



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة القادسية
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم إدارة الأعمال
المرحلة الرابعة

دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية

بحث تقدم به الطالبان

محمد حسن ياسر & ماهر عبدالامير منديل

الى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد / قسم إدارة الأعمال
كجزء من متطلبات نيل درجة البكالوريوس في قسم إدارة الأعمال

بإشراف

الدكتور. علي جيران

للعام الدراسي

2017 – 2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

❖ إِنَّ أَحْسَنَ نَفْسٍ أَحْسَنَتْ لِنَفْسِكُمْ وَإِنْ
أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسُوءُوا
وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ
أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا ❖

صدق الله العلي العظيم

سورة الاسراء ((الآية 7))

الإهداء

إلى

وطني الحبيب وشهداء العراق والواجب

والى

كل من ضحى من اجل امن وامان هذا الوطن الحبيب

والى

كل من ساعدنا في العلم والمعرفة

الى

والدي الحبيب ووالدتي الحبيبة

والى

أساتذة كلية الإدارة والاقتصاد كافة وبالخصوص الأستاذ المشرف

لما بذله من جهد في توجيهي وله الشكر والتقدير

أوجه لهم تحياتي وجهدي المتواضع . . لكم منا التحية

الشكر والتقدير

أقسام شكر وتقدير إلى كل من سألهم
في إنتاج هذا الجهد المتواضع والحرص
بالفكر الاستراتيجي المكنون (علي جيران)
والإحافاة الاستراتيجية في عملية الإدارة
والاقتصاد والحوائج الطلبة والإشعب العراق
الحبيب.

المحتويات

ت	العنوان	رقم الصفحة
.1	الآية القرآنية	-
.2	الاهداء	-
.3	الشكر والتقدير	-
.4	المحتويات	-
.5	المقدمة	2 - 1
.6	المبحث الاول / منهجية البحث	4 - 3
.7	المبحث الثاني / تكنولوجيا المعلومات	8 - 5
.8	المبحث الثالث / تحقيق الميزة التنافسية	13 - 9
.9	الجانب العملي	17 - 14
.10	المبحث الرابع / الاستنتاجات والتوصيات	18
.11	المصادر والمراجع	20 - 19
.12	الملحق 1	22 - 21

المقدمة:

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة ثورة تكنولوجية و علمية ضخمة برزت أثارها بوضوح في المجالات الاقتصادية وكذا المجالات الأخرى، وهذا من خلال التغيير الفعلي الذي أحدثته على الميزة التنافسية بصفة عامة و جعلتها مستدامة بصفة خاصة، وكذلك إتباع إجراءات حديثة ومتطورة في مجالات التوظيف، التأهيل، ظروف العمل، توزيع وقت العمل، التكوين، التحفيز، الخ. ومن جهة أخرى شهدت المؤسسات الاقتصادية في الجزائر مؤخرا تطورا وانتعاشا اقتصاديا، والذي تمثلت أثره بشكل خاص في إدخال تكنولوجيا المعلومات في مجال الإدارة، وبالرغم من هذا فإن المفهوم الشامل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية غير واضح المبادئ والتطبيق، حيث أن هذا الأخير بقي متماسكا بشدة بثقافة التسيير الإداري للأفراد بالرغم من وجود شعور حقيقي بضرورة الاتجاه نحو تطبيقات جديدة والاهتمام أكثر بطرق التسيير الحديثة للبحث عن استخدام أفضل للموارد لتحقيق ميزة تنافسية تتسم بالاستدامة وتجديد صورة وأداء المؤسسة الاقتصادية التي تميزت غالبا بعدم الكفاءة و الفعالية.

ومن هذا المنطلق يمكن طرح الإشكالية على النحو الآتي:

كيف يمكن أن يبرز دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية في واقع السوق الجزائرية؟. هذا ما سيتم دراسته و الإجابة عليه من خلال دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب أوهاشم. ***

التساؤلات : في ضوء الإشكالية المطروحة تبرز مجموعة من التساؤلات يحاول الباحث الإجابة عليها بهدف الإلمام بكل جوانب الدراسة والوصول إلى نتائج يمكن اعتمادها و تعميمها قدر الإمكان:

- ما المقصود بتكنولوجيا المعلومات ؟ كيف ظهرت؟ وكيف تطورت ؟ و ماهي آفاقها المستقبلية؟

- هل يمكن الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسات الاقتصادية ؟

