

أهم النتائج :

- هناك نتائج خاصة بتحديد النطاق (الأهداف والإستراتيجيات) عن طريق تحديد الأهداف وتحليل السوق وتحليل البيئة الداخلية للمنظمة الإلكترونية وتحديد الدور الإستراتيجى لأنشطة موقع الويب.

(4) دراسة (أحمد محمد أحمد حسن 2001) (1) :-

بغنوان : " تقييم نظم المعلومات فى قطاع الصناعات الدوائية فى مصر " .

أهم أهداف الدراسة :

- 1- هدفت الدراسة إلى مقارنة درجة اهتمام قطاعات انتاج الدواء الثلاثة العاملة فى مصر (قطاع الأعمال العام ، الاستثمار الوطنى ، الاستثمار المشترك والأجنبى).
- 2- توافر مقومات فعالية نظم المعلومات وتحديد العلاقة بين ثقافة المنظمة وفعالية نظم المعلومات.
- 3- اقتراح نموذج كمى لتقييم هذه الفعالية.

أهم النتائج :

- 1- زيادة درجة اهتمام قطاع الاستثمار المشترك والأجنبى يتوافر مقومات فعالية نظم المعلومات معنوياً عن القطاعين الآخرين يليه قطاع الاستثمار الوطنى وأخيراً قطاع الأعمال العام.
 - 2- عدم وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام قطاعى الأعمال العام والاستثمار الوطنى بتوافر أهم مقومات فعالية نظم المعلومات.
 - 3- وجود علاقة ارتباط طردية بين ثقافة المنظمة وفعالية نظم المعلومات.
- (5) دراسة (محسن عبد النبى عبد المحسن 2001) (2) :-

بغنوان : " تأثير المعلومات التسويقية على قرار شراء وثائق صناديق الاستثمار " .

أهم أهداف الدراسة :

- 1- التعرف على دور المعلومات فى مساعدة المستثمرين على اتخاذ القرارات الاستثمارية بناءً على معلومات سليمة من حيث (التوقيت والحجم والقيمة) .
- 2- دراسة تأثير الخصائص الديموجرافية والاقتصادية على سلوك المستثمرين نحو الاقبال على شراء وثائق صناديق الاستثمار.

أهم النتائج :

-
- 1- أحمد محمد أحمد حسن ، " تقييم نظم المعلومات فى قطاع الصناعات الدوائية فى مصر " ، رسالة ماجستير ، جامعة حلوان ، 2001.
 - 2- محسن عبد النبى عبد المحسن ، " تأثير المعلومات التسويقية على قرار شراء وثائق صناديق الاستثمار " ، رسالة ماجستير ، جامعة عين شمس ، 2001 .

1- توجد علاقة جوهرية بين حجم ، وتوقيت ، وقيمة المعلومات المنشورة عن الصناديق واتخاذ قرار الاستثمار من جانب المستثمرين.

2- عدم وجود نظام متكامل للمعلومات التسويقية بصناديق الاستثمار والذي يمكن أن يساعد المديرين على اتخاذ قراراتهم بناءً على معلومات متوفرة ودقيقة وبالشكل المطلوب في التوقيت المناسب.

(6) دراسة ، (ناجي رمضان درويش عمران ، 2000) ⁽¹⁾

بغنوان : " تأكيد الجودة في تطوير نظم المعلومات "

أهم أهداف الدراسة :

1- اقتراح معايير لتنفيذ أنشطة تطوير نظم المعلومات.

2- تصميم أداة لتقييم الجودة في تطوير نظم المعلومات.

أهم النتائج :

1- أن تطبيق الاداة المقترحة يمكن من تقييم جودة النظام ككل وتقييم جودة المراحل الأساسية والفرعية وتقييم جودة الأنشطة.

2- كما أمكن معرفة نقاط القوة والضعف في عملية التطوير وتحليلها.

3- أهمية وجود إدارة للجودة في مشروعات تطوير نظم المعلومات تكون مهمته هي القيام بعملية تأكيد الجودة وتقييمها.

