



تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية

"دراسة ميدانية على عينة من مديري مصرف الوحدة وفروعه في مدينة بنغازي"

أ. مبروكتة عبد السيد احمد راشد

محاظرة في قسم إدارة الأعمال ، جامعة بنغازي
Mabroka.rashed@uob.edu.ly

أ. يونس عبد الحميد صالح ديهوم

محاظرة في قسم إدارة الأعمال ، جامعة بنغازي
Younus.deehoum@uob.edu.ly

تاريخ الاستلام: 2025/11/06 ؛ تاريخ القبول: 2026/01/10 ؛ تاريخ النشر: 2026/03/02

الكلمات المفتاحية:

المستخلص

تكنولوجيا المعلومات، الميزة التنافسية، مصرف الوحدة ، مدينة بنغازي.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد واقع تكنولوجيا المعلومات بأبعادها الثلاثة (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، العنصر البشري) وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية في الإدارة العامة لمصرف الوحدة وفروعه العاملة في نطاق مدينة بنغازي، وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وتم تجميع البيانات باستخدام استمارة الاستبيان، حيث تكون مجتمع الدراسة من (140) مديراً في المصرف محل الدراسة، وتم إتباع أسلوب العينة العشوائية الطبقية وكان حجم العينة وفقاً لجدول (Krejcie & Morgan) للعينات (102) مديراً، وتم استلام (70) استمارة صالحة للتحليل، وقد استخدم الباحثان الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات، ولقد أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات بالمصرف محل الدراسة كان عالياً، كما بينت الدراسة أن أبعاد تكنولوجيا المعلومات الثلاثة كانت مرتفعة في المصرف محل الدراسة، كما أن مستوى الميزة التنافسية جاء بدرجة عالية، كما أكدت نتائج الدراسة على وجود علاقة قوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات بأبعادها الثلاثة وتحقيق الميزة التنافسية في المصرف محل الدراسة.

Information technology and Its Relationship to Achieving Competitive Advantage: Afield study on a sample of Managers at Wahda Bank and Its Branches in City Benghazi

Younes Abdulhamid Saleh Deehoum
Lecturer, Department of Business
Administration, University of Benghazi

Mabrouka Abdulsayed Ahmed Rashed
Lecturer, Department of Business
Administration, University of Benghazi

Received :06/11/2025

Accepted: 10/01/2026

Published: 02/03/2026

Abstract

This study aims to identify the status of information technology through its three dimensions (hardware, software, and human resources) and examine its relationship with achieving competitive advantage in the General Administration of Al-Wahda Bank and its branches operating within the city of Benghazi. The researchers adopted a descriptive-analytical approach. Data were collected using a questionnaire, and the study population consisted of (140) managers working at the bank under study. A stratified random sampling method was employed, and according to the Krejcie and Morgan table, the sample size amounted to (102) managers. A total of (70) valid questionnaires were used for analysis. The researchers utilized the statistical Package for Social Sciences (SPSS) to analyze the data the results of the study revealed that the level of information technology usage at the bank under study was high. The findings also indicated that the three dimensions of information technology were highly available at the bank, and that the level of competitive advantage was likewise high. Furthermore, the results confirmed the existence of a strong, positive, and statistically significant relationship at the significance level ($\alpha \leq 0.05$) between information technology, with its three dimensions, and the achievement of competitive advantage in the bank under study

Keywords

Information technology; Competitive Advantage; Wahda Bank; City Benghazi.



© The Author(s) 2026. This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4)

المحور الأول: منهجية الدراسة

1.1 مقدمة:

لقد شهدت بيئة الأعمال المعاصرة في الأفق الجديدة الكثير من التحديات والتغيرات الضخمة ، خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي شدد من المنافسة، ولذا أصبحت المؤسسات الاقتصادية في ظل هذه البيئة مجبرة على امتلاك البدائل والحلول التي تمنحها القدرة على التنافس والاستمرارية وكسب المزايا التنافسية، لإيجاد موقع متميز في بيئتها المعقدة، بالإضافة للعمل على رفع أدائها وتعزيز قدرتها التنافسية من خلال اكتسابها لميزة تنافسية غير قابلة للتقليد لتمييزها عن باقي منافسيها وضمان بقائها واستمرارها، ولمساعدتها على الارتقاء بمستوى إنتاجيتها (هرون وبن سليمان، 2024).

وبناءً على ما سبق ظهرت أهمية وضع المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة والمصارف التجارية بصفة خاصة لنظام تكنولوجيا فعال وهذا بغرض رصد وجلب كل ما يتعلق بشأن منافسيها ، بدء بمعرفة اهم منافسيها في السوق نقاط ضعفهم وقوتهم وأهدافهم المستقبلية ، وصولاً إلى نشر المعلومات عند الضرورة إلى مختلف المستويات الإدارية، ونظراً لشدة المنافسة اصبح التفوق لتلك المصارف التجارية التي تحقق ميزة تنافسية في السوق وتحافظ على هذه الميزة عبر الزمن، ولأن الموارد المالية أصبحت متوفرة ولم تعد عائقاً أمام المصارف التجارية ، فقد ركزت هذه الأخيرة وتبنت استراتيجيات جديدة لتحقيق الميزة التنافسية تمثلت في تكنولوجيا المعلومات (نورية وسهام، 2018).

ومع ما يشهده العالم اليوم من التحول نحو العولمة والاتجاه المتزايد نحو مفهوم تكنولوجيا عالمي امام كل هذا وجدت المصارف التجارية نفسها مجبرة على خدمة العميل من خلال عرض الخدمات بالسرعة والدقة والكلفة المطلوبة وذلك للتفوق على نظيراتها ومن ثم كسب ميزة تنافسية تمكنها من البقاء والاستمرار في السوق (نورية وسهام، 2018).

وعلى غرار مختلف المصارف التجارية في العالم تحتاج المصارف التجارية في ليبيا إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل فعال يمكنها من تحقيق الميزة التنافسية لا سيما وان الزبون انفتحت امامه فرص الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة للتعرف على علاقة تكنولوجيا المعلومات بتحقيق الميزة التنافسية للمصارف التجارية بليبيا بصفة عامة ومصرف الوحدة وفروعه بمدينة بنغازي بصفة خاصة.

2.1 الدراسات السابقة

-دراسة الفيتوري (2025) بينت هذه الدراسة مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأبعادها (الأجهزة، البرمجيات، الشبكات ، المورد البشري) على تحقيق الميزة التنافسية بشركة المدار الجديد

نموذجاً بمدينة طرابلس ، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتوزيع استمارات الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات على عينة قوامها (94) مفردة ، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة قوية وإيجابية بين ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبين الميزة التنافسية لشركة المدار الجديد ، وأن بعد الشبكات هو أكثر الأبعاد تأثيراً يليه بعد البرمجيات ، وأوصت الدراسة بتطوير استراتيجيات شاملة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات مما يمكن الشركة من تعزيز قدرتها التنافسية وتلبية حاجة السوق المحلية.

-دراسة القرشي (2025) اهتمت الدراسة بالكشف عن علاقة تكنولوجيا المعلومات بتطبيقات عمليات إدارة المعرفة في المؤسسات التعليمية القائمة على المعرفة ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية قوامها (405) شملت العاملين في الكليات ومراكز المعلومات في جامعة واسط ، وأوضحت النتائج إن التأثير الأعلى لأبعاد تكنولوجيا المعلومات في عملية إدارة المعرفة كان لبعد الموارد البشرية يليه شبكة المعلومات والاتصال، وأدنى تأثير كان لبعد تطبيقات الذكاء الصناعي ، وأوصت الدراسة بوضع سياسات واضحة لتسمية الملفات وكيفية حفظها لتسهيل الوصول إليها.