- ما هي مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة الاقتصادية ؟

- ما طبيعة العلاقة الموجودة بين تكنولوجيا المعلومات وعناصر الميزة التنافسية دبية المستدامة في المؤسسات الاقتصادية؟

المبحث الاول

منهجية البحث

مشكلة البحث:-

إن مستحقات بيئة الأعمال المعاصرة وما تشهده من تطورات تكنولوجية مذهلة استدعت ضرورة الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات وتطبيقها في مختلف مجالات المنظمة لخلق ميزة تنافسية مستدامة حتى تضمن مكانتها وبقائها في السوق . من خلال ما سبق يمكن طرح التساؤل المحوري التالي:

إلى أي مدى تستطيع تكنولوجيا المعلومات تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة ؟ ويندرج ضمن الإشكالية الرئيسية التساؤلات الفرعية التالية :

- هل استخدام تكنولوجيا المعلومات من سمات المنظمة العصرية؟
- ما مدى اهتمام المنظمات بمسألة تحقيق الميزة التنافسية ؟
- هل هناك علاقة بين تكنولوجيا المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية ؟
- ما هو واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات في مؤسسة اقتصادية؟

هدف البحث:-

هدفت هذه الدراسة إلى بيان العلاقة بين تطبيق تكنولوجيا المعلومات ، وتحقيق الميزة التنافسية ، وتحليل الحالات التي تظهر تأثير تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية للشركات الموزعة في العراق . تركزت الدراسة في جنوب ووسط العراق ، حيث تم اختيار مجتمع الدراسة مع جميع الشركات الخاصة.

أهمية البحث:-

تكمن أهمية هذه الدراسة في سبيل وضع قواعد تساعد المنظمات على اكتساب تكنولوجيا المعلومات التي تمكنها من تحقيق الميزة التنافسية بشكل جيد وفعال.

- يكتسب أهمية في تقديم إطار عملي يربط أبعاد تكنولوجيا المعلومات بالميزة التنافسية، إذ أن تناول علاقة تكنولوجيا المعلومات بكل أبعادها في تحقيق الميزة تمثل بحد ذاتها إضافة عملية جديدة بالاهتمام.
- أن يكون إضافة جديدة ومساهمة في إثراء المكتبة وتبصير القارئ بما أحدثته تكنولوجيا المعلومات في عالم الأعمال. تتجسد أهداف الدراسة في:
- المساهمة في إثراء المعارف النظرية والتطبيقية عن تكنولوجيا المعلومات.
- التعرف على الدور الذي تؤديه تكنولوجيا المعلومات في دعم الميزة التنافسية .
- حث المنظمات الجزائرية على استخدام تكنولوجيا المعلومات كأداة لتحقيق الميزة التنافسية.

فرضية البحث:-

- أظهرت الدراسة أثرا قويا لتكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية وله أهمية كبيرة وتركزت في.
- هناك عوامل أخرى ذات علاقة بالمنطقة وبيئة العمل المحدد تؤثر على الميزة التنافسية .
- يعتبر اللجوء إلى تكنولوجيا المعلومات من بين خصائص المنظمة العصرية.
- تزداد حاجة المنظمة لتكنولوجيا المعلومات بازدياد المنافسة.
- هناك علاقة بين تكنولوجيا المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية.
- تستخدم المؤسسة الاقتصادية تكنولوجيا المعلومات لخلق الميزة التنافسية.

المبحث الثاني

تكنولوجيا المعلومات

أولاً: تعريف تكنولوجيا المعلومات

1- مفهوم التكنولوجيا : و يجب التمييز بين التقنية "Technique" و التكنولوجيا "Technologie"¹ .

التقنية : "هي كيفية التصرف، طريقة، وسيلة، أو فعل مجسد عن طريق تجميع خاص لعناصر (مورد، معرفة، حركة يد عاملة، الخ) والتي تسمح بتحويل و تحويل فقط للمواد الأولية إلى منتج، فالتقنية تعمل على مزج عناصر المعرفة الخاصة بميدان ما بغية اتخاذ شكلها النهائي كمنتج.

• **التكنولوجيا :**² يقصد بها المعرفة المنهجية للتقنية؛ فهي مجموع المعرفة العلمية و التقنية التي يجب أن نتحكم بها من أجل تشكيل الأهداف، فالتكنولوجيات تتطور وفق العلوم و التقنيات فهما متلازمان، و تنتشر بفعل السياق السريان العادي أو التقليد" .

