



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمزة لخضر - الوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم التسيير



مساهمة أنظمة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية بمؤسسة إتصالات الجزائر موبيليس وكالة الوادي

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر

تخصص: إدارة أعمال

تحت إشراف الأستاذ:

-وليد مرتضى نوة

من إعداد الطلبة:

- مسعودي رضا

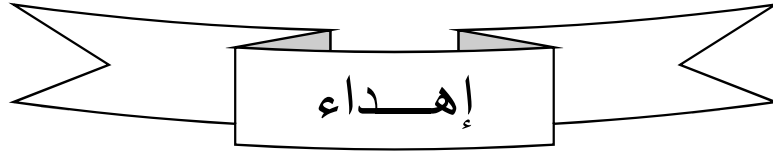
- منصر محمد البشير

- شويخي محمد

لجنة المناقشة

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الى والدينا الكرمين

والى كل الأحبة والعائلة الكريمة

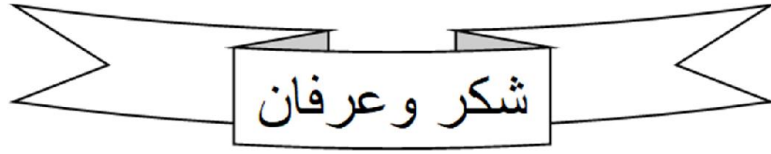
الى كل من ارتقي بنا في مناهل العلم واناار لنا سبل المعرفة

طوال مشوارنا الدراسي

نهدي هذا العمل المتواضع

آملينا من الله عزا وجل ان يجعله علما نافعا قيما

الطالبة



نشكر الله عزا وجل اولا واخرا على فضله واحسانه ونحمده على توفيقه وامتنانه
وله الفضل الأسمى على ما وصلنا إليه في مشوارنا الدراسي ونصلي ونسلم على
سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم خير من حث على العلم وطلبه

إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد بكلمة أو معلومة أو نقد أو تشجيع

كما نشكر جميع الاساتذة الافاضل لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير بجامعة الوادي على مجهوداتهم المبذولة في ايصال العلم بكل اتقان
وتفاني

ونخص بالذكر الاستاذ المشرف الدكتور وليد مرتضى نوة على مقدمه لنا من
اعانات وتوصيات لإتمام هذا العمل

الطالبة

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحديد دور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية من خلال تحديد موارد نظم المعلومات والمتمثلة في: الأجهزة، قواعد البيانات، البرمجيات، شبكات الاتصال، الأفراد " ومدى تأثيرها على خصائص الميزة التنافسية من خلال طرح الإشكالية التالية: - ما مدى مساهمة أنظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة موبيليس بالوادي؟ و ثم الإجابة عليها من خلال تحليل إحصائي لعينة عشوائية بمؤسسة موبيليس ل 31 عامل، تم جمعها اعتمادا على استبيان يشمل فقرات لكل من موارد نظم المعلومات وخصائص الميزة التنافسية. وتم التوصل لمجموعة من النتائج أبرزها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لدور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

الكلمات المفتاحية: نظم المعلومات، الميزة التنافسية، الأجهزة، شبكات الاتصال، الأفراد، القواعد والبيانات

ABSTRACT

The study aimed to determine the role of information systems in achieving competitive advantage by identifying the resources of information systems represented in: hardware, databases, software, communication networks, individuals and the extent of their impact on the characteristics of competitive advantage by questioning the following problem: – What is the extent of the contribution of information systems to obtaining the competitive advantage of the Mobilis Company in la Vallée?, then to answer it by a statistical analysis of a random sample of 31 workers of the Mobilis Company, which were collected from a questionnaire comprising items for each of the resources of the information system and the characteristics of competitive advantage. A number of results were obtained, including: There is a statistically significant effect of the role of information systems in gaining competitive advantage.

Keys Words: information systems, competitive advantage, computing devices, communication networks, Human factors, data bases, software

فهرس المحتويات

العنوان	رصف
الإهداء	
الشكر	
ملخص الدراسة	II
فهرس المحتويات	II - III
قائمة الجداول	IV
قائمة الأشكال	v
المقدمة	2
الفصل الأول: الإطار النظري لنظم المعلومات والميزة التنافسية	
المبحث الأول: ماهية نظم المعلومات	8
المطلب الأول: مفهوم نظم المعلومات	8
المطلب الثاني: معالجة نظم المعلومات	11
المطلب الثالث: موارد نظم المعلومات.	15
المبحث الثاني: ماهية الميزة التنافسية	20
المطلب الأول: مفهوم الميزة التنافسية	21
المطلب الثاني: محددات واستراتيجيات الميزة التنافسية	25
المطلب الثالث: أهمية وأهداف الميزة التنافسية	33
المبحث الثالث: أثر نظم المعلومات على الميزة التنافسية.	34
المطلب الأول: دور المنافسة الاستراتيجية لنظم المعلومات.	34
المطلب الثاني: أهمية نظم المعلومات في تحسين المنتج.	36
المطلب الثالث: استخدامات المعلومات التسويقية.	37
المبحث الرابع: الدراسات السابقة	38
المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية	38
المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية	40
المطلب الثالث: الاختلاف بين الدراسات السابقة والمذكورة.	41
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لدور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية بمؤسسة اتصالات الجزائر - موبيليس - بولاية الوادي	
المبحث الأول: تقديم مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس	46
المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة	46

فهرس المحتويات

47	المطلب الثاني: أهداف المؤسسة
48	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة (الطريقة والأدوات).
48	المطلب الاول: منهج، المجتمع وعينة الدراسة.
49	المطلب الثاني: نموذج الدراسة والأدوات المستخدمة في تحليل النتائج.
51	المبحث الثالث: تحليل ومناقشة النتائج
51	المطلب الاول: اختبار صدق وثبات الاستبيان
54	المطلب الثاني: الخصائص العامة للعينة
59	المطلب الثالث: دراسة وصفية لإجابات العينة
67	المطل الرابع: اختبار فرضيات الدراسة
79	الخاتمة
82	قائمة المصادر والمراجع
86	الملاحق

قائمة الجداول

الجدول	رص
الجدول رقم (1-1): أبعاد نطاق التنافس.	32
جدول رقم (2-1): توزيع الاستبيان	49
جدول رقم (2-2): الأساتذة المحكمين	52
جدول رقم (2-3): معامل الارتباط بيرسون لموارد نظم المعلومات	52
الجدول رقم (2-4): معامل الارتباط بيرسون لخصائص الميزة التنافسية	53
جدول رقم (2-5): حساب معامل الفا كرو نباخ.	53
جدول رقم (2-6): التكرارات والنسبة المئوية للجنس.	54
جدول رقم (2-7): التكرارات والنسبة المئوية للسن.	55
جدول رقم (2-8): حساب التكرارات والنسبة المئوية للمستوى الدراسي.	56
جدول رقم (2-9): التكرارات والنسبة المئوية لنوع الوظيفة.	57
جدول رقم (2-10): التكرارات والنسبة المئوية لمستوى الخبرة.	58
جدول رقم (2-11): اتجاه العينة في مقياس ليكارث الخماسي.	60
جدول رقم (2-12): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد الأجهزة .	60
جدول رقم (2-13): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد البرمجيات	61
جدول رقم (2-14): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد شبكات الاتصال	62
جدول رقم (2-15): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد قواعد البيانات	63
جدول رقم (2-16): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد الأفراد	64
جدول رقم (2-17): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتمييز الخدمات	65
جدول رقم (2-18): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للاستجابة السريعة للعملاء.	66
جدول رقم (2-19): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتكلفة الأقل	66
الجدول رقم (2-20): يحدد علاقة الدلالة الاحصائية بين المتغيرين	67
الجدول رقم (2-21): تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية 01	68
الجدول رقم (2-22): تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية 02	70
الجدول رقم (2-23): تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية 03	71
الجدول رقم (2-24): تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية 04	72
الجدول رقم (2-25): تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية 05	73
الجدول رقم (2-26): تحليل نتائج الانحدار للفرضية الرئيسية	75
جدول رقم (2-27): نتائج اختبار الفرضيات	76

قائمة الأشكال

ر ص	الأشكال
12	الشكل رقم (1-1): معالجة نظم المعلومات.
20	الشكل رقم (1-2): المكونات الأساسية لنظم المعلومات المرتبطة بجهاز الحاسوب.
28	شكل رقم (1-3): العلاقة بين انواع الميزة التنافسية والاستراتيجيات.
30	الشكل رقم (1-4): دورة حياة الميزة التنافسية
50	الشكل رقم (2-1): نموذج الدراسة
54	الشكل رقم (2-2): النسبة المئوية لعدد الذكور والإناث
55	الشكل رقم (2-3): عدد تكرارات السن
56	شكل رقم (2-4): النسبة المئوية لتوزيع المستوى الدراسي للعيينة
57	الشكل رقم (2-5): توزيع النسب المئوية لنوع الوظيفة
58	الشكل رقم (2-6): عدد تكرارات توزيع العينة على حسب مستوى الخبرة المهنية

المقدمة

تمثل المتغيرات التكنولوجية أحد العناصر الهامة والأساسية في البيئة الكلية للمؤسسة، حيث تشمل جميع الاختراعات والابتكارات والتحسينات التكنولوجية التي تتعلق بمجال عملها، كالإنترنت، الحاسوب الآلي وإمكانية استخدامه في نظم التصنيع والتصميم الروبوتيك، تكنولوجيا الاتصالات الجديدة... الخ.

إن التطورات والتغيرات في مجال التكنولوجيا، لاشك أن لها أثر على أداء المؤسسات الاقتصادية بكل أنواعها وخاصة تلك التي تعتمد على استخدام التكنولوجيا بشكل كثيف في عملها، فهي قادرة على خلق فرص جديدة، أو فرض تمديدات حقيقية في مجال المنافسة، فالبعض من المؤسسات تتعرض لتهديد مباشر نتيجة لتقدم التكنولوجيا التي تستخدمها بالمقارنة بما يستخدمه المنافسون، حيث ينعكس ذلك في انخفاض جودة ما تقدمه من سلع وخدمات، بالإضافة إلى ارتفاع التكاليف، في حين أن المؤسسات التي تعتمد على مستوى أعلى من التكنولوجيا تكون لديها فرصة لتحقيق التفوق على المنافسين واكتساب مزيد من المزايا التنافسية.

فإن قيام أي منظمة بتحليل بيئتها سواء الداخلية أو الخارجية، لن يتم إلا بتوفر المعلومات الضرورية والدقيقة وفي الوقت المناسب ونظراً لكم الهائل من المعلومات الذي تستقبله المنظمة فلا يمكن القيام بتنظيمها وتسهيلها لمتخذ القرار إلا من خلال وجود هذه النظم المعلوماتية، فهذه الأخيرة تملك القدرة على جمع البيانات وتصنيفها وتخزينها واسترجاعها وبثها لأكثر عدد من المستخدمين في أقصر وقت ممكن، حتى تكون بمثابة المصدر الأساسي لاستقاء المعلومات ذات المصادقية التي تبني عليها القرارات من هنا تبرز أهمية الدور الاستراتيجي لنظم المعلومات، من خلال استخدامها ليس فقط كأداة لإنجاز وظائف الإدارة واتخاذ القرارات، وإنما كذلك كأداة لتحسين الميزة التنافسية بين المؤسسات .

وعلى هذا الأساس ارتأينا صياغة إشكالية بحثنا وفق السؤال الرئيسي التالي:

1- إشكالية الدراسة:

- ما مدى مساهمة أنظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة موبيليس بالوادي؟

*** الاسئلة الفرعية:**

ويمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما اثر استخدام الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية ؟
- ما اثر استخدام البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية ؟
- ما اثر استخدام شبكات الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية ؟
- ما اثر استخدام قواعد البيانات في تحقيق الميزة التنافسية ؟
- ما إثر الأفراد في تحقيق الميزة التنافسية؟

2-الفرضية:

وللإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية قمنا بوضع الفرضيات التالية:

- هناك إثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

*** الفرضيات الفرعية:**

- يوجد إثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية.
- يوجد إثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية.
- يوجد إثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام شبكات الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية.
- يوجد إثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام قواعد البيانات في تحقيق الميزة التنافسية.
- يوجد إثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأفراد في تحقيق الميزة التنافسية.

3-أهمية الدراسة:

- توفر هذه الدراسة المعلومات لازمة مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس في مجال المعلوماتي من اجل تحسين المنظومة المعلوماتية وتحديد الفجوات لتمكين المؤسسة من تعزيز الميزة التنافسية مع الشركات الاخرى وترقية المجال التكنولوجي سواء داخل المؤسسة (على المستوى الاداري) او خارجها (التعاملات مع الزبائن).

4-أهداف الدراسة

- تهدف إلى تحديد تأثير الموارد المعلوماتية على مؤسسة موبيليس
- تحديد العلاقة بين نظم المعلومات والميزة التنافسية.

5-اسباب اختيار الموضوع:

ا /-الاسباب الذاتية:

- ارتباط الموضوع مع تخصصنا الدراسي في الجامعة

ب/-الاسباب الموضوعية:

- نقص الدراسات والبحوث لموضوع المذكرة في حدود علمنا.
- تعد نظم المعلومات من المواضيع الحديثة خاصة في المجال الاقتصادي والتي لاتزال تحتاج الى تنظيم ودراسات اكاديمية.

6-حدود الدراسة

لقد تمثلت الدراسة في تحديد مساهمة النظم المعلوماتية لتحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر (موبيليس) بولاية الوادي.

* الزمانية: في الفترة الممتدة من شهر مارس 2023 إلى غاية شهر ماي 2023

* المكانية: مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس ولاية الوادي

7-منهج الدراسة:

لقد اعتمدنا على في الدراسة على المنهج الوصفي وعلى المنهج التحليلي

المنهج الوصفي: هو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث.

المنهج التحليلي: وهو منهج يقوم على تقسيم أو تجزئة الظواهر أو المشكلات البحثية إلى العناصر الأولية التي تُكوّنها؛ لتسهيل عملية الدراسة، وبلوغ الأسباب التي أدت إلى نشوئها، ويستخدم بالتزامن مع طرق علمية أخرى.

8-هيكل الدراسة:

ضمت الدراسة فصلين يحتويان على كل معلومة تساعد في الإجابة على الإشكالية المطروحة، وبعد المقدمة العامة ذات الإطار المنهجي للدراسة، يأتي الفصل الأول وهو الجانب النظري الذي يبين النظريات الأدبية لموضوع الدراسة، كما يعرض الدراسات السابقة التي تطرقت للموضوع،

ثم يأتي الفصل الثاني والمتمثل في الدراسة الميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس ولاية الوادي مأخوذة كمجتمع دراسي لمعرفة ما مدى مساهمة أنظمة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية وذلك بتوزيع استبيان على عمالها ثم جمعه وتحليله، ثم تختتم الدراسة بخاتمه تعرض أهم النتائج المتحصل عليها متنوعة بالمراجع والمصادر المستعان بها في الدراسة.

الفصل الاول: الإطار النظري لنظم
المعلومات والميزة التنافسية

تمهيد

إن قدرة تحكم المؤسسة في نظم المعلومات يرتبط ارتباطا وثيقا في قدرتها على مواجهة المؤسسات المشابهة لها في الأسواق التجارية وتحقيق الميزة التنافسية وعلى هذا الأساس يمكن اعتبار توفير أجهزة تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال والتواصل موارد مهمة في تطوير العمليات الإنتاجية، كما توفر العوامل البشرية وقدرتها على التحكم في قواعد البيانات والبرمجيات إمكانية التميز من حيث سرعة الاستجابة والتسويق وعلى هذا الأساس سوف نتطرق في هذا الفصل على ماهية نظم المعلومات والميزة التنافسية من خلال ثلاث مباحث رئيسية:

المبحث الأول: ماهية نظم المعلومات

المبحث الثاني: ماهية الميزة التنافسية

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

المبحث الاول: ماهية نظم المعلومات

ان دراسة نظم المعلومات يقوم أساسا على تحديد المفاهيم لكل متغير منه وعلى هذا الاساس لابد من التعريف المفاهيمي وتحديد جميع الخصائص المكونة للنظم المعلوماتية.

المطلب الاول: مفهوم نظم المعلومات

مصطلح نظم المعلومات هو مصطلح مركب سوف نحاول تجزئته للإحاطة بالمفهوم الشامل للمعنى عن طريق تحديد مفهوم النظام ونظم المعلومات.

أولا. تعريف النظام.

إن مصطلح النظام (Système) مشتق أساساً من الكلمة اليونانية (Systema) التي كانت الكل المركب من عددٍ من الأجزاء، وعلى الرغم من أنّ هذا المصطلح لم يتبلور إلا حديثاً -كمفهوم علمي- إلا أنه يُعد من المصطلحات الشائعة الاستخدام في مختلف المجالات الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية... الخ، وعند البحث في تعريف النظام نجد صعوبة الاتفاق التام بين الكتاب والباحثين حول إيجاد تعريف دقيق ومحدد له، وفيما يلي نحاول عرض بعض التعاريف التي تناولت هذا المصطلح.

ويعرف النظام ايضا على أنه: "مجموعة من العناصر المتفاعلة مع بعضها البعض".¹

وعرف كذلك على أنه: " مجموعة من الأجزاء التي ترتبط ببعضها ومع بيئتها المحيطة، وهذه الأجزاء تعمل كمجموعة واحدة من أجل تحقيق أهداف النظام".²

ثانيا. أصناف النظام:

ويمكن تصنيف النظام على أساس خاصية أو أكثر في هذا النظام. ومن هذه التصنيفات الآتي:

¹ محمد عبد آل حسين فرج الطائي، المدخل إلى أنظمة المعلومات، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2005، ص 17.