- دراسة أحمد ، وكسارة (2024) توجهت هذه الدراسة الى معرفة أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية ، دراسة استطلاعية على بعض المصارف الأهلية في مدينة بغداد ، وأن تطبيقها سيساعد في تقديم خدمات ذات جودة عالية ويحقق الميزة التنافسية للمصارف ، وتم استخدام العينة العشوائية الموزعة على الموظفين والزبائن وتم جمع المعلومات عن طريق (70) استمارة استبيان ، وبينت نتائج الدراسة أن العينة المبحوثة تطبق أبعاد تكنولوجيا المعلومات (الأجهزة والمعدات ، البرمجيات ، التطبيقات ، الموارد البشرية ، الاتصالات) بدرجة كافية وتؤثر معنوياً على الميزة التنافسية ، كما أوصت الدراسة بمواكبة السوق من خلال تنويع استخدام تكنولوجيا المعلومات في العمل المصرفي.

- دراسة AL- Hamli and AL-Marhdi (2024) هدفت هذه الدراسة الى تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات بأبعادها المتمثلة في (الأجهزة ، البرمجيات ، قواعد البيانات ، شبكات الاتصال ، المهارات البشرية) على الأداء الاستراتيجي لشركات الاتصالات اليمنية ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وتم تحليل (479) استمارة استبيان صالحة للتحليل ، وضمت العينة المديرين التنفيذيين ورؤساء الأقسام والمشرفين لتلك الشركات، وأظهرت نتائج التحليل وجود أثر إيجابي ومعنوي لتكنولوجيا المعلومات على الأداء الاستراتيجي ، كما بينت أن أبعاد الأجهزة وقواعد البيانات ومهارات العنصر البشري تمثل عوامل ذات تأثير معنوي ، في حين لم يظهر بعداً البرمجيات وشبكات الاتصال أي أثراً معنوياً إحصائياً ، وأوصت الدراسة بضرورة مراجعة كفاءة البرمجيات وشبكات الاتصال لتعزيز الأداء الاستراتيجي .

دراسة مفتاح (2024) هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور أبعاد جودة الخدمات المصرفية (الملموسية ، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف التجارية (دراسة ميدانية عل بعض فروع مصرف الجمهورية في المنطقة الغربية)، ، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وكانت استثمارة الاستبيان هي أداة جمع البيانات والمعلومات، وتم تحليل (40) استثمارة صالحة للتحليل من أصل (43) استثمارة ، وتوصلت الدراسة لوجود علاقة طردية موجبة بين أبعاد جودة الخدمات المصرفية وبين تحقيق الميزة التنافسية ، وأن هناك علاقة ارتباطية بين تلك الأبعاد وتحقيق الميزة التنافسية وأوصت الدراسة بزيادة الاهتمام على كل ابعاد جودة الخدمات المصرفية وذلك بوضع استراتيجيات وبرامج لمواجهة احتياجات العملاء.

-دراسة الخالد ، الكميم (2023) تناولت هذه الدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات بأبعادها(الأجهزة ، البرمجيات، قواعد البيانات ، شبكات الاتصال، ومهارات الافراد) على تعزيز الجينات التنظيمية في قطاع الاتصالات اليمينية ، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، وتم اعتماد استثمارة الاستبيان لجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها وتوزيعها عل عينة عشوائية طبقية قوامها (806) عامل وعاملة وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج نذكر منها : إن مستوى توفر تكنولوجيا المعلومات في قطاع الاتصالات محل الدراسة عالي في جميع أبعاده، ومستوى توفر الجينات التنظيمية في ذات القطاع محل الدراسة جاء متوسطا ، كما يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ($a \leq 0.05$) لتكنولوجيا المعلومات بجميع أبعاده على تعزيز الجينات التنظيمية .

- دراسة الجهاني وأمين، (2020) سعت هذه الدراسة إلى التعرف على طرق تطبيق تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال الليبية، واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات وأظهرت النتائج ، أن عدم استخدام وتحديث تكنولوجيا المعلومات يحد من قدرة المنظمات الليبية على مواكبة التغيرات والتطورات في العالم، وأوصت الدراسة بضرورة حث المنظمات الليبية على تطوير مهارات وخبرات الموظفين في استخدام الأجهزة والتقنيات الحديثة التي يشهدها عالم التكنولوجيا والأسواق والمنتجات.

يتضح مما سبق أن هناك اتفاق كبير بين أغلب الدراسات على أهمية تكنولوجيا المعلومات وكذلك أهمية الأداء كونه أحد العناصر التي تهتم بها المنظمات ، كما تتشابه معها في استخدام المنهج الوصفي التحليلي واستخدام استثمارة الاستبيان لجمع المعلومات ، كما تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تركيزها على البيئة المصرفية الليبية متمثلة في مصرف الوحدة ، إضافة الى اعتمادها على وجهة نظر المديرين باعتبارهم الأكثر ارتباطا بصناعة القرار ، ومن ثم سد فجوة علمية تتمثل في قلة الدراسات التي

بحثت بشكل تطبيقي العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية في المصارف الليبية على حد علم الباحثان ، وربط أبعاد تكنولوجيا المعلومات وربطها بالميزة التنافسية في السياق المحلي .

3.1 مشكلة الدراسة

من خلال استقراء الواقع العملي للمصرف محل الدراسة، وكذلك نظراً لكثرة المشاكل وضعف الثقة بين التجار والمصرف لعدم تحويل القيم المالية المستحقة من حساب المشتري إلى حساب التاجر، أو بطئها لفترات طويلة بسبب كثرة المعاملات المالية والاعتماد على الأسلوب التقليدي القديم (اليدوي) في أداء بعض العمليات ، ونظراً للتغيرات المتسارعة في البيئة والتطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات وحدة المنافسة والانتشار الواسع للزبائن وغياب الجانب التكنولوجي ، سبب وجود ضعف وقصور بالمصرف محل الدراسة حتم على المصرف التوجه نحو التطور وإدخال خدمات الكترونية لم تكن موجودة من قبل من أجل التقليل من المشاكل والعراقيل وخلق ميزة تنافسية جديدة .

من هنا برزت الحاجة لاستخدام التكنولوجيا وخدماتها لإنهاء المشاكل بالمصرف محل الدراسة، وهو ما يمثل للباحثين مشكلة بحثية، تمت صياغتها في التساؤلات الآتية:

أ- ما مستوى تكنولوجيا المعلومات (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، العنصر البشري) في المصرف محل الدراسة؟

ب - ما مستوى الميزة التنافسية في المصرف محل الدراسة؟

ج - هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات (بعد الأجهزة والمعدات، بعد البرمجيات، بعد العنصر البشري) وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة.

4.1 فرضيات الدراسة:

الفرض الرئيسي ينص على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)

بين تكنولوجيا المعلومات (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، العنصر البشري) وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة؟

ويشتق من الفرضية الرئيسية السابقة الفرضيات الفرعية الآتية:

أ. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) بين الأجهزة والمعدات وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة؟

ب. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) بين البرمجيات وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة؟

ج. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) بين العنصر البشري وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة؟

5.1 أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة بأنها تطرقت لأهم قطاع في الاقتصاد الوطني وهو القطاع المصرفي وتكمن أهمية هذه الدراسة في النقاط الآتية:

أ. لفت انتباه الإدارات العليا بالمصرف محل الدراسة إلى أهمية تكنولوجيا المعلومات ودورها المهم في تحسين وتحقيق الميزة التنافسية.

