دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية لخدمات المصارف الإسلامية
دراسة حالة بنك البركة الجزائر

د. السبتي وسيلة، جامعة محمد خيضر بسكرة
د. زعرور نعيمة، جامعة محمد خيضر بسكرة
د. رحمون رزيقة، جامعة محمد خيضر بسكرة

تاريخ الاستلام:06-05-2019 تاريخ القبول:05-07-2019 تاريخ النشر: 31-07-2019

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية لخدمات المصارف الاسلامية خاصة مع اشتداد المنافسة لأن المصارف الإسلامية تسعي إلى تزويد بمنتجات إسلامية أكثر ابتكار وأعلى جودة، ولهذا نجد أن المصارف الاسلامية تعمل على تبنى تكنولوجيا معلومات لتحويل نشاطها من التقليدي إلى الالكتروني، وقد تم التطرق لمفهوم تكنولوجيا المعلومات ومفهوم الميزة التنافسية وماهية المصارف الاسلامية.

الكلمات المفتاحية: مصارف اسلامية، تكنولوجيا معلومات، ميزة تنافسية، بنك البركة.

Abstract:

This study aims at clarifying the role of information technology in achieving competitive advantage of Islamic banking services, especially as competition intensifies because Islamic banks seek to provide more innovative and higher quality Islamic products. Therefore, Islamic banks are adopting IT to transform their activities from traditional to electronic. The concept of information technology, the concept of competitive advantage, the nature of Islamic banks.

Key words: Islamic Banking, IT, Competitive Advantage, Al Baraka Bank.

1. المقدمة:

تعمل المصارف على تحقيق جودة عالية لخدماتها خاصة في ظل المنافسة المتزايدة في هذا القطاع من خلال تحديد متطلبات الزبائن، والعمل على تلبيتها بالجودة المطلوبة وفي الوقت المناسب، لأن الجودة تساعد في التمييز عن المنافسين، ولهذا فلا يعتبر امتلاك المصارف الاسلامية لتكنولوجيا المعلومات هدفا في حد ذاته وإنما وسيلة لتقديم خدمات ذات جودة للزبائن، فإن نجاح المصارف الاسلامية مرتب بتحقيق حاجيات الزبائن خاصة مع اشتداد المنافسة وضمان مستوى أعلى من الرضا وذلك يكون باستخدام مستويات عالية من تكنولوجيا المعلومات.

2.مشكلة البحث: ومن خلال ما سبق يمكن طرح إشكالية هذه الورقة البحثية فيما يلي:

ما هو دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية لخدمات المصارف الاسلامية؟

مما سبق يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

هل توجد علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والتكلفة؟

هل توجد علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والجودة؟

هل توجد علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والمرونة؟

هل توجد علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والتسليم.

3.فرضيات البحث: من الاشكالية السابقة يمكن صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات واكتساب ميزة تنافسية في المصارف الاسلامية.

وتتفرع هذه الفرضية إلى الفرضيات التالية:

* لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والتكلفة.
* لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والجودة.
* لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والمرونة.
* لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والتسليم.

4.الإطار النظري للبحث

أولا: تكنولوجيا المعلومات:

1.1 تعريف تكنولوجيا المعلومات:

أصل مصطلح التكنولوجيا Technology إلى الكلمة اللاتينية وتتكون من جزئيين:[1]

Techno: مهارة فنية.

Logy: علم.

أي تعني علم المهارة الفنية.