* كما تعرف التكنولوجيا على أنها " : عملية أو مجموعة من العمليات تسمح من خلال طريقة واضحة للبحث العلمي، تحسين التقنيات الأساسية وتطبيق المعارف العلمية من أجل تطوير الإنتاج الصناعي.

تكنولوجيا المعلومات : لم تحصل تكنولوجيا المعلومات – كغيرها من المصطلحات الجديدة – خاصة مع ظهور الاقتصاد الجديد بتعريفه موحد، بل تعددت هذه التعاريف

1 الطيب داودي، سولاف رحال، فروز شين، البقطة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ورقة عمل قدمت إلى الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهماتها في تكوين الميزة التنافسية في الدول العربية 27-28 نوفمبر 2007 ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم النسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلفا ، الجزائر.

2 عبد الفتاح بوخس ، كريمة شيونية ، تسيير الكفاءة ودورها في بناء الميزة التنافسية ورقة عمل كملت إلى الملتقى الولي حول تسيير لمؤسسات ؛ لمعرفة : الركيزة الجديدة والتحدى التنافسي للمؤسسات والأقتصاديات ، 12 - 13 نوفمبر 2005 كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة محمد خيصر بسكرة، الجزائر.

وتتنوعت تبعا لرؤية كل واحد لها، لذا سندرج عدة تعاريف حتى تبرز لنا أوجه الاختلاف والاتفاق فيما بينها.

التعريف الأول: لا تكنولوجيا المعلومات هي استعمال التكنولوجيا الحديثة للقيام بالنقاط ومعالجة، وتخزين واسترجاع، وإيصال المعلومات سواء في شكل معطيات رقمية، نص، صوت أو صورة».

التعريف الثاني (تعريف منظمة اليونسكو): " وهي تطبيق التكنولوجيا الالكترونية ومنها الحاسب الآلي والأقمار الصناعية وغيرها من التكنولوجيات المتقدمة لإنتاج المعلومات التناظرية والرقمية وتخزينها واسترجاعها.³

التعريف الثالث: « جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل، ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات». من خلال التعاريف السابقة نستنتج عنصرين هامين :

الأول: أن تكنولوجيا المعلومات هي حقل من حقول التكنولوجيا والتي تهتم بمعالجة المعلومات.

الثاني: التركيز على عمليات الاستقطاب، التخزين والمعالجة (المعلوماتية)، وعملية البت (الاتصال). المطلب التالي: خصائص تكنولوجيا المعلومات . لقد تميزت تكنولوجيا المعلومات عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بمجموعة من الخواص أهمها:⁴

1 - تقليص الوقت: فالتكنولوجيا جعلت كل الأماكن - إلكترونيا - متجاوزة.

3 فردوس ، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير في علوم الشبيرة فرع إدارة الأعمال جامعة لجزائر 2005-200 ص: 28 .

4 فاطمة الزهرة غربي ، خديجة بلعاء، تشولجيا المعوادر وأثرها في تحقيق الميزة لتقسية في ظل قصد المعرفة ورقة عمل قمت إلى لملتقى الدولي لكلي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمته في تكوين الميزة لتنافسية في الدول العربية 27-28 نوفمبر 2007 ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير الشلف ، الجزائر .

- 2 - **تقليص المكان** : تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بسهولة.
- 3 - **اقتسام المهام الفكرية مع الآلة**: نتيجة للتفاعل بين الباحث والنظام.
- 4 - **النمنمة** : بمعنى آخر، أسرع، أرخص ...الخ، وتلك هي وتيرة تطور منتجات تكنولوجيا المعلومات.
- 5 - **الذكاء الاصطناعي**: أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.
- 6- **تكوين شبكات الاتصال**: تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين، وكذا منتجي الآلات، ويسمح بتبادل المعلومات مع باقي النشاطات الأخرى.
- 7 - **التفاعلية**: أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة؛
- 8 - **التزامنية**: وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.
- 9 - **اللامركزية**: وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالإنترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم .
- 10 - **قابلية التوصيل**: وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع.

11 - **قابلية التحرك والحركة:** أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، أي من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة مثل الحاسب الآلي النقال ، الهاتف النقال ...الخ.

12 - **قابلية التحويل :** وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروعة مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال.