ب. تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات لإدارة المصرف محل الدراسة وذلك بالتركيز على تكنولوجيا المعلومات نظراً لأهميتها الكبيرة في تحقيق الميزة التنافسية وزيادة الحصة السوقية وتحقيق جودة الخدمات المصرفية لإرضاء الزبائن على النحو الذي يؤدي إلى تعظيم أرباحها من خلال تحقيق مكانة سوقية وتعزيز فرص زيادة الائتمان والاستحواذ وخلق ميزة تنافسية مؤثرة في السوق المحلي المستهدف.

ج. تتبع أهمية الدراسة العلمية من حيث تلبية الحاجة الملحة إلى الدراسات المتعلقة بمجال تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية والإسهام في الإثراء العلمي وفتح آفاق جديدة للباحثين والمهتمين بهذا النوع من الدراسات والبحوث بالقطاع المصرفي الليبي.

6.1 أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

أ. التعرف على مستوى تكنولوجيا المعلومات (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، العنصر البشري) ودورها الفاعل في تحسين وتطوير الخدمات المصرفية في المصرف محل الدراسة.

ب. التعرف على مستوى الميزة التنافسية في المصرف محل الدراسة.

ج. الكشف عن طبيعة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية في المصرف محل الدراسة.

د. تقديم العديد من التوصيات التي يمكن الاستفادة منها في العديد من الدراسات المستقبلية.

7.1 متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات، تم قياس هذا المتغير خلال التعرف على العناصر المرتبطة به والمتمثل في الأبعاد الآتية (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، العنصر البشري).

المتغير التابع: الميزة التنافسية.

8.1 حدود الدراسة:

- أ- الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة تكنولوجيا المعلومات (بعد الأجهزة والمعدات، بعد البرمجيات، بعد العنصر البشري) وعلاقته بتحقيق الميزة التنافسية.
- ب- الحدود المكانية: تمثلت في مصرف الوحدة وفروعه الواقعة في نطاق مدينة بنغازي.
- ج- الحدود الزمنية: أكتوبر 2025.
- د- الحدود البشرية: الموظفون الذين يشغلون الوظائف الإشرافية (مدير عام، نائب مدير، رئيس قسم)، بمصرف محل الدراسة.

9.1 مصطلحات الدراسة:

- أ- التكنولوجيا المعلومات: بأنها مجموعة من الأفراد، البيانات، الإجراءات، والمكونات المادية والبرمجيات التي تعمل سوية من أجل الوصول إلى أهداف المؤسسة وهي تمثيل للجانب التكنولوجي والحديث لنظام المعلومات (بداع، 2017).
- ب- الميزة التنافسية: تعرف القدرة التنافسية بأنها المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون (السلمي، 2001، ص 104).

10.1 هيكلية الدراسة

- أ- الدراسة النظرية: فقد تم اعتماد المنهج الوصفي حيث تم إجراء المسح المكتبي واستخدام شبكة الأنترنت للاطلاع على المراجع العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع الدراسة وبناء الإطار النظري .
- ب- الدراسة الميدانية: استخدم المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة واختبار مدى صحة الفروض والأسئلة الموضوعية، من خلال جمع البيانات بواسطة استمارات الاستبيان، واستخدام الأساليب الإحصائية الملائمة للتحليل.

- 11.1 مجتمع وعينة الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من جميع مديرين الذين يشغلون الوظائف الإشرافية (مدير عام، نائب مدير، رئيس القسم) بمصرف الوحدة وفروعه بمدينة بنغازي، ويبلغ حجم المجتمع (140) مديراً (إدارة الموارد البشرية لمصرف الوحدة، بيانات غير منشورة، 2025)، وتم إتباع أسلوب العينة العشوائية الطبقية وكان حجم العينة وفقاً لجدول مرجان للعينات (102) مفردة، وتم توزيع استمارات الاستبيان على العدد المذكور وتم استرجاع عدد (78) ورقة، وبعد الفحص للورقات تم استبعاد (8) ورقات

غير صالحة للتحليل لوجود نقص في الإجابات، وبذلك أصبح العدد الكلي للورقات الصالحة للتحليل (70) ورقة، أي ما نسبته 69% وهذه النسبة تعتبر جيدة للتحليل الإحصائي وبالتالي ضمان نتائج أقرب للواقع وأكثر قابلية للتعميم.

المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة

1.2 مفهوم تكنولوجيا المعلومات:-

شهدت تكنولوجيا المعلومات خلال السنوات الأخيرة العديد من التطورات المتسارعة ، كان لها تأثير مباشر في كافة أنماط الحياة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية ، ولذلك أصبحت التنمية الاقتصادية ترتبط ارتباطا وثيقا بمدى قدرة الدول على مواكبة هذه التطورات (بداع 2017) ، وعرفت تكنولوجيا المعلومات بانها "كل التقنيات المستخدمة في جمع وتخزين ومعالجة وتناقل نتائج عمليات التحليل والتصنيف والاستخلاص للمعلومات وتوجيه الإفادة منها من قبل المستخدمين ، بأيسر الطرائق مع ضمان الإنجاز بالدقة والسرعة والوقت المناسب" (الهواسي ، والبرزنجي ، 2014، ص 19)، ويقصد أيضا بالتكنولوجيا " أنواع المعرفة الفنية والعلمية والتطبيقية التي يمكن أن تسهم في توفير الوسائل، المعدات، الآلات، الأجهزة الميكانيكية والإلكترونية ذات الكفاءة العالية والأداء الأفضل التي تسهل للإنسان الجهد وتوفير الوقت وتحقيق للمنظمة أهدافها النوعية والكمية بكفاءة وفاعلية" (العرود، وشكر ، 2009).

2.2 مكونات تكنولوجيا المعلومات:

تتكون مكونات تكنولوجيا المعلومات من العديد من الأدوات والتقنيات التي تستخدم لجمع ومعالجة وتخزين ونقل المعلومات وفي هذه الدراسة سنركز على أهم هذه المكونات :-

أ- الأجهزة : وتشمل جميع الوسائل والأدوات المادية التي تستخدم في معالجة البيانات والمعلومات مثل أجهزة الحاسب الآلي بمختلف أنواعها وملحقاتها ويعرفها (Elliotte,2004,24) على أنها "تكنولوجيا الحاسوب المادية التي تستخدم من أجل الاتصال ، الخزن ، وإخراج البيانات والمعلومات ضمن نظام المعلومات "

ب. الموارد البشرية: يمثل الأفراد الجزء الحيوي والمهم في نظام تكنولوجيا المعلومات، والذين يملكون المهارة والمعرفة لإدارة وصيانة التكنولوجيا ويذهب بعض الباحثين إلى اعتباره العنصر الأكثر تعقيدا والأكثر مسؤولية عن نجاح أو فشل النظام، ويقصد بالأفراد هم المستخدمون والمبرمجون ومحلي النظم والمسؤولين عن قواعد البيانات (Parker & Case , 1993,20).

ج- البرمجيات: مجموعة من التعليمات الرمزية التي يضعها المبرمجون للتنسيق بين مكونات الأجهزة المادية في نظام المعلومات، ويعرفها (Elliote,2004,26) هي عبارة عن وصف للبرامج والخوارزميات والإرشادات المستخدمة في تكنولوجيا الحاسوب، لإنجاز الأوامر والوظائف والأنشطة التي تعمل على تنسيق العمليات والمعالجات للمكونات المادية لتكنولوجيا الحاسوب والمعلومات.