وتعرف أيضا علة أنها"كافة العناصر من أجهزة وحاسبات وبرامج أساسية ونظم وأفراد وتنظيم بالإضافة للمناخ العام للمجتمع التي تتفاعل معا للوصول إلى نتائج أفضل عن ذي قبل تسمح برفع الكفاءة العامة للمجتمع وتحسين مستوى المعيشة"[2]

وتعني " امتلاك قدرات من المكونات والعناصر المختلفة تساعد بتخزين البيانات وتوزيع المعلومات واسترجاعها وهذا لتوفير المعرفة المطلوبة فهي تمثل نتاجا لمزيج النظم المحاسبية وشبكات الاتصالات والمعرفة التكنولوجية" [3]

وبصفة عامة يمكن اعتبار تكنولوجيا المعلومات "الجانب التكنولوجي في نظم المعلومات، والذي يتضمن الأجهزة وقواعد البيانات والبرمجيات والشبكات وأجهزة أخرى"[4]

2.1 خصائص تكنولوجيا المعلومات:

تتميز تكنولوجيا المعلومات بمجموعة من الخصائص تتمثل في:[5]

- السرعة: تكنولوجيا المعلومات تؤدي عملية معالجة المعلومة من تحويل ومعالجة وحساب... بطريقة سريعة مقارنة مع الانسان وهذه الخاصية سمحت بتخفيض وقت معالجة المعلومات بشكل كبير.
- تقريب المسافة: وتعني الاقتصاد المعتبر في الوقت المستغرق في الاتصال عن بعد ففي الوقت الحالي أصبح بالإمكان النقل الفوري لأحجام جد كبيرة من المعلومات بين دول العالم.
- القدرة على التخزين: ويتضح هذا من خلال التطور في الوسائط الالكترونية المستعملة في تخزين المعلومات وكذلك التطور المستمر في أنظمة تسيير قواعد المعطيات والوثائق الموجودة التي تسمح لكل مستعمل بالوصول إلى كتلة كبيرة من المعلومات مهما كان مكان تخزينها.
- مرونة الاستعمال: هي خاصية جد أساسية وتتمثل في إمكانية استعمالها في مجالات جد واسعة ومختلفة.

ثانيا: الميزة التنافسية

1.2 تعريف الميزة التنافسية: تعرف التنافسية على أنه " الجهود والإجراءات والابتكارات والضغوط وكافة الفعاليات الادارية والتسويقية والإنتاجية والتطويرية التي تمارسها المؤسسات من أجل الحصول على شريحة أكبر ورقعة أشمل اتساعا في الأسواق التي تهتم بها"[6]

أما الميزة التنافسية فتعرف بأنها " عنصر تفوق المؤسسة يتم تحقيقه في حالة اتباعها لاستراتيجية معينة للتنافس "[7] وهي كذلك "إمكانية المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجية التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى في نفس النشاط "[8] ويمكن اعتبار الميزة التنافسية " تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة مقارنة بمنافسيها، بحيث يكون بإمكان المؤسسة تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا "[9]

2. 2 أنواع الميزة التنافسية: تتمثل في:[10]

- ❖ ميزة التكلفة الأقل: وهي قدرة المؤسسة على تصميم والتسويق المنتج بأقل تكلفة ممكنة بالمقارنة مع تكاليف المؤسسات المنافسة مما يؤدي إلى تحقيق عوائد أكبر.
- ❖ ميزة التمييز: وتعني قدرة المؤسسة على تقديم منتج متميز وفريد له قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك (جودة عالية، خصائص فريدة، توفير خدمات ما بعد البيع).

3.2. مصادر الميزة التنافسية: تتمثل أهم مصادر الميزة التنافسية في:[11]

- ✓ التكنولوجيا: تعتبر التكنولوجيا عامل قوي من عوامل تغيير القدرات التنافسية للمؤسسة لأنها تشمل كل التطبيقات العلمية الخبرات المكتسبة لتطوير عمليات الانتاج وهذا مما جعل منها مصدر متجدد للميزة التنافسية.
- ✓ المعرفة: إن المؤسسات الناجحة الشيء الذي تهتم به هو التجميع المنظم للمعرفة من المصادر المختلفة وتحليلها وتفسيرها واستنتاج مختلف المؤشرات التي تستخدم في توجيه وإثراء العمليات الإنتاجية وتحقيق التحسين في الأداء والارتقاء إلى المستويات الأعلى من الإنجاز.
- ✓ الجودة: وهي تشير إلى قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية حاجات العميل لهذا فإن ضمان بقاء المؤسسة في السوق مرتبطة بتنويع منتجاتها بطرق تجعل العملاء أكثر تطلعا إليها.[12]

