

# أثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف اليمنية

زايد علي عبد الخالق المنزوع

قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة حلب، سوريا

## الملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف اليمنية العاملة في أمانة العاصمة، واستخدمت الدراسة استبانته تم توزيعها على مديري (تكنولوجيا المعلومات، والعمليات، والمالية، والموارد البشرية، والبحث والتطوير، والائتمان) في المصارف عينة الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام شبكات الاتصال كان أفضل بعد من أبعاد تكنولوجيا المعلومات التي استخدمت في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف عينة الدراسة، ودلت النتائج أن إستراتيجية التميز أفضل إستراتيجية من إستراتيجيات الميزة التنافسية والتي يمكن استخدامها في البيئة المصرفية اليمنية، وبينت نتائج اختبار الفرضيات وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجيات الميزة التنافسية عند مستوى دلالة  $(\alpha \geq 0.05)$ . وأوصت الدراسة بتوفير الأجهزة والبرمجيات وتطويرها باستمرار، والعمل على تخفيض كلفة تقديم الخدمات المصرفية من خلال استخدام قنوات توزيع سريعة ومتطورة بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات. **الكلمات المفتاحية:** تكنولوجيا المعلومات، الميزة التنافسية، المصارف اليمنية.

## المقدمة:

المنطقة بالقطاع المالي والمصرفي حيث ينتظر منه أن يقوم بدور محوري لمواكبة هذه التغيرات وبرز استخدام تكنولوجيا المعلومات من أتمتة العمليات المصرفية التي أدخلت تغييراً كبيراً على إجراءات العمل الأساسية، التي قد تكسبه ميزة تنافسية في السوق.

## مشكلة الدراسة:

شهد القطاع المصرفي في الجمهورية اليمنية تطوراً سريعاً، حيث واكب هذا التطور استخدام تكنولوجيا المعلومات في النشاط المصرفي، فقد سعت المصارف اليمنية إلى اقتناء التكنولوجيا الحديثة واستخدام الانترنت في العمل المصرفي، مما أدى إلى احتدام المنافسة بين المصارف اليمنية في الداخل والخارج، وعليه فإن مشكلة الدراسة تحددت بحدة المنافسة بين المصارف اليمنية مع بعضها من جهة، والمنافسة مع المصارف الأجنبية الداخلة إلى السوق المصرفية اليمنية من جهة أخرى بسبب سعي هذه المصارف إلى تبني تكنولوجيا المعلومات لتحقيق ميزة تنافسية على غيرها في السوق.

يشهد العالم منذ نهاية القرن العشرين وبدايات القرن الحالي تغيرات واسعة النطاق، وذلك نتيجة التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات والتي انعكست على جميع نواحي الحياة وقطاعاتها المختلفة بما فيها قطاع المصارف التي أصبحت تعمل بيئة أكثر تنافسية (الشمري والعبادات، 2008)<sup>(1)</sup>. ونتيجة للتطورات السريعة في المؤسسات أصبح لا يوجد مكان لما يسمى بالطريقة التقليدية في العمل، مثل الورق كوسيلة لحفظ البيانات واستخدام غرف كبيرة لحفظها، وذلك يرجع لما يواجهه العالم من تطور تكنولوجي كبير جداً في شتى المجالات (إسماعيل والبشتاوي، 2010)<sup>(2)</sup>. ونظراً لفرص الاستثمار وقانون الاستثمار الخاص بالجمهورية اليمنية والذي يعد من أفضل القوانين لجذب الاستثمارات العالمية، تخطو اليمن بخطى واثقة لمواكبة التوجهات التكنولوجية الحديثة، وبتزايد حجم المسؤوليات

وبذلك تبرز مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الآتي:

**ما هو أثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف اليمنية؟**

#### **أهداف الدراسة:**

هدفت الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على أثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف اليمنية، كما تسعى إلى التعرف على ما يأتي:

1. أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية قيادة الكلفة في المصارف اليمنية.
2. أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التميز في المصارف اليمنية.
3. أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التركيز في المصارف اليمنية.