3.2 مفهوم الميزة التنافسية:

إن تحديد مفهوم دقيق تعرف للميزة التنافسية متفق عليه يعد من الصعوبة، وذلك راجع إلى اختلاف وتعدد الآراء ووجهات النظر بين المهتمين بهذا المجال في حقل الاقتصاد والإدارة، حيث أن هذا المصطلح (التنافسية) يتسم بالتغير والتطور مقابل التغير والتعدد للبيئة سواء كانت العامة أم الخاصة. إن مفهوم التنافسية له أوجه متعددة وذات ارتباط وثيق بالاستخدام الأمثل للموارد والإمكانيات، بهدف السيطرة على الأفاق المستقبلية للتنمية (قشقش، 2014: 44)، والميزة التنافسية تنشأ عندما تقوم المؤسسة باكتشاف وسائل وطرق وأساليب حديثة ذات فاعلية تفوق تلك المستعملة من قبل المنظمات المنافسة ويتم تحديدها على أرض الواقع، وهذا التعريف ينسب إلى ما يكل بورته (عطا الله، 2017: 46).

فالميزة التنافسية تركز على تلبية حاجات المستهلك من النوعية والجودة وبالتالي استخدام وسائل إنتاج متطورة ويد عاملة مدربة بالرغم من إنها تؤدي إلى زيادة التكاليف على المدى القصير إلا أنها تؤدي إلى اقتحام المخرجات للأسواق العالمية. (عبد الوهاب حيفان، 2014: 15).

4.2 تعريف الميزة التنافسية المصرفية

يعرفها (عبد الله ، وعمير، 2025، ص 444) بأنها "قدرة المصرف على انتهاز أساليب تمكنه من التفوق على منافسيه كتقديم خدمات بتكلفة أقل أو خدمات ذات جودة عالية مقارنة بالمصارف الأخرى"، ويعتبر التحول الرقمي في تقديم الخدمات المصرفية أحد أبرز الوسائل لتحقيق التميز في القطاع المصرفي (Afaihatk وآخرون 2024)، وهناك أجماع بأن الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر تطبيقات الهواتف المحمولة والمواقع الإلكترونية تعتبر ابتكار استراتيجي يعزز من الميزة التنافسية (Handayani, 2022 , Hp,& Rizqi).

ويرى الباحثان إن استغلال تكنولوجيا المعلومات لتقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية تلعب دورا حاسما في منح المصارف ميزة تنافسية ، ولتحقيق ذلك يجب على المصارف تبني التحول الرقمي وتطوير خدماتها الإلكترونية بشكل آمن ، والابتكار في تصميم تلك الخدمات بما يلبي احتياجات عملائها وتعزيز الثقة لديهم ، ورفع الكفاءة التشغيلية والاستثمار في تطوير الكوادر البشرية وبناء شركات استراتيجية مع

شركات التكنولوجيا وتطبيق إدارة الجودة الشاملة للخدمات الإلكترونية ، بما يسهم في توسيع تقديم تلك الخدمات وتعزيز الحصة السوقية .

5.2 أهمية الميزة التنافسية

تعتبر الميزة التنافسية للمصارف من الأمور الضرورية لاستمرار التفوق والتميز في القطاع المصرفي، وإن الاستخدام الأمثل للموارد وتطوير أنشطة البحث والتطوير واستخدام تكنولوجيا المعلومات بصورة مستمرة يقود إلى ضمان استمرارية المزايا التنافسية، وتبرز أهمية الميزة التنافسية من خلال (مروان، 2011، ص 67).

- أ- تعطي الميزة التنافسية مؤشراً قوياً للمصارف لإحكام سيطرتها على السوق أكبر من منافسيها.
- ب- تعد الميزة التنافسية سلاحاً قوياً يعتمد عليه المصرف لمواجهة تحديات المصارف المنافسة.
- ج- تعتبر الميزة التنافسية معياراً مهماً لنجاح المصرف وتميزه عن غيره من المصارف الأخرى، من حيث إيجاد نماذج مميزة جديدة ويصعب على المنافسين تقليدها.
- د- أكثر المنظمات الحديثة تعتمد على التكنولوجيا لتحقيق المزايا التنافسية من أجل البقاء والاستمرار.

المحور الثالث: الدراسة الميدانية

1.3 منهج وأداة الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة واختبار مدى صحة الفروض والأسئلة الموضوعية ، واستخدم الباحثان استمارة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات واستطلاع آراء المشاركين حول واقع " تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة من وجهة نظر الإداريين " كأداة رئيسية للدراسة، صممت خصيصاً لهذا الغرض، وصممت اعتماداً على استبانة كلاً من (قشقش، 2014) و(الصغير، 2020) بالنسبة لمحور الميزة التنافسية، واستبانة كلاً من (جمعة، 2018) و(بداع، 2017) بالنسبة لمحور تكنولوجيا المعلومات، وتم تحكيمها من قبل مجموعة من أعضاء هيئة التدريس، وتكونت استمارة الاستبيان من قسمين ، القسم الأول يتعلق بالسمات الشخصية عن المستجيبين (العمر، المؤهل العلمي ، سنوات الخبرة) ، والقسم الثاني عبارة عن مجالات الدراسة وتتكون صحيفة الاستبيان من (27) فقرة موزعة على مجالين ، المجال الأول: مجال تكنولوجيا المعلومات، ويتكون من (15) فقرة، موزعة على ثلاثة أبعاد (الأجهزة والمعدات ، البرمجيات ، العنصر البشري)، بواقع خمس

فقرات لكل بعد، والمجال الثاني: الميزة التنافسية ويتكون من (12) فقرة، وبعد الانتهاء من جمع البيانات تم استخدام الأساليب الإحصائية الأتية لأجل تحليل البيانات :

- النسب المئوية والتكرارات، والمتوسط الحسابي، والانحرافات المعيارية وكذلك اوزن النسبي.
- اختبار (ألفا كرو نباخ Alpha Cronbach) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- معامل ارتباط (بيرسون Pearson Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط يقوم هذا الاختبار على دراسة العلاقة بين متغيرين أو أكثر.
- اختبار (T) في حالة عينة واحدة (T-test) لمعرفة ما إذا متوسط درجة الإجابة قد وصلت إلى الدرجة المتوسطة وهي (3) أم زادت أو أقلت عن ذلك.
- اختبار التوزيع الطبيعي لحساب اعتدالية البيانات (كولمو جروف، سيمرنوف). -Kolmogorov-Smimov).

2.3 ثبات مقياس الدراسة وصدقها:

للتحقق من ثبات مقاييس الدراسة فقد طبقت معادلة (ألف كرو نباخ) لحساب مقاييس الدراسة وقد تم تطبيق هذه المعادلة على عينة استطلاعية عشوائية طبقية قوامها (20) عنصراً من مجتمع الدراسة نفسه لاختبار صلاحية أداة الدراسة ، أعطت درجة ثبات عالية تدعو إلى الثقة لكل محاور الدراسة، كما تم حساب صدق المقياس من خلال معادلة الجذر التربيعي لمعامل الثبات وقد كانت جميعها درجات صدق عالية، وهذا يدل على أن استمارة الاستبانة اتسمت بالثبات والصدق وبدرجة عالية من التميز، كما هو موضح في الجدول رقم (1):

جدول (1) يبين قيم معامل الثبات والصدق لمحاور أداة الدراسة

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
الأجهزة والمعدات	5	0.875	0.935
البرمجيات	5	0.905	0.951
العنصر البشري	5	0.839	0.915
تكنولوجيا المعلومات	15	0.937	0.967
الميزة التنافسية	12	0.924	0.961

3.3 اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات:

لاختبار اعتدالية البيانات قام الباحثان بإجراء اختبار الاعتدال (Test of Normality) باستخدام اختبار (كولمو جروف، سيمرنوف Kolmogorov- Smimov) لجميع محاور الدراسة مجتمعة، وذلك لتبيان ما إذا كانت البيانات تأخذ التوزيع الطبيعي، وبعد إجراء الاختبار تبين أن البيانات موزعة طبيعياً كما هي موضحة في جدول رقم (2)، حيث أن الدلالة الإحصائية لجميع محاور مجتمعة أكبر من مستوى دلالة

$\alpha=0.05$ ، لذلك نقبل الفرضية القائلة إن البيانات لا تختلف عن التوزيع الطبيعي، وعليه فإنه يمكن اختبار الفرضيات على الصورة المعملية أو البارومترية (Parametric).

