

مساهمة نظم المعلومات الإستراتيجية في ترشيد قرارات البنوك التجارية الجزائرية
بالتطبيق على عينة من الوكالات البنكية بالمسيلة
أ.حسان بوبعاية
د. محمد يعقوبي
جامعة المسيلة

Résumé:

Cette étude a pour objectif d'évaluer la contribution des systèmes d'information stratégiques dans la rationalisation des décisions stratégiques ou sein des banques commerciales algériennes, a partir d'un échantillon de la banques domiciliée sou niveau de la wilaya de M'sila.

L'étude a révélé que les caractéristiques de l'information stratégique répond aux besoins de gestion des banques a travers l'information qui est utilise dans la prise de décisions stratégiques.

Mots clés: information stratégique, les systèmes d'information stratégiques, les décisions stratégiques, les banques commerciales.

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة نظم المعلومات الإستراتيجية، في ترشيد القرارات الإستراتيجية في البنوك التجارية الجزائرية وذلك بالتطبيق على عينة من البنوك التجارية لولاية المسيلة.

وتوصلت الدراسة إلى أن خصائص المعلومات الإستراتيجية تلبي احتياجات إدارة البنوك من المعلومات التي يتم استخدامها في صنع واتخاذ القرارات بما فيها القرارات الإستراتيجية.

الكلمات المفتاحية: المعلومات الإستراتيجية، نظم المعلومات الإستراتيجية، القرارات الإستراتيجية، البنوك التجارية.

مقدمة

اهتمام البنوك بالبيئة، سواء البيئة الداخلية أو الخارجية، لن يكون إلا عن طريق جمع كل المعطيات والمعلومات التي تساعد على متابعة التحولات التي تحدث في هذه البيئة، وهذا ما يكشف لها حقائق؛ تنعكس إيجابا حول قدرة البنوك التنافسية، فهذه المعلومات هي الركيزة الأساسية في اتخاذ القرارات الإستراتيجية، وبهذا فإن متخذ القرار الاستراتيجي، يجد نفسه في حاجة ماسة للمعلومات الإستراتيجية، التي تسمح له باتخاذ قرارات إستراتيجية مناسبة، هذه القرارات تحتاج إلى جمع معلومات متعددة من البيئة الداخلية والخارجية، وبصفة مستمرة، هذا ما يجعل عملية جمع المعلومات تتم وفق نظم معينة، وهذه النظم هي نظم المعلومات الإستراتيجية. والتوجهات الجديدة نحو ما أصبح يعرف بمجتمع المعلومات، وضع البنوك في موقف الطلب المتزايد نحو توفير المعلومات التي تحتاجها، وبالسرعة والدقة والتكلفة المنافسة، الأمر الذي جعل الأساليب التقليدية المتبعة في عملية تدفق ومعالجة البيانات، عاجزة عن الإيفاء باحتياجات ومتطلبات متخذي القرار من المعلومات، ومن هنا؛ لا بد من إيجاد نظم معلومات قادرة على تقديم وتوفير معلومات ملائمة لمستخدميها، وبالشكل الذي يراعي طبيعة متطلبات المستويات الإدارية المختلفة في المؤسسة، ابتداء من احتياجات المستويات التشغيلية، وانتهاء بمتطلبات الإدارة الإستراتيجية.

إشكالية الدراسة: يمكن بلورة إشكالية الدراسة في السؤال الجوهري التالي؛

ما مدى مساهمة نظم المعلومات الإستراتيجية في ترشيد القرارات الإستراتيجية للبنوك التجارية الجزائرية؟

وينطوي السؤال الجوهري على عدة أسئلة فرعية نذكر منها:

- 1- ما هو مفهوم التسيير الاستراتيجي؟، وما هي مستوياته ومراحله المختلفة؟
- 2- ما المقصود بالمعلومات الإستراتيجية؟، وما هي طبيعة نظم المعلومات الإستراتيجية؟
- 3- ما هو تأثير نظم المعلومات الإستراتيجية على القرارات الإستراتيجية؟
- 4- إلى أي مدى تساهم نظم المعلومات في البنوك التجارية الجزائرية في ترشيد قراراتها؟

فرضيات الدراسة: كإجابات مؤقتة للتساؤلات السابقة وتساؤلات أخرى تقوم دراستنا على مجموعة من الفرضيات التي نقوم من خلال هذه الدراسة على اختبار مدى صحتها وهي:

- 1- خصائص ومتطلبات المعلومات الإستراتيجية تلبي احتياجات إدارة البنوك التجارية من المعلومات.
 - 2- تستخدم نظم المعلومات في صنع واتخاذ القرارات في البنوك التجارية.
 - 3- تساهم المعلومات الإستراتيجية في صنع واتخاذ القرارات الإستراتيجية في البنوك التجارية.
- حدود الدراسة:** إجراء الدراسة يتم في إطار مجموعة الحدود التالية؛
- 1- التركيز على القرارات الإستراتيجية، وبيان مفهومها وخصائصها وأهميتها.
 - 2- التركيز على مساهمة نظم المعلومات الإستراتيجية في ترشيد القرارات الإستراتيجية في البنوك التجارية.

3- في دراسة الحالة اخترنا عينة من بنوك تجارية من ولاية المسيلة لإسقاط الدراسة النظرية عليها، لمعرفة واقع نظم المعلومات الإستراتيجية بها، ومدى مساهمتها في اتخاذ القرارات الإستراتيجية.

أهمية الدراسة:

- 1- تكمن أهمية هذه الدراسة، في ضرورة إظهار قدرة نظم المعلومات الإستراتيجية، على تغطية حاجات طالبي ومستعملي المعلومات والتأكيد على مساهمتها الفعالة في مساعدة متخذي القرارات الإستراتيجية على اتخاذ القرار الأنسب لتحقيق التميز، وكذا مواجهة التغيرات البيئية المستمرة، والتطورات التكنولوجية السريعة والكبيرة في البنوك التجارية، والتي تؤثر على نشاطها.
 - 2- يعد هذا البحث، مساهمة علمية في بناء الإطار النظري لدور نظم المعلومات الإستراتيجية، ومدى مساهمة مخرجات هذه النظم في ترشيد القرارات الإستراتيجية للبنوك التجارية.
 - 3- يساهم هذا البحث في زيادة الاهتمام بالتسيير الاستراتيجي في البنوك التجارية الجزائرية، وإبراز أهمية القرارات الإستراتيجية في حل المشكلات، التي تتعرض لها هذه البنوك، ومدى مساهمة نظم المعلومات الإستراتيجية، في توفير المعلومات اللازمة لها.
 - 4- يستمد هذا البحث أهميته كذلك، من أهمية نظم المعلومات الإستراتيجية، والتسهيلات التي توفرها للوصول إلى القرارات الإستراتيجية الصحيحة والفعالة.
- أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة بصورة عامة إلى الإجابة عن التساؤلات الواردة في الإشكالية، وكذا اختبار مدى صحة الفرضيات، فهي تهدف في جانبها النظري إلى التعريف بالقرارات الإستراتيجية وأهميتها وعمليات ترشيدها، بالإضافة إلى التعريف بنظم المعلومات الإستراتيجية، ودورها في عملية ترشيد القرارات الإستراتيجية.
- وتهدف في جانبها التطبيقي إلى محاولة معرفة مدى فعالية نظم المعلومات الإستراتيجية، في ترشيد القرارات الإستراتيجية في البنوك التجارية الجزائرية بالتطبيق على عينة من الوكالات البنكية لولاية المسيلة.
- الدراسات السابقة:**

- **دراسة محمد عبد الرحمان النظاري (1990):** بعنوان نظم المعلومات وأثرها على فاعلية القرارات في المصارف التجارية الأردنية،⁽¹⁾ هدفت هذه الدراسة لدراسة العلاقة بين كفاءة نظم المعلومات من جهة، وفاعلية اتخاذ القرارات من جهة أخرى في المصارف الأردنية وشملت الدراسة (11) مصرفا مدرجا في سوق عمان المالي، ووزعت استبانته الدراسة على (154) مديرا يمثلون المستويات الثلاثة للإدارة (العليا، والمتوسطة والتنفيذية) وتم استخدام الأسلوب الوصفي في التحليل، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية بين نظم المعلومات وفاعلية اتخاذ القرارات في المصارف التجارية الأردنية، إلا أن هذه العلاقة ليست ذات دلالة إحصائية، وأنه ليس بالضرورة أن تكون المصارف التي توجد بها نظم المعلومات أكثر كفاءة محققة نسب ربحية أعلى، وإنما ينعكس كفاءة النظام فيها على نوعية وسرعة الخدمات التي تقدمها للجمهور، وأن (20%) فقط من مجتمع الدراسة تتوفر فيه إدارات مستقلة لنظم المعلومات.

- **دراسة ناديا حبيب أيوب (1996):** بعنوان نموذج عام لنظام المعلومات الاستراتيجي،⁽²⁾ هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على موضوع نظام المعلومات الاستراتيجي من خلال تقديم فكرة مبسطة عن مفهوم هذا النظام وأهميته ودوره في الحصول على المعلومات واستخدامها في مجال دعم القرارات الخاصة بالإدارة الإستراتيجية، وقد توصلت هذه الدراسة النظرية إلى بعض النتائج من أهمها أن نظام المعلومات الإستراتيجية يساعد الإدارة العليا في صياغة الإستراتيجية، وتنفيذها والرقابة عليها، بالإضافة إلى أن نظام المعلومات

الإستراتيجية يساعد في اتخاذ قرارات إستراتيجية ذات كفاءة وفعالية، كما أوصت هذه الدراسة بزيادة البحث في مثل هذه الدراسة نظريا وميدانيا لأهمية هذا النظام في المنظمات.

- دراسة عبد الستار العلي وإميل عقيل يونيل (1998): بعنوان نموذج تقييم أنظمة المعلومات الإستراتيجية كأداة تنافسية في المصارف،⁽³⁾ تهدف هذه الدراسة إلى الكشف على مستوى استخدام أنظمة المعلومات كأداة تنافسية في أحد المصارف الأردنية بجوانبه المتعددة، وكذلك الكشف عن أنظمة وتقنية المعلومات المستخدمة في هذا المصرف، بالإضافة إلى قياس مدى إدراك عملاء المصرف لأنظمة المعلومات وتأثيرها على تعاملهم مع المصرف، وتوصلت الدراسة إلى أن أنظمة المعلومات تلعب دورا إستراتيجيا بسبب التطور التكنولوجي المتسارع الذي تستند إليه المنافسة في القطاع المصرفي، وتوصي هذه الدراسة بالاستمرار في تعزيز الشبكة الموحدة وأجهزة الصرف الآلي، لما لها من دور هام في رفع درجة ولاء العملاء، وبالتالي رفع قدرة المصرف التنافسية كما توصي بالعمل على إدخال أنظمة متطورة، مثل البنك الناطق والصرافة بالهاتف، وأنظمة التحويل الإلكتروني للأموال، وذلك لتقديم خدمات متميزة للعملاء، واستخدام أنظمة المعلومات للإدارة العليا مثل أنظمة دعم القرار.