- ✓ الموارد البشرية: تعتبر الموارد البشرية المصدر الحقيقي لتكوين ميزة تنافسية للمؤسسة وتعزيزها، لهذا نجد أن الأفراد هم العنصر التنظيمي الوحيد القادر على استيعاب المفاهيم والأفكار الجديدة التي تساعد على تحقيق ميزة تنافسية ومواجهة التحديات التي تفرضها الظروف التنافسية.[13]

ثالثا: المصارف الإسلامية

1.3. تعريف المصارف الإسلامية: لقد تعددت التعاريف التي منحت للمصارف الإسلامية نذكر منها:

عرفت اتفاقية إنشاء الاتحاد الدولي للمصارف الإسلامية في الفقرة الأولى من المادة الخامسة المصارف الإسلامية كالتالي " يقصد بالمصارف الإسلامية في هذا النظام تلك المصارف أو المؤسسات التي ينص قانون إنشاءها ونظامها الأساسي على الالتزام بمبادئ الشريعة، وعلى عدم التعامل بالفائدة أخذا وعطاءا"، ولقد سارت على هذا النهج كل التعاريف التي أعطيت للمصارف والمؤسسات المالية سواء في القوانين المنظمة لها، أو التي تبناها الفكر الاقتصادي الإسلامي.[14]

كما عرفت بأنها " مؤسسة مالية مصرفية لتجميع الأموال وتوظيفها في نطاق الشريعة الإسلامية، بما يخدم بناء مجتمع التكافل الاجتماعي وتحقيق عدالة التوزيع ووضع المال في المسار الإسلامي."[15]

ومن خلال هذه المفاهيم فإن تعريف المصاريف الإسلامية هو " مؤسسات مالية تعمل على تجميع الأموال وتوظيفها لتحقيق العائد الحلال بعيدا عن التعاملات الربوية في إطار مبادئ الشريعة الإسلامية."

2.3. خصائص المصارف الإسلامية: يتميز العمل المصرفي الإسلامي عن العمل المصرفي التقليدي بأسس وخصائص عديدة، وتتمثل هذه الخصائص في:[16]

- استبعاد التعامل بالفائدة الربوية.
- توجيه جهود البنوك الإسلامية كافة نحو الاستثمار الحلال.
- الالتزام بتطبيق أحكام الشريعة الإسلامية.

3.3- وظائف المصارف الإسلامية:

يقوم المصرف الإسلامي بالوظائف التالية:[17]

- وظيفة الوساطة المالية: إن الوظيفة الأساسية للمصرف الإسلامي هي الوساطة المالية التي تقوم على أساس عدم أخذ وإعطاء الفائدة فالمصارف الإسلامية تقبل الودائع وفق صيغة عقد مضاربة، ويطلق

على ذلك اسم ودائع استثمارية أو ودائع مضاربة إلى جانب الودائع الجارية، ولا يضمن المصرف الإسلامي للمودعين عائد محدد مسبقا على القيمة الاسمية لودائعهم (كما في المصارف الربوية).

– وظيفة تقديم خدمات مصرفية: تقدم المصارف الإسلامية لعملائها منتجات وخدمات مصرفية متنوعة مطابقة لأحكام الشريعة الإسلامية، منها بطاقات الائتمان والاعتمادات المستندية وخطابات الضمان وخدمات الأوراق المالية وخدمات الأوراق التجارية، وخدمات العملات الأجنبية، تأجير الخزائن الحديدية.

– وظيفة الاستثمار :

تقوم المصارف الإسلامية باستثمار الأموال بأساليب عدة أهمها:

– شراء وبيع الذهب والفضة : إذا كان البيع في جنس واحد كالذهب بالذهب، والفضة بالفضة، فيشترط له شرطان:

- إن تتم المبادلة وزنا بوزن، فلا يجوز التفاضل.
- إن يكون التسليم يدا بيد، فلا يجوز النساء والتأخير.

