دور تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تنافسية المصارف

د/ نور الدين حامد
جامعة بسكرة

د/عبد الرزاق حميدي
جامعة البويرة

الملخص :

يرتبط نجاح وتفوق أي مصرف، بل وأي مؤسسة اقتصادية في القرن الحادي والعشرين بمدى استخدام تكنولوجيا المعلومات، حيث تحولت إلى حتمية تفرضها المتغيرات الاقتصادية المعاصرة، فمع تنوع وسرعة المعلومات المتوفرة أصبح من الضروري توفر وسائل دقيقة لدراسة وتحليل وتصنيف المعلومات التي من خلالها يتم التوصل إلى نتائج مهمة، تمكن من اتخاذ قرارات مصيرية صائبة في الوقت المناسب بما يؤدي إلى نجاح المؤسسة وتطوير قدراتها. وبناءا على هذا تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على الأهمية المتزايدة لتكنولوجيا المعلومات واقتصاد المعرفة في ظل المتغيرات المعاصرة ومساهمتها في النهوض بالمصارف وتطوير تنافسيتها.

الكلمات الدالة: *التنافسية، المنافسة ، المصارف، تكنولوجيا المعلومات، المعرفة، الاقتصاد الرقمي...*

Abstract :

From this study we want to clarify what they can achieve the information systems in financial companies and banks especially in a digital economy characterized by the competitive superiority .Especially with the encouragement of the Algerian government for foreign investment to enter the banking.

Key words:
Competitiveness, Concurrence, Banks, information technology, knowledge, and the digital economy

المقدمة:

يعيش العالم المتقدم ما يسمى بالانفجار المعرفي والثورة الرقمية الممثلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، تلك الثورة التي وضعت المستقبل في يد الدول والمؤسسات المالكة لوسائل التكنولوجيا الحديثة وجعلت هذا الجزء من العالم يفكر في عشرات بل مئات السنين نحو المستقبل، في حين يبعد العالم الثالث بحكوماته ومؤسساته وثقافته عن ذلك المجتمع الذي يدعى بمجتمع المعرفة مسافة طويلة وتفصله عنه فجوة عميقة نحتاج لملأها عملا جادا ودءوبا وإرادة فذة ، وسواعد وعقول كافة أفراد المجتمع بجميع مستوياتها.ففي هذا الوقت الذي أصبحت المعلومة تمثل مجال تنافس المؤسسات المالية والمصرفية وغيرها لتحقيق المزايا والقدرات التنافسية أصبح لزاما على المصارف أن تدرك أن المعرفة تمثل الركيزة الأساسية لتحقيق التفوق التنافسي والمفتاح الذي يفتح لها أبواب النمو والازدهار والنجاح والتقدم.

ومما سبق يمكننا طرح السؤال الجوهري التالي:

" **كيف يمكن تعزيز تنافسية المصارف بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات؟** "

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من طبيعة وحيوية تكنولوجيا المعلومات الذي يمثل اليوم عصب الحياة من جهة، ومن جهة أخرى من التحولات العالمية المستجدة والمتسارعة في جميع الميادين وبخاصة المالية والمصرفية والتي نتج عنها بيئة تنافسية تتميز بوجود منافسة شرسة خاصة في ظل تشابه الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف والمؤسسات المالية، ما يفرض على المصارف توفير السبل الكفيلة بتحقيق التفوق والتميز على منافسيها وهو ما يمكن أن تجده من خلال الاستخدام الصحيح والمناسب لتكنولوجيا المعلومات بما يمكنها من تعزيز تنافسية المصرف والارتقاء به إلى مصاف المصارف الكبرى.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التأكيد على الدور الهام الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات.
- تحديد متطلبات تطبيق التكنولوجيا بالمصارف.

تحديد كيفية تعزيز تنافسية المصارف من خلال تكنولوجيا المعلومات.

تقسيمات الدراسة:

من أجل الإلمام بكافة حيثيات هذا الموضوع قسمنا هذه الدراسة إلى محورين اثنين:

المحور الأول: تطبيق تكنولوجيا المعلومات بالمصارف.

المحور الثاني: دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تنافسية المصارف.

المحور الاول- تطبيق تكنولوجيا المعلومات بالمصارف

يمثل تطبيق تكنولوجيا المعلومات بالمصارف في ظل التطورات الراهنة أمرا غاية في الأهمية، مهما كان نوع هذا المصرف أو حجمه أو موقعه.