#### **أهمية الدراسة:**

تنبع أهمية الدراسة كونها تسلط الضوء على تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف اليمنية، ومدى استفادة هذه المصارف من تكنولوجيا المعلومات في تطوير الميزة التنافسية. كما وتنبع أهميتها للندرة الواضحة في الدراسات المهتمة بتقييم دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف اليمنية.

#### **الدراسات السابقة:**

##### **أ- الدراسات العربية:**

قام (إسماعيل والبشتاوي، 2010)<sup>(2)</sup> بدراسة هدفت إلى بيان أثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق استراتيجيات الميزة التنافسية، وشمل مجتمع الدراسة جميع مديري شركات صناعة الدواء الأردنية المنتجة للأدوية البشرية، والبالغ عددها (14) شركة.

وخلصت الدراسة إلى أن استخدام الشبكات كانت أفضل محور من محاور تكنولوجيا المعلومات التي استخدمت في

تحقيق استراتيجيات الميزة التنافسية، ويأتي في المرتبة الثانية استخدام قواعد البيانات يليها استخدام الأجهزة ثم البرمجيات، وكما دلت نتائج الاختبار على إن إستراتيجية قيادة التكلفة كانت أفضل إستراتيجية من استراتيجيات الميزة التنافسية، يليها التمايز ثم التركيز، وأشارت نتائج اختبار الفرضيات إلى وجود اثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق استراتيجيات الميزة التنافسية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ).

وهدف **دراسة (قدور وياسين، 2006)**<sup>(3)</sup> إلى تقديم نموذج مقترح لدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاستخدام الأمثل للموارد في المنشأة الصناعية وكيفية تفعيل هذا التأثير بما يحقق الاستخدام الأمثل للموارد من خلال معرفة طبيعة المنشأة، وعلاقة ذلك مع ما تحصل عليه من عائد.

كما تحاول الدراسة تحليل بعض النماذج المعروفة والتي تحاول تقويم تكنولوجيا المعلومات في المنشأة الصناعية الحديثة، وبصورة خاصة دورها في تحقيق الميزة التنافسية للمنشأة، وتم استخدام استبانة كمصدر لجمع البيانات الأولية.

وأبرزت نتائج الدراسة أن ما يحصل عليه المنتج من خفض التكلفة التسويقية نتيجة لتغير تكنولوجيا المعلومات.

**وأجرى (الحاج، 2005)**<sup>(4)</sup> دراسة هدفت إلى تحديد آثار تكنولوجيا المعلومات في أنشطة البنوك الفلسطينية ومدى مساهمتها في تطوير الهياكل التنظيمية لهذه البنوك، يتألف مجتمع الدراسة من جميع البنوك التجارية الفلسطينية والبالغة 13 مصرفاً العاملة خلال الفترة التي تغطيها الدراسة (2005)، وقد تم اختيار عينة عشوائية قوامها (94) مفردة، من العاملين في مختلف المستويات الإدارية في هذه البنوك.

وخلصت الدراسة إلى أن الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تستثمر في تكنولوجيا المعلومات يمكنها أن تحقق ميزة تنافسية في الأسواق الدولية من خلال إتباع إحدى هذه الاستراتيجيات أو أكثر وهي الابتكار والنمو وخفض التكاليف والتحالف والتمايز.

ونتيجة لذلك، الشركات الصغيرة التي تستثمر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتوسيع تطبيقات نظم المعلومات لدعم إستراتيجية أعمالها وتحقيق ميزة تنافسية فريدة في أسواقها.

أجرى (Chen & Tsou, 2007)<sup>(7)</sup> دراسة هدفت إلى توسيع الفهم حول الإبداع في تقديم الخدمة كمقدرة تنظيمية في غاية الأهمية من خلال تبني تكنولوجيا المعلومات التي تؤثر على تحقيق الميزة التنافسية، ضمن سياق الشركات المالية، وتوضح الدراسة كيف تستطيع الشركات تحسين تطبيقات الإبداع على الخدمات من خلال تبني تكنولوجيا المعلومات، وكيف تؤثر على تحقيق الميزة التنافسية في الشركات.

### ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة متغيرات الدراسة الحالية المتعلقة بالمتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) من خلال ثلاثة أبعاد لتكنولوجيا المعلومات فقط أما هذه الدراسة فقد تناولت خمسة أبعاد لتكنولوجيا المعلومات وهذه الأبعاد هي (الأجهزة، البرمجيات، شبكات الاتصال، الموارد البشرية، قواعد البيانات)، وأثر هذه الأبعاد في تحقيق الميزة التنافسية وهو ما يختلف عن الدراسات السابقة كدراسة (محمود والبشتاوي، 2010) و(الصباغ، 2001) و(Chen & Tsou, 2007) وكذلك تُعدّ الدراسة الأولى التي تقوم بدراسة أثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف اليمنية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج كان أهمها إن استخدام تكنولوجيا المعلومات أصبح ضرورة لا بد منها لنجاح المؤسسات وخاصة في الصناعة البنكية، تساعد تكنولوجيا المعلومات البنوك على استغلالها مواردها بشكل أفضل وتساعد الإدارات الوسطى والتنفيذية على تنفيذ المهام الموكلة إليهم، وتخفيض تكاليف إنتاج الخدمات المصرفية. وفي ضوء النتائج السابقة يوصي الباحث بضرورة التزام البنوك باستخدام تكنولوجيا المعلومات في مختلف أنشطتها المصرفية بهدف تعزيز قدرتها التنافسية.

وجاءت دراسة (الصباغ، 2001)<sup>(5)</sup> بهدف الإجابة عن مجموعة من الأسئلة وهي: هل تؤثر تكنولوجيا المعلومات على تحقيق الميزة التنافسية في القطاع المصرفي الأردني؟ إلى أي مدى كان القطاع المصرفي في الأردن ناجحاً في استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق ميزة تنافسية؟ وما هي تكنولوجيا المعلومات التي يستخدمها الجهاز المصرفي الأردني؟

وقد توصلت الدراسة إلى أن القطاع المصرفي هو قطاع متطور، ويقدم معظم الخدمات التي تقدمها معظم المصارف الغربية المتطورة، كما إن هناك فجوة سالبة بين توقعات الزبائن والخدمة المدركة فعلياً، وكانت أكبر فجوة في بعد تكنولوجيا، ثم البعد المالي ثم جودة الخدمة، وأخيراً كان لبعد تكنولوجيا المعلومات أكبر تأثير على تحقيق ميزة تنافسية، ثم جودة الخدمة فالبعد المالي على التوالي.

### ب- الدراسات الأجنبية:

دراسة (Daneshvar et. al, 2010)<sup>(6)</sup> هدفت إلى بيان تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاستراتيجيات التنافسية، وأهمية موامة تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات واستراتيجيات الأعمال التجارية في المنظمات بوصفها قضية أساسية للمديرين على صياغة الأعمال التنظيمية.

**فرضيات الدراسة:**

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$ .
2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التمايز عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$ .
3. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التركيز عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$ .

**منهجية الدراسة:****1. مجتمع وعينة الدراسة:**

يتمثل مجتمع الدراسة جميع مديري المصارف اليمنية العاملة في أمانة العاصمة والبالغ عددها (18) مصرف، وتم اختيار (9) مصارف لتمثل عينة الدراسة والتي تمثل 50% من مجتمع الدراسة، وتم توزيع الاستبيان على المديرين التنفيذيين ومديري تكنولوجيا المعلومات، ومدراء العمليات، والموارد البشرية، والمالية والبحث والتطوير، وإدارة الائتمان، وتم توزيع الاستبيان على عينة الدراسة والبالغ عددهم (54) مديراً، وتم استرجاع (46) استبانة، وبذلك تكون عينة الدراسة مكونة من (46) مديراً.