– شراء الأوراق المالية:

وهي الأسهم والسندات غير التجارية، أما التجارية فتدخل في الأوراق التجارية لا المالية، وأما شراء السندات التي يتم اصدارها وتداولها بفائدة فلا يجوز اصدارها شرعا ولا تداولها.

أما الأسهم فيجوز الاكتتاب فيها إذا كانت في الأعمال المشروعة في النظر الإسلام، لأنه كسب حلال وطيب، ولكن بقيود وشروط وضوابط حسب حالة أموال الشركة باعتبارها نقودا، أو ديونا، أو عروضا ومنافع، أو مختلطة من نوعين فأكثر.

5.الإطار التطبيقي للبحث: دراسة ببنك البركة الجزائر

من خلال هذه الورقة البحثية سنحاول الوقوف على دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية للمصارف الاسلامية، من خلال استجواب عمال بنك البركة الجزائر فرع بسكرة .

1. الطرق والاجراءات:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم جمع البيانات اللازمة من خلال الاستبانات التي تم إعدادها لهذا الغرض وتم تفريغ البيانات وتحليل النتائج المعالجة باستخدام برنامج SPSS[1].

1.1مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من عاملي بنك البركة الجزائر فرع بسكرة تم اختيار عينة عشوائية منهم عددها 50 عامل وذلك لمعرفة مدى استخدامهم لتكنولوجيا المعلومات ودورها في اكتساب ميزة تنافسية. ولذلك فقد اتبعنا أسلوب تطبيق الاستبانة على جميع أفراد العينة.

2.1 أدوات الدراسة: تتمثل أداة الدراسة في الاستمارة، وهي عبارة عن أسئلة موجهة لعمال بنك البركة الجزائر فرع بسكرة لإبداء رأيهم حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية وكانت الاستمارة تشمل جزئيين، الجزء الاول عبارة عن معلومات عامة أما الجزء الثاني ينقسم بدوره إلى:

1) الاول يتضمن الاسئلة التي تدرس استخدام تكنولوجيا المعلومات وتضم 06 اسئلة
2) الثاني يتضمن الاسئلة التي تدرس الميزة التنافسية وتضم 08 اسئلة

وتم استخدام سلم ليكارت ذو التدرج الخماسي لتحديد درجة موافقة المستجيب وهي:[18]

– معارض بشدة (1 درجة) – معارض (2 درجات) – محايد (3 درجات) – موافق (4 درجات) – موافق بشدة (5 درجات)

3.1 منهج الدراسة: تم الاعتماد في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحديد دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية لخدمات المصارف الاسلامية.

4.1 عرض وتحليل نتائج الدراسة.

أ. دراسة معامل الثبات وصدق أداة الدراسة.

– **ثبات الاستبيان:** وقد تم التحقق من ثبات استبانة البحث من خلال حساب معامل ألفا كرومباخ (Alpha Cronbach)، في حين معامل الصدق تم حسابه من خلال جذر معامل ألفا كرومباخ وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول التالي:

[1] تم استخدام SPSS Version 20 في الدراسة.

الجدول (1): مقياس الثبات ألفا كرومباخ لمجالات الدراسة

أبعاد الاستمارة	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
استخدام تكنولوجيا المعلومات	06	0.66	0.8
الميزة التنافسية	08	0.68	0.77
الإجمالي	14	0.77	0.87

المصدر: من نتائج المعالجة باستخدام SPSS Version 20

يتضح من الجدول أعلاه أن معامل الثبات لمحاور الدراسة تجاوز الحد الأدنى له حيث بلغ 0.77 حيث أخذ محور الميزة التنافسية قيمة ثبات أكبر تقدر بقيمة 0.68، أي أن عبارات الاستمارة تتصف بثبات النتائج مع إمكانية تعميم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة، بالإضافة إلى وجود ارتباط قوي موجب بين عبارات كل محور كما قدر معامل الصدق الإجمالي للاستمارة 0.87.