جدول (2) يوضح اختبار اعتدالية البيانات لجميع محاور الدراسة مجتمعة

قيمة الاختبار	الدلالة الإحصائية
0.092	0.200*

4.3 عرض نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: خصائص عينة الدراسة: يتناول هذا الجزء تحليل خصائص عينة الدراسة، وذلك كما تم عرضها في أداة الدراسة، وذلك كما في الجدول رقم (3):-

جدول رقم (3) خصائص عينة الدراسة

المتغيرات الشخصية والوظيفية								
النسبة	التكرار	عدد سنوات الخبرة	النسبة	التكرار	العمر	النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
11.4	8	أقل من 5 سنوات	7.2	5	أقل من 25	17.1	12	دكتوراه
32.9	23	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	47.1	33	من 25 إلى أقل من 45	10	7	ماجستير
55.7	39	أكثر من 10 سنوات	45.7	32	من 45 فأكثر	54.3	38	بكالوريوس
						18.6	13	دبلوم عالي
%100	70		%100	70		%100	70	المجموع

من خلال الجدول (5) والذي يتضمن خصائص عينة الدراسة يتبين أن نسبة حملة البكالوريوس كانت هي الأعلى حيث بلغت (54.3%)، بينما بلغت نسبة النسبة التخصص الدقيق الدكتوراه (17.1%) من إجمالي المستجوبين بالدراسة، في حين كانت نسبة حملة الماجستير (10%)، أما بالنسبة للعمر فإن النسبة الأعلى كانت الفئة العمرية (من 25 سنة إلى أقل من 45 سنة) وبلغت (47.1%)، ثم الفئة العمرية من (45 سنة فأكثر) وبلغت نسبتها (45.7%) وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفئة العمرية (أقل من 25 سن) وكانت نسبتها (7.2%) من إجمالي عينة الدراسة، أما فيما يخص متغير عدد سنوات الخبرة فقد كانت أعلى نسبة للخبرة هي (أكثر من 10 سنوات) وبلغت (36.1%)، ثم جاءت الخبرة ذات (5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات) حيث بلغت نسبتها (55.7%). وجاءت في المرتبة الأخيرة الخبرة ذات (أقل من 5 سنوات) حيث بلغت (11.4%).

ثانياً: تحليل النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

يتعلق هذا الجزء بالإجابة على تساؤلات الدراسة، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وتم مقارنة المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، لإعطاء الدرجات لكل إجابة في المقياس كما في الجدول رقم (4)، واختار الباحثان الدرجة (1) للاستجابة "غير موافق بشدة" وبذلك يكون الوزن النسبي في هذه الحالة هو (20%) وهو يتناسب مع هذه الاستجابة.

جدول (4) يوضح درجات مقياس (ليكرت)

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

وتم تحديد مدى (الحدود الدنيا والعليا الحقيقية) عن طريق حساب المدى بطرح أكبر قيمة للمقياس من أقل قيمة (5-1=4) ومن ثم تقسيم المدى على أكبر قيمة للمقياس ($0.80 = 5 \div 4$) ثم نضيف هذه القيمة إلى أقل قيمة للمقياس للحصول على مدى مستوى مؤثر، فإنه عادة ما تكون قيم الأوزان (weights) كما في الجدول رقم (5).

جدول (5) يوضح مستويات المقياس الإحصائي

المستويات	من 1.80 - 1	من 2.60 - 1.80	من 3.40 - 2.60	من 4.20 - 3.40	من 5 - 4.20
وصف المستوى	منخفض جدا	منخفض	متوسط	عالي	عالي جدا

-التساؤل الأول: ما مستوى تكنولوجيا المعلومات (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، العنصر البشري) في المصرف محل الدراسة من وجهة نظر الإداريين؟

للإجابة عن هذا السؤال قام الباحثين بحساب المتوسطات الحاسبة والانحرافات المعيارية والوزن النسبي وقيمة اختبار (T) لعينة واحدة والقيمة الاحتمالية لجميع فقرات أبعاد محور تكنولوجيا المعلومات، والنتائج موضحة فيما يلي:

• تحليل فقرات البعد الأول "الأجهزة والمعدات"

تم احتساب المتوسط الحسابي والوزن النسبي والانحراف المعياري واختبار (T) لعينة واحدة والقيمة الاحتمالية لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في الجدول رقم (6).

جدول (6) المتوسط الحسابي والوزن النسبي والانحراف المعياري واختبار (T) لبعد "الأجهزة والمعدات"

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة (T)	القيمة الاحتمالية	الترتيب	درجة الإجابة
يوجد بالمصرف أجهزة ومعدات حديثة (حاسب آلي - طابعات ... الخ.	4.26	0.896	85.2	11.741	.000	1	عالي جداً
الأجهزة التي توجد بالمصرف تناسب الخدمات الالكترونية (الوحدة اونلاين - الوحدة موبايل - الوحدة أعمال - موبى كاش - البطاقة المحلية الدولية	4.24	0.824	84.8	12.617	.000	2	عالي جداً
يتم صيانة الأجهزة والمعدات باستمرار وبشكل دوري	4.04	0.892	80.8	9.784	.000	3	عالي
يعمل المصرف على تطوير الأجهزة والمعدات بما يتماشى مع التقدم التكنولوجي في السوق	3.90	1.009	78	7.460	.000	5	عالي
يعمل المصرف على توفير ما يلزم من الأجهزة والمعدات من قطع الغيار وملحقاته.	4.00	0.885	80	9.458	.000	4	عالي
البعد الأول: الأجهزة والمعدات	4.09	0.7371	81.8	12.356	.000		عالي

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

يتضح من الجدول رقم (6) أن جميع الإجابات عن العبارات المتعلقة ببعد الأجهزة والمعدات كانت عالية وتتراوح بين (3.90-4.26)، وتشير النتائج إلى أنه يوجد بالمصرف محل الدراسة أجهزة ومعدات حديثة تناسب الخدمات الإلكترونية المقدمة، ويعمل المصرف دائماً على تطويرها وصيانتها بشكل دوري وتوفير ما يلزم من قطع غيار وملحقاته.

• تحليل فقرات البعد الثاني "البرمجيات":

تم احتساب المتوسط الحسابي والوزن النسبي والانحراف المعياري واختبار (T) لعينة واحدة والقيمة الاحتمالية لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في الجدول رقم (7).