² مرمي مراد، أهمية نظم المعلومات الادارية كأداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010، ص 03.

1-النظم الطبيعية والنظم الصناعية Natural systems and Human-made Systems

أ/-النظام الطبيعي: هو النظام الذي لا دخل للإنسان في وجوده، بل هو من صنع الله سبحانه وتعالى مثل: الانسان نفسه ومثل الكون، والشمس والقمر والأنهار ... إلخ.

ب/-النظام الصناعي: هو من صنع الانسان باستخدام الموارد والعناصر والأسباب، سخرها الله له. ومن أمثلة هذه النظم الشركات والهيئات والجامعات والمستشفيات... إلخ. ويحتاج هذا النظام إلى من يصممه وينفذه ويديره ويشرف على تشغيله لكي يستمر وهو بذلك يختلف عن النظام الطبيعي الذي يعمل تلقائياً وبدون تدخل من الإنسان.

2-النظم المفتوحة والمغلقة Open and Close Systeme

أ/-النظام المفتوح: هو النظام الذي يؤثر ويتأثر بالبيئة التي يعمل فيها بمعنى أن التغيرات في البيئة المحيطة بالنظام تؤثر على مدخلات وعمليات التشغيل ومخرجات النظام، وبالتالي يجب أن يكون النظام مرناً للتأقلم مع هذه التغيرات حتى يمكنه الاستمرار في الوجود. فمثلاً يجب على الشركة في مجال الأعمال أن تعدل من إنتاجها وفقاً للتغيرات في أذواق ورغبات المستهلكين

ب/-النظام المغلق: هو ذلك النظام الذي لا يوجد أي تفاعل بينه وبين البيئة. مثل نظام الرقابة والتحكم في معامل تكرير البترول الذي يعمل ذاتياً بالكامل، ولا يوجد بينه وبين البيئة المحيطة أي تفاعل.

3-النظم البسيطة والمعقدة Simple and Complexa System

تحدد عدد النظم الفرعية التي يتضمنها النظام وتنوع وتعدد العلاقات بين هذه النظم الفرعية درجة بساطة وتعقيد النظام وبالتالي تتصف النظم المعقدة بالصعوبة في إدارتها وتشغيلها.

4-النظم الاحتمالية والمحددة probabilistic systèmes and Deterministic systèmes

أ/ -النظام الاحتمالي: هو النظام الذي لا يمكن التنبؤ بالحالات التي سيكون عليها إلا باستخدام الاحتمالات. بمعنى لا يمكن أن يعرف على وجه التحديد رد فعل النظام أو مخرجاته نتيجة لحدوث ظروف معينة.¹

ب/-النظام المحدد: هو الذي يمكن من خلاله تحديد ما ستكون عليه حالة النظام ومخرجاته استجابةً لمجموعة محددة من المدخلات. وتعتبر النظم الآلية من أفضل الأمثلة للنظم المحددة.²

ثانياً تعريف نظم المعلومات:

لقد تعددت التعاريف التي قدمها الباحثين لنظم المعلومات كل حسب مجاله الا انه يمكن تلخيص أهم التعريفات فيما يلي:

التعريف الاول: عرف Le Moine 1973، نظم المعلومات بأنها: " مجموعة من المعلومات سواء كانت رسمية أو غير رسمية مهيكلة أو غير مهيكلة والتي تُوجد وتسري داخل المنظمة، أو بين هذه المنظمة ومحيطها " ³

التعريف الثاني: وعرفها R Rein على أنها: " مجموعة منظمة من الموارد المادية، برامج، أفراد، إجراءات، تسمح باكتساب ومعالجة وتخزين وإيصال المعلومات تحت شكل بيانات، نصوص، صور، أصوات...الخ) داخل المنظمات " ⁴.

التعريف الثالث: ويُعرفها (الصباغ) على أنها: " بيئة تحتوي على عدد من العناصر التي تتفاعل فيما بينها ومع محيطها تلف جمع البيانات ومعالجتها حاسوبياً وإنتاج وبث المعلومات لمن يحتاجها لصناعة القرارات".⁵

¹ متولي عصام الدين محمد ، نظم المعلومات المحاسبية ، منشورات جامعة السودان المفتوحة ، الطبعة الاولى ، السودان، 2007، ص 13.

²² المرجع السابق، ص 14 .

³ Robert Reix, Systèmes d'information et management des organisation, 4e édition, Vuibert, Paris, 2002 p.75

⁴ Robert Reix, la même référence , p75

⁵ الصباغ عماد، نظم المعلومات ماهيتها ومكوناتها، الطبعة الاولى، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن ، 2000 ، ص 11 .

إن معايير نجاح نظم المعلومات قد تختلف من شخص لآخر إلا أنه هناك مميزات عامة تصف إطار أي نظام معلومات ناجح وهي دقة وصحة النظام، واستقلالية النظام، أن يعمل ضمن الإطار المخطط له، وأن يستخدم بشمولية ومن قبل الجميع. إن وجود هذه الصفات تدعم النظام وترفع من جودته بأن يعمل على تحقيق النقاط التالية:¹

- ✓ إنجاز الاهداف المفصلة من قبل المستخدم.
- ✓ يعمل ضمن تكلفة مقبولة ومتوقعة.
- ✓ يحقق الأداء المتوقع منه.
- ✓ التزويد بمخرجات دقيقة ومعتمدة.
- ✓ أن يكون سهل الاستعمال والتعلم.
- ✓ أن يكون مرن.

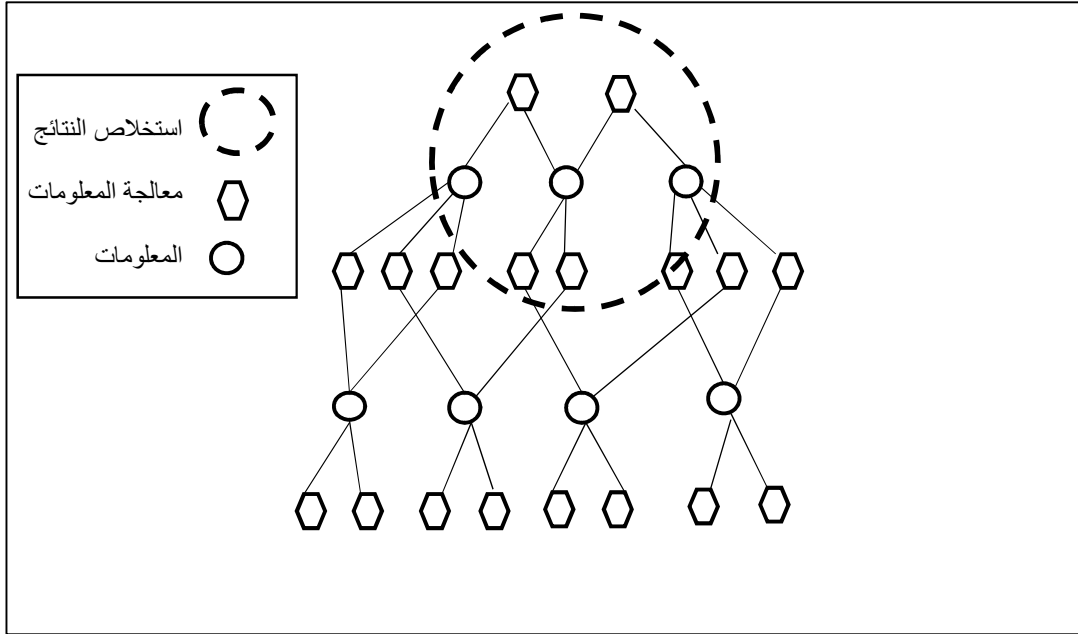
المطلب الثاني: معالجة نظم المعلومات.

تخضع المعلومات في حصرها وتبويبها وتحليلها لمجموعة من نظم التسجيل والمعالجة الحسابية والمنطقية واستخلاص النتائج، يطلق عليها نظم المعلومات، تتم آليا بفضل الاستخدام العملي لنظم الحواسيب²

¹ السالمي علاء عبد الرزاق، نظم المعلومات والنكاء الاصطناعي، الطبعة الاولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 17 .

² زهران أحمد انور، نظم المعلومات والحسابات الالكترونية، دار غريب للطباعة والنشر، مصر، 1990، ص 17 .

الشكل رقم (1-1): معالجة نظم المعلومات.



المصدر: زهران أحمد انور، نظم المعلومات والحسابات الالكترونية، دار غريب للطباعة، مصر، 1990 ص 23

المقصود بمعالجة المعلومات، هو إجراء سلسلة متتابعة من الإجراءات أو العمليات على معلومات محددة خاصة بموضوع ما بغرض تحقيق نتائج معينة يحددها تخطيط التوصل للحل. يمر التوصل للحل، بخمس خطوات رئيسية ، سبق الإشارة إليها عند التعرض لعلم المعلومات ، يقوم البشر بثلاث منه ، وهى التعريف بالموضوع وتحليل عناصره ووضع برنامج الحل له ، ويقوم الحاسب بالخطوتين التاليتين، وهما تنفيذ برنامج الحل وحفظ الوثائق يتلقى الحاسب المعلومات وبرنامج العمليات المطلوب تنفيذها عليها، ثم يقوم بإخراج النتائج ، بعد انتهائه من تنفيذ العمليات ، وبمعنى آخر فإن دورة الحاسب تبدأ بتغذيته بالمعلومات وبرنامج العمل الذى يقوم بمقتضاه بمعالجة هذه المعلومات حسابيا أو منطقيا ، وتنتهى بإخراج النتائج.¹

يتكون أي نظام للمعلومات من عدد من المكونات الأساسية هي.

أولا. المدخلات IN PUT :

¹ زهران أحمد انور، المرجع السابق، ص 23.

بشكل عام هي المفردات التي تخضع لعمليات التحويل والتجهيز بغرض التوصل للنتائج المرغوبة. أما مدخلات نظام المعلومات فتتمثل في البيانات (المادة الخام)، وهي عبارة عن بيانات تاريخية أو تقديرية عن عمليات الوحدة وعن أوجه العمل وطبيعة النشاط التي تزاولها هذه الوحدة، سواء كانت هذه البيانات متعلقة بالبيئة الداخلية، أو بالبيئة الخارجية. وقد تكون هذه البيانات مالية أو عينية، أوفى شكل نسب مثل: عائد الاستثمار المحقق، أو نسب صافي أو إجمالي الربح، أو في شكل إحصائيات أخرى مختلفة¹.

ثانياً. المخرجات OUTPUT :

هي النتائج التي يسعى النظام إلى تحقيقها، والتي يجب أن تتماشى مع الهدف أو الأهداف الأساسية من وجود النظام المعين للمعلومات. وتتمثل مخرجات نظام المعلومات في المعلومات الناتجة عن النظام في الشكل والمضمون، الذين تحتاجهما الإدارة والجهات الأخرى، بغرض المساعدة في اتخاذ القرارات. وقد تكون هذه المعلومات مالية أو عينية، أو في شكل نسب، أو رسوم بيانية، أو مقارنات، أو معادلات رياضية.²

ثالثاً. المعالجة:

المعالجة هي مركز التحويل في جميع النظم الديناميكية. ويتكون من جميع العناصر المنظمة وكذلك الامكانيات والبيئة الشاملة يحدث فيها التحويل (المعالجة). والوظيفة الأساسية للتشغيل هي تحويل المدخلات الى مخرجات وهي مصممة لتغيير المدخلات إلى مخرجات. مثال ذلك: تمثل القرارات تحويل المعلومات الى مجموعة من الاجراءات، وتمثل عملية معالجة البيانات تحويل البيانات إلى أشكال مختلفة، وتمثل عملية التصنيع تحويل المواد الخام الى منتجات جاهزة. وعملية المعالجة يتم تصميمها لتكون متسقة مع انواع المخرجات المطلوبة أو المرغوبة من المدخلات المتاحة.³

وتتم معالجة البيانات عن طريق مجموعة من الخطوات تتمثل فيما يلي:

¹ رملي فياض حمزة، نظم المعلومات المالية المحاسبية مدخل معاصر لأغراض ترشيد القرارات الإدارية، الأبائي للنشر والتوزيع، السودان، 2011، ص 58.

² المرجع السابق، ص 59

³ المرجع السابق، ص 20

1-التجميع:Collection

تتمثل هذه الخطوة في تجميع البيانات المرتبطة بالأحداث المختلفة من مصادرها الأولية، سواء من خارج الوحدة الاقتصادية، أو داخلها، أو في صورة تغذية عكسية مثال ذلك: تجميع فواتير البيع طلبات الشراء وغيرها¹.

2-التحقق من صحة البيانات: Verifying

يتم في هذه الخطوة التأكد من أن البيانات تم جمعها وتسجيلها بشكل صحيح، ومن امثلة ذلك، أن يقوم شخص بمراجعة عمل شخص آخر².

3- تشغيل البيانات : Data operating

يشمل العمليات الرئيسية التالية:³

- التصنيف
- الترتيب
- التلخيص
- اجراء العمليات الحسابية
- المقارنة.

رابع. الرقابة CONTROL

تقوم عملية الرقابة بتحديد الأسلوب الذي يسلكه النظام كله. وتلاحظ عملية الرقابة نوع ومعدل تدفق المدخلات الى التشغيل، وتحدد نوع العمليات المطلوب تنفيذها من خلال مجموعة القواعد والتعليمات السابق تحديدها، وتنشئ الاجراءات والأساليب التي تتبع بواسطة التشغيل. وتقوم عملية الرقابة بتحديد مقدار المدخلات اللازمة لحفظ النظام بكامله في توازن طبقا لاحتياجات المخرجات.

¹ رملي فياض حمزة، المرجع السابق، ص 20.

² رملي فياض حمزة، المرجع السابق، ص 20.

³ رملي فياض حمزة، المرجع السابق، ص 20.

وإذا كان معدل المخرجات ليس على نفس الخط مع المخرجات القياسية السابق تحديدها: تسمح بمدخلات أكثر للنظام ومستوى أداء أعلى لأنشطة التشغيل والعكس بالعكس.¹

خامسا. التغذية الراجعة FEEDBACK

ان فكرة التغذية الراجعة هامة في فهم كيف يحافظ النظام على حالة توازنه، فان بعض المخرجات يحدث لها تغذية مرتدة في صورة مدخلات الى النظام من أجل بعض الاعتبارات، وقد تؤدي هذه المدخلات الجديدة الى تغيرات اما في عملية التحويل أو في طبيعة المخرجات في المستقبل. وقد تكون التغذية الراجعة موجبة أو سالبة. وتخدم التغذية الراجعة الموجبة بصفة عامة كتعزيز لأداء النظام. وتكون التغذية الراجعة السالبة أساسا كمعلومات ادخال تشير الى أن عمليات النظام قد انحرفت عن المسار السابق توصيفه ومن ثم الحاجة الى ان يعيد ضبط نفسه للوصول الى حالة الثبات الجديد.²

المطلب الثالث: موارد نظم المعلومات

تتكون نظم المعلومات من خمسة موارد رئيسية تتمثل في:

أولا. الأجهزة³

تتكون أجهزة الحاسب الإلكتروني من الأجهزة والمعدات التي تكون بنية الحاسب بالإضافة إلى وحدات الإدخال والايخراج وأوساط التخزين المختلفة والتي تمثل الأجزاء المادية الملموسة والتي يتم تسجيل البيانات عليها وتنقسم أجهزة الحاسب إلى ثلاثة مجموعات رئيسية هي:

1- وحدة المعالجة المركزية Central Procession Unit :

تتكون وحدة المعالجة المركزية من ثلاثة وحدات فرعية أساسية هي

- وحدة التخزين الرئيسية

¹ خشبة السعيد محمد، نظم المعلومات المفاهيم والتكنولوجيا، دار الاشعاع للطباعة، 1987، ص 43 .

² المرجع السابق، ص 53 .

³ خشبة السعيد محمد، المرجع السابق، ص 97

- وحدة الحساب والمنطق

- وحدة الرقابة (التحكم)¹

2-الأجهزة والأوساط المحيطيةPériphérie Equipment and Media :

تحتوي هذه المجموعة جميع الأجهزة التي لا تكون جزءا من وحدة المعالجة المركزية، ولكنها متصلة بها وتعمل تحت سيطرتها. وتشمل تنوعا واسعا من معدات الإدخال / الإخراج وأجهزة التخزين الثانوي التي تعتمد على توجيه وربط الاتصال بوحدة المعالجة المركزية.²

3-الأجهزة والأوساط المساعدةAuxiliary Equipment ané Media

تحتوي هذه المجموعة الأجهزة الغير مباشرة Offline وهي الأجهزة المنفصلة عن وحدة التشغيل المركزية وليست تحت سيطرتها. وتساعد هذه الأجهزة وظائف الادخال / الاخراج والتخزين لنظام الحاسب وتشمل ما يلي:³

أ/ -أجهزة تغذية البيانات الغير مباشرة Offline data entry Equipment

مثل ماكينة التتقيب والتي تحول البيانات من المستندات الأصلية إلى وسط إدخال هو البطاقة المثقبة وبعد ذلك يتم تغذية البيانات المثقبة بالبطاقة من خلال وحدة قراءة البطاقات المثقبة الى وحدة التخزين الرئيسية بالإضافة إلى وحدات التسجيل المباشر على الأشرطة أو الأقراص الممغنطة

ب/ -أجهزة الاخراج والتخزين الغير مباشرة Offline output/Storage Equipment.

مثل أجهزة النسخ والتصوير ومعدات الحفظ والتخزين⁴

¹ خشبة السعيد محمد، المرجع السابق، ص 97

² خشبة السعيد محمد، المرجع السابق، ص 98

³ خشبة السعيد محمد، المرجع السابق، ص 98

⁴ خشبة السعيد محمد، المرجع السابق، ص 98 .