2. مناقشة وتحليل الاستبانة.

1.2 بالنسبة للمحور الأول: استخدام تكنولوجيا المعلومات

الجدول (2): اتجاهات آراء أفراد العينة حول استخدام تكنولوجيا المعلومات

	المحور الأول: استخدام تكنولوجيا المعلومات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	يستخدم البنك تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير وواسع	04.15	0.21	موافق
2	يساهم استخدام الموظفين للحاسوب للقيام بأعمالهم وزيادة انتاجيتهم	03.88	0.27	موافق
3	يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات في تقليل الوقت لإنجاز الأعمال	03.33	0.25	محايد
4	يساهم ربط الأقسام الداخلية للبنك بشبكة حاسوب في التنسيق فيما بينها وزيادة فعاليتها	03.78	0.22	موافق
5	يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات في تقليل الأخطاء المرتكبة	03.55	0.35	موافق
6	تحرص إدارة البنك على توفير أمن الشبكات لغرض حماية المعلومات والبيانات والحفاظ على سريتها	03.42	0.36	موافق
	المتوسط العام	3.98	0.21	موافق

يظهر الجدول رقم (2) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (04.15 ؛ 3,33)، بانحرافات معيارية تراوحت بين (0,21 ؛ 0,25) بدرجة تقدير بين موافق ومحايد، أما المتوسط العام للمحور ككل فقد بلغ (3.98) بانحراف معياري (0.21)، وبدرجة تقدير موافق، مما يشير إلى اتفاق كبير على طبيعة ممارسات المحاسبة الابداعية ، ويظهر جليا ذلك من خلال العبارات، حيث تحصلت العبارة رقم (01)" يستخدم البنك تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير وواسع ".على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (04.15) وانحراف معياري (0.21) وبدرجة تقدير موافق، وبرغم من أن الاتجاه العام للمحور الأول كان بدرجة تقدير موافق إلا أن إجابات العبارة رقم (03) " يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات في تقليل الوقت الانجاز الأعمال " وذلك من خلال إبداء رأيه الفني المحايد في أن استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك يساعد في تقليل الوقت للإنجاز الأعمال. أخذت أكبر درجة في تقديرات الإجابات على العبارة بدرجة محايد. ومن خلال ما سبق نجد أن أفراد عينة الدراسة يؤكد على صحة الفرضية حيث يرون أن **استخدام تكنولوجيا المعلومات** تتجسد في أنها تستخدم بشكل كبير في البنك وكذا تساعد في تقليل الأخطاء المرتكبة ويحافظ على سرية المعلومات والبيانات.

2.2 بالنسبة للمحور الثاني: الميزة التنافسية

الجدول (3): اتجاهات آراء أفراد العينة حول الميزة التنافسية

	المحور الثاني: الميزة التنافسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
التكلفة				
1	استخدام تكنولوجيا المعلومات يساهم في تخفيض تكلفة الخدمات مقارنة بالمنافسين	3.88	0.32	موافق
2	يهدف البنك إلى تخفيض التكاليف باستمرار من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات	3.75	0.31	موافق
الجودة				
3	يستخدم البنك تكنولوجيا المعلومات لترسيخ ثقافة الجودة	3.43	0.29	موافق
4	إن توجه البنك نحو تكنولوجيا المعلومات يساهم في تأكيد الجودة	3.40	0.28	موافق
المرونة				
5	إن الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات يساهم في جعل الخدمات المصرفية ذات استخدام متعدد	3.50	0.33	موافق

6	يسعى البنك إلى الاستجابة السريعة لمختلف التغيرات بفضل استخدام تكنولوجيا المعلومات	4.31	0.35	موافق بشدة
التسليم				
7	إن استخدام تكنولوجيا المعلومات يساعد البنك على الالتزام بتقديم الخدمة المطلوبة	3.40	0.88	موافق
8	يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات البنك في تقديم الخدمات للزبائن في الوقت المناسب	3.50	0.89	موافق
المتوسط العام		3.45	0.26	موافق