(7) دراسة ، (أمانى السيد أحمد البرى ، 1997) ⁽²⁾

بغنوان : " تأثير نظم المعلومات التسويقية على تقديم المنتجات الجديدة وانتشارها "

أهم أهداف الدراسة :

1- معرفة مدى وضوح مفهوم نظم المعلومات التسويقية في شركات الصناعات الغذائية المصرية والى أى مدى يتم الاستعانة بهذا المفهوم بالصورة الفعالة المطلوبة.

2- توضيح أهم الأساليب المستخدمة فى جمع المعلومات التسويقية وأهم النظم الفرعية التى يتم الاعتماد عليها فى ذلك.

3- توضيح أثر الاستخدام الفعال لنظم المعلومات التسويقية على القرارات التسويقية.

1- ناجى رمضان درويش عمران ، " تأكيد الجودة في تطوير نظم المعلومات "، رسالة ماجستير ، معهد الدراسات والبحوث الإحصائية ، جامعة القاهرة ، 2000.

2- أمانى السيد أحمد البرى ، " تأثير نظم المعلومات التسويقية على تقديم المنتجات الجديدة وانتشارها - بالتطبيق على شركات الصناعات الغذائية المصرية "، رسالة ماجستير ، جامعة عين شمس ، 1997 .

أهم النتائج :

- 1- هناك ضعف فى وضوح مفهوم نظم المعلومات التسويقية بالنسبة لشركات البحث بالرغم من انه واضح لنسبة 60% منهم الا ان هذه النسبة بالنسبة لمسئولى التسويق تعتبر ضعيفة.
 - 2- أن هناك علاقة طردية قوية بين مدى وضوح مفهوم نظم المعلومات التسويقية ودرجة استخدام الشركة لنظم المعلومات لديها وكانت هذه العلاقة 91.26%.
 - 3- أن أهم الأسباب فى عدم الإستعانة بنظم المعلومات التسويقية بالنسبة لشركات الدراسة هي :
نقص الكفاءات التى تعمل فى المجالات التسويقية ثم نقص فى عدد العاملين فى المجالات التسويقية يلى ذلك نقص الإمكانيات المادية
- (8) دراسة ، (يسرية إبراهيم محمود حبيب ، 1997) ⁽¹⁾

بمعنا : " دور نظم المعلومات فى تطبيق المواصفات الدولية للإنتاج "

أهم أهداف الدراسة :

- 1- تقييم مدى توافر عوامل فعالية نظم المعلومات ودور نظم المعلومات وتطبيقاتها الجارى استخدامها فى بناء وتنفيذ وصيانة معايير المواصفة القياسية الدولية ISO 9000.

أهم النتائج :

- 1- ضرورة استكمال عوامل تحقيق فعالية التخطيط والتنظيم والرقابة لنظم المعلومات واستكمال المكونات لبناء مثل هذه النظم.
 - 2- تصميم استراتيجية مناسبة لنشر تطبيقات نظم المعلومات فى جميع انحاء الشركة من أجل تمكين نظم المعلومات من تقديم خدمات المعلومات الملائمة لأغراض الجودة وتطبيق المواصفة القياسية بأقل جهد وتكلفة.
- (9) دراسة ، (مختار محمد أحمد سلام ، 1994) ⁽²⁾

بمعنا : " دور نظم المعلومات فى دعم القرارات التسويقية لشركات انتاج السلع الاستهلاكية المعمرة ".

أهم أهداف الدراسة :

- 1- التعرف على الدور الحالى لنظام المعلومات التسويقية فى دعم النشاط التسويقي فى الشركات محل البحث والقصور الذى يشوب هذا الدور من أجل العمل على زيادة فعاليته.
- 2- اقتراح نموذج لنظام المعلومات التسويقية يمكن تطبيقه بواسطة جميع شركات انتاج السلع الاستهلاكية المعمرة.

1- يسرية إبراهيم محمود حبيب ، " دور نظم المعلومات فى تطبيق المواصفات الدولية للإنتاج دراسة تطبيقية على شركات القطاع العام " ، رسالة دكتوراه ، جامعة حلوان ، 1997 .