ثانياً. موارد البرمجيات

يعني مصطلح برمجيات مجموعة الإيعازات الخاصة بمعالجة البيانات. ولكن هذا المصطلح لا يشمل فقط البرامج التي توجه وتدير المكونات المادية للحاسوب ولكنه يشمل مجموعة الإيعازات التي يحتاجها الأفراد المعالجة البيانات والتي تسمى إجراءات. وتنقسم موارد البرمجيات إلى:¹

- برمجيات المنظومة system software مثل نظام التشغيل الذي يدير ويدعم عمليات منظومة الحاسوب.

- البرمجيات التطبيقية application software وهي برامج توجه المعالجة لاستخدام معين للحاسوب من قبل المستخدم النهائي. ومن أمثلتها نظام السيطرة على الخزين، ونظام الرواتب ونظم معالجة النصوص.

- الإجراءات procédures وهي توجيهات تشغيلية للأفراد الذين سيستخدمون نظام المعلومات ومن أمثلتها التوجيهات الخاصة بملا الاستثمارات أو استخدام حزمة برمجيات معينة.

ثالثاً. موارد الأفراد:

هناك حاجة للأفراد لتشغيل جميع أنظمة المعلومات وهذا المورد يتكون من الاختصاصيين والمستخدمين النهائيين ويعرفان كالتالي:²

أ/ -الاختصاصيين spécialistes: وهم الأفراد الذين يحلون ويصممون ويشغلون نظام المعلومات. ويتكونون من محلي الأنظمة والمبرمجين، ومشغلي الحاسوب والملاك الإداري والتقني والكتابي. وطبيعياً، يقوم محلو النظم بتصميم النظام بالاستناد إلى الاحتياجات المعلوماتية للمستفيدين النهائيين ويقوم المبرمجون بإعداد برامج الحاسوب بناءً على المواصفات التي يقدمها محال النظم. ويقوم مشغلو الحاسوب بتشغيل الحواسيب الكبيرة والصغيرة.

¹ الصباغ عماد، المرجع السابق، ص 25.

² الصباغ عماد، المرجع السابق، ص 25.

ب/-المستخدمون النهائيون: هم الأفراد الذين يستخدمون نظام المعلومات ويمكن أن يكونوا المدراء او المحاسبين أو المهندسين أو البائعين أو العملاء أو الكتبة.

رابعاً. قواعد البيانات

وعرفت قاعدة البيانات بأنها مجموعة من البيانات المرتبة والمخزنة وفق نظام أو بنية محددة، لذا فإن تصميم قاعدة المعلومات يشمل التصميم الفيزيائي والتصميم المنطقي لها، بحيث يتضمن التصميم الفيزيائي تحديد كيفية ومكان تخزين البيانات ضمن نظام ملفات محدد، إضافة إلى اعتبارات أخرى مثل توزيع البيانات على وسائط التخزين وسعات التخزين المطلوبة والنسخ الاحتياطي (مع الأخذ بالاعتبار الحالات الطارئة مثل عطب وحدات التخزين الرئيسة أو انقطاع الكهرباء المفاجئ¹.

البيانات هي أكثر من المواد الخام لنظم المعلومات. إن مفهوم موارد البيانات قد تم توسيعه من قبل المدراء واختصاصي أنظمة المعلومات. فقد وجدوا أن البيانات والمعلومات تشكل موارد ثمينة للمنظمة. لذلك فالبيانات والمعلومات التي تخزن في قواعد بيانات تعتبر اليوم جزءاً من موارد البيانات أو موارد المعلومات للمنظمة².

ويمكن أن تأخذ البيانات أشكالاً مختلفة، فبالإضافة إلى الشكل الكتابي التقليدي المكون من الأرقام والحروف والرموز الخاصة والتي تصف عمليات المنظمة والاحداث الأخرى والبيانات النصية (data) (texte) تتكون من جمل ومقاطع وتستخدم في المراسلات المكتوبة (الاتصالات المكتوبة). أما البيانات الصورية (image data) مثل الأشكال البيانية والرسوم فهي من البيانات المهمة أيضاً. كما إن البيانات قد تكون فيديو هات أو صوتية وغيرها³.

¹ الإدارة العامة للتصميم وتطوير المناهج، نظم المعلومات الجغرافية، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، 2008 ، المملكة العربية السعودية، ص 58.

² المرجع السابق، ص 58 .

³ الصباغ عماد، المرجع السابق، ص26

والبيانات تسجل وتخزن عادة باستخدام أوساط بيانات مختلفة، تشمل الأوراق والأوساط الضوئية أو المغناطيسية أو الوسائل الإلكترونية. ومن أمثلتها الوثائق الورقية والأشرطة المغناطيسية والأقراص البصرية المصغرات الفيلمية وشرائح الدوائر الإلكترونية.¹

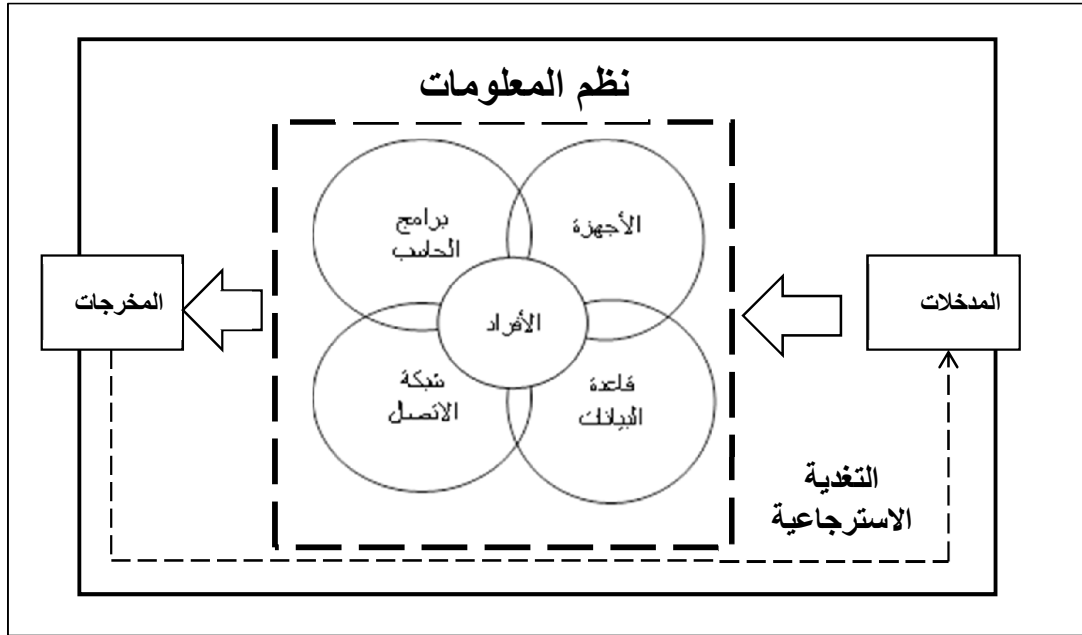
خامسا. شبكات الاتصال

الشبكات هي عبارة عن ربط بين الحواسيب مع أدوات وبرامج مخصصة للعمل الشبكي وذلك لإتاحة التشارك فيما بينها وتتدفق المعلومات عبر الشبكة على شكل إشارات كهربائية ويتم نقلها كحزم صغيرة من المعلومات بسرعات كبيرة جدا ويجب أن تسافر هذه الحزم بدرجة عالية من الدقة حتى تصل خالية من الأخطاء إلى الهدف المطلوب. وهي مجموعة من أجهزة الحاسب وبعض الأجهزة الأخرى مرتبطة مع بعضها البعض للمشاركة في الموارد المتاحة ومحكومة بأنظمة وأطر خاصة تدعى بروتوكولات قواعد الاتصال. "network protocols" كما أنها وسيلة لتبادل المعلومات في الشبكة وهي ذات قواعد تنظيمية تساعد عناصرها المختلفة على الاتصال وفهم بعضها البعض، ويخضع ذلك البروتوكول إلى مواصفات standards محددة وهي عبارة عن مواصفات للمنتج تسمح له بالعمل بغض النظر عن المصنع الذي أنتجه.²

¹ الصباغ عماد، المرجع السابق، ص 26.

² الصباغ عماد، المرجع السابق، ص 26 .

الشكل رقم (2-1): المكونات الأساسية لنظم المعلومات المرتبطة بجهاز الحاسوب.



المصدر: محمد السعيد خشبة، نظم المعلومات المفاهيم والتكنولوجيا، المركز الدولي الاسلامي، الاسكندرية، مصر، 1987، ص 95.

المبحث الثاني: ماهية الميزة التنافسية

تعتبر الميزة التنافسية عن الحاجة إلى مدخل شامل يجمع عناصر ومقومات بناء المنظمات على أسس متفوقة تحقق لها قدرات عالية في مواجهة المتغيرات الخارجية المحيطة، وتكفل لها تحقيق الترابط والتناسق بين عناصرها ومكوناتها الذاتية واستثمار قدراتها المحورية وتحقيق الفوائد للمجتمع بأسره.

المطلب الاول: مفهوم الميزة التنافسية

أولاً. تعريف الميزة والتنافس:

ويشير مفهوم الميزة "Advantage" في اللغة الإنجليزية كما أورده قاموس Cambridge بأنها " :حالة إعطاء فرصة أكبر للنجاح، امتياز، تفوق، أفضلية، منفعة"، أما الصفة للميزة فهي مميز (Advantageous) المساعدة لكي يكون أكثر نجاحاً.¹

أن الميزة في اللغة تعني التفوق والانفراد والرفعة. بينما يشير مصطلح التنافسية لغوياً من الفعل نفس، ونَفَسَ الشيء نَفَاسَةً: كان عظيم القيمة. ونَفِستُ عليّ بخيرٍ قليل أي حسدت. وتَنَافَسْنَا ذلك الأمر وتَنَافَسْنَا فيه: تحاسدنا وتسابقنا. وفي التنزيل العزيز: وفي ذلك فليتنافس المتنافسون أي وفي ذلك فليترأغب المترأغبون. وفي حديث المغيرة: سَقِمَ النَّفَاسُ أَي أَسْقَمَتْهُ الْمُنَافَسَةُ والمغالبة على الشيء.²

ثانياً. تعريف الميزة التنافسية.

تشير الميزة التنافسية للتعبير عن امتلاك المنظمة ميزة متفردة عن الآخرين بما يمكن من تفوقها وتميزها عن منافسيها وبشكل أفضل. وبذات الاتجاه ينظر الى الميزة التنافسية كونها تعبير عن قدرة المنظمة على تحقيق التفوق على منافسيها عبر تقديم قيمة أفضل للزبون ومن خلال طرق عديدة يمكنها التفوق على منافسيها، كالسعر المناسب والجودة العالية وتحديد واختراق اسواق جديدة فضلاً عن الاستجابة السريعة لطلبات الزبائن المتغيرة.³

وتعرف الميزة التنافسية أيضاً: " ترجمة لحاجات السوق واهداف المنظمة فضلاً عن الجهود الوظيفية المبذولة بين التسويق والعمليات والقابليات المرغوبة فيها من قبل زبائنها وذهب البعض إلى

¹ Cambridge, Cambridge Advanced Learner's Dictionary , édition 5 , Cambridge University Press, New York, 2015, p 21 .

² ابن المنظور، لسان العرب، الجزء 2، ص 238.

³ ماجد محمد صالح، عناصر التحسين المستمر ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ،مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 2، العدد 38، الكويت، 2017، ص 157.

تعريفها على أنها: مقاييس كمية قابلة للتطبيق والنتائج المطلوب تحقيقها في الامدين القصير والبعيد لوظيفة الانتاج والعمليات بما يؤدي الى بلوغ اهداف المنظمة.¹

ويعرف حسن الزعبي الميزة التنافسية بأنها: "خاصية أو مجموعة خصائص نسبية تنفرد بها المؤسسة ويمكنها الاحتفاظ بها لمدة طويلة نسبياً نتيجة صعوبة محاكاتها، أو التي تحقق خلال تلك المدة المنفعة لها وتم ك نها من التفوق على المنافسين فيما تقدمه من خدمات أو سلع".²

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف الميزة التنافسية على أنها التوظيف الأمثل للخبرات والموارد المختلفة لإنجاز الأنشطة ببراعة وبأفضل فاعلية وأقل تكلفة، وبشكل يحقق منافع متنوعة وقيمة مضافة لمخرجات المؤسسة نسبةً إلى منافسيها، بما يعكس ثقة المجتمع فيها ويؤدي لتفردا بصورة كفؤة ومتجددة. وتتمثل خصائص الميزة التنافسية في³:

- أن تكون مستمرة ومستدامة بمعنى أن تحقق المنظمة سبق على المستوى الطويل.
- إن الميزات التنافسية تتسم بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة.
- أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة و قدرات و موارد المنظمة الداخلية من جهة أخرى.
- أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة ويسر .
- أن يتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي ترى المنظمة تحقيقها.

¹ ماجد محمد صالح، المرجع السابق، ص 157

² ياسر محمد خليل، استراتيجيات مقترحة لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي بمصر، مجلة الإدارة التربوية، العدد 23، اوت 2019، ص 129.

³ المرجع السابق، ص 130.

ثالثا . أنواع الميزة التنافسية :

1- ميزة التكفل الأقل :

يقال عن منظمة ما أنها تحوز على "ميزة التكلفة الأقل" إذا كانت تكاليفها المتراكمة المتعلقة بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيراتها لدى المنافسين. وتعتبر ميزة التكلفة الأقل عن قدرة الشركة على إنتاج وتسويق منتجات أقل تكلفة بالمقارنة مع الشركات المنافسة وبما يؤدي في النهاية إلى تحقيق في Value Chain عوائد أكبر، ولتحقيق هذه الميزة لابد من فهم الأنشطة الحرجة في سلسلة القيمة الشركة والتي تعد مصدرا هاما لميزة التكلفة الأدنى.¹

وتعني قدرة المنظمة على تعميم إنتاج وتسويق منتجاتها بتكاليف أقل بالمقارنة مع المنافسين، بما يؤدي في النهاية إلى عوائد أكبر، فهي تعني أيضا القدرة على إنتاج وتسويق المنتجات بسعر أقل من متوسط سعر المنظمات المنافسة، ولا يتأتى ذلك فقط بالضغط على تكاليف الإنتاج بل يتعداه إلى ضرورة الأخذ في الاعتبار تكاليف التسويق، الخدمات المقدمة ونفقات البنية التحتية للمؤسسة... بحيث يمكن أن يكون كل نوع من هذه التكاليف مصدرا لميزة التكلفة الأقل، إذ تسمح التكاليف المنخفضة بهوامش ربح مرتفعة وأسعار منخفضة، والأسعار المنخفضة مقارنة مع المنافسين تتيح للمؤسسة إمكانية الحصول على حصص سوقية جديدة. يظهر التحليل أن الفرق في التكلفة بين المنظمات ينتج عن تركيبة إنتاجية ناتجة عن خمسة عوامل أساسية مرتبطة بحجم المنظمة هي كما يلي:²

-اقتصاديات الوفرة (السلم)

-مفعول الخبرة وأثر التعلم.

-الكتلة الحرجة

¹ الدرويش مصطفى محمد، الممارسات الأفضل ودورها في تعزيز الميزة التنافسية، اطروحة دكتوراه غير منشورة بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة حلب، سوريا، 2013، ص 66.

² سالم إلياس، التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، جامعة محمد بوضياف المجلد 8، العدد 1، المسيلة، جوان 2021، ص 241.

-التوليد السريع للموارد

-التعاون الوظيفي.

2- ميزة التميز :

وتعني قدرة الشركة على تقديم منتجات متميزة وفريدة وتقدم قيمة أكبر من وجهة نظر الزبائن (جودة أعلى خصائص خاصة بالمنتج خدمات تسويقية) وهذا يتطلب فهم المصادر المحتملة لتمييز المنتجات من خلال أنشطة سلسلة القيمة، وتوظيف قدرات وكفاءات الشركة لتحقيق جوانب التميز.¹

ويمكن القول بأن تميز المنظمة عن منافسيها يكمن في قدرتها على امتلاك خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها، وهذا يتطلب من المنظمة تجنيد مواردها بحيث تتمكن من ممارسة أنشطته المربحة بشكل أفضل مقارنة بالمنافسين، فمثلاً: لتقديم مساعدة تقنية للزبون يجب توظيف أفراد متخصصين، ولإنتاج منتجات أكثر جودة ومتانة فإن ذلك يتطلب مواد أولية ذات جودة عالية وربما ذات تكلفة أعلى نسبياً في حال كانت ممارسات الشركة ذات مستوى عادي.²

يعتبر التمايز واحداً من نوعي الميزة التنافسية التي تستطيع المنظمة الحصول عليه بتميز المنظمة عن منافسيها عندما تصل إلى اكتساب خاصية فريدة وذات قيمة من وجهة نظر العملاء، ويكون ذلك مستوى الجودة، الإبداع التكنولوجي، خدمات ما بعد البيع، من خلال توظيف قدراتها، مهاراتها، تقنيات التكنولوجيا المتطورة للإنتاج، استخدام قنوات التوزيع الفعالة، اتباع سياسات ترويجية وسعريّة من أجل ضمان سمعة مرموقة لدى الزبائن؛ حيث يحقق التمايز جملة من المزايا أبرزها:³

- يسهل التعرف على المنتجات التي يرغب المستهلك في الحصول عليها.

- حماية المستهلك بتعريفه بمصدر الإنتاج وضمان الحصول على مستوى جودة معين.