جدول (7) المتوسط الحسابي والوزن النسبي والانحراف المعياري واختبار (T) لبعد "البرمجيات"

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة (T)	القيمة الاحتمالية	الترتيب	درجة الإجابة
1	يوفر المصرف أنظمة حماية تحول دون استخدام الغير ولحماية الأجهزة من الفيروسات	4.19	0.822	83.8	12.073	.000	1	عالي
2	يوفر المصرف عمليات البيع والشراء الكترونياً على مدار الساعة	4.03	0.900	80.6	9.557	.000	2	عالي
3	يقوم المصرف بتحديث وتطوير الأجهزة الخاصة بتكنولوجيا المعلومات باستمرار .	4.01	0.940	80.2	9.027	.000	3	عالي
4	يتم تطوير البرمجيات باستمرار لمواكبة كل ما هو جديد .	3.97	1.021	79.4	7.960	.000	4	عالي
5	يستخدم المصرف أجهزة وبرمجيات حاسوبية متطورة	4.01	.940	80.2	9.027	.000	3	عالي
	البعد الثاني: البرمجيات	4.04	0.789	80.8	11.059	.000		عالي

* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

يتضح من الجدول رقم (7) أن جميع الإجابات عن العبارات المتعلقة ببعد البرمجيات كانت عالية وتتراوح بين (3.97-4.19)، حيث بينت هذه النتائج توفير المصرف محل الدراسة لأنظمة حماية تحول دون استخدام الغير ولحماية الأجهزة من الفيروسات، كما يقوم المصرف بتطوير البرمجيات باستمرار لمواكبة كل ما هو جديد، ويوفر المصرف عمليات البيع والشراء الكترونياً على مدار الساعة.

• تحليل فقرات البعد الثالث "العنصر البشري":

تم احتساب المتوسط الحسابي والوزن النسبي والانحراف المعياري واختبار (T) لعينة واحدة والقيمة الاحتمالية لمعرفة درجة الموافقة. النتائج موضحة في الجدول رقم (8).

جدول (8) المتوسط الحسابي والوزن النسبي والانحراف المعياري واختبار (T) لبعد "العنصر البشري"

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة (T)	القيمة الاحتمالية	الترتيب	درجة الإجابة
1	يعمل لدى المصرف موظفين متخصصين في تكنولوجيا المعلومات .	4.13	0.867	82.6	10.893	.000	1	عالي
2	يعمل المصرف على استقطاب ذوي الاختصاص	3.83	1.007	76.6	6.885	.000	3	عالي
3	تعمل إدارة المصرف على تدريب الموظفين على استخدام التكنولوجيا .	3.81	1.081	76.2	6.304	.000	5	عالي
4	يسعى المصرف لكسب عملاء جدد، وبالأخص رجال الأعمال والعملاء	3.91	1.004	78.2	7.623	.000	2	عالي
5	يسعى المصرف لنشر ثقافة روح التعاون بين الموظفين والعملاء (الزبائن)	3.87	0.867	77.4	8.411	.000	4	عالي
	البعد الثالث: العنصر البشري	3.91	0.756	78.2	10.90	.000		عالي
* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$								

يتضح من الجدول رقم (8) أن جميع الإجابات عن العبارات المتعلقة ببعد العنصر البشري كانت عالية وتتراوح بين (3.81-4.13)، حيث أوضحت النتائج أنه يعمل لدى المصرف محل الدراسة موظفين متخصصين في تكنولوجيا المعلومات، كما يعمل المصرف محل الدراسة على تدريب موظفيه على استخدام تكنولوجيا المعلومات، ويسعى لكسب عملاء جدد وخاصة رجال الأعمال والعملاء، كما يسعى دائماً لنشر ثقافة روح التعاون بين الموظفين والزبائن.

جدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية للمجال الأول " تكنولوجيا المعلومات"

ت	الفقرات	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	الأجهزة والمعدات	5	4.09	0.7371	81.8	1
2	البرمجيات	5	4.04	0.789	80.8	2
3	العنصر البشري	5	3.91	0.756	78.2	3
	الدرجة الكلية: تكنولوجيا المعلومات	15	4.01	0.6791	80.2	-

يوضح الجدول (9) أن مستوى المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات وأبعاده الثلاثة كانت عالية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لمتغير تكنولوجيا المعلومات ككل (4.01) مما يعكس درجة عالية من موافقة وإجماع عينة الدراسة على ذلك كما يشير الانحراف المعياري (0.6791)، أما أبعاد تكنولوجيا المعلومات فقد تحصل بعد الأجهزة والمعدات على أعلى متوسط حسابي (4.09)، يليه بعد البرمجيات بمتوسط حسابي (4.04)، وفي المرتبة الأخيرة العنصر البشري فقد بلغ المتوسط الحسابي له (3.91).

- التساؤل الثاني: ما مستوى الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة من وجهة نظر العاملين؟

للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والقيمة الاحتمالية وقيمة اختبار (T) لعينة واحدة لمعرفة مدرجة الموافقة. والنتائج موضحة في الجدول رقم (10).

جدول (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي وقيمة اختبار (T) والدالة الإحصائية للميزة التنافسية

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة (T)	القيمة الاحتمالية	الترتيب	درجة الإجابة
1	يعمل المصرف على تطبيق مبدأ الجودة الشاملة في خدماته الالكترونية	4.13	0.797	82.6	11.845	.000	1	عالي
2	يعمل المصرف على تحسين جودة خدماته الالكترونية المستخدمة باستمرار	4.11	0.772	82.2	12.082	.000	2	عالي
3	يقدم المصرف خدمات إضافية لا يقدمها منافسوه داخل نطاق المدينة	3.87	0.850	77.4	8.578	.000	6	عالي
4	يقبل المصرف كل الملاحظات والآراء من العملاء (الزبائن) حول جودة خدماته الالكترونية المستخدمة	3.81	0.937	76.2	7.271	.000	9	عالي
5	يتميز المصرف بسهولة الاشتراك في خدماته الالكترونية المستخدمة	3.76	0.999	75.2	6.341	.000	11	عالي
6	يتميز المصرف بالمرونة في تعاملاته مع العملاء (الزبائن)	3.70	1.068	74	5.484	.000	12	عالي
7	يعطي المصرف الحرية الكاملة لموظفيه لكيفية التعامل مع العملاء (الزبائن) في النطاق المسموح به	3.84	0.792	76.8	8.905	.000	7	عالي
8	يسعى المصرف لاختصار الوقت للعمل (الزبون) من خلال اشتراكه بالخدمات الالكترونية المستخدمة .	3.97	0.978	79.4	8.314	.000	5	عالي
9	يتميز المصرف بسرعة الاستجابة للطلبات المفاجئة للعملاء (الزبائن)	3.80	0.894	76	7.483	.000	10	عالي
10	الوقت قصير عند طلب العميل (الزبون) اشتراكه في الخدمات الالكترونية المستخدمة لحين الموافقة على طلبه .	3.83	0.932	76.6	7.438	.000	8	عالي

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة (T)	القيمة الاحتمالية	الترتيب	درجة الإجابة
11	يستاء العميل عند تأخر المصرف في تقديم خدماته في الوقت المحدد.	4.00	0.851	80	9.829	.000	3	عالي
12	الخدمة الإلكترونية المستخدمة متاحة خلال 24 ساعة وعلى مدار الأسبوع من أجل اختصار الوقت للعميل (الزبون) .	3.97	0.963	79.4	8.443	.000	4	عالي
	محور: الميزة التنافسية	3.90	0.669	78	11.263	.000		عالي
* المتوسط الحسابي دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha < 0.05$								

يلاحظ من الجدول رقم (10) إن درجة إجابات فقرات محور الميزة التنافسية كانت عالية وتتراوح بين (3.70 – 4.13) ، وأشارت النتائج إلى أن المصرف محل الدراسة يعمل على تطبيق مبدأ الجودة الشاملة في خدماته الإلكترونية ويعمل على تحسينها باستمرار ، بالإضافة إلى تقديم خدمات إضافية لا يقدمها منافسوه ، كما يتميز المصرف محل الدراسة بسرعة الاستجابة للطلبات المفاجئة للعملاء ، والمرونة في تعاملاته معهم ، كما يتميز أيضا بسهولة الاشتراك في خدماته الإلكترونية المستخدمة ، وتوفيرها 24 ساعة على مدار الأسبوع من أجل اختصار وقت العميل ، كما يعطي المصرف محل الدراسة الحرية الكاملة لموظفيه لكيفية التعامل مع العملاء في النطاق المسموح به ، وبشكل عام يتضح من الجدول رقم (10) أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات هذا المحور " الميزة التنافسية" بلغ (3.90) وبوزن نسبي (78%) مما يشير إلى أن المديرين بالمصرف محل الدراسة يوافقون على توفر الميزة التنافسية بدرجة عالية.