يظهر الجدول رقم (3) أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3,43 ؛ 4,31)، بانحرافات معيارية تراوحت بين (0,29 ؛ 0,35) بدرجة تقدير موافق، أما المتوسط العام للمحور ككل فقد بلغ (3.45) بانحراف معياري (0.26)، وبدرجة تقدير موافق، مما يشير إلى وجود اتفاق كبير على أبعاد الميزة التنافسية ، ويظهر جليا ذلك من خلال العبارات، كما تحصلت العبارة رقم(06) " يسعى البنك إلى الاستجابة السريعة لمختلف التغيرات بفضل استخدام تكنولوجيا المعلومات " على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4,31) وانحراف معياري (0,35) وبدرجة تقدير موافق بشدة، كما تحصلت العبارة رقم (01) " يسعى البنك إلى الاستجابة السريعة لمختلف التغيرات بفضل استخدام تكنولوجيا المعلومات " بدرجة تقدير موافق بمتوسط حسابي يقدر ب 3,88 وانحراف معياري يقدر بـ 0,32.

من خلال ما سبق نجد أن أفراد عينة الدراسة يؤكد على صحة الفرضية حيث يرون أن الميزة التنافسية تتجسد في أبعادها التكلفة والجودة والمرونة والتسليم.

3.2 اختبار فرضيات الدراسة:

لاختبار فرضيات الدراسة نقوم بحساب معامل الارتباط بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وأبعاد الميزة التنافسية والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (4): يوضح نتائج معامل الارتباط بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية

أبعاد الميزة التنافسية		التكلفة	الجودة	المرونة	التسليم
استخدام تكنولوجيا المعلومات	معامل الارتباط	0.661	0.766	0.562	0.653
	مستوى الدلالة	,0000	,0000	,0000	,0000
	العينة	49	49	49	49

من الجدول السابق سيتم اختبار فرضيات الدراسة فيما يلي:

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات واكتساب الميزة التنافسية.

للإجابة على هذه الفرضية يجب أولا الإجابة على الفرضيات الفرعية التابعة لها:

الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والتكلفة.

من الجدول رقم (4) نجد أن مستوى الدلالة المحسوبة (0000,) أقل من (0.05) بالتالي نرفض H0 ونقبل H1 وهذا يعني وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والتكلفة وقد بلغت قوة العلاقة 0.661، وهذا بناء على قيمة معامل الارتباط، والمعدل يدل على أن استخدام تكنولوجيا المعلومات استطاع التأثير بصورة كبيرة على تكلفة خدمات البنك.

الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والجودة.

من الجدول رقم (4) نجد أن مستوى الدلالة المحسوبة (0000,) أقل من (0.05) بالتالي نرفض H0 ونقبل H1 وهذا يعني وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والجودة وقد بلغت قوة العلاقة 0.7666، وهذا بناء على قيمة معامل الارتباط، والمعدل يدل على أن استخدام تكنولوجيا المعلومات استطاع التأثير بصورة كبيرة على جودة خدمات البنك.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والمرونة.

من الجدول رقم (4) نجد أن مستوى الدلالة المحسوبة (0000,) أقل من (0.05) بالتالي نرفض H0 ونقبل H1 وهذا يعني وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والمرونة وقد بلغت قوة العلاقة 0.562، وهذا بناء على قيمة معامل الارتباط، والمعدل يدل على أن استخدام تكنولوجيا المعلومات استطاع التأثير بصورة كبيرة على مرونة خدمات البنك.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والتسليم.

من الجدول رقم (4) نجد أن مستوى الدلالة المحسوبة (0000,) أقل من (0.05) بالتالي نرفض H0 ونقبل H1 وهذا يعني وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والتكلفة وقد بلغت قوة العلاقة

0.653، وهذا بناء على قيمة معامل الارتباط، والمعدل يدل على أن استخدام تكنولوجيا المعلومات استطاع التأثير بصورة كبيرة على سرعة تسليم خدمات البنك.