- دراسة عماد الصباغ (1999): بعنوان نظام المعلومات الاستراتيجي،⁽⁴⁾ هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم نظام المعلومات الاستراتيجي، والدور الاستراتيجي لنظم المعلومات في مختلف المنظمات، كما تعمل على توضيح مفهوم الأطر النظرية لنظم المعلومات الإستراتيجية، وأهميتها في عملية تطوير الإستراتيجية التنافسية للمنظمة وتنفيذها، وتعمل الدراسة على التعريف بالتخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات ومهامه وخطواته، وخلصت الدراسة إلى أن نظام المعلومات الاستراتيجي لا يخطط ليكون إستراتيجيا، ولكنه يتطور عبر الزمن حتى نعدو كذلك، ولذا يتوجب على المنظمات ضرورة أن تكون دقيقة وحذرة للغاية حين تقوم بتحليل مشروعات نظم المعلومات المقترحة، وألا تختار لأغراض التطوير إلا المشروعات التي تجد أنها مجدية أكثر من غيرها، أو التي تحتاجها المنظمة بصورة أكثر إلحاحا.

- دراسة ماركو إبراهيم نينو (2001): بعنوان أثر كفاءة تضم المعلومات في فاعلية اتخاذ القرارات في فروع بنك الإسكان للتجارة والتمويل في إقليم الشمال،⁽⁵⁾ هدفت هذه الدراسة للبحث في مدى كفاءة نظم المعلومات وأثرها في القرارات في جميع فروع بنك الإسكان للتجارة والتمويل العاملة في إقليم الشمال، واعتبرت الدراسة أن فاعلية اتخاذ القرارات هو المتغير التابع، أما المتغير المستقل فهو نظم المعلومات، ومن خلال هذه المتغيرين تم البحث في العلاقة بينهما، فأظهرت النتائج الإحصائية وجود علاقة إيجابية بين نظم المعلومات وفاعلية اتخاذ القرارات، ومن بين النتائج المتوصل إليها كذلك تنعكس كفاءة نظم المعلومات المستخدمة في فروع بنك الإسكان للتجارة والتمويل العاملة في إقليم الشمال على نوعية الخدمة التي تقدمها للجمهور وسرعتها. كما أن العاملين في نظم المعلومات وكذا الأجهزة المستخدمة فيها تمتاز بكفاءة عالية.

- دراسة واثق العبادي (2003): بعنوان تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات على نماذج صياغة الاستراتيجيات في منظمات الأعمال،⁽⁶⁾ هدفت هذه الدراسة إلى عرض الأسلوب الجديد في بناء وصياغة إستراتيجية المنظمة باستخدام تكنولوجيا المعلومات، وكيفية استفادة الإدارة العليا منها، وقد عمدت إلى بناء نموذج تحليلي لصياغة الإستراتيجية عبر استخدام تكنولوجيا المعلومات معتمدة في ذلك على مواءمة النماذج السابقة بالنموذج الجديد في صياغة الاستراتيجيات عبر استخدام تكنولوجيا المعلومات، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات ليست أداة مساعدة فحسب وإنما أداة لا يمكن الاستغناء عنها في التصور والتنبؤ وحل المشاكل، وأن إهمال التوجه نحو المعرفة والإدراك لهذه التقنية سيؤدي إلى تراجع العديد من منظمات الأعمال في أدائها ومواكبتها للتطور.

من خلال استعراض الدراسات السابقة، فإننا نلاحظ أن بعض هذه الدراسات، تناولت أثر الجانب التكنولوجي لنظم المعلومات، أو محاولة دراسة واقع نظم المعلومات في البنوك، أو تناولت أحد أنواع نظم المعلومات، دون التركيز على أثر استخدام نظم المعلومات بشكل مباشر في اتخاذ القرارات.

ويتضح من ذلك مدى الاهتمام الذي أولاه الباحثون لنظم المعلومات وخصائص النظم، والعوامل التي تؤثر فيها، وهذا ما يؤكد على مدى أهمية هذا الموضوع، ولذلك من الضروري الاهتمام بوجود نظم معلومات في البنوك التجارية، لما تحدثه من آثار إيجابية، حيث أنها تلعب دورا مهما في تحقيق الكفاءة والفعالية، وترشيد القرارات في هذه البنوك.

ونلاحظ أن كل دراسة انطلقت من مشكلة رئيسية مختلفة عن الأخرى، حاول خلالها كل باحث الوصول إلى نتائج، ويرجع ذلك لاختلاف الاهتمامات، التي كانت ميزة في حد ذاتها، لكونها أمدت الباحث بالعديد من المعارف، والأفكار المتنوعة، حول موضوع البحث.

واتفقت بعض الدراسات مع الدراسة الحالية في موضوعها وهو نظم المعلومات، وإن كانت هذه الدراسة تتناول دور نظم المعلومات من زاوية مختلفة، وهي ترشيد القرارات الإستراتيجية من جهة، بالإضافة إلى تناول نوع مختلف من نظم المعلومات، وهو نظام المعلومات الإستراتيجية من جهة أخرى، كما أن هذه الدراسة، تركز على البنوك التجارية التي تنشط في بيئة مختلفة وهي البيئة الجزائرية.

I- ماهية المعلومات الإستراتيجية: يعد تعريف المعلومات الإستراتيجية الخطوة الأولى والأساسية للانتقال إلى تعريف نظام المعلومات الإستراتيجية.

أولاً- تعريف المعلومات الإستراتيجية: هناك صعوبة في التعريف بين ما هو استراتيجي، وما هو غير استراتيجي من المعلومات، التي يتم إتاحتها إلى متخذي القرارات، على النحو الذي يحتم اعتماد أسس سليمة في الفصل بين الصنفين من المعلومات، ومن ثم تحديد مفهوم المعلومات الإستراتيجية، وبيان أهم الأبعاد والخصائص التي تتصف بها، وتميزها عن أنواع المعلومات الأخرى.

تعرف المعلومات الإستراتيجية بأنها؛ تكون ذات توجه مستقبلي، ومشملة على قدر معين من الغموض، وهي ترتبط بتخطيط السياسات في المدى الطويل، والذي يكون من مهام الإدارة العليا.⁽⁷⁾

كما أن المعلومات الإستراتيجية؛ هي المعلومات التي ترتبط بالقدرة على استشراف مستقبل المؤسسة، والتي تنطوي على درجة عالية من حالات عدم التأكد والمخاطرة، والتي ترتبط بالخطط بعيدة الأمد، والتي تقع ضمن اهتمامات الإدارة العليا للمؤسسة.⁽⁸⁾

وعرفت المعلومات الإستراتيجية؛ بأنها معلومات تنبؤية مستقبلية، ترتبط بالخطط طويلة الأجل، وتغطي الغموض وعدم التأكد البيئي، ولها أهمية كبيرة في صياغة استراتيجيات المؤسسة، وتنفيذها وتقييمها، من أجل تحقيق غايات المؤسسة.⁽⁹⁾

وعرفت بأنها؛ تلك المعلومات التي تدعم الإدارة عند قيامها بالتخطيط الاستراتيجي، وتسهيل مهمة تحديد الأهداف، واختيار بدائل العمل الممكنة، كما يشمل بعضها المعلومات المتعلقة بالبيئة الداخلية للمؤسسة.⁽¹⁰⁾ واعتبرت المعلومات الإستراتيجية؛ بأنها معلومات تلقي الضوء على ما يدور في بيئة المؤسسة الداخلية والخارجية، أثناء قيامها بنشاط صناعي أو خدماتي، من أجل المساعدة في اتخاذ القرارات الإستراتيجية.⁽¹¹⁾ ومن خلال ما سبق يمكن القول أن المعلومات الإستراتيجية هي عبارة عن مخرجات نظام المعلومات الإستراتيجية، والتي تسهم بشكل فاعل في عملية صنع واتخاذ القرارات الإستراتيجية.

ثانياً- أهمية المعلومات الإستراتيجية: تكمن أهمية المعلومات الإستراتيجية للمؤسسة التي تعمل في بيئة مضطربة وسريعة التغير، وهو السبيل في بناءها وازدهارها ونموها وتميزها، لأنها تعد الأساس الذي تعتمد عليه الإدارة العليا للمؤسسة، في اتخاذ قراراتها الإستراتيجية، وبالتالي تسهيل تحقيق الأهداف والغايات الإستراتيجية للمؤسسة.⁽¹²⁾

وتستخدم المعلومات الإستراتيجية، لتحديد المشكلات التي تواجه المنظمة عن طريق مسح البيئة باستمرار، للتعرف عن التغيرات التي تحدث فيها، بهدف تجنب التهديدات، أو تجنب إضاعة الفرص المتاحة أمامها، كما تستخدم لتحديد الاستراتيجيات الممكنة إتباعها مستقبلاً وتحديد النتائج المرغوب تحقيقها عند تطبيق، واحد أو أكثر من تلك الاستراتيجيات.⁽¹³⁾

هذا ويختلف استخدام المعلومات الإستراتيجية من مؤسسة إلى أخرى، واحتياج المؤسسة للمعلومات الإستراتيجية، يرتبط بطبيعة نشاطها، وهذا يعكس من خلال ما تتمتع به الإدارة العليا من رؤية ووجهة نظر، كما ترتبط بنقاط القوة والضعف في المؤسسة، وبمعايير النجاح على مستوى المشاريع، وبالمعلومات عن المنافسين وبالفرص والتهديدات البيئية.⁽¹⁴⁾

ثالثاً- فوائد المعلومات الإستراتيجية: للمعلومات الإستراتيجية عدة فوائد منها؛⁽¹⁵⁾

- 1- تغذية القرارات الإستراتيجية بمعلومات دقيقة؛
- 2- محاكاة وتقليد المؤسسات المنافسة الريادية؛
- 3- المساعدة على معرفة احتياجات الزبائن ومشاريع المنافسين؛
- 4- تحديد الأسواق الجديدة أو محتملة الدخول فيها؛