–التساؤل الثالث: هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة من وجهة الإداريين؟ للإجابة على هذا السؤال تم اختيار فرضيات الدراسة عن طريق إيجاد مصفوفة معاملات الارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) للتعرف على طبيعة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة من وجهة نظر العاملين، والنتائج موضحة كالتالي:

- **الفرض الرئيسي:** ينص الفرض الرئيسي على أنه " لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ بين تكنولوجيا المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة من وجهة نظر الإداريين، وكانت نتائجها على النحو التالي:

جدول (11) مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون لدراسة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة من وجهة نظر الإداريين

تكنولوجيا المعلومات	الميزة التنافسية	العدد	معامل الارتباط	الدالة الإحصائية
تكنولوجيا المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية		70	0.771	0.000
الأجهزة والمعدات وتحقيق الميزة التنافسية		70	0.645	0.000
البرمجيات وتحقيق الميزة التنافسية		70	0.643	0.000
العنصر البشري وتحقيق الميزة التنافسية		70	0.778	0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

يبين الجدول رقم (11) من مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون أن معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية قد بلغ (0.771)، وأن قيمة الدلالة الإحصائية (sig) تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ وهذا يدل على وجود علاقة قوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة من وجهة نظر المديرين ، ويعني هذا انه كلما ارتفع مستوى تطبيق تكنولوجيا المعلومات أدى إلى ارتفاع مستوى الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة، كما تبين أن العنصر البشري سجل أعلى معامل ارتباط مع تحقيق الميزة التنافسية (0.778) مقارنة بباقي الأبعاد ، هذا يؤكد دور العنصر البشري المحوري في استثمار نظم وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات بكفاءة وفعالية وتحويلها الى مصدر حقيقي للميزة تنافسية في المصرف محل الدراسة ، وأن توفر البنية التحتية للتكنولوجيا وحده غير كاف لتحقيق الميزة التنافسية ما لم يتم دعمها بالعنصر البشري المؤهل .

وتم اختبار الفرضيات الفرعية على النحو التالي:

- الفرضية الفرعية الأولى: التي تنص على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الأجهزة والمعدات وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة. من خلال الجدول رقم (11) يلاحظ أن معامل الارتباط قد بلغ (0.645) وقيمة الدلالة الإحصائية (0.000) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ أي أنه توجد علاقة قوية موجبة وذات دلالة إحصائية بين الأجهزة والمعدات وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة من وجهة نظر المديرين، وهذا يدل على أنه كلما ارتفع مستوى توفر الأجهزة والمعدات أدى ذلك إلى ارتفاع مستوى الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة.
- الفرضية الفرعية الثانية: التي تنص على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين البرمجيات وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة. من خلال الجدول رقم (11) يلاحظ أن معامل الارتباط قد بلغ (0.643) وقيمة الدلالة الإحصائية (0.000) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ أي أنه توجد علاقة قوية موجبة وذات دلالة

إحصائية بين البرمجيات وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة من وجهة نظر المديرين، وهذا يدل على أنه كلما ارتفع مستوى توفر البرمجيات أدى ذلك إلى ارتفاع مستوى الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة.

• **الفرضية الفرعية الثالثة:** التي تنص على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة

$\alpha \leq 0.05$ بين العنصر البشري وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة.

من خلال الجدول رقم (11) يلاحظ أن معامل الارتباط قد بلغ (0.778) وقيمة الدلالة الإحصائية (0.000) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ أي أنه توجد علاقة قوية موجبة وذات دلالة إحصائية بين العنصر البشري وتحقيق الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة من وجهة نظر المديرين، وهذا يدل على أنه كلما ارتفع مستوى توافر العنصر البشري أدى ذلك إلى ارتفاع مستوى الميزة التنافسية بالمصرف محل الدراسة.

المحور الرابع: النتائج والتوصيات

1.4 نتائج الدراسة ومناقشتها :

من خلال التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة التي تم جمعها باستخدام أداة الدراسة توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

أ- أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى تطبيق تكنولوجيا المعلومات بأبعاده الثلاثة (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، العنصر البشري)، كان عاليا في المصرف محل الدراسة حيث بلغ المتوسط الحسابي له (4.01)، ويعزى ذلك لامتلاك المصرف بنية تكنولوجية متقدمة ، كما يعكس اهتمام الإدارة بتوفير الأجهزة والبرمجيات الحديثة ، إلى جانب مهارات العنصر البشري الذي يسهم في رفع جودة الخدمات المصرفية.

ب- بينت النتائج أن المستوى العام للميزة التنافسية في المصرف محل الدراسة كان عاليا بمتوسط حسابي قدره (3.90)، وهذا قد يدل على قدرة المصرف على تقديم خدمات مصرفية تتميز بالسرعة والمرونة والجودة وتلبي حاجات العملاء مما يزيد من قدرته التنافسية.

ج- أشارت النتائج انه توجد علاقة موجبة قوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين تكنولوجيا المعلومات بأبعادها الثلاثة (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، العنصر البشري) وتحقيق الميزة التنافسية في المصرف محل الدراسة من وجهة نظر المديرين، مما يدل على أن الاستثمار والاهتمام باستخدام تكنولوجيا المعلومات وخاصة العنصر البشري ، يسهم في تعزيز الميزة التنافسية من وجهة نظر المديرين.

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة الفيتوري (2025) ودراسة أحمد ، وكسارة (2024) في وجود علاقة قوية وإيجابية بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية ، في حين إن الاختلاف تمثل في ترتيب الأبعاد ، إذ جاء بعد الشبكات في المرتبة الأولى في دراسة الفيتوري ، بينما كشفت الدراسة الحالية تفوق العنصر البشري على بقية الأبعاد في تحقيق الميزة التنافسية ، ويعزى هذا الاختلاف من وجهة نظر الباحثان لتباين بيئة الدراسة بين شركة اتصالات تعتمد على الشبكات ، ومنظمة مصرفية يركز تفوقها التنافسي على كفاءة العنصر البشري ، أما المورد البشري جاء ثالثاً في ترتيب الأبعاد في دراسة (أحمد وكسارة) ، كما تتوافق نتائج هذه الدراسة مع عدد من الدراسات الأخرى التي تناولت تكنولوجيا المعلومات في علاقتها بمتغيرات تنظيمية أخرى مثل الأداء الاستراتيجي ، وإدارة المعرفة ، وتعزيز الجينات التنظيمية ، والتي أكدت بدورها على وجود علاقات ارتباط وتأيير معنوية مما يعزز من مصداقية النتائج.

