلحة في المصرف، مثل المساهمين والأجهزة الحكومية وغيرها. أما المصارف العالمية الكبيرة، غالباً ما يكون لها مراجعين داخليين يقومون بنفس الأعمال وعلى نطاق أوسع مع تحملهم مسؤوليات أكبر بشأنها. ويمكن التمييز بين أربعة أنواع من أنشطة المراجعة، ومن الممكن أن يعمل أحد المراجعين الداخليين في كل الأنواع الأربعة، أو في واحدة منها فقط وذلك حسب حجم المصرف، وهي:

- ❖ المراجعة المالية **Financial Auditing**: يركز هذا النوع من المراجعة على التأكد من دقة البيانات والمعلومات في سجلات المصرف من خلال المراجعين الخارجيين، وقد يشاركهم المراجعون الداخليون (حيدر، ٢٠٠٢: ٣٧٠).
- ❖ المراجعة المالية التشغيلية **Operational Financial Auditing**: يهدف هذا النوع من المراجعة إلى التأكد من فعالية الإجراءات المتبعة في أداء العمليات والوظائف المختلفة في المصرف، وتعد أداة من أدوات الرقابة الإدارية الشاملة، حيث تركز على تقييم كفاءة وفعالية أداء النظم الفرعية المختلفة في المنظمة، والرقابة عليها، وتحديد مجالات المشاكل فيها، فضلاً عن تقييم نظم الرقابة والمعلومات نفسها للتأكد من فعاليتها في تحقيق الأهداف (البحيصي، ٢٠٠٦: ١٦٥). وهذا العمل يؤديه

محللو النظم خلال مرحلة التحليل من دورة حياة النظام. وعندما يقوم المراجعون الداخليون بعمل مراجعات التشغيل، فإنهم ينظرون إلى ثلاث سمات أساسية للنظام هي على التوالي: (سرور، ٢٠٠٦: ٩٠١)

أ- كفاية المراقبات: بمعنى هل صُمم النظام لمنع واكتشاف الأخطاء وتصحيحها؟

ب- الكفاءة: بمعنى هل تؤدي كل عمليات النظام لتحقيق أكبر إنتاجية من الموارد المتاحة؟

ت- الإذعان لسياسة الشركة: بمعنى هل يُمكن النظام المصرف من تحقيق أهدافه أو حل مشاكله بالطريقة المحددة؟

❖ المراجعة المتزامنة Concurrent Auditing: وهي نفس المراجعة التشغيلية، ولكنها مستمرة، مثال ذلك، يمكن أن يختار المراجعون الداخليون عاملين، ويسلمونهم شيكات الرواتب يدوياً، بدلاً من استخدامهم بريد المصرف. بهذه الطريقة يضمن المراجعون أن أسماء الحاصلين على الرواتب تتفق تماماً مع العاملين الأصليين، وليست مدخلات زائفة قام بها أحد المشرفين، ليحصل على بعض المال.

❖ تصميم نظم المراقبة الداخلية Internal Controlling: في مراجعة التشغيل والمراجعة المتزامنة يدرس المراجعون الداخليون النظم الموجودة. إلا أن المراجع يجب ألا ينتظر حتى ينفذ النظام ليؤثر عليه، فيجب أن يشارك المراجعون الداخليين مشاركة فعالة في تطوير النظم. وهناك سببان لذلك: الأول: تزداد تكلفة تصحيح أخطاء النظام بصورة هائلة مع التقدم في دورة حياة النظام، حيث يمكن أن تكون التكلفة ٤٠٠٠ مرة لتصحيح خطأ التصميم أثناء تشغيل وصيانة النظام عما إذا كان قد تم تصحيحه أثناء التصميم. الثاني: مشاركة المراجعون الداخليون في تصميم النظام يمكن أن يحسن من جودة النظام لما لهم من خبرة (سرور، ٢٠٠٦: ٩٠٢).

وبناءً على ما سبق، يرى الباحث أن لنظم المراجعة الداخلية دور مهم في المصرف، كونها تعتبر أداة رقابية على عمليات وأنشطة المصرف، لذا يجب أن يتمتع المراجع بقدر من المعرفة والمهارة الخاصة بحيث يكون عضواً في فريق نظم المعلومات، ولا يشترط أن يكون مختصاً في المحاسبة، أما المراجعون الداخليون الجدد يجب أن يحصلوا على فترة تدريب لعدة سنوات لكي يصبحوا مؤهلين للعمل كمراجعين في فريق نظم المعلومات. أما المراجعة في سورية فتقوم بها الهيئة المركزية للرقابة والتفتيش في مؤسسات القطاع العام، أما في القطاع الخاص فيقوم بها المحاسبون القانونيون.

ثالثاً: نظام مخابرات التمويل Intelligence Finance System

تعتبر وظيفة التمويل الجهة الوحيدة المسؤولة عن التدفق النقدي داخل المصرف، حيث يقوم هذا النظام بتجميع البيانات المتعلقة بعناصر البيئة التي يعمل ضمنها المصرف، والتي لها تأثير مباشر على تدفق الأموال من وإلى المصرف، ويشمل هذا المؤسسات المالية وحملة الأسهم والمالكين والجهات الحكومية ذات الصلة (نائب وآخرون، ٢٠٠٩: ١١٠-١١١). لذا فإنها تحتاج إلى معلومات عامة وخاصة لتسهيل حركة النقد والرقابة عليه. ويسعى نظام مخابرات التمويل إلى توفير هذه المعلومات إلى إدارة التمويل، حيث يساهم في تحديد أفضل المصادر للأموال، واختيار أفضل الاستثمارات. ولتحقيق ذلك، يهتم هذا النظام بجمع المعلومات عن المساهمين والمصارف الأخرى والأجهزة الحكومية وكل العوامل الأخرى التي يمكن أن تؤثر على التدفق النقدي في المصرف. كما يعتبر نظام مخابرات التمويل صلة الوصل بين المصرف والمساهمين، وخاصة في المصارف الكبيرة حيث يتولى نشر المعلومات عن المصرف للمساهمين بشكل دوري ويجمع المعلومات عنهم.

ويعتمد نظام مخابرات التمويل على عدة أساليب للحصول على البيانات و المعلومات من مصادرها المختلفة وهي: (McLeod Schell, 2007: 125)

- ❖ الاتصالات غير الرسمية Informal Communication: إن أغلب معلومات المخابرات المالية تصل إلى المصرف من خلال الاتصالات غير الرسمية بين المديرين في الإدارة العليا للمصرف ونظائرها في المصارف والمؤسسات المالية الأخرى. فقد يعتاد مدير المصرف على الاتصال بمدراء المصارف الأخرى للتعرف على أسعار الفائدة و أسعار الصرف وغيرها. كما يتم الحصول على الكثير من المعلومات على موائد الطعام التي تضم رجال الصيرفة ورجال الأعمال.
- ❖ المنشورات المطبوعة Journals and Reports: فكثير من معلومات مخابرات التمويل يمكن أن يتم الحصول عليها من الجرائد والمجلات المالية المتخصصة. هذا فضلاً عن التقارير الدورية والنشرات الاقتصادية للبنوك وشركات التأمين.
- ❖ قواعد البيانات المالية Financial Data Base: في معظم الدول الغربية توجد قواعد بيانات مالية، تحتوي على البيانات المالية التي تناسب مخابرات التمويل. ومن أشهر قواعد البيانات في الولايات المتحدة الأمريكية ما يعرف باسم GOLAIID وهي قاعدة بيانات يتم تحديثها يومياً، وبشكل مستمر ويمكن نقلها على أقراص ممغنطة سهلة التشغيل على الحاسوب الشخصي.

٢-٢-٣ العمليات Processes

يدور نشاط نظام المعلومات المالي حول تحقيق هدف أساسي، وهو تحويل البيانات المجموعة إلى معلومات ذات مغزى، تساهم في تسهيل عملية صنع القرارات وتحقيق مزايا تنافسية. وعليه فإن عمليات نظام المعلومات المالي في المصرف تتمحور حول الخطوات التالية: (الطائي، ٢٠٠٥: ١١٩)

أ- التصفية Filtering: أي استبعاد وعزل البيانات غير المفيدة، والتي ليس لها علاقة بالموقف المطلوب، والاكتفاء بالبيانات الضرورية والمطلوبة، والتي تخدم الهدف الذي جمعت من أجله فقط.

ب- الفهرسة: بعد إجراء عملية التصفية تكون البيانات في حالة غير منتظمة، وهذا يتطلب تصنيفها وترتيبها، وتتطوي هذه العملية على خطوتين رئيسيتين هما:

• التصنيف Classification: وهو العملية التي بموجبها يتحدد نوع مفردات البيانات وتقسيمها في مجموعات، حيث يتم جمع البيانات ذات الخواص المشتركة في مجموعة واحدة ليتم تمييزها عن باقي المجموعات. وبالتالي تمثل كل مجموعة صفة واحدة أو مجموعة من الصفات المشتركة التي تخدم المستفيدين في عملية صنع القرارات في المصرف.

• الترتيب Ordering: ويعني ترميز مفردات البيانات المصنفة من خلال إعطاءها رموز محددة مختصرة تدل عليها وتميزها عن غيرها، وهذا يفرض ترتيبها وتنسيقها في تشكيلات معينة، ولا بد من الإشارة إلى أن مهمة عملية الترميز على مستوى النظام تقع على عاتق محلل النظم، وبالتالي يتوجب عليه أن يكون قادراً على فهم جميع الأساليب المتبعة في

ترميز البيانات، واختيار أفضلها فاعلية وأكثرها اقتصادية وأنسبها لحجم مفردات بياناته، وكذلك لاحتياجات المستخدمين.

ت - تصميم التقارير Reports Disgine: أي تصميم الشكل الذي سيتم عرض البيانات والمعلومات بموجبه، حيث يمكن أن تكون على شكل مخططات، جداول، خرائط، معادلات...، وذلك استناداً على حاجة المستخدمين النهائيين.

ث - التحديث Refreshing : أي المحافظة على قيمة المعلومات المخزنة سواء للمصرف ككل، أو لمتخذي القرارات، والحيولة دون تحول المعلومات التي تم تخزينها إلى بيانات مجدداً. من خلال إضافة معلومات لم تكن موجودة سابقاً، أو إجراء تعديلات على ما هو موجود، أو حذف معلومات كانت موجودة سابقاً لعدم الحاجة إليها مجدداً.

ج - الاسترجاع Reordering : انطلاقاً من الحاجة المتكررة للمعلومات المخزنة التي ربما تحتاجها المنظمة أو متخذي القرار للاستفادة منها لاحقاً، فإن ذلك يتم من خلال استرجاع هذه المعلومات وفق أساليب معينة يتم إعدادها عند تقييم نظام الاسترجاع الملائم.

استناداً إلى ما تقدم يمكن القول بأن أغلب نظم المعلومات المصرفية تشترك في تلك الخطوات السابقة، فالبعض يقوم بها مجتمعةً، والبعض الآخر يقوم بجزء منها أو يزيد عليها، وذلك حسب حجم المصرف وتنوع عملياته.

٢-٢-٣-٣-٣ - المخرجات Outputs

تتجه مخرجات نظام المعلومات المالي نحو ثلاث مهام أساسية، تتمثل في تحديد الاحتياجات المستقبلية من الأموال، تقييم مصادر التمويل، والرقابة على استخدام الأموال. وانسجاماً مع طبيعة هذه المهام تنقسم مخرجات نظام المعلومات المالي إلى ثلاث أنواع تنتجها ثلاث أنظمة فرعية وهي: النظام الفرعي للتنبؤ المالي، النظام الفرعي لإدارة التمويل، والنظام الفرعي للرقابة المالية. وفيما يلي عرض مفصل لتلك الأنواع:

أولاً: النظام الفرعي للتنبؤ المالي Forecasting Financial Subsystem

يعد التنبؤ أحد أقدم الأنشطة الرياضية في الأعمال، وسبق استخدامه لسنوات قبل استخدام الحاسوب، ومع استخدام الحاسوب في الأعمال، استطاع المتنبئون أداء مهامهم بسهولة ودقة أكبر. فغالباً ما يقوم بعملية التنبؤ في المصرف المدير المالي، أو لربما يوجد وحدة إدارية ضمن الهيكل التنظيمي للإدارة المالية، تدعى

وحدة التنبؤ المالي وتكون على تماس مباشر مع المدير المالي ومدير التسويق. ولكي يحقق التنبؤ غايته في المصرف لا بد من الأخذ بعين الاعتبار ثلاث حقائق أساسية: (سرور، ٢٠٠٦: ٩٠٦)

- كل التنبؤات مبنية على الأحداث التاريخية أو الماضية.
- كل التنبؤات تحتوي على قرارات شبه مهيكلة.
- لا يوجد أسلوب مثالي للتنبؤ، لأنه يبقى خاضعاً للتقديرات الشخصية والخبرات المتوفرة للمدير المالي.

ولقد عرف Fortnum التنبؤ المالي في المصرف بأنه: مجموعة التقديرات والقياسات التي يضعها المدير المالي، والمتعلقة بالأحداث والظروف المستقبلية. بهدف الإعداد لمواجهة الظروف المتوقع حدوثها، وذلك بإعداد خطط وسياسات للتعامل مع تلك الظروف (Fortnum & Levern, 1982: 43).

و ترجع أهمية نظام معلومات التنبؤ المالي إلى كونه أداة هامة، تُمكن متخذي القرارات من اتخاذ قراراتهم الاستثمارية أو التمويلية بشكل مناسب وسليم، إضافة إلى أن التنبؤ المالي يساعد في تخفيض درجة عدم التأكد ويعمل على تقييم المخاطر المحتملة والمتعلقة بالمستقبل (الراشد، ١٩٩٩: ١٤٥). كما تتجلى أهمية هذا النظام بشكل واضح في أهمية المعلومات المالية المستقبلية الناتجة عن عملية التنبؤ، والتي يمكن إيجازها بالنقاط التالية: (الهباش، ٢٠٠٦: ٧٥)

- تحتاج معظم قرارات الاستثمار في المصرف إلى معرفة مسبقة بحجم التدفقات النقدية الداخلة والخارجة والعوائد المتوقعة من عملية الاستثمار، وأثر العوامل الاقتصادية على العائد مستقبلاً.
- تحتاج قرارات إدارة المحافظ الاستثمارية في المصرف إلى دراسة مستقبلية لعوائد كل نوع من عوائد الاستثمار، ودرجة المخاطرة المرتبطة به.
- تحتاج إدارة المصرف إلى التنبؤ بالضرائب المتوقع دفعها أو تحصيلها، وأثر ذلك على التدفقات النقدية.
- تحتاج إدارة المصرف إلى معرفة أثر كل مصدر من مصادر التمويل على الربحية والسيولة في الأجل الطويل، وعلى مدى قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته.

يتضح من العرض السابق أن كل تلك الاحتياجات من المعلومات السابقة يوفرها نظام معلومات التنبؤ المالي في المصرف، وذلك من خلال الاعتماد على دراسة البيانات الواردة في القوائم المالية، التي تتمثل في: قائمة الدخل، الميزانية العمومية، قائمة التدفقات النقدية، وتحليلها والتنبؤ بالأحداث والاتجاهات المستقبلية.

كما وتتوقف دقة التنبؤ المالي على عاملين أساسيين، يجب توفرهما للحكم على صحة ودقة عملية التنبؤ، وهما: (Spyros, 1984: 148)

- أ- نوع البيانات المستخدمة في عملية التنبؤ، ومدى ملائمتها للقيام بعملية التنبؤ، وخدمتها لأغراضه.
- ب- الظروف المحيطة التي تغطي على هذه البيانات.

و يرى الباحث أنه يمكن إضافة عامل آخر إلى العوامل السابقة ذو أهمية. وتتوقف عليه دقة عملية التنبؤ وهو: مدى ملائمة ودقة الأسلوب الإحصائي المستخدم في عملية التنبؤ. إذ لا يمكن أن تكون النتائج دقيقة ما لم يتم استخدام أسلوب علمي إحصائي سليم يتناسب مع طبيعة البيانات المستخدمة.

ويتبع المصرف عدة طرق للتنبؤ تتوزع بين قسمين رئيسين هما:

١ - الطرق الكمية: Quantitative Methods

تهتم الطرق الكمية للتنبؤ المالي بالمعلومات التي يمكن قياسها كميًا خلال عدد من الفترات، وإيجاد العلاقة بين المتغيرات المختلفة. ويمكن تقسيم النماذج الكمية إلى الآتي: (الهباش، ٢٠٠٦: ٦٩)

- ❖ السلاسل الزمنية Time Series: يهدف هذا النوع إلى معرفة التغيرات التي تطرأ على ظاهرة ما خلال فترات زمنية غالباً ما تكون متساوية ومتتالية، والعلاقة الدالية التي تأخذ شكل السلاسل الزمنية عادةً ما تتضمن متغيرين. إحداهما يمثل الزمن (المتغير المستقل). والثاني: يمثل الظاهرة (المتغير التابع). كما يُستخدم هذا الأسلوب في التنبؤات قصيرة الأجل، لكون أسلوب الحصول عليها بسيطاً، وتتناول الظاهرة بشكلها العام دون الخوض في تفاصيل العوامل المؤثرة في تكوين الظاهرة.
- ❖ تحليل الانحدار Regression Analysis: ويعتبر من أشهر أساليب التنبؤ المالي، إذ يعتمد على وجود علاقة بين متغيرين. أحدهما تابع والآخر مستقل. ويمكن التمييز بين نوعين أساسيين من أسلوب الانحدار هما: (١) الانحدار الخطي البسيط Simple Regression (٢) الانحدار المتعدد Multiple Regression. وهناك العديد من البرمجيات الحاسوبية، التي يمكن من خلالها إجراء تحليل الانحدار مثل برنامج SPSS و SAS وغيرها. حيث يمكن من خلالها إجراء تحليل الانحدار بكفاءة ودقة عالية.
- ❖ تحليل التعادل Break- Even Analysis: ويكتسب هذا الأسلوب أهمية كأسلوب علمي محاسبي له دوره المؤثر في مجال التخطيط واتخاذ القرارات. من خلال إسهامه في تحليل العلاقة بين التكلفة والحجم والربح والتنبؤ بأحد العناصر بدلالة الآخر.

٢ - الطرق غير الكمية أو النوعية Non Quantitative Methods

عادةً ما يتم اللجوء إلى هذه الطرق عند تعذر الحصول على بيانات تاريخية، أو عدم الثقة بالبيانات التاريخية الموجودة. ومن أهم هذه الطرق: (سرور، ٢٠٠٦: ٩٠٨)

- ❖ إجماع الهيئة Panel Consensus: هو أسلوب يتكون من مجموعة من الخبراء الذين يناقشون المستقبل في مناقشة مفتوحة، ويصلون في النهاية إلى قرار واحد اعتماداً على خليط من المدخلات.
- ❖ طريقة دلفي Delphi Method: وتشمل مجموعة من الخبراء الذين لا يجتمعون بالصورة التقليدية، وبدلاً من ذلك فإنهم يسلمون إجاباتهم على سلسلة من الأسئلة التي يعدها أحد المنسقين. وتدخل كل جولة للأسئلة مدخلات من الجولات السابقة، منقية بذلك المحتوى تدريجياً.

ويرى الباحث أنه على الرغم من أهمية الطرق غير الكمية في الحياة العملية لأغراض التنبؤ، إلا أن معظم الدراسات الحديثة التي تحظى باهتمام عدد كبير من الباحثين والنقاد والدارسين، تعتمد على الطرق الكمية والأساليب الرياضية والإحصائية الحديثة، لأنها أكثر دلالة في فهم واستيعاب الظواهر، وأكثر مصداقية ودقة في عمليات التنبؤ. إلا أن هذه الطرق تتوقف صحة نتائجها بدرجة كبيرة على فهم واستيعاب

الظاهرة، وعلى صحة البيانات وشفافيتها، وأيضاً على دقة وصحة اختيار وتحديد النموذج الرياضي والإحصائي المستخدم في عملية التنبؤ.

ثانياً: النظام الفرعي لإدارة النقدية Fund Management Subsystem

تعتبر إدارة النقدية جزءاً من النظام الوظيفي المالي الذي يهتم بالتدفقات النقدية للمصرف، ويسعى هذا النظام لتحقيق هدفين أساسيين: (سرور، ٢٠٠٦: ٩١٣)

(١) ضمان أن يكون العائد الوارد أكبر من المصاريف الصادرة.

(٢) ضمان أن يظل هذا الشرط مستقراً بقدر الإمكان على مدار السنة.

وفي هذا الصدد يمكن تعريف قائمة التدفقات النقدية بأنها: عبارة عن قائمة تعرض مصادر التدفقات الداخلة، واستخدامات التدفقات الخارجة للمصرف خلال فترة زمنية محددة، هذه القائمة تظهر فقط الحالة المالية في الأجل القصير، وتقدم ملخص للتدفقات النقدية التشغيلية والاستثمارية والتمويلية بصورة تؤدي إلى توفيق النقدية الداخلة والخارجة (Paramasivan & Subramanian, 2009: 19).

ويرى Feldman أن الهدف من تلك القائمة، هو توفير معلومات عن المتحصلات النقدية والمدفوعات النقدية في المصرف خلال فترة زمنية معينة، غالباً ما تكون سنة مالية واحدة (Feldman & Arkady, 2007: 41)

كما أن هناك العديد من البرامج الحاسوبية التي تستخدم في تحليل التدفق النقدي Cash Flow Analysis في المصارف. وتسمى نظم البرامج التي تؤدي هذا التحليل اسم نموذج التدفق النقدي Cash Flow Model، ويمكن برمجة النموذج حسب الطلب. وتساعد المعلومات التي يوفرها هذا النظام لإدارة المصرف، المقترضين، المساهمين، والمستخدمين الآخرين في ما يلي: (Stice & 2001: 155-456) (others,

- ١- تقييم مقدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته ومقدرته على توزيع الأرباح والحصول على تمويل خارجي.
- ٢- تقييم أسباب الاختلاف بين صافي الدخل وصافي التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية.
- ٣- تقييم تأثير العمليات الاستثمارية والتمويلية -النقدية وغير النقدية- على المركز المالي للمصرف.
- ٤- تقديم إجابة على أسئلة المستثمرين والدائنين والمحللين الماليين عن:
 - مصادر النقدية للمصرف خلال الفترة.
 - أوجه استخدامات المصرف لهذه النقدية المتاحة لديها.

- التغيير في رصيد النقدية خلال الفترة، وكيفية تفسيره.

٥- المساهمة في تقدير نسب السيولة والملاءة والمرونة المالية للمصرف. هذا فضلاً عن المساهمة في فحص درجة احتمال حدوث إفلاس أو تعثر مالي في المستقبل (الحلبي، ٢٠٠٦: ٢١٧).

٦- تقييم مقدرة المصرف على توليد تدفقات نقدية موجبة في المستقبل. من خلال تقييم مقدرته على توليد تدفقات نقدية لسداد الالتزامات وتغطية كافة الأنشطة التشغيلية (الوابل، ١٩٩٦: ٢٢٥).

بناءً على ما سبق يرى الباحث أن الهدف من هذا النظام هو تقديم بيانات شاملة عن وضع السيولة النقدية في المصرف، من خلال التعرف على التدفقات النقدية من أنشطة العمليات. فعندما يكون صافي هذا التدفق إيجابياً فهذا يدل على أن وضع السيولة في المصرف جيد. أما التدفقات النقدية من الأنشطة الاستثمارية فتشير إلى مقدرة المصرف على التوسع والانكماش. فعندما تكون التدفقات الخارجة كبيرة، بمعنى أنها أكبر من التدفقات الداخلة، فهذا يعني: أن المصرف لديه القدرة على التوسع ويتبع سياسة توسعية. وعندما تكون هذه التدفقات قليلة فهذا يعني أن سياسة المصرف انكماشية. أما التدفقات التمويلية فتشير إلى أسلوب الإدارة في تمويل نشاطها سواءً أكانت من مصادر داخلية أم خارجية.

ثالثاً: النظام الفرعي للرقابة المالية Financial Control Subsystem

تتبع أهمية الرقابة المالية من كونها الأداة التي تساعد على تحقيق أهداف المصرف. بحيث تقوم بالربط الوثيق بين الوسائل والغايات من خلال توحيد الجهود وتنسيقها نحو تحقيق الأهداف الموضوعية مسبقاً. وتهدف إجراءات الرقابة المالية إلى التأكد من صحة الإجراءات المالية ومسايرتها لمختلف الخطط والسياسات العليا، كما تساعد على تقييم الأداء المالي، وتعزز من قدرة المدراء على اتخاذ القرارات من خلال تحديد الانحرافات عن الخطط، ومنع حالات الغش والسرقة والفساد، وكشف وتحديد المسؤولية عنها (الساطي، ١٩٩٨: ٢٥).

وبناءً على ما سبق يمكن تعريف الرقابة المالية على أنها النشاط الذي تقوم به جهات خارجية أو داخلية في المصرف على أساس معايير محددة، بهدف التأكد من أن الأداء الفعلي يتم كما هو مخطط له، ووفق المعايير الموضوعية، وتحليل الأخطاء والانحرافات في حال وجودها ومعرفة أسبابها، ومن ثم تصحيحها في الوقت المناسب وبأقل التكاليف. (إسماعيل، ٢٠٠٤: ٦٣)

كما ويهتم نظام الرقابة المالية في المصرف بتوفير المعلومات المالية الصحيحة والدقيقة اللازمة لعملية الرقابة، والتي يتم الاعتماد عليها في وضع الأسس والمعايير والخطط المالية، التي تعبر عن الأهداف

لمقارنة نتائج أعمال المصرف مع ما هو مخطط، بالإضافة إلى توفيره للبيانات والمعلومات المالية عن الأداء الفعلي، ومن ثم تحليل الانحرافات ومعرفة أسبابها في حال وجودها (إسماعيل، ٢٠٠٨: ٥٧).

وتسعى إدارة المصرف من خلال النظام الفرعي للرقابة المالية إلى تحقيق الأهداف التالية: (جابر، ٢٠٠٤: ١٨)

- ١- حماية أصول المصرف من السرقة والاختلاس والتلاعب وسوء الاستخدام والإهمال.
- ٢- التأكد من صحة ودقة وسلامة البيانات المحاسبية والتقارير والقوائم المالية، لإمكان الاعتماد عليها.
- ٣- التأكد من أن العمليات تسير ضمن الأنظمة والقوانين واللوائح والإجراءات المقررة في الخطة.
- ٤- استباق ومنع حدوث الأخطاء والانحرافات وأعمال الغش والاختلاس والتزوير، واكتشاف ما يقع منها أول بأول واتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة لمعالجتها ومنع تكرارها.
- ٥- التأكد من حسن استخدام الموارد المالية والبشرية والمادية في المصرف.
- ٦- التأكد من صحة ودقة البيانات المحاسبية بدفاتر وسجلات المصرف وتقرير مدى الاعتماد عليها.

كما وتتمثل أبرز مكونات النظام الرقابي الفعال في العناصر التالية: (شرف، ٢٠٠٥: ٤٤)

- ١- الأشخاص الذين يقومون بالعمل الرقابي.
 - ٢- الأدوات والوسائل التي تمكن هؤلاء الأشخاص من أداء عملهم الرقابي.
 - ٣- السلطات والصلاحيات الممنوحة لهم.
 - ٤- علاقات واضحة في إطار الهيكل التنظيمي للمصرف.
- كما ويرى (كنجو وفهد، ١٩٩٧) أن الرقابة في المصارف تشمل على العديد من المجالات، أبرزها ما يلي: (كنجو وفهد، ١٩٩٧: ٣٣١)

- ١- الرقابة على الاستثمار: مثل الرقابة على المودعين والمقترضين، سواء كانت جهات عامة أو خاصة، و الرقابة على التمويل والقروض الاستثمارية والتأكد من أن القروض التي منحت هي ضمن سياسات ولوائح المصرف.
- ٢- الرقابة على الإيرادات: مثل الإيرادات الناجمة عن الخدمات التي تقدمها المصارف، أو الناجمة عن أنشطته المختلفة.
- ٣- الرقابة على النفقات: بشتى أشكالها التسويقية والإدارية والتمويلية.
- ٤- الرقابة على تكاليف إنتاج الخدمة المصرفية: مثل الأجور والمصاريف المباشرة والمستلزمات الأخرى.

٥- الرقابة على الأجور والرواتب التي تمنح للعاملين في المصرف.

٦- الرقابة على حركة التدفقات النقدية المستقلة الداخلة والخارجة.

٧- الرقابة على عمليات السحب والإيداع.

وتتم الرقابة على جميع الأنشطة السابقة في المصارف الخاصة في سورية من قبل مديرية الرقابة الداخلية الموجودة في الإدارة العامة لكل مصرف، حيث تقوم بجولات ميدانية على الفروع، و أيضاً من خلال التقارير المالية والأدوات الأخرى التي بين يديها. أما الرقابة الخارجية فتتم من قبل المحاسبين القانونيين الذين يقومون بمراجعة السجلات المالية للمصارف، للتأكد من مدى تعبيرها عن المركز المالي للمصرف ومدى مطابقتها للمعايير المحاسبية المعتمدة في طريقة إعداد البيانات الختامية لتلك المصارف في سورية. وهناك عدد من الأدوات تعتمد عليها الأجهزة الرقابية في المصارف من أجل مقارنة الأداء الفعلي مع ما هم مخطط. ومن أهمها ما يلي:

❖ الموازنة التخطيطية Planning Budget: تعد الموازنة التخطيطية أحد الأساليب التي تقتضيه الإدارة العلمية الحديثة والتي يتم على أساسها تأكيد الاستخدام الأمثل للطاقات المادية والبشرية والمالية، وتنمية أكبر قدر من الموارد لغرض تحقيق الأهداف التي يعمل من أجلها المصرف. وقد عرفت الموازنة التخطيطية على أنها خطة تفصيلية للحصول على الموارد وغيرها، وكيفية استخدامها خلال فترة مقبلة، فهي خطة للمستقبل معبراً عنها بشكل كمي ورسمي (Eric & Garrison, 2003: 418).

وبكلام آخر يمكن القول أن الموازنة التخطيطية، ما هي إلى تعبير كمي عن أهداف المصرف، وأداة لتحقيق التنسيق والرقابة. فهي توضح بالتفصيل الإيرادات والمصروفات الخاصة بفترة الموازنة والأصول والخصوم المتوقع وجودها في نهاية فترة الموازنة.

ومن خلال تعريف مفهوم ودور الرقابة يتضح أن الموازنة التخطيطية تؤدي دورها في الرقابة وتقييم الأداء في المصرف من خلال كونها تمثل معايير الأداء المحددة مسبقاً، والتي يتم مقارنتها بنتائج الأداء الفعلي ليتم استخراج الانحرافات وتحديد المسؤولية عنها وتقصي أسبابها وتحديد طرق تجنب الوقوع فيها مستقبلاً. ولكي يمكن تحقيق الرقابة من خلال الموازنات يجب مراعاة ما يلي:(العلاوين، ٢٠٠٠: ٤٤)

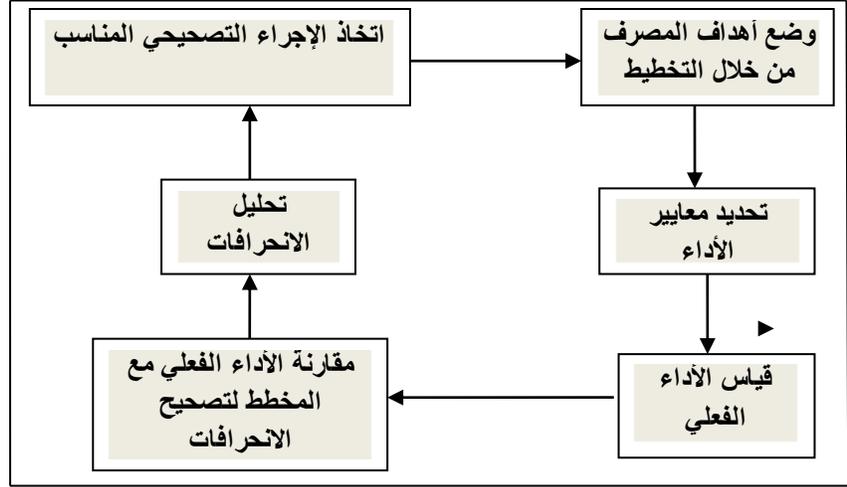
- أ- تقسيم الهيكل الإداري لمراكز الموازنة باعتبارها مراكز مسئولية.
- ب- وضع معايير الأداء المستهدف لكل مركز من مراكز الموازنة.
- ت- وجود نظام دقيق للمعلومات يُمكن من إيصال نتائج التنفيذ الفعلي بالسرعة المناسبة عن طريق التقارير الدورية.

وقد أضاف (عبد اللطيف، ٢٠٠٤: ١٥٦) ما يلي:

- ث- قياس النتائج الفعلية لكل مركز موازنة ومقارنة النتائج الفعلية بمعايير الموازنة وتحديد الانحرافات.
- ج- فحص الانحرافات الجوهرية وتحليلها لمعرفة أسبابها.
- ح- التقرير عن الانحرافات لأغراض التخطيط المستقبلي.
- خ- اتخاذ الإجراء التصحيحي المناسب.

ويمكن التعبير عما سبق من خلال الشكل رقم (٢-٦):

الشكل رقم (٢-٦) خطوات الرقابة عن طريق الموازنة



المصدر: الباحث

ويرى الباحث أن استخدام الموازنة التخطيطية كأداة للرقابة يمكن أن يحفز المدراء والعاملين على تحقيق أهداف المصرف، فهي وسيلة لتحقيق الأهداف واكتشاف الأخطاء وتحديد مواطن الضعف، وليست أداة لتصيد الأخطاء ومعاينة المقصرين، وبذلك يشعر كل مسؤول بحدود مسؤوليته، وبالجدول الزمني الذي يرتبط به في تنفيذ النشاط المكلف به. كما وتعتبر نوع من أنواع الرقابة السابقة، لأنها تقوم بالتعبير عن الخطط وأهداف المصرف بشكل بيانات مالية. وأيضاً تقوم بتقييد إدارة المصرف باتخاذ قراراتها ضمن هذه الموازنة.

❖ القوائم المالي Financial Statements: وتشمل على قائمة الدخل Income Statement والميزانية العمومية Balance Sheet وقائمة التدفقات النقدية Cash Flow Statement، وتعتبر القوائم المالية أداة رقابية لاحتوائها على تفصيل لكافة إيرادات ومصروفات المصرف، وكذلك بيان لكافة أصولها وخصومها خلال السنة المالية بما يمكن من إعداد خطة المراجعة وتحديد البنود الأكثر أهمية لإعطائها حجماً أكبر من الاهتمام أثناء العمل الميداني.

ويرى الباحث أن الرقابة من خلال القوائم المالية يمكن أن تعتبر رقابة لاحقة، ذلك لأن القوائم المالية تعطي معلومات نهائية عن سير العمل داخل المصرف خلال الفترة المنتهية، والتي من خلالها تتم المقارنة بينها وبين الموازنة التقديرية التي تعبر عن أهداف المصرف لمعرفة وقياس مدى تحقيق الأهداف المنشودة.

❖ تحليل النسب المالية Ratio Analysis: يقوم هذا التحليل على تحليل البيانات المالية الواردة في القوائم المالية، وأهمها تحليل النسب المشتقة من قائمة التدفقات النقدية، ومن أهم النسب المستخدمة هي: فترة استرداد رأس المال، ودليل الربحية، وغيرها من النسب التي تصف السيولة والربحية في المصرف بحيث يتم التأكد من تحقيق الأهداف المحددة مسبقاً.

ويرى الباحث أن هذه الأداة تعتبر نوع من أنواع الرقابة اللاحقة، التي من شأنها إعطاء صورة واضحة عن الموقف والنشاط المالي للمصرف عن الفترة المنتهية، ومن خلالها يمكن قياس مدى قدرة المصرف على تحقيق الأهداف، ومدى الكفاءة في استغلال الموارد المتاحة.

❖ المراجعة الداخلية والتقارير المالية Internal Auditing and Financial Report: إذ أن المراجعة الداخلية تعتبر أداة للتحقق من سلامة التقارير المالية للمصرف، إضافةً إلى دورها في اختبار السياسات والإجراءات والهيكل التنظيمي ومدى جودة الإدارة. وتصف التقارير المالية الأحداث والتغيرات المالية التي تحدث في المصرف أثناء تنفيذ الخطة المالية وعند الانتهاء منها، هذا وقد تكون تلك التقارير في شكل قيم عددية أو عرض إنشائي، أو أشكال بيانية (الصحف و آخرون، ٢٠٠٢: ٣٧٥).

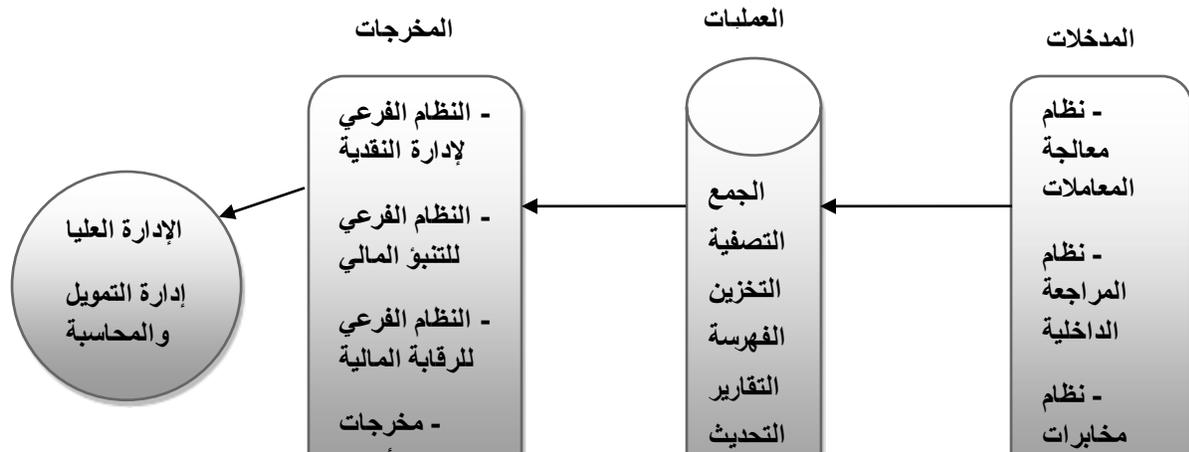
مما سبق نجد أن الأدوات الرقابية السابقة تكمل بعضها البعض من أجل تحقيق الرقابة الفعالة داخل المصرف، وتجدر الإشارة هنا إلى أنه لا بد من تحديث وتطوير وسائل عمل المراقبين بصورة دائمة ومستمرة، ذلك لأن البيئة التي تعمل فيها الأجهزة الرقابية بيئة متغيرة بصورة متسارعة من حيث اتساع العمليات، واعتماد التكنولوجيا المتقدمة التي تؤثر على طرق العمل داخل المصارف، وذلك يحتم على الأجهزة الرقابية أن تطور من وسائل عملها بما يتلاءم مع تلك التغيرات. كما أن هناك عدة شروط يجب توافرها في أي نظام رقابي لتحقيق الغرض منه وهي: (عطية، ٢٠٠٣: ٤٣) (١). وجود هيكل تنظيمي واضح داخل المصرف، (٢). وجود نظام محاسبي فعال وسليم، (٣). الحيادية والاستقلال، (٤). عناصر بشرية مدربة ومؤهلة للقيام بعملية الرقابة.