- 5- مواكبة التطورات السريعة في مجال تكنولوجيا المعلومات؛
- 6- معرفة قوانين المنظمات التي ينتسب أو سينتسب إليها البلد مستقبلا؛
- 7- قدرة المؤسسة على تحقيق النجاح والتفوق والتنافس؛
- 8- تعطي المعلومات الإستراتيجية تحذيرات تكتيكية عن المشكلة التي يمكن أن تحدث.
- رابعاً- خصائص المعلومات الإستراتيجية: للمعلومات الإستراتيجية خصائص متعددة ومن بين أهمها: (16)
- 1- خاصية نوع المعلومات الإستراتيجية: تعد خاصية النوع من أهم خصائص المعلومات، المعتمدة كمؤشر في قياس فاعلية نظام المعلومات، إلى درجة حرص بعض الباحثين في تأكيدهم على هذه الأهمية، وتعد هذه الخاصية شاملة لجميع الخصائص الأخرى، باستثناء خاصية الكمية، وبسبب هذه الأهمية الكبيرة لهذه الخاصية تميل الإدارات، إلى تفضيل الاهتمام بتحسين نوع المعلومات، بشكل أكبر من اهتمامها بكمية المعلومات.
- 2- خاصية كمية المعلومات الإستراتيجية: ترتبط هذه الخاصية بحجم المعلومات الإستراتيجية، ودرجة تركيزها وبما يؤدي إلى تكاملها دون التضحية بالتفاصيل الضرورية، فالأساس الذي يقرر ذلك، هي أن امتلاك معلومات أكثر، يوازي تماما حالة عدم امتلاك المعلومات الكافية.
- 3- خاصية موثوقية المعلومات الإستراتيجية: تشير الموثوقية إلى خاصية التي تسمح للمستفيد من المعلومات، بالاعتماد عليها بثقة، كما هي ممثلة لمن استهدفت تمثيله والتعبير عنه، ويستخدم رواد هذه النظرية مصطلحا آخر هو (المعولية) أي كم يمكن أن نعول عن المعلومة عند اتخاذ القرار، وان لهذه الخاصية خصائص فرعية وهي، أن تكون صحيحة ودقيقة، وموضوعية، والتحقق من المعلومات.
- 4- خاصية موقوتية المعلومات الإستراتيجية: وتعد هذه الخاصية الأساس للمعلومات الإستراتيجية، إذ أن توفير المعلومات الإستراتيجية بالتوقيت المناسب، يؤدي إلى تقليص معدلات الأخطاء، في إعداد التنبؤات بالشكل الذي يساعد في تقليص تكلفة الفرصة البديلة، وبمعدلات ثابتة.
- II- ماهية نظام المعلومات الإستراتيجية: إن الدور الذي يؤديه نظام المعلومات الإستراتيجية في حياة المؤسسات، يوصي بأهمية التعرف على هذا النظام، من خلال دراسة ماهية نظام المعلومات الإستراتيجية، ومكوناته، وخصائصه.
- أولاً- تعريف نظام المعلومات الإستراتيجية: هناك الكثير من الباحثين الذين تطرقوا إلى تعريف نظم المعلومات الإستراتيجية، وكل حسب وجهة نظره، وسنتناول هنا أهم هذه التعريفات.
- نظام المعلومات الإستراتيجية؛ هو ذلك النظام الذي صمم خصيصا لمساعدة المؤسسة، في الحصول على الميزة التنافسية، أو لمساعدتها في تحقيق موقع تنافسي في السوق. (17)
- نظم المعلومات الإستراتيجية؛ هي النظم المعلوماتية التي تزود إدارة المؤسسة بالمعلومات الإستراتيجية، (الشاملة، الجوهرية، التنبؤية)، عن المنتجات والخدمات المنافسة، وكذلك المعلومات عن البيئة التنافسية، من منافسين وعملاء وموردين وغيرهم، والتي تساعد أيضا على وضع الإستراتيجية التنافسية، وبالتالي تحقيق الميزة الإستراتيجية، عن منافسيها في السوق. (18)
- ونجد أن كل من "جونسن" و"كاريكو" قد وضعا تعريفا لنظام المعلومات الإستراتيجية؛ على أنه؛ نظام يمكن له إيجاد أساليب تغيير قواعد اللعبة، بحيث يصبح بالإمكان استخدام موارد نظام المعلومات الإستراتيجية، ليتم الفوز باللعبة. (19)
- كما يعرف نظام المعلومات الإستراتيجية؛ على أنه النظام الذي يستطيع أن يوفر للمؤسسة، خدمات ومنتجات تنافسية، تحقق لها تقدما استراتيجيا على المنافسين في السوق، وهو نظام يحفز الابتكار الإداري، ويحسن كفاءة العمليات، ويبين موارد معلومات إستراتيجية للمؤسسة. (20)
- ولقد وضعت "نانسي ووندر" مفهوما لنظام المعلومات الإستراتيجية، من خلال ثلاث خصائص هي: (21)
- أ- نظام المعلومات الإستراتيجية؛ يغير كثيرا في أداء المؤسسة، وذلك وفق مؤشر واحد أو أكثر، حيث يعد حجم التأثير أحد المعايير في التمييز بين نظم المعلومات الإستراتيجية، ونظم المعلومات التقليدية، أي ما تحققه نظم المعلومات التقليدية من عائد، يمكن للنظم الإستراتيجية أن تحقق أضعاف ذلك.
- ب- يساهم نظام المعلومات الإستراتيجية، في تحقيق غايات وأهداف المؤسسة الإستراتيجية، حيث يكون النظام استراتيجيا، إذا كان هو أحد المكونات الإستراتيجية القليلة ذات الأهمية الكبرى، في مسالة تحقيق أهداف وغايات المؤسسة بنجاح.

ج- يعد النظام استراتيجيا؛ إذا ساهم وبشكل أساسي في تغيير طريقة المؤسسة، بانجاز النشاطات، أو طريقة قيامها بالمنافسة، أو طريقة تعاملها مع العملاء والموردين، فالنظام الذي يفتح قناة توزيع جديدة أمام منتجات المؤسسة، يعد نظاما استراتيجيا.

ومن خلال ما تقدم من وجهات نظر، يمكن القول أن نظام المعلومات، يعد إستراتيجيا، إذا كانت مخرجاته تعد إستراتيجية، وتستند إليها الإدارة العليا في اتخاذ قراراتها، المتعلقة بالمنافسة مع المؤسسات الأخرى، وبالتالي يتم التركيز على تشكيل الإستراتيجية التنافسية، والموقف التنافسي، سواء كان هناك تقدم محقق أو غير محقق، ودور نظم المعلومات الإستراتيجية، يتمثل في المحافظة على ذلك التقدم وإدامته، أو دعم تحقيق تقدما تنافسيا، أو المساهمة في تقليص الفجوة التنافسية بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى، ومن خلال جعل المؤسسة، تلحق بركب المؤسسات المنافسة، وذلك يتم كله من خلال تزويد المؤسسة بالمعلومات الإستراتيجية، التي يتطلبها اتخاذ القرارات الإستراتيجية المتعلقة بالمنافسة.

ونظام المعلومات الإستراتيجية، يختلف عن باقي النظم التقليدية، بأنه يتناول جوانب إستراتيجية، مثل الفرص والتهديدات في البيئة الخارجية (التنافسية)، وجوانب القوة والضعف في البيئة الداخلية، أي أنه يساهم مساهمة جوهرية في التحليل الاستراتيجي، الذي يساعد الإدارة العليا باتخاذ القرارات الإستراتيجية، وخصوصا ما يتعلق بالمزايا التنافسية.

ثانيا- مكونات نظام المعلومات الإستراتيجية: يتكون نظام المعلومات الإستراتيجية؛ من معلومات إستراتيجية خاصة، أو تغطي البيئتين الخارجية (عامة وتنافسية) والداخلية، بحيث تعطي درجة ترابط وتكامل هذه المكونات للنظام، صفة الفعالية، على اعتبار أن النظام، ومن خلال تلك المخرجات المعلوماتية المتكاملة، يحقق الأهداف والغايات، التي يسعى إلى تحقيقها، ألا وهي استخدامه كسلاح إستراتيجي تنافسي، ومن خلال تأثيره في البيئة الداخلية والخارجية، فضلا عن اعتباره هو أيضا ميزة تنافسية لدى المؤسسة، عندما يكون ذو فعالية، من خلال المعلومات المتكاملة التي يزود بها المؤسسة.

وإذا كان دور نظام المعلومات الإستراتيجية؛ هو الحصول على المعلومات من البيئة الخارجية أو البيئة الداخلية للمؤسسة، ومعالجتها طبقا لمتطلبات الاستعمال، ووضعها في تقارير أو خزنها، لاسترجاعها عندما تكون هناك حاجة إليها،⁽²²⁾ فإن أداء المهام المتعلقة بإدارة المعلومات داخل المؤسسة، لا تخرج عن إطار العمليات الأربعة الآتية:⁽²³⁾

1- جمع البيانات: ويتم في هذه العملية الحصول على البيانات من مصادرها المختلفة، الرسمية وغير الرسمية، مع مراعاة توفر خصائص هامة كالصحة، الدقة، الشمول، المرونة، وتناسب التكلفة مع القيمة، في تلك البيانات، ويتم تزويد المؤسسة بالبيانات الخاصة بالاتجاهات المستقبلية، والاحتمالات الخاصة بالبيئة، عن طريق استخدام وسائل المراقبة البيئية (التنبؤ والتحليل).

2- معالجة البيانات: حيث يتم تحويل البيانات، من هيئتها الأولية، إلى معلومات إستراتيجية، ذات معنى وقيمة، وهذه العملية يتم تقسيمها إلى تصنيف البيانات، تركيبها، تلخيصها، معالجتها واختيارها، فضلا عن استخراج النتائج، حتى تكون جاهزة للاستخدام، في الوقت المناسب من قبل المستخدمين.

3- تخزين المعلومات: إن الحاجة للمعلومات لا تنتهي بمجرد استخدامها لمدة معينة، وحيث أن هناك بعض المعلومات التي لا تستخدم بمجرد استخراجها، فإنه من المهم جدا تخزين تلك المعلومات لحين ظهور الحاجة إليها.

4- استرجاع المعلومات: وهي العملية الخاصة باسترجاع المعلومات التي تم تخزينها، عند ظهور الحاجة إليها من قبل المستخدمين، ويجب مراعاة عامل التوقيت، عند استرجاع المعلومات، حتى لا تفقد المعلومات الفائدة المرجوة منها، إذا تأخرت عن توقيت الحاجة إليها.

والمؤسسة التي تتلقى المعلومات وتقوم بتحليلها وتوزيعها، إلى مراكز القرار المناسبة، وبصورة أسرع من منافسيها، يمكنها ذلك من تحقيق ميزة تنافسية، وخاصة في البيئات المتغيرة بسرعة وباستمرار، والشكل التالي يبين عمليات نظام المعلومات الإستراتيجية.