13 - **الاجماهيرية:** وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معنية بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك، كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة للاتصالات. سواء من شخص واحد إلى شخص واحد، أو من جهة واحدة إلى مجموعات، أو من مجموعة إلى مجموعة.

14 - **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات

غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمطها المرن ؛

15 - **العالمية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات

مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن

يتدفق إلكترونيا خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال

المعلوماتي فيسمح لها بتخطي عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية.

المبحث الثالث

تحقيق الميزة التنافسية

نظرا للتطور السريع للأحداث على مستوى المحيط الخارجي للمؤسسات وإنطلاقا من فكرة النظام المفتوح، يمكن القول أنه لا يمكن للمؤسسات أن تبقى بمعزل عن هذه التغيرات غير الساكنة إذ لابد لها أن تنتهج سبل التنافسية وتتوفر على قدرات تنافسية وتحقق مزايا تنافسية تتضمن لها النمو والبقاء. والاستمرارية والتفوق على منافسيها. لكن ما هي الميزة التنافسية؟ ما هي خصائصها؟ ما هي أنواعها ومحدداتها؟ وهذا ما سنحاول الإجابة عليه من خلال دراستنا لهذا المبحث. المطلب الأول: تعريف الميزة التنافسية ولقد ظهر مفهوم الميزة التنافسية تحديدا منذ الثمانينات أين بدأت بالانتشار والتوسع بعد كتابات مايكل بورتر "Maykel Porter" بشأن إستراتيجية التنافس والميزة التنافسية (1980، 1985، 1990)، فقد أصبحت تمثل العنصر الإستراتيجي الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المؤسسة ربحية متواصلة بالمقارنة مع منافسيها. وللتعرفه على مفهوم الميزة التنافسية سنقوم بعرض بعض التعريف التي تقدم مختلف وجهات نظر أصحاب الاختصاص.

التعريف الأول: يشير مصطلح **الميزة التنافسية** الى « فاره السلطمة على صياغة وتطبيق استراتيجيات جيلت التي تحتلها في مركز أتل بالنسبة للسلطمت الأخرى العاملة

في نفس الشروط، حيث تتحقق من خلال الاستعمال الأصل لمحالف القراك والكفاءات والإتكليل التي لمنع بها المؤسسة.

التعريف الثاني: حسب الكاشف Totter لا تنشأ الميزة التنافسية بمجرد رسول المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية بتلك السلسلة من فل المنافسين، أي بمجرد إحداث المؤسسة لسالية الإبداع». " ويتضح أن Porter يؤكد أن جوهر الميزة التنافسية يتمثل في الإبداع.

التعريف الثالث: تعرف الميزة التنافسية على أنها القدرة على إنتاج السلع الصحيحة والخدمات بالنوعية الجيدة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية طلبات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة مقارنة بالمؤسسات الأخرى، كما أن الميزة التنافسية تمثل مجموع الخصائص أو الصفات التي يتصف بها المنتج أو العلامة، ويعطي المؤسسة بعض التفوق على منافسيها المباشرين.⁵ من التعاريف السابقة يتضح أن الميزة التنافسية هي تعبير عن المهارات والتقنيات ومظاهر التميز الذي تملكه المؤسسة، والتي تتبلور في منتجات وخدمات تحقق للعملاء مستوى من الإشباع والمنافع أكبر مما يقدمه المنافسون، ويؤهل المؤسسة إلى تحقيق مزايا عدة منها الحصول على هوامش ربح مرتفعة وتطبيق أسعار جد منخفضة، مع الحفاظ على حصة سوقية أكبر والنمو والبقاء أطول ما يمكن. وتتمتع الميزة التنافسية ببعض الخصائص منها :

5 حيدر معالي فهمي، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية مصر، 2002، ص 08