**جدول (1)****المصارف اليمنية مجتمع الدراسة**

م	المصرف	م	المصرف	م	المصرف
1	البنك اليمني للإئشاء والتعمير	7	البنك العربي	13	البنك الإسلامي اليمني
2	البنك الأهلي اليمني	8	بنك اليمن والكويت	14	بنك التضام الإسلامي الدولي
3	بنك التسليف التعاوني والزراعي	9	بنك اليمن الدولي	15	بنك اليمن والبحرين الشامل
4	بنك كاليون	10	بنك اليمن والخليج	16	بنك سباء الإسلامي
5	يوناييتد بنك ليمتد	11	بنك قطر الوطني	17	بنك الأمل
6	البنك التجاري	12	مصرف الرافدين	18	الكريمي للتمويل الأصغر

المصدر: إدارة الرقابة على البنوك في البنك المركزي اليمني بتاريخ 2010-12-31م.

**2. أداة الدراسة:**

تم تصميم استبانته مؤلفة من جزأين: تناول الجزء الأول مجموعة من الأسئلة بلغت (22) سؤالاً تدور حول تكنولوجيا المعلومات وشملت (الأجهزة، البرمجيات، شبكات الاتصال، قواعد البيانات، الموارد البشرية)، أما الجزء الثاني فقد تالف من (16) سؤالاً صممت لقياس الميزة التنافسية وشملت (إستراتيجية قيادة التكلفة، إستراتيجية التميز، إستراتيجية التركيز) وقد تم إفراغها ضمن مقياس (ليكرت) الخماسي.

**3. صدق أداة الدراسة:**

تم عرض أداة الدراسة (الاستبانة) على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإدارة، وقد تم تعديل بعض فقرات الاستبانة وحذف فقرات أخرى بناء على ملاحظاتهم.

**4. ثبات أداة الدراسة:**

جرى حساب ثبات الأداة باستخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا لقياس ثبات العينة التي تضم (46) مديراً، وكانت نتائج القياس عالية (تراوحت بين 71-85 لجميع محاور الاستبانة)، وهذا يؤكد ثبات هذه الأداة.

**5. أسلوب جمع البيانات:**

اعتمد الباحث في جمع بياناته الأولية على أسلوب الاستبيان والتي ساهمت في بناء إطار عملي للدراسة، فضلاً عن البيانات الثانوية والمتمثلة بالكتب والأبحاث والمنشورات والتي ساهمت أيضاً في إعداد الجانب النظري للدراسة.

**أولاً. الجانب النظري:****1. تكنولوجيا المعلومات:**

عرفها (O'Brein, 1999)<sup>(8)</sup>: بأنها المكونات المادية والبرمجيات ووسائل الاتصال والشبكات وإدارة قواعد البيانات وتقنيات معالجة المعلومات الأخرى المستخدمة في أنظمة المعلومات المعتمدة على الحاسوب.

السلعة أو الخدمة المقدمة، ومن جانب آخر تلمسها المنظمات وتمثل بالعوائد التي تكسبها كزيادة حصتها السوقية.

تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم الميزة التنافسية حيث يشير (Porter,1985) أن الميزة التنافسية: تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، وبمعنى آخر إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع<sup>(14)</sup>.

وعرف (Kotler, 2000)<sup>(15)</sup>: الميزة التنافسية: بأنها مقدرة المنظمة على أداء أعمالها بالشكل الذي يصعب على منافسيها تقليده.

### 3. الاستراتيجيات التنافسية:

فقد قدم بورتر ثلاث استراتيجيات تنافسية بحيث تتمكن المنظمة من اختيار أي منها بحسب ظروف المنافسة التي تواجهها، وتعد مزايا تنافسية تتفوق من خلالها المنظمة على منافسيها وهي (بوخمخ ومصباح، 2010)<sup>(16)</sup>:

1. **إستراتيجية قيادة التكلفة:** تهدف هذه الإستراتيجية إلى تحقيق أقل تكلفة بالمقارنة مع المنافسين مع تحسين الكفاءة شريطة توفر السوق على مستهلكين واعين بالسعر، وتكون أكثر نجاحاً في اقتصاديات الحجم.