ثالثا- دور نظم المعلومات الإستراتيجية: لا يقتصر دور نظام المعلومات الإستراتيجية؛ فقط على المساعدة في مسح البيئة، والسيطرة على الأنشطة الداخلية للمؤسسة، وإنما يمكن أن يكون سلاحا إستراتيجيا، ومثلما يمكن أن يكون نقطة قوة فهو أيضا يمكن أن يكون نقطة ضعف في المؤسسة، ويمكن لنظام المعلومات الإستراتيجية، أن يحقق ثلاث أغراض أساسية هي:⁽²⁴⁾

1- يوفر أشارات تحذير مبكرة لحدوث المشاكل داخل وخارج المؤسسة، حيث تكون هناك قاعدة بيانات لنظام المعلومات الإستراتيجية (جمع، تصنيف، معالجة، تخزين وإعادتها للاستخدام من طرف المستفيد النهائي) وقاعدة البيانات هذه والمتمثلة ببنك المعلومات الرسمية ومصادر البيانات غير الرسمية، والتي من خلال ما تزود به المؤسسة من بيانات إستراتيجية حول البيئة الداخلية والخارجية، والتي تساعد على القيام بعملية التحليل والتقييم الإستراتيجي، فضلا عن مساعدة متخذي القرار على التنبؤ، حيث لا يلقي التحليل لوحده، وبناءا عليه يمكن تشخيص نقاط القوة والضعف في البيئة الداخلية والفرص والتهديدات في البيئة الخارجية وهذا لا يتم بالصورة الإستراتيجية، إلا إذا توفر نظام للمعلومات يؤدي دور بفعالية.

2- يوفر نظام المعلومات الإستراتيجية، من خلال مخرجاته المعلومات الإستراتيجية الضرورية للإدارة لاتخاذ القرارات الإستراتيجية غير المبرمجة حيث أنه بعد القيام بعملية التحليل الإستراتيجي للبيئة(الداخلية و الخارجية) يمكن القيام بعملية التقييم للبيئة ووضع التقارير عنها.

3- يساعد متخذي القرارات، على اختلاف مستوياتهم في اتخاذ القرارات المبرمجة، حيث أن نظام المعلومات الإستراتيجية، لا ينحصر مهمته في تقديم المعلومات الإستراتيجية للإدارة العليا فقط، وإنما أيضا يمكن أن يقوم بتقديم الخدمات المعلوماتية، إلى جميع المستويات الإدارية، لاتخاذ القرارات المبرمجة.

وتجدر الإشارة إلى أن الهدف من وراء الحصول على معلومات إستراتيجية، تتعلق بنقاط القوة والضعف الداخلية، ومن أجل مقابقتها بالفرص والتهديدات الخارجية، وذلك لكي تساعد المؤسسة في عملية صنع القرار الإستراتيجي، والمتمثل في رسم إستراتيجية المؤسسة.(25)

III- مفهوم القرار الاستراتيجي:

أولاً- تعريف القرار الاستراتيجي: حظي تعريف القرار الاستراتيجي، باهتمام الكثير من المفكرين، والباحثين في الفكر الإداري، وقد تباينت المفاهيم الخاصة به، بسبب اختلاف مداخل دراسته، من قبل كتاب الإدارة، ويتفق الكثير من المؤلفين، على أن تعريف القرار الاستراتيجي؛ هو ذلك القرار، الذي تم اختياره من مجموعة من البدائل الإستراتيجية، والذي يمثل أفضل طريقة، للوصول إلى أهداف المؤسسة.(26)

وتعرف القرارات الإستراتيجية أيضا؛ بأنها تلك القرارات، التي تؤثر بعمق في مستقبل المؤسسة، من خلال التجاوب، والتوافق بين هذه القرارات، ومتطلبات البيئة.(27)

كما أن القرار الاستراتيجي؛ هو ذلك القرار، الذي يتناول المتغيرات طويلة الأجل، ذات العلاقة بأداء المؤسسة، أو ذات التأثير المركزي المهم، في استمرار ونجاح المؤسسة، ويمثل نوعا خاصا لاتخاذ القرارات الإدارية، في ظل عدم التأكد.(28)

وتعرف القرارات الإستراتيجية بأنها؛ قرارات تهتم بدراسة المشكلات المعقدة، وتتعامل مع أهداف المؤسسة، وأن قيمتها وتأثيرها، يختلف بحسب المستويات الإدارية التي تتخذها، فعند الإدارة العليا، تكون عالية الأهمية، وتتطلب جهدا ذهنيا كبيرا، وتميزا، وتستعين بالخبراء والمستشارين، في حل المشكلة، لضمان صنع القرار السليم، والفاعل.(29)

وتوصف القرارات الإستراتيجية، بأنها قرارات بعيدة المدى، في محتواها وتعتمد على الخطط الإستراتيجية الموضوعية، وتحقيق الأهداف المحددة، وتأخذ في الاعتبار، كل احتمالات الموقف وعواقبه.(30)

كذلك تعرف بأنها؛ قرارات استثنائية، يتم صنعها في المدة الزمنية الحالية، ذات الدرجة العالية من الأهمية، من ناحية تأثيرها في المؤسسة، خلال المرحلة الزمنية المقبلة، وتنصب على تحقيق هدف المؤسسة، من خلال فهم كيفية انسياب عملية صنع القرار خلالها، وتتطلب مهارات إبداعية، للإحاطة بمتغيرات البيئة الداخلية، والخارجية.(31)

وعلى أساس ما تقدم؛ يتضح بأن القرارات الإستراتيجية، هي قرارات استثنائية، يتم صنعها في الوقت الذي تحتاجه المؤسسة، وتكون ضرورية لتفعيل نشاطها، وينتج عنها آثار إيجابية كبيرة، ومؤثرة في الفترات المقبلة، فهي تركز على تحقيق هدف المؤسسة، من خلال الإجراءات والخطوات اللازمة لصناعتها، وتتطلب مهارات إبداعية، للإحاطة بمتغيرات البيئة الداخلية والخارجية، وبالرغم من الاختلافات الظاهرية في تحديد مفهوم القرارات الإستراتيجية، إلا أن معظم التعريفات تتفق، في كون أن القرارات الإستراتيجية، ذات أهمية كبيرة، تبنى على أساس التنبؤ والاستشراف لمستقبل المؤسسة، وتوقع متطلباتها، بتفعيل كافة المعطيات والموارد الإدارية، والعلمية والتقنية، ويتطلب ذلك كفاءة مهنية وإدارية، مدركة تماما ماذا سيؤدي عملها في المستقبل،

والاحتياط لكافة المتغيرات المحيطة بها، لتساعد المؤسسة على التكيف مع البيئة الخارجية، من خلال تحليلها، والاستفادة من المعلومات المستنبطة منها، وتمتاز بالحيوية والتطور وتحقيق الأهداف المرجوة منها.
ثانيا- أهمية القرار الاستراتيجي: يعد القرار الاستراتيجي من الأهمية، جوهر العملية الإدارية، ووسيلتها الأساسية، في تحقيق أهداف المؤسسة، هذا وحظي القرار الاستراتيجي، باهتمام استثنائي في المجالات المختلفة للإدارة، لأنه يسهم بشكل أساسي في تمكين المؤسسة، من مواصلة أنشطتها الإدارية، بكفاءة وفعالية (32)
وتكتسب عملية صنع القرارات الإستراتيجية أهمية كبيرة، لأنها ترتبط بالنشاط الساعي لاكتشاف أهداف جديدة، أو تعديل الأهداف الحالية (33)

كما أنه يكتسب أهمية كبيرة، كونه يحدد الرؤية المستقبلية للمؤسسة، ويكون تأثيره شاملا على مستوى المؤسسة ككل، لكونه يتعلق باندماج المؤسسة، أو تحديد حجمها، أو مركزها التنافسي، أو المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة (34)

وبغض النظر عن نوع النشاط الذي تمارسه المؤسسة، فلقراراتها الإستراتيجية المتخذة، أثر بالغ لا يقتصر عليها فقط، بل يتعداها في أحوال كثيرة، للتأثير على الاقتصاد الوطني بأكمله، ونتيجة ما للقرارات من أهمية بصفة عامة، وما للقرارات الإستراتيجية بصفة خاصة، نجد أن اتخاذها يتطلب قدرا كبيرا من الدقة، والقدرة الفائقة، على توقع أحداث المستقبل، والتنبؤ بمجريات الأمور، بما يؤدي في النهاية إلى النجاح في تنفيذ تلك القرارات، وتحقيق أهداف المؤسسة في الاستمرار والنمو في السوق (35)

وللتأكيد على أهمية القرارات الإستراتيجية، يمكن أن نشير إلى الدراسة التي قام بها (اليونيتايد) (36) والتي قارن فيها بين بعض المؤسسات العاملة في مجالات الكمبيوتر، ومتاجر التجزئة، وفي استنتاجاته أشار إلى أنه على مدى عشرين سنة، نجحت إحدى مؤسستين، كانتا متساويتين في السوق بداية الفترة، وفشلت الأخرى، ويعود السبب إلى تبني المؤسسة الأولى لقرارات إستراتيجية أفضل، فالمؤسسات الناجحة في رأيه، هي تلك التي لها رؤية صائبة، عن الأمور والمسائل المستقبلية، وبالتالي لا يعد وجود عيوب في حجم المؤسسة، أو مواردها المالية سببا في الفشل، وإنما يرجع الفشل، إلى الافتقار إلى صنع واتخاذ القرار الإستراتيجي.

وتجدر الإشارة في الأخير، أن نجاح صنع واتخاذ القرارات الإستراتيجية، يعود على المؤسسة بزيادة الأرباح، وهئية الفرص التنافسية، وزيادة أسعار الأسهم، أو الحصة السوقية، كما أن للقرار الإستراتيجي، دور مركزي، وجوهري، للتأثير في حياة المؤسسة، ومخرجاتها، التي تؤثر فيما يعد على العاملين فيها (37)
ثالثا- خصائص القرار الاستراتيجي: تصنع القرارات الإستراتيجية، وتتخذ في ظروف استثنائية، نتيجة لتهديدات متوقعة، وفرص بيئية يحتمل ظهورها في المستقبل، وتكون نتائج هذه القرارات بعيدة الأمد بالنسبة للمؤسسة (38)
وتتميز القرارات الإستراتيجية، بخصائص معينة، تميزها عن باقي القرارات، التي تصنعها، وتتخذها المؤسسة، وهي كالتالي (39)

1- المستوى التنظيمي: تتعامل القيادة العليا مع القرارات الإستراتيجية، من حيث صياغتها، وتأمين القاعدة الأساسية لها، لكونها مؤثرة في كافة أجزاء المؤسسة، ويمتلك رأس الهرم التنظيمي، القدرة على رؤية الأشياء بشكل واضح، ولديه الإمكانيات على فهم العواقب والنتائج، وهذا لا يمنع الإدارات الأخرى في المشاركة في عملية صنع القرار الإستراتيجي، واعتباره من الوسائل المهمة، التي تزيد من ثقة عناصر المؤسسة، وبلورة القرارات، مما يسهل المضي في تطبيقها، والإشراف على تنفيذها.

2- التأثير الزمني: إن نتائج القرارات الإستراتيجية، لها تأثيرات بعيدة المدى، سواء على مستوى الأفراد، أو الأقسام، أو على مستوى المؤسسة ككل، ويتطلب العمل في هذا السياق لعدة سنوات قادمة، ومن خلاله يمكن أن تحقق المؤسسة قفزة نوعية، وتميزة في الإنتاج، أو الاشتراك والمنافسة في سوق معينة.