2- مختار محمد أحمد سلام ، " دور نظم المعلومات فى دعم القرارات التسويقية لشركات انتاج السلع الاستهلاكية المعمرة " ، رسالة دكتوراه ، جامعة أسيوط ، 1994 .

أهم النتائج :

- 1- عدم ملائمة البيانات التسويقية التي تحصل عليها الشركة محل البحث لاحتياجات نظام المعلومات التسويقية.
- 2- عدم ملائمة الطرق المستخدمة في معالجة البيانات التسويقية للتطور التكنولوجي في نظام المعلومات.
- 3- محدودية الدعم الذي يقدمه نظام المعلومات التسويقية بوضعه الحالي للنشاط التسويقي بالشركات محل البحث .

(10) دراسة ، (حسن محمد أحمد الجندى ، 1993) ⁽¹⁾

بغنوان : "تأثير المعلومات التسويقية على تنمية القدرة التصديرية لشركات القطاع العام الصناعى".

أهم أهداف الدراسة :

- 1- اختيار الشركات التي تتوافر لها معلومات تسويقية للمصادر بدرجة جودة أعلى من الشركات التي تتمثل معها في الظروف تكون في موقف تنافسي أفضل في الأسواق الخارجية.
- 2- اختبار احتياجات الشركات المصدرة للمعلومات التسويقية تختلف من شركة لأخرى.

أهم النتائج :

- 1- أن هناك علاقة جوهريّة بين المعلومات التسويقية والقدرة التصديرية للشركات.
- 2- أن المعلومات التسويقية مسئولة عن نسبة 32% من التغيرات التي تحدث في القدرة التصديرية لهذه الشركات.

(11) دراسة ، (صبرى عبد السميع حسين ، 1993) ⁽²⁾

بغنوان : " نظم المعلومات التسويقية ودورها فى التسويق السياحى".

أهم أهداف الدراسة :

- 1- توضيح دور وأهمية المعلومات فى إدارة النشاط التسويقي السياحى.
- 2- التعرف على المشكلات التي تواجه تطبيق واستخدام نظام المعلومات التسويقية فى القطاع السياحى.
- 3- رفع مستوى كفاءة إدارة الأجهزة التسويقية فى الشركات والهيئات السياحية وذلك من خلال توفير البيانات والمعلومات التي تتطلبها عملية صنع القرارات التسويقية.

أهم النتائج :

1- حسن محمد أحمد الجندى ، " تأثير المعلومات التسويقية على تنمية القدرة التصديرية لشركات القطاع العام الصناعى " ، رسالة دكتوراه ، جامعة عين شمس ، 1993 .

2- صبرى عبد السميع حسين ، " نظم المعلومات التسويقية ودورها فى التسويق السياحى " ، مؤتمر التسويق الدولى ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، الإسكندرية ، ديسمبر ، 1993 .

1- عدم وجود نظام معلومات متكامل للمعلومات التسويقية السياحية يستطيع أن يقدم خدماته المختلفة لوحدات القطاع السياحي المصري .

2- عدم استخدام الأسلوب العلمي في مجال التسويق السياحي.

3- أن نظام المعلومات الذى يعمل بوزارة السياحة لا يعمل بصورة آلية متكاملة ولا يستطيع بوضعه الحال تقديم المعلومات اللازمة لنجاح النشاط التسويقي.

(12) دراسة ، (محمد عثمان حميد ، 1985) (1)

ب عنوان : " نظام المعلومات التسويقي ، أهميته ودوره في تحسين الممارسة الإدارية في منظمات الأعمال".

أهم أهداف الدراسة :

1- إبراز أهمية نظام المعلومات التسويقي ومشاكل تطبيقه وعدم تطبيقه في منظمات الأعمال.

2- تحديد الإطار العام لنظام المعلومات التسويقي وأثره في تحديد أهداف منظمات الأعمال في بعض المجالات.