اولا- مفهوم تكنولوجيا المعلومات

يعود أصل مصطلح التكنولوجيا Technology إلى الكلمة اللاتينية التي تعني "علم المهارة الفنية" وهي كلمة تتكون من شقين:[1] Techno: مهارة فنية، Logy: علم، أما تكنولوجيا المعلومات فقد تعددت التعاريف التي تناولتها نظرا لأهميتها، وسرعة التغيرات التي تحدث في مجال المعرفة والمعلومات.

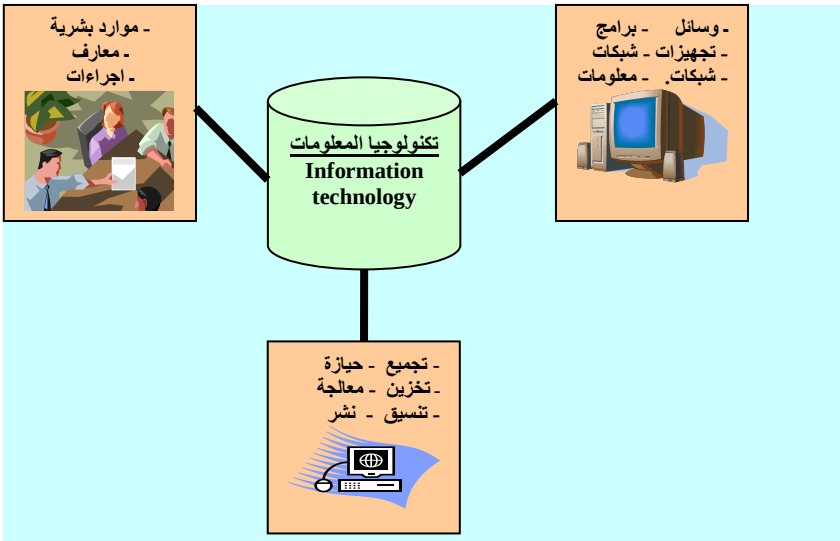
1. تعرف تكنولوجيا المعلومات حسب محمد الصيرفي أنها " كافة العناصر 'من أجهزة وحاسبات وبرامج أساسية ونظم، وأفراد وتنظيم، بالإضافة للمناخ العام للمجتمع' التي تتفاعل معا للوصول إلى نتائج أفضل عن ذي قبل، تسمح برفع الكفاءة العامة للمجتمع، وتحسين مستوى معيشته".[2]
2. أما سعد غالب ياسين فيعرفها على انها "امتلاك قدرات عالية من المكونات والعناصر المختلفة التي تسمح بخزن البيانات وتوزيع المعلومات واسترجاعها، إضافة لتوفير المعرفة المطلوب، والتي تمثل نتاجا لمزيج النظم المحاسبية وشبكات الاتصالات والمعرفة التكنولوجية.[3]
3. في حين يعتبرها نبيل مرسي " مجموعة متداخلة من المكونات التي تعمل على تجميع، تشغيل، ونشر المعلومات وذلك بغية مساندة عملية صنع القرار داخل المؤسسة" [4]

وبصفة عامة يمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات هي تركيبة من التجهيزات والوسائل والمعارف التطبيقية وهذه المعارف منها ما هو مرتبط بالعلم وتطبيقاته في الصناعة والاستعمال ومنها ما هو مرتبط برأس المال البشري (معرفة كيفية العمل

والإنتاج)[5] والتي يمكن بواسطتها توسيع آفاق العمل المادية والعقلية وتوجيهها لاكتشاف معرفة جديدة[6] لإنتاج سلع وخدمات جديدة تحقق سبقا تنافسيا للمؤسسة.

والشكل الموالي رقم 01 يظهر أهم عناصر تكنولوجيا المعلومات

الشكل رقم (01) تكنولوجيا المعلومات



المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على عدة مراجع

ثانيا ـ وظائف تكنولوجيا المعلومات:

تؤدي تكنولوجيا المعلومات من خلال أدواتها المختلفة عددا من الوظائف تبدأ من الالتقاط والتخزين والاكتشاف والمعالجة والإظهار للمعلومات لمستخدميها بزمن قياسي وبكلف اقل، والجدول (01) يوضح الوظائف المختلفة التي تنجز عبر وسائل تكنولوجيا المعلومات المختلفة.