الإبداع»⁶. ويتضح أن Porter يؤكد أن جوهر الميزة التنافسية يتمثل في الإبداع. **التعريف الثالث:** تعرف **الميزة التنافسية** على أنها القدرة على إنتاج السلع الصحيحة والخدمات بالنوعية الجيدة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية طلبات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة مقارنة بالمؤسسات الأخرى، كما أن الميزة التنافسية تمثل مجموع الخصائص أو الصفات التي يتصف بها المنتج أو العلامة، ويعطي المؤسسة بعض التفوق على منافسيها المباشرين. " من التعاريف السابقة يتضح أن الميزة التنافسية هي تعبير عن المهارات والتقنيات ومظاهر التميز الذي تملكه المؤسسة، والتي تتبلور في منتجات وخدمات تحقق للعملاء مستوى من الإشباع والمنافع أكبر مما يقدمه المنافسون، ويؤهل المؤسسة إلى تحقيق مزايا عدة منها الحصول على هوامش ربح مرتفعة وتطبيق أسعار جد منخفضة، مع الحفاظ على حصة سوقية أكبر والنمو والبقاء أطول ما يمكن. وتتمتع الميزة التنافسية ببعض الخصائص منها : - نبني على اختلاف وليس على تشابه . - يتم تأسيسها على المدى الطويل باعتبارها تختص بالفرص المستقبلية - عادة ما تكون مركزة جغرافيا. والشكل الموالي يبين لنا بعض العمليات التي تساعد على توضيح مفهوم صناعة المزايا التنافسية.

6 الشيخ الداوي الور التسيير الفعال لموارد و كفاءات المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية و فرص الاندماج في اقتصاد المعرفة و الكفاءات البشرية، جامعة ورقلة، 09-10 مارس 2004، ص209.

أنواع الميزة التنافسية

هناك نوعين من المزايا التنافسية هما: ميزة تنافسية داخلية وميزة تنافسية خارجية .

أولا : الميزة التنافسية الداخلية: تكون الميزة التنافسية داخلية عندما تكتسب المؤسسة الأفضلية بتحكمها في تكاليف الإنتاج وإدارة وتسيير المنتج، فالإنتاجية الجيدة تعطي للمؤسسة مردودية حسنة وتزيد من طاقاتها على مواجهة التخفيض في الأسعار المفروضة من طرف السوق أو المنافسين. فالإستراتيجية التي تبنى على الميزة التنافسية الداخلية تعتبر إستراتيجية السيطرة عن طريق التكاليف، وبالتالي على المؤسسة إكتساب ميزة التكلفة الأقل والتي تعني « قدرة المؤسسة على تصميم، تصنيع وتسويق المنتج بأقل تكلفة مقارنة مع المؤسسات المنافسة مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق أرباح أكبر»⁷. ومن أجل الحيازة على ميزة التكلفة الأقل يتم الاستناد إلى مراقبة عوامل تطور التكاليف، و« لا تتمكن المؤسسة من اكتساب ميزة التكلفة الأقل إلا إذا توصلت إلى التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين الآخرين » . وتكون عملية مراقبة عوامل تطور التكاليف كما يلي :

1- مراقبة الحجم : يمكن كل من التوسيع في تشكيلة المنتجات، الحيازة على وسائل إنتاج جديدة، التوسيع في السوق أو نشاط تسويقي مكثف من تخفيض التكاليف، غير

7 نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مرجع سابق، ص 84.

أن الحجم الذي يحكم التكاليف يختلف من نشاط الأخر ومن منطقة لأخرى وتجدر الإشارة إلى أن البحث عن اقتصاديات الحجم يجب ألا يحدث تدهورا في الأنشطة الأخرى ومنه توحي التوازن في عملية البحث هذه.⁸

2- مراقبة التعلم : ينتج التعلم من الجهود المبذولة والمتواصلة من طرف الإطارات والمستخدمين على حد سواء، لذلك لا يقتصر تركيز التكاليف على اليد العاملة فحسب بل بتعداد ليشمل بعض الجوانب.

8 احمد سيد مصطفى المجالات واستراتيجيات المنافسة في القرن الحادي والعشرين، أفاق اقتصادية، المجلد رقم 22، العدد 27، 2001، ص 124.

الجانب العملي

مشكلة الدراسة : تتمثل بالتساؤلات الآتية ؟

- (١) معرفة مدى امكانية فاعلية تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المؤسسة في تحسين جودة المنتجات و كفاءتها بما يتماشى و المستهلكين رغبات و حاجاتهم ؟
- (٢) معرفة مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في تقليل كلفة الجودة للمنتجات ؟
- (٣) معرفة مدى قيام تكنولوجيا المعلومات على زيادة المبيعات في المؤسسة ؟
- (٤) معرفة امكانية تكنولوجيا المعلومات في رفع كفاءة توزيع المنتجات و خدمات البيع و ما بعد البيع ؟
- (٥) معرفة مدى تعزيز تكنولوجيا المعلومات من قدرة المؤسسة على الترويج لمنتجاتها؟
- (٦) معرفة مدى مساعدة تكنولوجيا المعلومات على تأمين فرص الابداع و المبادرة ؟
- (٧) معرفة مدى امكانية تكنولوجيا المعلومات في زيادة الحصة السوقية للمؤسسة من خلال فتح أسواق جديدة و تعزيز الاسواق المالية ؟
- (٨) معرفة مدى عمل تكنولوجيا المعلومات على زيادة التنسيق بين العمليات و الوحدات المختلفة و تكاملها؟
- (٩) معرفة مدى عمل تكنولوجيا المعلومات المستخدمة على زيادة كفاءة التشغيل و الانتاج ؟
- (١٠) معرفة مدى امكانية تسهيل تكنولوجيا المعلومات عمليات البحث و التطوير ؟