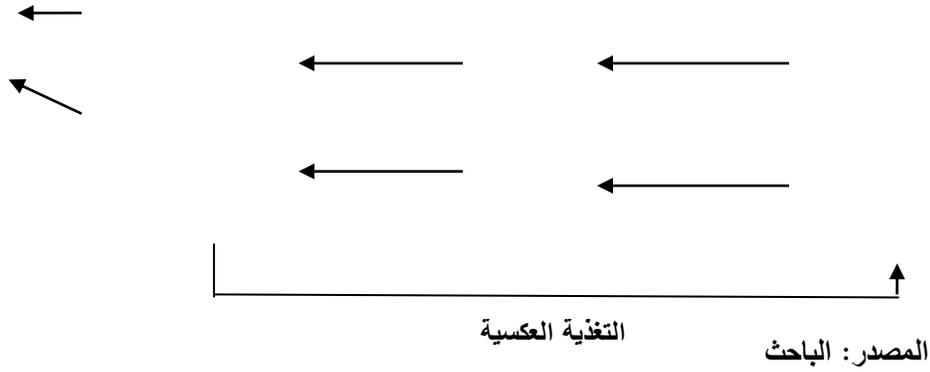
٢-٢-٣-٤ - التغذية العكسية Feedback

وهي عملية إرجاع للمعلومات أو المخرجات، للتعرف على النتائج والتصحيح والتحسين، وذلك من أجل ضمان حسن سير النظام وتلافي الأخطاء التي حدثت أثناء تشغيل النظام في المرات القادمة، وذا يتطلب وجود نظام اتصالات فعال و آني ويستلزم تسجيل النواقص أول بأول.

وعلى ضوء الدراسات السابقة لمكونات نظام المعلومات المالي وبعد الإطلاع على أنظمة المعلومات المالية في المصارف السورية، يمكن وضع تصور لمكونات نظام المعلومات المالي في المصارف السورية، يمكن توضيح العلاقة بين الأنظمة الفرعية لنظم المعلومات المالية بالشكل رقم (٢-٧) التالي:

الشكل رقم (٢-٧) نظام المعلومات المالي





٢-٣ المبحث الثالث

فاعلية نظام المعلومات المالي

يهدف هذا المبحث إلى توضيح مفهوم فاعلية نظام المعلومات المالي في المصرف، وأهم متطلباتها، حيث يعالج في أربع فقرات فاعلية نظام المعلومات المالي، خصصت الأولى: لبحث متطلبات نجاح نظام المعلومات المالي في المصرف. في حين كُرسَت الثانية: لمفهوم فاعلية نظام المعلومات المالي. وكُرسَت الثالثة: لتوضيح مقاييس فاعلية نظام المعلومات المالي. أما الفقرة الرابعة: فقد كُرسَت لبحث العوامل التي تحد من فاعلية نظام المعلومات المالي.

٢-٣-١ : مفهوم فاعلية نظام المعلومات المالي في المصرف

يمكن النظر إلى قياس الفاعلية من منطلقين داخلي وخارجي، فالفاعلية ضمن البيئة الداخلية تُقيّم على أساس درجة تحقيق المصرف للأهداف المتعلقة بحجم المبيعات، الحصة السوقية، والأرباح، أما ضمن البيئة الخارجية، فإن الفاعلية تُقاس على أساس قوتها التنافسية المستندة على درجة قبول منتجاتها وخدماتها ودرجة استيعابها للتطور والإبداع التكنولوجي، ومدى تحسّسها للتقلبات الاقتصادية وقدرتها على اتخاذ ردود أفعال تجاهها (المغربي، ٢٠٠٢: ٤٠).

وعُرفت الفاعلية Effectiveness على أنها فعل الأشياء الصحيحة Doing Good Things، ولتحقيق الفاعلية يجب أن تتكامل ثلاثة عوامل رئيسية، هي الأفراد والهيكل والمعلومات (Boddy & Others، 2009: 78). كما تُعرف الفاعلية بأنها: القدرة على تحقيق الأهداف مهما كانت الإمكانيات المستخدمة في ذلك، فهي تمثل العلاقة بين الأهداف المحققة والأهداف المحددة، ويعبر عنها بالعلاقة التالية: الأهداف المحققة/ الأهداف المحددة (قريشي، ٢٠٠٦: ٤٩).

وبالنظر إلى نظم المعلومات نجدها أمراً مكلف الشراء والاستخدام، لذلك ففي عالم الأعمال الذي يسعى لتعظيم الفائدة، يفترض أن تحقق نظم المعلومات قيمةً اقتصاديةً تتجاوز التكاليف التي تدفع عليها، وهذا ما يدفع الباحثين إلى التركيز على فاعلية هذه النظم كأولية أساسية في عملية تركيبها وتشغيلها. وبناءً على مفهوم الفاعلية، فقد عرف الباحثون فاعلية نظم المعلومات على أنها مدى مساهمة نظام المعلومات في تحقيق الأهداف التنظيمية (Sajady & Others, 2008: 91). وعُرفت أيضاً على أنها قياس مدى نجاح نظام المعلومات في إطار رضا المستخدمين، وأثر النظام على الأفراد وعلى المنظمة (Delone and Mclean 19: 2003).

وتأسيساً على ما سبق يمكن للباحث تعريف فاعلية نظام المعلومات المالي على أنها: قدرة النظام على تحقيق أهدافه التي وجد من أجلها والتي من أهمها توفير المعلومات المالية لمتخذي القرارات، بحيث تتصف تلك المعلومات بالدقة والملائمة والموثوقية، ويكون لها أثر إيجابي على متخذي القرار، وتساهم في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة.

فنظم المعلومات المالية الفعالة هي التي توفر المعلومات الصحيحة والمعاصرة، وبالوقت المناسب حول قرارات قيد اتخاذ، فهي القيام بالشيء السليم. ولتوفير نظم معلومات مالية فعالة، يجب على مصممي النظم أن يعملوا عن كثب مع المديرين ومستخدمي النظام الآخرين لتحديد احتياجاتهم من المعلومات بدقة، لكي يتم تصميم النظام لخدمة تلك الاحتياجات.

ومن الضروري هنا التنويه إلى مفهوم الكفاءة لأنها ذات علاقة توافقية مع الفاعلية، فإذا كانت الفاعلية تركز على مدى تحقيق الأهداف، فإن الكفاءة تركز على كيفية تحقيق الأهداف وإنجازها بأقل التكاليف. وتعني كفاءة نظام المعلومات المالي نجاحه في توفير المعلومات المطلوبة بالدقة والملائمة والتوقيت والتكلفة المناسبة. ومما يجدر ذكره أن أهم الخصائص التي تؤهل نظام المعلومات المالي ليكون فعال و كفوء هي: الدقة والسرعة في معالجة البيانات المالية، القدرة على تزويد الإدارة بالمعلومات المالية الضرورية في الوقت الملائم لأداء وظائف الإدارة المختلفة، استرجاع المعلومات المخزنة عند الحاجة، البساطة والمرونة والقبول العام لدى العاملين، إضافةً إلى الارتباط مع نظم المعلومات الأخرى في المصرف (عبد الله وقطاني، ٢٠٠٧:

(٥

٢-٣-٢ : متطلبات نجاح نظام المعلومات المالي في المصرف.

حتى ينجح نظام المعلومات المالي في المصرف، لا بد من توفر عدة متطلبات تتكامل مع بعضها البعض في التأثير على نجاح النظام، وهذه المتطلبات كما ذكرها المغربي: (المغربي، ٢٠٠٢: ٣٥٢-٣٥٣)

(١) المتطلبات الإدارية: وتتمثل في النواحي المتعلقة بالإدارة وأنشطتها المختلفة ومنها:

أ- تحديد أهداف وغايات الإدارة في المصرف بشكل واضح، ومن ثم بيان الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها نظام المعلومات المالي.

ب- التخطيط الفعال لاحتياجات النظام من الموارد، مما يتطلب بدوره اقتناع وتأييد الإدارة العليا في المصرف بأهمية نظام المعلومات المالي، وتقديم الدعم المادي والمعنوي لذلك.

ت- مشاركة الإدارات الرئيسية في المصرف مع إدارة التمويل والمحاسبة في إعداد وتصميم النظام.

ث- مراعاة احتياجات المستفيدين من مخرجات ومعلومات النظام سواء من داخل المصرف أو خارجه.

ج- الرقابة والمتابعة المستمرة على كافة عناصر نظام المعلومات المالي لضمان كفاءة وفاعلية أداءه.

ح- التعاون المستمر بين إدارة التمويل والمحاسبة وكافة الإدارات الأخرى في المصرف لضمان الإمدادات بالمعلومات لتلك الإدارات والحصول منها على البيانات والحقائق.

(٢) المتطلبات التكنولوجية (الفنية): وتتمثل في عدة متطلبات أهمها:

أ- توفير الأجهزة والآلات اللازمة لتشغيل النظام مع مراعاة إمكانيات واحتياجات المصرف.

ب- توفير الأفراد ذوي المهارات والخبرات الفنية اللازمة لتشغيل الأجهزة والآلات والحواسب الآلية أو الاستعانة بمجموعة من الاستشاريين في هذا المجال.

ت- تصميم نظام متكامل للصيانة والسلامة، وسرية البيانات والمعلومات التي يتعامل معها النظام.

ث- تكامل البيانات- الملفات و السجلات والوثائق- من أجل استخدامات أكثر فاعلية.

(٣) المتطلبات الاقتصادية: ومن أهمها:

أ- توفير وقت كاف لعملية إعداد وتصميم النظام، بما يسهم في إيجاد نظام مبني على أساس واضح وسليم.

ب- العمل على تخفيض التكاليف.

ت- الاستخدام الأمثل للأفراد العاملين على تشغيل النظام.

ث- توفير الجهد المبذول في جميع مراحل عمل النظام، مما يتطلب تدريب العاملين على النظام لزيادة مهاراتهم في التشغيل واستخراج المعلومات.

(٤) المتطلبات الاجتماعية: ومن أهمها:

أ- الاتصال الجيد بين العاملين في إدارة التمويل والمحاسبة ومجموعة العاملين بالحاسوب الآلي وضرورة وجود تفاهم متبادل بين الطرفين.

ب- توفر روح المساعدة من قبل مصممي النظام للمستفيدين منه.

ت- سهولة استخدام مخرجات النظام مما يتطلب دعم السلوك الإيجابي لدى العاملين والمستفيدين من النظام.

٢-٣-٣: معايير قياس فاعلية نظام المعلومات المالي في المصرف

ظهرت العديد من المعايير لقياس فعالية نظم المعلومات، منها ما هو كمي كأسلوب تحليل العائد والتكلفة، ومدى مساهمة النظام في تحقيق الأرباح وزيادة الحصة السوقية. ومنها ما هو نوعي كرضا المستخدم عن النظام، حيث برر أصحاب هذا المعيار رؤيتهم بأن رضا المستخدم عن النظام يؤدي إلى أثر جيد على الأفراد وبالتالي ينعكس هذا الأثر الجيد على المنظمة ككل، وهناك مؤشرات أخرى مثل: قدرة النظام على تخفيض المخاطرة ودرجة عدم التأكد، وكفاءة النظام التي تقاس من خلال أداء عملية اتخاذ القرار وغير ذلك من المؤشرات، وقد اقترح (Kaplan & Norton) بطاقة الأداء المتوازن بالاعتماد على قياس الأهداف فيما يتعلق برضا المستخدم عن النظام، وكفاءة العمليات الداخلية، و الأثر الذي يحدثه النظام على الأفراد (Petter & others, 2008: 237). كما طرح (أبو عمر، ٢٠٠٩: ٣٥) مقياس مكون من ستة عناصر هي:

- سرعة الحصول على المعلومة.
- سرعة اتخاذ القرارات.
- رضا المستخدم.
- مدى ملائمة النظام للمستويات الإدارية.
- الاستجابة للمتغيرات المستجدة.
- أمن المعلومات.

و بين (الرجي، ٢٠٠٧: ٧٠) أنه يمكن دراسة فعالية نظام المعلومات المالي من خلال الجوانب التالية:

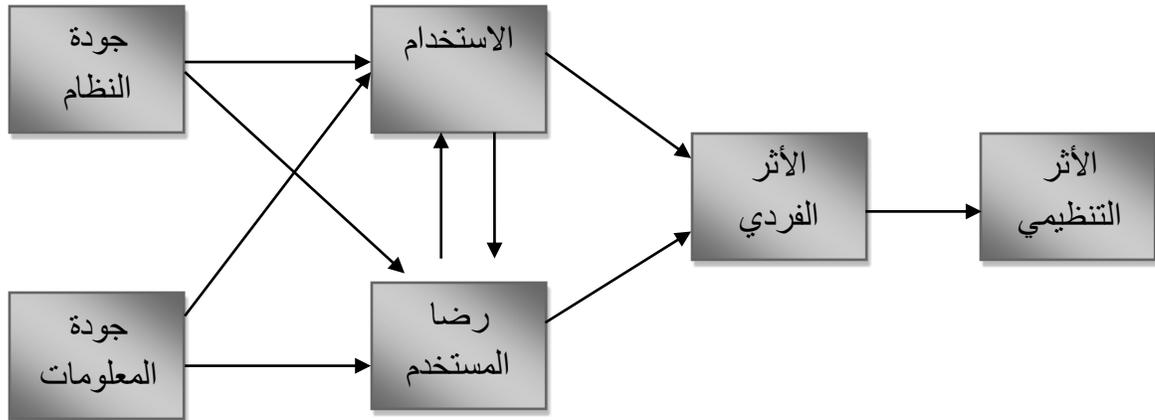
- رضا المستخدم النهائي: يقاس الرضا من سهولة استخدام المعلومات التي يقدمه النظام للمستفيدين، وقدرة الأفراد القائمين على النظم من إنتاج تلك المعلومات من خلال تمتعهم بالخبرة والدراية بكل جوانب النظام، فتنسم المعلومات التي ينتجها النظام بالجودة، الأمر الذي يحقق الرضا التام لمستخدمي تلك المعلومات.
- تحقيق النظام لأهداف المصرف: أي مدى مساهمة النظام في تحقيق أهداف المصرف مع النظم الوظيفية الأخرى، بحيث يقدم معلومات متكاملة ومتناسقة مع المعلومات التي تقدمها النظم الوظيفية الأخرى.
- ملائمة المعلومات لحاجة المستويات الإدارية: بحيث تنسم المعلومات التي يقدمها نظام المعلومات المالي بدرجة عالية من التفصيل في المستوى التشغيلي، وأقل تفصيلاً في المستوى الإداري، في حين تكون موجزة في المستوى الاستراتيجي.
- مواكبة النظام للتطورات المستجدة: بمعنى قدرة النظام على استيعاب التغيير في العمليات وتنوع تلك العمليات، ومدى توفر المرونة الكافية لإدخال التحسينات على النظام.
- قدرة النظام على توفير الأمن للمعلومات من خلال السياسات والأدوات التقنية لتأمين الحماية والأمن للمعلومات، من كل استخدام غير شرعي أو سرقة أو تخريب... الخ.
- حجم استخدام النظام: أي إلى أي مدى يتم الاعتماد على النظام في إنجاز الأعمال اليومية.
- التكلفة الاقتصادية للنظام: أي عندما تكون العوائد المتوقعة من استخدام النظام تفوق تكلفة تركيبه وتشغيله في المصرف.

ومن بين تلك المؤشرات التي قدمها الباحثين يبقى نموذج (DeLone and McLean) D&M (model) الأكثر استعمالاً من قبل متخصصي النظم ،حيث يركز على ست متغيرات رئيسية لقياس فاعلية النظام يمكن إيجازها بما يلي: (Petter & others, 2008: 237)

- جودة النظام System Quality: والتي تتعلق بجودة البرمجيات والأجهزة المستخدمة.
- جودة المعلومات Information Quality: وتشير إلى مدى المصدقية، الملائمة،التوقيتية، والقابلية للفهم في التقارير التي ينتجها النظام.
- الاستخدام Use: وتشير إلى سهولة استخدام وفهم النظام من قبل العاملين عليه أي(User Friendly).
- رضا المستخدم User Satisfaction: وتشير إلى إيمان تام من قبل المستخدمين بأن المعلومات التي ينتجها النظام تقابل متطلباتهم منه.
- الأثر الفردي Individual Impact: وتشير إلى أثر المعلومات التي ينتجها النظام على أداء وسلوك الأفراد داخل المنظمة، بمعنى هل تحسن هذه المعلومات من فاعلية القرارات التي يتخذونها.
- الأثر على المنظمة Organization Impact: وتشير إلى أثر المعلومات التي ينتجها النظام على أداء المنظمة.

وبسبب الدراسات التي قام بها العديد من الباحثين في هذا المجال، عدل كلاً من الباحثين نموذجهم وأضافوا عنصر جودة الخدمات Quality Services: التي تعني جودة الدعم الذي يقدمه النظام للمستخدمين في قسم تكنولوجيا المعلومات داخل المنظمة. والشكل رقم (٢-٨) يوضح المقياس المذكور قبل التعديل:

الشكل رقم (٢-٨) نموذج D & M



Source: Vicent Cho, 2007, A study of the impact of organization learning on information system effectiveness, International Journal of Business and Information, Volume 2 Number, 1, p 131

مما سبق يمكن القول بان اغلب الباحثين لا يحبذون الاسلوب الكمي لقياس الفاعلية، وذلك لوجود عوامل وسيطة وعوامل داخلية تساهم في التأثير على المؤشرات المستخدمة لقياس فاعلية النظام. فزيادة الربحية أو الحصة السوقية، ليس بالضرورة أن تكون ناتجة عن إدخال نظم المعلومات فهي تتأثر

بالظروف الاقتصادية المحيطة، وعوامل أخرى تساهم في زيادتها. لذلك لجأ الباحثون إلى الأساليب النوعية ولكن بوجهات نظر مختلفة، فالبعض يراها من وجهة نظر المستخدم فقط، والبعض الآخر يركز على أكثر من عامل كما في نموذج (D&M)، على الرغم من تحفظ البعض على تلك المؤشرات، لأن استخدام بعض المؤشرات قد يكون مجدياً في منظمة ما، ولكنه لا يعطي نفس النتائج في منظمة أخرى، نظراً لاختلاف حجم وطبيعة النشاط من منظمة إلى أخرى.

وبناءً على ما سبق تحاول هذه الدراسة قياس فاعلية نظم المعلومات المالية في المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية بالاعتماد على مقياس مكون من أربعة عناصر تم اعتمادها بمساعدة النماذج السابقة، نظراً لأن تلك المؤشرات الأنسب لطبيعة النشاط المصرفي بشكل عام، وللمصارف الخاصة في سورية بشكل خاص، وما يتوفر لها من إمكانيات، وأيضاً تعتبر الأنسب لطبيعة الدراسة. وهذه العناصر هي:

١- جودة النظام

٢- جودة المعلومات

٣- رضا المستخدم

٤- أمن المعلومات

٢-٣-٤: العوامل التي تحد من فاعلية نظام المعلومات المالي في المصرف

تتأثر فاعلية نظام المعلومات المالي بمجموعة من العوامل التي تعتبر حاسمة لنجاح النظام، وهي:

(Vicent 2007: 133)

١- مدى دعم الإدارة

٢- ثقافة وتدريب المستخدمين

٣- فاعلية نظام الاتصالات المتوفر في المنظمة

٤- حجم المنظمة، لأنه في المنظمات الكبيرة يكون دعم الإدارة لعملية الأتمتة، و إدخال نظم المعلومات كبيرة على عكس المنظمات صغيرة ومتوسطة الحجم.

وأضاف (المغربي، ٢٠٠٢: ٣٥١) عدد من العوامل الأخرى أو الأخطاء التي تقع فيها أغلب المنظمات

وتحد من فاعلية نظام المعلومات المالي في المصرف. وهي:

١- عدم تحديد أهداف نظام المعلومات المالي بدقة.

٢- عدم المشاركة الفعالة لإدارة التمويل والمحاسبة في بناء وتصميم النظام.

٣- ضعف الارتباط والتكامل بين الأنظمة الفرعية لنظام المعلومات المالي.

٤- استخدام تكنولوجيا معقدة يصعب تشغيلها واستخدامها.

٥- التهاون في عملية الرقابة قبل و أثناء بناء النظام.

٦- عدم دراسة التكلفة بدقة.

باستقراء هذا المبحث، نجد نظام المعلومات المالي يفترض أن يحقق للمصرف قيماً اقتصادية تتجاوز التكاليف التي تدفع عليه، وهذا ما دفع الباحثين إلى التركيز على فاعلية هذا النظام كأولية أساسية في عملية تركيبه وتشغيله، وعُرفت فاعلية نظام المعلومات المالي على أنها قدرة النظام على تحقيق أهدافه التي وجد من أجلها والتي من أهمها توفير المعلومات المالية بالدقة والتوقيت المناسبين لمتخذي القرارات المالية، ويمكن أن تقاس فاعلية نظام المعلومات المالي من خلال عدة مؤشرات، وهي كما حددها الباحث: (١) جودة النظام، (٢) رضا المستخدم النهائي، (٣) أمن المعلومات، (٤) جودة المعلومات.

خلاصةً لهذا الفصل يمكن القول: أن نظم المعلومات ما هي إلا نسيج متكامل لمجموعة من العناصر والمكونات المادية والبشرية والمعنوية، تتفاعل مع بعضها البعض لجمع ومعالجة ونشر المعلومات للوحدات الإدارية المختلفة لمساعدتها على أداء وظائفها بكفاءة وفاعلية. ومن المهم أن ندرك أن نظم المعلومات ما هي في الواقع إلا خليط متكامل من أنواع نظرية مختلفة من نظم المعلومات التي تطرقنا إليها سابقاً. وذلك لأن التصنيف النظري لنظم المعلومات مصمم لإيضاح الأدوار المختلفة لنظم المعلومات. وفي الجانب العملي، فإن هذه الأدوار مدمجة في نظم معلومات موحدة تقدم أو توفر الدعم لوظائف متنوعة. لذلك فإن نظم المعلومات مصممة لإنتاج معلومات وإسناد قرارات يتم صنعها في مختلف المستويات الإدارية ووظائف الأعمال، ومن أهم النظم الوظيفية على الإطلاق، نظام المعلومات المالي، وهو عبارة عن نظام فرعي من النظام الشامل للمصرف، حيث يختص بجمع ومعالجة البيانات ذات الطبيعة المالية عن مختلف أوجه النشاط داخل المصرف، وتقديمها لمتخذي القرارات بالشكل والتوقيت المطلوب. لذا فإن فاعلية هذا النظام شرط لازم وضروري لأداء وظائف المصرف المختلفة، كون أغلب نشاطات المصرف ذات طبيعة مالية.

٣ - الفصل الثالث

الميزة التنافسية

تمهيد

٣- ١ المبحث الأول: مفهوم الميزة التنافسية وأبعادها

٣-١-١: مفهوم الميزة التنافسية

٣-١-٢: فعالية الميزة التنافسية ودورة حياتها

٣-١-٣: أبعاد الميزة التنافسية

٣- ٢ المبحث الثاني: أهمية الميزة التنافسية واستراتيجياتها

٣-٢-١: أهمية الميزة التنافسية

٣-٢-٢: قوى التنافس

٣-٢-٣: الإستراتيجيات العامة للتنافس

٣-٢-٤: سلسلة القيمة

٣-٢-٥: أثر نظم المعلومات على سلسلة القيمة

٣- ٣ المبحث الثالث: الميزة التنافسية في المصارف

٣-٣-١: مفهوم الميزة التنافسية في المصارف

٣-٣-٢: سلسلة القيمة في المصارف

٣-٣-٣: دور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف

٣-٣-٤: عناصر تحقق الميزة التنافسية في المصارف

٣-٣-٥: أثر فاعلية نظام المعلومات المالي على تحقيق الميزة التنافسية في

المصارف

٦-٣-٣: استدامة الميزة التنافسية في المصارف

تمهيد

يعيش العالم الآن عصر سمي "بعصر المعلومات". ثم أطلق عليه عصر ما بعد الصناعة، و أخيراً يطلق عليه البعض عصر المعرفة. و في جميع الأحوال و بغض النظر عن التسمية فإن سمات و ملامح هذا العصر و آلياته و معاييرته تختلف جذرياً عن كل ما سبقه، و تفرض بالتالي على كل من يعاصره ضرورة الأخذ بالمفاهيم و الآليات الجديدة و المتجددة. وقد كان أخطر آثار العصر الجديد بروز التنافسية

كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المؤسسات بدرجة غير مسبوقه، و من هنا أصبحت المنظمات وخاصة المصارف في موقف يحتم عليها العمل الجاد و المستمر لاكتساب الميزات التنافسية لإمكان تحسين موقعها في الأسواق أو حتى مجرد المحافظة عليه في مواجهة ضغوط المنافسين الحاليين و المحتملين.

فمنذ ظهور نظرية النظم عام ١٩٤٥ التي اعتبرت المنظمة نظاماً مفتوحاً على المحيط يؤثر فيه ويتأثر به، تحولت القدرة التنافسية للمؤسسة من المفهوم القائم على الميزة النسبية، التي تعني قدرتها على التحكم في التكاليف، وبالتالي تخفيض الأسعار وزيادة المبيعات، إلى المفهوم القائم على الميزة التنافسية التي تنشأ من مجموع وظائفها المرتبطة بتصميم وتصنيع وتوزيع وتطوير منتجاتها، بشرط أدائها بعض هذه الوظائف أو كلها بشكل أفضل من منافسيها. ومن ثم فإن الميزة التنافسية تمثل خاصية أو مجموعة خصائص تتحصل عليها المنظمة، بحيث تسمح لها بالحصول على حصة من السوق تمكنها من النمو مستقبلاً.

وهذه الميزة التنافسية تتميز بكونها ذات طابع ديناميكي متطور مرتبط بالخصائص الداخلية للمؤسسة من حيث بنيتها، وفاعلية نظام معلوماتها، وما تقدمه من معلومات عن قوى المنافسة الرئيسة في البيئة الخارجية، وكذا إلمامها وتكيفها مع محيطها الخارجي عن طريق الاستغلال الأمثل للمعلومات، وخاصة المعلومات المالية التي تكفل لها اكتساب ميزة تنافسية دائمة، فهناك إدراك متزايد بأن نظم المعلومات المالية، وبغض النظر عن درجة التكنولوجيا المستخدمة فيها، يمكن أن تحقق للمؤسسة مزايا تنافسية مهمة، وذلك من خلال تحسين الأداء الكلي للمؤسسة. وبالتالي فقد أصبحت ضرورة تنافسية ملحة. وتم التطرق إلى كل هذا في أربعة مباحث: تطرق المبحث الأول: إلى ماهية الميزة التنافسية، فعاليتها، وأبعادها. أما المبحث الثاني: فقد تناول دور وأسس الميزة التنافسية (أهميتها، قوى التنافس، إستراتيجيات التنافس..)، و يتناول المبحث الثالث: دور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف (سلسلة القيمة، أثر نظم المعلومات على سلسلة القيمة....)، وتطرق المبحث الرابع: إلى أثر فاعلية نظم المعلومات المالية على الميزة التنافسية في المصارف (عناصر الميزة التنافسية في المصرف، أثر فاعلية نظم المعلومات المالية على التكلفة، الجودة، الإبداع....، استدامة الميزة التنافسية في المصرف)

٣-١: المبحث الأول

ماهية الميزة التنافسية وأبعادها

يهدف هذا المبحث إلى توضيح مفهوم الميزة التنافسية و خصائصها، ويبحث في ثلاث فقرات، خصصت الأولى: لعرض مفهوم الميزة التنافسية وخصائصها، في حين تناولت الفقرة الثانية: شروط فعاليتها الميزة التنافسية و دورة حياتها، أما الفقرة الثالثة: فقد كُرس لعرض أبعاد الميزة التنافسية.

٣-١-١: مفهوم الميزة التنافسية Concept of Competitive Advantage:

ليس من السهل تحديد تاريخ ظهور المنافسة بشكل دقيق، فهي موجودة منذ وجدت المنظمات وإلى الآن وبأساليب متباينة ومختلفة عبر الوقت، ومن خلال تصفح الأدبيات النظرية، نلاحظ أن الكتابات الأولى حول المنافسة، تمثل نقطة الانطلاق لمفهوم الميزة التنافسية، حيث يختلف مفهوم الميزة التنافسية باختلاف محل الحديث فيما إذا كان عن مؤسسة، أو قطاع، أو دولة، فالتنافسية على مستوى الدولة حسب تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية هي: القدرة على إنتاج السلع و الخدمات التي تواجه اختبار المزاومة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسيع الدخل المحلي الحقيقي (طارق، ٢٠٠٢: ٥). أما تنافسية القطاع هي قدرة شركات قطاع صناعي في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية (قدور، ٢٠٠٦: ١٢٢٣). في حين أن الميزة التنافسية على مستوى المؤسسة التي هي موضوع بحثنا هذا، يورد الباحث الجدول رقم (٣-١) الذي يمثل أهم تعاريف الميزة التنافسية على مستوى المؤسسة لعدد من الكُتاب والباحثين، والتي تنطلق من رؤى هؤلاء الكُتاب والباحثين للميزة التنافسية مرتبةً على أساس تاريخي:

الجدول رقم (٣-١) تعاريف الميزة التنافسية

التعريف	التاريخ	الباحث	المصدر
قدم فكرة سلسلة القيمة من خلال تحليل مصادر الميزة التنافسية وعرف الميزة بأنها خلق وإدامة الأداء الأفضل.	١٩٨٥	M. Porter	(الحيالي، ٢٠٠٩، ١٢٥)
يعد الميزة التنافسية بأنها المصدر الذي يعزز وضع المنظمة في السوق بما يحقق لها الأرباح من خلال امتيازها على منافسيها في مجالات المنتج، السعر، الكلفة، التركيز على الإنتاج	١٩٨٦	Harvey	(الحيالي، ٢٠٠٩، ١٢٥)
الشيء الذي يميز المنظمة ومنتجاتها تميزاً إيجابياً عن منافسيها في نظر زبائنها والمستخدمين النهائيين لمنتجاتها.	١٩٨٩	Fathey	(Fathey, 1989: 18)

(Reed & Defellipi ١٩٩٠:١٨)	Reed & Defellipi،	١٩٩٠	الموقع الفريد الذي تطوره المنظمة إزاء منافسيها عن طريق أنماط نشر الموارد.
(Porter،199١:19)	Porter	1991	دالة للطريقة الأفضل التي تدير بها المنظمة النظام الكلي للقيمة.
(Rappaport،1992:84-85)	Rappaport	1992	متى استطاعت المنظمة من تقليص كلفتها الكلية، وكانت مبيعاتها تفوق هذه الكلف فإنها تكون قد حققت ميزة تنافسية من خلال توفير قيمة متفوقة أو كلفة منخفضة للزبائن.
(الحيالي، ٢٠٠٩، ١٢٥)	Hicks	1993	تطبيق تكنولوجيا المعلومات بشكل راند لغرض التقدم على منافسيها.
(الحيالي، ٢٠٠٩، ١٢٥)	Mc Gahan	1994	أداء المنظمات لأنشطتها بصورة أكثر كفاءة وفاعلية مقارنة بالمنافسين.
(Pitts & Le،:1996:8)	Pitts & Lei	1996	استغلال المنظمة لنقاط قوتها الداخلية في أداء الأنشطة الخاصة بها . بحيث تخلق قيمة لا يستطيع بقية المنافسين تحقيقها في أدائهم لأنشطتهم.
(Kotler١٩٩٧:٥٣ ،)	Kotler	1997	قدرة المنظمة على تحقيق الأداء بأسلوب معين أو أساليب متعددة، وهناك صعوبة تقليد هذا الأداء من قبل المنافسين في الوقت الحاضر.
(Porter،199٨:48)	Porter	١٩٩٨	تنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك التي لدى المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً.
(Macmillan& Tampoe،2000:89)	Macmillan & Tampoe	2000	الوسيلة التي تستطيع المنظمة من خلالها الفوز في منافسيها مع الآخرين.
(صديقي وعجيلة،٢٠٠٧، ٥:)	علي السلمي	٢٠٠١	المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه المنافسون والتميز والاختلاف عن المنافسين.
(الحيالي ، ٢٠٠٩ ، ١٢٦)	قطب	٢٠٠٢	الموقع الفريد طويل الأمد الذي تطوره المنظمة من خلال أداء أنشطتها بشكل مميز وفعال واستغلال نقاط قوتها الداخلية باتجاه تقديم منافع قيمة لزيائنها لا يستطيع المنافسون

			تقديمها.
--	--	--	----------

المصدر: الباحث

وباستقراء التعريفات السابقة التي وردت في الجدول السابق نلاحظ أنها تركز في تعريفها للميزة التنافسية على النقاط التالية:

- ١- القدرة على تحقيق قيمة مميزة لمدة طويلة من الزمن.
- ٢- القدرة على خلق شيء جديد ومختلف عن بقية المنافسين.
- ٣- استغلال المنظمة لنقاط القوة الداخلية لأداء أنشطتها.
- ٤- الاستغلال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات لغرض التفوق على المنافسين.
- ٥- القدرة على جني الأرباح وتحقيق البقاء.

وبناءً على ما سبق يمكن للباحث وضع التعريف التالي الذي يتناسب وموضوع البحث على الشكل الآتي: تمثل الميزة التنافسية قدرة المنظمة على خلق قيمة ومنفعة للزبائن تفوق ما يقدمه المنافسين، بحيث ترسخ في أذهان الزبائن الحاليين والمحتملين وتكسب ولائهم لها، وذلك من خلال الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، بما فيها تبني نظام معلومات مالي فعال ومتميز عما هو لدى المنافسين مع مراعاة عنصر التكاليف، وكذلك الأخذ بالحسبان القدرات والكفاءات الإبداعية التي يجب أن تتمتع بها المنظمة.

كما حدد Porter خصائص الميزة التنافسية بالنقاط التالية : (سرحان، ٢٠٠٥، ١١)

- ✓ تبنى على اختلاف وليس على تشابه.
- ✓ يتم تأسيسها على المدى الطويل، باعتبارها تختص بالفرص المستقبلية.
- ✓ عادة ما تكون مركزة جغرافياً.

٣-١-٢: فعالية الميزة التنافسية ودورة حياتها

حتى تكون الميزة التنافسية فعالة، لا بد أن تتوفر فيها الشروط التالية:

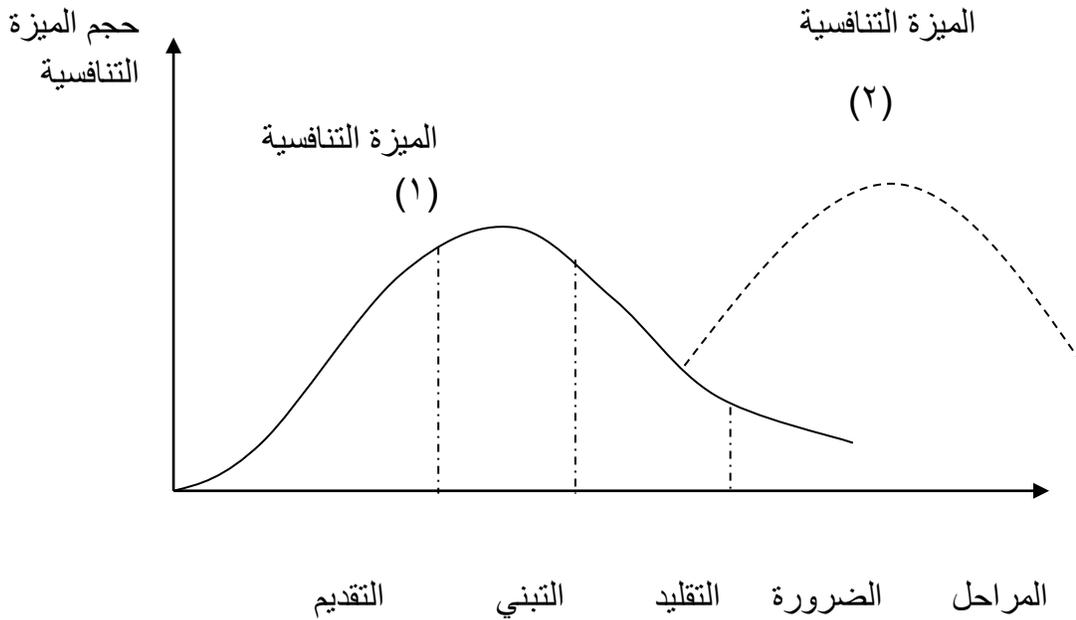
- ✓ حاسمة، أي تعطي الأسبقية والتفوق على المنافس.
- ✓ الاستمرارية، بمعنى يمكن أن تدوم خلال الزمن.
- ✓ إمكانية الدفاع عنها، أي يصعب على المنافس محاكاتها أو إلغائها. (سرحان، ٢٠٠٥، ١١)

ويرى الباحث أنه يمكن إضافة الشروط التالية:

- ✓ القدرة على خلق حواجز أمام المنافسين كالتحكم في قنوات التوزيع لعملاء أوفياء.....
- ✓ القدرة على استغلال التطور التقني والإبداع السريع لمنع المنافسين من تقليد التكنولوجيا المستعملة.
- ✓ القدرة على التحكم في آجال الإنجاز بالنسبة للإنتاج والتوزيع.

و تضمن هذه الشروط مجتمعة فعالية الميزة التنافسية، حيث شرط الحسم مقرون بشرط الاستمرارية، وهذا الأخير مقرون بشرط إمكانية الدفاع واستغلال التطور التقني. فكيف لها أن تستمر وهي هشة يمكن إلغائها، وكيف لها أن تكون حاسمة ولم تستمر طويلاً. ومن هنا يمكن القول أن العامل الأكثر أهمية لنجاح منظمة الأعمال، هو الموقف التنافسي لها في الصناعة التي تعمل فيها، لذا فعلى جميع الشركات أن تحرص على تواصل واستمرار الميزة التنافسية لها في المجال الذي تختص فيه، لأن الميزة التنافسية لها دورة حياة، وتتم بنفس مراحل دورة حياة المنتجات، كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (٣-١) دورة حياة الميزة التنافسية



و يمكن شرح المراحل السابقة كما يلي:

- **مرحلة التقديم:** تعد أطول المراحل بالنسبة للمنظمة المنشئة للميزة التنافسية لكونها تحتاج إلى الكثير من التفكير، والاستعداد البشري، المادي والمالي. وتعرف عندها الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشاراً أكثر فأكثر، حيث يعزى ذلك إلى القبول الذي تحظى به من قبل عدد متزايد من الزبائن.

- **مرحلة التنبؤ:** تعرف الميزة هنا استقرارا نسبيا من حيث الانتشار، باعتبار أن المنافسين بدؤوا يركزون عليها، وتكون الوفورات هنا أقصى ما يمكن.

- **مرحلة التقليد:** يتراجع حجم الميزة وتتجه شيئاً فشيئاً إلى الركود، لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة المنظمة، وبالتالي تراجع أسبقيتها عليهم. ومن ثم انخفاض في الوفورات.

- **مرحلة الضرورة:** تأتي هنا ضرورة تحسين الميزة الحالية وتطويرها بشكل سريع، أو إنشاء ميزة جديدة على أسس تختلف تماماً عن أسس الميزة الحالية. وإذا لم تتمكن المنظمة من التحسين أو الحصول على ميزة جديدة، فإنها تفقد أسبقيتها تماماً وعندها يكون من الصعب العودة إلى التنافس من جديد (خليل، ٢٠٠٧: ٨٦).

نستنتج مما سبق: أنه لا يمكن أن تحوز المنظمة على ميزة تنافسية دائمة، وبالتالي فهي مطالبة بتتبع دورة حياة الميزة، وأن تعرف في نفس الوقت، الزمن المناسب للقيام بالتحسين أو التطوير أو إنشاء ميزة جديدة. ذلك لأن الميزة التنافسية تمتاز بقصر عمرها نظراً لما يشهده مجال الأعمال في عصرنا من ابتكارات متسارعة بفعل ثورة التكنولوجيا التي نعيشها. وبالتالي فللميزة التنافسية طبيعة ديناميكية، الأمر الذي يجعل عملية تطويرها ومراجعتها باستمرار من أولويات أي منظمة تسعى للبقاء والنمو.