الجدول رقم 01 : الأدوات المستخدمة في القيام بوظائف تكنولوجيا المعلومات

الوظيفة	الدور	أدوات تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في انجاز الوظائف
1. الالتقاط	الحصول على معلومات بشكل يسمح لها لان تكون قابلة للبث او التخزين	لوح المفاتيح، ناسخ الشفرة، (Bar Code Scanner)، ناسخ الوثيقة، مسجل الصوت، آلة التصوير.
2. الارسال	نقل المعلومات من مكان لاخر	المذياع، التلفاز، كيبل الألياف الضوئية، عن طريقة الكوابل، والأقمار الاصطناعية، شبكات الاتصال، وشبكات بث البيانات،آلة الفاكس، البريد الالكتروني، البريد الضوئي والانترنت.
3. التخزين والاكتشاف	نقل المعلومات لمكان محدد من اجل استرجاعه فيما بعد و إيجاد المعلومات المحددة ذات الحاجة الحالية	الورق،سواقة القرص المرن(Floppy disk) ، القرص الصلب (Hard disk) ، الأقراص الضوئية (Optical disk)، وقرص قارئ الذاكرة (CD-Rom)، الذاكرة الومضية (Flash Memory)
4. المعالجة	إيجاد معلومات جديدة على أساس المعلومات الموجودة أصلا من خلال تلخيص وتخزين وإعادة الترتيب والتصميم	الحاسبة بالإضافة إلى البرمجيات
5. الإظهار	إظهار المعلومات للمستخدم أو المستفيد	الطابعة، الشاشة

المصدر : فالح عبد القادر الحوري، **استراتيجيات تكنولوجيا المعلومات ودورها في الميزة التنافسية**،أطروحة دكتوراه غير منشورة(عمان: جامعة عمان العربية للدراسات العليا،كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا،2004)ص 25

ثالثا – المتطلبات الأساسية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات بالمصارف

حتى يكون من الممكن استخدام التكنولوجيا المصرفية لابد من توافر بعض المتطلبات التي تعد شرطا أساسية لإمكانية نجاح هذه العملية والاستفادة منها بشكل فعال:

1. تطوير البنية التحتية اللازمة:

البنية التحتية للاتصالات في أي بلد هي العمود الفقري الذي يمكن من خلاله الاستفادة من التطبيقات المتعددة والواسعة لثورة الاتصالات، وخاصة الاستفادة من خدمات الوسائط المتعددة multimedia service فالخطوط الهاتفية والروابط الاتصالية التي تمكن من الاتصال بين حاسوب وآخر، في أي مجتمع هي مفتاح المشاركة في المجتمع المعلوماتي العالمي والأسواق العالمية ومهمة للغاية في أي تنمية مستقبلية.[7]

2. تطوير التقنيات[8]

أي استعمال مجموعة من الآلات، المعدات والتجهيزات، الإجراءات والطرق، والعمليات التي تمكن المصرف من تحويل موارده المختلفة (المدخلات) إلى منتجات وخدمات ذات جودة. كما أن إدخال التقنيات الحديثة يمكن المصرف من الحصول على المعلومات بسرعة ومعالجتها بعمق في مختلف مراحلها ابتداء من مرحلة التصميم إلى غاية عمليات التنفيذ.

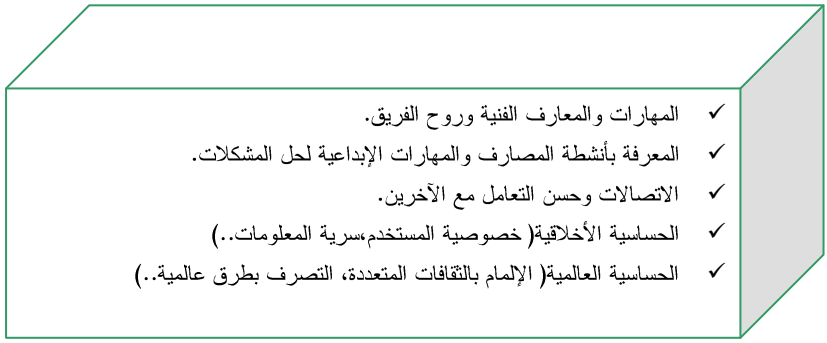
3. الحماية الجزائية والقانونية لأنظمة المعلومات:

تعتبر القوانين من الركائز الأساسية لمنع الأشخاص الذين يقومون بالقرصنة، وأغلب الدول تعمل حاليا على إصدار القوانين وسن العقوبات لمنع جرائم الحاسوب باعتبارها جرائم دولية، فقد اتخذت الأمم المتحدة قرارا عام 1990 حثت فيه الدول على وضع الإجراءات اللازمة للحد من جرائم الحواسيب، وتحديث القوانين الدولية باعتبار التشريعات القانونية لبنة أساسية في حماية المعلومات، وكانت تونس أول دولة عربية تصدر قانون التجارة والمبادلات الالكترونية عام 2000 وصدر بعدها قانون التجارة الالكترونية في دبي في نفس السنة (2000)، والحماية الجزائية والتشريعية تعتبر الوسيلة الرئيسية للحد والقضاء على جرائم المعلومات ومنع الاعتداء على نظام المعلومات والاحتيال على المؤسسات والمصارف ويعتبر أمن المعلومات المصرفية أهم الأركان في الحكومة الالكترونية.[9]

4. تطوير المهارات والمعارف المطلوبة في مجال تكنولوجيا المعلومات.

تعد المعرفة الفنية ضرورية للعمل في مجال تكنولوجيا المعلومات إلا أنها غير كافية، فالعاملون في مجال تكنولوجيا المعلومات بالمصارف يجب أن يتوافر لديهم المعرفة بأنشطة المصارف وأن يتمتعوا بالمهارات الإبداعية لحل المشكلات ومهارات الاتصالات والتعامل مع الأفراد والقدرة على العمل بروح الفريق[10]، ويعتبر الأخصائي "مايكل بورتر" التطور التكنولوجي وتطور الموارد البشرية من بين أهم العناصر في تطوير تنافسية المؤسسات الاقتصادية[11]. والشكل الموالي يبين المهارات والمعارف المطلوبة في مجال تكنولوجيا المعلومات.

الشكل رقم (02) : المهارات والمعارف المطلوب توافرها في مجال تكنولوجيا المعلومات



المصدر: معالي فهمي حيدر، **نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية** (الاسكندرية: الدار الجامعية، 2002) بتصرف، ص58

المحور الثاني- دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تنافسية المصارف.

ما من شك أن تكنولوجيا المعلومات أعادت تشكيل أساسيات الأعمال المصرفية، وساهمت في تعزيز تنافسية المصارف بشكل ملفت للنظر.

اولاــ مفاهيم متعلقة بالتنافسية

1. تعريف التنافسية:

من خلال الاطلاع على مختلف الدراسات التي تناولت في طياتها موضوع التنافسية تبين لنا انه مفهوم متشعب ويختلف من مفكر لآخر إلا أننا اكتفينا بذكر مجموعة من التعاريف مسلطين الضوء على أدقها واشملها، والتي منها:

- يعرف فليب كوتلر التنافسية على أنها "قدرة المؤسسة على القيام بأنشطتها من خلال الأساليب التي تجعلها رائدة أمام المؤسسات الأخرى في الأمد القريب أو المستقبل".[12]
- في حين يعتبر علي السلمي التنافسية أنها" قدرة المؤسسة على إنتاج قيم ومنافع للعملاء بطريقة تمكنها من التفوق على منافسيها من وجهة نظر العملاء".[13]

وعلى العموم يمكن القول أن التنافسية هي " القدرة على الاستغلال الأمثل للإمكانيات والموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمية بالإضافة إلى الخبرات والكفاءات والمعرفة التي تتمتع بها المؤسسة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجياتها التنافسية بما يسمح لها يسمح بتقديم منتجات –سلع وخدمات– ومنافع يدرك المستهلك قيمتها ويرضى بها ما يؤدي إلى نجاحها وتفوقها على منافسيها " .

2. أسباب التنافسية

برزت التنافسية باعتبارها العامل الحاسم في تحديد ما يمكن للمؤسسة أن تحصل عليه من السوق الذي تتعامل– أو تريد أن تتعامل– فيه، ومن الأهمية أن تستند المؤسسة التي تريد البقاء إلى القدرات التنافسية التي تستطيع بواسطتها إلى تحقيق أعلى المنافع للعملاء وغيرهم من أصحاب المصلحة stakeholders، وبالتالي تنجح في الحصول على موقع متميز في السوق تستمر في التمتع به طالما حافظت على رصيدها من القيم والأساليب المتجددة التي تتناسب وتتعامل بكفاءة مع الظروف الجديدة والمتغيرة باستمرار[14] ، وبصفة عامة من أهم أسباب التنافسية نذكر:[15]

- ضخامة وتعدد الفرص في السوق العالمي بعد أن انفتحت الأسواق أمام حركة تحرير التجارة الدولية نتيجة اتفاقيات الجات ومنظمة التجارة العالمية.
- وفرة المعلومات عن الأسواق العالمية والسهولة النسبية في متابعة وملاحقة المتغيرات نتيجة تقنيات المعلومات والاتصالات، وتطوير أساليب بحوث السوق والشفافية النسبية التي تتعامل بها المؤسسات الحديثة في المعلومات المتصلة بالسوق وغيرها من المعلومات ذات الدلالة على مراكزها التنافسية.