فرضيات البحث :

وفقا لمشكلة البحث يمكننا افتراض الآتي :

- الفرضية (١) امكانية معرفة مدى فاعلية تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المؤسسة في تحسين جودة المنتجات و كفاءتها بما يتماشى و المستهلكين رغبات و حاجاتهم .
- الفرضية (٢) تساهم تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في تقليل كلفة الجودة للمنتجات .
- الفرضية (٣) تساعد تكنولوجيا المعلومات على زيادة المبيعات في المؤسسة.
- الفرضية (٤) تقوم تكنولوجيا المعلومات في رفع كفاءة توزيع المنتجات و خدمات البيع و ما بعد البيع.
- الفرضية (٥) تعزز تكنولوجيا المعلومات من قدرة المؤسسة على الترويج لمنتجاتها.
- الفرضية (٦) تساعد تكنولوجيا المعلومات على تأمين فرص الابداع و المبادرة .
- الفرضية (٧) تساعد تكنولوجيا المعلومات في زيادة الحصة السوقية للمؤسسة من خلال فتح أسواق جديدة و تعزيز الاسواق المالية .
- الفرضية (٨) تعمل تكنولوجيا المعلومات على زيادة التنسيق بين العمليات و الوحدات المختلفة و تكاملها
- الفرضية (٩) تعمل تكنولوجيا المعلومات المستخدم على زيادة كفاءة التشغيل و الانتاج .
- الفرضية (١٠) تسهل تكنولوجيا المعلومات عمليات البحث و التطوير.

تحليل النتائج من خلال تفريغ استمارة الاستبيان :

تم قياس دور تكنولوجيا المعلومات في الميزة التنافسية من خلال نموذج استبيان وجه لعينة من العاملين في الاسواق التجارية و في الديوانية وقد تم توزيع ٥٥ استبانة على عينة الدراسة ، تم استرداد ٤٢ استمارة منها، واستخدم الباحث في تحليل البيانات واستخلاص النتائج من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS، تضمن نموذج الاستبيان عشرة اسئلة (كما في الجدول ١) ، تمثل السؤال الاول في الاستبانة الموجه إلى عينة الدراسة بمعرفة مدى فاعلية تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المؤسسة في تحسين جودة المنتجات و كفاءتها بما يتماشى و المستهلكين رغبات و حاجاتهم، وتضمن السؤال الثاني الوقوف على مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في تقليل كلفة الجودة للمنتجات ، فيما ركز الثالث على معرفة فيما اذا كان تكنولوجيا المعلومات تساعد على زيادة المبيعات في المؤسسة، وتناول الرابع قيام تكنولوجيا المعلومات في رفع كفاءة توزيع المنتجات و خدمات البيع و ما بعد البيع، فيما ركز الخامس على معرفة فيما اذا كانت تكنولوجيا المعلومات تعزز من قدرة المؤسسة على الترويج لمنتجاتها، وحدد السادس فيما اذا كان تساعد تكنولوجيا المعلومات على تأمين فرص الابداع و المبادرة ، وحدد السابع فيما اذا كانت زيادة الحصة السوقية للمؤسسة تتم من خلال فتح أسواق جديدة و تعزيز الاسواق المالية ، وركز الثامن على معرفة ما اذا كانت تكنولوجيا المعلومات تعمل على زيادة التنسيق بين العمليات و الوحدات المختلفة و تكاملها ، وركز التاسع على معرفة ما اذا كان تكنولوجيا المعلومات تعمل المستخدم على زيادة كفاءة التشغيل و الانتاج ، وانتهت الاستبانة بسؤال اخير تركز على مدى قيام تكنولوجيا المعلومات بتسهيل عمليات البحث والتطوير.