- يؤدي التمايز إلى سعي كل مؤسسة إلى تطوير منتجاتها مما يؤدي إلى زيادة منفعة

المستهلك.

¹ الدرويش مصطفى محمد، المرجع السابق، ص 67

² الدرويش مصطفى محمد، المرجع السابق، ص 67

³ سالم إلياس، المرجع السابق، ص 242.

- إدراك المستهلك للاختلاف بين منتج المنظمة ومنافسيها.

ومن أهم مجالات التمايز التي تحقق ميزة تنافسية أفضل ولفترة أطول¹:

- التمايز على أساس التفوق التقني.

- التمايز على أساس الجودة.

- التمايز على أساس تقديم خدمات مساعدة أكبر للمستهلك.

- التمايز على أساس تقديم قيمة أكبر مقابل المبلغ المدفوع للحصول عليه.

المطلب الثاني : محددات واستراتيجيات الميزة التنافسية

لتحقيق الميزة التنافسية لابد من اتباع استراتيجيات محددة توفر للمؤسسة الامتياز في التسيير الإداري داخل المؤسسة ، وفضلية التسويق التجاري من ناحية أخرى إلا أن هذه الاستراتيجيات تبنى على مجموعة من المحددات التي يجب على المؤسسة اتباعها لضمان الميزة التنافسية في الأسواق.

أولاً. الاستراتيجيات التنافسية :

قام بورتر بوضع استراتيجيات كوسيلة لتعامل الشركة مع الشركات المنافسة والتي ترتبط بعوامل البيئة الداخلية والخارجية وتتمثل الاستراتيجيات التنافسية بما يلي :

1- استراتيجية قيادة التكلفة :

تتطلب استراتيجية التكلفة إنشاء والعمل على تشييد تسهيلات تساعد الشركات على الوصول إلى الحجم الكفاء ، وتخفيض التكاليف من خلال الخبرة والعمل على خفض المصروفات غير المباشرة، علاوة على تدنية الكلفة في مجالات البحوث أو لتطوير والإعلان والخدمات، إذ يساعد ذلك على إنتاج منتجات نمطية بتكلفة منخفضة جداً للوحدة. تسمح استراتيجية الكلفة بتحسين الوضع التنافسي

¹ سالم إلياس، المرجع السابق، ص 242.

للشركة على محاور إطار القوى التنافسية، وبالتالي فهي تشكل حماية للشركة من المنافسين والموردين

1.

إن تبني هذه الاستراتيجية من قبل المؤسسة يوفر لها مجموعة من المزايا²:

- أنها تشكل حاجزا دفاعيا أمام أقوى المنافسين، فإذا حاول المنافسون تخفيض تكاليفهم بطريقة غير كفأة فسيكون ذلك على حساب الأرباح وبالتالي خروجهم من السوق، أما في حالة ما إذا فضل المنافسون البقاء على وضعهم الحالي فلن يتمكنوا من المنافسة بسبب ارتفاع تكاليفهم النسبية الأمر الذي ينعكس على مستوى الأسعار الذي ينعكس سلبا على الكمية المطلوبة من منتجاتهم.

- أما في حالة ما إذا كانت هناك ضغوط على المؤسسات مثلا من قبل جمعيات حماية المستهلك لتخفيض الأسعار فلن تكون هناك أي ضغوطات ومطالب على المؤسسة كون تكاليفها منخفضة وبالتالي فإن تبني هذه الاستراتيجية يشكل حاجزا دفاعيا أمام القوة التفاوضية للمستهلكين.

- إن نجاح هذه الاستراتيجية يشكل حاجز دفاعي أمام القوة التفاوضية للموردين ، إذ أن تبنيها يوفر مرونة كافية لدى المؤسسة في حالة ارتفاع أسعار مدخلات الإنتاج حيث تمكن المؤسسة من تعويض الزيادة في أسعار مدخلات الإنتاج من خلال خفض التكاليف في الأنشطة الأخرى.

- كما تشكل هذه الاستراتيجية حاجزا قويا أمام أية محاولة لدخول السوق من قبل منافسين جدد خاصة باعتمادها لاقتصاديات الحجم ستضع حواجز أمام هؤلاء وترفع من تكلفة الدخول عندهم، فتحقيق الحجم الكبير يتطلب استثمارات ضخمة ومصاريف كبيرة، كما أن الانطلاق بحجم ضعيف لن يسمح للمؤسسة الجديدة بالصمود أمام أسعار القطاع.

- كما تعمل هذه الاستراتيجية على حماية المؤسسة من خطر وجود السلع البديلة التي يمكن أن تنافس منتجاتها فالتهديد يكمن في أن هذه المنتجات لا تحوز فقط على نفس خصائص المنتج المراد

¹ أحمد إبراهيم سعيد حسن، أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير (غير منشورة) بكلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الاردن، 2017، ص 29.

² بوازيد وسيلة، مقارنة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماجستير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، سطيف، 2012، ص 34.

تعويضه وإنما أيضا في قدرتها على المنافسة السعرية ، أي على مستوى التكاليف وهو ما سيكون صعبا في مواجهة مؤسسة تعتمد على هذه الاستراتيجية.¹

2- استراتيجية التمايز

وتركز هذه الاستراتيجية على تقديم شيء مميز وله قيمة في المنتج الذي تقدمه الشركة، بشرط أن يدرك المستهلك هذا التميز على مستوى الصناعة، وهو ما يجعل المستهلك على استعداد لدفع مقابل هذا التميز. وتقوم هذه الاستراتيجية على اختيار فئة محدودة من الزبائن، وتسعى إلى تقديم سلع وخدمات متفردة، وإشباع حاجات ورغبات زبائنها بسلع وخدمات ذو جودة عالية وذو خصائص مميزة بحيث يصعب على المنافسين مجاراتها، أو تقليدها، كما يعطي الزبائن أسباب واضحة لتفضيل المنتج على غيرها من المنتجات.²

3- استراتيجية التركيز :

تختلف هذه الاستراتيجية تماما عن الاستراتيجيتين السابقتين إذ تستند إلى تضيق المجال التنافسي ضمن الصناعة، فالمؤسسة التي تنتهجها تقوم باختيار تجزئة أو مجموعة من التجزئات بدلا من التعامل مع السوق ككل، وعليه فهي تركز على خدمة فئة معينة ، من العملاء أو قطاع سوقي معين، إذ تسعى المؤسسات إلى الاستفادة من ميزة تنافسية في قطاع السوق المستهدف³ بواسطة تقديم منتجات ذات أسعار وتكلفة أقل من المنافسين أو منتجات متميزة من حيث الجودة، المواصفات أو خدمة العملاء أو كلاهما معا، وتعتمد استراتيجية التركيز على:

- ✓ المستوى الأول يتعلق بتحقيق ميزة التكاليف الأدنى الناجمة عن تركيز النشاط بشكل يتحقق معه تدنية التكلفة عن طريق عوامل تطور التكلفة إلى أدنى حد ممكن؛
- ✓ وأما المستوى الثاني فيتعلق بتمييز المنتج ضمن الأجزاء المستهدفة بشكل أفضل تستثمر فيه عوامل تفرد المنتجات بما يتناسب مع هذا التركيز.

¹ المرجع السابق، ص 34

² أحمد إبراهيم سعيد حسن، المرجع السابق، ص 29.

³ بوازيد وسيلة، المرجع السابق، ص 38.

كلاهما يرتكزان على فوارق القيمة التي تنشئها المؤسسة لزبائنهما ما بين الأجزاء المستهدفة من قبل المؤسسة وباقي أجزاء الصناعة، وتعمل هذه الاستراتيجية على كسب الميزة التنافسية من خلال تلبية احتياجات استثنائية لمجموعة من الزبائن والتي أهملت من قبل المؤسسات التي تعتمد على خدمة السوق بالكامل.

تقوم هذه الاستراتيجية على اعتقاد بأن التركيز على خدمة جزء معين من السوق يشكل كفاءة دفاعية أكثر من خدمة السوق بالكامل، بمعنى أن المؤسسة لا تستطيع تحقيق التميز في الكلفة أو ميزة المنتج في حالة خدمة السوق ككل إلا أنه باستطاعتها ذلك إذا ركزت على أهداف سوقية معينة مما يعني تمت مع المؤسسة بحماية سوقية من القوى التنافسية مع ضرورة دراسة السوق المستهدف بعناية¹.

ويمكن تحديد العلاقة القائمة بين انواع الميزة التنافسية واستراتيجياتها في الشكل التالي :

شكل رقم (3-1) : العلاقة بين انواع الميزة التنافسية والاستراتيجيات .

المجال التنافسي	الصناعة ككل	1/ التمايز	2/ الزيادة بالتكلفة
	قطاع سوقي معين	3/ التركيز على التمايز	3/ التركيز على التكلفة
		تمييز	تكلفة أقل

Porter ME, Competitive Advantage – Creating and Sustaining Superior Performance, The Free Press, New York, 1985, P. 12.

¹ بوازيد وسيلة، المرجع السابق، ص 39.

ثانيا . محددات الميزة التنافسية (مؤشرات) :

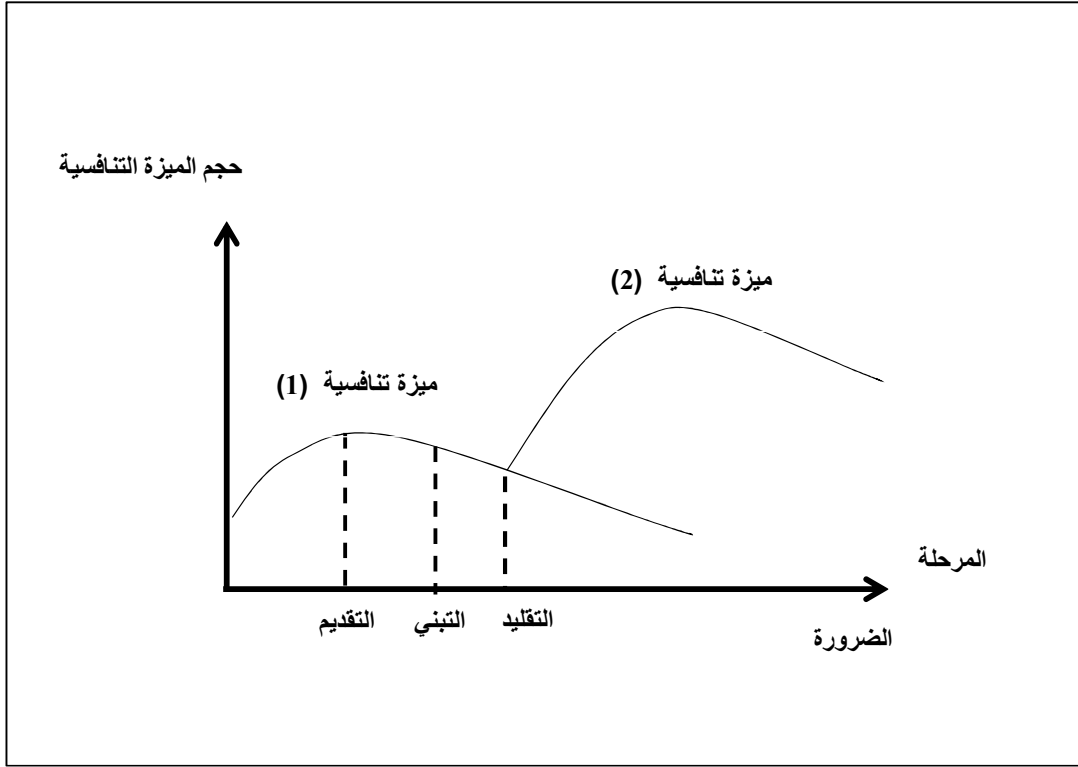
1- حجم الميزة التنافسية :

تتحقق الاستمرارية للميزة التنافسية للمؤسسة إذا كان بإمكانها المحافظة عليها سواء ميزة التكلفة الأقل أو ميزة تمييز المنتج ، في ظل مواجهة المنافسين الموجودين في قطاع النشاط، وبشكل عام كلما كانت الميزة أكبر كلما تطلبت جهودا أكبر من المؤسسات المنافسة للتغلب عليها، ومثلما هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات الجديدة، فإن للميزة التنافسية دورة حياة هي الأخرى.¹

كما هو مبين في الشكل الموالي:

¹ حجاج عبد الرؤوف، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها، مذكرة ماجستير (غير منشورة) بكلية التسيير والعلوم الاقتصادية، جامعة 20 اوت 55، سكيكدة ، 2007 ، ص 20 .

الشكل رقم (1-4) : دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر : حجاج عبد الرؤوف ،الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها ،مذكرة ماجستير (غير منشورة) بكلية التسيير والعلوم الاقتصادية ، جامعة 20 اوت 55 ،سكيكدة ، 2007 ، ص 20 .

من خلال الشكل رقم (1-5) يتبين لنا بأن الميزة التنافسية تمر بمراحل وهي:¹

أ/ - مرحلة التقديم : من خلال الشكل يتبين لنا بأنها المرحلة الأطول مقارنة بالمراحل الأخرى، وهذا لكونها تحتاج إلى الكثير من الإمكانيات المادية ، المالية والبشرية، وجهود ضخمة وذلك كون الميزة تقدم لأول مرة في الصناعة، وكذلك جديدة على المستهلكين، لكن مع مرور الوقت يبدأ حجم الميزة التنافسية في الارتفاع نتيجة الإقبال المتزايد للمستهلكين وهذا بعد معرفتهم لحقيقة الميزة ، حيث نلاحظ بأن حجم الميزة التنافسية يأخذ شكل دالة متزايدة، كذلك يطلق على هذه المرحلة بمرحلة النمو السريع.

¹ حجاج عبد الرؤوف ،المرجع السابق ،ص 21 .

ب/ - مرحلة التبني : في هذه المرحلة تعرف الميزة التنافسية بداية التركيز عليها كونها بدأت تشهد استقرارا نسبيا من حيث الانتشار، إذ أنه ومن خلال الشكل (2-1) يتبين لنا بأن حجم الميزة التنافسية يبلغ أقصاه، وفي هذه المرحلة بسبب حجم الميزة التنافسية العالي يبدأ المنافس في القطاع التحرك ؛ بغية معرفة مصدر أو مصادر الميزة التي امتلكتها المؤسسة.

ج/ - مرحلة التقليد : يتضح لنا من خلال الشكل بأن حجم الميزة التنافسية بدأ في التراجع؛ وهذا بسبب تقليد المنافسين للميزة التي حصلت عليها المؤسسة ومحاولة التفوق عليها.

د / - مرحلة الضرورة في هذه المرحلة يتواصل تراجع حجم الميزة التنافسية، وذلك كون المنافسين أصبحوا يملكون نفس الميزة أو ميزة أحسن منها، وبالتالي أصبح من الضروري على المؤسسة تحسين ميزتها التنافسية وتطويرها، أو تقديم الإبداع، وهو ما سنتطرق إليه بالتفصيل في الفصل الثاني بشيء من التفصيل .

2- نطاق التنافس أو السوق المستهدفة :

يعبر النطاق عن مدى اتساع أنشطة و عمليات المؤسسة بغرض تحقيق مزايا تنافسية، نطاق النشاط على مدى واسع يمكن أن يحقق وفورات في التكلفة عن المؤسسات المنافسة ، و من أمثلة ذلك الاستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة ، أو استخدام نفس قنوات التوزيع لخدمة قطاعات سوقية مختلفة ، و من جانب آخر ، يمكن للنطاق الضيق تحقيق ميزة تنافسية من خلال التركيز على قطاع سوقي معين، و هناك أربعة أبعاد لنطاق التنافس من شأنها التأثير على الميزة التنافسية ، يلخصها الجدول الآتي ¹:

¹ بوطلاعة محمد، دور استراتيجية المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير (غير منشورة) بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2008، ص 93.

الجدول رقم (1-1) : أبعاد نطاق التنافس .

نطاق التنافس أو السوق	التعريف والشرح
1- نطاق القطاع السوقي	يعكس مدى تنوع مخرجات المؤسسة و العملاء الذين يتم خدمتهم ، وهنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق
2- النطاق الرأسي	يعبر عن مدى أداء المؤسسة لأنشطتها داخليا (قرار التصنيع) أو خارجيا- بالاعتماد على مصادر التوريد المختلفة قرار الشراء، فالتكامل الرأسي المرتفع بالمقارنة مع المنافسين قد يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التمييز ، ويتيح من جانب آخر درجة أقل من المرونة للمؤسسة في تغيير مصادر التوريد.
3- النطاق الجغرافي	يعكس عدد المناطق أو الدول التي تنافس فيها المؤسسة ، و يسمح النطاق الجغرافي للمؤسسة بتحقيق مزايا تنافسية من خلال المشاركة في تقديم نوعية واحدة من الأنشطة و الوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة ، و تبرز مدى أهمية هذه الميزة للمؤسسة التي تعمل على نطاق عالمي من تقديم منتجاتها عبر كل العالم.
4- نطاق الصناعة	يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها المؤسسة فوجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات ، من شأنه خلق فرص لتحقيق مزايا تنافسية عديدة ، فقد يمكن استخدام نفس التسهيلات أو التكنولوجيا أو الأفراد أو الخبرات عبر الصناعات المختلفة التي تنتمي إليها المؤسسة.

المصدر : بوطلاعة محمد ، دور استراتيجية المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية ، رسالة ماجستير ،المركز الجامعي العربي بن مهيدي ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، ام البواقي ، 2008 ، ص 93 .

يستخدم مقياس الحصة السوقية للتمييز بين الرابحين والخاسرين في السوق حيث ان هذا المقياس يستخدم لحساب نصيب المنظمة من المبيعات في السوق، ومقارنته مع المنافسين الرئيسيين .