ثانيا– متطلبات تعزيز تنافسية باستخدام تكنولوجيا المعلومات

حتى تساهم تكنولوجيا المعلومات بصفة إيجابية في تعزيز تنافسية المصارف لابد من توافر مجموعة من المتطلبات منها:[16]

1. التأكيد على الانترنت والتجارة الالكترونية كقوى أساسية في الاقتصاد المعاصر لأنها مبنية على أساس تكنولوجيا المعلومات، حيث أصبحت الأصول الثابتة تتمثل في المعلومات إلى جانب المنتجات والخدمات.

2. تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا مهما في عملية الاتصال، إضافة للعاملين داخل المصرف وفروعه وشبكة الموردين والزبائن والمنظمات الأخرى.

3. التأكيد على مركزية الزبائنCustomer Centricity حيث تتمتع تكنولوجيا المعلومات بالدور الذي يسهم في إيجاد الفرصة البديلة الهادفة وتحسين عملية الاتصال بالزبائن، كبناء مراكز الاتصال التي تقوم على تأمين المعلومات والخدمات للزبائن على مدار الساعة بكل سهولة ويسر بالإضافة إلى إدارة علاقات مع الزبائن بما يساعد المصرف في التعرف على احتياجاته وتلبيتها بالسرعة الكافية، مما يسهم
في دعم تنافسية المصرف.

4. التأكيد على دور تكنولوجيا المعلومات في تمكين المصرف من الاستعانة بالجهات الخارجية بحثا عن مهارات أو خبرات معينة غير متوفرة في البيئة الداخلية.

5. التأكيد على البنية التحتية قبل البدء في بناء التحالفات والاندماجات وتكامل الوظائف التنظيمية كتوافر الحواسيب ، والبرمجيات المتطورة، إضافة إلى عناصر البنية التحتية التقليدية، وتوافر شبكة الاتصالات الفاعلة كاستخدام الانترنت والشبكات المحلية والدولية، مع توفير الأمان في البنى التحتية المختلفة.

6. التأكيد على إدارة المعرفة وخاصة المعرفة الضمنية المخزنة في أدمغة المديرين والمفكرين الاستراتيجيين، والعمل على تحويل هذه المعلومات إلى معرفة حقيقية وتوزيعها ونشرها.

7. التأكيد على علاقة تكنولوجيا المعلومات بالتنظيم الكامل للمصرف حتى يكون هناك اتصال مفتوح ما بين الأفراد من جهة وبين الفئات الإدارية المختلفة من جهة أخرى.

8. التأكيد على المواءمة بين استراتيجية تكنولوجيا المعلومات واستراتيجية الأعمال، والتأكيد على العمل كفريق واحد داخل التنظيم لتحقيق النجاح والاستمرار.

9. التأكيد على الاستفادة من كفاءات المؤسسات التعليمية، وتكثيف العمل في البرامج المشتركة وتدريب العاملين في مجالات تكنولوجيا المعلومات بالإضافة إلى العاملين بالمجالات الأخرى.

ثالثا- انعكاس تكنولوجيا المعلومات على تعزيز تنافسية المصارف

توجد العديد من الفرص والمزايا التي يتيحها استخدام المعلومات والتكنولوجيا المصرفية والتي تعود بالإيجاب على كفاءة المصارف وتعزيز تنافسيتها، وذلك من خلال:

1. تكوين موارد معلومات استراتيجية

تمكن تكنولوجيا المعلومات المصرف من بناء موارد معلومات إستراتيجية، مما يمكنه من انتهاز الفرص الإستراتيجية. وعادة ما يمكن للمصرف أن يغطي تكلفة بناء نظام معلوماته الاستراتيجي من الزيادة في أعماله Leverage investment in information technology عن طريق خلق المنتجات أو الأسواق أو الأعمال الجديدة، أو تطوير المنتجات أو الأسواق أو الأعمال القائمة.[17]