يوضح الجدول (١) التكرارات والتكرارات النسبية، ومقاييس التوسط والتشتت ، إذ أظهرت إجابات أفراد العينة والموضحة وفقا للمتوسط المرجح الممثل بالوسط الحسابي والتي كانت متفاوتة نوعا ما بين الحياد والموافقة ، والبالغة بين (٢.٥٥ للسؤال الثامن و ٤.١٧ للسؤال الخامس) ، وبانحراف معياري بين (٠.٩٨ للسؤال ٦ و ٠.١٥ للسؤال ٧) ، وقد تباينت الاجابات ، وكانت بالموافقة على ٦ من الاسئلة ، تمثل السؤال ١، ٢، ٤، ٥، ٦، ١٠. مما يدل على قبول تلك الفرضيات ، فيما كانت الاجابات بالحياد للسؤال ٣ فقط ، و رفض الفرضيات (٧ ، ٨ ، ٩) ، لأن الاجابات كانت بعدم الموافقة لتلك الاسئلة .

الجدول (١)

اتجاه إجابات أفراد العينة

ت	المحور والفقرة	أوافق تماماً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق تماماً	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
		التكرار							
		%	%	%	%	%			
1	تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المؤسسة في الميزة التنافسية في المنتجات و كفاءتها بما يتماشى و . رغبات و المستهلكين وحاجاتهم	12	21	7	2	-	4.02	0.45	موافق
		28.6	50	16.7	4.7	-			
2	تساهم تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية في تقليل كلفة الجودة للمنتجات	6	15	11	8	2	3.36	0.78	محايد
		14.3	35.8	26.2	19	4.7			
3	تساعد تكنولوجيا المعلومات على زيادة المبيعات وتحقيق ميزة تنافسية في المؤسسة	11	16	8	6	1	3.71	0.97	موافق
		26.2	38.1	19	14.3	2.4			
4	تساعد تكنولوجيا المعلومات في رفع كفاءة توزيع المنتجات و خدمات البيع و ما بعد البيع	8	7	24	3	-	3.48	0.92	موافق
		19	16.7	57.2	7.1	-			
5	تعزز تكنولوجيا المعلومات من قدرة المؤسسة على الترويج لمنتجاتها	24	12	5	1	-	4.17	0.86	موافق
		57.1	28.6	11.9	2.4	-			

6	تساعد تكنولوجيا المعلومات على تأمين فرص الابداع و المبادرة	8	12	19	2	1	3.57	098	موافق
		19	28.7	45.2	4.7	2.4			
7	تعمل تكنولوجيا المعلومات على زيادة الحصة السوقية للمؤسسة من خلال فتح أسواق جديدة و تعزيز الاسواق المالية.	1	10	15	13	3	2.83	0.15	لا أوافق
		2.4	23.8	35.8	31	7			
8	تعمل تكنولوجيا المعلومات على زيادة التنسيق بين العمليات و الوحدات المختلفة تكاملها	2	4	14	17	5	2.55	0.76	لا أوافق
		4.7	9.5	33.3	40.6	11.9			
9	تعمل تكنولوجيا المعلومات المستخدم على زيادة كفاءة التشغيل و الانتاج	4	2	15	16	5	2.62	0.52	لا أوافق
		9.5	4.7	35.8	38.1	11.9			
10	تسهل تكنولوجيا المعلومات عمليات البحث والتطوير	7	14	17	2	2	3.52	0.78	موافق
		16.6	33.3	40.7	4.7	4.7			

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

- ١) أظهرت أغلب آراء العينة من خلال التحدث معهم على أن تكنولوجيا المعلومات لديها أثر إيجابي على عناصر الميزة التنافسية .
- ٢) يعد استعمال شبكة المعلومات في المؤسسة محل الدراسة أهم وسيلة للتواصل
- ٣) عدم استغلال ما تتيحه تكنولوجيا المعلومات من تدفق غير مسبوق من المعلومات ونقلها إلى العمال، وإن كان هناك استغلال فيبقى هذا الاستغلال نسبي.
- ٤) إمكانية معرفة مدى فاعلية تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المؤسسة في تحسين جودة المنتجات و كفاءتها بما يتماشى و المستهلكين رغبات و وحاجاتهم .
- ٥) تساهم تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في تقليل كلفة الجودة للمنتجات .
- ٦) هناك تفاوت في مدى مساعدة تكنولوجيا المعلومات على زيادة المبيعات في المؤسسة.
- ٧) تقوم تكنولوجيا المعلومات في رفع كفاءة توزيع المنتجات و خدمات البيع و ما بعد البيع.
- ٨) تعزز تكنولوجيا المعلومات من قدرة المؤسسة على الترويج لمنتجاتها.
- ٩) تساعد تكنولوجيا المعلومات على تأمين فرص الابداع و المبادرة .