ويعطي مقياس الحصة السوقية مؤشراً عن وضع المنظمة في السوق، وانخفاضه يدل على ان هناك مشكلة ما يتعين على الإدارة حلها. ويمكن قياس الحصة السوقية باستخدام ثلاث طرق ¹.

أ/- الحصة السوقية الإجمالية : وتحسب بقسمة مبيعات المنظمة على إجمالي المبيعات الكلية في السوق.

ب/- الحصة السوقية النسبية: وتحسب بقسمة مبيعات المنظمة الكلية على مبيعات أكبر المنافسين في السوق.

ج/ - حصة السوق المخدوم : وتحسب بقسمة مبيعات المنظمة على المبيعات الإجمالية للسوق المخدوم.

المطلب الثالث : أهمية وأهداف الميزة التنافسية

يمكن تلخيص أهمية وأهداف الميزة التنافسية في ما يلي :

اولاً. أهمية الميزة التنافسية :

تتجسد أهمية الميزة التنافسية من خلال العناصر التالية: ²

- تعطي المؤسسة تفوقاً نوعياً وكمياً، وأفضلية على المنافسين، وبالتالي تتيح لها تحقيق نتائج أداء عالية.

- تساهم في التأثير الإيجابي في مدركات العملاء، وباقي المتعاملين مع المؤسسة وتحفيزهم لاستمرار وتطوير التعامل.

- إن كون الميزة التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد فإن هذا الأمر يتيح للمؤسسة متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد.

¹ العنوم محمد فوزي علي، رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة الماجستير بكلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2009، ص46-47.

² يحياوي رزيقة، الابداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال، مذكرة ماجستير (غير منشورة) ، جامعة المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، 2013، ص 49.

- الحصول على حصة سوقية أفضل وأكبر قياسا بالمنافسين، إذا ما حققت الرضا والقبول المطلوب لدى (المستهلكين، وبما يتوافق مع أهدافها الاستراتيجية المخططة).

ثانيا. أهداف الميزة التنافسية .

من بين الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها من خلال ميزتها التنافسية نجد¹:

- ✓ إيجاد فرص تسويقية جديدة.
- ✓ الدخول إلى مجال تنافسي جديد، كالدخول إلى أسواق جديدة.
- ✓ التعامل مع نوعية جديدة من العملاء، أو نوعية جديدة من السلع و الخدمات.
- ✓ تكوين رؤية جديدة من الأهداف المستقبلية للمؤسسة.
- ✓ تعظيم أرباح ومداخل المؤسسة.

ولعل أهم أهداف المؤسسة الاستراتيجية، هو محاولة النمو والبقاء لأطول فترة ممكنة في السوق وذلك نظرا للمتغيرات الطارئة والسريعة التي ما فتئت المؤسسات للنهوض والاستقرار إلا وتظهر متغيرات جديدة تؤثر على نموها فالتحديات الكبيرة التي تواجهها المؤسسات تحتم عليها وضع استراتيجية عامة تسعى من خلالها لمواجهة متغيرات البيئة الخارجية وكذا الداخلية.²

المبحث الثالث : اثر نظم المعلومات على الميزة التنافسية

يتمثل تحديد اثر نظم المعلومات على الميزة التنافسية بالتطرق لكل من دور المنافسة الاستراتيجية ، وتحسين المنتج ، واستخدامات نظم المعلومات في التسويق.

المطلب الاول : دور المنافسة الاستراتيجية لنظم المعلومات .

لقد أجبر الدور الاستراتيجي لنظم المعلومات المستخدم الإداري النهائي على أن ينظر إلى نظم المعلومات بصورة جديدة فلم تعد وظيفة نظم المعلومات هي مجرد خدمة ضرورية لمعالجة المعاملات والحفاظ على كتب المنظمة. فنظم المعلومات تستطيع الآن أن تساعد المستخدم الإداري النهائي على

¹ بن الزين حمزة ، دور وظيفة البحث والتطوير في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسات البترولية، شهادة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2018، ص 28 .

² المرجع السابق، ص 28 .

وضع وتطوير سلاح استراتيجي ، يستخدم تكنولوجيا نظم المعلومات لمجابهة التحديات من القوى المنافسة التي تواجه أي منظمة وبالطبع فإن تطوير نظم المعلومات الاستراتيجية هي عملية ليست سهلة قد تتطلب تغيرات جوهرية في طريقة عمل المنظمة وفي علاقات المنظمة بالعاملين، والعملاء والمجهزين، والمنافسين والتقدم التنافسي الذي ينتج عن نظم المعلومات الاستراتيجية يمكن أن يضيع هباء، ويمكن لفشلها أن يؤدي أداء المنظمة بشكل مؤلم للغاية.¹ ويمكن تلخيص ثلاث أدوار أساسية لنظم المعلومات لتحسين كفاءة المؤسسة تتمثل في :

أولاً. تحسين الكفاءة التشغيلية:

يمكن أن يسهم الاستثمار في تكنولوجيا نظم المعلومات في مساعدة المنظمة لتحسين كفاءتها بصورة واضحة، التي يمكن أن تسمح للمنظمة بتخفيض الكلف بشكل جذري وتحسين جودة وإيصال السلع والخدمات.²

ثانياً . اسناد ودعم الابتكار في المنظمة :

يمكن أن ينتج عن الاستثمار في تكنولوجيا نظم المعلومات انتاج سلع وخدمات وأساليب جديدة واستخدام مكائن الحسابات الآلية في المصارف هي مثال جيد عن الاستثمار الابتكاري في تكنولوجيا نظم المعلومات. فقد استطاعت المصارف التي استخدمت مثل هذه المكائن من الحصول على تقدم استراتيجي على منافسيها استمر لعدة سنوات فقد شجعت هذه المكائن العملاء على الابتعاد عن المؤسسات المالية الأخرى بسبب تخفيض تكاليف تقديم الخدمة المصرفية ورفع كفاءة الخدمات المقدمة وجعلها مريحة بشكل واضح.³

ثالثاً . بناء مصادر معلومات استراتيجية :

تمكن تكنولوجيا نظم المعلومات المنظمة من بناء مصادر معلومات المنظمة من بناء مصادر معلومات استراتيجية تمكنها من أخذ فرص تقدم استراتيجي. وفي العديد من الحالات، نتج ذلك عن

¹ الصباغ عماد، المرجع السابق، ص 46 .

² الصباغ عماد، المرجع السابق، ص 43 .

³ الصباغ عماد، المرجع السابق، ص 45

استثمار المنظمة في نظم معلومات حاسوبية متقدمة لتحسين كفاءة عملياتها الداخلية وهذا يعني بالطبع شراء معدات مادية وبرمجيات وتطوير شبكات اتصال، وتعيين اختصاصي أنظمة معلومات وتدريب المستخدمين النهائيين وتستطيع المنظمات المسلحة بهكذا قاعدة استراتيجية تطوير خدمات وبيع جديدة لأنها قاعدة استراتيجية يمكنها أن توفر معلومات لإسناد الاستراتيجيات التنافسية للمنظمة والمعلومات عن عمليات وزبائن، ومجهزي ومنافسي المنظمة وغير ذلك من البيانات الاقتصادية والديموغرافية ينظر إليها الآن كمصدر استراتيجي، أي أنه يستخدم لأسناد التخطيط الاستراتيجي، والتسويق الاستراتيجي وغير ذلك من الفعاليات الاستراتيجية.¹

المطلب الثاني : أهمية نظم المعلومات في تحسين المنتج .

توفر نظم المعلومات خصائص متعددة للمؤسسة في ما يتعلق بتطوير منتجاتها وتحسينها مما يزيد من الميزة التنافسية فكلما كان تحكما بالنظم المعلوماتية كلما زادت فرص البيع والإنتاج ولعل من بين مميزات نظم المعلومات على المنتج يمكن تحديد :

أولاً. تحسين انتاجية التصميم .

يتيح نظام معلومات المنتج الأدوات الملائمة على النحو الذي يزيد من إنتاجية المهندسين، إذ أن وجود هذا النظام يوفر الأدوات الصحيحة للوصول إلى هذه المعلومات بفاعلية، و تشير الدراسات إلى أنه في الكثير من المؤسسات أن نسبة كبيرة من تصاميم المنتجات الجديدة تتكون إما من الأجزاء الحالية أو من الأجزاء الحالية بعد إجراء التعديلات البسيطة عليها.²

و هناك الدليل على أن أغلب المصنعين يمكنهم أن يعيدوا دورة تصاميم منتجاتهم إلى حد كبير من خلال إدارة ما تسمى ب "المحفظة التصميمية" الحالية على نحو أكثر فاعلية. و يساهم اعتماد تطبيقات نظام معلومات المنتج في استخدام نسب كبيرة جدا من عناصر التصميم الحالية أو بعد تعديلات بسيطة عليها و عليه تكون الحاجة للتصاميم الجديدة قليلة على نحو كبير.³

¹ الصباغ عماد، المرجع السابق، ص 45

² صياد صباح، أنظمة المعلومات وتأثيرها على تنافسية المؤسسات الجزائرية، مذكرة ماجستير (غير منشورة) بكلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير ،جامعة وهران 2، وهران، 2018، ص 185.

³ المرجع السابق، ص 185

ثانيا . اختصار وقت توصيل المنتج :

يعد وقت الوصول إلى السوق عاملا حاسما في تحقيق المزايا التنافسية و بخاصة عند طرح المنتجات الجديدة، و عموما هناك ثلاثة عوامل حاسمة تلعب دورا كبيرا في تحديد السرعة التي من خلالها يمكن طرح المنتج في السوق وهي:

- الوقت المطلوب لإنجاز المهام مثل التصميم الهندسي، التصنيع...الخ.
- الوقت المستنفد بين المهام المنجزة كما هو الحال بالنسبة للتصميم المعاد عندما يبقى في الانتظار عند مهندسي الإنتاج لحين إتاحة فرصته في الإنتاج.
- الوقت المستنفد في إعادة العمل.

إذ يمكن لنظم معلومات المنتج تقليص هذه الأوقات و ذلك بتسريع انجاز المهام من خلال إتاحة المعلومات عند ظهور الحاجة إليها، و تقديم الدعم و الإسناد لإدارة المهام، و السماح لكل المخولين من أعضاء فريق المشروع بالوصول إلى كل المعلومات الضروري¹.

المطلب الثالث : استخدامات المعلومات التسويقية .

إن المعلومات التسويقية هي عملية مستمرة ومنظمة لجمع وتسجيل وتبويب وحفظ تحليل البيانات الماضية والحالية المستقبلية المتعلقة بأعمال المنشأة والعناصر المؤثرة فيها والعمل على استرجاعها للحصول على المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات التسويقية في الوقت المناسب وبالشكل المناسب وبالذقة المناسبة وبما يحقق أهداف المنشأة.

أصبحت نظم المعلومات في السنوات الأخيرة من أهم الأدوات التي يعتمد عليها القائمون على التسويق، وهي أداة فعالة في مجال التسويق للمساعدة على سرعة اتخاذ القرارات ومواجهة المشكلات التسويقية المختلفة. و تكمن أهمية نظم المعلومات التسويقية فيما يلي :

- المساعدة في اتخاذ القرارات التسويقية .
- ربط كافة سياسات المنشأة مع بعضها لتحليلها بشكل متكامل.

¹ صياد صباح، نفس المرجع، ص 186 .

•المساعدة على استخراج بيانات تفصيلية وبالتالي سهولة اتخاذ قرار تسويقي نحو أي منتج.

المبحث الرابع : الدراسات السابقة

سنخصص هذا المبحث إلى عرض الدراسات السابقة والتي تناولت نفس موضوع المذكرة وتم اختيارها على أساس توفر احد متغيرات عنوان المذكرة (نظم المعلومات - الميزة التنافسية) كمتغير مستقل في الدراسات ، وسوف نقسم المبحث إلى الدراسات باللغة العربية ، الدراسات باللغة الاجنبية وتحديد الفرق بيد الدراسة والمذكرة .

المطلب الأول : الدراسات باللغة العربية

سنتناول في هذا المطلب ابراز اهم الدراسات العربية السابقة التي عالجت موضوع الدراسة من جوانب متعددة.

1/ دراسة للباحثة مبروك صليحة 2019 بعنوان : تكنولوجيا المعلومات كأداة لتحقيق الميزة التنافسية ، هدفت الدراسة إلى تحديد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة المنتج بمؤسسة المطاحن الكبرى بالجنوب عن طريق طرح الإشكالية التالية :ما هو الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى مؤسسة المطاحن الكبرى بالجنوب ؟ بإستخدام المنهج الوصفي والتحليلي، حيث تمثل المجتمع الدراسي في مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب اما العينة فتتمثل في موظفين المؤسسة، بلغ حجم العينة 33 مفردة ، تم توزيع الاستبيان على جميع مفردات العينة لكن تم استرجاع 31 استبانة و هو ما يمثل حجم العينة المدروسة، حيث توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها :

- يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في السيطرة على الاسواق بمؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب من وجهة نظر موظفيها

- لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق الابداع والتطوير .

- يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب-بسكرة

2/ دراسة صياد صباح (2018/2017): بعنوان: أنظمة المعلومات و تأثيراتها على تنافسية المؤسسة الجزائرية . ، هدفت الدراسة إلى تحديد اثر النظم المعلوماتية على الميزة التنافسية لبعض المؤسسات المتواجدة بولاية وهران وذلك بالإجابة على الإشكالية التالية .

- كيف يمكن لنظام المعلومات من التأثير على القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ؟

3/ دراسة الباحث غالب محمد البستنجي 2011 بعنوان: اثر كفاءة نظم المعلومات التسويقية في اكتساب الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية ، هدفت الدراسة على الإجابة على التساؤل المطروح ما مستوى إدراك المستجوبين لكفاءة نظم المعلومات التسويقية في الشركات الصناعية؟ و ذلك بإستخدام المنهج والتحليلي الإحصائي بأخذ مجتمع الدراسة يتكون من كافة العاملين المستخدمين لنظم المعلومات التسويقية ف دوائر التسويق في الشركات الصناعية الأردنية تم اختيار عينة عشوائية منتظمة وعددها (300) مفردة من كافة العاملين والمستخدمين أبحاث اقتصادية وإدارية لنظم المعلومات التسويقية في الشركات الصناعية الأردنية، وتم توزيع استبيانات الدراسة على جميع أفراد عينة الدراسة، حيث تم استرجاع (245) استبانة من مجموع الاستبيانات الموزعة على عينة الدراسة لتشكّل ما نسبته (81.6%) من عينة الدراسة وتوصلت الدراسة إلى النتائج متعددة حيث

أظهرت الدراسة ارتفاع قيم المتوسط الكلي (3.75) لكفاءة نظم المعلومات التسويقية، وهذا يشير إلى كفاءة وجودة نظم المعلومات التسويقية في الشركات الصناعية المبحوثة، واحتلت المتطلبات المادية المرتبة الأولى بأهمية نسبية بلغت (78.25%)، أما في المرتبة الأخيرة فجاءت المتطلبات الإدارية وبأهمية نسبية بلغت (73.32%). وهذا يدل على أن العاملين بنظم المعلومات التسويقية في الشركات المبحوثة يدركون أهمية وجود الحواسيب والبرمجيات وقواعد البيانات والمتطلبات المختلفة والتي تعمل على إتاحة المعلومات لمتخذ القرار .

4/ دراسة حجاج عبد الرؤوف (2007/2006) : والتي جاءت بعنوان : الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مصادرها ودور الابداع التكنولوجي في تنميتها بجامعة 20 اوت 55 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بسكيكدة تكونت الدراسة من ثلاثة فصول شمل الفصل الاول : الميزة التنافسية للمؤسسة واثر المحيط . أما الفصل الثاني فحدد مصادر الميزة التنافسية ودور الابداع التكنولوجي في تنميتها اما الفصل الأخير فكان دراسة ميدانية ، كما هدفت الدراسة إلى الإبداع

التكنولوجي ودوره في تنمية الميزة التنافسية عن طريق دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي من خلال طرح الإشكالية التالية :

- كيف يمكن للمؤسسة الاقتصادية الحصول على ميزة تنافسية ؟ وما دور الابداع التكنولوجي في تنميتها ؟

المطلب الثاني : الدراسات باللغة الأجنبية.

1/ دراسة François Bergeron و Chantal Buteau 2023 بعنوان Devancer

Revue، هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين الميزة التنافسية والأنظمة المعلومات وتأثيرها على الشركات الصغيرة والمتوسطة بدراسة لأنظمة SIAC (هي أنظمة تسمح للشركة بالحصول على إيجار مالي في شكل قيمة مضافة إلى المنتجات أو الخدمات المسوقة. تؤثر أنظمة المعلومات هذه على الوضع التنافسي للمنظمة بطرق مختلفة) . وتمثلت نتائج الدراسة في أن تكنولوجيا الكمبيوتر المستخدمة كسلاح تنافسي تسمح للشركات المتوسطة الحجم باقتناء مكان تختاره في صناعتها يمنح الشركات المتوسطة الحجم الفرصة لزيادة قدرتها التنافسية في قطاع نشاطها. لقد أتاح استخدام طريقة التخطيط المقترحة تحديد عدد كبير من فرص SIAC في الشركات المستهدفة دون إظهار أنها ممكنة أو مفيدة دائماً.

2/ دراسة Mahdi Salehi و Mahmood Hemmatfar 2010 بعنوان :

Competitive Advantages and Strategic Information Systems

. هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين الميزة التنافسية والأنظمة المعلوماتية عن طريق تحديد اهم عناصر الأنظمة المعلوماتية ودورها في التسيير المؤسسي ، وتمثلت نتائج الدراسة في فأن مفاهيم نظم المعلومات مهمة جدًا ، ويمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات لدعم مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات الأهداف ، بما في ذلك إنشاء التطبيقات المبتكرة ، والتغيرات في العمليات التجارية ، والروابط مع شركاء الأعمال ، وخفض التكاليف ، واكتساب الذكاء التنافسي ، وغيرها.