2. كفاءة عالية في الاتصالات وتوفير الوقت

باستعمال خدمة الشبكة الرقمية للخدمات المتكاملة يمكن التعامل مع الاتصالات الهاتفية بفعالية أكبر من خلال التخلص من الوقت الضائع. لقد أصبح بالإمكان تحقيق كفاءة عالية بفضل الميزات التي تتضمنها هذه الخدمة، مثل التعرف على هوية المتصل، استلام أو تأجيل مكالمة جديدة خلال إجراء محادثة هاتفية[18]، وهو ما يوفر الجهد والوقت للعميل وكذلك المصرف، ومن ثم يسمح بتحقيق أسبقية تنافسية مهمة تتمثل في الوقت أو سرعة تقديم الخدمات.

3. التعزيز بواسطة حاجات السوق

يمكن أن ينتج عن الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات بالمصرف منتجات، خدمات أو عمليات جديدة. وبالتالي يمكن أن يؤدي ذلك إلى إنشاء فرص أعمال جديدة، تمكن المصرف من التوسع في الأسواق الجديدة أو قطاعات جديدة في الأسواق القائمة فعلا. وذلك من خلال تحقيق حاجات ظاهرة ومعلن عنها، أو تطوير الخدمات والمنتجات التي لا يتوقعها المستهلكون أو ليس بمقدورهم التعبير عنها بشكل واضح.[19] وبهذا تطوي التكنولوجيا المسافات وتعبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء، كما توفر فرصة جيدة للتعرف على خدمات المصارف المنافسة.[20]

4. تعزيز جودة الخدمة المصرفية

تشير الجودة إلى قدرة المؤسسة أو البنك على توفير منتج يحقق إشباع تام لاحتياجات العميل أما إدارة الجودة الكلية فهي إحدى المداخل الإدارية الشاملة للعولمة التي تهدف إلى تحقيق التحسين المستمر في أنشطة المصرف بغرض تقديم منتج أو خدمة مرتفعة الجودة للعملاء ومساعدة الإدارة على التعامل مع البيئة التنافسية العالمية.

لذا فإن نظام المعلومات يسهم في متابعة ومراقبة أداء العاملين على نحو مؤثر في تحسين إدارة الجودة الكلية، حيث يمكن الكشف على أي انحرافات قد تظهر بين الأداء الفعلي والمخطط ومن ثم يمكن اتخاذ الإجراء التصحيحي المناسب[21]. وهناك الكثير من الأمثلة الدالة على تحسين الجودة الناجمة عن استثمارات تكنولوجيا المعلومات في العديد من القطاعات المختلفة ، كالاتصالات والمحلات التجارية ومكاتب السياحة والمصارف، فعلى سبيل المثال يستخدم مزودو بطاقة الائتمان Credit card ، بيوت أجهزة البيانات Data ware housing وتكنولوجيات التنقيب عن البيانات في البحث عن البيانات الشخصية للزبون ليتم من خلالها تطوير منتجات على أساس تلك الخصائص للعميل[22]

5. أثار تكنولوجيا المعلومات على تخفيض التكاليف وزيادة الكفاءة التشغيلية

طورت تكنولوجيا المعلومات بصفة عامة، وتكاليف المعلومات بصفة خاصة، وتبين الدراسات المختلفة الآثار الناجمة عن دور تكنولوجيا المعلومات في خفض التكاليف. حيث بدأ ذلك التخفيض ينعكس على عدد أعضاء القيادة الإدارية من المديرين الوسطيين إلى العمال حيث أخذت تكنولوجيا المعلومات تلعب أدوارهم وتعوض وجودهم المادي والإجرائي، إذ مكنت التكنولوجيا المؤسسات من تقليص حجمها بسبب حلولها محل بعض الأفراد وتخفيض مراحل العمليات للحد الأدنى من الخطوات وبالتالي تخفيض تكاليف المعاملات (الصفقات).[23] إن قطاع المصارف يتم فيه ربط العمليات والإجراءات اليومية بتكنولوجيا المعلومات ، سواء العمليات الداخلية أو الخارجية – مع العملاء والمصارف الأخرى– فتزداد صحة المعلومات ودقتها واختصار الوقت في استعمالها.وبالتالي تخفيض التكاليف واستغلال أفضل لموارد المصرف[24]، والجدول الموالي يبين كيفي تمكن تكنولوجيا المعلومات المصرف من تحسين كفاءته التشغيلية.