3- إبراز أهمية أن يحتوى الهيكل التنظيمي لمنظمات الأعمال على إطار تنظيمي لنظام المعلومات التسويقية.

أهم النتائج :

1- تتوقف فعالية نظام المعلومات التسويقي على ثلاثة جوانب رئيسية هي (نظام المعلومات ، نظام الإدارة ، نظام إدارة المعلومات) .

2- ترتبط فاعلية نظام المعلومات التسويقي بنمط الإدارة وأسلوب ممارستها لوظائفها في منظمات الأعمال.

3- ترتبط فاعلية ومرونة النظام بالكفاءات البشرية العاملة في جهاز نظام المعلومات التسويقي.

4- أن نظام المعلومات التسويقي يجب ان يترجم في شكل كيان تنظيمي تتضمنه الخريطة التنظيمية للمنظمة.

1- محمد عثمان حميد ، " نظام المعلومات التسويقي ، أهميته ودوره في تحسين الممارسة الإدارية في منظمات الأعمال" ، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين ، العدد الثاني والثلاثون ، جامعة القاهرة ، 1985 .

(13) دراسة ، (جاء الرب عبد السميع حسانين ، 1983) ⁽¹⁾

بعنوان: "نظم المعلومات ودورها فى ترشيد القرارات التسويقية فى قطاع التأمين فى مصر"

أهم أهداف الدراسة :

- 1- بيان أهمية التسويق للخدمات التأمينية والوقوف على أهم مشاكل المعلومات فى شركات التأمين.
- 2- توصيف نظام المعلومات الحالى فى شركات التأمين وتحليله وتقييمه.
- 3- بيان أهم المعلومات اللازمة لانجاز القرارات التسويقية.

أهم النتائج :

- 1- عدم وجود قسم لبحوث التسويق بشركات التأمين وإكتفاء الشركات بالدراسة النظرية.
 - 2- عدم وجود قسم خاص بالمعلومات التسويقية بشركات التأمين.
 - 3- تعرض المسئولين عند اتخاذ القرارات التسويقية للعديد من مشكلات المعلومات المتمثلة فى نقص المعلومات ، سوء عرضها ، عدم توافرها فى الوقت المناسب ، عدم دقة المعلومات المقدمة.
- ب- الدراسات التى تتعلق بتدعيم القدرات التنافسية فى البنوك :-

(13) دراسة ، (على محمد رزق جمعه ، 2011) ⁽²⁾

بعنوان : " دور الإستراتيجيات التسويقية فى زيادة القدرة التنافسية للبنوك فى ظل التغيرات

المعاصرة " .

أهم أهداف الدراسة:

- 1- تحديد طرق المحافظة على المركز التنافسى للقطاع المصرفى المصرى والنهوض به كأحد القطاعات الحيوية فى المجتمع لما يقوم به من دور أساسى فى خطة التنمية الإقتصادية والإجتماعية.
- 2- تحديد الدور الذى يمكن أن تلعبه الإستراتيجيات التسويقية فى تعظيم القدرات التنافسية للبنوك المصرية وفى مواجهة تحديات عصر العولمة والتصدى لمنافسة البنوك الأجنبية التى بدأ يتزايد وجودها فى السوق المصرى بعد التوقيع على إتفاقية تحديد التجارة فى الخدمات المالية.

أهم النتائج :

- 1- هناك بعض البنوك المصرية لا تتمتع خدماتها بمزايا تنافسية لجذب العملاء ، كما أن زيادة حدة المنافسة بعد دخول عدد من البنوك الأجنبية كان لها تأثير سلبى أدى إلى إنخفاض معدل فتح الحسابات الجديدة فى البنوك المحلية.

1- جاء الرب عبد السميع حسانين ، " نظم المعلومات ودورها فى ترشيد القرارات التسويقية فى قطاع التأمين فى مصر " ، رسالة ماجستير ، كلية التجارة ، جامعة المنصورة ، 1983 .

2- على محمد رزق جمعه ، " دور الإستراتيجيات التسويقية فى زيادة القدرة التنافسية للبنوك فى ظل التغيرات المعاصرة " ، رسالة ماجستير ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، 2011.