المطلب الثالث : الاختلاف بين الدراسات السابقة والمذكرة .

أولا العربية

1/ دراسة مبروك صليحة 2019 :

إن دراسة الباحثة حللت نظم المعلومات من الناحية الكلية أما دراستنا فسوف نتطرق إلى نظم المعلومات من الناحية الجزئية عن الطريق تحديد لكل نمط من أنماط المشكلة لها .

2/ دراسة صياد صباح (2018/2017) :

لقد سعت الباحثة في دراستها على تحليل العديد من المؤسسات الجزائرية وبالتالي لم تركز على التحليل الإحصائي الكمي لتعدد مجتمعات الدراسة واكتفت بالرسوم البيانية لتحديد نسبة توجه كل مؤسسة في الإجابة . وقد حاول في دراستنا التركيز على مؤسسة واحدة من أجل إضافة التحليل الكمي وحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للدراسة .

3/ دراسة غالب محمد البستنجي 2011

التحليل الدراسي لنظم المعلومات لدى الباحث حددها من زاوية متطلبات نظم المعلومات أما المذكرة فسوف نحاول مناقشتها من ناحية أنماط نظم المعلومات كما إن عينة الدراسة في هذا البحث شملت الدولة الأردنية بينما دراستنا ستكون حول مؤسسة جزائرية .

4/ دراسة حجاج عبد الرؤوف (2006/ 2007) :

تمثل الاختلاف فكون الدراسة بدأت باعتبار الميزة التنافسية متغير مستقل الإبداع التكنولوجي متغير تابع فأعطت أهمية فالتحليل للميزة التنافسية على الإبداع التكنولوجي ، ومن جهة أخرى تمثلت دراستنا في تحديد دقيق لنظم المعلومات بين الدراسة وشملت مفهوم موسع و تمثل في الإبداع التكنولوجي .

ثانياً: باللغة الأجنبية

1/ دراسة Chantal Buteau و François Bergeron 2023

دراسة الباحثين لقد ركزت على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما أنها اعتمدت في التحليل نظام SIAC دون مناقشة كل نظم المعلومات ، بينما في دراستنا حاولنا مناقشة جميع موارد نظم المعلومات

2/ دراسة Mahdi Salehi و Mahmood Hemmatfar 2010

ركزت الدراسة على تحديد خصائص الميزة التنافسية دون التعمق في الأنظمة المعلوماتية لكونها المتغير المستقل في الدراسة أما دراستنا فقد اعتمدنا على الأنظم المعلوماتية كمعيار لتحديد الميزة التنافسية.

خلاصة الفصل

من خلال الفصل الاول يمكن ان نخلص على ان نظم المعلومات اصح مرتبط بالميزة التنافسية فهو بين اهم المعايير الرئيسية في تحديد مدى كفاء المؤسسات سواء في انتاج ، توزيع او ادارة المنتجات بمختلف اشكالها .

فمفهوم المعلوماتية في العصر الحالي غير من طبيعة العديد من المفاهيم الاقتصادية وازدادت مجموعة من الاسس والمعايير في المجال التسيير الاداري من جهة والتعاملات التجارية والاقتصادية من جهة اخرى ، فقد اضح عامل التكنولوجيا متغير اساسي تحديد نجاعة المؤسسات وقدرتها في التعاملات التسويقية ، فقد ساهم بشكل كبير في تطوير وتحسين الميزة التنافسية للمؤسسات في شتى المجالات .

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لدور نظم
المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية بمؤسسة
اتصالات الجزائر موبيليس ولاية الوادي

تمهيد

سوف نتطرق في هذا الفصل إلى دراسة حالة بمؤسسة اتصالات الجزائر التابعة لولاية الوادي لتحديد مدى تأثير الأنظمة المعلوماتية على الميزة التنافسية بالمؤسسة عن طريق دراسة وصفية إحصائية لمتغيرات الدراسة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS وللإجابة على فرضيات الدراسة قسمنا الفصل إلى:

المبحث الأول: التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة (الطريقة والأدوات).

المبحث الثالث: تحليل ومناقشة النتائج.

المبحث الأول: تقديم مؤسسة اتصالات الجزائر -موبيليس -

سوف نتطرق في هذا المبحث الى التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر "موبيليس " محل الدراسة وتحديد أهم أهدافها وطرق

المطلب الاول : التعريف بالمؤسسة

فرع من مجمع اتصالات الجزائر وأول متعامل للهاتف النقال بالجزائر، موبيليس أقرت استقلاليتها كمتعامل منذ أوت 2003 يقع مقرها بالوادي في شارع محمد خميستي.

تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر فرع من فروع اتصالات الجزائر، التي اعتبرت متعامل عمومي في مجال الاتصالات بعد الإصلاحات التي انتهجتها الحكومة بموجب القانون بموجب القانون 03 - 2000 ومنحت لها رخصة إنشاء واستغلال شبكة GSM في 26 ماي 2002 على سبيل التسوية إلا أن التأسيس الرسمي لها جاء في أوت 2003 ، في شكل شركة اقتصادية عمومية ذات أسهم SPA/EPA برأسمال قدره 100 مليون دج ، مملوكة كلياً لاتصالات الجزائر إلا أنها تتمتع باستقلالية تامة في اتخاذ القرارات.

بلغ رأسمال مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال خلال سنة 2016 ب 86.060.000.000 دج، وتملك أكثر من 4500 محطة قاعدة راديوية، كما بلغ عدد الموظفين 5035 عامل وتنشط عبر 175 وكالة و 15451 نقطة بيع، وتمثلت مهمتها الأولى بإنشاء شبكة للهاتف النقال معيار GSM ، لتواصل تطوراتها بإنشاء الجيل الثالث و الرابع .

إن مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال التي تنشط تحت الاسم التجاري "موبيليس " سعت منذ نشأ إلى تقديم أحسن الخدمات عبر العروض المتنوعة والتركيز على الإبداع بما يتماشى والتطورات التكنولوجية، بالإضافة إلى التركيز على التكفل الجيد بالمشاركين لضمان وفائهم من خلال التمتع أكثر قرباً من زبائنهم، وهذا ما جسدتها في شعارها " اينم كنتم " . كما تلعب "موبيليس" دوراً هاماً في مجال التنمية المستدامة. بمساهمتها في حماية البيئة و التقدم الاقتصادي بالإضافة إلى التأكيد على قيمها التي تتمثل في الشفافية، الوفاء، الحيوية، الإبداع.

المطلب الثاني : أهداف المؤسسة

يسعى موبيليس، منذ نشأته، إلى تحديد أهداف أساسية منها:

- تقديم أحسن الخدمات
 - التكفل الجيد بالمشاركين لضمان وفائهم،
 - الإبداع
 - تقديم الجديد بما يتماشى و التطورات التكنولوجية و هذا مامكنها تحقيق أرقام أعمال مهمة و توصلها، في وقت قصير، إلى ضم 20 مليون مشترك.
- و باختياره و تبنيه لسياسة التغيير و الإبداع ، يعمل موبيليس دوما على عكس صورة إيجابية و هذا بالسهر على توفير شبكة ذات جودة عالية و خدمة للمشاركين جد ناجعة بالإضافة إلى التنوع و الإبداع في العروض والخدمات المقترحة.

أراد موبيليس التمتع كمتعامل أكثر قربا من شركائها وزبائنهم، وما زاد ذلك قوة شعاره " معا نصنع المستقبل." هذا الشعار يعد تعهدا بالإصغاء الدائم، و دليلا على التزامه بلعب دور هام في مجال التنمية المستدامة و بمساهماتها في التقدم الإقتصادي، بالإضافة إلى احترام التنوع الثقافي، أدائه لدوره و مساهمتها في حماية البيئة و هذا بالرجوع إلى قيمه الأربعة: الشفافية، الوفاء، الحيوية و الإبداع.

موبيليس المتعامل هو أيضا:

- تغطية وطنية للسكان.
- أكثر من 178 وكالة تجارية.
- أكثر من 82.965 نقطة بيع غير مباشرة.
- أكثر من 5000 محطة تغطية B T S
- أرضية خدمات ناجعة و ذات جودة عالية.
- الإبداع الدائم و تطوير لعروضها و لخدماتها المختلفة فوسطو , سلكني , خدمة الرسائل المصورة و الصوتية MMS و خدمة 3G ،... GPRS إضافة إلى كل خدمات التعبئة الإلكترونية :
- "أرسلي , راسيمو , رصيدي , بطاقة التعبئة الخاصة بالمكالمات الدولية لمشاركي الدفع المسبق".

تفرض اليوم موبيليس نفسها كشركة حيوية، مبدعة، وفيّة وشفافة، في محيط جد تنافسي وسليم أساسه و مفتاح نجاحه يكمن في الجدية والمصادقية بالإضافة إلى الاتصال المباشر .

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة (الطريقة والأدوات).

نوضح في هذا المبحث المنهجية التي سنتبعها في هذه الدراسة من خلال إبراز مجتمع وعينة الدراسة، كما نتطرق إلى طرق جمع البيانات، إلى الأساليب الإحصائية المستعملة في تحليل البيانات الخاصة الاستبيان.

المطلب الأول: منهج، المجتمع وعينة الدراسة.

سنعينا في هذا المطلب إلى عرض أسلوب الدراسة المتبع بغية الوصول إلى الأهداف بالإضافة إلى توضيح مجتمع وعينة الدراسة وفق ما يتطلبه موضوع بحثنا.

أولاً: منهج الدراسة الميدانية.

إن المنهج المتبع يمكننا من تبسيط موضوع البحث والكشف على الحقائق العلمية وتحديد الأسباب والنتائج المترتبة عنها، ونظرا لطبيعة موضوع بحثنا المتمثل في مساهمة أنظمة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية ، كما أن طبيعة الدراسة الميدانية التي يتطلبها موضوع بحثنا يرتكز على الاستبيان، لذلك اعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي للبيانات والمعلومات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان.

ثانيا: مجتمع الدراسة.

بكوننا نسعى من خلال دراستنا إلى إبراز مساهمة أنظمة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية ، لهذا تم حصر مجتمع الدراسة على عمال مؤسسة الاتصالات الجزائرية موبيليس بالوادي وتم الأخذ بعين الاعتبار توفر الخبرة المهنية والعلمية للأشخاص موضوع الدراسة، حتى تكون لهم القدرة على فهم محاور وفقرات الاستبيان.

ثالثا: عينة الدراسة.

رغم الصعوبات التي واجهتنا في تحديد مجتمع الدراسة، إلا أننا سعينا قدر الإمكان إلى جمع أكبر عدد ممكن من أفراد العينة ، فلقد قمنا بتوزيع استمارة استبيان، حيث اعتمدنا على التسليم المباشر للاستمارات، وبعد استرجاع الاستمارات الموزعة تم حصر عدد الاستمارات الملغاة، منها الاستمارات التي لم تسترجع.

وشملت الدراسة الموظفين الإداريين بمختلف المستويات المهنية فقد تم توزيع الاستبيان لعينة الدراسة بطريقة عشوائية كما في الجدول الموالي .

جدول رقم (1-2) : توزيع الاستبيان

عدد الاوراق الموزعة	عدد الاوراق المسترجعة	عدد الاوراق غير صالحة
40	31	09
% 100	% 77.5	% 22.5

المصدر : من اعداد الطلبة

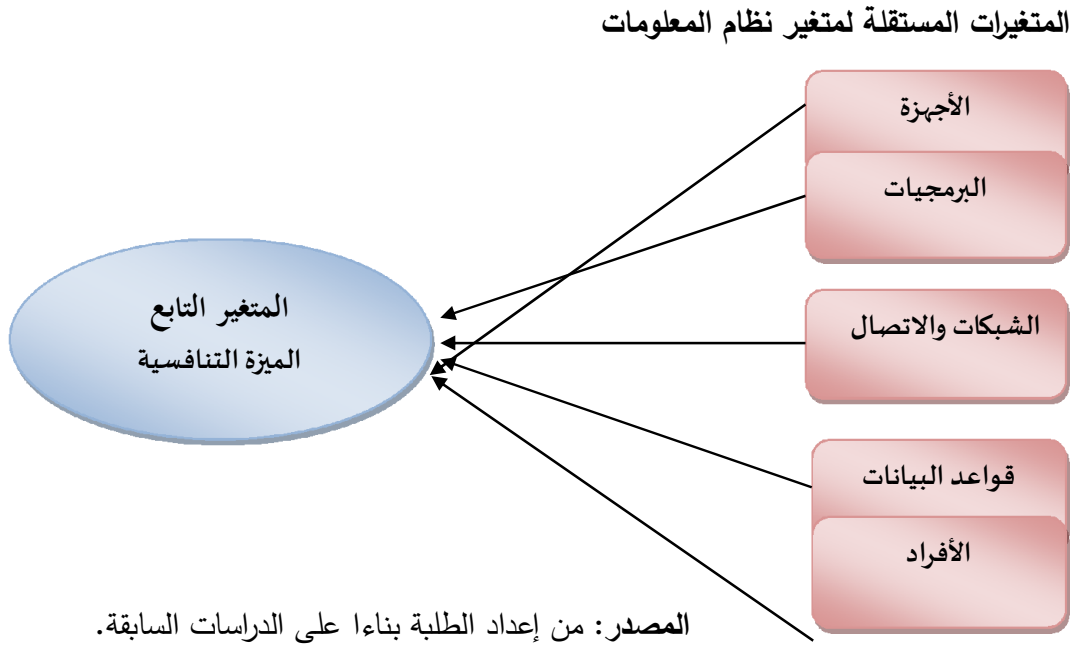
يوضح الجدول أنه تم استرجاع 77.5 % ما يساوي 31 ورقة استبيان صحيحة قد تمكن موظفي شركة موبيليس من الإجابة عليها وهذا ما يدل على صحة الاستبيان وقدرته على معالجة إشكالية الدراس

المطلب الثاني: نموذج الدراسة والأدوات المستخدمة في تحليل النتائج.

أولاً: نموذج الدراسة

انطلاقاً من الدراسة النظرية كالدراسات السابقة المتعلقة بموضوعنا أو جزء منه، وعلى ضوء إشكالية الدراسة وفرضياتها وأهدافها، وبعد استشارة الأساتذة ذوي الخبرة، تم تشكيل نموذج للدراسة والذي ينطلق من فكرة أساسية هي تحليل عناصر نظام المعلومات والميزة التنافسية ، والشكل التالي يوضح هذا النموذج.

الشكل (1-2): يوضح نموذج الدراسة.



ثانيا: بناء أداة الدراسة.

بغرض الوصول إلى الأهداف المرجوة لهذه الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة وإثبات صحة أو عدم صحة الفرضيات، أعدنا استمارة الاستبيان وتم توزيعها على عينة الدراسة، ولكي تكون الدراسة منظمة في شكل علمي قمنا بتصنيف استمارة الاستبيان معتمدين على الإشكالية المطروحة والجوانب التي تطرقنا إليها في الفصل الأول مع مراعاة عدة نقاط نذكر منها ما يلي:

✓ أن تكون عبارات الأسئلة تمت صياغتها بطريقة بسيطة وواضحة لتفادي الغموض أو سوء الفهم؛

✓ تجنب الأخطاء الإملائية قدر المستطاع لتكون لغة الاستبيان سليمة؛

✓ الاعتماد على ترتيب الأسئلة وربطها بموضوع الدراسة الميدانية لتحقيق الأهداف المرجوة؛

بعد الانتهاء من تصميم الاستبيان تم اللجوء إلى أساتذة مختصين للتأكد من الجانب الشكلي والتقني للاستمارة والتأكد من موضوعية الأسئلة وتغطيتها لجميع جوانب موضوع الدراسة.

ينقسم الاستبيان إلى جزئين:

- **الجزء الأول:** يحتوى على أسئلة تتعلق بمعلومات عامة حول عينة الدراسة وهي (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الخبرة).
- **الجزء الثاني:** يتكون من محورين وهي كما يلي:

✓ المحور الأول: يتعلق بالمتغير الأول المستقل ؛

✓ المحور الثاني: يتعلق بالمتغير الثاني التابع .

ثالثا: الأدوات المستخدمة في تحليل نتائج الاستبيان.

بعد الجمع النهائي للاستبيان من خلال الإستمارات القابلة للتحليل، اعتمدنا في عرض المعطيات وتحليلها على برنامج *Excel*، لكي نتمكن من معالجة المعطيات وتحويلها بشكل جداول وترجمتها إلى رسومات بيانية بهدف تسهيل عملية الملاحظة والتحليل للوصول إلى النتائج المرجوة كما اعتمدنا على مجموعة من أساليب المتاحة في برنامج SPSS، كما يمكننا إختصار الأساليب التي تم إستخدامها فيما يلي:

- اختبار بيرسون لقياس الاتساق الداخلي: Internal Validity ؛
- قياس ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha).
- استخراج التكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات الاستبيان؛
- قياس الوسط الحسابي المرجح لكل عبارة في الاستبيان؛
- قياس الانحراف المعياري لكل عبارة في الاستبيان؛
- نموذج الانحدار الخطي البسيط ؛

المبحث الثالث: تحليل ومناقشة النتائج.

نقوم في هذا المبحث بعرض جميع معلومات البيانات الواردة في إستمارة الاستبيان الصالحة وتحليلها مع عرض الخصائص العامة لعينة الدراسة، لاحظنا من الواجب إظهار مدى صدق وثبات الاستبيان مع التطرق في آخر المبحث إلى اختبار صحة الفرضيات.