الجدول رقم (02) أوجه تحسين كفاءته التشغيلية للمصرف من خلال تكنولوجيا المعلومات

الإمكانيات	التحسينات التشغيلية للعمليات
المعاملات	تحويل المعاملات غير المقننة إلى معاملات روتينية يمكن برمجتها.
المسافات	نقل المعلومات بسرعة وسهولة بين المسافات الطويلة بما يجعل العمليات لا تتأثر بالبعد الجغرافي.
الأتممة	تخفيض أو استبدال العمل الإنساني في بعض العمليات.
التحليل	إتاحة استخدام طرق التحليل المعقدة في أداء العمليات.
المعلومات	إتاحة قدر كبير من المعلومات للاستخدام في أداء العمليات.
التسلسل	إمكانية إجراء تغييرات في ترتيب المهام ، ما يمكن من إتمام مهام متعددة في نفس الوقت.
المعرفة	السماح بتحصيل وتوزيع المعرفة والخبرة لتحسين أداء العمليات.
المتابعة	إمكانية المتابعة التفصيلية لموقف، مدخلات ومخرجات العمليات.
الربط	القدرة على توصيل جزئين من عملية ما، لم يكن من الممكن توصيلهما ببعضهما إلا من خلال وسيط ثالث.

المصدر: كامل السيد غراب، **نظم المعلومات الإدارية "مدخل إداري"**(مصر: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 1999) ض 123

6. تعزيز ربحية و إنتاجية المصرف[25]

لم يعد خافيا التأثير الحاسم الذي تحمله التكنولوجيا والأعمال الالكترونية ، ويكمن هذا التأثير في الزيادة الملحوظة في حجم إنتاجية الفرد لكل ساعة عمل نتيجة للدور الفاعل الذي تقوم به الحواسيب بسرعتها الهائلة .ووجود شبكات اتصال تمتد أذرعها إلى جميع مسالك ومساحات المنظومة المصرفية والاقتصادية الشاملة. وتتوافر مبررات وأسباب معقولة لتأسيس مبدأ زيادة الإنتاجية نتيجة لتوظيف التجارة والأعمال الالكترونية، فالمصارف تتوافر لديها فرصة كافية لإعادة تشكيل وهندسة آليات أنشطتها بما يضمن الاستخدام الأمثل للإمكانيات الهائلة التي توفرها تقنيات المعلوماتية. إذ تستطيع توسيع العمليات وتقليل حجم التخزين وتقليل كلف البحث عن المبيعات مما يسمح لها بتحقيق أرباح معتبرة ونتائج مرضية.

الخاتمة:

يفرض العمل في ظل بيئة متطورة باستمرار مليئة بالقوى والعوامل المؤثرة على المؤسسات والمصارف أن تكون لديها إمكانيات وقدرات تنافسية تجعلها أفضل وأقدر على المنافسة، إذ لم تعد صناعة المزايا التنافسية خيارا من بين عدة بدائل يستطيع المصرف المفاضلة بينها. بل أصبحت الدرب الذي يجب أن يسير فيه كل مصرف يود الاستمرار والبقاء في عالم يموج بالتنافسية، ومن بين الحقائق التي تظهر بشكل جلي الدور الكبير الذي أصبحت تلعبه تكنولوجيا المعلومات في ظل الاقتصاد والانفجار الرقمي الذي يميز عصرنا الذي نعيش فيه،. لكن استفادة المصارف من تكنولوجيا المعلومات بشكل سليم والتغلب على العقبات التي تواجه أو تصعب من تطبيق هذه التكنولوجيا بالمصارف يتطلب اتخاذ العديد من الإجراءات والتدابير منها:

- الاهتمام ببناء بنك للمعلومات خاص بالبنك تجمع فيه المعلومات بكفاءة عالية وبدقة كبيرة وفي الوقت المناسب حول بيئتها ومحيطها الداخلي والخارجي وخاصة فيما يتعلق بالمستهلك وما يرغب فيه وبالمنافسة وما تحضر له.
- الحرص على امتلاك القدرة لصنع مزايا تنافسية من خلال التعليم والتدريب وتأهيل الموارد البشرية بالمصرف ما يجعلهم قادرين على التعامل بكفاءة وفعالية مع التطورات الحديثة خاصة في مجال المعرفة تكنولوجيا المعلومات.
- تنمية وتطوير الوعي المصرفي لدى كافة موظفي المصرف بأهمية وحتمية الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات.
- تنمية الرقابة الذاتية التي تنبع من الذات أي من عمق النفس البشرية وهي رقابة الضمير وتمثل رقابة وقائية عالية الفعالية.
- امتلاك الوسائل والمعدات الالكترونية والرقمية الحديثة ووسائل الاتصال والانترنت وتفعيل التكامل بين مختلف وكالات وفروع المصارف.