٣-١-٣: أبعاد الميزة التنافسية **Dimensions of Competitive Advantages**

يوجد العديد من الأبعاد التي اعتمدها الباحثون والمنظمات والتي يعتبر كل واحد منها بمثابة بعداً أساسياً لتحقيق الميزة التنافسية وهي: (Evans & Collier, 2007: ١٤٢-١٤١)

١- بعد التكلفة: **Cost Dimension** :

يعتبر بعد التكلفة من الأبعاد الرئيسة التي تتنافس فيها المنظمات. لذا يتوجب على هذه المنظمات أن تجعل تكاليف إنتاج وتسويق منتجاتها أقل من الشركات المنافسة، فالمنظمات التي تسعى للحصول على حصة سوقية أكبر، هي التي تقدم منتجاتها بتكلفة أقل من المنافسين. حيث أن التكلفة الأقل هي الهدف الرئيسي لتلك المنظمات التي تتنافس من خلال هذا البعد، وأيضاً للمنظمات التي تتنافس من خلال المزايا التنافسية الأخرى، فإنها تسعى لتخفيض تكاليفها مما ينعكس على أسعارها، وبالتالي يسهم في زيادة الطلب على منتجاتها. ويمكن للمنظمة أن تخفض تكاليفها من خلال الاستخدام الكفء للطاقة الإنتاجية لها، فضلاً عن التحسين المستمر لجودة منتجاتها وخدماتها والإبداع في تصميم المنتجات والخدمات التي تقدمها، وذلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات و النظم المرتبطة بها، والتي لعبت في السنوات الأخيرة دوراً مهماً في دعم هذا البعد، فهي تعد أساساً

لخفض التكاليف التشغيلية، فضلاً عن مساعدة المدراء في عملية اتخاذ القرارات وصياغة استراتيجية المنظمة لتكون قائمة في مجال التكلفة.

وبناءً على ما سبق يرى الباحث أن بعد التكلفة يعد من الركائز الأساسية في نجاح المنظمة، وتفوقها، من خلال تمكينها من الصمود أمام المنظمات المنافسة ومساعدتها في الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية لمنتجاتها في السوق، كما أن عدم اهتمام المنظمة بتخفيض كلفها قد يكون السبب وراء تدهورها وانسحابها من السوق.

٢- بعد الجودة Quality Dimension :

إن حصول المنظمة على القيمة المتوقعة التي تتناسب مع رسالتها يتطلب منها تحديد توقعات الزبائن ورغباتهم عن الجودة والعمل على تحقيقها. ويعني بعد الجودة القدرة على تقديم منتجات وخدمات تتطابق مع حاجات ورغبات الزبائن وتوقعاتهم. وتعتمد المنظمة على الجودة كونها من أهم الأسس التي يُستند عليها، وذلك لأن الجودة هي أساس الميزة التنافسية، وهي إشباع لرغبات المستهلكين، كما تعتبر متغير استراتيجي يتطلب تحقيقه وجود استراتيجية تنافسية محددة و واضحة، تكون نتيجتها تقديم منتج بمواصفات فريدة، الأمر الذي يؤدي إلى التميز وتلبية حاجات الزبائن، كما أن تحسين الجودة يسمح للمنظمة من رفع أسعارها مقارنة بأسعار المنافسين وما يترتب على ذلك من زيادة في الأرباح.

٣- بعد المرونة Flexibility Dimension :

تعد المرونة من الأبعاد المهمة في تحقيق الميزة التنافسية، وتعني قابلية المنظمة على تقديم منتجات متنوعة في الوقت المطلوب، بالإضافة إلى قدرتها على تطوير المنتجات الحالية وتحسين عملياتها لتقديم منتجات جديدة، أي الاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يتلاءم وحاجات الزبائن. وبالتالي يمكن القول: أن بعد المرونة ميزة تنافسية مهمة لأي منظمة تسعى للنجاح والبقاء والنمو في عالم سريع التغير، وذلك من خلال استجابتها لحاجات ومتطلبات الزبائن من المنتجات والخدمات بأقل وقت وجهد ممكن.

٤- بعد التسليم Delivery Dimension :

يعتبر هذا البعد بمثابة القاعدة الأساسية للمنافسة بين المؤسسات في الأسواق، من خلال التركيز على تخفيض فترات الانتظار والسرعة في تصميم منتجات وخدمات جديدة وتقديمها إلى الزبائن

بأقصر وقت. فعندما تريد أداء العمل بسرعة هذا يعني تخفيض الوقت المستغرق لتسليم الطلبات للزبائن، ويعد أيضاً مقياساً لكفاءة العمليات في تحقيق هذه المتطلبات بكفاءة سواء ما تعلق منها بالعمليات التشغيلية أو العمليات الإدارية أو غير ذلك، وتتنظر الكثير من المنظمات ومنها المصارف إلى كفاءة العمليات لا سيما المعتمدة على الحاسب بصفاتها عوامل قوة تحقق من خلالها ميزة تنافسية، وهناك ثلاثة مكونات لهذا البعد مرتبطة بالوقت هي:

أ- سرعة التسليم: تقاس هذه السرعة بالوقت المستغرق بين استلام طلب الزبون وتلبية الطلب والذي يسمى بوقت الانتظار، حيث تُسهم نظم المعلومات بشكل كبير في خفض هذا الوقت.

ب- التسليم بالوقت المحدد: ويعني تسليم طلبات الزبائن في الوقت المتفق عليه بين الزبون والمنظمة، وتسهل نظم المعلومات ذلك بشكل كبير.

ت- سرعة التطوير: وهي سرعة تقديم منتج جديد أو تطوير منتج موجود، وتقاس سرعة التطوير بالوقت المستغرق من لحظة ابتكار الفكرة وحتى التصميم النهائي للمنتج وتقديمه إلى السوق، وقد أتاحت تكنولوجيا المعلومات والنظم المرتبطة بها إمكانيات هائلة في مجال التصميم وإعادة التصميم.

باستقراء ما سبق، يمكن القول: أن التوجه لامتلاك ميزة التنافسية أصبحت ضرورة حتمية على كل منظمات الأعمال، ولقد تباينت وجهات النظر بشأنها فكلٌّ عرفها على حسب توجهه واختصاصه، ولكن معظم التعاريف تتفق على أنها خلق قيمة ومنفعة للزبون، تفوق ما يقدمه المنافسون. بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة لبلوغها، ومن وجهة نظر الباحث، فإن أهم الوسائل والأساليب لتحقيق الميزة التنافسية هي تكنولوجيا المعلومات، وعلى وجه الخصوص نظم المعلومات بكل أنواعها، لأن لها الفضل الأكبر في تخفيض التكاليف ورفع مستويات الجودة إضافةً إلى تحقيق قدر كبير من المرونة وخاصة في قطاع المصارف.

٣-٢: المبحث الثاني

أهمية الميزة التنافسية واستراتيجياتها

يهدف هذا المبحث إلى التعرف على أهمية الميزة التنافسية والاستراتيجيات العامة للتنافس، حيث يبحث في ثلاث فقرات خصصت الأولى: لتوضيح أهمية الميزة التنافسية، بينما كُرسَت الفقرة الثانية: لبحث قوى التنافس، وتناولت الفقرة الثالثة: الإستراتيجيات العامة للتنافس.

٣-٢-١: أهمية الميزة التنافسية Importance of Competitive Advantage

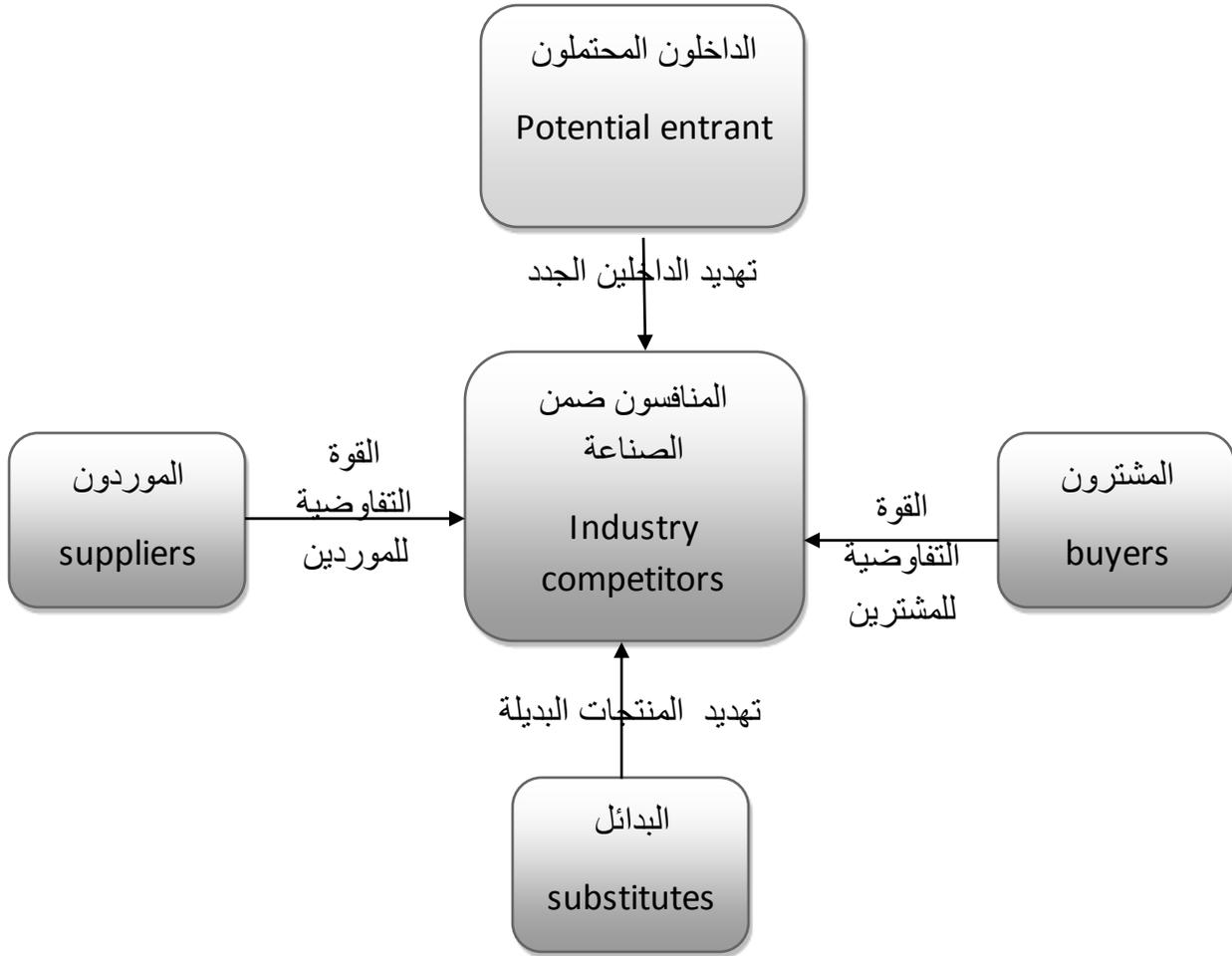
لا تخلو الدراسات والأبحاث خلال العقود المنصرمين من التركيز على مفهوم الميزة التنافسية ، فبروز هذا المفهوم وهيمنته على مختلف التوجهات، جعل الميزة التنافسية مهمة بالنسبة للمنظمات، ويمكن تحديد أهمية الميزة التنافسية بما يلي:

- تمثل الميزة التنافسية مؤشراً ايجابياً نحو توجه المنظمة لاحتلال موقع قوي في السوق من خلال حصولها على حصة سوقية أكبر من منافسيها، وهذا يعني احتلال المنظمة لزيائن أكثر ولاءً مقارنة بالمنافسين، مما يجعل زبائنها أقل تأثراً لعروض هؤلاء المنافسين من جهة وزيادة حجم المبيعات والأرباح من جهة أخرى (Czepil,1992:40) .
- تعد الميزة التنافسية عاملاً جوهرياً لعمل المنظمات على اختلاف أنواعها وإنتاجها، لأنها الأساس الذي تصاغ حوله الاستراتيجية التنافسية، وتتفاعل سائر العوامل أو المتغيرات لدعم الميزة التنافسية وانبثاق الاستراتيجية التنافسية الشاملة للمنظمة (Bosseman and phatak,1989:87) .
- تكون الميزة التنافسية مهمة من خلال اعتبارها سلاحاً تنافسياً أساسياً لمواجهة تحديات السوق والمنظمات المنافسة، وذلك من خلال قيام المنظمة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل، عن طريق خلق التقنيات والمهارات الإنتاجية بصورة مقدرات تمكنها من التكيف للفرص المتغيرة بشكل سريع (الحيالي ٢٠٠٩ : ١٥) .
- أهمية موقع الميزة التنافسية في دراسة الإدارة الإستراتيجية، إذ تكاد لا تخلو الدراسات والأبحاث ضمن الإستراتيجية من مفهوم الميزة التنافسية وهو ما دعا إلى دفع البعض من المفكرين والكتاب إلى القول (أنه يمكن تعريف الإدارة الاستراتيجية على أنها الميزة التنافسية) (Lyanch,2000:153).
- تمثل الميزة التنافسية معياراً مهماً لتحديد المنظمات الناجحة عن غيرها، لأن المنظمات الناجحة تتميز بإيجاد نماذج جديدة متفردة، يصعب تقليدها ومحاكاتها، لأنها متيقنة من أن النماذج القديمة لها قد أصبحت معروفة ومتاحة بشكل واسع ، و Hn المنافسين على علم كامل بها (Macmillan& (Tampoo,2000: 89

٣-٢-٢: قوى التنافس Competitor Forces

بين Porter أن حالة التنافس في صناعة ما، تتكون من خمس قوى تنافسية يختلف تأثيرها من صناعة إلى أخرى، ويمكن أن يختلف ضمن الصناعة الواحدة، وتحدد هذه القوى ربحية الصناعة، لأنها تؤثر على الأسعار والتكاليف وبالتالي على العائد على الاستثمار. ويمكن توضيحها بالشكل رقم (٣-٢) التالي :

الشكل رقم (٣-٢) قوى التنافس



Source: Porter, Michael E.(1998), Competitive Advantage Creating And Sustaining Superior Performance, The Free Press, New York

ويمكن شرح العناصر الواردة في الشكل السابق على النحو التالي:

أولاً: قوة الصناعة Industry Competitors : وهي تعبر عن كثافة الصناعة Industry Rivalry التي تتوقف على معدل نمو الصناعة، والتكاليف الثابتة، والقيمة المضافة، وتكاليف التحويل،

وحواجز الخروج من الصناعة وغيرها من العوامل الأخرى، ويعد التنافس من أجل الحصول على المكانة ضمن الصناعة من أهم السمات المميزة لهذه القوة، حيث تتركز المنافسة ضمن هذا النطاق على العناصر التالية:

أ- تزويد المشتريين بخدمات أفضل و أكثر جاذبية.

ب- توفير منتجات إبداعية وجديدة.

ت- مستوى جودة عالية. (Birkinshaw and Others, 2005: 227)

وتعتمد المنافسة بين أطراف الصناعة أساساً على كيفية توظيف تقنيات وأساليب جديدة لخدمة العملاء، والذي تلعب تكنولوجيا المعلومات فيه دوراً أساسياً ولاسيما في القطاع المصرفي. وبغض النظر عن نوع الصناعة هناك مجموعة من العوامل تؤثر على حدة المنافسة بين المنظمات وهي: (بوروبه، ٢٠٠٦: ٦٥)

١- يزداد التنافس مع زيادة عدد المنافسين ومع تساويهم في الحجم والقدرة.

٢- تزداد حدة المنافسة عندما تجذب أحوال الصناعة الكثير من المنافسين باستخدام أسلوب تخفيضات الأسعار لزيادة حجم المبيعات.

٣- يكون التنافس أقوى عندما تكون تكلفة انتقال العملاء وتحولهم لعلامة تجارية جديدة منخفضة.

٤- تزداد المنافسة عندما يكون أحد المنافسين أو أكثر غير راضٍ عن مكانته الحالية في السوق، لذا يقوم ببعض التحركات النشطة لتقوية موقفه على حساب المنافسين.

٥- يزداد التنافس نسبياً مع حجم الريح المحقق من التحرك الاستراتيجي، فكلما زاد الريح المحقق من انتهاز الفرص الجديدة، حاول واحد أو أكثر من المنافسين أن يبدأ تحركاً تنافسياً مماثلاً أو مغايراً لاقتناص الفرصة، وتزداد الضغوط التنافسية عندما يحاول العديد من المنافسين اقتناص الفرصة المتاحة أمام الجميع.

٦- يكون التنافس أكثر قوة عندما تكون تكلفة الخروج من النشاط أعلى من تكلفة البقاء والاستمرار فيه، أي كلما كانت حواجز الخروج من النشاط أكثر ارتفاعاً، زادت قوة حافز البقاء للمنافسين الحاليين.

٧- يصبح التنافس أكثر تقلباً، كلما زاد تنوع المنافسين فيما يتعلق بالرؤى والهدف الاستراتيجي.

٨- يزداد التنافس عندما تستحوذ شركات قوية من خارج الصناعة على الشركات الضعيفة داخل الصناعة، ومن خلال تملكها لهذه الشركات، ومن ثم تقوم بتحركات استراتيجية ذات تمويل مكثف لتحويل المنافسين الذين تم الاستحواذ عليهم إلى منافسين أقوياء.

ثانياً: الدخول المحتمل لأطراف جدد في المنافسة Potential Entrants: يؤدي دخول أطراف جديدة إلى السوق إلى توليد قدرة إنتاجية جديدة ورغبة في إنشاء مكانة آمنة في السوق، وكذلك إيجاد قيمة يتم التنافس عليها، وتتوقف خطورة التهديدات التنافسية للدخول في سوق معينة على مجموعتين من العوامل: (Birkinshaw and Others, 2005: 228)

أ- قيود الدخول إلى السوق

ب-ردود الفعل المتوقعة من جانب الشركات صاحبة المكانة المستقرة في السوق على الداخلين الجدد.

ويوجد عدة أنواع من قيود الدخول إلى السوق منها: (الغوييري، ٢٠٠٤: ٥٦)

١- اقتصاديات الحجم: تحول اقتصاديات الحجم دون الدخول إلى الأسواق، إذ أنها تجبر المنافسين على الدخول بحجم كبير، وما يترتب على ذلك من إنفاق مالي كبير عالي الخطورة، وكذلك تحمل أعباء التكلفة الزائدة، وهذا يؤدي إلى إعاقة القادم الجديد للسوق ويمنعه من الدخول، ولا تتعلق العوائق المرتبطة بالحجم بالإنتاج فقط، بل ترتبط بمجالات أخرى مثل التسويق والتمويل والبحث والتطوير.

٢- قيود التكلفة والموارد بغض النظر عن الحجم، فقد تمتلك المنظمة الموجودة ميزة تكلفة أقل أو مصادر تمويل غير متاحة أمام الداخلين الجدد.

٣- تأثير التعلم والممارسة والخبرة المتراكمة.

٤- عدم القدرة على التوافق مع التكنولوجيا المستخدمة أو أساليب الشركات الموجودة فعلاً في السوق.

٥- تفضيل العلامة التجارية وولاء المستهلكين.

٦- المتطلبات الرأسمالية حيث أنه كلما زاد حجم الاستثمارات المالية المطلوبة كان عدد الداخلين

المحتملين أقل، ومن أهم هذه المتطلبات: تمويل ائتمان العملاء، تقديم الإعلانات، تنشيط المبيعات

لترسيخ ولاء العملاء، مع توفر احتياطي نقدي لمواجهة طلبات العملاء.

ثالثاً: المنتجات البديلة Substitute products : قد تتنافس الشركات العاملة في صناعة ما مع شركات عاملة في صناعات أخرى، وذلك بسبب تشابه المنتجات التي قد تكون بدائل جيدة لمنتجاتها، فمثلاً: قد تتنافس المصارف مع صناديق الاستثمار في جذب العملاء والمودعين من أجل الاستثمار، ولكي يكون التهديد التنافسي الذي تفرضه المنتجات البديلة قوياً ومؤثراً فإنه يجب توفر ثلاثة عوامل أساسية هي: (بريش، ٢٠٠٥: ٧٩)

١- أن تكون البدائل متاحة و بأسعار جيدة.

- ٢- رضا المشتريين عن البدائل فيما يتعلق بالجودة والأداء وغيرها من السمات.
- ٣- أن تكون تكلفة المشتريين للبديل الجديد منخفضة.

رابعاً: القوة التفاوضية للموردين Bargaining Power Of Suppliers : تتوقف الضغوط الناجمة عن القوة التفاوضية للموردين على العوامل التالية: (Birkinshaw and Others,2005: 228)

- ١- قدرة الموردين على المساومة و التفاوض للتأثير على شروط التعاقد.
- ٢- مدى توفر قوة تفاوضية للمورد في مواجهة الضغوط التنافسية.

فالموردون لمجموعة من الشركات المنافسة يمثلون قوة تنافسية قوية في السوق، عندما يتوفر لديهم قوة مساومة كافية لتقديم ميزة نسبية إضافية لبعض المنافسين بناءً على الأسعار التي يمكن أن يطلبوها، أو بناءً على جودة العناصر المتوفرة، أو توقيت التسليم. ويمكن للعلاقة التعاونية بين المورد والشركة المنافسة أن تشكل ضغوط تنافسية ممن خلال عدة نقاط نذكر منها: (البكري و آخرون، ٢٠٠٦: ١٠٢)

- ١- تشجيع التسليم في الوقت المحدد وخفض تكلفة المخزون.
- ٢- الإسراع في توفير الجيل التالي من التجهيزات والمكونات اللازمة للشركة المنافسة.
- ٣- تحسين جودة الأجزاء والمكونات التي يتم توفيرها، بحيث تنخفض معدلات العيوب.
- ٤- خفض تكلفة الموردين تمهيداً للحصول على أسعار أقل.

وبناءً على ما سبق يمكن لأحد المصارف أن يتعاقد مع موردين أقوىاء لتكنولوجيا المعلومات، و ذلك لتكوين شراكة استراتيجية طويلة المدى، وبالتالي يقوم هؤلاء الموردون بإدارة علاقات سلسلة الإمداد والتوريد بطرق تساهم في الحصول على ميزة السعر المنخفض، والجودة التنافسية الفائقة، وعليه فإن المصارف القادرة على بناء شراكة سلسلة التوريد هذه سوف تعزز من موقفها التنافسي أمام الآخرين.

خامساً: القوة التفاوضية للمشتريين Bargaining Power Of Buyers : وتتوقف قوة الضغوط التنافسية الناجمة عن القوة التفاوضية للعملاء وطبيعة علاقتهم مع الشركات المتنافسة على العوامل التالية: (الشمري و آخرون، ٢٠٠٩: ٧٩)

- ١- امتلاك العملاء لمركز تفاوضي قوي يكفي للتأثير على شروط البيع لصالحهم.
- ٢- درجة قوة شراكة (البائع- العميل) الاستراتيجية ومستواها في الصناعة، وأهميتها التنافسية.

ويكون للعملاء قوة تنافسية كبيرة، عندما يتمكنون من المساومة على الأسعار أو الجودة أو الخدمة أو غيرها من شروط البيع، وعادةً ما يكون لديهم القوة للتفاوض في الظروف التالية: (الرجى، ٢٠١٠: ١٣٢)

- ١- إذا كانت تكلفة الانتقال للمنافسين أو البدائل منخفضة.
- ٢- إذا كان عدد المشترين قليل، أو كان هناك عميل مهم للبائع بشكل خاص.
- ٣- إذا كان لدى المشتري معلومات جيدة عن منتجات البائع وأسعاره وتكاليفه.
- ٤- في حالة زيادة العرض وقلة الطلب على المنتجات.

٣-٢-٣: الإستراتيجيات العامة للتنافس General Strategies of Competition:

يعرف Porter الإستراتيجية التنافسية على أنها: كيف يمكنك أن تكون مختلفاً، ويعني ذلك أن تختار عن قصد أداء الأنشطة المختلفة بشكل مختلف، أو أداء أنشطة مختلفة عن المنافسين لتقديم مزيج فريد من نوعه (Porter، 1998: 38)،. بينما يعرفها مرسى على: أنها مجموعة متكاملة من التصرفات التي تؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية متواصلة ومستمرة عن المنافسين، وهذه تتحدد من خلال ثلاث مكونات رئيسية: هي طريقة التنافس، وحلبة المنافسة، و أساس التنافس (مرسى، ٢٠٠٧: ٨٢).

وفي واقع الأمر فإن هناك عدد كبير من الاستراتيجيات التنافسية، ولكن جميعها تتمحور حول ثلاث توجهات رئيسية وهي: (Jayaswal، 2009: 130-131)

- أ- استراتيجية قيادة التكلفة
- ب- استراتيجية التميز
- ت- استراتيجية التركيز

أ- استراتيجية قيادة التكلفة Cost Leadership Strategy:

يتمثل الهدف المحوري لهذه الاستراتيجية، في تحقيق تكلفة منخفضة مقارنة مع المنافسين، وليس أقل تكلفة بشكل مطلق، ولتحقيق هذا الهدف يتوجب على الشركة الاستغلال الأمثل لاقتصاديات الحجم، وتتبع دؤوب لخفض التكاليف غير المباشرة، وتقليل التكاليف في مجال البحث والتطوير، والخدمات والإعلان... الخ. وعليه يجب أن تكون التكاليف التراكمية الإجمالية للشركة عبر سلسلة القيمة الخاصة بها أقل مما هو لدى المنافسين، ويمكن تحقيق ذلك بطريقتين:

- ١- أداء الأنشطة الداخلية لسلسلة القيمة بكفاءة عالية، والإدارة الفعالة للعناصر التي يمكن أن تقلل من تكاليف الأنشطة الأساسية في سلسلة القيمة، وبشكل أفضل من أداء المنافسين لها. ويوجد تسعة

عناصر أساسية، تتولد من خلالها التكلفة، وتشكل حافز يدفع المنظمة لتخفيض تكلفتها، ويظهر تأثيرها عند تحديد تكاليف المنظمة في كل قطاع من قطاعات سلسلة القيمة. وهذه العناصر هي: (الرجى، ٢٠١٠: ١٣٩)

- وفورات الحجم .
- تأثير منحنى الخبرة والتعلم .
- تكلفة مدخلات الموارد الأساسية.
- الارتباط بأنشطة أخرى في سلسلة قيمة المنظمة أو الصناعة.
- المشاركة مع وحدات عمل أخرى داخل المنظمة أو مع وحدات من منظمات أخرى.
- مزايا التكامل الرأسي للمنظمة مقابل مزايا التكامل الأفقي.
- اعتبارات التوقيت المرتبطة بمميزات القائد في الصناعة وعيوبه.
- نسبة استخدام الطاقة.
- الخيارات الاستراتيجية وقرارات التشغيل.

٢- تجديد سلسلة القيمة الخاصة بالمنظمة للتخلص من بعض الأنشطة التي تتسبب في تحقيق التكاليف المرتفعة، وذلك من خلال إيجاد طرق مبتكرة لإعادة هيكلة العمليات والمهام و إلغاء الأنشطة منخفضة القيمة، وتوفير المستلزمات الأساسية بناءً على الأسس الاقتصادية، وتتضمن الطرق التي يمكن للمنظمات من خلالها تحقيق ميزة التكلفة الأقل عن طريق إعادة بناء سلسلة القيمة الخاصة بها ما يلي: (الرجى، ٢٠١٠، ١٤٠)

- التحول إلى تكنولوجيا التجارة الإلكترونية.
- استخدام سياسات التسويق والبيع المباشر للمستفيد النهائي.
- تبسيط تصميم المنتج.
- إزالة الإضافات عديمة الفائدة.
- اعتماد عمليات تكنولوجية أبسط وأكثر مرونة.
- إعادة التوزيع المكاني للمرافق.
- إعادة هندسة العمليات التجارية الجوهرية لتحسين أداء العمل، والتخلص من الأنشطة منخفضة القيمة.

ويتطلب تحقيق هذه الاستراتيجيات توفر شروط عدة أهمها: (مرسي، ٢٠٠٧: ٢٨٤)

أ- وجود طلب مرن للسعر، فأبي تخفيض في السعر مع المحافظة على الجودة يؤدي إلى زيادة مشتريات المستهلكين للسلعة.

ب- نمطية السلعة.

ت- عدم وجود طرق كثيرة لتمييز المنتج.

ويرى طشطوش أن هذه الاستراتيجية تصبح الأفضل في الحالات التالية: (طشطوش، ٢٠٠٨: ٩٨)

١- كلما كانت المنافسة بين المنظمات المتنافسة قوية.

٢- عندما يكون منتج الصناعة موحداً بشكل قياسي، أوفي حال توفر منتج بديل ومتاح للجميع من أكثر من مصدر.

٣- عندما تكون هناك طرق قليلة للغاية للتمييز في المنتج .

٤- عندما يُستخدم المنتج بنفس الطريقة من قبل معظم المشترين.

٥- عندما يدفع المشترين تكاليف تحول منخفضة للانتقال من منافس إلى آخر ويكون حجمهم كبيراً للغاية.

٦- عندما يعرض القادمون الجدد إلى السوق أسعاراً منخفضة في البداية لجذب المشترين وبناء قاعدة راسخة مع العملاء.

وبناءً على ما سبق يرى الباحث أنه لنجاح هذه الاستراتيجية، يجب على المنظمة استكشاف كل الطرق المؤدية إلى تخفيض التكاليف والعمل على خفض المستمر لها في كل المجالات المرتبطة بعمل المنظمة. وتساهم نظم المعلومات الإدارية على مختلف أنماطها في تخفيض تكاليف الإنتاج والتخزين والتسويق والنقل والتوزيع وخدمات ما بعد البيع...الخ، فإذا أخذنا مثلاً: نظم المعلومات المصرفية التي تستند على شبكة الإنترنت وتستخدم تقنيات المصارف الإلكترونية E- Banking يمكنها ببساطة توفير الجهد والوقت والتكلفة للعمليات المصرفية على مدار اليوم، بسبب مزايا استخدام شبكة الإنترنت، وضمان التسليم الفوري للخدمة المصرفية في الوقت المطلوب (Porter, 1998: 123). ومن محاسن هذه الاستراتيجية أنها تشكل حاجزاً دفاعياً أمام المنافسين، لأنهم إذا حاولوا تخفيض تكاليفهم بطرق غير صحيحة، فإن ذلك يؤدي إلى خفض أرباحهم وبالتالي خروجهم من السوق على المدى البعيد، وكذلك فهي تشكل حاجزاً دفاعياً أمام القوة التفاوضية للمستهلكين، خاصة مع تنامي دور جمعيات حماية المستهلك التي تنادي بخفض الأسعار، والمنظمة ذات التكلفة الأقل هي التي تكون أسعارها أقل، وبالتالي فإنها تخضع لمطالب تلك الجمعيات. وكذلك تشكل حاجزاً دفاعياً أمام القوة التفاوضية للموردين، حيث تتمكن من تعويض فرق الأسعار من خلال تخفيض التكاليف في أنشطة أخرى.

ب - إستراتيجية التميز Differentiation Strategy :

تتضمن تقديم منتجات مميزة عن تلك التي يقدمها المنافسون، شريطة أن يتم قبول هذه المنتجات من المستهلكين على أنها فريدة ومختلفة عن أي منتج آخر موجود في السوق، ويؤدي نفس الغرض، وبكلام آخر، هي الافراد بخصائص استثنائية في مجال الصناعة، حيث تسعى المنظمة في ضوءها إلى تكوين صورة ذهنية محببة حول منتجاتها وخدماتها، نظراً لمزاياها الفريدة والصورة الحسنة للمنظمة بين المستفيدين والزبائن. وهناك عدة طرق لتمييز المنتج عن المنافسين منها: تصميم المنتج، والتكنولوجيا المستخدمة، ومزايا المنتج، وخدمات ما بعد البيع، وشبكة توزيع المنتجات... الخ. ولتحقيق النجاح في هذه الاستراتيجية يجب على المنظمة دراسة احتياجات المستهلكين وسلوكهم بعناية ودقة، للتعرف رغباتهم ومتطلباتهم ومن ثم تقوم بتضمين هذه المتطلبات في المنتج الذي تقدمه، بحيث يتميز بشكل واضح عن منتجات المنافسين. لأن فشل المنظمة في استغلال إمكانياتها المتميزة قد يكلفها الكثير، ومن أشهر الأمثلة على ذلك شركة IBM التي سيطرت على صناعة الحاسبات في فترة السبعينات، فشلت في تحديد وإدراك أهمية السوق النامي للحاسبات الشخصية، مما تسبب في فقدانها حوالي ٩٠ بليون دولار و اضطرها إلى إعادة النظر في استراتيجيتها وسياستها وهاكلها التنظيمية، بما يؤدي إلى تحقيق قيمة أعلى لمنتجاتها في نظر عملائها من المنافسين(قدور، ٢٠٠٦: ١٢٢٥).

ولكي تعمل استراتيجية التميز بفعالية، يجب تطبيقها في ظروف السوق التالية:(Stan, 2009: 131)

- ١- وجود العديد من الوسائل التي تميز المنتج، وإدراك الزبائن لها على أنها ذات قيمة.
 - ٢- تباين احتياجات المستهلكين، واستخداماتهم بشكل كبير.
 - ٣- أن يكون عدد الشركات المطبقة لنفس الاستراتيجية أقل.
 - ٤- تسارع التغيير التكنولوجي وابتكار المنتجات، وتركز المنافسة حول سمات المنتجات المبتكرة بسرعة.
- ويرى الباحث أن تطبيق هذه الاستراتيجية ينتج عنه نوع من الولاء لمنتج المنظمة وانخفاض الحساسية تجاه السعر للمستهلكين، مما يؤدي إلى صعوبة تحول المستهلكين إلى منتجات منافسة، وبالتالي لا تُجبر على تخفيض الأسعار مما يؤدي إلى نمو أرباحها، كذلك فإن الولاء للمنتج يعد حاجزاً قوياً أمام دخول منتجات بديلة. وفي مجال العمل المصرفي مثلاً، إن وجود نظم معلومات مصرفية متصلة بالإنترنت يعني وجود فريدة وتميز في توليفة الخدمات المصرفية المقدمة لزبائن المصرف، ذلك لأن العمل المصرفي الإلكتروني يوفر الوقت والجهد والمال للزبائن من جهة وللمصرف من جهة أخرى، كما تدل جميع الدراسات الميدانية التي أجريت بهذا الصدد.

ت - استراتيجية التركيز Focus Strategy:

تركز هذه الاستراتيجية على خدمة مجموعة من المستهلكين، أو جزء معين من السوق، أو منطقة جغرافية محددة، أو تحديد القطاع السوقي حسب متطلبات استخدام المنتج، أو على أساس سمات خاصة بالمنتج، تجذب فقط الشريحة المستهدفة من السوق، حيث تعمل المنظمة من خلال هذه الاستراتيجية على تحديد الزبائن المستهدفين بشكل دقيق، ومن ثم إشباع حاجاتهم، سواءً عن طريق تخفيض التكاليف أو عن طريق التمييز أو كليهما معاً. ويتمثل الهدف الرئيس لهذه الاستراتيجية في خدمة المشتريين داخل قطاع السوق المستهدف بطريقة أكثر فعالية، مما قد يفعله المنافسون أثناء قيامهم بتغطية كامل السوق، ويرى الرجي أن هذه الاستراتيجية تصبح أكثر فعالية كلما تحقق المزيد من الشروط والظروف التالية: (الرجى، ٢٠١٠: ١٤٤)

١- إذا كان القطاع السوقي المستهدف كبيراً لتحقيق الربحية وزيادة احتمالات النمو المستقبلية.

٢- عندما يحتوي السوق على العديد من الاختصاصات والقطاعات المختلفة.

٣- عندما يحاول عدد قليل من المنافسين التخصص في نفس القطاع.

٤- عندما تتمكن الشركة التي تستخدم هذه الاستراتيجية من المنافسة بفعالية مقابل المنافسين الآخرين.

نستنتج مما سبق: أنه لتطبيق هذه الاستراتيجية يجب على الشركة أن تحدد المجال التنافسي Competitive Scope الذي تتعامل فيه، قبل أن تحدد الاستراتيجية التي سوف تتبعها، وهذا يتطلب منها تحديد حجم ونوع المنتجات التي هي بصدد إنتاجها وقنوات التوزيع التي سوف تستخدمها، والشريحة الاجتماعية التي سوف تتعامل معها، والمنطقة الجغرافية التي سوف تغطيها، ومنافسيها في تلك المنطقة، وكذلك يجب أن تحدد ما إذا كانت ستتعامل مع السوق بالكامل، أم أنها سوف تختار جزء محدد من السوق، وبعد ذلك تقوم المنظمة باختيار الاستراتيجية التي تتناسب مع هذه المعطيات التي حددتها.

وفي هذا السياق يمكن أن توفر نظم المعلومات معلومات ثمينة حول ربحية كل قطاع من قطاعات السوق المختلفة لتمكن المنظمة من تصميم وتسويق منتجات تنفق ورغبات تلك القطاعات المستهدفة، وبنفس الوقت تضمن عائد معروف مسبقاً (حسين الرقب، ٢٠٠٩: ٥٥).

إن أول ظهور لمفهوم سلسلة القيمة كان في الخمسينات من القرن الماضي، بهدف التقليل من تكاليف الأنظمة العسكرية. ويمكن تعريف نموذج سلسلة القيمة الذي قدمه Porter على أنه: تكنيك يستخدم لتحليل الأنشطة الرئيسية والداعمة في المنظمة لفهم سلوك التكلفة لديها، وذلك بهدف تحليل المصدر الداخلي للميزة التنافسية، وبالتالي تحديد عناصر القوة والضعف الداخلية الموجودة حالياً أو المحتملة. وتعتبر المنظمة من منظور سلسلة القيمة عبارة عن سلسلة من الأنشطة التي تضيف قيمة إلى منتجاتها وخدماتها (الكردي، ٢٠٠٣: ١٠٠).

ويساعد فهم هذا النموذج المنظمات على اكتساب ميزة تنافسية، حيث يعد مفهوم الهامش بعداً أساسياً في نموذج Porter، فالهامش هو القيمة المدركة من جانب عملاء المنظمة لمنتجاتها وخدماتها مطروحاً منها التكاليف. فالمنظمة تكسب قيمة من خلال أدائها للأنشطة المختلفة التي يطلق عليها Porter أنشطة القيمة، والتي يصنفها إلى نوعين:

١- الأنشطة الأساسية أو أنشطة القيمة الأولية: وهي تلك الأنشطة التي تساهم بشكل مباشر في إنتاج وتقديم قيمة أكبر لعملاء المنظمة من منافسيها. وتعد أنشطة الإنتاج والبيع والتسويق مثلاً لهذه النوعية من الأنشطة.