ومما سبق نقول إنه توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية للبنك.

6- الخاتمة:

بعد الدراسة النظرية لدور استخدام تكنولوجيا المعلومات وتحقيق ميزة تنافسية لخدمات المصارف الاسلامية ببنك البركة الجزائر توصلنا لجملة من النتائج والتوصيات تتمثل فيما يلي:

نتائج الدراسة:

- تكنولوجيا المعلومات هي تطبيق لمفهوم المعلومة عن طريق مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة.
- تكنولوجيا المعلومات تكسب البنك ميزة تنافسية من خلال تقليص الوقت والتكلفة وسرعة المواكبة والتجديد.
- وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية مما يؤكد على أن بنك البركة الجزائر يدرك أهمية تكنولوجيا المعلومات ودورها في زيادة القدرة التنافسية في ظل التغيرات المتسارعة.
- أظهرت هذه الورقة البحثية وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وأبعاد الميزة التنافسية وهذا ما يؤكد من استخدام بنك البركة لتكنولوجيا المعلومات.

التوصيات:

- العمل على مواكبة التغيرات والحصول على أحدث تكنولوجيا المعلومات بشكل دائم ومستمر.
- العمل على سبل ميزة تنافسية أفضل لتجنب مخاطر المنافسة الموجودة في السوق من بينها تكنولوجيا المعلومات لأنها تساعد البنك على المرونة واستجابة تغيرات السوق.
- إعداد برامج ودورات تكوينية لعمال البنك لزيادة معرفتهم بأهمية تكنولوجيا المعلومات على الجودة والتكلفة.

7- الهوامش والمراجع:

[1] عمر قنديلي، معجم تكنولوجيا المعلومات والأنترنات، دار المسيرة، عمان، 2003، ص 53.

[2] محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2009، ص ص 30-31.

[3] سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الادارية، دار المناهج، عمان، 2005، ص 20.

[4] وصفي عبد الكريم لكساسية، تحسين فاعلية الأداء المؤسسي من خلال تكنولوجيا المعلومات، دار اليازوري للنشر والتوزيع عمان، 2011، ص 33.

[5] ساسية مساهل، تأثير تكنولوجيا المعلومات على وظيفة المراجعة الداخلية في المؤسسة، رسالة ماجستير، تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007، ص ص 41-42.

[6] بشار يزيد الوليد، المفاهيم الإدارية الحديثة، دار الراية للنشر والتوزيع: عمان، 2008، ص 237.

[7] نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الاسكندرية للكتاب: مصر، 1998، ص 37.

[8] معالي فهمي حيدر، نظام المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية: الاسكندرية، 2002، ص 8.

[9] Michel Porter, L'avantage concurrentiel des nation, Inter éditions : paris, 1993, p 48.

[10] نبيل مرسي خليل، مرجع سابق، ص ص 84- 85.

[11] عبد السلام أبو قحف، كيف تسيطر على الأسواق – تعلم من التجربة اليابانية، الدار الجامعية: الاسكندرية، 2003، ص 246.

[12] كمال الدين عبد الغني مرسي، الخروج من فخ العولمة، المكتب الجامعي: الاسكندرية، 2002، ص 61.

[13] على السلمي، إدارة التميز، دار غريب: القاهرة، 2002، ص 202.

[14] محسن أحمد الخضيري، البنوك الإسلامية، إيتراك للنشر والتوزيع، 1999، ص 17.

[15] عبد الرزاق رحيم جدي الهيتي، المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق، دار أسامة، الأردن، 1998، ص 173.

[16] خالد محمد أحمد الجابري، البنوك الإسلامية مقابل البنوك التجارية دراسة نظرية مقارنة، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، العدد أكتوبر، سنة 2016.

[17] عبد الرزاق بن حبيب، خديجة خالدي، أساسيات العمل المصرفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015، ص ص 235...- 256.

[18] وليد عبد الرحمن خالد الفرا، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS، إدارة البرامج والشؤون الخارجية، 1430 هـ، ص 07.