2- هناك خدمات فى البنوك المصرية تقليدية وروتينية غير مستحدثة أة متطورة ، وأن تطوير الخدمات يحتاج إلى المزيد من إهتمام الإدارة.

3- التغيرات العالمية والمحلية أثرت على ظروف المنافسة التى تواجهها البنوك فى السوق المصرية وإنها ستدفع البنوك المحلية إلى تطوير خدماتها للإستمرار فى المنافسة.

(14) دراسة ، (السيد رمضان فتحى أبو الخير ، 2010) ⁽¹⁾

بعنوان : " أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا عملاء البنوك التجارية " .

أهم أهداف الدراسة:

1- الكشف عن مستوى رضا العملاء عن جودة الخدمات التى تقدمها البنوك التجارية والتعرف على نوع وقوة العلاقة بين رضا العملاء من جهة وتوافر أبعاد تلك الخدمات من جهة أخرى.

2- التعرف على العلاقة بين توافر أبعاد جودة الخدمات المصرفية وبين إستعداد عملاء البنوك التجارية لتكرار التعامل معها.

3- دراسة العلاقة بين رضا عملاء البنوك التجارية وبين خصائصهم الديموجرافية.

أهم النتائج :

1- زيادة الإهتمام بأبعاد جودة الخدمات التى تقدمها البنوك التجارية المصرية العامة والخاصة يؤدى إلى زيادة متوسط رضا العملاء.

2- زيادة الإهتمام بأبعاد جودة الخدمات التى تقدمها البنوك التجارية يؤثر إيجابياً فى إستعداد عملاء البنوك لتكرار التعامل معها.

3- تقليل الفجوة فى متوسط الرضا عن جودة الخدمة المصرفية بإختلاف مستوى الدخل.

(15) دراسة ، (انتصار على محمد عبد السلام ، 2007) ⁽²⁾

بعنوان : " تطوير القدرات التنافسية للبنوك فى إطار اتفاقية تحرير تجارة الخدمات " .

أهم أهداف الدراسة:

1- قياس الآثار المترتبة على اتفاقية تحرير الخدمات المصرفية.

2- التعرف على مدى استعداد البنوك محل الدراسة لتطبيق برنامج الجودة الشاملة والتعامل مع عملية التطوير والتحسين على أنها عملية مستمرة.

3- التعرف على مدى أهمية اندماج الكيانات المصرفية الصغيرة والاستفادة منها ، مع الإشارة إلى بعض الحالات التى تم اندماجها فعلا.

1- السيد رمضان فتحى أبو الخير ، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا عملاء البنوك التجارية " ، رسالة ماجستير ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، 2010.

2- انتصار على محمد عبد السلام، " تطوير القدرات التنافسية للبنوك فى إطار اتفاقية تحرير تجارة الخدمات " ، رسالة ماجستير ، جامعة بنها ، 2007.

أهم النتائج :

1- تبين من البحث أن رؤساء الإدارة العليا فى البنوك تؤثر على تطبيق الاستراتيجيات التنافسية ، وتطبيق برنامج الجودة الشاملة للخدمات البنكية ، وتطبيق سياسة كاملة لتطوير القدرات التنافسية للبنوك المصرية ككل.

(16) دراسة ، (أسامة حمود محمد العتيبي ، 2005) ⁽¹⁾

بغنوان : "معوقات تسويق الخدمة المصرفية وتأثيرها على رضا العملاء بالبنوك التجارية بدولة الكويت".

أهم أهداف الدراسة:

- 1- الكشف عن واقع معوقات تسويق الخدمة المصرفية المقدمة لعملاء البنوك التجارية.
- 2- التعرف على درجة رضا العملاء عن جودة خدمة البنوك التجارية بدولة الكويت.
- 3- دراسة أثر قيام الإدارة العليا بتدريب العاملين فى مجال التسويق على ابعاد جودة الخدمة التى يقدمها العاملين لعملاء البنوك التجارية.