3- التوجه المستقبلي: تقوم القيادة العليا في المؤسسة، بمسح ميداني، والتنبؤ بأمور مستقبلية للبيئة، عندما ترغب في صناعة قرارها الإستراتيجي، وتحليل البيئة الخارجية، بهدف اقتناص الفرص، ومحاولة مواجهة التهديدات، ومواءمتها لعناصر القوة والضعف، داخل البيئة الداخلية للمؤسسة، لتصبح المؤسسة في وضع يسمح لها بصنع قرار، له تأثير على مستقبلها، وتتضمن النظرة المستقبلية للقرارات الإستراتيجية تحديد المسار المستقبلي، أو إمكانيات الأداء التي تمكن المؤسسة، من تحويل نفسها من المرحلة الآنية، إلى المرحلة المستقبلية المرغوب الوصول إليها.

4- تخصيص وتوزيع موارد المؤسسة: تتطلب عملية تنفيذ القرارات الإستراتيجية، تخصيص الموارد البشرية، والمادية، والمالية، المتوفرة لدى المؤسسة، وتوزيعها على أقسام المؤسسة، لإنجاز المهام الموكلة لكل قسم، وهذا يتطلب منها جدولة أنشطتها، وتنسيقها بما يسهم من تأمين متطلبات تنفيذ هذه القرارات، من قبل الأقسام.

5- تضمين قيم ومعتقدات الإطار المعرفي والمادي داخل وخارج المؤسسة: حيث تتأثر القرارات الإستراتيجية، بالقيم والمعتقدات، وخاصة بالنسبة لأولئك الذين يمتلكون القوة المعرفية، والمادية داخل المؤسسة وخارجها. وينظر إلى القرارات، على أنها انعكاس لمواقف، ومعتقدات أولئك الذين يمتلكون من القوة، والتأثير الكبير على المؤسسة.

6- تمثل الإطار العام لقرارات الإدارة الوسطى والدنيا: حيث تعد عملية تثبيت الأهداف، من قبل الإدارة العليا داخل المؤسسة، وقيامها بصنع القرارات الإستراتيجية، مما يؤثر في اشتقاق الأهداف، والخطط الفرعية، لمختلف الإدارات الأخرى، فهي تكون مرشدا عاما، لتلك الإدارات عند صناعتهم للقرارات، التي يجب أن تتناسب، وتتماشى مع أفكار القيادة العليا، كما يجب التفكير دائما بأن الأهداف الإستراتيجية، هي الغايات التي تؤمن المؤسسة، بتحقيقها من خلال تفعيل كافة أقسامها، وإداراتها لغرض تحقيق الرسالة الأساسية للمؤسسة، حيث تعد الأهداف؛ المحطات الأخيرة، لكافة وظائف الإدارة، التنظيمية، والتخطيطية، والرقابية.

7- التوجه نحو النظام المفتوح: إن عملية التطور والمنافسة، يتطلب من المؤسسة، التوجه إلى بيئتها الخارجية، إذا تحددت عملياتها ووظائفها الداخلية، فالمؤسسة التي تريد أن تحافظ على نجاحها، في الأجل البعيد، يجب أن تأخذ في الحسبان، وهي تصنع قراراتها، تأثيرات البيئة الخارجية، وبالأخص الأطراف ذات المصلحة، من منافسين، وموردين، وعملاء، وحكومة، وغيرهم.

رابعاً- المعلومات وفعالية صنع القرار الإستراتيجي: أشارت الكثير من الدراسات والبحوث العلمية، إلى وجود عوامل ومتغيرات، ذات تأثير في صنع وفعالية القرار، وركزت في بعض الدراسات، على بعض المتغيرات، وتركت الأخرى، كما لم يختبر بعض الباحثين، تأثير هذه المتغيرات على صناعة القرارات الإستراتيجية، أو وضعها تحت التجربة، والقياس، واختبارها، من خلال معايير الفعالية التنظيمية.

ويواجه مسيرو المؤسسات اليوم، مهمة صعبة في صنع القرارات، ضمن بيئات مضطربة، ومتزايدة التعقيد، وإن التفكير في التخطيط السليم، لأي قرار، يعتمد بالدرجة الأولى، على دقة، ومصداقية المعلومات، وفي هذه الحالة، لا بد أن ترتبط إستراتيجية المعلومات، باختبار القرارات الرئيسية، والفرعية، ومسارات عمل المؤسسة في المستقبل. (40)

هذا وتتوقف كفاءة صنع القرارات، على دقة المعلومات، التي تصل إلى متخذي القرارات في المؤسسة، وكل حسب مستواه، ويتطلب من صانعي القرار، تدقيق هذه المعلومات أثناء الحصول عليها، من أكثر من مصدر واحد، كذلك يؤدي زيادة المعلومات وتراكمها، إلى تقليل الفهم، وزيادة الغموض لدى منظومة اتخاذ القرار.

وقد ازدادت أهمية المعلومات، ودورها في عملية صنع واتخاذ القرار، بسبب تعقيدات المؤسسات الحديثة، وتنوع أنشطتها، مع كبر حجمها، وازدياد وتوسع التطور التكنولوجي والتقني، وتأثيره على الحياة عامة، فضلا عما يصاحب البيئة من تغيرات كبيرة وكثيرة، وإن علاقة المعلومات بعملية صناعة وفعالية القرارات، وخاصة الإستراتيجية، تفوق العوامل الأخرى، في درجة التأثير.

وتتعرض العديد من القرارات للإخفاق والفشل، ولا تحقق أهدافها، بسبب إهمال تهيئة المعلومات المطلوبة، التي تساعد في استكمال مقومات القرار، وغالبا ما يجري تشخيص نقاط الضعف، في صناعة القرار، عند المقارنة بين القرار الفاعل، والقرار غير الفاعل، من الزاوية التي ينظر منها إلى طبيعة نظم المعلومات، التي استند إليها ذلك القرار، وقد بين "لوكاس" أن المعلومات هي البيانات، التي تم معالجتها بالشكل الذي تكون فيه ذات معنى، لصانع القرار، وقيمة حقيقية، يمكن تفعيلها في القرارات الحالية، والمستقبلية. (41)

وتبرز الحاجة إلى القدرة على التنبؤ، استنادا إلى معطيات المعلومات المتوفرة، كما أن متخذ القرار، يواجه عنصر الضغط النفسي، بحكم ضيق الوقت المتاح في صنع القرار، والذي بدوره، لا يترك فترة زمنية لجمع المعلومات وتحليلها، كما هي في الظروف الاعتيادية. (42)

IV- منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية: سنتناول في هذا المحور المنهج العلمي المستخدم في الدراسة الميدانية، والتعريف بمجتمع وعينة الدراسة المختارة، والأدوات البحثية المستخدمة في جمع البيانات.

أولاً- المنهج العلمي المستخدم في الدراسة: نسعى من خلال الدراسة، للوصول إلى قياس مدى مساهمة نظم المعلومات في ترشيد القرارات الإستراتيجية في البنوك التجارية الجزائرية، بالتطبيق على عينة من البنوك بولاية المسيلة، لذا اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي؛ الذي يهدف إلى توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث، لتفسيرها والوقوف على دلالاتها، والوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لها، وتحقيق تصور أفضل وأدق للظاهرة موضوع الدراسة.

كما استخدم الباحث لتحليل موضوع الدراسة، أسلوب دراسة الحالة، من خلال تطبيق الدراسة النظرية على عينة من البنوك التجارية الناشطة في ولاية المسيلة، بالإضافة إلى ذلك استخدم الباحث مصدرين أساسيين للبيانات هما:

1- المصادر الثانوية: لمعالجة الإطار النظري للبحث، والمتمثلة أساسا في الكتب باللغة العربية واللغة الأجنبية ذات العلاقة، وكذا الدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة،

2- المصادر الأولية: ولمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث، لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال استمارة استبيان كأداة رئيسية للبحث، صممت خصيصا لهذا الغرض، ووزعت على الإداريين العاملين في البنوك التجارية عينة الدراسة، وقام الباحث بجمع وتقرير وتحليل الاستبيان باستخدام برنامج **spss** الإحصائي.

ثانيا- مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من كل الإداريين العاملين في عين من البنوك التجارية الناشطة في ولاية المسيلة على، ولصعوبة تحديد عدد العاملين في كل الوكالات البنكية في ولاية المسيلة بدقة، فإننا اخترنا عينة عشوائية ل في 06 وكالات بنكية مختلفة. والجدول رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة مع عدد استمارات الاستبيان الموزعة والمسترجعة ونسبتها المؤوية.

جدول رقم 01: يوضح عينة الدراسة وعدد الاستمارات الموزعة والمسترجعة

الرقم	اسم البنك	المسترجعة	الموزعة	الضائعة
01	البنك الوطني الجزائري	العدد	12	08
		النسبة %	10	06.66
02	القرض الشعبي الجزائري	العدد	18	02
		النسبة %	15	01.66
03	الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط	العدد	12	08
		النسبة %	10	06.66
04	بنك التنمية المحلية	العدد	10	10
		النسبة %	08.33	08.33
05	بنك الفلاحة والتنمية الريفية	العدد	20	00
		النسبة %	16.66	00
06	بنك الجزائر الخارجي	العدد	20	00
		النسبة %	16.66	00
المجموع		العدد	92	28
		النسبة %	76.66	23.33

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على بيانات الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه تم توزيع 120 استمارة استبيان على إداريين في 06 وكالات بنكية وتم استرجاع 92 استمارة بنسبة 76.66%، وبلغ عدد الاستمارات الضائعة 28 استمارة بنسبة 23.33%، في حين تم استبعاد 02 استمارة لعدم اكتمال بياناتها وعدم قابليتها للتحليل.

ثالثا- أداة الدراسة الميدانية: اعتمدنا في دراستنا لموضوع بحثنا هذا، كأداة أساسية استمارة استبيان، وأهم الأهداف المرجوة من خلال فقرات هذا الاستبيان، فبالإضافة إلى الهدف الأساسي وهو تحليل مدى مساهمة نظم

المعلومات الإستراتيجية في ترشيد القرارات الإستراتيجية في البنوك التجارية الجزائرية، نهدف أيضا إلى ما يلي:

- التعرف على متطلبات وخصائص المعلومات الإستراتيجية، التي تلبي احتياجات الإدارات المختلفة، في البنوك محل الدراسة؛
- التعرف على مدى استخدام نظم المعلومات الإدارية، المختلفة في صنع واتخاذ القرارات، في البنوك التجارية محل الدراسة؛
- التعرف على مدى مساهمة المعلومات الإستراتيجية، في ترشيد القرارات الإستراتيجية، في البنوك الممثلة لعينة الدراسة؛

1- تصميم الاستبيان: وفيما يخص تصميم الاستبيان، فقد تم من خلال جملة من الوثائق والدراسات السابقة، والجانب النظري للبحث، واعتمدنا في تصميم الاستمارة، على سلم ليكرت خماسي الأبعاد كمقياس للإجابة عن فقرات الاستبيان، المندرجة تحت ثلاث محاور أساسية، والجدول رقم (2) يوضح سلم ليكرت خماسي الأبعاد ودرجات المقياس.