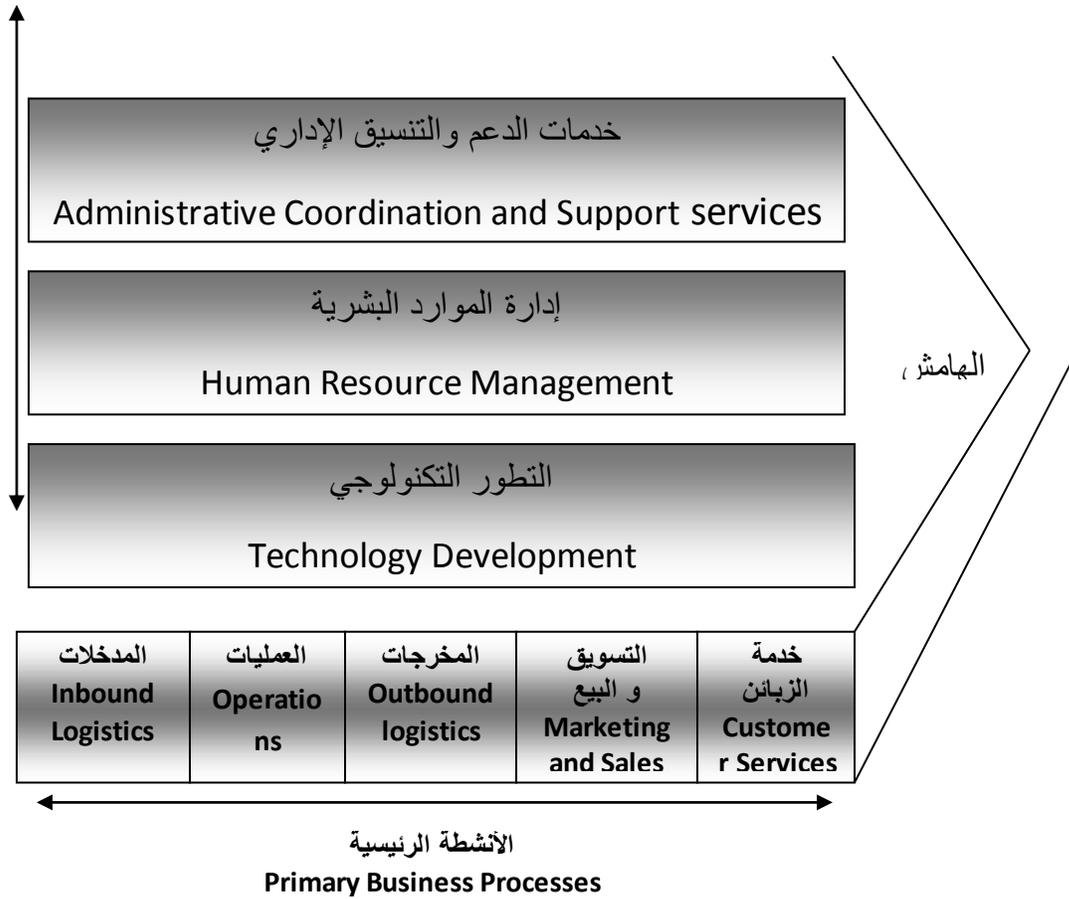
٢- الأنشطة الداعمة أو أنشطة قيمة الدعم: هي توفير المدخلات والبنية الأساسية التي تدعم أنشطة القيمة الأولية. ومن أمثلة هذه الأنشطة الموارد البشرية وأنظمة المعلومات والتمويل والمحاسبة... الخ.

وتتكامل أنشطة القيمة الأولية مع أنشطة قيمة الدعم من خلال روابط معينة، لتكون ما يطلق عليه

سلسلة القيمة كما يتضح في الشكل رقم (٣-٣) في الصفحة التالية: (قدور، ٢٠٠٦: ١٢٢٦)

الشكل رقم (٣-٣) سلسلة القيمة





المصدر: منال محمد الكردي، جلال إبراهيم العدل. مقدمة في نظم المعلومات الإدارية. دار الجامعة الجديدة مصر. سنة ٢٠٠٣. ص ١٠١

٣-٢-٥: أثر نظم المعلومات على سلسلة القيمة

تعمل نظم المعلومات على تحقيق الميزة التنافسية المؤكدة، وذلك من خلال ما تقدمه من معلومات عن قوى المنافسة الرئيسة في البيئة الخارجية (المصدر الخارجي للميزة التنافسية) والمعلومات الخاصة بأنشطة سلسلة القيمة (الرقب، ٢٠٠٩: ٥٠).

وتؤثر نظم المعلومات على سلسلة القيمة من خلال اندماجها مع الأنشطة الرئيسية والداعمة التي تتكون منها سلسلة القيمة، و تستخدم نظم المعلومات بمختلف أنواعها كأدوات فعالة لدعم و إسناد الأنشطة الرئيسية التي تضيف قيمة إلى منتجات وخدمات المنظمة، فمن الملاحظ وجود أنماط مهمة من تقنيات نظم المعلومات المستخدمة في مجالات وتطبيقات إمداد المنظمة بمدخلاتها، أو إدارة وتنفيذ العمليات الإنتاجية باستخدام نظم التصنيع المرنة بالحاسوب، أو دعم نظام المخرجات من خلال ربط هذا النظام بنظم المعالجة

التحليلية الفورية، أو بنقاط البيع الإلكتروني والمعالجة الفورية لأوامر الشراء، وهكذا بالنسبة لخدمات الزبائن، بالإضافة إلى أدوارها في تخطيط وتنفيذ الأنشطة الداعمة على مستوى خدمات الدعم والتنسيق الإداري، وإدارة الموارد البشرية، وتطوير تكنولوجيا المعلومات، فهناك العديد من النظم الوظيفية مثل نظم إدارة الموارد البشرية ونظم المحاسبة والتمويل وغيرها من النظم، التي تمد الأنشطة الداعمة في سلسلة القيمة (شرفاوي، ٢٠٠٢: ٨٢).

وفي بعض الأحيان تستخدم نظم المعلومات التنظيمية المتداخلة التي تربط المنظمة بالموردين والمشتريين والموزعين من خلال تقنيات شبكات الاتصالات، أيضاً من خلال استخدام تكنولوجيا المزود/الزبون Client/Server ومستودعات البيانات حيث يوضع المزود في شركة موزع الأدوية مثلاً. ويربط المزود بمحطات في الصيدليات المستفيدة لتقديم طلبات شراء الأدوية بشكل مباشر وعلى الخط المفتوح (جراهام، كور تيس، ١٩٩٨: ١٤٣).

وهكذا نجد أن لنظم المعلومات تأثير جوهري على سلسلة القيمة سواء من خلال تأثيرها التكويني على الأنشطة الرئيسية والداعمة، أو من خلال ما تحدثه من تحويل في أسلوب تنفيذ أنشطة القيمة. فلكل نشاط في سلسلة القيمة عنصر مادي وعنصر معلوماتي، فالعنصر المادي يضم المهام المادية المطلوبة لتنفيذ النشاط، أما عنصر المعلومات فيتضمن كل مهام معالجة البيانات وإنتاج المعلومات الضرورية لتنفيذ نشاط القيمة. وبكلام آخر يمكن القول أن نظم المعلومات تساهم بشكل كبير في تحسين الكفاءة الإنتاجية، وذلك عن طريق تقليل تكاليف العمليات وتحسين مستوى الجودة، ليس هذا فحسب بل تساهم في تحقيق الإبداع في العمل من خلال المساعدة في تطوير منتجات وخدمات جديدة وطرق وأساليب ذات كفاءة عالية في جميع العمليات، بدءاً بمرحلة التصميم وانتهاءً بخدمات ما بعد البيع.

الميزة التنافسية في المصارف

يهدف هذا المبحث إلى التعرف على دور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف، حيث يبحث في أربع فقرات ، خصصت الأولى: لتوضيح مفهوم وعناصر سلسلة القيمة، فيما كُرسَت الفقرة الثانية: لبحث أثر نظم المعلومات على سلسلة القيمة، وتناولت الفقرة الثالثة: الميزة التنافسية في المصارف، بينما خصصت الفقرة الرابعة: لتوضيح دور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف.

٣-٣-١: مفهوم الميزة التنافسية في المصارف

يرى كثير من الباحثين أن المصارف تتماثل أنشطتها بوجه عام، ويمكن تصنيف هذا الأنشطة المصرفية إلى ثلاثة أنشطة رئيسة هي: (الشمري وجودة، ٢٠٠٩: ٢٢٥)

- ١- تسهيلات ائتمانية مباشرة وغير مباشرة.
- ٢- نشاط استثماري يرتبط بتكوين محفظة استثمارية مكونة من أدوات مالية محلية وأجنبية.
- ٣- الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

وتختلف درجة المنافسة بين المصارف عند أدائها لهذه الأنشطة، فالمصارف الكبيرة تتميز باتساع نشاطها وتنوعه وامتداده ليشمل السوق المصرفية العالمية، بينما غالباً ما تنحصر ضمن الرقعة الجغرافية المحلية بين المصارف الأقل حجماً والمتواجدة في تلك الرقعة. وتنحصر المنافسة بين المصارف ضمن مجالين رئيسيين: (Gupta & Mcdaniel، 2002:32)

- ١- **المنافسة السعرية Price Competition** : وذلك من خلال سعي كل مصرف إلى وضع الاستراتيجية السعرية المتمثلة بأسعار الفوائد على الإيداعات والتسهيلات المصرفية، و أيضاً تسعير الخدمات المصرفية التي يقدمها، فالنسبة لمعدل الفائدة تسعى المصارف إلى جذب أكبر عدد ممكن من المودعين، من خلال دفع معدلات فائدة أعلى من تلك التي يدفعها المنافسون. كما تعمل المصارف على التخفيض المستمر لتكاليفها، لأن ذلك يمكنها من تسعير خدماتها المصرفية بأسعار تقل عن المنافسين مع ضمان نفس مستوى الجودة، مما يؤدي إلى كسب ميزة تنافسية وحصة سوقية أكبر من المنافسين.
- ٢- **المنافسة غير السعرية: Non pricing Competition**: وتتمثل في محاولة كل مصرف تقديم أفضل الخدمات المصرفية للعملاء بطريقة تميزه عن المنافسين، ويعد هذا المجال أكثر فعالية من

المنافسة السعرية خاصة في ظل تنوع الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، وتقدم جميع مصارف عينة البحث الخدمات المصرفية التجارية في مجال التمويل التجاري وتمويل الشركات والأفراد وخدمات الوساطة المالية مثل: الاعتمادات المستندية، وخطابات الضمان، و الكفالات المصرفية، وقبول الودائع، وتقديم القروض....الخ، هذا بالإضافة إلى مجموعة من الخدمات الأخرى المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات، والجدول رقم (٢-٣) يوضح أهم الخدمات المصرفية التكنولوجية (الإلكترونية) في المصارف عينة البحث مرتبة حسب تاريخ بدء عمل كل مصرف:

الجدول رقم (٢-٣) الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف عينة البحث

الرقم	المصرف	تاريخ بدء العمل	عدد الفروع		المصدر والتاريخ
			حتى نهاية	٢٠١١	
١	بيمو السعودي الفرنسي	٢٠٠٤/١/٤	٣٥	٢٠١١	www.bimobank.com ٢٠١١/١١/١٠
٢	سورية والمهجر	٢٠٠٦/١/٦	٢٥	٢٠١١	www.blombank.com ٢٠١١/١١/١٠
٣	الدولي للتجارة والتمويل	٢٠٠٤/٦/٦	٣٠	٢٠١١	www.IBTF.com.sy ٢٠١١/١١/١٠

	النت، خدمة توظيف الفواتير				
	خدمة الصراف الآلي، خدمة E-Banking، خدمة SMS				
www.banqueaudi.com ٢٠١١/١١/١٠	خدمة Banking، Phone Banking، خدمة بطاقات الائتمان، خدمة توظيف الرواتب.	٢٢	٢٠٠٥/٩/٢٨	عودة	٤
www.byblosbank.com ٢٠١١/١١/١٠	خدمة الصراف الآلي، بطاقات الائتمان، بطاقات مسبقة الدفع	١٠	٢٠٠٥/١٢/٥	بيبلوس	٥
www.arabbank-syria.com ٢٠١١/١١/١٠	خدمة الصراف الآلي، خدمة بطاقات الائتمان بكافة أنواعها، خدمة عربي نت، خدمة التحويل المالي P2P، خدمة عربي SMS، خدمة البطاقات مسبقة الدفع، خدمة بطاقات الإنترنت، خدمة المصرف الناطق	١٩	٢٠٠٦/١/٢	العربي	٦
www.sgbsy.com ٢٠١١/١١/١٠	خدمة الصراف الآلي، خدمة تحويل الأموال إلكترونياً، خدمة الدفع الإلكتروني.	١٢	٢٠٠٧/٦/١٣	سورية والخليج	٧

www.bankofjordansyria.com ٢٠١١/١١/١٠	خدمة الصراف الآلي، خدمة Bank I بطاقات الائتمان، خدمة المصرف الناطق خدمة الصراف الآلي، خدمة توظيف فواتير	١١	٢٠٠٨/١١/١٨	الأردن سورية	٨
www.francebank.com ٢٠١١/١١/١٠	الكهرباء والهاتف، خدمة بطاقات الائتمان، خدمة Internet Banking خدمة الصراف الآلي، خدمة توظيف الرواتب	7	٢٠٠٩/١/١٥	فرنسيس	٩
www.banksjarq.com ٢٠١١/١١/١٠	والفواتير، خدمة الدفع الإلكتروني (بطاقات الائتمان)، خدمة الصراف الآلي، خدمة إصدار بطاقات خصم دولية، خدمة بطاقات الماستر كارد، خدمة QNP Private	٥	٢٠٠٩/٥/3	الشرق	10
www.qnp.sy.com ٢٠١١/١١/١٠	خدمة الصراف الآلي، خدمة إصدار بطاقات خصم دولية، خدمة بطاقات الماستر كارد، خدمة QNP Private	١٣	٢٠٠٩/١١/١٦	قطر الوطني	١١

المصدر: إعداد الباحث

٣-٣-٢: سلسلة القيمة في المصارف Value Chain in Banks:

عادة ما تختلف التكاليف التي يتحملها كل مصرف في توفير خدمة للعملاء، وقد يكون هذا الاختلاف في التكاليف صغيراً ليس له أهمية، وقد يكون كبيراً يمنح المصرف ميزة تنافسية، ويمكن إرجاعه الاختلاف إلى مجموعة من العوامل هي:

١- الاختلاف في مستوى التكنولوجيا المستخدمة والبنية التحتية.

٢- الاختلاف في مستوى الخبرة لدى الموظفين بين المصارف، وما يترتب على ذلك من اختلاف في الأجور .

٣- الفرق في تكاليف التسويق من مصرف لآخر

٤- الاختلاف في التعرض لتأثيرات التضخم والتغيرات في أسعار صرف العملات ومعدلات الضرائب، وخاصة عندما يكون لدى المصرف فروع خارجية.

لذا يجب على كل مصرف القيام بتحليل التكلفة التي يتحملها، وذلك من أجل استكشاف مدى توازن التكاليف التي يتحملها المصرف مع تكاليف المنافسين. ولتقييم موارد المصرف وإمكانياته والتكاليف التي يتحملها مقارنة مع المنافسين، لا بد من تحديد الأنشطة الأساسية والأنشطة الداعمة التي يؤديها المصرف. ويتم ذلك من خلال وضع نموذج لسلسلة القيمة في المصرف اقترحه (الرجي، ٢٠١٠: ١٥٧) حيث يتضمن هذا النموذج الأنشطة التالية:

١- الأنشطة الأساسية: وتتضمن هذه الأنشطة ما يلي:

أ- المدخلات: وتتمثل في البيانات التي يتم الحصول عليها من مصادرها الداخلية والخارجية، مثل طلبات فتح الحسابات وطلبات الإيداع والسحب والاقتراض.

ب- العمليات التشغيلية: ومن خلالها يتم تجميع وترتيب وتصنيف ومعالجة البيانات التي تم الحصول عليها لتحويلها إلى معلومات وتقديمها إلى متخذي القرارات، مثل القرارات الخاصة بالاستثمار أو التحالفات..الخ.

ت- تقديم الخدمة للزبائن: بعد أن تتم معالجة طلبات الزبائن وتتخذ القرارات الخاصة بشأنها، تُحال تلك الطلبات إلى القسم المختص لتنفيذها بأفضل الطرق و أقل التكاليف.

ث- التسويق المصرفي: وتتضمن الأنشطة والتكاليف المصاحبة لعملية الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الزبائن، وذلك من خلال الإعلان أو مندوبي المبيعات أو أي وسيلة مناسبة مع الأخذ في الحسبان عدم الإسراف على هذا النشاط .

ج- الخدمات: وهي الأنشطة والتكلفة التي يتحملها المصرف حتى يبقى على تواصل مع زبائنه، أو جذب عملاء جدد، مثل المساعدة في دراسة الجدوى للراغبين في الحصول على قروض لتمويل مشروعاتهم، أو الاستشارات المالية لحملة الأسهم.

٢- الأنشطة الداعمة: وتتضمن هذه الأنشطة ما يلي:

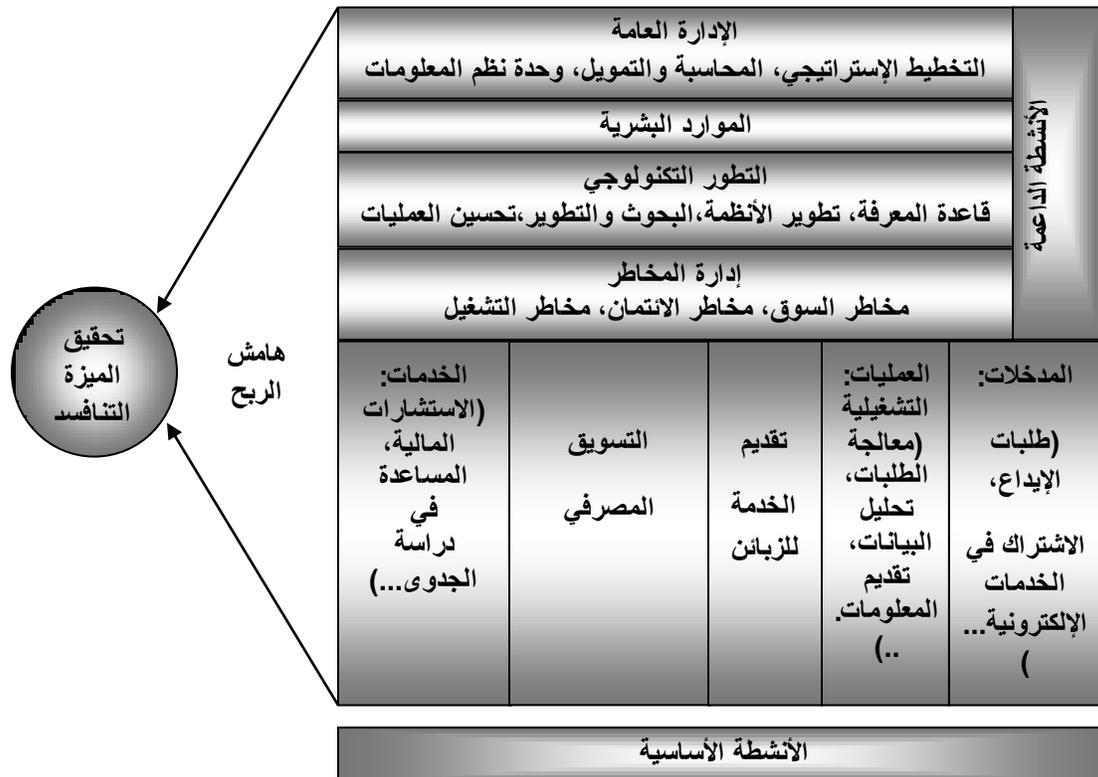
أ- الإدارة العامة: وتتضمن الأنشطة والتكاليف ذات العلاقة بالإدارة العامة للمصرف، وجميع الوظائف الأخرى التي يؤديها المصرف مثل المحاسبة، والتسويق، والتخطيط، ووحدة نظم المعلومات والاتصالات....الخ.

ب- إدارة الموارد البشرية: وتشمل الأنشطة والتكاليف المتصلة باختيار وتعيين الأفراد وتدريبهم وتحفيزهم والتعويضات التي تدفع لهم وعمليات التقييم للحكم على مدى نجاحهم.

ت- البحث والتطوير للمنتج والتكنولوجيا: وتتمثل في الأنشطة والتكاليف المرتبطة ببحوث التطوير سواء للخدمات أو للعمليات، وكذلك تصميم وإعادة تصميم الخدمات والعمليات وتطوير تكنولوجيا المعلومات والنظم المرتبطة بها.

ث- إدارة المخاطر: تتضمن الأنشطة والتكاليف الخاصة بتحديد ودراسة التغير في معدلات الفائدة ومعدلات أسعار الصرف، وأسعار الأوراق المالية، وتعريف المخاطر التي يتعرض لها النشاط المصرفي للتعقب بحدوثها، ومراقبتها، وقياسها، وتحديد درجة المخاطرة التي يمكن أن يتحملها المصرف. وفيما يلي الشكل رقم (٣-٤) ، الذي يوضح النموذج المقترح لسلسلة القيمة في المصرف:

الشكل رقم (٣-٤) سلسلة القيمة في المصارف



٣-٣-٣: دور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف

تعتبر نظم المعلومات في الوقت الراهن من أهم الموارد الاستراتيجية للمصرف، حيث تساعد على تحقيق العديد من المزايا مثل المرونة والسرعة وتقديم خدمات تتلاءم مع حاجات ورغبات الزبائن، كما أنها تعتبر العامل الحاسم في اتخاذ قرارات فعالة وسليمة لما تقدمه من معلومات عن مختلف نواحي النشاط في المصرف، كما وتساعد في إبداع وابتكار أدوات وخدمات مالية جديدة وطرق جديدة ومتميزة لأداء الأعمال داخل المصرف.

كل ما تقدم يدل على أهمية الدور الذي تلعبه نظم المعلومات في مساعدة المصرف على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة تضمن استمرار وبقاء المصرف في ظل بيئة شديدة المنافسة والمزاومة. والميزة التنافسية المستدامة كما يشير كثير من الاقتصاديين هي: تحقيق مستوى من الأداء الاقتصادي المتميز المستمر في المديين المتوسط والطويل الأجل (الزعيبي، ٢٠١١: ٧٠). وسوف نتناول هذه الفقرة بعض الوظائف التي تؤديها نظم المعلومات للمصارف وما أوجدته من أساليب جديدة في العمل المصرفي مثل الدفع الإلكتروني، المصارف الإلكترونية، وإدارة المخاطر المصرفية.

أ- المصارف الإلكترونية **Electronic Banks**:

تعتبر المصارف الإلكترونية أحد أهم مفرزات تكنولوجيا المعلومات في القرن الواحد والعشرين، حيث يطلق عليها البعض اسم مصارف القرن الواحد والعشرين، وتعرف على أنها: النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومة يريدونها من خلال موقع إلكتروني ودون الحاجة للذهاب إلى المصرف (www.arablaw.org). وفي هذا الصدد فإن من أهم الخدمات التي تقدمها هذه المصارف ما يلي: (توفيق، ٢٠٠٣: ٧٦)

- ١- الاستفسار عن أرصدة الحسابات والقروض
- ٢- إصدار بطاقات الفيذا إلكترون وشهادات الملاءة، والسرعة في انجاز الأعمال والتواصل مع أكثر من جهة في نفس الوقت.
- ٣- تقليل زيارة الزبون للمصرف حيث يمكنه تنفيذ الخدمة من المنزل، وغياب المعاملات الورقية.
- ٤- إصدار شيكات مودعة برسم التحصيل قبل استحقاقها في الحساب.
- ٥- تغيير الرقم السري ودفع الفواتير وإصدار الكفالات وتحويل الأموال وغيرها.

ومن أهم المزايا التي تحققها هذه المصارف ما يلي: (line.netwww.islam on)

- ١- تخفيض التكاليف على عاتق المصرف، حيث يستريح من أعباء فتح فروع جديدة وكثيرة في أماكن مختلفة داخل و خارج الدولة.
- ٢- توفير الراحة والمعلومات وحرية الاختيار للزبون لكي يختار الخدمة أو المنتج الذي يناسبه.
- ٣- التكامل في العمل لأن الإنترنت توفر خدمة التوصيل للمنازل.
- ٤- تحقيق السرية في الحسابات للعملاء، وهذا بفضل استخدام المصرف لبرمجيات وتقنيات متطورة.

وهناك العديد من المزايا الأخرى التي توفرها هذه المصارف للعملاء، وهذا يعود إلى وجود توليفة من نظم المعلومات التي تشغل هذه المصارف وتضمن أمن معلوماتها وقواعد بياناتها. كل ما سبق دفع نحو الاعتماد أكثر على الإنترنت وتقديم الخدمات إلكترونياً عن طريق شبكات الاتصال ونظم المعلومات التي تعمل على (bcd.lywww.) و (www.saib.com.sa). وهذا يعتبر بحد ذاته ميزة تنافسية للمصارف التي تملك وتزود خدمة المصارف الإلكترونية لعملائها.

ب - نظم الدفع الإلكتروني Electronic Payment System :

تعد نظم وتكنولوجيا المعلومات الركيزة الأساسية للخدمات الإلكترونية المصرفية، من خلال إيجاد آليات عمل وقنوات لتقديم الخدمات للزبائن بوقت أسرع وتكلفة أقل. وتعتبر نظم الدفع الإلكتروني أحد أهم أدوات الصيرفة الإلكترونية في الوقت الحالي لما توفره من خدمات هائلة في عمليات تحويل الأموال ودفع قيمة المشتريات.

والدفع الإلكتروني هو المال أو العملة التي يتم تبادلها إلكترونياً، ويتضمن ذلك حوالات الأموال الإلكترونية والدفع المباشر ويُسمى أيضاً النقود الإلكترونية. وتكمن الحاجة إلى عمليات الدفع الإلكتروني في تنفيذ الإجراءات الإلكترونية مثل: تحويل الأموال بين المصارف والعملاء، الدفع للشراء عن طريق الإنترنت، تسديد مستحقات الدولة على المواطنين، تسديد فواتير الماء والكهرباء والهاتف وغيرها.

وضمن هذا الإطار، يأخذ نظام الدفع الإلكتروني الأشكال التالية: (www.wlkipedia.org)

- ١- الدفع عن طريق نقاط البيع Point of Sale: في حال عدم توفر النقد الورقي عند الشراء، يمكن للمشتري الدفع عن طريق البطاقة المصرفية أو الائتمانية وفق آلية آمنة وسليمة.

٢- الدفع عن طريق أجهزة الصراف الآلي ATM : الصرافات الآلية هي: نظام معلومات متكامل، يلعب فيه نظام المعلومات المالي دوراً محورياً ويمكن عن طريقه السحب النقدي والقيام بعمليات مالية عديدة، كالحالات وتسديد الفواتير والمخالفات، وهي أيضاً تتم من خلال شبكة آمنة لمزامنة العمليات حتى لا تحصل حوادث سرقة أو اختلاس.

٣- الدفع عن طريق الشبكة العنكبوتية أو الإنترنت World Wide Web : يختلف هذا الشكل من أشكال أنظمة الدفع الإلكتروني عن أشكال أنظمة الدفع الأخرى في عدم اعتماده على أدوات محسوسة بشكل رئيسي، كونها تعمل على الشبكة العالمية، وهو ما أوجب وضع بروتوكولات أمن سلامة لنقل الرسائل المشفرة بين المصارف أو الأشخاص مثل بروتوكول SSL/TLS وغيرها من البروتوكولات.

مما سبق يمكن القول: أن نظم المعلومات ساهمت بشكل في تطوير العمل المصرفي، فمن أهم مفرزاتها أنظمة الدفع الإلكترونية، والمصارف الإلكترونية، ولم يقتصر دورها على ما سلف، بل هناك العديد من الخدمات الأخرى التي ساهمت فيها بشكل محوري في ميدان العمل المصرفي، مثل عمليات المقاصة الإلكترونية، وإدارة المخاطر المصرفية، والاستخبارات المصرفية من خلال جمع المعلومات عن البيئة الخارجية، وغيرها من الخدمات الأخرى.

٣-٣-٤ : عناصر تحقق الميزة التنافسية في المصارف

تعد الميزة التنافسية أحد أهم متغيرات الدراسة الحالية لذا لا بد من تحديد عناصر تحقق الميزة التنافسية، لكي يتسنى قياس ودراسة العلاقة بينها وبين متغيرات الدراسة الأخرى. هنالك عدد كبير من الباحثين والمفكرين كان لهم الدور المتميز في التنوع والإسهاب في تحديد عناصر الميزة التنافسية، حيث يرى (الشيخ، ٢٠٠٤: ٦٣٤-٦٣٥) أن أهم الأساليب لتحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال على اختلاف نشاطها بما فيها المصارف هي ما يلي:

- ١- الكفاية المتفوقة، وذلك من خلال السيطرة على التكاليف.
- ٢- الجودة المتفوقة، وذلك من خلال تقديم منتجات تحقق القبول لدى الزبائن.
- ٣- الإبداع المتفوق، وذلك من خلال تقديم منتجات جديدة.
- ٤- الاستجابة المتفوقة لدى الزبائن، وذلك من خلال معرفة دقيقة لاحتياجات الزبائن.

أما الحيالي فقد قام بجهد كبير في هذا المجال، حيث قدم الجدول رقم (٣-٣) الذي يبين أهم عناصر تحقق الميزة التنافسية في المصارف من وجهة نظر الباحثين، علماً أن الباحث قام بإضافة عنصر الجودة بعد الإطلاع على كم كبير من الأدبيات في هذا المجال:

الجدول رقم (٣-٣): عناصر تحقق الميزة التنافسية

المعرفة	القدرات الجوهرية	المرونة	تعاون المجهزين	التركيز	سمعة المنظمة	التحالفات	الجودة	النمو	الإبداع	التميز	الكلفة	السنة	الباحث
				*						*	*	1979	Porter
							*		*	*	*	1984	Hayes weel wrght
							*		*	*	*	1987	Schuler etal
						*	*	*	*	*	*	1989	Wiseman's
				*			*		*	*	*	1993	Hicks
	*		*	*	*				*	*	*	1998	Mintzberg
			*			*	*			*	*	1995	Certo
										*	*	1996	Krajweske
	*		*			*	*		*	*	*	1997	Best
		*	*				*		*	*		1998	Stack
		*	*								*	2001	Chase
				*	*		*	*	*	*		2000	Lyach
							*			*	*	2001	اليوزيكي
						*			*	*	*	2002	بني حمدان
						*	*	*	*	*	*	2005	الزعبى
*	*				*	*	*		*			2004	R.Lynch and P.Baines
1	3	3	5	4	3	6	11	4	11	13	13	/	المجموع 16
%6.25	%18.75	%18.75	%31.25	%25	%18.75	%37.5	%٢٨.٧٥	%25	%68.75	%81.25	%814.25	/	النسبة المئوية

المصدر: الحيالي وآخرون، ٢٠٠٩: ١٦ بتصريف

واستنتاجاً لما ورد في النماذج التي تم استعراضها في الجدول السابق والخاصة بعناصر تحقيق الميزة التنافسية، تبين أن هنالك اتفاقاً بين أغلب الباحثين إلى وجود عناصر أساسية ومهمة وقد حصلت على نسبة أكثر من ٥٠% من بين العناصر الأخرى والتي تناسب موضع البحث الحالي وهي:

أ- التكلفة Cost

ب-الإبداع Innovation

ت-الجودة Quality

ووفقاً لذلك وبالاعتماد على العناصر السابقة، فقد اختار الباحث المتغيرات التالية (تخفيض تكاليف المصرف، جودة الخدمة المصرفية، الإبداع المالي). .

٣-٣-٥: أثر فاعلية نظم المعلومات المالية على الميزة التنافسية في المصرف

يؤثر نظام المعلومات المالي على الميزة التنافسية من خلال تأثيره المباشر على عدة عناصر، من أهمها: التكلفة، الإبداع، و الجودة. لقد سبق ووضحنا عناصر فاعلية نظام المعلومات المالي في فصل سابق من هذه الدراسة والتي تتمثل في جودة المعلومات، جودة النظام، رضا المستخدم، أمن المعلومات وسنحاول في هذه الفقرة توضيح ما يلي:

أ- أثر فاعلية نظم المعلومات المالية على التكلفة في المصرف:

تعتبر التكلفة أداة تنافسية هامة إذا ما نُفذت بشكل صحيح، حيث أن المصرف لا يستطيع تحديد أسعار تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف، وإن غالبية المصارف تسعى إلى أن تكون القائمة في خفض التكلفة مع منافسيها (حسوني، ٢٠٠٨: ١٠٥)، لأن ذلك يُمكنها من تسعير خدماتها بسعر أقل عن المنافسين، بالتالي الحصول على حصة سوقية أكبر مع الإشارة هنا إلى عدم التفريط بعنصر الجودة في الخدمة المقدمة.

ويلعب نظام محاسبة التكاليف الذي يوفره نظام المعلومات المالي الفعال في المصرف دوراً أساسياً في حصر تكاليف المصرف بدقة عالية، حيث يقوم بجمع ومعالجة البيانات والتي يمكن قياسها بشكل كمي عن مختلف مصاريف ومدفوعات المصرف، سواء كانت تاريخية أو مستقبلية في شكل تقديرات متوقعة، بحيث تساهم في عملية التخطيط والرقابة وصنع القرارات. ويمكن حصر الخدمات التي يوفرها هذا النظام بما يلي: (إسماعيل، ٢٠٠٤: ٤٥-٤٦)

١- قياس تكلفة كل خدمة من الخدمات التي يقدمها المصرف لعملائه، وبالتالي معرفة تكلفة الإدارة و الأقسام والفروع داخل المصرف، وبكلام آخر تكلفة المصرف ككل.

- ٢- الرقابة على التكلفة من خلال تحديد تكلفة الإدارات والأقسام والفروع مقدماً، ومن ثم مقارنة التكلفة الفعلية مع التكلفة المخططة لتحديد الفوارق ومعالجتها.
- ٣- جمع البيانات المتعلقة بتكلفة إضافة خدمة جديدة أو إلغاء خدمة قائمة.
- ٤- جمع البيانات حول تكلفة إنشاء فروع جديدة للمصرف.
- ٥- تقييد البيانات المتعلقة بالتكلفة في مراجعة وتقييم أسعار الخدمات التي يقدمها المصرف لعملائه.
- ٦- جمع البيانات المتعلقة بتكلفة منح مزايا مجانية للعملاء لكسب ولائهم للمصرف.
- ٧- قياس ربحية الأنشطة المختلفة للمصرف
- ٨- تسعير الخدمات المصرفية، حيث أن تسعير الخدمة المصرفية يعتمد بالدرجة الأولى على تحديد تكلفة الخدمة المصرفية، لذا كلما استطاع المصرف تخفيض تكاليفه مع المحافظة على مستوى عال من الجودة كلما نجح في تحقيق ميزة تنافسية سعرية أكبر.

مما تقدم يتضح دور وأهمية فعالية نظام المعلومات المالي و أثره على التكلفة الكلية للمصرف، حيث يعتبر مصدر أساسي للبيانات والمعلومات المتعلقة بعناصر التكلفة والإيرادات في المصرف، فهو يقدم بيانات عن الماضي والحاضر والمستقبل، وذلك من خلال الموازنات التقديرية والتخطيطية التي يوفرها للمديرين في المصرف.

ب- أثر فاعلية نظام المعلومات المالي على جودة الخدمة المصرفية في المصرف

إن المنتجات والخدمات ذات الجودة هي السلع والخدمات التي يمكن الاعتماد عليها والثقة بها لإنجاز الوظائف المصممة لأدائها، وهذا المفهوم يطبق في مجالات كثيرة، ويعتبر تأثير الجودة العالية للمنتج أو الخدمة على المزايا التنافسية تأثيراً مضاعفاً، وعليه تعرف الجودة بحسب الجمعية الأمريكية للجودة على أنها: مجموعة المواصفات والخصائص لمنتج أو خدمة والتي تولد القدرة لإشباع الحاجات المعلنة أو الضمنية للزبون (وديع، ٢٠٠٣: ٥). وقد شكل الاهتمام بالجودة أساساً في تنامي القدرة التنافسية للمنظمات اليابانية، من خلال حلقات الجودة التي حققت نجاحها بفضل نظم المعلومات التي توفر لها المعلومات عن المحيط الداخلي والخارجي للمنظمة، وتسمح بتحليل جودة المنتج أو الخدمة من منظور كل من المستهلك والمنتج والمنافس في آن واحد (زيري، ٢٠٠٣: ٢٣).

وقبل الدخول في مفهوم جودة الخدمة المصرفية، لا بد من توضيح مفهوم الخدمة المصرفية، حيث عرف (مصطفى، ٢٠٠٤: ١٠٤) الخدمة المصرفية على أنها: أنشطة أو منافع أو إشباعات يقدمها

طرف (البائع) لطرف آخر (المشتري) وهي بطبيعتها غير ملموسة ولا يترتب على بيعها نقل ملكية شيء وقد يرتبط أو لا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس.

وبسبب أهمية الجودة المصرفية كميزة تنافسية تكاد لا تجد مصرفاً لا يحاول تطوير جودة الخدمة المصرفية التي يقدمها، حيث تعتبر جودة الخدمة المصرفية من الأساسيات التي تسبق إرضاء العميل وفي المقابل فإن رضا العملاء يؤثر على قرار الشراء المستقبلي للعميل و إدراكه، كذلك فإن جودة الخدمة المصرفية تعتبر شرطاً أساسياً لإشباع رغبة العميل وللاحتفاظ به (أبو معمر، ٢٠٠٥: ٧٧). ولقد تعددت آراء الكتاب في مجال جودة الخدمة المصرفية حيث حددها Schwartz في أربعة أبعاد رئيسية هي: الخدمة المصرفية، وأسلوب تقديمها، وخدمة العميل، والموارد والإمكانات المادية والتكنولوجية. وأضاف آخرون للباقة، والاعتمادية، والاتصال، والأمان.

كما أن تقديم الخدمة بالجودة التي يريدها العملاء وبشكل مستمر يعتبر هدف أساسي للمصرف، وبحقق له مزايا إيجابية، كزيادة الأرباح والنمو والاستمرارية في السوق والقدرة على المنافسة، ولقد اعتمدت غالبية المصارف على منهج الجودة الشاملة كمنهج إداري لزيادة تنافسية المنظمة، وذلك من خلال التحسين المستمر لجودة الخدمة المقدمة.

وتعتبر نظم المعلومات، وعلى وجه الخصوص نظم المعلومات المالية من الأدوات الرئيسية التي تساعد على تحسين جودة الخدمة المصرفية، لما توفره النظم الفرعية المكونة لها من معلومات وتقارير تشغيلية ورقابية وتخطيطية عن أوجه النشاط المالي في المصرف، وتقديمها لمتخذي القرارات، الأمر الذي يساعدهم في تحديد مواطن الضعف والخلل في الخدمة المصرفية المقدمة وتحليلها واتخاذ القرار المناسب، للارتقاء بمستوى جودة الخدمة المصرفية على نحو يرضي العملاء ويكسب ولائهم للمصرف. ويساهم نظام المعلومات المالي في كل مرحلة من مراحل تطوير الجودة والتي يمكن إيجازها بما يلي: (هوارى و بنتن، ٢٠٠٤: ٣٨)

١- مرحلة تخطيط الجودة: يساهم نظام المعلومات المالي الفعال في ضبط عملية التخطيط للجودة ليجعلها أكثر سرعة وأكثر مرونة، فقد أصبح تحديد العملاء ورغباتهم أمراً أسهل و أقل تعقيداً، فمثلاً يمكنه إنتاج تقارير خاصة يحدد فيها أسماء جميع العملاء ورغباتهم وميولهم ومستويات الجودة التي يرغبونها في الخدمة المقدمة. الأمر الذي يساعد على وضع خطة شاملة ودقيقة لتطوير جودة الخدمة المصرفية.

٢- مراقبة جودة الخدمة المصرفية: تشمل مراقبة الجودة كافة الأنشطة والأساليب لمقابلة احتياجات الجودة، وهنا يكمن دور نظام المعلومات المالي الفعال في تلبية هذا الأخير، من خلال التقارير

التخطيطية والفعلية التي يوفرها عن مستويات الأداء في المصرف، ومن خلال النظام الفرعي للرقابة المالية الذي يساهم إلى حد كبير في عملية الرقابة على مختلف أوجه النشاط في المصرف، الأمر الذي يساعد الإدارة إلى الاطمئنان على مستوى الجودة في خدماتهم كونهم على إطلاع مباشر على ذلك من خلال التقارير التي أسلفنا عنها سابقاً.