2. **إستراتيجية التميز أو الاختلاف:** فيها تحاول المؤسسة تقديم منتجات مميزة ومختلفة عن المنافسين بتقديم تشكيلات مختلفة للمنتج أو الخدمة، وتنجح في ذلك كلما تمتعت بالمهارة والكفاءة والتي تحول دون محاكاة المنافسين لخدماتها أو منتجاتها وكذلك استراتيجياتها.

3. **إستراتيجية التركيز أو التخصص:** تهدف المؤسسة إلى بناء ميزة تنافسية والوصول إلى موقع أفضل في السوق بإشباع حاجات خاصة لفئة من المستهلكين، أو بالتركيز على سوق جغرافي محدود.

وعرف (Turban et al.,2009)<sup>(9)</sup>: تكنولوجيا المعلومات بأنها "نظام مكون من مجموعة من الموارد المترابطة والمتفاعلة تشتمل على الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات والشبكات والاتصالات التي تستخدم نظم المعلومات المعتمدة على الحاسوب. ويتفرع عن تكنولوجيا المعلومات أربعة متغيرات فرعية هي:

1. **الأجهزة:** وتشمل المعدات المستخدمة لإدخال المعلومات وتخزينها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها وبثها للمستفيدين، كما أنها تتضمن الحاسوب وما يرتبط به من الأجهزة (اللامبي والبياتي، 2010)<sup>(10)</sup>.

2. **البرمجيات:** هي التعليمات والأوامر التي تعمل على توجيه المكونات المادية للحاسوب للعمل بطريقة معينة بغرض الحصول على نتائج محددة (قنجلجي والسامرائي، 2002)<sup>(11)</sup>.

3. **المورد البشرية:** وهو العنصر المهم في تكنولوجيا المعلومات، والذي يضم شريحة متخصصة من الأفراد الذين يتم إعدادها وتأهيلها وتدريبها بشكل يمكنها من أداء عملها بالشكل الصحيح (العاني وجواد، 2008)<sup>(12)</sup>.

4. **شبكات الاتصالات:** وهي مجموعة حواسيب مرتبطة مع بعضها عن طريق مسارات الإرسال، وهذه المسارات عادة ما تأخذ شكل خطوط الهاتف أو البث اللاسلكي والأشعة تحت الحمراء وموجات الراديو والأقمار الصناعية لخدمة غرض واحد هو تبادل البيانات بين أجهزة الكمبيوتر أو المحطات (Shim & Siegel, 2005)<sup>(13)</sup>.

5. **قواعد البيانات:** هي نظام يتم فيه تنظيم البيانات بطريقة معينة بحيث يمكن استرجاع هذه المعلومات بشكل دقيق وفي الوقت المناسب (Shim & Siegel, 2005)<sup>(13)</sup>.

### 2. الميزة التنافسية:

تعتمد الميزة التنافسية على الكيفية التي تستطيع المنظمات بها خلق قيمة اقتصادية أكبر مقارنة بالمنافسين، هذه القيمة التي يجب أن يلمسها العملاء والتي تنعكس على نوعية

## ثانياً - الدراسة الميدانية:

## 1. عرض البيانات وتحليلها:

فيما يلي عرض وتحليل للبيانات التي تم جمعها من خلال توزيع الاستبانات على أفراد العينة.