جدول رقم (2): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
الدرجة	05	04	03	02	01

ولتحديد طول كل بعد من أبعاد مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (5-1=4)، تم تقسيمه على أبعاد المقياس الخمسة للحصول على طول البعد أي (0.80= 5/4)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة، إلى أقل قيمة في المقياس، وهي الواحد الصحيح، وذلك لتحديد الحد الأعلى للبعد الأول وهكذا، كما يلي:

- لا اتفق تماما: المتوسط ينتمي إلى المجال؛ (01.00 – 01.80).
- لا اتفق: المتوسط ينتمي إلى المجال؛ (01.80 – 02.60).
- محايد: المتوسط ينتمي إلى المجال؛ (02.60 – 03.40).
- اتفق: المتوسط ينتمي إلى المجال؛ (03.40 – 04.20).
- اتفق تماما: المتوسط ينتمي إلى المجال؛ (04.20 – 05.00).

وقد تم تقسيم استمارة الاستبيان إلى جزأين أحدهما خصص للبيانات الشخصية العامة لعينة الدراسة، وتتكون من ستة فقرات وهي اسم المؤسسة، والوظيفة، والجنس، والسن، والمستوى التعليمي، وعدد سنوات الخبرة، أما الجزء الثاني؛ فيتناول محاور الدراسة الأساسية، والمتعلقة بمساهمة نظم المعلومات الإستراتيجية في ترشيد القرارات الإستراتيجية، في البنوك التجارية، وتم تقسيمه إلى ثلاث محاور، كما يوضحه الجدول رقم (3)، والذي يبين عنوان المحور، وأرقام الفقرات، وعددها، والنسبة المئوية لكل محور، بالمقارنة مع العدد الكلي لفقرات الجزء الثاني من الاستبيان.

جدول رقم 03: يوضح عينة الدراسة وعدد الاستمارات الموزعة والمسترجعة

الرقم	عنوان المحور	أرقام الفقرات	عدد الفقرات	النسبة
01	خصائص ومتطلبات المعلومات الإستراتيجية لتلبية احتياجات إدارة البنوك من المعلومات	01 - 16	16	31.37
02	استخدام نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في البنوك التجارية	17 - 35	19	37.26
03	مساهمة المعلومات الإستراتيجية في صنع القرارات الإستراتيجية في البنوك التجارية	36 - 51	16	31.37
المجموع		01 - 51	51	100

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على بيانات الاستبيان.

2- ثبات وصدق أداة الدراسة:

أ- ثبات الاستبيان: يقصد بثبات استمارة الاستبيان؛ أنها تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة، تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى، أن ثبات الاستبيان؛ يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان، وعدم تغييرها بشكل كبير، فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة، عدة مرات، خلال فترات زمنية معينة، وقد تم التحقق من ثبات استبيان الدراسة، من خلال معامل ألفا كرونباخ، والجدول رقم 4 يمثل معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

الجدول رقم 04: معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

الرقم	المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كارونباخ	الصدق
2	متطلبات وخصائص المعلومات الإستراتيجية لتلبية احتياجات الإدارة	16	.8900	43.90
3	استخدام نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسة	19	.8540	24.90
4	مساهمة المعلومات الإستراتيجية في صنع واتخاذ القرارات الإستراتيجية	16	.8810	38.90
جميع المحاور				72.90

*الصدق = الجذر التربيعي لمعامل ألفا كارونباخ.

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04؛ أن معامل ألفا كرونباخ لكل محاور الاستبيان تتراوح بين (0.854 - 0.890) وهي معاملات مرتفعة، وكذلك معامل ألفا لجميع محاور الاستبيان معا بلغ 0.972 وهذا يدل على أن قيمة الثبات مرتفعة، وكذلك قيمة الصدق والذي يمثل الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ، لجميع محاور الاستبيان تتراوح بين (0.788-0.964) في حين قيمة الصدق لجميع محاور الاستبيان بلغت 0.972 وهي قيمة عالية، تدل على أن أداة الدراسة ذات ثبات كبير مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار فرضياتها.

ب- صدق الاستبيان: يقصد بصدق أداة الدراسة؛ أن تقيس فقرات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقام الباحث بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال؛ الصدق الظاهري للمقياس (صدق المحكمين)، وصدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان، والصدق البنائي لمحاور المقياس.

- الصدق الظاهري للمقياس (صدق المحكمين): حيث قام الباحث بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المختصين، تألفت من 05 أعضاء من الهيئة التدريسية لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة المسيلة، وهم متخصصين في المحاسبة، والإدارة، والإحصاء، والعلوم المالية والمصرفية، وقد طلب الباحث من المحكمين، إبداء رأيهم في مدى ملاءمة العبارات، لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة العبارات، ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه، هذا بالإضافة إلى اقتراح ما يرونه ضروريا من تعديل صياغة العبارات أو حذفها، أو إضافة عبارات جديدة لأداة الدراسة، وكذلك إبداء رأيهم فيما يتعلق بالبيانات العامة لعينة الدراسة، وتركزت توجيهات المحكمين على انتقاد طول الاستبيان، حيث كانت تحوي بعض العبارات المكررة، كما أن بعض المحكمين نصحوا بضرورة تقليص بعض العبارات في بعض المحاور، وإضافة بعض العبارات إلى محاور أخرى.

- صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان: تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على عينة الدراسة الاستطلاعية والبالغ عددها 30 مفردة وذلك بحساب معامل الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له، حيث نلاحظ أن معاملات الارتباط لجميع فقرات المحاور الثلاثة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن القيمة الاحتمالية (sig) لكل فقرة أقل من (0.05)، وقيمة معامل الارتباط R المحسوبة أكبر من قيمة معامل الارتباط R الجدولية، والتي تساوي 0.351، وبذلك تعتبر فقرات المحاور الثلاثة صادقة لما وضعت لقياسه.

- صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة: يعتبر صدق الاتساق البنائي أحد مقاييس صدق أداة الدراسة، حيث يقيس مدى تحقق الأهداف التي تسعى الأداة الوصول إليها، ويبين صدق الاتساق البنائي مدى ارتباط كل محور من محاور أداة الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبيان، والجدول رقم (05) يوضح ذلك.

جدول رقم 05: يوضح صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة

العبارة	معامل الارتباط	القيمة sig
متطلبات وخصائص المعلومات الإستراتيجية لتلبية احتياجات الإدارة	0.865	0.000
استخدام نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسة	0.720	0.000
مساهمة المعلومات الإستراتيجية في صنع واتخاذ القرارات الإستراتيجية	0.849	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05)؛ أن معامل الارتباط لجميع محاور أداة الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبيان، دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن القيمة الاحتمالية (sig) لكل محور أقل من (0.05)، وقيمة معامل الارتباط R المحسوبة، تتراوح بين (0.720 و0.865) وجميعها أكبر من قيمة معامل الارتباط R الجدولية، والتي تساوي 0.351، وبذلك تعتبر جميع محاور أداة الدراسة، صادقة لما وضعت لقياسه.

IIV- تحليل النتائج واختبار الفرضيات:

أولا- تحليل البيانات العامة لعينة الدراسة:

1- الجنس:

جدول رقم 06: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
التكرار	57	33	90
% النسبة	63.33	36.66	100

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات الاستبيان.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06، أن عدد الذكور بلغ 57 فرد بنسبة 63.33%، في حين بلغ عدد الإناث 33 مفردة بنسبة 36.66%، أي أن فئة الذكور هي الغالبة في البنوك التجارية.

2- السن:

جدول رقم 07: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن

الفئة العمرية	أقل من 30	من 30 - 50	أكبر من 50	المجموع
التكرار	28	58	04	90
% النسبة	31.11	64.44	04.44	100

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات الاستبيان.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07، أن الفئة العمرية من 30 - 50 سنة هي الغالبة بعدد 58 فرد بنسبة 64.44%، في حين بلغ عدد الفئة العمرية أقل من 30 سنة 28 فرد بنسبة 31.11%، وبلغ عدد أفراد الفئة العمرية أكبر من 50 سنة 04 أفراد بنسبة 04.44%.

3- المستوى التعليمي:

جدول رقم 08: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	متوسط	ثانوي	جامعي	المجموع
التكرار	01	02	87	90
% النسبة	01.11	02.22	96.66	100

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات الاستبيان.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة من حملة الشهادات الجامعية بنسبة 96.66%، في حين بلغت نسبة من هم دون المستوى الجامعي 03 أفراد بنسبة 04.44%.

4- الخبرة:

5-

جدول رقم 09: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة

عدد السنوات	أقل من 05	من 05 - 10	أكبر من 10	المجموع
التكرار	38	30	22	90
% النسبة	42.22	33.33	24.44	100

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات الاستبيان.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09؛ أن نسبة 42.22% عدد سنوات خبرتهم أقل من 05 سنوات، تليها نسبة 33.33% ممن تتراوح عدد سنوات خبرتهم بين 05 و 10 سنوات، في حين 24.44% من تزيد سنوات خبرتهم عن 10 سنوات.

6- الوظيفة:

جدول رقم 10: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوظيفة

الوظيفة	مدير	نائب مدير	رئيس مصلحة	رئيس قسم	إداري	المجموع
التكرار	02	03	22	15	48	90
% النسبة	02.22	03.33	24.44	16.66	53.33	100

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات الاستبيان.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10؛ أن الإدارة الدنيا الممثلة في المسمى الوظيفي إداري، بلغت نسبة 53.33%، وبلغت نسبة الإدارة الوسطى 41% ممثلة في المسمى الإداري رئيس مصلحة ورئيس قسم، في حين بلغت نسبة الإدارة العليا ممثلة في المسمى الوظيفي مدير ونائب مدير 05.66% من عينة الدراسة.

ثانيا- نتائج تحليل فقرات المحور الأول: فيما يلي جدول يوضح نتائج تحليل فقرات المحور الأول لأداة الدراسة من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار t لمجموعة واحدة.