٣- تأكيد جودة الخدمة المصرفية: تركز هذه المرحلة على توحيد كافة الجهود للوقاية من الحوادث والأخطار، وعدم مطابقة الخدمة المقدمة للمواصفات المطلوبة. ولقد ساعد نظام المعلومات المالي الفعال على منع وقوع الأخطاء منذ البداية، كونه يحتوي على خاصية الاتصال والتداخل مع مختلف النظم الوظيفية الأخرى، و أيضاً من خلال النظام الفرعي للمراجعة الداخلية الذي يساعد على كشف الأخطاء والتنبيه بها حتى قبل وقوعها. والتأكد من مطابقة الخدمة المقدمة للمواصفات المطلوبة.

٤- تحسين جودة الخدمة المصرفية: تعتبر عملية التحسين أساسية في إدارة الجودة الشاملة، فهي تهدف للوصول إلى رفع مستوى أداء الأفراد في المصرف، ولقد ساعد نظام المعلومات المالي الفعال على تحقيق ذلك من خلال التقليل من معدل الخطأ وزيادة المطابقة بين مواصفات الخدمة المطلوبة والمقررة، بالإضافة إلى تخفيض التكاليف ومنع الهدر والإسراف من خلال نظام إدارة النقدية الذي يحتويه نظام المعلومات المالي الفعال.

وبالتالي فإن تحسين وتطوير تلك العناصر السابق من قبل نظام المعلومات المالي الفعال يساعد على تحقيق ميزة تنافسية للمصرف، ويمكنه من اختراق أسواق جديدة ذات منافسة أقوى من منافسيه الحاليين.

ب- أثر فاعلية نظام المعلومات المالي على الإبداع المالي في المصرف

عرف الزيات والقفاس الإبداع Innovation بأنه: النشاط العقلي المعرفي الذي يؤدي إلى التفرد، كما يتميز هذا النشاط بالأصالة والطلاقة والتداعيات الحرة. أما Riyach يشير إلى مفهوم الإبداع بأنه: القابلية على تولي مبادرات جديدة، تذهب إلى ما وراء الاستراتيجيات الحالية (الحيالي، ٢٠٠٩: ١٧). وعرفه Gowland على أنه إدخال منتج جديد إلى السوق أو إنتاج منتج موجود ولكن بطريقة مختلفة (Bernanke, 2009: 320) وهذا التعريف ينطبق على المؤسسات المالية والصناعية. ويركز هذا البحث على الإبداع المالي Financial Innovation، ويقال له أحياناً الابتكار المالي، ولكن الشائع هو الإبداع المالي، حيث يُعرف على أنه: خلق وإشهار أدوات وتقنيات وخدمات مالية جديدة، ليس هذا فحسب بل يشمل أيضاً عملية خلق أسواق وشركات مالية جديدة (White, 2002:4). ويمكن دعم الإبداع بواسطة تكنولوجيا المعلومات، وعلى وجه الخصوص نظم المعلومات المالية التي تلعب دوراً

مهماً في عملية الإبداع بشكل عام والإبداع المالي بشكل خاص، لما توفره من معلومات شاملة ودقيقة عن مختلف أوجه النشاط المالي للمصرف، الأمر الذي يساعد على إبداع خدمات ومنتجات مالية جديدة، وطرق جديدة تتفق ورغبات العملاء الحاليين والمحتملين للمصرف.

ولقد ساهم نظام المعلومات المالي الفعال إلى حد كبير في اكتشاف طرق جديدة لأداء الأعمال وتقديم الخدمات المالية المختلفة للعملاء، بحيث أدى إلى توفير الوقت والجهد على العاملين في المصرف وتحقيق المرونة، حيث أنه مصمم لأداء عشرات المهام مع إمكانية التعديل عليها في أي وقت، كل ذلك دفع باتجاه تحفيز العاملين في المصارف على التميز و تقديم خدمات ومنتجات مالية إبداعية، وخير مثال على ذلك المصارف الإلكترونية أو E-Banks و phone Banks حيث أتاحت هذه المصارف إمكانية تحويل الأموال والإطلاع على الرصيد في أي وقت ومن أي مكان في العالم دون حاجة الزبون لزيارة المصرف.

٣-٣-٦: استدامة الميزة التنافسية في المصرف:

مما لا شك فيه أن معظم الدراسات والأبحاث أكدت على أهمية الميزة التنافسية المستدامة للمنظمة أو الحفاظ على ما تتمتع به من مزايا تنافسية على غيرها من المنافسين، وتستطيع المنظمات عامة القيام بذلك إذا ما استطاعت بناء سمعة جيدة وتكوين صورة حسنة عن منتجاتها، وإيجاد الولاء لها، ولا يتبلور ذلك إلا من خلال نكاه الأعمال الذي يعتمد بشكل أساسي على تكنولوجيا ونظم المعلومات (شعبان، آخرون، ٢٠١٢: ٤٦).

كما وتتوقف استدامة الميزة التنافسية في المصرف على ما يلي: (النسور، ٢٠٠٩: ٢٠)

- ١- أسس التنافس (الأصول والقدرات التنافسية): إن بناء الميزة التنافسية واستدامتها في الأسواق، يتطلب توافر مجموعة من الأصول والموارد والقدرات التنافسية، مثل توفر مهارات خاصة في تصميم وتقديم الخدمة المصرفية بحيث تحقق قيمة لدى العميل.
- ٢- ميدان التنافس: إن تحديد المصرف للسوق المستهدف بشكل دقيق يعتبر من متطلبات الاستدامة، لأنه يؤدي إلى توظيف قدرات المصرف في المكان المناسب وحسب قدراته وإمكاناته.
- ٣- طرق التنافس: إن بناء ميزة تنافسية والعمل على استدامته تتوقف على الاستراتيجية التنافسية التي يتبناها المصرف.

من خلال العرض السابق تبين لنا دور و أهمية وجود نظام معلومات مالي فعال في المصرف، لما يحدثه من أثر على تخفيض التكاليف الكلية للمصرف، وتحسين مستويات جودة الخدمة المصرفية بحيث ترقى لمتطلبات العملاء، وتطوير عملية والإبداع المالي التي تُعنى بخلق و إشهار أدوات مالية جديدة وطرق جديدة في أداء العمل المصرفي، بحيث تؤدي على رفع سوية العمل في المصرف والتفوق على المنافسين.

خلاصة لهذا الفصل يمكن القول: أن ثورة تكنولوجيا المعلومات قد فرضت نفسها وبقوة على القطاع المصرفي، من خلال التغيير الهائل الذي أحدثته على طريقة أداء وتقديم الخدمات المالية المصرفية، وتعتبر نظم المعلومات أحد أهم الضروريات الحتمية لكل منظمات الأعمال بما فيها المصارف، حيث أنها تساهم بشكل كبير في تخفيض التكاليف وتحسين جودة الخدمات المصرفية، إضافة إلى توفير الراحة والأمان للزبائن. وكان لها الدور الحاسم في خلق العديد من المزايا التنافسية للمصارف، حيث أن امتلاكها بحد ذاتها يمكن أن يعتبر ميزة تنافسية.

٤- الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

تمهيد

٤-١ المبحث الأول: تصميم الدراسة الميدانية

٤-١-١: نبذة تعريفية عن المصارف الخاصة في سورية

٤-١-٢: منهجية البحث

٤-١-٣: مجتمع وعينة البحث

٤-١-٤: أداة البحث

٤-١-٥: التحليل العاملي

٤-٢ المبحث الثاني: التحليل الإحصائي

٤-٢-١ الإحصاء الوصفي لعينة البحث

٤-٢-٢ اختبار الفروض

٤-٣ المبحث الثالث: مناقشة النتائج وتقديم التوصيات

٤-٣-١: مناقشة النتائج

٤-٣-١: تقديم التوصيات

يهدف هذا الفصل عرض النتائج وتحليلها وتفسيرها، للتعرف على آراء المدراء في المصارف الخاصة في سورية نحو فاعلية نظم المعلومات المالية، وأثر ذلك في تحقيق ميزة تنافسية لتلك المصارف، والتحقق من وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين فاعلية نظم المعلومات المالية والميزة التنافسية، بحيث تم الاعتماد على ثلاثة مؤشرات للميزة التنافسية، هي تخفيض التكاليف، وجودة الخدمة المصرفية، والإبداع والابتكار المالي، وعُرض هذا الفصل في ثلاثة مباحث، خصص الأول: لتصميم الدراسة الميدانية، والثاني: لعرض التحليل الإحصائي، في حين كرس الثالث: لتقديم النتائج و التوصيات.

٤-١ المبحث الأول

تصميم الدراسة الميدانية

يهدف هذا المبحث إلى تحديد مجتمع وعينة الدراسة، وأسلوب جمع البيانات وتحليلها. عُرض هذا المبحث في خمس فقرات، خُصت الأولى: لتقديم نبذة تعريفية عن المصارف عينة البحث، وخصت الثانية: لتوضيح تصميم البحث، في حين كُرسَت الفقرة الثالثة: للتعرف على منهجية البحث كما تناولت الرابعة: مجتمع وعينة البحث، وخصت الفقرة الخامسة: للتعرف على تطوير أداة البحث.

٤-١-١: نبذة تعريفية حول عينة الدراسة:

يعتبر تطوير القطاع المالي من أهم انجازات عملية التحول الاقتصادي في سورية والتي بدأت في العام ٢٠٠٠، حيث أصبح النظام المالي السوري Syrian Financial System في الوقت الراهن يشتمل على:

- مصرف سوريا المركزي.
- مصارف حكومية وعددها ٦.
- مصارف خاصة تقليدية و عددها ١١.
- مصارف إسلامية وعددها ٣.
- شركات تأمين (عدد ١٣) بما فيها شركات التأمين التكافلي، وهيئة الإشراف على التأمين.
- شركات ومكاتب صرافة وعددها ٢٢.
- سوق دمشق للأوراق المالية، وهيئة الأوراق والأسواق المالية.
- شركات وساطة مالية (عدد ٣٥، ٩ عاملة، ١٥ ترخيص أولي، ١١ موافقة أولية).
- شركات تمويل مؤسسات صغيرة ومتوسطة و عددها ٢.

وفيما يتعلق بالمصارف الخاصة في سوريا، فإنها وكما أسلفنا أن هناك (١٤) مصرف خاص، منها ثلاث مصارف إسلامية، ويبلغ مجموع رأس المال المدفوع لهذه المصارف نحو ٧٠ مليار ليرة، وعدد المساهمين نحو ٣٦ ألف مساهم، وبلغ عدد الفروع لهذه المصارف حتى تاريخه ٢٤٧ فرعاً ومكتباً، وتجدر الإشارة إلى أن ١٢ من هذه المصارف مدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية، وهي: المصرف العربي، ومصرف سورية والمهجر، ومصرف بيمو، ومصرف سورية الدولي الإسلامي، ومصرف عوده، ومصرف بيلوس، والمصرف الدولي للتجارة والتمويل، ومصرف قطر الوطني سورية، ومصرف الأردن سورية، ومصرف سورية والخليج، ومصرف الشرق، فرنسمصرف، مصرف البركة. وفيما يلي الجدول رقم (٤-١)

الذي تم إعداده بناءً على إفصاحات المصارف الخاصة عن النتائج النهائية للعام ٢٠١١ التي تم الحصول عليها من المواقع الإلكترونية لتلك المصارف:

الجدول رقم (٤-١) مواصفات وخصائص المصارف عينة البحث

الرقم	المصرف	تاريخ بدء العمل	الفروع حتى نهاية ٢٠١١	رأس المال حتى ٢٠١١ بالمليارات	المصدر والتاريخ
١	بيمو السعودي الفرنسي	٢٠٠٤/١/٤	٣٥	٣.٧٠٥	www.bimobank.com ٢٠١١/١١/١٠
٢	سورية المهجر	٢٠٠٦/١/٦	٢٥	٣	www.blombank.com ٢٠١١/١١/١٠
٣	الدولي للتجارة والتمويل	٢٠٠٤/٦/٦	٣٠	٣	www.IBTF.com.sy ٢٠١١/١١/١٠
٤	عودة	٢٠٠٥/٩/٨	٢٢	٥.٣٥٠	www.banqueaudi.com ٢٠١١/١١/١٠
٥	بيبلوس	٢٠٠٥/١٢/٥	١٠	٢	www.byblosbank.com ٢٠١١/١١/١٠
٦	العربي	٢٠٠٦/١/٢	١٩	٥.٠٥	www.arabbank-syria.com ٢٠١١/١١/١٠
٧	سورية والخليج	٢٠٠٧/٦/٣	١٢	٣	www.sgbsy.com ٢٠١١/١١/١٠
٨	الأردن سورية	2008/١١/١٨	١١	٣	www.bankofjordansyria.com ٢٠١١/١١/١٠
٩	فرنسيس	٢٠٠٩/١/١٥	7	٥.٢٥٠	www.francebank.com ٢٠١١/١١/١٠
١٠	الشرق	٢٠٠٩/٥/3	٥	٢.٥٠٠	www.banksharq.com ٢٠١١/١١/١٠
١١	قطر الوطني	٢٠٠٩/١١/١٦	١٣	١٥	www.qnp.sy.com ٢٠١١/١١/١٠

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المواقع الإلكترونية للمصارف المذكورة

وتشير الإحصاءات إلى ارتفاع إجمالي الإيرادات حتى نهاية الربع الثالث من ٢٠١١ لمجموع المصارف السورية الخاصة بمعدل ٣١% ليصل إلى ١٢.٢٧٠ مليار ليرة مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي حيث كانت ٩.٣٧٨ مليار ليرة، وتباين أداء المصارف في جانب الإيرادات كان أعلاها بيمو ٢.٦٠٥ مليار ليرة تلاه سورية والمهجر ١.٧٥٩ مليار ليرة ثم الدولي للتجارة ١.٧٤٥ مليار ليرة ثم الدولي الإسلامي ١.٤٥٣ مليار ليرة فالمصرف العربي ١.٢٥٩ مليار ليرة. وبلغ صافي أرباح قطاع المصارف الخاصة بشقيها التقليدي والإسلامية في الأشهر التسعة الأولى من هذا العام ٣.٣٤٩ مليار ليرة، محققة ارتفاعاً بلغت نسبته ٣٨% مقارنة بأرباح الفترة المماثلة من العام ٢٠١٠ والبالغة ٢.٤٢٦ مليار ليرة

كما وحقت معظم المصارف نمواً إيجابياً في صافي الأرباح، باستثناء كل من مصرف عوده وبيبلوس وفرنسمصرف، حيث تراجع أرباحهم بنسبة مقدارها بالمتوسط ٦٥% بينما تراجعت أرباح المصرف العربي ٢٥%. ومن حيث معدل النمو في صافي الأرباح كان مصرف بيمو ٣٣% ثم مصرف الأردن ١٥% فالدولي للتجارة والتمويل ١٢%، وأخيراً سورية والمهجر ١%. ومن حيث القيمة جاء مصرف بيمو في المقدمة حيث نمت أرباحه إلى ١٦٨ مليون ليرة في الأشهر التسعة الأولى من العام الجاري مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي، ويليه الدولي للتجارة ٨٢ مليون ليرة وأخيراً سورية والمهجر ٣ ملايين ليرة فقط.

أما عن القروض فقد تراجع مجموع القروض المجمعة الممنوحة من المصارف السورية الخاصة بنهاية الربع الثالث من العام ٢٠١١ إلى نحو ٢٤٥ مليار ليرة وبما نسبته ٤% أو ١٠ مليارات ليرة عن نهاية العام ٢٠١٠ والذي بلغت بنهايته محفظة القروض المجمعة ٢٥٥ مليار ليرة. أعلى معدل تراجع للقروض حققه مصرف قطر الوطني سورية حيث تراجعت القروض لديه بمعدل ٢٨% ثم مصرف سورية والمهجر ٢٢% ثم مصرف عوده ٢٠% ثم المصرف الدولي للتجارة ١٢.٧% ومصرف بيمو ٤%.

وبالقيمة كان مصرف عوده الأول بتراجع محفظة القروض لديه ٨ مليارات ليرة ويليه مصرف سورية والمهجر ٦.٧ مليارات ليرة ثم الدولي للتجارة والتمويل ٤.٢ مليارات ليرة. وبالنظر إلى نسبة القروض إلى الودائع لدى المصارف السورية فقد تراوحت ما بين ١١٦% في مصرف الشام الإسلامي و ٣٨% في مصرف سورية والمهجر حتى نهاية الربع الثالث ٢٠١١، ويمكن تفسير النسب المرتفعة للتسليفات لدى بعض المصارف إلى تجنب هذه المصارف قبول الودائع من الزبائن نظراً لتكلفتها والاستعاضة عنها بالاقتراض من المصارف الأخرى المتمتع بسيولة مرتفعة، وذلك مقابل معدلات فائدة متدنية عندما يتاح للمصارف المقترضة فرص لتقديم القروض والتسليفات، بذلك يتم توسيع فارق الفائدة (هامش ربحيتها)، كما نلاحظ أن

نسبة القروض إلى الودائع أصبحت مقبولة بشكل عام نتيجة للسحوبات التي تمت على الودائع بعد الأحداث الأخيرة الأمر الذي خفف إلى حد ما من التأثير السلبي للسيولة الفائضة (الرفاعي، ٢٠١١: ٢٤).

٤-١-٢: منهجية البحث

اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي في الحقيقة، ويعبر هذا المنهج عن الظاهرة المدروسة كماً ونوعاً، حيث تم وضع الفرضيات الرئيسة ليقرر الجانب العملي من البحث قبولها أو رفضها، كونها تشكل إجابات حول التساؤلات المتعلقة بالظاهرة محل البحث، حيث جرى قياسها والتحقق منها باستعمال أساليب التحليل الإحصائي المناسبة، من أجل الوصول إلى استنتاجات ومقترحات تسهم في تحقيق أهداف البحث.

٤-١-٣: مجتمع وعينة البحث:

• مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من المدراء في جميع المصارف الخاصة في سورية والتي يبلغ عددها (١٤) مصرف حسب المصرف المركزي السوري، وهي على التوالي: مصرف بيمو السعودي الفرنسي، المصرف الدولي للتجارة والتمويل، مصرف سورية والمهجر، مصرف بيبيلوس سورية، مصرف عوده سورية، المصرف العربي سورية، مصرف سورية الدولي الإسلامي، مصرف سورية والخليج، مصرف الشام الإسلامي، فرنسمصرف، مصرف الأردن سورية، مصرف الشرق، مصرف قطر الوطني سورية، ومصرف البركة الإسلامي.

• عينة البحث

تم اختيار عينة البحث من المدراء العاملين في جميع المصارف التقليدية الخاصة العاملة في السوق السورية، بحيث بلغت (١١) مصرفاً هي: (مصرف بيمو السعودي الفرنسي، المصرف الدولي للتجارة والتمويل، مصرف سورية والمهجر، مصرف بيبيلوس سورية، مصرف عوده سورية، المصرف العربي سورية، مصرف سورية والخليج، فرنسمصرف، مصرف الأردن سوريا، مصرف الشرق، مصرف قطر الوطني سورية) وقد شكلت هذه العينة حوالي ٨٠% من مجتمع الدراسة، مع العلم أن وحدة التحليل تكون من جميع المدراء الموجودين في الإدارة العليا والوسطى والإشرافية بما فيهم مدراء التسويق، ومدراء وحدة نظم المعلومات (وحدة الحاسوب) كما درج البعض على تسميتها في تلك البنوك، والمدراء الماليين... الخ بالإضافة إلى مدراء الفروع المنتشرة في مختلف المحافظات السورية، وقد تم توزيع الاستمارة على جميع الوحدات التي تم اختيارها

لتمثل المجتمع محل الدراسة، وفق أسلوب العينة الميسرة، حيث تم تحديد حجم العينة المطلوبة لهذا البحث وفق ما أوصى به (Gorsuch) الذي يرى بألا يقل عدد الحالات عن (٢٠٠) بغض النظر عن تناسبها مع عدد المتغيرات، منوهاً في ذلك إلى عدم تعاون الإدارة مع الباحث، حيث تم استرداد (٥٧) استمارة من فروع المصارف في محافظات حلب و ادلب وحماة من أصل (٧٥) تم توزيعها، وبعد استبعاد (٥) استمارات لنقص في المعلومات والإجابات، كان عدد الاستمارات الصالحة للتحليل (٥٢) استمارة وقد استبعدت. أما المسترد من المصارف المتواجدة في محافظات دمشق واللاذقية وطرطوس فقد بلغ (٩٠) استمارة من أصل (١٢٥) استمارة تم توزيعها، وبعد استبعاد (١٣) استمارة لنقص في المعلومات والإجابات، كان عدد الاستمارات الصالحة للتحليل (٧٧) استمارة، وبالتالي فإن عدد الاستمارات الكلية الصالحة للتحليل والمستردة من المصارف المنتشرة في المحافظات المذكورة سابقاً فقد بلغ (١٢٩) استمارة، والجدول رقم (٤-٢) يوضح ما سبق:

الجدول رقم (٤-٢): خصائص عينة البحث

الرقم	المصرف	عدد الاستبانات الموزعة في الإدارة العامة	عدد الاستبانات الموزعة على الفروع	عدد الاستبانات التي تم استردادها	عدد الاستبانات المستبعدة	عدد الاستبانات الصالحة للتحليل
١	بيمو السعودي الفرنسي	١٠	١٨	٢٢	٤	١٨
٢	سورية المهجر	١٠	١٠	١٤	٢	١٢
٣	الدولي للتجارة والتمويل	١٠	١٥	١٨	٢	١٦
٤	عودة	١٠	٨	١٥	١	١٤
٥	بيبيلوس	١٠	٥	١١	١	١٠
٦	العربي	١٠	٧	١٢	٢	١٠
٧	سورية والخليج	١٠	٦	١٠	١	٩
٨	الأردن سورية	١٠	٦	١٣	٢	١١
٩	فرنسيس	١٠	٥	١١	٢	٩
١٠	الشرق	١٠	٣	١٠	١	٩
١١	قطر الوطني	١٠	٧	١١	٠	١١

المصدر: إعداد الباحث

وقد اختيرت المصارف المنتشرة في محافظات دمشق وحلب و ادلب واللاذقية وطرطوس وحماه كونها تمثل نسبة تتجاوز الـ /٨٠٪/ من مجتمع الدراسة، و أيضاً لقربها من مكان تواجد الباحث وبسبب الأحوال الراهنة، ولقد امتدت فترة توزيع واسترداد الاستثمارات حوالي (٧٠) يوماً بدأت بتاريخ ٢٠١٢/١١/٣ وانتهت بتاريخ ٢٠١٣/١/١٢، ولقد تم توزيع الاستثمارات واستردادها عن طريق الزيارة المباشرة للمصارف عينة البحث.

نلاحظ مما سبق أن عدد أفراد العينة التي استخدمت في التحليل واختبار فرضيات البحث هو (١٢٩) استمارة، إذ يشكل هذا العدد من الاستثمارات عينة ميسرة. و بعد أن تم استبعاد الاستثمارات غير الصالحة للتحليل، تم فرز باقي الاستثمارات وإدخال بياناتها إلى الحاسوب ، وبالتالي اقتصر التحليل الإحصائي على (١٢٩) استمارة، ولقد اعتمد البحث في التحليل الإحصائي على برنامج (SPSS18) الإحصائي.

٤-١-٤ : أداة البحث:

• بناء أداة البحث:

تم اعتماد الاستبانة (الاستبيان) كأداة للبحث لكونها من الأدوات الأكثر ملائمة لتحقيق أهداف البحث، وذلك دعماً ومساهمة للمعلومات الأساسية المرتبطة بالموضوع كاليانات المنشورة عن المصارف موضع البحث، إضافة إلى صعوبة الحصول على المعلومات والبيانات عن طريق الأدوات الأخرى كالمقابلات الشخصية، أو الزيارات الميدانية المنكررة، أو الملاحظة الشخصية، وذلك لمجموعة من الأسباب التي كانت خارجة عن إرادة الباحث، وعليه تم تصميم الاستبانة اعتماداً على ما يلي:

أ- الدراسات والأبحاث التي تناولت موضوع فاعلية نظم المعلومات بشكل عام ونظم المعلومات المالية بشكل خاص، والموضوعات المتعلقة بالميزة التنافسية.

ب- الدراسات والأبحاث المتعلقة بأبعاد البحث ومتغيراته المستقلة (ك: جودة النظام وجودة المعلومات ورضا المستخدم وأمن المعلومات وأبعاد الميزة التنافسية الثلاثة تخفيض التكاليف وجودة الخدمة المصرفية والإبداع والابتكار المالي و.... الخ، وغيرها من المتغيرات المذكورة في متن البحث والتي تم إدراجها في استبانة البحث).

تتألف الاستمارة من ثلاثة أقسام مرتبة وفق الآتي:

١. القسم الأول: يتضمن الأسئلة المتعلقة بالخصائص الديموغرافية لأفراد العينة والمتمثلة في: (العمر، الجنس، المؤهل العلمي، مدة الخدمة في المصرف، الموقع الوظيفي).
٢. القسم الثاني: يتألف من العبارات المتعلقة بالمتغيرات المستقلة في البحث والمتعلقة بفاعلية نظم المعلومات المالية، حيث بلغ عدد عبارات هذا القسم (٢٩) عبارة موزعة على المحاور الأربعة التالية:
 - ١) المحور الأول: يتألف من العبارات المتعلقة بالمتغيرات المتعلقة بجودة نظام المعلومات المالي، حيث بلغ عدد عبارات هذا المحور (٨) عبارات.
 - ٢) المحور الثاني: يتألف من العبارات المتعلقة بالمتغيرات المتعلقة بجودة المعلومات، حيث بلغ عدد عبارات هذا المحور (٧) عبارات.
 - ٣) المحور الثالث: يتألف من العبارات المتعلقة بالمتغيرات المتعلقة برضا المستخدم، حيث بلغ عدد عبارات هذا المحور (٨) عبارات.
 - ٤) المحور الرابع: يتألف من العبارات المتعلقة بالمتغيرات المتعلقة بأمن معلومات النظام، وقد بلغ عدد عبارات هذا المحور (٦) عبارات.
٣. القسم الثالث: يتألف من العبارات المتعلقة بالمتغيرات الممثلة للمتغير التابع (الميزة التنافسية)، حيث بلغ عدد عبارات هذا القسم (٢١) عبارة موزعة على المحاور الثلاثة التالية:
 - ١) المحور الأول: يتألف من العبارات المتعلقة بمتغيرات تخفيض تكاليف المصرف، حيث بلغ عدد عبارات هذا المحور (٧) عبارات.
 - ٥) المحور الثاني: يتألف من العبارات المتعلقة بمتغيرات جودة الخدمة المصرفية، حيث بلغ عدد عبارات هذا المحور (٨) عبارات.
 - ٦) المحور الثالث: يتألف من العبارات المتعلقة بمتغيرات الإبداع والابتكار المالي، حيث بلغ عدد عبارات هذا المحور (٦) عبارات.
 - ٧) خرجت الاستمارة في نهاية المطاف متضمنةً لـ (٥٠) عبارة، تمثل متغيرات الدراسة الأصلية والبالغ عددها (٤) متغيرات مستقلة تمثل في النهاية متغير واحد (فاعلية نظم المعلومات المالية)، وثلاثة متغيرات تابعة تمثل الميزة التنافسية، ويقابل كل عبارة من عباراتها قائمة تحمل خمسة خيارات وفقاً لمقياس ليكارت الخماسي مرتبة كالاتي: (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)، ومن أجل المعالجة الإحصائية تم إعطاء الخيارات السابقة درجات معينة (تثقيلاً) كالاتي: موافق بشدة (١) درجة واحدة، موافق (٢) درجتان، محايد (٣) درجات، غير موافق (٤) درجات، غير

موافق بشدة (٥) درجات. والجدول التالي رقم (٤-٣) يوضح مصادر القياس التي تم الاعتماد عليها في بناء استمارة البحث:

المتغيرات	عدد العبارات	المصدر
المتغيرات المستقلة		
جودة النظام	٦-١	(Delone and Mclean, 2003)
	٨-٧	(الباحث)
جودة المعلومات	١١-٩	(Sajady & Hashem, 2008)
	١٣-١٢	(Delone and Mclean, 2003)
رضا المستخدم	١٥-١٤	(الباحث)
	٢٠-١٦	(Delone and Mclean, 2003)
أمن المعلومات	٢٢-٢١	(Sajady & Hashem, 2008)
	٢٣	الباحث
تخفيض التكاليف	٢٨-٢٤	(Delone and Mclean, 2003)
	٢٩	(Sajady & Hashem, 2008)
المتغيرات التابعة		
تحسين الجودة	٣٤-٣٠	(الرقب، ٢٠٠٩)
	٣٦-٣٥	الباحث
الإبداع المالي	٤٠-٣٧	(الرجي، ٢٠١٠)
	٤٤-٤١	الباحث
	٤٦-٤٥	(الحيالي، ٢٠٠٩)

المصدر: الباحث

وقد تم التأكد من أن الاستمارة المعدّة لهذا البحث صالحة لقياس ما أعدت لقياسه، وأنها تتضمن كافة العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها، وذلك من خلال:

أ- الصدق الظاهري:

تم من خلال عرض الاستبيان على عدد من المحكمين للتعرف على مدى صدقه في قياس ما وضع من أجله، وبلغ عدد محكمين استبيان هذا البحث (٤) محكمين هم الأستاذ الدكتور محمد خشروم، والدكتور إبراهيم النائب، والدكتور محمد الأحمد والدكتور أحمد اليوسفي وجميعهم من كلية الاقتصاد في جامعة حلب، كما في الملحق رقم (١)، وفي ضوء آراء المحكمين تم تعديل وحذف بعض العبارات وإعادة صياغة بعضها الآخر وإضافة عبارات أخرى، وخرجت الاستمارة بصورتها النهائية كما هي موضحة في الملحق رقم (٢).

ب- ثبات أداة القياس (الوثوقية) Reliability:

تم إجراء اختبار الثبات على عينة البحث باستخدام معامل Alpha Cronbach ويقصد بثبات أداة القياس "الاتساق الداخلي بين عباراتها، وثبات الأداة جانبان الأول: هو استقرار المقياس، كأن يتم الحصول على نفس النتائج إذا قيس المتغير مرات متتالية، أما الجانب الآخر للثبات: فهو الموضوعية، أي أن يتم الحصول على ذات الدرجة بغض النظر عن الشخص الذي يطبق الاختبار أو الذي قام بتصميمه، إن قيمة معامل الارتباط Alpha Cronbach تتراوح بين (٠-١) وحتى يتمتع المقياس بالثبات يجب ألا يقل الحد الأدنى لقيمة المعامل عن (٧٠،٠) (Hair, F, 1998:115).

يوضح الجدول رقم (٤-٤) نتائج التحليل لمعامل Alpha Cronbach لكل محور (قسم) من محاور الاستمارة.

الجدول رقم (٤-٤): معامل Alpha Cronbach لمحاور البحث

الترتيب	تقييم الثبات	قيمة معامل Alpha	المحور
القسم الأول: فاعلية نظم المعلومات المالية			
٣	عال	٠,٨٧١	جودة نظام المعلومات

٤	عال	٠.٨٤٣	جودة المعلومات
٥	عال	٠.٨٣٠	رضا المستخدم
٢	عال	٠.٨٩٧	أمن معلومات النظام
القسم الثاني: الميزة التنافسية			
١	عال	٠.٨٩٩	بتخفيض تكاليف
٧	متوسط	٠.٧٨١	جودة الخدمة
٦	متوسط	٠.٧٨٢	الإبداع والابتكار
---	عال جداً	٠.٩٦٧	جميع المحاور

نلاحظ من الجدول رقم (٤-٤) أن قيمة معامل Alpha Cronbach لجميع محاور الاستمارة تتراوح بين (٠.٧٨١) عند محور جودة الخدمة المصرفية و(٠.٨٩٩) عند المحور المتعلق بتخفيض تكاليف المصرف ، أي أن قيم المعامل لجميع المحاور أكبر من (٧٠،٠٠)، الأمر الذي يشير إلى أن أداة البحث تتسم بالاتساق الداخلي بين عباراتها، كما أن قيمة المعامل الكلي لعبارات الاستمارة قد بلغ (٠.٩٦٧) وهذه القيمة مرتفعة جداً، الأمر الذي يدل على درجة ثبات جيدة جداً تتمتع بها الاستمارة وهي صالحة لقياس ما أُعدت له.

• صدق أداة البحث:

يقسم الباحثون صدق المقياس إلى عدة أنواع هي: (الحسين، ٢٠١١: ٨٣)

* الصدق النظري **Nomological Validity**:

يعني مدى الاعتماد في إعداد أداة القياس في الدراسة على النظريات والأبحاث السابقة والمبادئ المتعارف عليها في نفس المجال .

* الصدق التجميعي **Convergent Validity**:

يحدد درجة ترابط المفاهيم والعبارات التي تقيس الشيء ذاته مع الدرجة الإجمالية للمقياس، فكلما زادت درجة الارتباط في المقياس لكافة المتغيرات أو العبارات المراد قياسها كلما دل ذلك على أن أداة القياس تحقق الهدف الذي صُممت من أجله.

بناءً عليه ولتحقيق صدق المحتوى وصدق التمايز والصدق النظري، استعان الباحث في إعداد المقاييس بالدراسات السابقة، والمراجع النظرية مع القيام بإجراء التعديلات المناسبة وذلك تبعاً لطبيعة البحث، أما بالنسبة لاختبار صدق المقاييس إحصائياً فقد استخدم الباحث أسلوب التحليل العاملي الاستكشافي Exploratory Factor Analysis والذي "يهدف إلى فحص البيانات بغرض البحث عن الهيكل الذي

يعبر عن مجموعة من المتغيرات، وبالتالي فهو أداة لتقليل البيانات مستخدماً طريقة المكونات الأساسية Principal Component، وطريقة التباين الأقصى Varimax العمودية بالنسبة لتدوير محاور مصفوفة الارتباط، والهدف من التدوير هو إعادة توزيع تشعبات المتغيرات على العوامل حتى لا يستحوذ العامل الأول أو العوامل الأولى على أكبر قدر من التشعبات، ويكون ذلك على حساب بقية العوامل (الرفاعي و آخرون، ٢٠٠٠: ١٩٧)، كما يمكن الحكم على الصدق التجميحي للمقياس المستخدم في حال توفرت في نتائج التحليل العاملي ما يلي:

١. معيار نسبة التباين: وهو "التباين الإجمالي المفسر لكل العوامل، ولا يوجد حد أدنى يطبق دائماً لهذه النسبة، ومع ذلك يتفق الباحثون في مجال العلوم الاجتماعية مثل الاقتصاد أن نسبة ٦٠% أو أكثر تكون مقبولة (رزق الله، عايدة نخلة، ٢٠٠٢: ٣٤١).
٢. الجذر الكامن: Eigen values يجب أن لا يقل الجذر الكامن للعامل قبل التدوير عن (١) حتى يمكن القول بأنه معنوي إحصائياً، ويمكن تعريف الجذر الكامن بأنه: "مجموع التباين الكلي المستخلص بواسطة العامل (Hair, F, 1998: 134).
٣. تشعب العوامل: ولمعرفة متى يكون تشعب العوامل معنوياً ودال إحصائياً بالاستناد إلى حجم العينة يمكن النظر إلى الجدول رقم (٤-٥) (رزق الله، عايدة نخلة، 2002: ٣٤١) الذي يوضح ذلك، وبما أن حجم العينة في هذا البحث يساوي (١٢٩) مفردة، يمكن اعتبار التشعب معنوياً ودالاً إحصائياً إذا كانت القيمة المطلقة لذلك التشعب أكبر أو تساوي (٠.٥٠).

جدول رقم (٤-٥): معنوية التشعب وفقاً لحجم العينة

وزن العامل (بالقيم المطلقة)	حجم العينة المناسب (أكبر أو يساوي)
٠.٣٠	٣٥٠
٠.٣٥	٢٥٠
٠.٤٠	٢٠٠
٠.٤٥	١٥٠
٠.٥٠	١٢٠
٠.٥٥	١٠٠

ولإثبات الدق التجميعي قام الباحث بإجراء التحليل العاملي كما هو موضح في الفقرة التالية

٤-١-٥: التحليل العاملي:

من أجل الوصول إلى نتائج مقبولة عن طريق أسلوب التحليل العاملي المطبق في هذا البحث يجب أن تتمتع المقاييس المستخدمة فيما يخص جميع المحاور المتعلقة بالمتغيرات الأصلية للدراسة بالصدق التجميعي **Convergent Validity**، وللوصول إلى ذلك يجب أن تتحقق الشروط التالية:

١. تحقق شروط استخدام التحليل العاملي الرئيسة وهي:

أ- أن تكون القيمة المطلقة لمحدد مصفوفة معاملات الارتباط غير مساوية للصفر $|R| \neq 0$.

ب- اجتياز اختبار مقياس **Kaiser-Meyer- Olkin (KMO)**، للدلالة على كفاية حجم العينة على نحو جيد، "علماً أن الحد غير المقبول هو أقل من (٠.٥٠) (Leech، 2005: 245).

ت- تحقيق درجة المعنوية لاختبار **Bartlett**، والتي تشترط أن تكون قيمة هذا الاختبار أقل من (٠.٠٥)، للدلالة على وجود ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات، تكفي لاستخدام تحليل أسلوب العاملي.

٢. أن تكون تشبعات عبارات المقياس على كل عامل من العوامل المستخرجة، أكبر من حد القبول المناسب (٠.٥٠) لحجم عينة أكبر من (١٢٠) وأقل من (١٥٠) مفردة، كما يجب أن تكون كافة قيم الجذر الكامن بعد التدوير ولكل العوامل أكبر من الواحد لتحقيق معيار الجذر الكامن.

٣. أن تكون نسبة التباين المفسر بواسطة العوامل المستخلصة مجتمعة أكبر من "الحد الأدنى المقبول في البحوث الاجتماعية (٦٠%) (رزق الله، ٢٠٠٢: ٣٤٨).

١. اختبار صلاحية صدق مقياس محور جودة النظام:

لاختبار صلاحية صدق مقياس محور جودة النظام، لا بد لنا من معرفة عبارات هذا المحور

والتي تعبر عن المتغيرات الأصلية له، ويمكن إدراج هذه العبارات في الجدول التالي:

الجدول رقم (٤-٦) الممثل لعبارات محور جودة النظام (القسم الأول)

عبارات	عبارات المقياس لكل محور
المحور الأول	

Q1	هناك دعم ومساهمة من قبل الإدارة العليا في عملية تشغيل وتحديث نظم المعلومات المالية في المصرف
Q2	يُمكن نظام المعلومات المالي الحالي من جمع البيانات وتشغيلها بطريقة سهلة
Q3	يتوفر أجهزة حاسوبية متطورة في المصرف
Q4	يتوفر لدى المصرف أجهزة إدخال وإخراج وتخزين للبيانات متطورة
Q5	يستخدم برمجيات متطورة تسهل عملية التنقيب عن البيانات
Q6	يملك المصرف مخازن بيانات متطورة يمكن الوصول إليها بسهولة من قبل المعنيين
Q7	يتوفر لدى المصرف شبكة اتصالات فعالة توفر المشاركة الواسعة في المعلومات داخل المصرف وخارجه.
Q8	تقوم الإدارة بالتحديث المستمر لتقنيات نظم المعلومات المتوفرة لدى المصرف

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة المعدة لهذا البحث.