أهم النتائج :

- 1- توصل الباحث إلى عدم إدراك مقدمى الخدمة للوسائل والأساليب التى يمكن من خلالها الارتقاء بتطبيق الخدمة المصرفية على عملاء البنوك التجارية.
- 2- كشفت الدراسة عن وجود فجوة بين ما يدركه عملاء البنوك التجارية وبين ما يقدمه العاملين فى خدمة العملاء من جودة الخدمة المصرفية أظهرت عدد من المعوقات فى تسويق الخدمة المصرفية بالبنوك التجارية بدولة الكويت.

(17) دراسة ، (أشرف محمد محمود علام ، 2005) ⁽²⁾

بغنوان : "نموذج مقترح لتقييم الأداء واثره فى تشكيل سياسات الموارد البشرية - دراسة تطبيقية على العاملين بالبنك الأهلى المصرى بمنطقة الإسكندرية".

أهم أهداف الدراسة:

- 1- تقييم مدى الاستفادة من نتائج تقييم أداء العاملين بالبنك الأهلى المصرى ، فى رسم وتنفيذ سياسات الأفراد المختلفة.

1- أسامة حمود محمد العتيبي ، " معوقات تسويق الخدمة المصرفية وتأثيرها على رضا العملاء بالبنوك التجارية بدولة الكويت "، رسالة ماجستير ، جامعة عين شمس ، 2005.

2- أشرف محمد محمود علام ، " نموذج مقترح لتقييم الأداء واثره فى تشكيل سياسات الموارد البشرية - دراسة تطبيقية على العاملين بالبنك الأهلى المصرى بمنطقة الإسكندرية "، رسالة ماجستير ، اكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، 2005.

2- التوصل لنموذج مقترح لتقييم الأداء ، يمكن للبنك الأهلى الاسترشاد به ، عند تطوير أسلوب وطريقة تقييم أداء العاملين به.

أهم النتائج :

- 1- عدم وجود سجلات أو بيانات يعتمد عليها الرؤساء عند اعداد التقييم مما يجعلهم يعتمدون على الذاكرة أو الانطباع السائد خلال فترة التقييم.
- 2- أن يكون هناك جزء من التقرير لمعرفة رأى المروؤس فى تقييم الرئيس له.
- 3- لا يوجد عنصر بالنموذج القائم يساعد فى اكتشاف قدرات وإمكانيات الأفراد : كالمهارات الإدارية، والأفراد القادرون على الابتكار والتجديد .

(18) دراسة ، (أحمد محمد منير إبراهيم خليل ، 2004) ⁽¹⁾

ب عنوان : " دور إدارة الجودة الشاملة فى التحسين المستمر على البنوك الشاملة - دراسة تطبيقية " .

أهم أهداف الدراسة:

- 1- بحث الوسائل والأساليب التى من شأنها أن تساعد بها إدارة الجودة الشاملة على زيادة وفاعلية البنوك الشاملة.
- 2- دراسة وتعريف مقومات نجاح البنوك الشاملة فى مصر.

أهم النتائج :

- 1- أن التحول إلى البنوك الشاملة يرتبط ويتأثر بصورة كبيرة إلى حد ما بتطبيق أسلوب الجودة الشاملة نظرا لمساهمة هذا الأسلوب فى تحقيق مفهوم البنوك الشاملة.
- 2- أن القطاع المصرفى سوف يحقق مفهوم البنك الشامل من خلال تطبيق لأسلوب الجودة الشاملة.
- 3- أن تحقيق توقعات العميل يرتبط بتأثر أسلوب التحسين المستمر الذى يستخدمه البنك فى أداء أنشطته المصرفية وكلما كان هناك توجه نحو التحسين المستمر كلما انعكس ذلك على توقعات العميل ومقابلتها بمستوى جيد للخدمة المصرفية .

1- أحمد محمد منير إبراهيم خليل ، " دور إدارة الجودة الشاملة فى التحسين المستمر على البنوك الشاملة - دراسة تطبيقية " ، رسالة ماجستير ، اكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، 2004.