التوصيات:

- على المدراء مشاركة العنصر البشري بقوة في القرارات الإستراتيجية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات المراد إدماجها، وهذا يسمح بتحقيق الأهداف المرجوة منها، فكل الجهود أو الاستراتيجيات التي تضعها المؤسسة تبقى مبتورة ما لم يشارك في صنعها الأفراد
- ٢) تكوين وتمكين العمال من استعمال التكنولوجيا بشكل مكثف وقوي، فاستخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل ضئيل داخل المؤسسة لا يسمح بالاستفادة من منافعها، ولا يساعد في تحقيق الأرباح وتقليل التكاليف.
- ٣) ضرورة أن يولي المسؤولين في المؤسسة اهتماما زائدا بالمزايا التنافسية.

المصادر والمراجع

1. احمد سيد مصطفى المجالات واستراتيجيات المنافسة في القرن الحادي والعشرين، أفاق اقتصادية، المجلد رقم 22، العدد 27، 2001.
2. حيدر معالي فهمي، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية مصر، 2002.
3. الشيخ الداوي الور التسيير الفعال لموارد و كفاءات المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية و فرص الاندماج في اقتصاد المعرفة و الكفاءات البشرية، جامعة ورقلة، 09-10 مارس 2004.
4. الطيب داودي، سولاف رحال، فروز شين، اليقظة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ورقة عمل قدمت إلى الملتقى الدولي الذاتي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين الميزة التنافسية في الدول العربية 27-28 نوفمبر 2007 ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم النسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلفا ، الجزائر.
5. عبد الفتاح بوخس ، كريمة شيونية ، تسيير الكفاءة ودورها في بناء الميزة التنافسية ورقة عمل كملت إلى الملتقى الولي حول تسيير لمؤسسات ؛ لمعرفة : الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات والأقتصاديات ، 12 - 13

نوفمبر 2005 كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة محمد خيصر بسكرة،
الجزائر.

6. فاطمة الزهرة غربي ، خديجة بلعيا، تشولوجيا المعوادر وأثرها في تحقيق
الميزة لتقسية في ظل قصد المعرفة ورقة عمل قمت إلى لملتقى الدولي لكلي
حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمة في تكوين الميزة لتنافسية في
الدول العربية 27-28 نوفمبر 2007 ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم
التسيير الشلف ، الجزائر .

7. فردوس ، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة
ماجستير في علوم الشبير فرع إدارة الأعمال جامعة لجزائر 2005-200 .
8. نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مرجع سابق.

الملحق 1

استبيان

الجدول (١)

اتجاه إجابات أفراد العينة

ت	المحور والفقرة	أوافق تماماً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق تماماً	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
		التكرار							
		%	%	%	%	%			
1	تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المؤسسة في الميزة التنافسية في المنتجات و كفاءتها بما يتماشى و رغبات و المستهلكين وحاجاتهم								
2	تساهم تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية في تقليل كلفة الجودة للمنتجات								
3	تساعد تكنولوجيا المعلومات على زيادة المبيعات وتحقيق ميزة تنافسية في المؤسسة								
4	تساعد تكنولوجيا المعلومات في رفع كفاءة توزيع المنتجات و خدمات البيع و ما بعد البيع								
5	تعزز تكنولوجيا المعلومات من قدرة المؤسسة على الترويج لمنتجاتها								

6	تساعد تكنولوجيا المعلومات						
	على تأمين فرص الابداع و المبادرة						
7	تعمل تكنولوجيا المعلومات						
	على زيادة الحصّة السوقية للمؤسسة من خلال فتح أسواق جديدة و تعزيز الاسواق المالية.						
8	تعمل تكنولوجيا المعلومات						
	على زيادة التنسيق بين العمليات و الوحدات المختلفة تكاملها						
9	تعمل تكنولوجيا المعلومات						
	المستخدم على زيادة كفاءة التشغيل و الانتاج						
10	تسهل تكنولوجيا المعلومات						
	عمليات البحث و التطوير						