أما نتائج التحليل العملي الخاص بالعبارات الممثلة لمتغيرات محور جودة النظام وتشبع تلك المتغيرات بالعوامل الممثلة لها فيمكن إدراجها بالجدول رقم (٤-٧) التالي:

الجدول رقم(٤-٧): نتائج التحليل العملي لمقياس محور جودة النظام (القسم الأول)

تشبعات العوامل		عبارات المحور الثاني
Factor2	Factor1	
امتلاك مخازن بيانات متطورة	توفر حواسيب متطورة	
--	0.825	Q1
--	0.722	Q2
--	0.848	Q3
--	0.627	Q4
0.856	--	Q5
0.894	--	Q6
--	0.583	Q7
0.565	--	Q8
٢.٣٩	٢.٨٩	الجنر الكامن بعد التدوير
٢٩.٩٦٣	36.186	النسبة المنوية للتباين المفسر
٦٦.١٤٩	36.186	النسبة المنوية التراكمية للتباين المفسر

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

يتضح من الجدول السابق أنه قد تمّ استخلاص عاملين من جميع العبارات المتعلقة بالمتغيرات التابعة لمحور جودة النظام، وقد فسّر هذان العاملان ما نسبته (٦٦.١٤٩%) من التباين الكلي للعبارات في هذا المحور، وهذه العوامل هي:

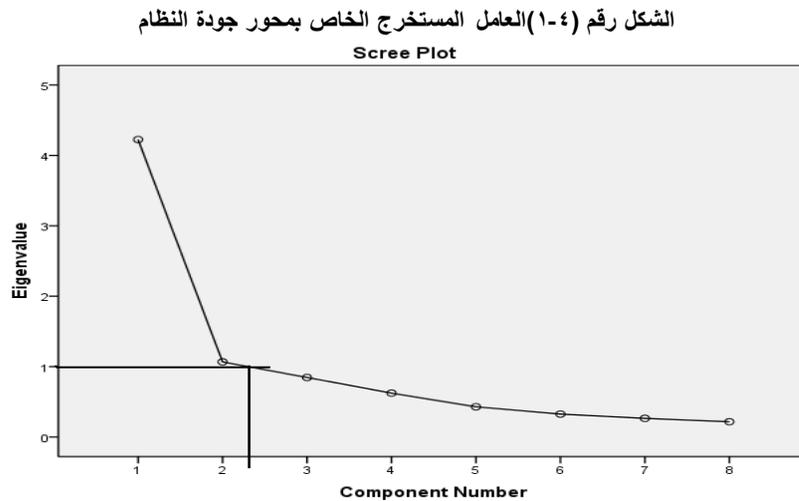
العامل الأول:

تم تحميل هذا العامل بخمس عبارات، وقد فسّر هذا العامل ما نسبته (٣٦.١٨٦%) من التباين الكلي للعبارات.

العامل الثاني:

تم تحميل هذا العامل بثلاث عبارات، وقد فسّر هذا العامل ما نسبته (٢٩.٩٦٣%) من التباين الكلي للعبارات.

يمكن تمثيل العاملين المستخرجين والخاصين بهذا المحور وفقاً لاختبار سكري الركامي الذي أوجده العالم كاتيل بالشكل البياني رقم (٤-١) في الصفحة التالية:



الشكل من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

مما سبق نستطيع القول: بأن المقاييس المستخدمة في هذا البحث فيما يخص المحور أو القسم المتعلق بالمتغيرات العائدة لمحور جودة النظام، تتمتع جميعها بالصدق التجميعي **Convergent Validity** وذلك للأسباب التالية:

١. تحقق شروط استخدام التحليل العاملي الرئيسية وهي:

▪ أن تكون القيمة المطلقة لمحدد مصفوفة معاملات الارتباط لا تساوي الصفر $|R| \neq 0$ وقد بلغت

قيمة المحدد هنا $\text{Determinant} = 0.019$.

- مقياس **Kaiser-Meyer- Olkin (KMO)** والذي قيمته تساوي (٠.٨١٨) وهو أكبر من الحد الأدنى المرغوب (٠.٧٠)، وهذا يدل على كفاية حجم العينة على نحو جيد، "علماً أن الحد غير المقبول هو أقل من (٠.٥٠).
- درجة المعنوية لاختبار **Bartlett** تساوي (٠.٠٠٠)، وهي أقل من (٠.٠٥)، أي يوجد ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات، تكفي لاستخدام أسلوب التحليل العاملي، والجدول رقم (٤-٨) التالي يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**.

الجدول رقم (٤-٨) يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**

٠.٨١٨		اختبار KMO
٤٩١.٧٩	كاي Approx. Chi-Square تربيع	اختبار Bartlett
٢٨	درجات الحرية df	
٠.٠٠٠٠	. المعنوية Sig.	

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

٢. كانت تشبعات عبارات المقياس على العاملين المستخرجين قوية، وأكبر من حد القبول المناسب (٠.٥٠) لحجم عينة أكبر من (١٢٠) وأقل من (١٥٠) مفردة، كما أن قيم الجذر الكامن بعد التدوير للعاملين المستخرجين أكبر من الواحد، وهو محقق لمعيار الجذر الكامن.
٣. كانت نسبة التباين المفسر بواسطة العاملين المستخلصين (٦٦.١٤٩%)، وهي أكبر من الحد الأدنى المقبول في البحوث الاجتماعية (٦٠%)، حيث كانت كافة نسب التباين التي يفسرها كل عامل على حدة تفوق ٠.٠٥% المطلوبة في العلوم الاجتماعية.

٢. اختبار صلاحية صدق مقياس محور جودة المعلومات:

لاختبار صلاحية صدق مقياس محور جودة المعلومات، لا بد لنا من معرفة عبارات هذا المحور والتي تعبر عن المتغيرات الأصلية له، ويمكن إدراج هذه العبارات في الجدول التالي:

الجدول رقم (٤-٩) الممثل لعبارات محور جودة المعلومات (القسم الأول)

عبارات المحور الأول	عبارات المقياس لكل محور
------------------------	-------------------------

Q1	المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات المالي تلبية حاجة متخذ القرار
Q2	المعلومات المالية المتاحة لصانع القرار دقيقة وتصف ما يحدث بدقة
Q3	المعلومات المالية المتاحة حديثة
Q4	المعلومات المالية المتاحة خالية من الخطأ والتحيز
Q5	المعلومات المالية المتاحة واضحة ومعبرة
Q6	تتمتع المعلومات المالية المتاحة بدرجة عالية من المرونة
Q7	يتم تزويد المديرين بالمعلومات المالية بالسرعة المناسبة

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على الإستبانة المعدة لهذا البحث.

أما نتائج التحليل العاملي الخاص بالعبارات الممثلة لمتغيرات محور جودة المعلومات وتشعب تلك

المتغيرات بالعوامل الممثلة لها فيمكن إدراجها بالجدول التالي:

الجدول رقم (٤-١٠): نتائج التحليل العاملي لمقياس محور جودة المعلومات (القسم الأول)

تشعبات العوامل		عبارات المحور الثاني
Factor2	Factor1	
مرونة المعلومات	دقة المعلومات	
--	0.755	Q1
--	0.844	Q2
--	0.827	Q3
0.576 بعاملين	0.534 تحذف لتشعبها	Q4
0.811	--	Q5
0.867	--	Q6
تشعبها--	-- تحذف لعدم	Q7
٢.٣٩	٢.٨٩	الجنر الكامن بعد التدوير
٣٠.٢٤٣	36.252	النسبة المنوية للتباين المفسر
٦٦.٤٩٥	36.252	النسبة المنوية التراكمية للتباين المفسر

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

يتضح من الجدول السابق أنه قد تم استخلاص عاملين من جميع العبارات المتعلقة بالمتغيرات

التابعة لمحور جودة المعلومات، وقد فسّر هذان العاملان ما نسبته (٦٦.٤٩٥%) من التباين الكلي

للعبارات في هذا المحور، وهذه العوامل هي:

العامل الأول:

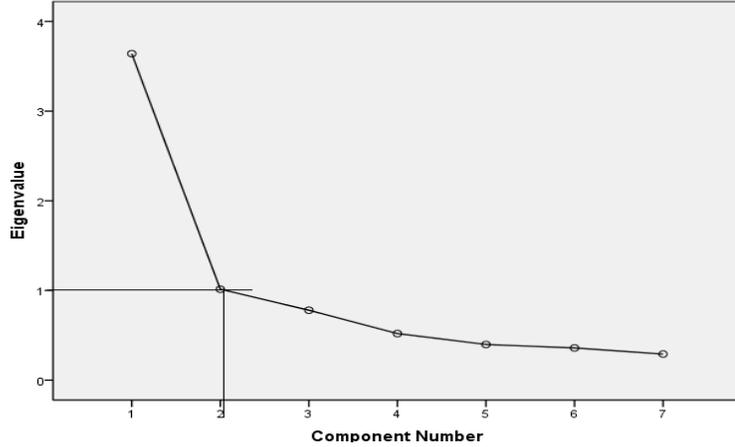
تم تحميل هذا العامل بثلاث عبارات، وقد فسّر هذا العامل ما نسبته (٣٦.٢٥٢%) من التباين

الكلي للعبارات.

العامل الثاني:

تم تحميل هذا العامل بعبارتين، وقد فسّر هذا العامل ما نسبته (٣٠.٢٤٣%) من التباين الكلي للعبارات، وقد تم حذف عبارتين إحداهما لتشبعها بأكثر من عامل، والثانية لعدم تشبعها بأي عامل. يمكن تمثيل العاملين المستخرجين والخاصين بهذا المحور وفقاً لاختبار سكري الركامي الذي أوجده العالم كاتيل بالشكل البياني رقم (٢-٤) التالي:

الشكل رقم (٢-٤) العامل المستخرج الخاص بمحور جودة المعلومات
Scree Plot



الشكل من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

مما سبق نستطيع القول: بأن المقاييس المستخدمة في هذا البحث فيما يخص المحور أو القسم المتعلق بالمتغيرات العائدة لمحور جودة المعلومات تتمتع جميعها بالصدق التجميعي **Convergent Validity** وذلك للأسباب التالية:

١. تحقق شروط استخدام التحليل العاملي الرئيسية وهي:

- أن تكون القيمة المطلقة لمحدد مصفوفة معاملات الارتباط لا تساوي الصفر $|R| \neq 0$ وقد بلغت قيمة المحدد هنا $0.062 = \text{Determinant}$.
- مقياس **Kaiser-Meyer- Olkin (KMO)** والذي قيمته تساوي (٠.٨١٢) وهو أكبر من الحد الأدنى المرغوب (٠.٧٠)، وهذا يدل على كفاية حجم العينة على نحو جيد، "علماً أن الحد غير المقبول هو أقل من (٠.٥٠).
- درجة المعنوية لاختبار **Bartlett** تساوي (٠.٠٠٠)، وهي أقل من (٠.٠٥)، أي يوجد ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات، تكفي لاستخدام أسلوب التحليل العاملي، والجدول رقم (٤-٤)

(١١) يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**.

الجدول رقم (٤-١١) يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**

٠.٨١٢		اختبار KMO
٣٤٧.٤٩	كاي تربيع Approx. Chi-Square	اختبار Bartlett
٢١	درجات الحرية df	
٠.٠٠٠٠	. المعنوية Sig	

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

٢. كانت تشبعات عبارات المقياس على العاملين المستخرجين قوية، وأكبر من حد القبول المناسب (٠.٥٠) لحجم عينة أكبر من (١٢٠) وأقل من (١٥٠) مفردة، كما أن قيم الجذر الكامن بعد التدوير للعاملين المستخرجين أكبر من الواحد وهو محقق لمعيار الجذر الكامن.

٣. كانت نسبة التباين المفسر بواسطة العاملين المستخلصين (٦٦.٤٩٥%) وهي أكبر من الحد الأدنى المقبول في البحوث الاجتماعية (٦٠%)، حيث كانت كافة نسب التباين التي يفسرها كل عامل على حدة تفوق ٠.٠٥% المطلوبة في العلوم الاجتماعية.

٣. اختبار صلاحية صدق مقياس محور رضا المستخدم:

لاختبار صلاحية صدق مقياس محور رضا المستخدم، لا بد لنا من معرفة عبارات هذا المحور

والتي تعبر عن المتغيرات الأصلية له، ويمكن إدراج هذه العبارات في الجدول التالي:

الجدول رقم (٤-١٢) الممثل لعبارات محور رضا المستخدم (القسم الأول)

عبارات المقاييس لكل محور	عبارات المحور الثالث
نظام المعلومات المالي الحالي يعتمد على أحدث الأجهزة والبرمجيات	Q1
يتلقى العاملون في النظام التدريب المستمر	Q2
يوفر النظام بيئة عمل مريحة (صديق للمستخدم)	Q3
يتم تحديث النظام وصيانته بشكل مستمر	Q4
يوجد مركز للدعم الفني في حال الأعطال	Q5
يُمكن النظام الحالي المستخدمين من جمع البيانات ومعالجتها بوقت وجهد قليل.	Q6
يحسن النظام من إنتاجية المستخدمين (إنتاجية العمل)	Q7
يسمح النظام للمستخدمين بالتفاعل المباشر مع النظام إبداء آرائهم	Q8

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة المعدة لهذا البحث.

أما نتائج التحليل العملي الخاص بالعبارات الممثلة لمتغيرات محور رضا المستخدم وتشبع

تلك المتغيرات بالعوامل الممثلة لها فيمكن إدراجها بالجدول التالي:

الجدول رقم (٤-١٣): نتائج التحليل العملي لمقياس محور رضا المستخدم (القسم الأول)

تشبعات العوامل		عبارات المحور الثاني
Factor2	Factor1	
السماح بإبداء الرأي	اعتماد النظام على البرمجيات	
--	0.840	Q1
--	0.814	Q2
--	0.806	Q3
بأي عامل	تحذف لعدم تشبعها	Q4
--	0.672	Q5
0.804	--	Q6
0.619	--	Q7
0.818	--	Q8
٢.١٤	٢.٨٩	الجنر الكامن بعد التدوير
٢٦.٨١٠	36.160	النسبة المنوية للتباين المفسر
٦٢.٩٧٠	36.160	النسبة المنوية التراكمية للتباين المفسر

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

يتضح من الجدول السابق أنه قد تم استخلاص عاملين من جميع العبارات المتعلقة بالمتغيرات التابعة لمحور رضا المستخدم، وقد فسّر هذان العاملان ما نسبته (٦٢.٩٧٠%) من التباين الكلي للعبارات في هذا المحور، وهذه العوامل هي:

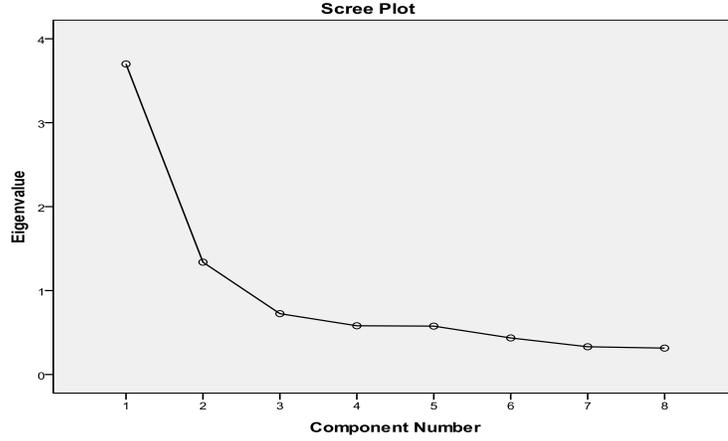
العامل الأول:

تم تحميل هذا العامل بأربع عبارات، وقد فسّر هذا العامل ما نسبته (٣٦.١٦٠%) من التباين الكلي للعبارات.

العامل الثاني:

تم تحميل هذا العامل بثلاث عبارات، وقد فسّر هذا العامل ما نسبته (٢٦.٨١٠%) من التباين الكلي للعبارات، وحذفت عبارة لعدم تشبعها بأي عامل. يمكن تمثيل العاملين المستخرجين والخاصين بهذا المحور وفقاً لاختبار سكري الركامي الذي أوجده العالم كاتيل بالشكل البياني رقم (٤-٣) التالي:

الشكل رقم (٤-٣) العامل المستخرج الخاص بمحور رضا المستخدم



الشكل من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

مما سبق نستطيع القول: بأن المقاييس المستخدمة في هذا البحث فيما يخص المحور أو القسم المتعلق بالمتغيرات العائدة لمحور رضا المستخدم تتمتع جميعها بالصدق التجميعي **Convergent Validity** وذلك للأسباب التالية:

١. تحقق شروط استخدام التحليل العاملي الرئيسية وهي:

- أن تكون القيمة المطلقة لمحدد مصفوفة معاملات الارتباط لا تساوي الصفر $|R| \neq 0$ وقد بلغت قيمة المحدد هنا $0.054 = \text{Determinant}$.
- مقياس **Kaiser-Meyer- Olkin (KMO)** والذي قيمته تساوي (0.820) وهو أكبر من الحد الأدنى المرغوب (0.70) ، وهذا يدل على كفاية حجم العينة على نحو جيد، "علماً أن الحد غير المقبول هو أقل من (0.50) ".
- درجة المعنوية لاختبار **Bartlett** تساوي (0.000) ، وهي أقل من (0.05) ، أي يوجد ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات، تكفي لاستخدام أسلوب التحليل العاملي، والجدول رقم (٤-١٤) في الصفحة التالية يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**.

الجدول رقم (٤-١٤) يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**

٠.٨٢٠	اختبار KMO
٣٦٢.٥٣	اختبار Bartlett
Approx. Chi-Square كاي تربيع	

٢٨	درجات الحرية df
٠.٠٠٠٠	المعنوية Sig.

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

٢. كانت تشبعات عبارات المقياس على العاملين المستخرجين قوية، وأكبر من حد القبول المناسب (٠.٥٠) لحجم عينة أكبر من (١٢٠) وأقل من (١٥٠) مفردة، كما أن قيم الجذر الكامن بعد التدوير للعاملين المستخرجين أكبر من الواحد، وهو محقق لمعيار الجذر الكامن.

٣. كانت نسبة التباين المفسر بواسطة العاملين المستخلصين (٦٢.٩٧٠%) وهي أكبر من الحد الأدنى المقبول في البحوث الاجتماعية (٦٠%)، حيث كانت كافة نسب التباين التي يفسرها كل عامل على حدة تفوق ٠.٠٥% المطلوبة في العلوم الاجتماعية.

٤. اختبار صلاحية صدق مقياس محور أمن المعلومات

لاختبار صلاحية صدق مقياس محور أمن المعلومات، لا بد لنا من معرفة عبارات هذا المحور

والتي تعبر عن المتغيرات الأصلية له، ويمكن إدراج هذه العبارات في الجدول التالي:

الجدول رقم (٤-١٥) الممثل لعبارات محور أمن المعلومات (القسم الأول)

عبارات المقياس لكل محور	عبارات مقياس المحور الرابع
يحتوي نظام المعلومات المالي على مميزات تعمل على حماية المعلومات وبيانات العملاء	Q1
قواعد البيانات التي يستخدمها النظام محمية ضد القرصنة والسرقة	Q2
يتم نقل البيانات بين مختلف أجزاء النظام على شكل رسائل مشفرة يصعب فكها أو تخريبها	Q3
النظام محمي ضد الفيروسات والقرصنة والتلصص	Q4
يتوفر لدى المصرف أنظمة أمن الشبكات والأجهزة	Q5
صلاحيات الدخول للنظام تعطى حسب المستويات الإدارية وباستعمال تقنية كلمات السر	Q6

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة المعدة لهذا البحث.

أما نتائج التحليل العاملي الخاص بالعبارات الممثلة لمتغيرات محور أمن المعلومات وتشبع

تلك المتغيرات بالعوامل الممثلة لها فيمكن إدراجها بالجدول التالي:

الجدول رقم (٤-١٦): نتائج التحليل العاملي لمقياس محور أمن المعلومات (القسم الأول)

تشبعات العوامل	عبارات مقياس المحور الرابع
Factor1	

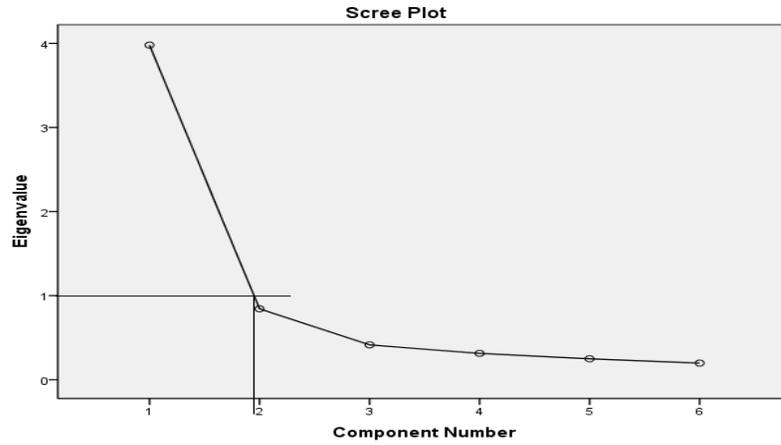
النقل المشفر للبيانات	
0.847	Q1
0.868	Q2
0.890	Q3
0.611	Q4
0.839	Q5
0.800	Q6
٣.98	الجذر الكامن بعد التدوير
66.328	النسبة المئوية للتباين المفسر
66.328	النسبة المئوية التراكمية للتباين المفسر

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

يتضح من الجدول السابق أنه قد تم استخلاص عامل واحد من جميع العبارات المتعلقة بالمتغيرات التابعة لمحور أمن المعلومات وقد فسر هذا العامل ما نسبته (66.328%) من التباين الكلي للعبارات في هذا المحور.

ويمكن تمثيل العامل المستخرج والخاص بهذا المحور وفقاً لاختبار سكري الركامي الذي أوجده العالم كاتيل بالشكل البياني رقم (٤-٤) التالي:

الشكل رقم (٤-٤) العامل المستخرج الخاص بمحور أمن المعلومات



الشكل من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

مما سبق نستطيع القول: بأن المقاييس المستخدمة في هذا البحث فيما يخص المحور أو القسم المتعلق بالمتغيرات العائدة لمحور أمن المعلومات تتمتع جميعها بالصدق التجميعي **Convergent Validity** وذلك للأسباب التالية:

١. تحقق شروط استخدام التحليل العاملي الرئيسية وهي:

▪ أن تكون القيمة المطلقة لمحدد مصفوفة معاملات الارتباط لا تساوي الصفر $|R| \neq 0$ وقد بلغت قيمة المحدد هنا $0.022 = \text{Determinant}$.

▪ مقياس **Kaiser-Meyer- Olkin (KMO)** والذي قيمته تساوي (٠.٨٦٦) وهو أكبر من الحد الأدنى المرغوب (٠.٧٠)، وهذا يدل على كفاية حجم العينة على نحو جيد، "علمياً" أن الحد غير المقبول هو أقل من (٠.٥٠).

▪ درجة المعنوية لاختبار **Bartlett** تساوي (٠.٠٠٠)، وهي أقل من (٠.٠٥)، أي يوجد ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات، تكفي لاستخدام أسلوب التحليل العاملي، والجدول رقم (٤-١٧) يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**.

الجدول رقم (٤-١٧) يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**

٠.٨٦٦		اختبار KMO
٤٧٩.٩٨	كاي تربيع Approx. Chi-Square	اختبار Bartlett
١٥	درجات الحرية df	
٠.٠٠٠	. المعنوية Sig.	

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

٢. كانت تشبعات عبارات المقياس على العامل المستخرج قوية، وأكبر من حد القبول المناسب (٠.٥٠) لحجم عينة أكبر من (١٢٠) وأقل من (١٥٠) مفردة. كما أن قيم الجذر الكامن بعد التدوير لهذا العامل أكبر من الواحد، وهو محقق لمعيار الجذر الكامن.

٣. كانت نسبة التباين المفسر بواسطة العامل المستخلص (٦٦.٣٢٨ %) وهي أكبر من الحد الأدنى المقبول في البحوث الاجتماعية (٦٠%).

٥. اختبار صلاحية صدق مقياس محور تخفيض تكاليف المصرف

لاختبار صلاحية صدق مقياس محور تخفيض تكاليف المصرف، لا بد لنا من معرفة عبارات

هذا المحور والتي تعبر عن المتغيرات الأصلية له، ويمكن إدراج هذه العبارات في الجدول التالي:

الجدول رقم (٤-١٨) الممثل لعبارات محور تخفيض تكاليف المصرف (القسم الثاني)

عبارات مقياس المحور الأول	عبارات المقياس لكل محور
Q1	يساهم النظام المالي الحالي في تخفيض تكلفة تقديم الخدمة المصرفية

يوفر النظام المالي الحالي طرق دقيقة وسهلة لتسعير الخدمة المصرفية	Q2
يعمل النظام في تخفيض تكلفة المراجعة الداخلية لحسابات المصرف	Q3
يعمل النظام المالي الحالي على تخفيض تكلفة الرقابة المالية	Q4
يسهل النظام المالي الحالي في تخفيض تكلفة العمليات في المصرف	Q5
يساعد النظام المالي الحالي على تقليل التكاليف غير الضرورية	Q6
يساعد النظام المالي الحالي المصرف على أن يكون رائداً في مجال تخفيض التكلفة مقارنة مع المنافسين	Q7

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة المعدة لهذا البحث.

أما نتائج التحليل العاملي الخاص بالعبارات الممثلة لمتغيرات محور تخفيض تكاليف

المصرف وتشبع تلك المتغيرات بالعوامل الممثلة لها فيمكن إدراجها بالجدول التالي:

الجدول رقم(٤-١٩): نتائج التحليل العاملي لمقياس محور تخفيض تكاليف المصرف (القسم الثاني)

عبارات مقياس المحور الأول	تشبعات العوامل Factor1
المساهمة في تخفيض تكلفة العمليات المصرفية	
Q1	0.787
Q2	0.743
Q3	0.822
Q4	0.830
Q5	0.883
Q6	0.816
Q7	0.630
الجذر الكامن بعد التدوير	٤.37
النسبة المئوية للتباين المفسر	٦٢.٥٥١
النسبة المئوية التراكمية للتباين المفسر	٦٢.٥٥١

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

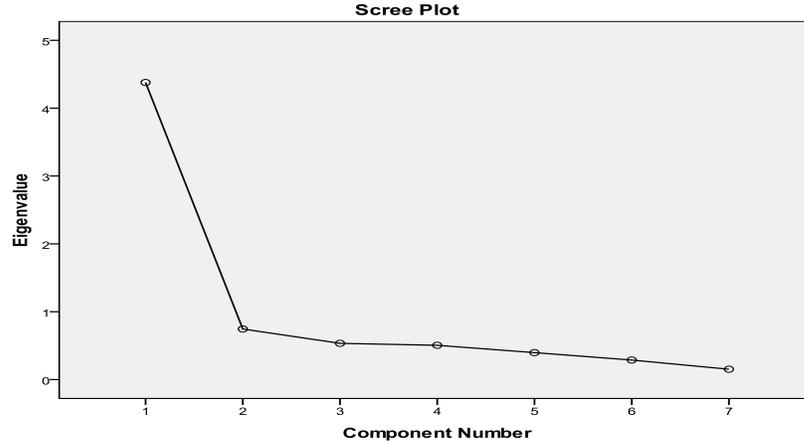
يتضح من الجدول السابق أنه قد تم استخلاص عامل واحد من جميع العبارات المتعلقة

بالمتغيرات التابعة لمحور تخفيض تكاليف المصرف، وقد فسّر هذا العامل ما نسبته (٦٢.٥٥١%) من

التباين الكلي للعبارات في هذا المحور، ويمكن تمثيل العامل المستخرج والخاص بهذا المحور وفقاً لاختبار

سكري الركامي الذي أوجده العالم كاتيل بالشكل البياني رقم (٤-٥) التالي:

الشكل رقم (٤-٥) العامل المستخرج الخاص بمحور تخفيض التكاليف



الشكل من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

مما سبق نستطيع القول: بأن المقاييس المستخدمة في هذا البحث فيما يخص المحور أو القسم المتعلق بالمتغيرات العائدة لمحور تخفيض تكاليف المصرف تتمتع جميعها بالصدق التجميعي **Convergent Validity** وذلك للأسباب التالية:

١. تحقق شروط استخدام التحليل العاملي الرئيسية وهي:

▪ أن تكون القيمة المطلقة لمحدد مصفوفة معاملات الارتباط لا تساوي الصفر $|R| \neq 0$ وقد بلغت قيمة المحدد هنا $0.015 = \text{Determinant}$.

▪ مقياس **Kaiser-Meyer- Olkin (KMO)** والذي قيمته تساوي (٠.٨٦٩) وهو أكبر من الحد الأدنى المرغوب (٠.٧٠)، وهذا يدل على كفاية حجم العينة على نحو جيد، "علمياً أن الحد غير المقبول هو أقل من (٠.٥٠).

▪ درجة المعنوية لاختبار **Bartlett** تساوي (٠.٠٠٠)، وهي أقل من (٠.٠٥)، أي يوجد ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات، تكفي لاستخدام أسلوب التحليل العاملي، والجدول رقم (٤-٢٠) في الصفحة التالية يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**.

الجدول رقم (٤-٢٠) يوضح نتائج اختبار KMO and Bartlett	
٠.٨٦٩	KMO اختبار
٥٢١.٦٢	كاي تربيع Approx. Chi-Square اختبار Bartlett

٢١	درجات الحرية df
٠.٠٠٠٠	. المعنوية Sig

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

٢. كانت تشبعتات عبارات المقياس على العامل المستخرج قوية، وأكبر من حد القبول المناسب (٠.٥٠) لحجم عينة أكبر من (١٢٠) وأقل من (١٥٠) مفردة. كما أن قيم الجذر الكامن بعد التدوير لهذا العامل أكبر من الواحد، وهو محقق لمعيار الجذر الكامن.

٣. كانت نسبة التباين المفسر بواسطة العامل المستخلص (٦٢.٥٥١ %)، وهي أكبر من الحد الأدنى المقبول في البحوث الاجتماعية (٦٠%).

٦. اختبار صلاحية صدق مقياس محور جودة الخدمة المصرفية:

لاختبار صلاحية صدق مقياس محور جودة الخدمة المصرفية، لا بد لنا من معرفة عبارات هذا المحور والتي تعبر عن المتغيرات الأصلية له، ويمكن إدراج هذه العبارات في الجدول التالي:
الجدول رقم (٤-٢١) الممثل لعبارات محور جودة الخدمة المصرفية (القسم الثاني)

عبارات المحور الثاني	عبارات المقياس لكل محور
Q1	يساعد نظام المعلومات المالي الحالي على تقديم خدمات ذات جودة عالية تفوق ما يقدمه المنافسين
Q2	يساعد النظام الحالي على تقديم الخدمة المصرفية بطرق مبتكرة
Q3	يساهم النظام الحالي في تبني مفهوم إدارة الجودة الشاملة
Q4	يوفر النظام الحالي تغذية عكسية من العميل عن جودة الخدمة المصرفية
Q5	يساعد النظام الحالي على التحسين المستمر في جودة الخدمة المصرفية
Q6	يساهم النظام الحالي في عملية تخطيط الجودة
Q7	يساهم النظام الحالي في ترسيخ سمعة المصرف في ذهن العملاء
Q8	يساهم النظام الحالي في تقليل زمن تقديم الخدمة

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة المعدة لهذا البحث.

أما نتائج التحليل العاملي الخاص بالعبارات الممثلة لمتغيرات محور جودة الخدمة المصرفية

وتشبع تلك المتغيرات بالعوامل الممثلة لها فيمكن إدراجها بالجدول التالي:

الجدول رقم (٤-٢٢): نتائج التحليل العاملي لمقياس محور جودة الخدمة المصرفية (القسم الثاني)

تشبعتات العوامل		عبارات
Factor2	Factor1	

المحور الثاني	تقديم الخدمة بزمان بسيط	ترسيخ سمعة المصرف
Q1	0.713	--
Q2	0.651	--
Q3	0.752	--
Q4	0.655	--
Q5	--	0.528
Q6	--	0.829
Q7	--	0.864
Q8	0.790	--
الجنر الكامن بعد التدوير	2.64	1.86
النسبة المئوية للتباين المفسر	35.033	25.269
النسبة المئوية التراكمية للتباين المفسر	35.033	60.302

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

يتضح من الجدول السابق أنه قد تم استخلاص عاملين من جميع العبارات المتعلقة بالمتغيرات التابعة لمحور جودة الخدمة المصرفية، وقد فسّر هذان العاملان ما نسبته (60.302%) من التباين الكلي للعبارات في هذا المحور، وهذه العوامل هي:

العامل الأول:

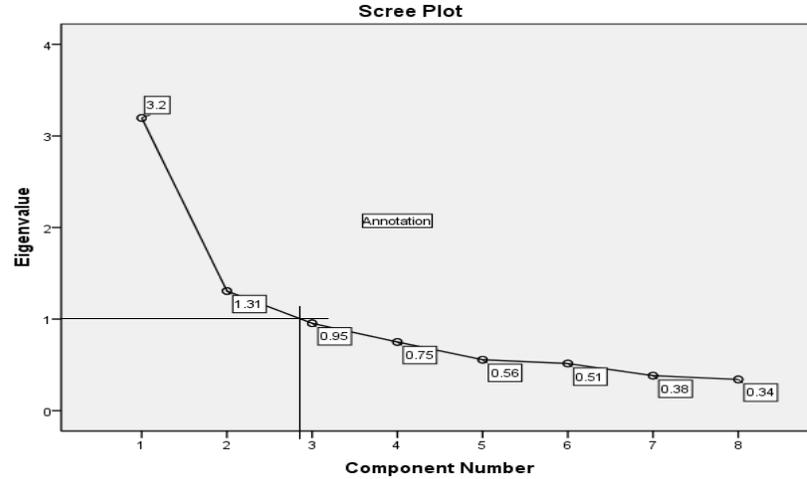
تم تحميل هذا العامل بخمس عبارات، وقد فسّر هذا العامل ما نسبته (35.033%) من التباين الكلي للعبارات.

العامل الثاني:

تم تحميل هذا العامل بثلاث عبارات، وقد فسّر هذا العامل ما نسبته (25.269%) من التباين الكلي للعبارات.

يمكن تمثيل العاملين المستخرجين والخاصين بهذا المحور وفقاً لاختبار سكري الركامي الذي أوجده العالم كاتيل بالشكل البياني رقم (٤-٦) في الصفحة التالية:

الشكل رقم (٤-٦) العامل المستخرج الخاص بمحور جودة الخدمة المصرفية



الشكل من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

مما سبق نستطيع القول: بأن المقاييس المستخدمة في هذا البحث فيما يخص المحور أو القسم المتعلق بالمتغيرات العائدة لمحور جودة الخدمة المصرفية تتمتع جميعها بالصدق التجميعي **Convergent Validity** وذلك للأسباب التالية:

١. تحقق شروط استخدام التحليل العاملي الرئيسية وهي:

- أن تكون القيمة المطلقة لمحدد مصفوفة معاملات الارتباط لا تساوي الصفر $|R| \neq 0$ ، وقد بلغت قيمة المحدد هنا $0.111 = \text{Determinant}$.
- مقياس **Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)** والذي قيمته تساوي (0.764) وهو أكبر من الحد الأدنى المرغوب (0.70) ، وهذا يدل على كفاية حجم العينة على نحو جيد، "علماً أن الحد غير المقبول هو أقل من (0.50) ".
- درجة المعنوية لاختبار **Bartlett** تساوي (0.000) ، وهي أقل من (0.05) ، أي يوجد ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات، تكفي لاستخدام أسلوب التحليل العاملي، والجدول رقم (٤-٢٣) يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**.

الجدول رقم (٤-٢٣) يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**

٠.٧٦٤		اختبار KMO
٢٧٣.٦٦	كاي Approx. Chi-Square تربيع	اختبار Bartlett
٢٨	درجات الحرية df	
٠.٠٠٠٠	. المعنوية Sig.	

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

٢. كانت تشبعات عبارات المقياس على العاملين المستخرجين قوية، وأكبر من حد القبول المناسب (٠.٥٠) لحجم عينة أكبر من (١٢٠) وأقل من (١٥٠) مفردة، كما أن قيم الجذر الكامن بعد التدوير للعاملين المستخرجين أكبر من الواحد، وهو محقق لمعيار الجذر الكامن.

٣. كانت نسبة التباين المفسر بواسطة العاملين المستخلصين (٦٠.٣٠٢%) وهي أكبر من الحد الأدنى المقبول في البحوث الاجتماعية (٦٠%)، حيث كانت كافة نسب التباين التي يفسرها كل عامل على حدة تفوق ٠.٠٥% المطلوبة في العلوم الاجتماعية.

٧. اختبار صلاحية صدق مقياس محور الإبداع المالي

لاختبار صلاحية صدق مقياس محور الإبداع المالي، لا بد لنا من معرفة عبارات هذا المحور والتي تعبر عن المتغيرات الأصلية له، ويمكن إدراج هذه العبارات في الجدول التالي:
الجدول رقم (٤-٢) الممثل لعبارات محور الإبداع المالي (القسم الثاني)

عبارات مقياس المحور الثالث	عبارات المقياس لكل محور
Q1	يساهم النظام المالي الحالي في ابتكار خدمات ومنتجات مالية جديدة
Q2	يساهم النظام الحالي في إدخال التعديلات على المنتجات المالية الحالية
Q3	يساهم النظام الحالي في إيجاد حلول إبداعية للمشاكل التي تواجه المصرف
Q4	يسهل النظام الحالي عمليات البحث والتطوير في المصرف
Q5	يتيح النظام الحالي إمكانية التعلم التلقائي وتطوير مهارات المستخدمين
Q6	يعمل النظام الحالي على تنمية ثقافة الإبداع داخل المصرف

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة المعدة لهذا البحث.

أما نتائج التحليل العاملي الخاص بالعبارات الممثلة لمتغيرات محور الإبداع المالي وتشبع تلك المتغيرات بالعوامل الممثلة لها فيمكن إدراجها بالجدول التالي:

الجدول رقم (٤-٢٥): نتائج التحليل العاملي لمقياس محور الإبداع المالي (القسم الثاني)

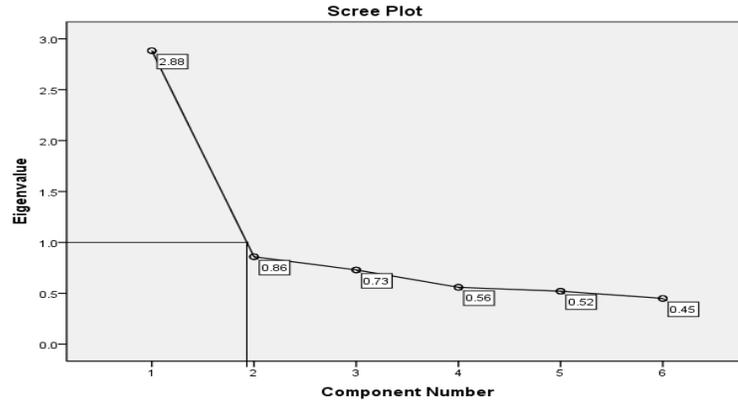
عبارات مقياس المحور الثالث	تشبعات العوامل
	Factor1
	تسهيل عمليات البحث والتطوير
Q1	0.753
Q2	0.650
Q3	0.593
Q4	0.763
Q5	0.712

0.673	Q6
٢.88	الجذر الكامن بعد التدوير
٦٠.٠٥٤	النسبة المئوية للتباين المفسر
٦٠.٠٥٤	النسبة المئوية التراكمية للتباين المفسر

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

يتضح من الجدول السابق أنه قد تم استخلاص عامل واحد من جميع العبارات المتعلقة بالمتغيرات التابعة لمحور الإبداع المالي، وقد فسّر هذا العامل ما نسبته (٦٠.٠٥٤%) من التباين الكلي للعبارات في هذا المحور، ويمكن تمثيل العامل المستخرج والخاص بهذا المحور وفقاً لاختبار سكري الركامي الذي أوجده العالم كاتيل بالشكل البياني رقم (٤-٧) التالي:

الشكل رقم (٤-٧) العامل المستخرج الخاص بمحور الإبداع والابتكار المالي



الشكل من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

مما سبق نستطيع القول: بأن المقاييس المستخدمة في هذا البحث فيما يخص المحور أو القسم المتعلق بالمتغيرات العائدة لمحور الإبداع والابتكار المالي تتمتع جميعها بالصدق التجميعي **Convergent Validity** وذلك للأسباب التالية:

١. تحقق شروط استخدام التحليل العاملي الرئيسية وهي:

▪ أن تكون القيمة المطلقة لمحدد مصفوفة معاملات الارتباط لا تساوي الصفر $|R| \neq 0$ ، وقد بلغت قيمة المحدد هنا $0.236 = \text{Determinant}$.