المطلب الأول: اختبار صدق وثبات الاستبيان

قبل البدء في تحليل النتائج المتحصل عليها قمنا بإختبار صدق وثبات العينة موضوع الدراسة، و يقصد بصدق أداة الدراسة مدى قدرة الاستبيان على قياس المتغيرات التي وضعت من أجلها، ولهذا الغرض قمنا بالتأكد من صدق الاستبيان بطريقتين:

أ- الصدق الظاهري:

قمنا بعرض الاستبيان على نخبة من الأساتذة المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الوادي وتألفت من 4 أساتذة محكمين:

الجدول رقم (2-2): يوضح أساتذة المحكمين.

الرقم	الأساتذة المحكمين للاستبيان
01	بن عيسى ريم
02	عيشوش محمد الحافض
03	بغداد بنين
04	ربيع بوصبيح

المصدر: من إعداد الطلبة

وقد استجيبنا لأرائهم وقمنا بإجراء ما يلزم من تعديل وحذف في ضوء المقترحات المقدمة، ليخرج الاستبيان في صورته النهائية.

ب - الاتساق الداخلي Internal Validity:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه هذه العبارة، حيث قمنا بحساب الاتساق الداخلي للاستبيان من خلال حساب معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات محاور الاستبيان.

- معامل الارتباط لنظم المعلومات

جدول رقم (2-3): معامل الارتباط بيرسون لموارد نظم المعلومات

الاجهزة sig	معامل الارتباط	البرمجيات sig	معامل الارتباط	شبكة الاتصال sig	معامل الارتباط	قواعد البيانات sig	معامل الارتباط	الافراد sig	معامل الارتباط
0.087	0.313	0.015	0.433	0.018	0.424	0.004	0.502	0.597	0.99-
000	0.815	000	0.807	000	0.884	000	0.803	0.001	0.562
000	0.631	000	0.660	0.001	0.585	000	0.599	000	0.605
0.001	0.566	000	0.768	000	0.700	000	0.823	000	0.755
								0.001	0.547

المصدر: اعتمادا على نتائج spss

- معامل الارتباط للميزة التنافسية

جدول رقم (4-2): معامل الارتباط بيرسون لخصائص الميزة التنافسية

تميز الخدمة sig	معامل الارتباط	الاستجابة السريعة sig	معامل الارتباط	التكلفة الأقل sig	معامل الارتباط
0.111	0.292	0.014	0.437	0.000	0.804
0.000	0.668	0.000	0.774	0.000	0.878
0.000	0.592	0.000	0.806	0.000	0.886
0.000	0.683	0.000	0.829	/	/

المصدر : اعتماد على spss

من خلال الجدول نجدة العلاقة بين العبارات ومحور الاستبيان صادقة لحد كبيرة وبالتالي يمكن ان نعتد بالاستبيان كأداة للتحليل الإحصائي للمذكرة.

ثانيا: ثبات الاستبيان: اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha).

يقصد بثبات أداة الدراسة أن يعطي الاستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الأداة يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، وقد اعتمدنا على معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha). في حساب ثبات الاستبيان: القاعدة العامة هي أن معامل ألفا كرونباخ من 70 وما فوق جيد ، و 80 وما فوق أفضل ، و90 وما فوق هو الأفضل.

وضحت الدراسة النتائج التالية :

جدول رقم (5-2) : حساب معامل الفا كرونباخ .

عدد العبارات	معامل الفا كرونباخ
32 عبارة	0.871

المصدر : من إعداد الطلبة اعتمادا على برنامج spss

من خلال نتيجة الفا كرونباخ والتمثلة في " 0.871 " نثبت صحة الاستبيان وأن فقراته تجيب على متغيرات الدراسة ويمكن الاعتماد عليه في تحليل نتائج الدراسة .

المطلب الثاني: الخصائص العامة لعينة الدراسة.

يخص هذا الجزء للاستبيان المعلومات الشخصية للمجيب على الاستبيان وقد خصصت هذه الأسئلة إلى كل من الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات العمل و المستوى الوظيفي وكانت النتائج كما يلي:

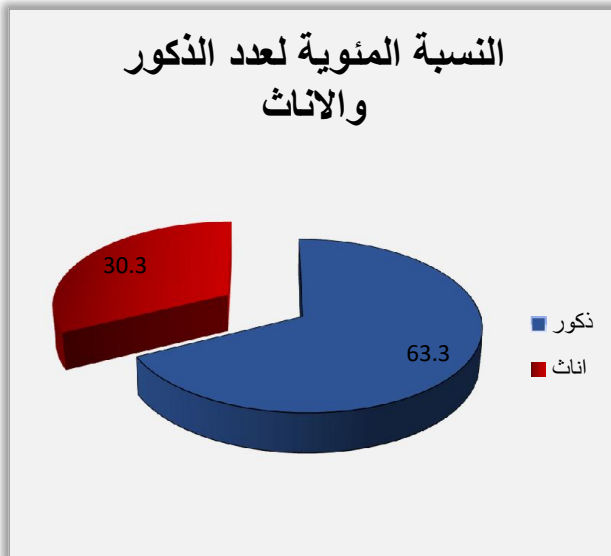
سوف نعتمد في حساب توزيع عينات الدراسة على قياس التكرارات والنسب المئوية لعينة المجتمع وتحليل الفروق.

أولاً. حساب التكرارات والنسب المئوية لعينة المجتمع

1- حساب تكرارات و النسب المئوية للجنس :

نلاحظ من خلال الجدول توزيع جنس الإناث والذكور في عينة الدراسة.

الشكل رقم (2-2): النسبة المئوية لعدد الذكور والإناث



الجدول رقم (2-6): التكرارات والنسبة المئوية للجنس

النسبة المئوية	عدد التكرارات	
63.6	21	ذكر
30.3	10	انثى

المصدر : اعتمادا على نتائج spss

المصدر: من اعداد الطلبة اعتماد على نتائج جدول spss

ويظهر من خلال الجدول أن عدد الذكور المشاركين في الاستبيان يفوق عدد الاناث بحولي الضعف، فقد قدرت تكرارات الذكور المتمثلة في 21 تكرار ب 63.6 % أما الاناث فقدت 10 تكرارات ب 30.3 % .

2- حساب تكرارات والنسب المئوية للعمر :

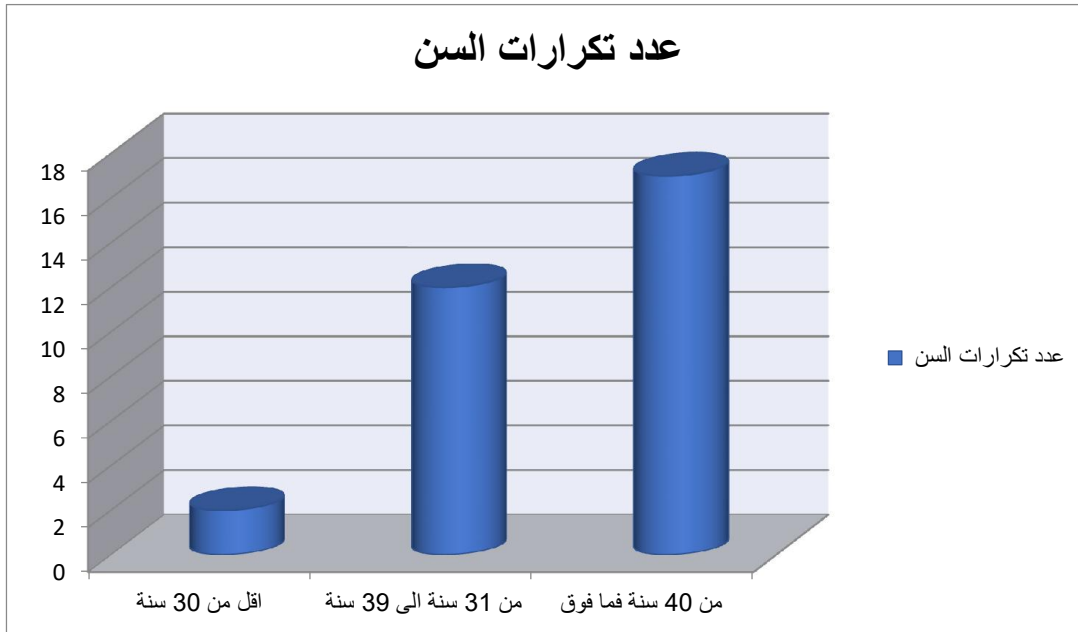
يوضح الجدول التالي عدد تكرارات والنسب المئوية للعينة بالنسبة للسنة:

جدول رقم (7-2): التكرارات والنسبة المئوية للسنة

النسبة المئوية	عدد التكرارات	
63.6	2	اقل من 30 سنة
30.3	12	من 31 سنة الى 39 سنة
51.5	17	من 40 سنة فما فوق

المصدر : اعتمادا على نتائج spss

الشكل رقم (3-2) : عدد تكرارات السنة



المصدر : من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج spss

نلاحظ من خلال الجدول والشكل ان فئة المجتمع المشارك في الاستبيان (الاقل من 30 سنة لا تتعدا شخصين و فئة (من 31 سنة الى 39 سنة) تفوقها بفارق كبير قدرت ب 12 شخص، بينما فئة (من 40 سنة فما فوق) فهي الفئة الغالبة في الدراسة حيث وصل عدد الاشخاص المشاركين في الاستبيان الى 17 شخص ورغم ذلك تبقى فئة (من 31 سنة الى 39 سنة) و (من 40 سنة فما فوق) متقاربتين نوعا ما .

3- حساب التكرار والنسب المئوية للمستوى الدراسي :

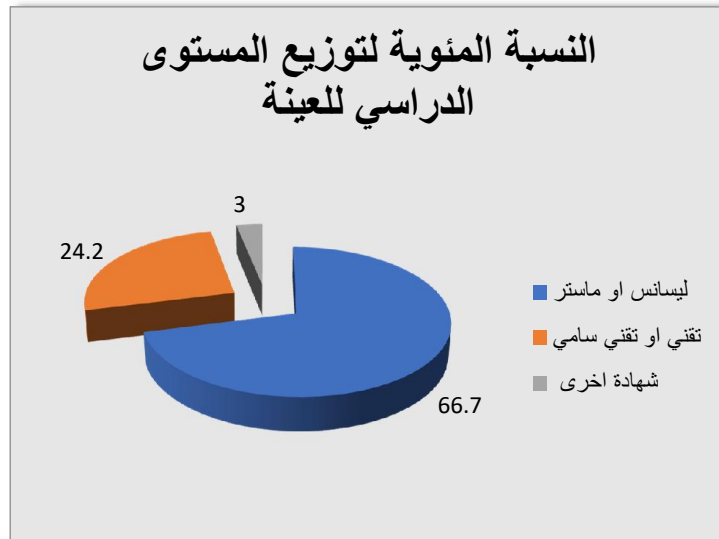
يوضح الجدول التالي نسب وتكرارات المستوى الدراسي :

جدول رقم(8-2): التكرارات والنسبة المئوية للمستوى الدراسي

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	
66.7	22	ليسانس او ماستر
24.2	8	تقني او تقني سامي
3	1	شهادة اخرى

المصدر:اعتماد على نتائج spss

الشكل رقم (4-2) : النسبة المئوية لتوزيع المستوى الدراسي للعينة



المصدر : من اعداد الطلاب اعتمادا على نتائج جدول spss .

من خلال الجدول والشكل السابقين نلاحظ ان الأفراد المتحصلين على شهادة ليسانس او ماستر هم الفئة الغالبة في العينة بنسبة تقدر ب 66.7 % ، ثم تليها الأفراد الحاملين لشهادة تقني أو تقني سامي بنسبة 24.2 % ، وأقل فئة تحمل شهادات مغايرة قدرة ب 3% . ونشير إلى أن الاستبيان تضمن شهادة مهندس الا ان العينة في هذه الفئة كانت منعدمة 0 .

4- حساب التكرارات والنسب المئوية لنوع الوظيفة :

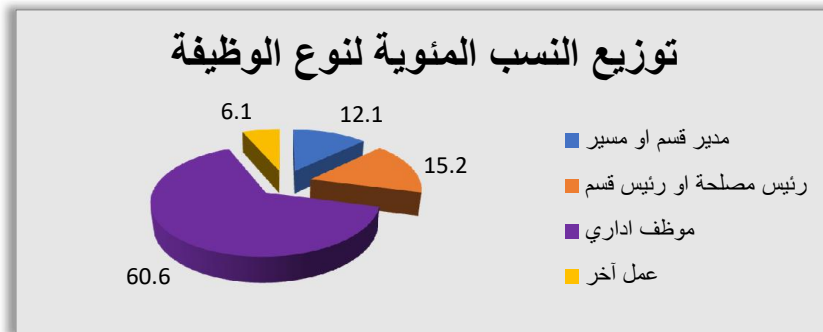
يوضح الجدول التالي التكرارات والنسبة المئوية لنوع الوظيفة للفئات المشاركة في الاستبيان :

جدول رقم (9-2) : التكرارات والنسبة المئوية لنوع الوظيفة .

عدد التكرارات	النسبة المئوية	
4	12.1	مدير قسم أو مسير
5	15.2	رئيس مصلحة أو رئيس قسم
20	60.6	موظف إداري
2	6.1	عمل آخر

المصدر : اعتمادا على نتائج spss

الشكل رقم (5-2) : توزيع النسب المئوية لنوع الوظيفة



المصدر : من اعداد الطلاب اعتمادا على نتائج جدول spss

من خلال الجدول والشكل يتبين ان الفئة الاكثر تواجدا في العينة هي الموظفين الاداريين بنسبة 60.6% ، ثم تليها فئة رؤساء المصالح والاقسام بنسبة 15.2 % ، أما مدير قسم او مسير

فقد شاركوا بنسبة ضئيلة قدرت ب 12.1 % ، وأخير الوظائف المختلفة الاخرى لم تتعدى نسبتها 6.1 % .

5- حساب التكرارات والنسبة المئوية لمستوى الخبرة .

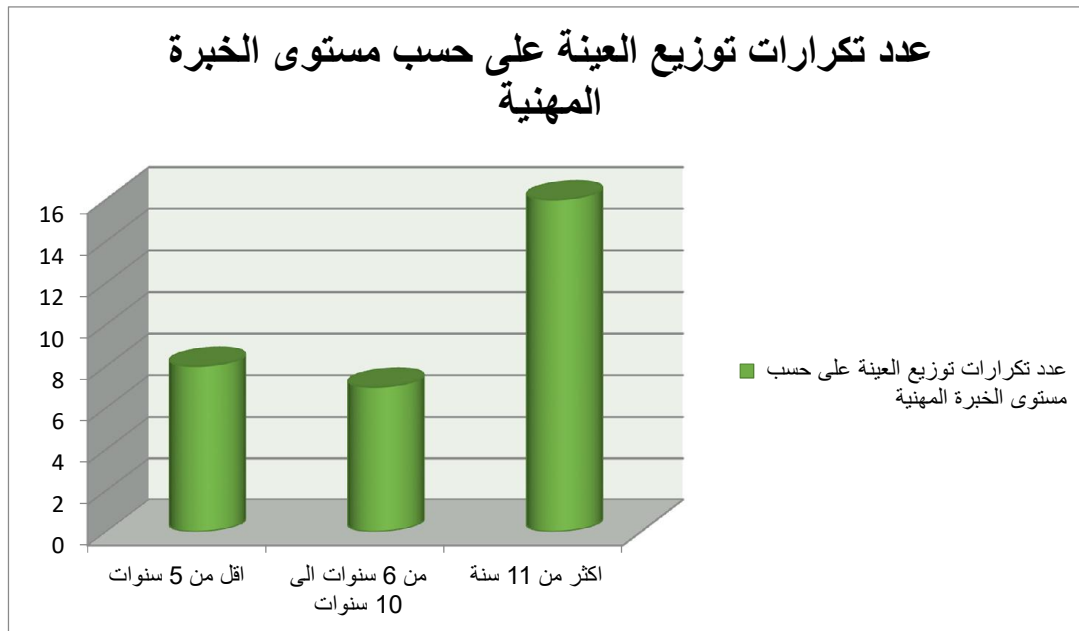
يوضح الجدول التالي النسب المئوية وتكرارات مستوى الخبرة كما يلي :

جدول رقم (10-2): التكرارات و النسبة المئوية لمستوى الخبرة

عدد التكرارات	النسبة المئوية	
8	24.2	اقل من 5 سنوات
7	21.2	من 6 سنوات الى 10 سنوات
16	48.5	اكثر من 11 سنة

المصدر : اعتمادا على نتائج spss

الشكل رقم (6-2) : عدد تكرارات توزيع العينة على حسب مستوى الخبرة المهنية



المصدر : من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج جدول spss

من خلال الشكل والجدل نجد ان اكثر فئة مشاركة تملك خبرة تفوق 11 سنة ولعلّ هذا ما يفسر ارتفاع سنة الفئة الأكثر مشاركة بنسبة 51.5 % اي ما يعادل النصف وبالتالي غالبية هذه الفئة تمتلك خبرة تفوق 11 سنة ، ثم تليه فئة اقل من 5 سنوات وهذا ما يتبث على ان الشركة تفتح الوظائف امام للخريجين الجدد .

المطلب الثالث : دراسة وصفية لإجابات العينة

سنتطرق في هذا المطلب إلى حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتحديد اتجاه العينة لكل مورد من موارد نظم المعلومات وخصائص الميزة التنافسية.