## جدول (2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد تكنولوجيا المعلومات

م	البعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الرتبة
1	الأجهزة	3,71	0,67	مرتفعة	4
2	البرمجيات	3,95	0,56	متوسطة	5
3	شبكات الاتصال	4	0,80	مرتفعة	1
4	قواعد البيانات	3,96	0,78	مرتفعة	2
5	الموارد البشرية	3,91	0,74	مرتفعة	3
	الوسط العام	3,91	0,71	مرتفعة	

يبين الجدول رقم (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد تكنولوجيا المعلومات حيث يبين أن أفضل محور أو بُعد من أبعاد تكنولوجيا المعلومات في المصارف اليمنية هو بُعد شبكات الاتصال، يليه بُعد قواعد البيانات ثم بُعد الموارد البشرية ثم بُعد الأجهزة ثم بُعد البرمجيات على التوالي، وبأخذ المتوسط العام للمتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات الذي يبينه الجدول رقم (2) نجد أنه جاء ضمن الموافقة المرتفعة وبوسط حسابي (3.91) وانحراف معياري (0.71) وهذا يدل على أن المصارف اليمنية بدأت تتجه نحو الصيرفة الالكترونية، إيماناً منها بأن تكنولوجيا المعلومات هي السبيل الوحيد لنمو المصرف وتحقيقه لميزة تنافسية في السوق.

## جدول (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستراتيجيات الميزة التنافسية

م	البعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	إستراتيجية قيادة التكلفة	3,70	0,74	مرتفعة
2	إستراتيجية التميز	3,80	0,78	مرتفعة
3	إستراتيجية التركيز	3,50	0,65	متوسطة
	الوسط العام	3,67	0,72	مرتفعة

يبين الجدول رقم (3) ومن خلال المتوسطات الحسابية لفقرات استراتيجيات الميزة التنافسية تبين أن أفضل إستراتيجية من استراتيجيات الميزة التنافسية والتي يمكن استخدامها في البيئة المصرفية اليمنية هي إستراتيجية التميز تليها إستراتيجية قيادة التكلفة وإستراتيجية التركيز على التوالي، وبأخذ المتوسط العام للمتغير التابع تحقيق الميزة التنافسية الذي يبينه الجدول رقم (3) نجد أنه جاء ضمن الموافقة المرتفعة وبوسط حسابي (3.67) وانحراف معياري (0.72) وهذا يدل على فناعة الإدارة في المصارف اليمنية لأهمية امتلاك ميزة التنافسية ولأهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

## 2. اختبار الفرضيات:

**الفرضية الأولى:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة عند مستوى دلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).

للتحقق من صحة الفرضية الأولى تم استخدام تحليل

الانحدار البسيط كما هو موضح في الجدول رقم (4).

## جدول (4)

تحليل الانحدار البسيط لأثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة

المتغير المستقل	معامل الارتباط R	التباين R <sup>2</sup>	قيمة F	دلالة الإحصائية F	Beta	قيمة T	دلالة الإحصائية T
تكنولوجيا المعلومات	0.341	0.132	6.12	00.0	341.0	2.55	0.00

المعلومات في تحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة، وبذلك يتم رفض الفرضية القائلة لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة عند مستوى دلالة ( $\alpha \geq 0.05$ )، وقبول الفرضية البديلة القائلة (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات

يتبين من الجدول رقم (4) أن التباين المفسر بلغ (0.132) أي أن استخدام تكنولوجيا المعلومات فسرت ما قيمته 13,2% من إستراتيجية قيادة التكلفة، وبلغت قيمة T (2.55) وبدلالة إحصائية (0.00) وهي أقل من مستوى قبول الفرضية (0.05)، مما يشير إلى وجود أثر لتكنولوجيا

في تحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$  . المعلومات في تحقيق إستراتيجية التميز عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$  .

الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا التحقق من صحة الفرضية الأولى تم استخدام تحليل الانحدار البسيط كما هو موضح في الجدول رقم (5).