▪ مقياس **Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)** والذي قيمته تساوي (٠.٨٢١)، وهو أكبر من الحد الأدنى المرغوب (٠.٧٠)، وهذا يدل على كفاية حجم العينة على نحو جيد، "علمياً" أن الحد غير المقبول هو أقل من (٠.٥٠).

▪ درجة المعنوية لاختبار **Bartlett** تساوي (٠.٠٠٠)، وهي أقل من (٠.٠٥)، أي يوجد ارتباطات معنوية على الأقل بين بعض المتغيرات، تكفي لاستخدام أسلوب التحليل العاملي، والجدول رقم (٤-٢٦) يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**.

الجدول رقم (٤-٢٦) يوضح نتائج اختبار **KMO and Bartlett**

٠.٨٢١		اختبار KMO
١٨٠.٧٣	كاي تربيع Approx. Chi-Square	اختبار Bartlett
١٥	درجات الحرية df	
٠.٠٠٠٠	. المعنوية Sig.	

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

٢. كانت تشبعات عبارات المقياس على العامل المستخرج قوية، وأكبر من حد القبول المناسب (٠.٥٠) لحجم عينة أكبر من (١٢٠) وأقل من (١٥٠) مفردة. كما أن قيم الجذر الكامن بعد التدوير لهذا العامل أكبر من الواحد، وهو محقق لمعيار الجذر الكامن.
٣. كانت نسبة التباين المفسر بواسطة العامل المستخلص (٦٠.٠٥٤ %)، وهي أكبر من الحد الأدنى المقبول في البحوث الاجتماعية (٦٠%).

٤-٢ المبحث الثاني:

التحليل الإحصائي

يهدف هذا المبحث إلى عرض التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة، حيث عُرض هذا المبحث في ثلاث فقرات حُصصت الأولى: لتوضيح الإحصاء الوصفي لعينة البحث، في حين كُرسَت الفقرة الثانية: لعرض التحليل العاملي، كما تم تخصيص الفقرة الثالثة: لاختبار الفرضيات.

يتألف التحليل الإحصائي لاستمارة (استبانة) البحث من البنود الآتية:

٤-٢-١ : الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistics) لعينة البحث:

أ- توزيع مفردات العينة حسب الجنس:

يوضح الجدول رقم (٤-٢٧) توزيع مفردات العينة حسب الجنس، وذلك من خلال التكرارات والنسب المئوية، حيث بلغ عدد الذكور في العينة /84/ بنسبة بلغت 65.2%، في حين بلغ عدد الإناث /45/ بنسبة بلغت 34.8%، وإن التفوق الكبير لعدد الذكور في العينة على عدد الإناث دليل واضح على تركيز الإدارة على الرجال أكثر من النساء في شغل المناصب الإدارية العليا، فغالباً ما يتم الاعتماد على النساء كموظفين في الصف الإداري الأول، و في الوظائف التي تتطلب اتصال مباشر مع الزبون.

الجدول رقم (٤-٢٧): توزيع مفردات العينة حسب الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	84	65.2	65.2	65.2
أنثى	45	34.8	34.8	100.0
Total	129	100.0	100.0	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

ب - توزيع مفردات العينة حسب الفئة العمرية:

يوضح الجدول رقم (٤-٢٨) توزيع مفردات العينة حسب الفئة العمرية، وذلك من خلال التكرارات والنسب المئوية. الجدول رقم (٤-٢٨): توزيع مفردات العينة وفق الفئة العمرية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ٣٠ سنة فأقل	44	34.1	34.1	34.1
من ٣١ - ٤٠ سنة	25	19.4	19.4	53.5
من ٤١ - ٥٠ سنة	38	29.5	29.5	82.9
٥١ سنة فأكثر	22	17.1	17.1	100.0
Total	129	100.0	100.0	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

يتضح من الجدول رقم (٤-٢٨) أن نسبة من كانت أعمارهم (٣٠) سنة فأقل قد بلغت (34.1%) من عدد أفراد العينة، أما نسبة من تتراوح أعمارهم بين (٣١-٤٠) سنة فقد بلغت (19.4%) من حجم العينة الكلي، أما نسبة من تتراوح أعمارهم بين (٤١-٥٠) سنة فقد بلغت (29.5%) من حجم العينة الكلي، وبلغت نسبة من تتراوح أعمارهم من (٥١) سنة فأكثر (17.1%) من حجم العينة.

تبين النسب المئوية السابقة أن من كانت أعمارهم (٣٠) سنة فأقل يحتلون المرتبة الأولى عند تصنيف العينة حسب العمر بواقع نسبة قدرها (34.1%) من حجم العينة الكلي، وتشير هذه النسبة إلى تمتع المصارف السورية الخاصة موضوع البحث بوجود فئة عمرية شابة ومعظمها من السوريين، أما بالنسبة للفئة الثانية وهم من تتراوح أعمارهم بين (٣١-٤٠) فقد بلغت نسبتهم (١٩.٤%)، الأمر الذي يشير إلى امتلاك المصارف عينة البحث على فئة شابة من ذوي الخبرة الكافية في مجال العمل المصرفي، أما بالنسبة للفئة الثالثة فهي فئة من تتراوح أعمارهم بين (٤١ - ٥٠) سنة، حيث بلغت نسبتهم (29.5%) من الحجم الكلي للعينة، وتعكس هذه النسبة وجود خبرات متوسطة العمر، تعمل في المصارف الخاصة في سورية والبعض منهم من جنسيات عربية غير سورية، أما بالنسبة للفئة الرابعة وهم من تتراوح أعمارهم (٥١) فأكثر سنة، حيث بلغت نسبتهم (١٧.١%) من الحجم الكلي للعينة، وتعكس هذه النسبة وجود خبرات مصرفية قديرة، تعمل في المصارف عينة البحث وجلهم من حملة الشهادات العليا، وبالتالي يمكننا القول: بأن سوق العمالة المصرفية السورية تتمتع بقدر كاف من الخبرة التي تجعلها قادرة على استقطاب المزيد من أصحاب الأموال للاستثمار في مجال الصيرفة التقليدية في سورية.

ج- توزيع مفردات العينة حسب المؤهل العلمي:

يوضح الجدول رقم (٤-٢٩) توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي الذي يحمله أفرادها، وذلك من خلال التكرارات والنسب المئوية المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (٤-٢٩): توزيع أفراد العينة وفق المؤهل العلمي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid بكالوريوس	85	65.9	65.9	65.9
دبلوم	31	24.0	24.0	89.9
ماجستير	11	8.5	8.5	98.4
دكتوراه أو ما يعادلها	2	1.6	1.6	100.0
Total	129	100.0	100.0	

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

يتضح من الجدول السابق أعلاه أن من يحملون إجازة جامعية يحتلون المرتبة الأولى عند تصنيف أفراد العينة حسب المؤهل العلمي، فقد بلغت نسبة من يحملون إجازة جامعية من أفراد العينة (65.9%)، وهذا الأمر طبيعي كون المؤهل العلمي المفضل لدى المؤسسات المصرفية هو التخصص الأكاديمي الجيد والمتمثل بالإجازة الجامعية.

إن مستوى نسبة حملة الإجازة جيد مقارنة مع الشهادات العليا، وهذا الأمر طبيعي وهو عال إلى حد ما ويمكن الاعتماد عليه كأساس عند وضع برامج التطوير الوظيفي للارتقاء بالعمل المصرفي إلى مستويات عالية. أما نسبة الذين يحملون شهادات عليا في عينة البحث (دبلوم) فقد كانت على (24%)، وجاء أصحاب هذه الفئة في المرتبة الثانية، وإن هذه النسبة تشكل ربع أفراد العينة تقريباً، الأمر الذي ينجم عنه وفر في عدد الموظفين الذين يتمتعون بالخبرة الأكاديمية العلمية العالية والعملية الكافية في التعامل مع الظروف والأزمات التي قد تطرأ في السوق المصرفية.

أما بالنسبة لحملة الماجستير والدكتوراه فقد بلغت نسبتهما على التوالي: (٨.٥، ١.٦%) وتشير هاتان النسبتان إلى وجود أصحاب الشهادات العليا ضمن الكوادر الوظيفية للمصارف عينة البحث. حيث يتأسر هؤلاء الإدارات العامة والتنفيذية في تلك المصارف، مما يدل على وجود تطبيق لبعض معايير الحوكمة التي طرحها المصرف المركزي في سورية.

د - توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخدمة الوظيفية:

يوضح الجدول رقم (٤-٣٠) التالي توزيع أفراد العينة حسب القدم الوظيفي والخبرة التي يمتلكها في العمل المصرفي، وذلك من خلال التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة البحث.

الجدول رقم (٤-٣٠): توزيع أفراد عينة البحث وفق الخبرة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ٥ سنوات فأقل	37	28.7	28.7	28.7
من ٦ - ١٠ سنوات	32	24.8	24.8	53.5
من ١١ - ١٥ سنة	35	27.1	27.1	80.6
١٦ سنة فأكثر	25	19.4	19.4	100.0
Total	129	100.0	100.0	

الجدول من إعداد البحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

يشير الجدول رقم (٤-٣٠) السابق إلى أن نسبة من كانت خبرتهم ٥ سنوات وأقل قد بلغت (28.7%)، ويأتي أصحاب هذه الفئة في المرتبة الأولى عند توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخدمة الوظيفية، أما نسبة من تتراوح خبرتهم بين (٦-١٠) سنة فقد بلغت (24.8%)، إذ يأتي أصحاب هذه الفئة في المرتبة الثالثة، وإن نسبة من تتراوح خبرتهم بين (١١-١٥) سنة قد بلغت (27.1%)، ويأتي أصحاب هذه الفئة في المرتبة الثانية، وإن مجموع النسب الثلاث السابقة والبالغ (٨٠.٦%) يشير إلى أن النسبة العظمى من أفراد العينة المشمولة بالبحث تقريباً هم من فئة الشباب ومتوسطي العمر، أما نسبة من بلغت خبرتهم (١٦) سنة فأكثر فقد بلغت (19.4%) من النسبة الكلية للعينة، وتشير هذه النسبة إلى أن خمس أفراد العينة من ذوي الخبرة الجيدة في العمل المصرفي، حيث جاء أصحاب هذه العينة في المرتبة الأخيرة وفقاً لمعيار سنوات الخدمة.

مما تقدم نلاحظ أن غالبية المديرين الذين شملهم البحث من أصحاب الخبرات المتوسطة والجيدة في العمل المصرفي، و هذا يعود لحدثة تجربة المصارف الخاصة في سورية، حيث أن أغلب هذه المصارف هي بالأصل إما فروع لمصارف عربية ودولية خارجية أو مصارف محلية برؤوس أموال أجنبية، حيث لا تتعدى مساهمة رأس المال السوري في الغالب ٥٠% من رأسمال تلك المصارف.

هـ - توزيع أفراد العينة حسب الإدارة التي يعمل بها:

يوضح الجدول رقم (٤-٣١) في الصفحة التالية توزيع أفراد العينة وفق المستوى الوظيفي، وذلك وفق التقسيم الوظيفي الذي تم اختياره كعينة للبحث المطبق على الإدارات العامة للمصارف الحكومية السورية عينة البحث.

الجدول رقم (٤-٣١): توزيع أفراد العينة وفق المستوى الإداري

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid وحدة نظم المعلومات	١6	١٢.٤٠	١٢.٤٠	١٢.٤٠
إدارة إشرافية	41	31.8	31.8	36.5
إدارة وسطى	20	15.5	15.5	٥١.١
إدارة عليا	٥2	4٠.٣٠	٤٠.٣٠	100.0
Total	129	100.0	100.0	

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

يبين الجدول رقم (٤-٣١) السابق أن نسبة مديري وحدات نظم المعلومات الذين أجابوا على الاستمارة وبالتالي شملتهم عينة البحث قد بلغت (١٢.٤٠%) من النسبة الكلية للعينة، وهذه النسبة جيدة وتدل على اهتمام الإدارة في عملية تطوير نظم المعلومات في المصارف الخاصة في سورية وغالبية هؤلاء من المهندسين والمبرمجين. أما نسبة المديرين في الإدارة الإشرافية الذين شملهم البحث، فقد بلغت (٣١%) من إجمالي المدراء الذين شملهم البحث، أما نسبة المديرين في الإدارة الوسطى والعليا، فقد بلغت على التوالي (١٥.٥%، ٤٠.٣٠%) وهذا يشكل حوالي ٥٦% من إجمالي المدراء المبحوثين، وهذا ما قصده الباحث حيث تم توصيل الاستمارة إلى أكبر عدد ممكن من هؤلاء المدراء للحصول على إجاباتهم، كونهم أصحاب القرار وعلى قدر من الخبرة والدراية بموضوع الميزة التنافسية ومؤشراتها أكثر من غيرهم.

٤-٢-٢: اختبار الفروض

قام الباحث باختبار فروض البحث إحصائياً باستخدام برنامج **SPSS 18**، وذلك باستخدام معاملات الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع الخاص بكل فرض من فروض البحث، حيث قام الباحث بإجراء اختبار تحليل الانحدار **Regression Test** من أجل إيجاد معاملات الارتباط بين المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة لتحديد قوة العلاقة بين هذه المتغيرات، ومن ثم قام بإعداد معادلات الانحدار، ولقد تم الاعتماد على **F-Test**، **T-Test** لتحديد درجة معنوية معادلات الانحدار الناتجة ومعنوية المتغيرات.

١- اختبار الفرضية الأولى والتي تنص على: عدم وجود أثر (معنوي) ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة (جودة النظام، رضا المستخدم، جودة المعلومات، أمن المعلومات)، في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية:

لتحديد فيما إذا كان هناك أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعواملها (عناصرها) الأربعة في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية أم لا، قد قام الباحث بإجراء تحليل الانحدار. وكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول رقم (٤-٣٢): معنوية نموذج الانحدار لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية

قيم المعاملات	الدلالة الإحصائية	المعنوية Sig.	Fقيمة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	نموذج الانحدار
قيمة \bar{x}	معنوي	0.000	115.250	18.35	4	73.434	الانحدار	فاعلية نظم المعلومات المالية
0.78				0.159	124	19.752	الخطأ	
قيمة R				128		93.187	التباين الكلي	
0.88								

بالرجوع إلى الجدول رقم (٤-٣٢) السابق يتضح لنا بأن نموذج الانحدار الممثل لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية معنوي، حيث بلغت قيمة **Sig** (0.000) ، وهي أصغر من (0.05). وهذا يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية، كما بلغت قيمة معامل الارتباط (R)، والتي توضح قوة علاقة الارتباط ما بين المتغير المستقل والمتمثل بفاعلية نظم المعلومات المالية، والمتغير التابع المتمثل بتخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية (0.88)، وهذه القيمة تدل على وجود علاقة ارتباط طردية موجبة جيدة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، وأيضاً بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.87)، وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة المدرجة في هذا النموذج استطاعت أن تفسر ما نسبته (0.87) من التباين الكلي للظاهرة المدروسة (المتغيرات التي تطرأ على المتغير التابع) وأن الباقي يعود لمتغيرات أخرى لم تدرج في هذا النموذج. وتعقيباً على ما سبق يمكن القول أن لفاعلية نظم المعلومات المالية دور كبير في تخفيض تكاليف المصرف، حيث أن تخفيض تكاليف المصرف يرجع بنسبة 87% إلى فاعلية نظم المعلومات المالية، ذلك لأن نظم المعلومات المالية الفعالة تساهم بشكل كبير تخفيض الهدر والوقت والجهد. ويبين الجدول رقم (٤-٣٣) التالي، معنوية معالم نموذج الانحدار لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية بعوامله الأربعة.

الجدول رقم (٤-٣٣): معالم نموذج الانحدار المتعلقة بالفرضية الأولى

الدلالة الإحصائية	Sig. المعنوية	T الجدولية	T المحسوبة	معاملات الانحدار	معاملات الانحدار		النموذج
				المعيارية	غير المعيارية	B	
				Beta	Std.E	B	(الثابت)
--	0.261	—	1.129		0.181	0.204	

جودة النظام	0.060	0.068	0.055	0.875	1.976	0.383	غ/معنوي
جودة المعلومات	0.023-	0.087	0.019-	0.265-	1.976	0.791	غ/معنوي
رضا المستخدم	0.615	0.081	0.500	7.553	1.976	0.000	معنوي
أمن المعلومات	0.393	0.066	0.425	5.960	1.976	0.000	معنوي

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

١. أثر العامل (العنصر) الأول: جودة النظام في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٣) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل جودة النظام كمتغير مستقل أصغر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (0.383) وهي أكبر من (0.05). وهذا يدل على عدم وجود أثر معنوي لجودة النظام في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، وهذا يعود إلى عدم تحديث الأجهزة والبرمجيات المستخدمة بشكل مستمر، لذلك لا بد من العمل على تحسين جودة النظام من خلال تحديث الأجهزة والبرمجيات المستخدمة في النظام بطريقة مدروسة وممنهجة، بحيث تلبي متطلبات العمل، ولا تشكل عبئاً مالياً كبيراً على المصرف. وبناءً على ما تقدم يمكن رفض الفرضية البديلة القائلة: بوجود أثر معنوي (نو دلالة إحصائية) لجودة النظام في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية. مقابل قبول فرضية العدم القائلة: بعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية.

٢. أثر العامل (العنصر) الثاني: جودة المعلومات في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٣) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل جودة المعلومات كمتغير مستقل أصغر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (0.791) وهي أكبر من (0.05). وهذا يدل على عدم وجود أثر معنوي لجودة المعلومات في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، وهذا يعود لتدني جودة نظام المعلومات المالي المستخدم، فكلما كانت الأجهزة والمعدات المستخدمة حديثة كلما أثر ذلك بشكل إيجابي على جودة المعلومات التي ينتجها. وبالتالي يتم رفض الفرضية البديلة القائلة: بوجود أثر معنوي (نو دلالة إحصائية) لجودة المعلومات في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية. مقابل قبول فرضية العدم القائلة: بعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية.

٣. أثر العامل (العنصر) الثالث: رضا المستخدم في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٣) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل رضا المستخدم كمتغير أكبر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (٠.000) وهي أقل من (٠.05). وهذا يدل على وجود أثر معنوي لرضا المستخدم في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، وهذا واضح لأن رضا المستخدم عن النظام يخلق لديه الدافع لبذل جهد أكبر لتحقيق أهداف المصرف، والمحافظة على موجودات المصرف من التلف والضياع مما يؤدي بدوره إلى تخفيض التكاليف، لذا يبدو واضحاً أن المصارف تهتم برضا المستخدمين للنظام، ولكن هذا الرضا ليس مطلق فهو جيد ويحتاج إلى تحسين دائم حتى يندفع المستخدمين لخدمة عملاء المصرف بصورة أفضل. وبناءً على ما تقدم يمكن رفض فرضية العدم القائلة: بعدم وجود أثر معنوي (ذو دلالة إحصائية) لرضا المستخدم في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية. مقابل قبول الفرضية البديلة القائلة: بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لرضا المستخدم في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية.

٤. أثر العامل (العنصر) الرابع: أمن المعلومات في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٣) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل أمن المعلومات كمتغير أكبر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (٠.000) وهي أقل من (٠.05). وهذا يدل على وجود أثر معنوي لأمن المعلومات في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، وهذا يعني أن النظام يوفر معلومات آمنة وبدائل للتخزين، وهذا يعود إلى أمن المعلومات هو أهم ممتلكات المصرف و أن أي ضياع أو اختراق لهذه المعلومات يعني ضياع المصرف وتحمله لنفقات وتكاليف كبيرة، لذلك فإنه كلما زاد أمن المعلومات كلما أدى ذلك لتخفيض تكاليف المصرف. وبناءً على ما سبق يمكن رفض فرضية العدم القائلة: بعدم وجود أثر معنوي (ذو دلالة إحصائية) لأمن المعلومات في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية، مقابل قبول الفرضية البديلة القائلة: بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لأمن المعلومات في تخفيض التكاليف كمؤشر للميزة التنافسية.

مما سبق تمكن الباحث من التوصل لمعادلة نموذج الانحدار المتعدد المقدر والخاصة بفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة/ تخفيض التكاليف والتي تأخذ الشكل التالي*:

$$Y_1 = b_0 + b_3F_3 + b_4F_4$$

$$Y_1 = 0.204 + 0.615F_3 + 0.393F_4 \dots\dots\dots (1)$$

٢- اختبار الفرضية الثانية والتي تنص على: عدم وجود أثر (معنوي) ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات)، في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية:

لتحديد فيما إذا كان هناك أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعواملها (عناصرها) الأربعة في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية أم لا، فقد قام الباحث بإجراء تحليل الانحدار وكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول رقم (٤-٣٤): معنوية نموذج الانحدار لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية/ جودة الخدمة المصرفية المقدمة

نموذج الانحدار	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	Fقيمة	المعنوية Sig.	الدلالة الإحصائية	قيم المعاملات
فاعلية نظم المعلومات المالية	الانحدار	29.672	4	7.418	48.158	0.000	معنوي	قيمة \bar{x}
	الخطأ	19.100	124	0.154				0.60
	التباين الكلي	48.772		128				قيمة R
								0.78

بالرجوع إلى الجدول رقم (٤-٣٤) السابق يتضح لنا بأن نموذج الانحدار الممثل لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية المتمثل معنوي، حيث بلغت قيمة **Sig (0.000)**، وهي أصغر من (0.05). وهذا يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية، كما بلغت قيمة معامل الارتباط (R)، والتي توضح قوة علاقة الارتباط ما بين المتغير المستقل والمتمثل بفاعلية نظم المعلومات المالية، والمتغير التابع المتمثل تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية.

حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.78%)، وهذه القيمة تدل على وجود علاقة ارتباط طردية موجبة متوسطة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، وأيضاً بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.60)،

- Y_1 : المتغير التابع في معادلة الانحدار الأولى، والذي يمثل تخفيض التكاليف.

- F_3 : العامل الثالث (رضا المستخدم)، والذي يمثل المتغير المستقل الثالث والذي يؤثر في المتغير التابع Y_1 .

- F_4 : العامل الرابع (أمن المعلومات)، والذي يمثل المتغير المستقل الرابع، والذي يؤثر في المتغير التابع Y_1 .

وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة المدرجة في هذا النموذج استطاعت أن تفسر ما نسبته (٠.٦٠) من التباين الكلي للظاهرة المدروسة (المتغيرات التي تطرأ على المتغير التابع) وأن الباقي يعود لمتغيرات أخرى لم تدرج في هذا النموذج، وتعقيباً على ما سبق يمكن القول أن فاعلية نظم المعلومات المالية تساهم في تحسين جودة الخدمة المصرفية، حيث أن تحسين جودة الخدمات المصرفية يرجع بنسبة ٦٠% لفاعلية نظم المعلومات المالية. ويبين الجدول رقم (٤-٣٥) معنوية معالم نموذج الانحدار لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية بعوامله الأربعة.

الجدول رقم (٤-٣٥): معالم نموذج الانحدار المتعلقة بالفرضية الثانية

الدالة الإحصائية	Sig. المعنوية	T الجدولية	T المحسوبة	معاملات الانحدار		النموذج	
				معاملات الانحدار المعيارية	معاملات الانحدار غير المعيارية		
				Beta	Std.E	B	
--	0.000	--	6.292	--	0.178	1.119	(الثابت)
غ/معنوي	0.855	1.976	0.183	0.016	0.067	0.012	جودة النظام
غ/معنوي	0.444	1.976	0.768	0.075	0.085	0.065	جودة المعلومات
معنوي	0.000	1.976	5.544	0.499	0.080	0.444	رضا المستخدم
معنوي	0.004	1.976	2.639	0.256	0.065	0.171	أمن المعلومات

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

١. أثر العامل (العنصر) الأول: جودة النظام في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٥) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل جودة النظام كمتغير أصغر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (0.855)، وهي أكبر من (٠.05). وهذا يدل على عدم وجود أثر معنوي لجودة النظام في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، وذلك لنفس السبب الذي تم ذكره سابقاً. وبالتالي فإن جودة النظام لا تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمصارف عينة البحث، وبناءً على ما تقدم يمكن رفض الفرضية البديلة القائلة: بوجود أثر معنوي (ذو دلالة إحصائية) لجودة النظام في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية. مقابل قبول فرضية العدم القائلة: بعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية.

٢. أثر العامل (العنصر) الثاني: جودة المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٥) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل جودة المعلومات كمتغير أصغر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (0.444)، وهي أكبر من (٠.05). وهذا يدل على عدم وجود أثر معنوي لجودة المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، وبالتالي هناك تدني في جودة المعلومات التي ينتجها النظام الحالي لذلك فقد أثرت سلباً على جودة الخدمة المصرفية. وبالتالي يتم رفض الفرضية البديلة القائلة: بوجود أثر معنوي (ذو دلالة إحصائية) لجودة المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية. مقابل قبول فرضية العدم القائلة: بعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية.

٣. أثر العامل (العنصر) الثالث: رضا المستخدم في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٥) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل رضا المستخدم كمتغير أكبر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (٠.000)، وهي أقل من (٠.05). وهذا يدل على وجود أثر معنوي لرضا المستخدم في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، مما يشير إلى وجود رضا من المستخدمين عن النظام، ولكن هذا الرضا يحتاج إلى تعزيز وتحسين مستمر لكسب ولاء العاملين، وهذا ما يجب أن تدرجه إدارة المصارف عينة البحث. وبناءً على ما تقدم يمكن رفض فرضية العدم القائلة: بعدم وجود أثر معنوي (ذو دلالة إحصائية) لرضا المستخدم في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية. مقابل قبول الفرضية البديلة القائلة: بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لرضا المستخدم في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية.

٤. أثر العامل (العنصر) الرابع: أمن المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٥) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل أمن المعلومات كمتغير أكبر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (0.004)، وهي أقل من (٠.05). وهذا يدل على وجود أثر معنوي لأمن المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، وهذا ما تم تأكيده في الفرضية السابقة، فالمعلومات هي

جوهر العمل المصرفي، لهذا يتم الحفاظ على سرية و أمن المعلومات فأى ضياع أو اختراق لها يعني تشتت المصرف وعدم قدرته على تقديم خدماته بصورة ترضي العميل، لذلك فهي تساهم في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وبالتالي تساعد المصرف على تحقيق ميزة تنافسية. وبناءً على ما تقدم يمكن رفض فرضية العدم القائلة: بعدم وجود أثر معنوي (ذو دلالة إحصائية) لأمن المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية، مقابل قبول الفرضية البديلة القائلة: بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لأمن المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة كمؤشر للميزة التنافسية.

مما سبق تمكن الباحث من التوصل لمعادلة نموذج الانحدار المتعدد المقدر والخاصة بفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة/ تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة والتي تأخذ الشكل التالي*:

$$Y_2 = b_0 + b_3F_3 + b_4F_4$$

$$Y_2 = 1.119 + 0.444F_3 + 0.171F_4 \dots\dots\dots (2)$$

٣- اختبار الفرضية الثالثة والتي تنص على: عدم وجود أثر (معنوي) ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة (جودة النظام، رضا المستخدم، جودة المعلومات، أمن المعلومات)، في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية:
لتحديد فيما إذا كان هناك أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعواملها (عناصرها) الأربعة في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية أم لا، فقد قام الباحث بإجراء تحليل الانحدار وكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول رقم (٤-٣٦): معنوية نموذج الانحدار لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية/ الإبداع المالي

نموذج الانحدار	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	المعنوية Sig.	الدلالة الإحصائية	قيم المعاملات
فاعلية نظم المعلومات المالية	الانحدار	31.982	4	7.995	42.557	.000	معنوي	قيمة \bar{x}
	الخطأ	23.297	124	0.188				٠.٥٦
	التباين الكلي	55.278		128				قيمة R
								٠.٧٦

* - Y_2 : المتغير التابع في معادلة الانحدار الثانية، والذي يمثل جودة الخدمة المصرفية.

- F_3 : العامل الثالث (رضا المستخدم)، والذي يمثل المتغير المستقل الثالث والذي يؤثر في المتغير التابع Y_2 .

- F_4 : العامل الرابع (أمن المعلومات)، والذي يمثل المتغير المستقل الرابع، والذي يؤثر في المتغير التابع Y_2 .

بالرجوع إلى الجدول رقم (٤-٣٦) السابق يتضح لنا بأن نموذج الانحدار الممثل لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية معنوي، حيث بلغت قيمة **Sig** (0.000)، وهي أصغر من (0.05). وهذا يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية، كما بلغت قيمة معامل الارتباط (R)، والتي توضح قوة علاقة الارتباط ما بين المتغير المستقل والمتمثل بفاعلية نظم المعلومات المالية، والمتغير التابع المتمثل بالإبداع والابتكار المالي كمؤشر للميزة التنافسية. حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.٧٦%، وهذه القيمة تدل على وجود علاقة ارتباط طردية موجبة متوسطة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، وأيضاً بلغت قيمة عامل التحديد (R^2) (٠.٥٦)، وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة المدرجة في هذا النموذج استطاعت أن تفسر ما نسبته (٠.٥٦) من التباين الكلي للظاهرة المدروسة (المتغيرات التي تطرأ على المتغير التابع) وأن الباقي يعود لمتغيرات أخرى لم تدرج في هذا النموذج، ويبين الجدول رقم (٤-٣٧) معالماً معنوية معالماً نموذج الانحدار لمحور فاعلية نظم المعلومات المالية بعوامله الأربعة.

الجدول رقم (٤-٣٧): معالم نموذج الانحدار المتعلقة بالفرضية الثالثة

الدالة الإحصائية	Sig. المعنوية	T الجدولية	T المحسوبة	معاملات الانحدار		النموذج	
				المعيارية	غير المعيارية		
				Beta	Std.E	B	
--	0.000	--	5.782		0.196	1.135	(الثابت)
غ/معنوي	0.779	1.976	1.465	0.130	0.074	0.108	جودة النظام
معنوي	0.004	1.976	0.281	0.029	0.094	0.026	جودة المعلومات
معنوي	0.000	1.976	3.697	0.345	0.088	0.327	رضا المستخدم
معنوي	0.001	1.976	3.411	0.343	0.072	0.244	أمن المعلومات

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للاستبيان.

■ أثر العامل (العنصر) الأول: جودة النظام في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٧) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل جودة النظام كمتغير أصغر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة **Sig** تساوي (0.779)، وهي أكبر من (0.05). وهذا يدل على عدم وجود أثر معنوي لجودة النظام في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، وهذا يعني أن جودة النظام لا تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمصارف عينة البحث، وبالتالي يتم رفض فرضية العدم القائلة: بوجود أثر معنوي (ذو دلالة إحصائية) لجودة النظام في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية، مقابل قبول الفرضية البديلة القائلة: بعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة النظام في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية.

■ أثر العامل (العنصر) الثاني: جودة المعلومات في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٧) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل جودة المعلومات كمتغير أصغر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (0.004) وهي أقل من (0.05) ، وهذا يدل على وجود أثر معنوي لجودة المعلومات في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، مما يعني أن لجودة المعلومات دور في تشجيع العاملين على إبداع منتجات وخدمات و أسواق مالية جديدة، حيث أن توفير المعلومة الصحيحة والدقيقة يؤدي إلى ابتكارات مالية ذات جدوى وفاعلية، وهذا يستدعي ضرورة الاهتمام المستمر بجودة المعلومات بما يكفل تلبيتها لمتطلبات الإبداع المالي، وبناءً على ما تقدم يمكن رفض الفرضية البديلة القائلة: بعدم وجود أثر معنوي (نو دلالة إحصائية) لجودة المعلومات في الإبداع والابتكار المالي كمؤشر للميزة التنافسية، مقابل قبول فرضية العدم القائلة: بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المعلومات في الإبداع والابتكار المالي كمؤشر للميزة التنافسية.

■ أثر العامل (العنصر) الثالث: رضا المستخدم في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٧) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل رضا المستخدم كمتغير أكبر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (0.000) ، وهي أقل من (0.05) . وهذا يدل على وجود أثر معنوي لرضا المستخدم في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، وهذا يعني أن رضا المستخدمين يشجعهم على ابتكار طرق و أدوات جديدة لأداء العمل، مما ينعكس بشكل إيجابي على أداء المصرف وحصته السوقية، وبالتالي يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية للمصرف، وبناءً على ما تقدم يمكن رفض فرضية العدم القائلة: بعدم وجود أثر معنوي (نو دلالة إحصائية) لرضا المستخدم في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية، مقابل قبول الفرضية البديلة القائلة: بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لرضا المستخدم في الإبداع والابتكار المالي كمؤشر للميزة التنافسية.

■ أثر العامل (العنصر) الرابع: أمن المعلومات في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية.

يتضح من الجدول السابق رقم (٤-٣٧) أن قيمة T المحسوبة بالقيمة المطلقة بالنسبة لعامل أمن المعلومات كمتغير أكبر من قيمة T الجدولية، ويتضح أيضاً أن قيمة Sig تساوي (0.001) ، وهي أقل من (0.05) . وهذا يدل على وجود أثر معنوي لأمن المعلومات في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى دلالة ٥%، فكلما كانت مخازن المعلومات آمنة وبعيدة عن السرقة، كلما مكن ذلك العاملين في المصرف الثقة في إبداعاتهم و أنها لن تكون عرضة للسرقة والاختراق، ولذا لابد من الاهتمام بشكل مستمر بأمن المعلومات واستقدام أحدث برامج الحماية والأمن. وبناءً على ما تقدم يمكن رفض فرضية العدم القائلة: بعدم وجود أثر معنوي (نو دلالة إحصائية) لأمن المعلومات في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية،

مقابل قبول الفرضية البديلة القائلة: بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لأمن المعلومات في الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية.

مما سبق تمكن الباحث من التوصل لمعادلة نموذج الانحدار المتعدد المقدر والخاصة بفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة/ الإبداع والابتكار المالي والتي تأخذ الشكل التالي* :

$$Y_3 = b_0 + b_2F_2 + b_3F_3 + b_4F_4$$

$$Y_3 = 1.135 + 0.108F_2 + 0.327F_3 + 0.244F_4 \dots\dots\dots (3)$$

* - Y_3 : المتغير التابع في معادلة الانحدار الثالثة، والذي يمثل الإبداع والابتكار المالي.

- F_2 : العامل الثاني (جودة المعلومات)، والذي يمثل المتغير المستقل الثاني والذي يؤثر في المتغير التابع Y_3 .

- F_3 : العامل الثالث (رضا المستخدم)، والذي يمثل المتغير المستقل الثالث والذي يؤثر في المتغير التابع Y_3 .

- F_4 : العامل الرابع (أمن المعلومات)، والذي يمثل المتغير المستقل الرابع، والذي يؤثر في المتغير التابع Y_3 .

٣-٣ المبحث الثالث

النتائج والتوصيات

يهدف هذا المبحث: إلى مناقشة نتائج الدراسة بعد تقديم العرض النظري السالف الذكر، مدعماً بالجانب الميداني، حيث اختبر الباحث الفرضيات التي بنيت على أساسها الدراسة الحالية، ويقوم الباحث في هذا المبحث باستخلاص النتائج ومن ثم تقديم التوصيات، التي من شأنها أن تساهم في تطوير نظم المعلومات المالية في المصارف الخاصة في سورية.

٣-٣-١: النتائج

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

أولاً: نتائج الدراسة النظرية:

بعد الإطلاع على كم كبير من الأدبيات النظرية والزيارات الميدانية التي قام بها الباحث إلى المصارف عينة البحث تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

١- إن تحقيق المزايا التنافسية من قبل المصرف رهين بمستوى تطبيقات نظام المعلومات المالي فيه، وأن تبني إدارة المصرف تطبيقات نظام المعلومات المالي الفعال، يعد شرطاً جوهرياً لتحقيق هذه المزايا، وتعاني نظم المعلومات المالية في المصارف الخاصة في سوريا من عدة مشاكل أهمها ضياع البيانات، وارتفاع تكاليف التشغيل والصيانة، وتدني مستوى البنية التحتية اللازمة لتكوين وتشغيل تلك النظم، مما يعكس انخفاض في درجة فاعلية تلك النظم في المصارف عينة البحث.

٢- يعتبر نظام المعلومات المالي المحرك الأساسي الذي يقوم عليه المصرف، وذلك من خلال التأثير الكبير الذي يمارسه على مختلف الأنشطة الرئيسية والداعمة في سلسلة القيمة لتلك المصارف.

٣- هناك عدد كبير من الكتاب في مجال نظم المعلومات، يخلط بين نظم المعلومات المالية ونظم المعلومات المحاسبية، لذا جاءت هذه الدراسة لفك هذا اللغظ من خلال تقديم مفهوم واضح وشامل لكلا النظاميين، حيث تجلّى الفرق الأساسي بينهما في أن نظم المعلومات المحاسبية تهتم في البيانات التاريخية فقط، في حين تركز نظم المعلومات المالية على البيانات المالية التاريخية والحالية والمستقبلية.

٤- إن معظم المراجع والأبحاث المتوفرة عن موضوع البحث، تناقش أثر نظم المعلومات على الميزة التنافسية بشكل عام، ولم تركز على موضوع فاعلية نظم المعلومات، لذلك جاءت هذه الدراسة لتكون باكورة الدراسات التي ناقشت أثر فاعلية نظام بحد عينه على الميزة التنافسية، وهو نظام المعلومات المالي، وذلك بدراسة أثر عناصر فاعلية نظام المعلومات المالي المتمثلة في (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات) مع بعض مؤشرات الميزة التنافسية والمتمثلة في (تخفيض تكاليف المصرف، تحسين جودة الخدمة المصرفية، الإبداع والابتكار المالي).

ثانياً: نتائج التحليل الإحصائي: اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي، وبعد اختبار الفرضيات يمكن تبين النتائج التالية:

٥- بينت نتائج الدراسة أن هناك أثر معنوي لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة المتمثلة في (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات) مع تخفيض تكاليف المصرف كمؤشر للميزة التنافسية عند مستوى معنوية ٥%، وبشكل مفصل فقد تبين أنه لا يوجد أثر معنوي لجودة النظام وجودة المعلومات على تخفيض التكاليف، في حين كان هناك أثر معنوي لرضا المستخدم و أمن المعلومات في تخفيض التكاليف في المصرف، الأمر الذي يقودنا للقول: بأن فاعلية نظم المعلومات المالية تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمصرف وذلك من خلال تخفيض تكاليف المصرف التي تعتبر من أهم الأبعاد التنافسية.

٦- يوجد أثر معنوي لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة المتمثلة في (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات) مع تحسين جودة الخدمة المصرفية كمؤشر للميزة التنافسية، ويتفصيل أكثر فقد تبين أن الأثر غير معنوي بين (جودة النظام وجودة المعلومات) وبين تحسين جودة الخدمة المصرفية، في حين كان الأثر معنوي بين (رضا المستخدم وأمن المعلومات) وبين تحسين جودة الخدمة المصرفية كمؤشر للميزة التنافسية، وبالتالي يمكن القول أن لفاعلية نظم المعلومات المالية دور مهم في تحقيق ميزة تنافسية للمصرف.

٧- يوجد أثر معنوي لفاعلية نظم المعلومات المالية بعناصرها الأربعة المتمثلة في (جودة النظام، جودة المعلومات، رضا المستخدم، أمن المعلومات) مع الإبداع المالي كمؤشر للميزة التنافسية، وبشكل مفصل، فقد تبين أن هناك أثر معنوي لجودة المعلومات في الإبداع المالي، في حين تبين أن أثر جودة النظام على الإبداع المالي غير معنوي، كما تبين أن هناك أثر معنوي لرضا المستخدم و أمن المعلومات على الإبداع المالي، مما يقودنا للقول بأن لجودة المعلومات ورضا المستخدم وأمن

المعلومات أثر مهم في تعزيز الإبداعات والابتكارات المالية للمصارف عينة البحث، وبالتالي فإن فاعلية نظم المعلومات المالية تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمصرف.