المراجع:

[1] عامر قنديلي، **معجم تكنولوجيا المعلومات والانترنت** (دار المسيرة: عمان ، 2003) 53.

[2] محمد الصيرفي، **إدارة تكنولوجيا المعلومات**(دار الفكر الجامعي: الإسكندرية، 2009) ص ص 30-31.

[3] سعد غالب ياسين، **أساسيات نظم المعلومات الإدارية** (دارالمناهج: عمان، 2005) بتصرف، ص20.

[4] نبيل مرسي، **التقنيات الحديثة للمعلومات** (دار الجامعة الجديدة: الإسكندرية، 2005) ص17.

[5] www.palmoon.net/5/topic-7686-108.htm consulté le 14-04-2009

[6] J.Heizer, **production and operations** (prentic-hall: NEW YORK, 2001) p280.

[7] أحمد محمد صالح، **الانترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء**(مركز البحوث العربية والإفريقية: مصر ، 2000) ص ص 22-23

[8] حمداوي وسيلة، **الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية** (مديرية النشر لجامعة قالمة: قالمة ، 2009) ص ص 125-126

[9] عبده نعمان محمد صالح محمد الشريف، **الحكومة الالكترونية كإستراتيجية وطرق الاثبات والحماية لمعاملاتها**، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة(جامعة الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 18، 2008) ص124

[10] معالي فهمي حيدر، **نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية** (الدار الجامعية: الاسكندرية، 2002) ص58

[11] حمداوي وسيلة، مرجع سبق ذكره، ص 127

[12] PH. Kotler est Autres, **le marketing management** (Pearson éducation:PARIS, 2004) p265.

[13] علي السلمي، **إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية** (دار غريب: القاهرة ، 2001) ص104

[14] بن عزة محمد أمين، **الميزة التنافسية كآلية في إحداث إدارة التغيير الإستراتيجي في المؤسسة الاقتصادية**، مجلة الاقتصاد المعاصر(المركز الجامعي بخميس مليانة: معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد01، أفريل2007)ص 298

[15] محمد سمير أحمد،**الجودة الشاملة لتحقيق الرقابة في البنوك التجارية**(دار المسيرة للنشر والتوزيع: عمان ،2009) ص 140

[16] عبد القادر فالح الحوري، **استراتيجيات تكنولوجيا المعلومات ودورها في تعزيز الميزة التنافسية** ، أطروحة دكتوراه(عمان: جامعة عمان العربية للدراسات العليا، كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا، 2004) بتصرف ص 70-71.

[17] كامل السيد غراب، **نظم المعلومات الإدارية "مدخل إداري"**(مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية: مصر، 1999) ص 123

[18] عامر شرف الدين طيب الشيشاني، **أثر تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة في اكتساب ميزة تنافسية**، رسالة لنيل شهادة الماجستير (جامعة آل البيت: الأردن ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، 2004) ص65

[19] محمد محمد الهادي، **تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات**(المكتبة الأكاديمية: مصر،2001) ص29 ، بتصرف

[20] ابراهيم بختي، التجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص69

[21] كوثر الأبجي، **إستراتيجية التطوير في القطاع المصرفي العربي في مواجهة تحديات العولمة** المؤتمر العلمي: الريادة والإبداع : استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة(جامعة فيلاديلفيا: الأردن ، كلية العلوم الإدارية والتطبيقية، 15-16 مارس 2005) ص7

[22] عبد القادر فالح الحوري، مرجع سبق ذكره، ص ص 76-77

[23]مزهر شعبان، شوقي ناجي، **العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات** (مكتبة الجامعة: الشارقة، 2008) ص ص 280-281

[24] عبد القادر فالح الحوري، مرجع سبق ذكره، ص 74

[25] حسن مظفر الرزو، **مقومات الاقتصاد الرقمي ومدخل إلى اقتصاديات الانترنت**(معهد الإدارة العامة: الرياض، 2006) ص ص 142-143