جدول رقم 11: يوضح نتائج تحليل المحور الأول المتعلق بخصائص ومتطلبات المعلومات الإستراتيجية تلبية احتياجات إدارة البنوك من المعلومات

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	اختبار t	القيمة sig	الترتيب
01	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية في البنك معلومات ذات قدرة تنبؤية تساعد الإدارة في إعداد الخطط الإستراتيجية.	3.777	.8760	28.92	0.000	02
02	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية في البنك معلومات تتميز بالموضوعية وعدم التحيز.	3.666	.9040	27.19	0.000	04
03	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية في البنك معلومات تتميز بدرجة كبيرة من الدقة.	3.711	.9440	26.36	0.000	03
04	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية في البنك معلومات تتميز بدرجة عالية من الثقة.	3.666	.9770	25.17	0.000	05
05	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية في البنك معلومات تتميز بخاصية الملاءمة.	3.511	.9680	24.32	0.000	09
06	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية في البنك معلومات تمتاز بدرجة عالية من المصداقية.	3.644	.9570	25.54	0.000	06
07	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية في البنك معلومات تمتاز بخاصية المرونة.	3.600	.9390	25.71	0.000	08
08	تصل المعلومات الإستراتيجية اللازمة للأطراف ذات العلاقة والمصلحة بالبنك في الوقت المناسب.	3.444	1.178	19.60	0.000	13

01	0.000	26.42	.9750	3.844	تتوفر للمعلومات الإستراتيجية الحماية اللازمة والكافية من أي اختراق غير مشروع من داخل البنك أو خارجه.	09
11	0.000	22.12	1.057	3.488	تصل المعلومات الإستراتيجية اللازمة لمتخذي القرارات في البنك في الوقت المناسب.	10
15	0.000	20.82	1.095	3.400	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية معلومات بالكمية الكافية والملائمة لصنع القرارات الإستراتيجية.	11
10	0.000	22.73	1.036	3.511	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية معلومات متميزة تمنح للبنك ميزة التفوق على المنافسين.	12
16	0.000	21.68	.9750	3.155	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية بيانات ومعلومات عن المنافسين بصورة منظمة ومستمرة.	13
14	0.000	22.21	1.033	3.422	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية بيانات ومعلومات تساعد البنك على متابعة استراتيجيات المؤسسات المنافسة.	14
07	0.000	23.61	1.028	3.622	توفر نظم المعلومات الإستراتيجية بيانات ومعلومات تساعد البنك على تحديد نقاط القوة والضعف لدى المنافسين.	15
12	0.000	20.17	1.160	3.488	تساعد نظم المعلومات الإستراتيجية البنك على تنويع وسائل الحصول على البيانات الخاصة بالبيئة المحيطة.	16
/	0.000	32.05	.7450	3.559	مجموع المحور	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11؛ أن درجة الموافقة على فقرات المحور الأول، تتراوح بين (3.155 و3.844)، وجميعها تنتمي إلى مجال أتفق، أي أن المستجوبين يوافقون على جميع فقرات هذا المحور، ما عدا الفقرة رقم 13 بمتوسط 3.155 وهي تقع في مجال محايد، وبلغ المتوسط العام للمحور 3.559، بالإضافة إلى أن اختبار t لجميع فقرات المحور الأول تتراوح بين (19.60 و28.92) وهي جميعها أكبر من t الجدولية والمقدرة ب(1.990)، وأن جميع فقرات المحور دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، حيث أن القيمة الاحتمالية sig لجميع الفقرات أقل من 0.05.

كما أن اختبار t للمحور الأول بلغ 32.05 وهو أكبر من t الجدولية (1.990)، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى، أي أن خصائص ومتطلبات المعلومات الإستراتيجية؛ تلبى احتياجات إدارة البنوك من المعلومات.

جدول رقم 12: يوضح نتائج تحليل المحور الثاني المتعلق باستخدام نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في البنوك

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	اختبار t	القيمة sig	الترتيب
17	مخرجات نظم المعلومات تتناسب مع طبيعة الأنشطة والعمليات التي يمارسها العامل في البنك.	43.73	.9620	26.00	0.000	14
18	توفر نظم المعلومات المستخدمة في البنك السرعة في الحصول على المعلومات المطلوبة لأغراض صنع القرارات.	63.73	.8890	28.16	0.000	13
19	تقسم نظم المعلومات في البنك المعلومات المطلوبة بطريقة تنسجم ومتطلبات القرارات المراد صنعها.	03.73	1.009	24.81	0.000	15
20	تلبى المعلومات التي توفرها نظم المعلومات احتياجات جميع العاملين في البنك وفي كل المستويات.	3.466	1.120	20.76	0.000	19
21	يتمتع مستخدمو نظم المعلومات في البنك بمستوي معرفي وبخبرات تتناسب مع المهام المطلوبة منهم.	283.7	1.156	21.66	0.000	16
22	العاملون في البنك قادرين على التكيف مع التطورات الحديثة في نظم المعلومات.	3.800	1.140	22.35	0.000	11
23	يتمتع مستخدمو نظم المعلومات في البنك بمعرفة تامة لاحتياجات الأطراف ذات العلاقة والمصلحة بالمؤسسة.	3.777	.9260	27.35	0.000	12

24	تعد تكنولوجيا المعلومات المتطورة في البنك عاملا هاما في تحسين نوعية الخدمات المقدمة للعملاء.	4.155	.9520	29.26	0.000	01
25	تمكن تكنولوجيا المعلومات الحديثة في البنك من ابتكار خدمات جديدة ودخول أسواق جديدة.	4.022	.9410	28.66	0.000	05
26	تسهم تكنولوجيا المعلومات في البنك في الرفع من درجة ولاء ورضا العملاء.	4.111	.9820	28.07	0.000	04
27	تساعد تكنولوجيا المعلومات المتطورة في البنك على تقوية المركز التنافسي للبنك.	4.133	.9670	28.65	0.000	03
28	توفر البرمجيات المستخدمة في البنك المعلومات التي يحتاجها متخذو القرارات في المستويات المختلفة.	3.955	1.086	24.42	0.000	07
29	الأجهزة والبرمجيات المستخدمة في البنك ذات كفاءة عالية في تخزين وتصنيف واسترجاع البيانات والمعلومات.	3.844	1.147	22.47	0.000	08
30	الأجهزة والبرمجيات المستخدمة في البنك تتناسب مع طبيعة نشاط وعمل المؤسسة.	4.133	.8140	34.03	0.000	02
31	تمتاز طريقة الحصول على المعلومات المطلوبة بالمرونة الكافية لإضافة أو إلغاء أو استرجاع البيانات والمعلومات.	3.622	1.028	23.61	0.000	18
32	تتسم نظم المعلومات المستخدمة في البنك بسهولة التفاعل والتعامل معها.	3.800	.9670	26.34	0.000	09
33	يؤثر الاستثمار في نظم المعلومات على سياسات وأنظمة البنك وكذا على تخفيض التكاليف على المدى البعيد.	3.644	1.025	23.83	0.000	17
34	يؤثر الاستثمار في نظم المعلومات على تحسين أداء وإنتاجية العاملين في البنك.	3.955	.9280	28.58	0.000	06
35	توفر نظم المعلومات معايير تساعد إدارة البنك من اكتشاف الانحرافات وتصحيحها في الوقت المناسب.	3.800	1.057	24.10	0.000	10
مجموع المحور		3.850	.6610	39.05	0.000	/

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12؛ أن درجة الموافقة على فقرات المحور الثاني، تتراوح بين (3.466 و 4.155)، وجميعها تنتمي إلى مجال أتفق، أي أن المستجوبين يوافقون على جميع فقرات هذا المحور، وهذا ما يؤكد المتوسط العام للمحور و الذي بلغ 3.850، بالإضافة إلى أن اختبار t لجميع فقرات المحور الثاني تتراوح بين (20.76 و 28.92) وهي جميعها أكبر من t الجدولية والمقدرة ب(1.990)، وأن جميع فقرات المحور دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، حيث أن القيمة الاحتمالية sig لجميع الفقرات أقل من 0.05.

كما أن اختبار t للمحور الثاني بلغ 39.05 وهو أكبر من t الجدولية (1.990)، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية، أي أن البنوك تستخدم مخرجات نظم المعلومات في صنع واتخاذ القرارات.

جدول رقم 13: يوضح نتائج تحليل المحور الثالث المتعلق بمساهمة المعلومات الإستراتيجية في صنع واتخاذ القرارات الإستراتيجية في البنوك

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	اختبار t	القيمة sig	الترتيب
36	تستخدم المعلومات الإستراتيجية في البنك في عملية التخطيط الإستراتيجي.	3.977	.8390	31.80	0.000	02
37	تستخدم المعلومات الإستراتيجية في البنك في عملية صنع القرارات الإستراتيجية.	3.911	.9240	28.36	0.000	05
38	تساهم المعلومات الإستراتيجية في البنك على تحديد وتحليل عناصر التكاليف والعوائد.	3.933	.7500	35.14	0.000	04
39	تستخدم المعلومات الإستراتيجية في البنك في عملية الرقابة على الإستراتيجية.	3.822	.9110	28.12	0.000	08

07	0.000	26.17	.9900	3.866	تساهم المعلومات الإستراتيجية في تصحيح القرارات الإستراتيجية وتعزيزها والتأكد من فاعليتها.	40
12	0.000	23.30	1.074	3.733	تساهم المعلومات الإستراتيجية في البنك على تحديد وتحليل مواقف العملاء.	41
15	0.000	23.83	1.025	3.644	تساهم المعلومات الإستراتيجية في البنك على تحديد وتحليل مواقف الموردين.	42
16	0.000	21.27	1.100	3.488	تساهم المعلومات الإستراتيجية في البنك على تحديد وتحليل مواقف المنافسين.	43
09	0.000	22.75	1.120	3.800	تساهم المعلومات الإستراتيجية على تحديد وتحليل نقاط القوة ونقاط الضعف في بيئة البنك الداخلية.	44
11	0.000	26.99	.9330	3.755	تساهم المعلومات الإستراتيجية في البنك على تحديد وتحليل الفرص والتحديات في بيئة البنك الخارجية.	45
01	0.000	29.66	.9040	4.000	تستخدم المعلومات الإستراتيجية في صنع القرارات التوسعية في أقسام وفروع البنك.	46
06	0.000	30.80	.8420	3.866	تستخدم المعلومات الإستراتيجية في توجيه القرارات الإستثمارية المستقبلية للبنك.	47
13	0.000	25.71	.9680	3.711	تساهم المعلومات الإستراتيجية في ترجمة الأهداف والسياسات العامة للبنك إلى إجراءات وبرامج تنفيذية.	48
14	0.000	27.68	.8830	3.644	تساهم المعلومات الإستراتيجية في توجيه وتخصيص موارد البنك نحو التركيز على التوسع في أسواقها.	49
10	0.000	25.40	.9970	3.777	تساهم المعلومات الإستراتيجية في زيادة حجم الحصة السوقية للبنك.	50
03	0.000	26.56	.9980	3.955	تساهم المعلومات الإستراتيجية في زيادة حجم المبيعات ومن ثم زيادة ربحية البنك.	51
/	0.000	36.78	.6940	3.805	مجموع المحور	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13؛ أن درجة الموافقة على فقرات المحور الثالث، تتراوح بين (3.488 و4.000)، وجميعها تنتمي إلى مجال أتفق، أي أن المستجوبين يوافقون على جميع فقرات هذا المحور، وهذا ما يؤكد المتوسط العام للمحور و الذي بلغ 3.805، بالإضافة إلى أن اختبار t لجميع فقرات المحور الثالث تتراوح بين (21.27 و31.80) وهي جميعها أكبر من t الجدولية والمقدرة ب(1.990)، وأن جميع فقرات المحور دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، حيث أن القيمة الاحتمالية sig لجميع الفقرات أقل من 0.05. كما أن اختبار t للمحور الثالث بلغ 36.78 وهو أكبر من t الجدولية (1.990)، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة، أي أن المعلومات الإستراتيجية تساهم في صنع واتخاذ القرارات الإستراتيجية في البنوك التجارية.