٨- من خلال النتائج السابقة يمكن الوصول إلى نتيجة مفادها أن رضا المستخدم و أمن المعلومات تلعب الدور الأكبر في تحقيق الميزة التنافسية، حيث كان لهما أثر معنوي على مؤشرات الميزة التنافسية والمتمثلة في (تخفيض التكاليف، جودة الخدمة المصرفية، الإبداع والابتكار المالي)، في حين كان هناك أثر لجودة النظام على المؤشرات سابقة الذكر ولكن بدرجة أقل.

٣-٣-٢: التوصيات

بناءً على ما سبق وانطلاقاً من النتائج ولمحاولة تقليل العراقيل والصعوبات التي تواجهها المصارف العاملة في سوريا عموماً، و المصارف الخاصة التقليدية من جهة، و إعطاء موضوعنا أهمية للمصارف الخاصة في سورية من جهة ثانية، يقدم الباحث جملة من التوصيات:

١- إعادة النظر في التطبيقات الحالية لنظم المعلومات المالية، وتبني استراتيجية واضحة في تصميم نظم المعلومات المالية وبنائها في المصارف عينة البحث، وذلك من خلال دراسة البنية التنظيمية للمصارف بدقة، وبشكل يضمن جريان المعلومات والتقارير بين النظم الفرعية المختلفة لنظام المعلومات المالي وبين النظم الأخرى.

٢- التركيز وبشكل كبير على عملية تحليل النظام قبل البدء في أي عملية تطوير وتوسع للنظام المالي الحالي القائم، وأن يشترك بهذه العملية فريق من المستخدمين والمصممين للنظام، يعملان بآن واحد على تحديد الاحتياجات والموارد المطلوبة لتشغيل النظام الجديد.

٣- التوسع في الاستثمار والإنفاق على موارد نظم المعلومات المالية الخمسة، وذلك من خلال تطوير مهارات الموارد البشرية، وتحديث كافة الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات التي تعتمد عليها نظم المعلومات المالية، وذلك في ضوء الحاجات الفعلية لها مع مراعاة التكيف السليم للتطور الحاصل في هذا المجال بعيداً عن التقليد الأعمى.

٤- توفير المعلومات الضرورية لجميع المصارف من طرف السلطة المالية في الدولة، من خلال وضع نظام للمعلومات المالية الوطنية الخاصة بجميع المصارف العاملة على أرض الوطن، وتعزيزها بمعلومات عالمية تفيد المصارف في تحسين ميزتها التنافسية خاصة مع انفتاح السوق.

٥- إجراء دراسات وبحوث متقدمة في إطار ما يطلق عليه تحليل (SWOT)، لتحديد القابليات التنافسية التي تمتلكها المصارف المحلية في مجالي تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات المالية والتي تمكنها من تحقيق المزايا التنافسية.

- ٦- ضرورة تثقيف كافة العاملين في المصارف الخاصة في سورية بما فيهم مدراء الفروع و مدراء الأقسام كافة، بأهمية ومبادئ عمل نظم المعلومات بشكل عام، ونظم المعلومات المالية بشكل خاص، وذلك من خلال إخضاعهم لدورات تدريبية ومشاركتهم في المؤتمرات التي تعقد حول نظم المعلومات، هذا بالإضافة إلى تزويدهم بنسخ من المجالات العالمية المختصة بنظم المعلومات.
- ٧- زيادة الاهتمام بالمعلومات التي يوفرها نظام المعلومات المالي حول حل المشكلات، وترشيد القرارات المتعلقة بإدارة الموارد المالية، للاستفادة منها في تحقيق الميزة التنافسية.
- ٨- التوسع في استخدام برامج أمن المعلومات والشبكات والحماية ضد عمليات القرصنة الإلكترونية والسرقة.
- ٩- التعاون والاستفادة من تجارب الآخرين، وذلك عن طريق الانفتاح على المحيط الخارجي، وتبادل المعلومات المالية، والخبرات التقنية في مجال تطوير وتصميم نظم المعلومات المالية... الخ.
- ١٠- وفي الأخير يمكن أن يقترح الباحث خيار تنافسي مهم، وهو زيادة الاهتمام في البحوث التسويقية من قبل المصارف الخاصة، وذلك للاطلاع وعن قرب على حاجات ورغبات وعادات المواطن السوري، وتقديم منتجات وخدمات مالية تلبي تلك الرغبات، وتحقق ما يأمله المواطن السوري من دخول تلك المصارف إلى السوق السورية.

المراجع:

أولاً: الكتب العربية:

- ١- الحسنية، سليم، نظم المعلومات الإدارية(نما)، ٢٠٠٦، ط٣، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ٢- الحسنية، سليم، ١٩٩٨، مبادئ نظم المعلومات الإدارية، نما، ط١، الوراق للنشر، عمان، الأردن.
- ٣- الحميدي وآخرون، ٢٠٠٥، نظم المعلومات الإدارية (مدخل معاصر)، دار وائل، عمان.
- ٤- الرحال، أحمد، ٢٠٠٥، نظم المعلومات الإدارية، ط١، بدون ذكر الناشر، مصر.
- ٥- السلمي، علي، ٢٠٠١، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة، مصر.
- ٦- الصباغ، عماد، ٢٠٠٠، نظم المعلومات ماهيتها ومكوناتها، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن.
- ٧- الصباح، عبد الرحمن، ١٩٩٨، نظم المعلومات الإدارية، دار زهران للنشر، عمان، الأردن.
- ٨- الصحن، محمد فريد وآخرون، ٢٠٠٢، مبادئ الإدارة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
- ٩- الصيرفي، محمد، ٢٠٠٥، نظم المعلومات الإدارية، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية، مصر.
- ١٠- القاضي، زياد عبد الكريم ، أبو زلطة، محمد خليل، ٢٠١٠، تصميم نظم المعلومات الإدارية والمحاسبية، ط١، المجتمع العربي للنشر، عمان، الأردن.
- ١١- الطائي ،محمد عبد حسين آل فرج، ٢٠٠٥، المدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، دار وائل، عمان، الأردن.
- ١٢- العاني، مزهر شعبان و جواد، شوقي ناجي، و هيثم علي حجازي، ٢٠١٢، ذكاء الأعمال وتكنولوجيا المعلومات، ط١، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- ١٣- المغربي، عبد الحميد، ٢٠٠٢، نظم المعلومات الإدارية ،المكتبة العصرية، المنصورة، مصر.
- ١٤- النجار، فايز جمعة، ٢٠١٠، نظم المعلومات الإدارية ،منظور إداري، دار الحامد، عمان، الأردن.
- ١٥- جابر، عبد الرؤوف، ٢٠٠٤، الرقابة المالية والمراقب المالي من الناحية النظرية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان.
- ١٦- حيدر، معالي فهمي، ٢٠٠٢، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
- ١٧- رزق الله، عايدة نخلة، ٢٠٠٢، دليل الباحثين في التحليل الإحصائي الاختيار والتفسير، البيان للطباعة، عين، مصر.
- ١٨- سرور، علي سرور، ٢٠٠٦، نظم المعلومات الإدارية، دار المريخ للنشر، الرياض، السعودية.
- ١٩- سعد غالب ياسين، ٢٠٠٠، تحليل وتصميم نظم المعلومات، دار المناهج للنشر، عمان، الأردن.

- ٢٠- سلطان، إبراهيم، ٢٠٠٠، نظم المعلومات الإدارية مدخل النظم، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
- ٢١- عبد اللطيف، ناصر نور الدين، ٢٠٠٤، المحاسبة الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ٢٢- غنيم، أحمد الرفاعي وآخرون (٢٠٠٠)، أساليب التحليل الإحصائي، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة.
- ٢٣- قنديلجي، عامر و الجنابي، علاء الدين، ٢٠٠٥، نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط١، عمان، الأردن.
- ٢٤- قنديلجي عامر، الجنابي علاء الدين، ٢٠٠٨، نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط٢، عمان، الأردن.
- ٢٦- كنجو، كنجو، فهد إبراهيم، ١٩٩٧، الإدارة المالية، دار المسيرة، عمان، الأردن.
- ٢٧- كورتيس، جراهام، ترجمة علي يوسف علي، ١٩٩٨، تحليل وتصميم نظم المعلومات، دار خوارزم للنشر، القاهرة مصر.
- ٢٨- مرسي، خليل نبيل، ٢٠٠٧، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر.
- ٢٩- مصطفى، علي، ٢٠٠٦، نظم المعلومات وإدارة المؤسسات، دار الرضا للنشر، دمشق، سورية.

ثانياً: الدوريات والمقالات:

- ١- أبو معمر، فارس محمود، ٢٠٠٥، قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في القطاع، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، العدد الأول، غزة، فلسطين.
- ٢- البحيسي، عصام محمد، ٢٠٠٦، تكنولوجيا المعلومات الحديثة و أثرها على القرارات الإدارية في منظمات الأعمال - دراسة استطلاعية للواقع الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإنسانية، المجلد الرابع عشر، العدد الأول، يناير، ٢٠٠٦ غزة، فلسطين
- www.iugzaza.edu.ps/ara/research
- ٣- الحلبي، نبيل، ٢٠٠٦، دور معلومات التدفقات النقدية في اتخاذ قرارات الاستثمار والاقتراض في الشركات الخاصة في سورية، دراسة تطبيقية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٢٢، العدد الأول.
- ٤- الراشد، وائل إبراهيم، ١٩٩٩، أهمية المعلومات المحاسبية ومدى كفايتها لخدمة قرارات الاستثمار في الأوراق المالية، المجلة العربية المحاسبية، المجلد الثالث، العدد الأول.
- ٥- الشيخ، فؤاد نجيب، ٢٠٠٤، العالقة بين نظم المعلومات والميزة التنافسية في قطاع الأدوية الأردنية، مجلة الإدارة العامة، المجلد ٤٤، العدد ٣.

- ٦- الوابل، بن علي الوابل، ١٩٩٦، المحتوى الإعلامي لقائمة التدفقات النقدية، الإدارة العامة، المجلد ٣٦، العدد ٢، السعودية.
- ٧- النجار، فايز و ملكاوي، نازم، ٢٠١٠، نظم المعلومات وأثرها على مستويات الإبداع، دراسة ميدانية في شركات التأمين الأردنية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٢٦، العدد ٢، دمشق.
- ٨- توفيق، محمد ٢٠٠٣، أثر التجارة الإلكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية، دراسة اختباريه بالتطبيق على استخدام القطاع المصرفي لوسائل دفع النقود الإلكترونية وخدماتها المرتبطة بالبنك الفوري، مجلة دراسات، المجلد (٤٠)، العدد (٤).
- ٩- حسوني، أثير عبد الأمير، ٢٠٠٨، رأس المال الفكري والميزة التنافسية: العلاقة والأثر، دراسة ميدانية في الشركة العامة للصناعات الكيماوية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (١٠)، العدد (١)، العراق.
- ١٠- د. هوارى، معراج، د بنتن، يوسف، دور نظم المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية، 2004، دراسة في القطاع الصناعي الجزائري، مجلة RIST، مجلد (14)، العدد (٢).
- ١١- شحادة، عبد الرزاق، العاصي، سعد، ٢٠٠٨، دور نظم المعلومات المحاسبية في تفعيل أنشطة المصارف التجارية وتحقيقها لمزايا تنافسية، دراسة ميدانية، مجلة بحوث جامعة حلب، العدد ٥٣.
- ١٢- عبد الله، خالد أمين و قطناني، خالد، ٢٠٠٧، البيئة المصرفية وأثرها على كفاءة وفاعلية نظم المعلومات المحاسبية، دراسة تحليلية على المصارف التجارية في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد العاشر، العدد الأول.
- ١٣- مصطفى، أحمد سيد، ٢٠٠٤، إدارة الجودة الشاملة كمدخل للتنافسية في الصناعة المصرفية، مجلة آفاق اقتصادية، مركز البحوث، غرفة التجارة والصناعة بدبي، المجلد ٢٥، العدد ٩٧.
- ١٤- نوير، طارق، ٢٠٠٢، دور الحكومة الداعم للتنافسية، المعهد العربي للتخطيط، العدد (١٥)، الكويت.
- ١٥- وديع، محمد عدنان، ٢٠٠٣، القدرة التنافسية وقياسها، المعهد العربي للتخطيط في الكويت، العدد (٢٤)، السنة الثانية، الكويت.
- ١٦- يوسف جحيم سلطان الطائي، ٢٠٠٦، استراتيجية السوق الأزرق ودورها في تحقيق التفوق التنافسي، دراسة تطبيقية في معمل بببسي الكوفة، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (٨)، العدد (٤)، الكوفة، العراق.

ثالثاً: الندوات والمؤتمرات:

- ١- البكري، تامر ياسر وسليمان، أحمد هاشم، ٢٠٠٦، إدارة المعرفة التسويقية انعكاسها على العلاقة مع الزبون لتحقيق الميزة التنافسية، المؤتمر العلمي الثاني، الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، جامعة العلوم التطبيقية الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، نيسان، الأردن.
- ٢- الحياي، احمد مؤيد عطية و آل مراد، نجله يونس محمد، ٢٠٠٩، مؤشرات نجاح نظام المعلومات الإدارية ودورها في الإبداع والتميز، دراسة استطلاعية في المصارف الحكومية والأهلية في مدينة الموصل، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، بعنوان، إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة، ٢٧-٢٨ نيسان ٢٠٠٩.
- ٣- الزعبي، على فلاح. ٢٠١١، دور الإبداع والابتكار في تحقيق المزايا التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية، دراسة استطلاعية) بحث مقدم للمؤتمر السنوي لكلية الاقتصاد تحت عنوان، متطلبات رفع القدرة التنافسية في اقتصاديات الدول العربية، جامعة دمشق، ٩-١٠ كانون الثاني.
- ٤- الساطي، طارق، ١٩٩٨، الوقاية من الغش والفساد والكشف عنهما، توصيات المؤتمر السادس عشر للمنظمة الدولية للهيئات العليا للرقابة المالية، دبي.
- ٥- الشمري، ناظم محمد نوري، و جودة، محفوظ أحمد، ٢٠٠٩، المنافسة بين المصارف الأردنية: مجالاتها وسبل تفعيلها في ظل الأزمة العالمية الراهنة، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، بعنوان: إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة، ٢٧-٢٨ نيسان ٢٠٠٩. الأردن.
- ٦- رابح، زبيري، ٢٠٠٣، دور أنظمة المعلومات في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، ٢٢-٢٣ أبريل، الجزائر.
- ٧- صديقي، مسعود، و وعجيلة، محمد، ٢٠٠٧، أهمية الإبداع المحاسبي في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية، رؤى مستقبلية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني، جامعة الإسراء، كلية العلوم الإدارية والمالية، الأردن.
- ٨- قدور، بن نافلة، ٢٠٠٦، المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، ورقة عمل مقدمة ل الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية يومي ١٧ و ١٨ أبريل، جامعة الشلف، الجزائر.

رابعاً: الرسائل العلمية:

- ١- أبو عمر، هاني عبد الرحمن محمد، ٢٠٠٩، فاعلية نظم المعلومات الإدارية المحو سبة وأثرها في إدارة الأزمات، دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي في فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- ٢- أبو رحمة، أمل إبراهيم، ٢٠٠٥، نظم معلومات الموارد البشرية وأثرها على فاعلية إدارة شؤون الموظفين في وزارات السلطة الوطنية في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- ٣- إسماعيل، عمر، ٢٠٠٤، دور نظام المعلومات المالي في ترشيد القرارات الاستثمارية بالتطبيق على المصارف العقارية في سورية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة حلب.
- ٤- إسماعيل، عمر، ٢٠٠٨، أثر تصميم نظام معلومات وظيفي متكامل في رفع كفاءة التخطيط الإستراتيجي، بالتطبيق على المؤسسة العامة للصناعات النسيجية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة حلب.
- ٥- أمجد، محمود، ٢٠٠٧، نظام المعلومات المحاسبية ومتطلبات التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، غزة، فلسطين.
- ٦- الحسين، ياسر، ٢٠١١، العوامل المؤثرة في كفاءة المصارف التجارية، دراسة ميدانية على المصرف التجاري السوري، رسالة ماجستير، قسم الإحصاء، كلية الاقتصاد، جامعة حلب، حلب.
- ٧- الداية، منذر يحيى، ٢٠٠٩، أثر استخدام نظم المعلومات المحاسبية على جودة البيانات المالية في قطاع الخدمات في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- ٨- الرجى، منصور، ٢٠٠٧، أثر نظام المعلومات المالي ودوره في رفع كفاءة سوق الأوراق المالية، دراسة ميدانية لمجموعة من الشركات المساهمة في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق.
- ٩- الرجى، منصور ناصر، ٢٠١٠، نظم المعلومات الإدارية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية للمصارف المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، دمشق.
- ١٠- العلاوين، أمجد عبد الفتاح، ٢٠٠٠، تقييم نظم الموازنات التقديرية في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
- ١١- الغويري، عمر عوض، ٢٠٠٤، تأثير نظم المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية في شركتي الملكية الأردنية موبايلكم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الأردن.

- ١٢- النور، عبد الحكيم عبدا الله، ٢٠٠٩، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة تشرين، كلية الاقتصاد اللاذقية، سورية.
- ١٣- الهباش، محمد يوسف، ٢٠٠٦، استخدام مقاييس التدفق النقدي والعائد المحاسبي للتنبؤ بالتدفقات النقدية المستقبلية، دراسة على المصارف الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- ١٤- بريش، فايزة، ٢٠٠٥، دور الكفاءات المحورية في تدعيم الميزة التنافسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سعد دحلب بالبلدية، الجزائر.
- ١٥- حسين الرقب، خالد مصلح، ٢٠٠٩، دور نظم المعلومات في تطوير الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية على المدراء العاملين في وزارتي المالية والصحة بقطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، غزة، فلسطين.
- ١٦- زبيري، رابح، ٢٠٠٣، دور أنظمة المعلومات في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر.
- ١٧- سرحان، عطا الله فهد، ٢٠٠٥، دور الإبداع والابتكار التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان، الأردن.
- ١٨- شرقاوي، سروق زينب، ٢٠٠٢، دور تقنية المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية ورفع الكفاءة الإنتاجية، دراسة تطبيقية على مستشفيات مدينة جدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
- ١٩- شرف، جهاد محمد محمد، ٢٠٠٥، أثر الرقابة المالية على استمرار التمويل للمؤسسات الأهلية في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- ٢٠- عجام، إبراهيم محمد حسن، ٢٠٠٧، تقانة المعلومات وإدارة المعرفة و أثرهما في الخيار الاستراتيجي، دراسة تحليلية مقارنة لآراء عينة من مديري المصارف العراقية الأهلية والحكومية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
- ٢١- عطية، حماد أكرم، ٢٠٠٣، تقويم منهج الرقابة المالية في القطاع الحكومي، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، قسم المحاسبة والتمويل، جامعة الجزيرة، السودان.
- ٢٢- عفرم، فاطمة، ٢٠٠٨، أثر تصميم نظام معلومات في رسم مسارات الموظفين الوظيفية وإحلالهم الوظيفي بالتطبيق على الجهاز الإداري الحكومي في سورية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلب.

٢٣- طشوش، ليث محمد إبراهيم، ٢٠٠٨، دور قدرات نظم المعلومات في تعزيز استراتيجيات الميزة التنافسية في المنظمات الصناعية الأردنية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية المال والأعمال، جامعة آل البيت، الأردن.

٢٤- قريشي، نجاه، ٢٠٠٦، القيم التنظيمية و علاقتها بفعالية التنظيم ، مذكرة ماجستير غير منشورة، الجزائر، قسم علم الاجتماع، جامعة بسكرة، الجزائر.

خامساً: المراجع الأجنبية:

Books:

- 1- Boddy David, Albert Boonstral, and Graham Kennedy, (2009).
Managing Information Systems: Strategy and Organization 3rd Ed,
prentice Hall، Financial Times Press،USA.
- 2- Curtis, Graham and Cobham, David, 2002"Business Information
Systems، Analysis, Design and Practice", prentice Hall, Financial Times,
USA.
- 3- David, Kroenke, 2011, Using MIS, Prentice Hall. USA
- 4- Evans and Collier,2007, Operation Management an Integrated Goods
and Services Approach, Thomson, South Western International Student
Edition, USA.
- 5- Fathey and Liam,1989, The Strategic Planning Management, Prentice
Hall, Inc, New jersey.
- 6- Feldman, Matan & Arkady, Libman (2007) 2 edition:' Crash Course in
Accounting and Financial Statement Analysis, John Wiley & Sons Inc.
- 7- Fortnum, N.R. and Ievorn W.staton,1982, Quantitative forecasting
Methods, Boston: RWS- Kent.
- 8- Garrison ,Ray H &Eric W .Noreen, 2003,Managerial Accounting, Tenth,
Edition, McGraw-Hill/Irwin, Companies, USA.
- 9- Glenn, Bosman and Arrind, Phaitak, 1980, Strategic Management, Text
and Cases,2th Ed, John Wily and Sons.

- 10– Harris, David, 1999, system analysis and design, for the small enterprise, 2nd Edition, the Dryden Press Harcourt Brace Publishers, Orlando, FL.
- 11– Hair, J.F., et al., (1998), Multivariate Data Analysis, 5th ed, Prentice Hall, INC, New York.
- 12– John, A, Czepiel, 1992, Competitive Marketing Strategy, Prentice Hall, Inc, New Jersey.
- 13– Kotler, Philip, 1997 Marketing Management, Planning, implementation, and Control, 2th ed. New Delhi.
- 14– Laudon, Kenneth, c, & Laudon, Jane p. (2008) Management Information Systems, 11th Edition, prentice Hall, New jersey, USA.
- 15– Leech, L N et al, (2005), SPSS for intermediate statistics: use and interpretation, 2nd ED, Lawrence Erlbaum associates inc, New jersey.
- 16– Macmillan, H, and Tampoe, M, 2000, Strategic Management, Process, content and implementation, Oxford University Press.
- 17– Michael, E, Porter, 1998, Competitive Advantages, Creating and Sustaining Superior Performance, With New Introduction, Free Press, New York.
- 18– Michael, E, Porter, 1991, from competitive advantage corporate strategy in Aceh, David and Bow man LTD.
- 19– McLeod, Raymond Jr. & Schell, George, 2001, Management Information System, 8th Edition, Prentice Hall, USA.
- 20– McLeod, Raymond Jr. & Schell, George, p, 2007, Management Information System, 10th Upper Saddle River, New Jersey: Person Education, Inc.

- 21– O'Brien, James, A, 2007, Management Information Systems: Managing Information Technology in the E-Business Enterprise, 7th ed, Irwin: McGraw-Hill Companies, Inc.
- 22– Paramasivan C. & Subramanian (2009):" Financial Management", New Age International (P) Ltd. Publisher.
- 23– Pitts, R, lie, D, 1996, Strategic Management, Building and Sustaining Competitive Advantage, West Put.
- 24– Philip Kotler Et Bernard Dubois, 1994, Marketing Management, 8 Edition, Public- Union.
- 25– Rappaport, A,1992, CFOS and Strategist, Forging a Common Framework, Harvard Business Review, May
- 26– Richard, Lynch, 2000, Corporate Strategy, 2 Ed, Prentice Hall, Inc, New Jersey.
- 27– Spyros, Makridakis . . , 1984,The forecasting Accuracy of Major Time series Methods, John Wiley and sons.
- 28– Stice, Earl K. & James, Stice & Michael, Diamond (2001) Financial Accounting, Reporting and Analysis, South Western College Pub; 6 edition.
- 29– Wright, Michael & Rhodes, David, (2001), Manage IT: Exploiting information systems of effective management, Praeger Publishers,
- 30– Walker, Admond, (2006), "Financial Leadership and Investment", Sanfrancisco.
- 31– White, L,J, 2000,Technological Change Financial Innovation and Financial Regulation in The US, The Challenges for Public Policy in Performance of financial Institutions, Ed ,p Harker and s. Zenion, Cambridge University Press, Cambridge, UK.

Thesis's and Researches:

- 1– Adriana Harizanova, 2003, Academic Internet Journal, RU, volume 9, www.acadjournal.com.
- 2– Birkinshaw, Julian, and Hood, Neil, and Young Stephen, 2005, Subsidiary Entrepreneurship, Internal and External Competitive Forces and Subsidiary Performance, *International Business Review*, 14(2005).
- 3– Delone, W.H and E.R. Mclean. 2003. The Delone and Mclean model of information systems success: A ten– year Update, *Journal of Management Information System*, V (9), N (4).
- 4– Doherty, Neil F, and Terry, Mark, 2009, The role of IS Capabilities in Delivering Sustainable Improvement to Competitive Positioning, Jan 18, 2009, <http://SSRN.com/>
- 5– Gupta, A & McDaniel, J, 2002, Creating Competitive Advantage by Effectively Managing Knowledge: A Framework of Knowledge Management, *Journal of Knowledge Management Practice*, V (6), N 10, October.
- 6– Jayaswal, Sachin, 2009, Product Differentiation and Operations, Strategy for Time Sensitive, Markets, PHD, Thesis, University of Waterloo, Waterloo, Canada.
- 7– Kolba, Mark Philip, 2009, Information– Based Sensor Management for Static Target Detection Using Real and Simulated Data, PHD, Duke University.
- 8– Malkawi, Nasem, M, and Alraja, Mansour and Alkhayer, Tarek, 2010, Information System Auditing Applied study at Banks Listed in Damascus Stock Exchange/ Syria, *Euro Journal*, London, United Kingdom.
- 9– Petter, Stacie, DeLone, William and McLean, Ephraim others, 2008, Measuring information systems success: models, dimensions,

- measures, Interrelationships, European Journal of Information Systems. volume 17, number 08, www.palgrave-journal.com/ejis.
- 10- Philee, Hamed and Hoda, 2009, Information Technology and Internal Controls, Feb 6, 2009, <http://SSRN.com/>.
- 11- Reed, Richard & Defellipi, Roberts, 1990, Causal Ambiguity Barriers to Limitation, and Sustainable Competitive Advantage, Academy of Management Review, Vol (15).No (1).
- 12- Stain, Mitchell, 2009, the Chain Between Focus and Diversification Strategy in Banking and its Relationship to Risk Return Outcomes, PHD, Thesis, Carleton University, Sport school of Business, Ottawa, Canada.
- 13- Sajady, H; Dastgir, M.; Hashem Nejad, H, (2008), "Evaluation of the Effectiveness of Accounting information International Journal of Information Science & Technology, Vol. 6 Issue 2:4.
- 14- Vicent Cho, 2007, A study of the impact of organization learning on information system effectiveness, International Journal of Business and Information, Volume 2, Number, 1.

Websites:

http://en.wikipedia.org/wiki/Transport_Layer_Security
<http://www.iugaza.edu/ara/research/> ISSN 1726-6807
<http://www.islamonline.net>
<http://www.bimobank.com>
<http://www.arabbank-syria.com>
<http://www.IBTF.com.sy>
<http://www.banqueaudi.com>
<http://www.gnp.sy.com>
<http://www.banksharq.com>
<http://www.byblosbank.com>

[http://: www.bankofjordansyria.com](http://www.bankofjordansyria.com)

[http //:www.sgbsy.com](http://www.sgbsy.com)

[http://: www.arablaw.org](http://www.arablaw.org)

[http //:www.francebank.com](http://www.francebank.com)

[http://: www.blombank.com](http://www.blombank.com)

ملحق رقم (ا) أسماء محكمي الاستبيان

القسم	الدرجة العلمية	الاسم
الإحصاء ونظم المعلومات	أستاذ مساعد	د. إبراهيم النائب
الإدارة	أستاذ دكتور	د. محمد خشروم
الإدارة	أستاذ دكتور	د. أحمد اليوسفي
الإدارة والتسويق	مدرس	د. محمد الأحمد

ملحق رقم (٢) استبانة البحث



جامعة حلب
كلية الاقتصاد
قسم إدارة الأعمال

بسم الله الرحمن الرحيم

السيدات/ السادة المحترمين...

تحية طيبة وبعد:

يقوم الباحث بدراسة استكمالاً لبحث بعنوان :

فاعلية نظم المعلومات المالية و أثرها في تحقيق الميزة التنافسية

(بالتطبيق على عينة من المصارف الخاصة العاملة في السوق السورية)

كأحد متطلبات نيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال من جامعة حلب.

و إذ نُثمنُ غالباً تعاونكم البناء في الاستجابة لمفردات هذا الاستقصاء، هذا التعاون الذي يعد أساسياً لإنجاح هذه الدراسة، لذا يرجى التفضل بقراءة فقرات الاستبيان المرفق واختيار الإجابة التي تعكس الواقع كما هو، علماً أن البيانات الواردة سوف تُعامل بسرية تامة ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، وكذلك نعدكم بإمدادكم بنسخة من التقرير النهائي لنتائج هذا البحث.

وتفضلوا بقبول وافر الاحترام والتقدير

الباحث

جمعة أمانى

بإشراف

د. عمر إسماعيل

د. سلمان علي

مدرس في قسم إدارة الأعمال/ جامعة حلب

مدرس في قسم التسويق/ جامعة حلب

أولاً: البيانات الشخصية والوظيفية: الرجاء ضع إشارة (x) في المربع الذي يناسبك:

١	الجنس		
	أنثى	ذكر	
٢	من ٥١ سنة فأكثر	من ٤١ - ٥٠ سنة	من ٣١ - ٤٠ سنة
٣	المؤهل العلمي	ماجستير	دبلوم
		بكالوريوس	دكتوراه أو ما يعادلها
4	مدة الخدمة في الوظيفة	من ١١ - ١٥ سنة	من ٦ - ١٠ سنوات
5	الموقع الوظيفي	إدارة عليا	إدارة وسطى
		وحدة نظم المعلومات	إدارة إشرافية

ثانياً: بيانات الدراسة: من فضلك ضع إشارة (x) في المربع المناسب:

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
جودة النظام						
١	هناك دعم ومساهمة من قبل الإدارة العليا في عملية تشغيل وتحديث نظم المعلومات المالية في المصرف					
٢	يُمكن نظام المعلومات المالي من جمع البيانات وتشغيلها بطريقة سهلة					
٣	يتوفر أجهزة حاسوبية متطورة في المصرف					
٤	يتوفر لدى المصرف أجهزة إدخال وإخراج وتخزين للبيانات متطورة					
٥	يستخدم برمجيات متطورة تسهل عملية التنقيب عن البيانات					
٦	يمتلك المصرف مخزن أو مخازن بيانات متطورة يمكن الوصول إليها بسهولة من قبل المعنيين					
٧	يتوفر لدى المصرف شبكة اتصالات فعالة توفر المشاركة الواسعة في المعلومات داخل المصرف وخارجه					
٨	تقوم الإدارة بالتحديث المستمر لتقنيات نظم المعلومات المتوفرة لدى المصرف					
جودة المعلومات						
٩	المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات المالي تلبى حاجة متخذ القرار					
١٠	المعلومات المالية المتاحة لصانع القرار دقيقة وتصف ما يحدث بدقة					
١١	المعلومات المالية المتاحة حديثة					
١٢	المعلومات المالية المتاحة خالية من الخطأ والتحيز					
١٣	المعلومات المالية المتاحة واضحة ومعبرة					
١٤	تتمتع المعلومات المالية المتاحة بدرجة عالية من المرونة					
١٥	يتم تزويد المديرين بالمعلومات المالية بالسرعة المناسبة					
رضا المستخدم						
١٦	يعتمد نظام المعلومات المالي على أحدث الأجهزة والبرمجيات					
١٧	يتلقى العاملون في النظام التدريب المستمر					
١٨	يوفر النظام بيئة عمل مريحة (صديق للمستخدم)					
١٩	يتم تحديث النظام وصيانته بشكل مستمر					
٢٠	يوجد مركز للدعم الفني في حال الأعطال					
٢١	يُمكن النظام المستخدمين من جمع البيانات ومعالجتها بوقت وجهد قليل.					
٢٢	يحسن النظام من إنتاجية المستخدمين (إنتاجية العمل)					
٢٣	يسمح النظام للمستخدمين بالتفاعل المباشر مع النظام إبداء آرائهم					
أمن المعلومات						

					يحتوي نظام المعلومات المالي على مميزات تعمل على حماية المعلومات وبيانات العملاء	٢٤
					قواعد البيانات التي يستخدمها النظام محمية ضد القرصنة والسرقة	٢٥
					يتم نقل البيانات بين مختلف أجزاء النظام على شكل رسائل مشفرة يصعب فكها أو تخريبها	٢٦
					النظام محمي ضد الفيروسات والقرصنة والتلصص	٢٧
					يتوفر لدى المصرف أنظمة أمن الشبكات والأجهزة	٢٨
					صلاحيات الدخول للنظام تعطى حسب المستويات الإدارية وباستعمال تقنية كلمات السر	٢٩
تخفيض تكاليف المصرف						
					يساهم نظام المعلومات المالي في تخفيض تكلفة تقديم الخدمة المصرفية	٣٠
					يوفر نظام المعلومات المالي طرق دقيقة وسهلة لتسعير الخدمة المصرفية	٣١
					يعمل نظام المعلومات المالي على تخفيض تكلفة المراجعة الداخلية لحسابات المصرف	٣٢
					يعمل نظام المعلومات المالي على تخفيض تكلفة الرقابة المالية	٣٣
					يسهل نظام المعلومات المالي في تخفيض تكلفة العمليات في المصرف	٣٤
					يساعد نظام المعلومات المالي على تقليل التكاليف غير الضرورية	٣٥
					ساعد نظام المعلومات المالي المصرف على أن يكون رائداً في مجال تخفيض التكلفة مقارنة مع المنافسين	٣٦
جودة الخدمة المصرفية						
					يساعد نظام المعلومات المالي على تقديم خدمات ذات جودة عالية تفوق ما يقدمه المنافسين	٣٧
					يساعد نظام المعلومات المالي على تقديم الخدمة المصرفية بطرق مبتكرة	٣٨
					يساهم نظام المعلومات المالي في تبني مفهوم إدارة الجودة الشاملة	٣٩
					يوفر نظام المعلومات المالي تغذية عكسية من العميل عن جودة الخدمة المصرفية	٤٠
					يساعد نظام المعلومات المالي على التحسين المستمر في جودة الخدمة المصرفية	٤١
					يساهم نظام المعلومات المالي في عملية تخطيط الجودة	٤٢
					يساهم نظام المعلومات المالي في ترسيخ سمعة المصرف في ذهن العملاء	٤٣
					يساهم نظام المعلومات المالي في تقليل زمن تقديم الخدمة	٤٤
الإبداع المالي						
					يساهم نظام المعلومات المالي في ابتكار خدمات ومنتجات مالية جديدة	٤٥
					يساهم نظام المعلومات المالي في إدخال التعديلات على المنتجات	٤٦

					المالية الحالية	
					يساهم نظام المعلومات المالي في إيجاد حلول إبداعية للمشاكل التي تواجه المصرف	٤٧
					يسهل نظام المعلومات المالي عمليات البحث والتطوير في المصرف	٤٨
					يتيح نظام المعلومات المالي إمكانية التعلم التلقائي وتطوير مهارات المستخدمين	٤٩
					يعمل نظام المعلومات المالي على تنمية ثقافة الإبداع داخل المصرف	٥٠

University Of Aleppo.
Faculty Of Economic.
Dept. Of Business Administrative.



The Effectiveness of Financial Information Systems and Their Impact in Achieving Competitive Advantage

(Applied to Selected Sample of Private Banks Operating in the Syrian Market)

Thesis Submitted for Master's Degree in business Administration

Submitted by:

Jomaa Abdulmajid Amani

1434 AH.- 2013 AD

University Of Aleppo.
Faculty Of Economic.
Dept. Of Business Administrate.



**The Effectiveness of Financial Information Systems and
Their Impact in Achieving Competitive Advantage
(Applied to Selected Sample of Private Banks Operating in
the Syrian Market)**

Thesis Submitted for Master's Degree in business Administration

Submitted by:

Jomaa Abdulmajid Amani

Supervised by:

D. Suleiman Ali

Reader in the Department
of Marketing, Faculty
Economics, University of Aleppo

D. Omar Ismail

Reader in the Department of Business
Administration, Faculty of Economics,
University of Aleppo

1434 AH - 2013 AD

University Of Aleppo.
Faculty Of Economic.
Dept. Of Business Administrate.



**The Effectiveness of Financial Information Systems and
Their Impact in Achieving Competitive Advantage
(Applied to Selected Sample of Private Banks Operating in
the Syrian Market)**

Submitted by:

Jomaa Abdulmajid Amani

Supervised by:

D. Suleiman Ali

Reader in the Department
of Marketing, Faculty
Economics, University of Aleppo

D. Omar Ismail

Reader in the Department of Business
Administration, Faculty of Economics,
University of Aleppo

Submitted in fulfillment of the requirements for master's degree in
business administration

1434 AH.- 2013 AD

Abstract

This study addressing the issue of the effectiveness of the financial information system, and research about the role and importance that play in achieving competitive advantage for traditional private banks operating in the Syrian market, also aimed to view the reality of financial information systems in the banking sector and to make recommendations that will upgrade work and competition among private banks in Syria. The researcher tried through three chapters to answer the questions posed to the problem by two theoretical chapters, the first one search in information systems, the second studied competitive advantage, and the third which is focus on field study that applied to the traditional private banks in Syria.

And addressing this issue was possible only through the recognition of all the basic concepts and dimensions associated with effectiveness of Financial Information System, which as defined by the researcher as such (quality system, quality of information, user satisfaction, information security) and with some indicators of Competitive Advantage, which, as defined by the researcher (cost reduction, quality of service banking, and financial creativity and innovation). Which has enabled us to deepen in our theme and come out with several **results including:**

- 1- The existence of impact statistically significant between the effectiveness of financial information systems by its four elements (system quality, quality of information, user satisfaction, information security) and reduction of the cost as an indicator of competitive advantage, where there was a significant effect of user satisfaction and information security, and the impact was not significant for the system quality and quality of information.
- 2- The presence effect statistically significant between the effectiveness of financial information systems by its four elements (system quality, quality of information, user satisfaction, information security) and improve the quality of banking services as an indicator of competitive advantage, where there was a significant effect of user satisfaction and information security, and the impact was not significant for the system quality and quality of information.
- 3- having the effect statistically significant between the effectiveness of financial information systems by its four elements (system quality, quality of

information, user satisfaction, information security), and financial creativity and innovation as an indicator of competitive advantage, where there was a significant effect of the quality of information, user satisfaction, and information security, the impact was not significant for the system quality and quality of information.

This research concluded with a set of recommendations that could be useful to researchers in the future to search in this field.

Keywords: Effectiveness of Financial Information System, System Quality, Information Quality, User Satisfaction, Information Security, financial Innovation.

Testimony

We witness that the work described in this treatise is the result of scientific search conducted by the candidate Jomaa Amani, under the supervision of: Dr. Omar Ismail, A reader at the Department of Business Administration, Faculty of Economics , University of Aleppo, and Dr. Suleiman Al-Ali, A reader at the marketing department, Faculty of Economics , University of Aleppo, And any reference to other researcher's work has been duly acknowledged in the text.

Candidate
Jomaa Amani

Assistant Supervisor
Dr. Suleiman Al-Ali

Main Supervisor
Dr. Omar Ismail

Declaration

I hereby declare that this research titled (the effectiveness of the financial information systems and their impact in achieving competitive advantage, applied on some private banks operating in the Syrian market, Has not already been accepted for any degree, nor it is not being submitted currently for any other degree.

Candidate:

Jomaa Amani