جدول (5)  
تحليل الانحدار البسيط لأثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التميز

المتغير المستقل	معامل الارتباط R	التباين R <sup>2</sup>	قيمة F	دلالة F الإحصائية	Beta	قيمة T	دلالة T الإحصائية
تكنولوجيا المعلومات	0.421	0.353	16.81	0.01	0.421	4.223	0.01

يتبين من الجدول رقم (5) أن التباين المفسر بلغ  $(0.353)$  أي أن استخدام تكنولوجيا المعلومات فسرت ما قيمته  $35,3\%$  من إستراتيجية التميز، وبلغت قيمة  $T(4,223)$  وبدلالة إحصائية  $(0.01)$  وهي أقل من مستوى قبول الفرضية  $(0.05)$ ، مما يشير إلى وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التميز، وبذلك يتم رفض الفرضية القائلة لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التميز عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$  .

يتبين من الجدول رقم (6) أن التباين المفسر بلغ  $(0.123)$  أي أن استخدام تكنولوجيا المعلومات فسرت ما قيمته  $12,3\%$  من إستراتيجية التركيز، وبلغت قيمة  $T(3,087)$  وبدلالة إحصائية  $(0.01)$  وهي أقل من مستوى قبول الفرضية  $(0.05)$ ، مما يشير إلى وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التركيز، وبذلك يتم رفض الفرضية القائلة لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التركيز عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$  .

جدول (6)  
تحليل الانحدار البسيط لأثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التركيز

المتغير المستقل	معامل الارتباط R	التباين R <sup>2</sup>	قيمة F	دلالة F الإحصائية	Beta	قيمة T	دلالة T الإحصائية
تكنولوجيا المعلومات	0.297	0.123	8.752	0.01	0.297	3.087	0.01

### 3- الاستنتاجات:

يمكن تلخيص أهم ما توصلت إليه الدراسة على النحو الآتي:

1. بدأت المصارف اليمنية تتجه نحو الصيرفة الالكترونية، إيماناً منها بأن تكنولوجيا المعلومات هي السبيل الوحيد لنمو المصرف وتحقيقه لميزة تنافسية في السوق.
2. إن أفضل بُعد من أبعاد تكنولوجيا المعلومات في المصارف اليمنية هو بُعد شبكات الاتصال يليه بُعد قواعد البيانات وبُعد الموارد البشرية وبُعد الأجهزة وبُعد البرمجيات على التوالي.
3. أن أفضل إستراتيجية من استراتيجيات الميزة التنافسية والتي يمكن استخدامها في البيئة المصرفية اليمنية هي

يتبين من الجدول رقم (6) أن التباين المفسر بلغ  $(0.123)$  أي أن استخدام تكنولوجيا المعلومات فسرت ما قيمته  $12,3\%$  من إستراتيجية التركيز، وبلغت قيمة  $T(3,087)$  وبدلالة إحصائية  $(0.01)$  وهي أقل من مستوى قبول الفرضية  $(0.05)$ ، مما يشير إلى وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التركيز، وبذلك يتم رفض الفرضية القائلة لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التركيز عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$  .

بعض المصارف بفتح فروع خاصة بالسيدات ، وخدمة كبار العملاء وغيرها.

### المراجع:

1. الشمري ناظم والعبدالات عبدالفتاح ، (2008)- الصيرفة الالكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن ، ص7.
2. إسماعيل محمود والبشتاوي سليمان ، (2010) - اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق استراتيجيات الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركات صناعة الدواء الأردنية ، المنارة للبحوث والدراسات ، المجلد 16 ، العدد4 ، ص199.
3. قدور رسلي ، ياسين سعد ، (2006)- نموذج مقترح لدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاستخدام الأمثل للموارد في المنشأة ، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية ، المجلد 6 ، العدد 1.

4. الحاج طارق ، (2005) - اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على النشاط المصرفي في فلسطين ، المؤتمر العربي الأول للاستثمار في بنية المعلومات والمعرفة 28-31 أغسطس ، الإسكندرية ، مصر ، ص193-205.

5. الصباغ زهير ، (2005)- تأثير تكنولوجيا المعلومات على تحقيق الميزة التنافسية في القطاع البنكي في الأردن ، مجلة البصير ، المجلد7 ، العدد(1).