الخاتمة

تعد نظم المعلومات الإستراتيجية؛ من النظم التي تحتل مكانة هامة على ساحة سلسلة تطور نظم المعلومات، حيث تلعب دورا هاما وأساسيا في دعم الإدارة الإستراتيجية للبنوك التجارية على أداء وظائفها الأساسية على أعلى مستوى من الكفاءة والفعالية، سواء كانت هذه الوظائف تتمثل في القيام بالتخطيط الاستراتيجي أو اتخاذ القرارات الإستراتيجية، ومن هنا فإن الدور الاستراتيجي لنظم المعلومات يتمثل في توفير البيانات الملائمة عن الظروف البيئية المختلفة التي تحيط بالبنوك، وأيضا في استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات والإمكانيات، التي تعطي للبنوك ميزة إستراتيجية، تفوق القوى التنافسية التي تواجهها في الأسواق المختلفة.

النتائج: توصلت الدراسة إلى النتائج التالية؛

- 1- مدخلات نظم المعلومات الإستراتيجية تتضمن معلومات عن متغيرات البيئة الداخلية والبيئة الخارجية، مما يدل على أنها تؤثر على صنع واتخاذ القرارات الإستراتيجية، من خلال ما توفره من معلومات تساعد البنوك التجارية في تشخيص نقاط القوة ونقاط الضعف الداخلية، وتحديد الفرص والتهديدات في البيئة التنافسية.
- 2- تتميز نظم المعلومات الإستراتيجية بقدرة عالية في عملية معالجة وتحليل البيانات، وتخزين المعلومات واسترجاعها، مما ينعكس ايجابيا في اتخاذ القرارات الإستراتيجية في البنوك التجارية.
- 3- تعمل نظم المعلومات الإستراتيجية على تقديم المعلومات الإستراتيجية، التي تتصف بالشمولية والتكامل، والاستمرارية، والوضوح والدقة اللازمة، والتوقيت المناسب، والمرونة، إلى الإدارة العليا حتى يمكنها ترشيد القرارات الإستراتيجية.
- 4- توصلت الدراسة إلى أن خصائص ومتطلبات المعلومات الإستراتيجية تلبى احتياجات إدارة البنوك التجارية من المعلومات.
- 5- كما توصلت الدراسة إلى أن البنوك التجارية الجزائرية تستخدم نظم المعلومات في صنع واتخاذ القرارات الإدارية على اختلاف أنواعها ومستوياتها.
- 6- وتوصلت الدراسة كذلك إلى أن مخرجات نظم المعلومات الإستراتيجية تساهم وبشكل فعال، في صنع واتخاذ القرارات الإستراتيجية، في البنوك التجارية الجزائرية.
- 7-

الاقتراحات: في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، لابد من تقديم بعض الاقتراحات نوجزها في ما يلي؛

- 1- ضرورة التعامل مع المعلومات على أنها مورد استراتيجي هام من بين الموارد المختلفة في البنوك التجارية، بل قد تعد أهم الموارد في ضوء تكنولوجيا المعلومات السائدة.
- 2- ضرورة توفير الأيدي العاملة المؤهلة والمدربة على استخدام أساليب تكنولوجيا المعلومات ضمن الإدارات المختلفة بالبنك، وذلك من خلال توفير برامج تدريبية محلية وخارجية، من أجل الاستغلال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات.
- 3- ضرورة الاهتمام بتنوع وسائل جمع البيانات والمعلومات من البيئة المحيطة سواء من البيئة الداخلية أو الخارجية.
- 4- ضرورة قيام البنوك التجارية بتفعيل دور نظم المعلومات الإستراتيجية، في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرارات الإستراتيجية، والاستفادة القصوى من مخرجات نظم المعلومات الإستراتيجية.
- 5-

الهوامش

- (1)- محمد عبد الرحمان النظاري، نظم المعلومات وأثرها على فاعلية القرارات في المصارف الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية 1990.
- (2)- ناديا حبيب أيوب، نموذج عام لنظام المعلومات الاستراتيجي، مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، المجلد 8، العدد 1، الرياض، 1996.
- (3)- عبد الستار العلي وإميل عقيل بوئيل، نموذج تقييم أنظمة المعلومات الإستراتيجية كأداة تنافسية في المصارف، مجلة الإدارة العامة، مجموعة 19، مجلد 38، عدد 02، 1998.
- (4)- عماد الصباغ، نظام المعلومات الاستراتيجي، مجلة جامعة الملك سعود، للعلوم الإدارية المجلد (11)، العدد 02، الرياض، 1999.
- (5) - ماركو إبراهيم نينو، أثر كفاءة نظم المعلومات في فاعلية اتخاذ القرارات في فروع بنك الإسكان للتجارة والتمويل العاملة في إقليم الشمال، مجلة إربد للبحوث والدراسات، المجلد الرابع، العدد الأول، الأردن، 2001.
- (6)- دراسة واثق العبادي، تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات على نماذج صياغة الاستراتيجيات في منظمات الأعمال، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، مجلد 26، عدد 01، 2003.
- (7)- علي حسين الزعبي، نظم المعلومات الإستراتيجية (مدخل استراتيجي)، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 2005، ص 18.
- (8)- محمد عبد الحسين الطائي، نعمة عباس خضير الخفاجي، نظم المعلومات الإستراتيجية (منظور الميزة الإستراتيجية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 38.
- (9)- صالح محمد ديلفن، دور القيادة ومخرجات نظام المعلومات الاستراتيجي في التميز المنظمي، دراسة ميدانية لعينة من منظمات محافظة أربيل، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة صلاح الدين، أربيل العراق، 2009، ص 55.
- (10)- ناديا حبيب أيوب، نموذج عام لنظام المعلومات الاستراتيجي، مجلة جامعة الملك سعود، العلوم الإدارية، عدد 1، مجلد 8، الرياض، 1996، ص 121.

- (11)- كمال رويح، دراسة عن مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية، دراسة ميدانية، المجلة العربية للعلوم الإدارية، مجلد11، عدد2، 2004، ص03.
- (12)- سليمان صادق درمان، دور خصائص المعلومات الإستراتيجية في صنع قرارات المزيج التسويقي، بحث مقدم إلى المؤتمر لجمعية المكتبات المتخصصة، فرع الخليج العربي، مسقط، 8-10 مارس 2011، ص 07.
- (13)- نادية حبيب أيوب، مرجع سابق، ص 221.
- (14)- علي حسين الزعبي، مرجع سابق، ص 20.
- (15)- سلمان صادق درمان، مرجع سابق، ص 09.
- (16)- محمد عبد الحسين الطائي، نعمة عباس خضير الخفاجي، مرجع سابق، ص 45-48.
- (17)- غسان عيسى العمري، سلوى أمين السمراني، نظم المعلومات الاستراتيجية (مدخل استراتيجي معاصر)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2008، ص 84.
- (18)- سليم الحسنية، نظم المعلومات الإدارية (نما)، مرجع سابق، ص 358.
- (19)- عمار عبد الوهاب الصباغ، علم المعلومات، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص 153.
- (20)- عماد الصباغ، نظام المعلومات الاستراتيجي، مجلة جامعة الملك سعود، للعلوم الإدارية العدد2، المجلد11، الرياض، 1999، ص 208.
- (21)- علي حسين الزعبي، مرجع سابق، ص 20.
- (22)- المرجع نفسه، ص 42.
- (23)- المرجع نفسه، ص 43-45.
- (24)- دافيد هنجر، وتوماس وهلين، مرجع سابق، ص 209.
- (25)- Higgins James M, Vincze Julian W, Strategic Management (Text And Cases), 4ThEd, Saunders College Publishing, USA, 1989, P 71.
- (26)- Glueck, w, f and jauch, l, R, Business policy and strategic management, 4th, ED, N,y, McGraw - Hill international Book, coinc , 1979,p 185,
- (27)- راند عبد الخالق عبد الله، مقومات فاعلية القرار ودور المعلومات فيه، مجلة الهدد، العدد 10، بغداد، 1999، ص 114.
- (28)- كامل السيد غراب، النموذج المتكامل في اتخاذ القرارات الإستراتيجية، مجلة الإدارة العامة، العدد 55، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1997، ص 76.
- (29)- محمد عبد الفتاح ياعني، هاني يونس خاشقجي، اتخاذ القرارات التنظيمية في قطاع الخدمة المدنية السعودية، كلية العلوم الإدارية، جامعة الملك سعود، مركز البحوث، 1989، ص 39.
- (30)- وصال نجيب العزاوي، السياسة العامة (دراسة نظرية في حقل معرفي جديد)، مركز الدراسات الدولية، جامعة بغداد، 2001، ص 63.
- (31)- راند عبد الخالق العبيدي، علاقة بعض المؤشرات التنبؤية بفاعلية القرار الاستراتيجي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، إدارة الأعمال، جامعة بغداد، 1998، ص 178.
- (32)- حسين عجلان حسن، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، دار المريخ للنشر، الرياض، 2006، ص 73.
- (33)- سليمان خالد عبيدات، إدارة الإنتاج والعمليات، كلية إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية، ط1، 1997، ص 113.
- (34)- مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، مؤسسة إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 53.
- (35)- سيد الهواري، الإدارة (الأصول والأسس العلمية)، مكتبة عين شمس، ط11، القاهرة، 1996، ص 488.
- (36)- عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، مرجع سابق، ص 38.
- (37)- عبد الغفار عمر أعراف، إدارة المعرفة ودورها في صنع واتخاذ القرارات، رسالة ماجستير، غير منشورة، المعهد العالي للدراسات الدولية، الجامعة المستنصرية، العراق، 2004، ص 37.
- (38)-Boseman Clenn and Phatak Arvind, Stratigic management, text cases 2nd ed, New York, 1989,PP10-14,
- (39)- منصور محمد اسماعيل، المدخل الشمولي في عملية صناعة القرار الاستراتيجي وأثره في الأداء التنظيمي، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة البصرة، العراق، 1997، ص 14-15.
- (40)-Ross Joel.E, Management by Information Systemè ,N. Jersey Englewcose Gliffs, Printice-Hall, Inc, 1970, P07.
- (41)-Graw- Hill Book co,N,Y,1978,P Information system concept for Management, G,. Lucas Henry(41)-15.
- (42)- حامد ربيع، نظم المعلومات وعملية صنع القرار القومي، مجلة معهد البحوث والدراسات العربية، العدد 11، بغداد 1987، ص 34.