2.4 التوصيات:

- أ- التوسع في استخدام الأجهزة والبرمجيات المتطورة في مجال تكنولوجيا المعلومات لمواكبة التطورات التقنية والمتغيرات المتعلقة بتحسين مستوى الأداء في المصرف محل الدراسة.
- ب- تشجيع مديرو المصارف العاملين على العمل الجماعي والاهتمام بالعملاء ، وتقديم أفضل الخدمات المصرفية لكسب رضائهم وولائهم.
- ج- يوصي المصرف محل الدراسة العمل على تحديث البنية التحتية التكنولوجية باستمرار بما يواكب التطورات التقنية.
- د- من المناسب التركيز على تأهيل وتدريب الموظفين على استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة بفاعلية لتقديم خدمات أفضل.
- هـ- يقترح العمل على زيادة لعمل على زيادة توفير أدوات رقمية لتلبية احتياجات ورغبات العملاء تتسم بالمرونة والسرعة.
- و- على المصرف محل الدراسة العمل على تطوير أنظمة اتصالات مؤمنة وموثوقة لضمان سرية بيانات العملاء وسلامة المعاملات.
- ز- توعية الموظفين بالمصرف محل الدراسة بأهمية تكنولوجيا المعلومات، وذلك بهدف إكساب المصرف ميزة تنافسية.
- ح - الاستفادة أكثر من تطبيقات تكنولوجيا المعلومات وتبني استراتيجيات واضحة في أعداد وبناء وتطبيق مثل هذه النظم.

ط - من الملائم اقتناع المصرف محل الدراسة بضرورة خلق ميزة تنافسية في ظل بيئة تنافسية عالية.
ي - إجراء دراسات مستقبلية مثل أثر التحول الرقمي على تحقيق الميزة التنافسية في المصارف الليبية ،
دراسة دور الأمن السيبراني في تعزيز الثقة المصرفية والميزة التنافسية ، دراسة مقارنة بين مصرف الوحدة
ومصارف أخرى في مستوى توظيف تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الميزة التنافسية .

المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. أحمد، هديل صادق، وكسارة، وفاء أيوب (2024): تأثير تكنولوجيا المعلومات في تعزيز الميزة التنافسية، دراسة استطلاعية في بعض المصارف الأهلية، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد (49)، العدد (143)، ص ص 99 - 109 .
2. الجهاني، حسن، وعلي، أمين (2020)، دور تكنولوجيا المعلومات في منظمات الدولة الليبية، المجلة الدولية للعلوم الإدارية والموارد البشرية، المجلد 4، العدد 1، ص ص 30-36.
3. السلمي ، علي(2001) ،"إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية "، دار غريب للنشر والطباعة ، القاهرة .
4. بداع، راضية، (2017)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء الوظيفي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حالة مؤسسة رغوة الجنوب، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
5. جمعة، محمود حسن (2018)، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير الأداء الاستراتيجي، دراسة تطبيقية في وزارة الإعمار والإسكان والأشغال العامة بالعراق، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد (6)، العدد (11)، ص ص 39-63 .
6. الخالد، ياسر، والكميم، جمال (2023)، تأثير تكنولوجيا المعلومات على تعزيز الجينات التنظيمية في قطاع الاتصالات اليمنية، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، مجلد (5)، العدد (1) ص ص 565-598 .
7. الصغير، مفتاح عبد السلام وآخرون (2020)، رأس المال الفكري ودوره في تعزيز الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية على الشركة الأهلية للإسمنت بالدولة الليبية، المجلة العلمية لكلية الاقتصاد والتجارة القره بوللي، المجلد (1) العدد (2)، ص ص 42-172.
8. عبد الوهاب، حيفان (2014)، دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات، عمان: دار الأيام للتوزيع والنشر، ط2.
9. عبد الله، قرباجي، وعمير، جلال (2025)، تكنولوجيا الخدمات المصرفية والميزة التنافسية، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد (9)، العدد (1) ص ص 440 - 455 .
10. العرود، شاهر، وشكر، طلال (2009)، جودة تكنولوجيا المعلومات وأثرها في كفاءة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية والخدمية المساهمة العامة الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 5 العدد (4)، ص ص 475-496.

11. عطا الله، بهجت (2017)، دور رأس المال الفكري في تحقيق التنافسية للصناعة المالية الإسلامية، دراسة حالة النوك الإسلامية في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
12. الفيتوري، نصرية (2025)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصال الليبية، شركة المدار الجديد نموذجاً، مجلة جامعة درنة للعلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد (3)، العدد (5)، ص ص 610-641.
13. القرشي، أحمد حافظ (2025)، دراسة تأثير تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في عملية إدارة المعرفة في المؤسسات التعليمية القائمة على المعرفة، مجلة لارك - جامعة واسط، مجلد (17)، عدد (4)، ص ص 934-955.
14. قشقش، خالد، وأحمد، عبد الحميد (2014)، إدارة رأس المال الفكري وعلاقته في تعزيز الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة.
15. مروان، نجيب محمد (2011)، "دور المزيج التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية"، دار الكتب القانونية للنشر، القاهرة.
16. مفتاح، حورية (2024)، دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف التجارية، مجلة صرمان للعلوم والتقنية المجلد، (6)، العدد (خاص)، ص ص 168-183.
17. نورية، بن جديد وسهام، دليمي (2018)، دور تكنولوجيا المعلومات في خلق الميزة التنافسية، دراسة حالة مؤسسات اتصالات الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، (اوريدو - جازي - موبيليس)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلو التسيير، جامعة الدكتور طاهر مولاي سعيدة.
18. هرون، عمران شعبان الهادي، وبن سليمان، خالد عمر معتوق (2024)، الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة شروس، العدد (1)، المجلد (5)، ص ص 1-35.
19. الهواسي، محمود، والرزنجي، حيدر شاكر، (2017)، "تكنولوجيا وأنظمة المعلومات في المنظمات المعاصرة"، السيسبان للطباعة والنشر والتوزيع، بغداد، العراق، ط 2.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. AL – Hamli , I.A.A & AL- Mrhadi, S.G (2024) Information technology and its impact strategic performance in Yemeni telecommunications companies, on **Journal Problems and Perspectives Management**, 22(4),704-71.
- 2..AL Afaishat T., AL Maadhede , M , and Yamin , I, (2024) The impact of adopting the digital strategy on the competitive advantage: moderating role of employee satisfaction in the Jordanian banking, Sector, **Journal Problems and Perspectives in Management** ,22(1) ,193-204.
3. Elliott, G, (2004) "**Global Business Information Technology- An Integrated Systems Approach** " Pearson Addison Wesley .
4. Handayani Y., Hp A., & Rizqi P, (2022) ,Customer satisfaction analysis of e banking users: a field study of conventional bank in jember city, Abm International **Journal of Administration Business and Management** , 4(2),31-42 .
5. Parker, C. & Case, T. (1993) “**Management Information Systems- Strategy & Action**” Mc Graw- Hill.

تضارب المصالح : لا يوجد تضارب في المصالح مرتبط بهذا البحث .
مساهمات المؤلفين :

يجب تحديد أدوار جميع المؤلفين بوضوح، وفقاً لمعيار CRediT (Contributor Roles Taxonomy) المعتمد دولياً، والذي يبين دور كل مؤلف في مراحل البحث المختلفة. مثال توضيحي:

- المفهوم والمنهجية: المؤلفان (يونس ومبروكه)
- تحليل البيانات وإدارتها: المؤلف (يونس)
- الكتابة الأولية للمسودة: المؤلف (يونس ومبروكه)
- المراجعة والتحرير النهائي: المؤلفون (مبروكه)

ويُقرّ جميع المؤلفين بأنهم شاركوا بفعالية في إعداد البحث، وراجعوا النسخة النهائية، ووافقوا على نشرها.

أقر أنا مبروكه عبد السيد أحمد راشد بمشاركتي في إعداد هذا البحث ومراجعته.

أقر أنا يونس عبد الحميد صالح بمشاركتي في إعداد هذا البحث ومراجعته.

التمويل : التمويل ذاتي ولم نتلق أي تمويل من مؤسسات عامة أو تجارية أو غير ربحية لتنفيذ هذا البحث.