6. Daneshvar et. al., (2010) - International Journal of Engineering Science and Technology, Vol. 2(11), pp 6248- 6256.

7. J.S Chen & H.T Tsou, (2007) - Information Technology A DOPTION For Service Innovation Practices and Competitive Advantage: The Case of Financial Firms", Information Research, vol.12, No. 3.

8. O'Brien, James.,-(2002), Management Information Systems: managing Information Technology in the E-Business Enterprises, Irwin, Boston burr Ridge: McGraw-Hill companies, Inc, p8.

9. Turban et al., (2009) - Information Technology for Management Transforming: Business in the Digital Economy, Third Edition, J. Wiley, USA, p21.

4. إستراتيجية التميز تليها إستراتيجية قيادة التكلفة وإستراتيجية التركيز على التوالي.

5. وجود قناعة لدى الإدارة في المصارف اليمنية لأهمية امتلاك ميزة التنافسية ولأهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

6. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$ .

7. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التميز عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$ .

8. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق إستراتيجية التركيز عند مستوى دلالة  $(0.05 \geq \alpha)$ .

### التوصيات:

في ضوء استنتاجات السابقة توصي الدراسة بالآتي:

1. ينبغي على المصارف اليمنية الاهتمام بالبحث والتطوير لابتكار خدمات جديدة وتطوير الخدمات الحالية.
2. العمل على تدريب العاملين في المصارف على التكنولوجيا المستخدمة لتلافي حدوث الأخطاء وأداء الأعمال بكفاءة.
3. توفير أجهزة حاسوب متطورة تناسب احتياجات العمل والعمل على تطويرها باستمرار.
4. استخدام برمجيات متنوعة تلبي احتياجات العمل وتتصف بسهولة التخاطب معها وإمكانية تطويرها.
5. العمل على تخفيض كلفة تقديم الخدمات المصرفية من خلال استخدام قنوات توزيع سريعة ومتطورة بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والتي تكسبها ميزة تنافسية عن سواها من المنافسين.
6. التركيز على خدمة شريحة معينة من العملاء وتقديم خدمات متميزة لهم بحيث تكون السباق في تقديم هذه الخدمات والعمل على استمرارها ، كالخدمات التي تقدمها

10. اللامي غسان، البياتي أميره، (2010) - تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال الاستخدامات والتطبيقات، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 19.
11. قندلجي عامر والسامرائي إيمان، (2002) - تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 60.
12. العاني مزهر، جواد شوقي، (2008) - العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 258.
13. Shim & Siegel, (2005) - The Vest Pocket Guide To Information Technology, John Wiley & Sons Inc, Second Edition, Usa, P93.
14. Porter, M.(1985)-Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance, The Free Press, New York, Ny, P96.
15. Kotler ,(2000)- Quality: The Ultimate Competitive Advantage, Accountancy, Vol 26, No.6, P89-93.
16. بو خمخم عبدالفتاح ومصباح عائشة، (2010) - دور اليقظة الإستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة حسيبه - الجزائر، من 9 - 10 نوفمبر، ص 5-6.

## The impact of IT in achieving competitive advantage in the banks of Yemen

Zayed Ali Almanzoo

### Abstract:

The study aimed to determine the impact of IT in achieving competitive advantage in the Yemeni banks operating in the capital and of the number(18) Bank, and the study used a questionnaire was distributed to managers(information systems, operations, finance, human resources) in the banks, the study sample.

The study found that the use of networks was the best dimension of information technology used to achieve competitive advantage in the banks, the study sample, the results indicated that the strategy of excellence the best strategy of strategies for competitive advantage that can be used in the banking environment of Yemen, The results of hypothesis testing and an effect IT strategies to achieve competitive advantage at the level of significance ( $\alpha \leq 0.05$ ).

The study recommended the provision of hardware and software and developed constantly, and work to reduce the cost of providing banking services through the use of distribution channels for quick and advanced based on information technology.

**Keywords:** Information Technology, Competitive Advantage, Banks Of Yemen.