1- المتوسط الحسابي :

المتوسط الحسابي او ما يُعرف باسم الوسط الحسابي أو المعدل هو المقياس الأكثر استخدامًا وشهرة من مقاييس النزعة المركزية، ويُستخدم مع مختلف أنواع البيانات المنفصلة والمستمرة حيث بين مدى تمركز القيم حول قيمة معينة وهي القيمة الوسطية وهو يمثل الرأي العام المتفق عليه من قبل افراد العينة في الدراسة .

2 - الانحراف المعياري :

الانحراف لمجموعة بيانات يخبرنا مدى تشتت البيانات عن الوسط الحسابي. كلما زادت قيمة الانحراف المعياري، زاد تشتت البيانات عن الوسط الحسابي، وكلما قلّت قيمة الانحراف المعياري، قل تشتت البيانات عن الوسط الحسابي.

3- اتجاه العينة :

تحدد اتجاه العينة من خلال المتوسط الحسابي بالاعتماد على القانون التالي :

$$\text{تحديد اتجاه العينة} = \frac{\text{أكبر درجة} - \text{أقل درجة}}{\text{أعلى درجة}}$$

اعلا درجة في مقياس ليكارت الخماسي (5) واقل درجة (1) "الجدول السابق رقم (1-2) " .

$$0.8 = 5 / 1 - 5$$

جدول رقم(11-2) : اتجاه العينة في مقياس ليكارث الخماسي

الاتجاه	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
الفئة	5-4.2	4.2-3.4	3.4 -2.6	2.6 – 1.8	1.8-1

المصدر : من إعداد الطلبة

ثانيا. حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد الأجهزة (نظم المعلومات) .

يوضح الجداول التالية المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات مورد الأجهزة .

جدول رقم(12-2) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد الأجهزة

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
تمتلك المؤسسة اجهزة قادرة على معالجة الكم الهائل من المعلومات ؟	4.29	0.529	موافق بشدة
تقوم ادارة المؤسسة بتقديم الدعم لتطوير الاجهزة بشكل دائم ؟	3.97	0.657	موافق
نقوم ادارة المؤسسة ارجاء صيانة اللازمة للاجهزة ؟	4.06	0.680	موافق
توفر الاجهزة المستعملة في نظم المعلومات معالجة سريعة للبيانات	4.19	0.601	موافق

المصدر: اعتماد على نتائج spss

نلاحظ من خلال الجدول على ان افراد العينة اتفقوا على العبارة الاولى " تمتلك المؤسسة اجهزة قادرة على معالجة الكم الهائل من المعلومات " بمتوسط حسابي قدر ب 4.29 ثم تليها عبارة " توفر الاجهزة المستعملة في نظم المعلومات معالجة سريعة للبيانات" بمتوسط حسابي مقدر ب 4.19 وذلك راجع لوكن مؤسسة اتصالات الجزائر تقوم في اساسها على توفير الاجهزة اللازمة تطوير عملية الاتصال والتواصل ، فتوفير الاجهزة هو احد اهم الركائز التي تبني عليها المؤسسة.

ثالثا: حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد للبرمجيات

جدول رقم(13-2) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد البرمجيات

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
توفر الاجهزة المستعملة في نظم المعلومات معالجة سريعة للبيانات	4.29	0.529	موافق بشدة
توفر البرامج الموجودة في المؤسسة المعالجة السريعة للبيانات ؟	4.23	0.560	موافق بشدة
يتم تطوير برمجيات بشكل دوري وازافة خدمات جديدة من حين لآخر في نظام المعلومات	3.94	0.892	موافق
توفر الاجهزة المستعملة في نظم المعلومات معالجة سريعة للبيانات	4.48	0.570	موافق بشدة

المصدر : اعتمادا على نتائج spss

يبين جدول البرمجيات ان عبارة 4 " توفر الاجهزة المستعملة في نظم المعلومات معالجة سريعة للبيانات " تحمل اعلا متوسط حسابي " 4.48 " وهذا يثبت قدرت الموظفين على تحكم وتسيير الاجهزة المتوفرة بكل سهولة وامتلاكهم الخبرة اللازمة للتعامل مع نظم المعلومات . فامتلاك الخبرة في المجال المعلوماتي يعد اهم عنصر في تسيير المؤسسات المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات ومن بينها مؤسسة الدراسة " اتصالات الجزائر موبيليس ". تليها بعد ذلك عبارة 1 " توفر الاجهزة المستعملة في نظم المعلومات معالجة سريعة للبيانات " والتي تثبت أهمية نظم المعلومات في التسيير الإداري عن طريق سرعة الاستجابة .

اما العبارة 3 " يتم تطوير برمجيات بشكل دوري وازافة خدمات جديدة من حين لآخر في نظام المعلومات " فتحصل على اقل متوسط حسابي ويرجع ذلك الى عجز المؤسسة انشاء برمجيات حديثة وتطويرها بما يواكب احتياجات الموظف لتسهيل العمل من جهة واحتياجات الزبائن من جهة اخرى .

رابعاً. حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لشبكة الاتصال .

جدول رقم(14-2) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد شبكات الاتصال

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
تستفيد المؤسسة من شبكة الانترنت في انجاز العديد من العمليات الالكترونية	3.81	1.108	موافق
تناسب الشبكة المتوفرة مع احتياجات العمل المختلفة	3.90	0.700	موافق
تتميز شبكات الاتصال بالمؤسسة بسرعة عالية في نقل المعلومات والبيانات	4.10	0.651	موافق
تحرص المؤسسة على توفير أنظمة الشبكات الامنة	4.45	0.850	موافق بشدة

المصدر : اعتمادا على نتائج spss

نلاحظ من خلال الجدول ان عبارة 4 " تحرص المؤسسة على توفير أنظمة الشبكات الامنة " تمثل اعلا متوسط حسابي " 4.45 " بينما العبارة 1 فتحصلت على اقل متوسط حسابي " 3.81 " وذلك راجع في العموم الى ضعف شبكات الأنترنت في الجزائر بالإضافة الى اعتماد المؤسسة على التطبيقات المبرمجة اليا بدون انترنت لتلبية حاجيات الزبائن .

خامسا. حساب المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري قواعد البيانات

جدول رقم(15-2) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد قواعد البيانات

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه عينة الدراسة
قواعد بيانات المؤسسة تتمتع بدرجة عالية من السرية والامانة	4.48	0.724	موافق بشدة
تقوم ادارة المؤسسة بالعمل على تحديث البيانات وبشكل مستمر لتقديم افضل الخدمات	4.35	0.608	موافق بشدة
تحرص ادارة المؤسسة على دقة بياناتها المخزنة	4.52	0.570	موافق بشدة
توفر قاعدة بيانات نظام المعلومات مساحة كافية لتخزين المعلومات	4.39	0.761	موافق بشدة

المصدر : اعتمادا على نتائج spss

يظهر جدول قواعد البيانات ارتفاع ملحوظ في المتوسطات الحسابية لجميع الفقرات مقارنة بالأنظمة السابقة، وهذا ما يثبت دور قواعد البيانات في نظم المعلومات واهميتها في التسيير المؤسسي.

سادسا. حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد الأفراد

جدول رقم (16-2) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمورد الأفراد

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه عينة الدراسة
تدرك المؤسسة اهمية العاملين في نظم المعلومات كعامل مهم لانجاح المنظمة	4.10	0.529	موافق
تحرص ادارة المؤسسة على تدريب الموظفين لنظام المعلومات بشكل دوري	3.71	0.560	موافق
يقدم العاملين في المؤسسة اقتراحات لتحسين نظام معلومات المستخدم	3.90	0.892	موافق
تسعى المؤسسة لتوظيف اشخاص متمكنين في نظم المعلومات	4.00	0.570	موافق
يوجد موظفين متخصصين في تكنولوجيا نظم المعلومات في المؤسسة	4.16	0.898	موافق

المصدر : اعتمادا على نتائج SPSS

يظهر جدول الافراد ارتفاع المتوسط الحسابي في عبارة 5 " يوجد موظفين متخصصين في تكنولوجيا نظم المعلومات في المؤسسة " ، وبالتالي يمكن اعتبار ان العامل البشري يلعب دور مهم سواء في صياغة ، تطوير او تسيير الانظمة المعلوماتية في المؤسسة فالأجهزة المبرمجة وحدها ليست كفيلة بتحقيق ميزة تنافسية في المؤسسة.

سابعا. حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتمييز الخدمات (للميزة التنافسية)

جدول رقم(17-2) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتمييز الخدمات

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه عينة الدراسة
تخضع الخدمات التي تقدمها المؤسسة الى التحسين المستمر	4.35	0.608	موافق بشدة
تستقبل المؤسسة آراء الاعلاء حول الخدمات المقدمة	4.39	0.615	موافق بشدة
تقدم المؤسسة احدث التقنيات لضمان جودة عالية	4.19	0.654	موافق
يساهم تميز الخدمات من قبل المؤسسة على مواجهة التهديدات التنافسية	4.29	0.693	موافق بشدة

المصدر اعتمادا على نتائج spss

نلاحظ من خلال الجدول ان نتائج خاصية تمييز الخدمات شملت ارتفاع متقارب في المتوسطات الحسابية ، وتمثلت العبارة 1 " تخضع الخدمات التي تقدمها المؤسسة الى التحسين المستمر " دليل على سعي المؤسسات الى توفير متطلبات الزبائن من اجل تحقيق اعلا قدر من الميزة التنافسية .

ثامنا. حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للاستجابة السريعة للعملاء

جدول رقم(18-2) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للاستجابة السريعة للعملاء.

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه عينة الدراسة
تلبية المؤسسة طلبات العملاء في الوقت المناسب	4.10	0.870	موافق
يكون الرد سريع على الشكاوي العملاء	4.03	0.875	موافق
تلتزم المؤسسة بتلبية طلبات العملاء في الوقت المتفق عليه	4.10	0.746	موافق
تعمل المؤسسة على فهم ومعرفة احتياجات العملاء مهما كانت درجة الانشغال	3.90	0.746	موافق

المصدر : اعتماد على نتائج spss

تظهر المتوسطات الحسابية لجدول سرعة الاجابة على قدرة المؤسسة في توفير وتلبية متطلبات الزبائن في وقت قياسي ذلك راجع لتطور المنظومة المعلوماتية داخل المؤسسة.

تاسعا. حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتكلفة الاقل

جدول رقم(19-2) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتكلفة الأقل

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
الاعتماد على نظام المعلومات يخفض التكاليف على المؤسسة	4.19	0.654	موافق
تعمل المؤسسة على تقديم خدمات بأقل اسعار	4.26	0.893	موافق بشدة
يساهم تخفيض التكاليف في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الى زيادة رضا العميل	4.23	0.805	موافق بشدة

المصدر: اعتماد على نتائج spss

تشير العبارة 2 " تعمل المؤسسة على تقديم خدمات بأقل اسعار " 4.26 والعبارة 3 " يساهم تخفيض التكاليف في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الى زيادة رضا العميل " التي تحصلت على متوسط حسابي " على انا الخدمات الاقل تكلفة للزبائن عنصر مهم في تحقيق الميزة التنافسية.

عاشرا. حساب مجموع

يوضح الجدول المجموع المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة ونجد عامل الأفراد يحمل اعلا متوسط حسابي " 19.8710 " ثم يليه عامل قواعد البيانات بمتوسط حسابي قدر بي " 17.7419 " وهو لا يبعد عن عامل تميز الخدمة ب متوسط حسابي تمثل في " 17.2258 " اما اقل متوسط حسابي عرفه التكلفة الاقل " 12.6774 ويوضح الشكل التالي المنحى التدريجي للمتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة.

المطلب الرابع: اختبار فرضيات الدراسة.

سوف نقوم بحساب أثر الدلالة الإحصائية من خلال تحليل معامل الانحدار الخطي البسيط وتحديد القيمة f.

اولا. التحديد الدلالة الإحصائية لمتغيرات الدراسة.

يقصد بالدلالة الاحصائية هو الحد الاقصى لاحتمال الوقوع في الخطأ من النوع الاول ألفا عن اختبار الفرض الصفري.

يرتبط خطأ ألفا بمفهوم الدلالة الاحصائية وهي التي تعبر عن الثقة وتحسب على النحو التالي:

$$1-5 = \text{دلالة احصائية}$$

الجدول رقم (2-20): يحدد علاقة الدلالة الاحصائية بين المتغيرين

Sig	اقل من 0.05	اكثر من 0.05
القرار	دال احصائيا	غير دال احصائيا

المصدر: من إعداد الطلبة

ثانيا. حساب أثر الدلالة الاحصائية لمتغيرات الدراسة.

سوف نقوم بحساب أثر المتغير المستقل (نظم المعلومات) على المتغير التابع (الميزة التنافسية) بمؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس وتحديد العلاقة الترابطية من خلال تحليل معامل الانحدار الخطي البسيط

- اختبار الفرضية الفرعية 01:

فرضية الدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية.

وقد تم اختبار فرضية الدراسة عند مستوى الدلالة (0.05)، وعليه نعيد صياغتها إلى فرضيات إحصائية: فرضية صفرية وفرضية بديلة

كما يلي:

H_0	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية
H_1	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية.

الجدول رقم (21 - 2) : تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية 01

معامل الانحدار			anova					القدرة التفسيرية	
Bêta	T	B	مجموع المربعات	متوسط المربعات		sig	f	R ²	R
0.436	2.606	1.164	121.647	121.647	الانحدار	0.014	6.793	0.190	0.436
			519.320	17.908	الخطأ				

المصدر: اعتمادا على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (21-2) نلاحظ أن القيمة t المحسوبة تساوي (2.606) وهي بذلك دالة إحصائيا وتشير $R=0.436$ إلى وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين بنسبة قدرة ب 43.6 % وأظهرت قيمة فيشر (6.793) قبول الفرضية البديلة بوجود أثر دال إحصائيا للاجهزة في تحقيق الميزة التنافسية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في درجات الحرية (29 ، 1) للقيمة f المحسوبة ، و أثبت بذلك معامل التحديد $R^2 = 0.190$ أن المتغير المستقل (الاجهزة) يَأثر في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بنسبة 19 % أما الباقي 81 % فهي ناتجة عن عوامل أخرى .

وبالتالي يمكن الأخذ بالفرضية البديلة:

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الاجهزة في تحقيق الميزة التنافسية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

2- اختبار نتائج الانحدار للفرضية الفرعية 02

فرضية الدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية.

وقد تم اختبار فرضية الدراسة عند مستوى الدلالة (0.05)، وعليه نعيد صياغتها إلى فرضيات إحصائية: فرضية صفرية وفرضية بديلة

كما يلي:

H_0	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية
H_1	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية.

جدول رقم (22-2): تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية 02

معامل الانحدار			anova					القدرة التفسيرية	
Bêta	T	B	مجموع المربعات	متوسط المربعات		sig	f	R ²	R
0.415	2.457	1.041	110.431	110.431	الانحدار	0.020	6.036	0.172	0.415
			530.537	18.294	الخطأ				

المصدر: اعتمادا على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (22-2) نلاحظ أن القيمة t المحسوبة تساوي (2.457) وهي بذلك غير دالة إحصائيا وتشير $R=0.415$ إلى وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين بنسبة قدرة ب 41.5% وأظهرت قيمة فيشر (6.036) قبول الفرضية البديلة بوجود أثر دال إحصائيا للبرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في درجات الحرية (29 ، 1) للقيمة f المحسوبة ، و أثبت بذلك معامل التحديد $R^2 = 0.172$ أن المتغير المستقل (البرمجيات) يَأْثُرُ في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بنسبة 17.2 % أما الباقي 82.8 % فهي ناتجة عن عوامل أخرى .

وبالتالي يمكن الأخذ بالفرضية البديلة:

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية عند مستوى (0.05) ($\alpha \leq$

3- اختبار نتائج الانحدار للفرضية الفرعية 03

فرضية الدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام شبكة الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية

وقد تم اختبار فرضية الدراسة عند مستوى الدلالة (0.05)، وعليه نعيد صياغتها إلى فرضيات إحصائية: فرضية صفرية وفرضية بديلة

كما يلي:

H_0	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام شبكة الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية
H_1	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام شبكة الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية.

جدول رقم (23-2): تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية 03

معامل الانحدار			anova					القدرة التفسيرية	
Bêta	T	B	مجموع المربعات	متوسط المربعات		sig	f	R^2	R
0.498	3.090	0.919	158.777	158.777	الانحدار	0.004	9.549	0.248	0.498
			482.191	16.627	الخطأ				

المصدر: اعتمادا على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (23-2) نلاحظ أن القيمة t المحسوبة تساوي (3.090) وهي بذلك دالة إحصائية وتشير $R=0.498$ إلى وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين بنسبة قدرة ب 49.8% وأظهرت قيمة فيشر (9.549) رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة بوجود أثر دال إحصائيا لشبكة الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في درجات الحرية (29 ، 1) للقيمة f المحسوبة، و أثبت بذلك معامل التحديد $R^2 = 0.248$ أن المتغير المستقل (شبكات الاتصال) يأتثر في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بنسبة 24.8 % أما الباقي 75.2 % فهي ناتجة عن عوامل أخرى .

وبالتالي يمكن الأخذ بالفرضية البديلة:

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام شبكات الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) .

4- اختبار نتائج الانحدار للفرضية الفرعية 04

فرضية الدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام قواعد البيانات في تحقيق الميزة التنافسية

وقد تم اختبار فرضية الدراسة عند مستوى الدلالة (0.05)، وعليه نعيد صياغتها إلى فرضيات إحصائية: فرضية صفرية وفرضية بديلة

كما يلي:

H ₀	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام قواعد البيانات في تحقيق الميزة التنافسية
H ₁	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام قواعد البيانات في تحقيق الميزة التنافسية.

جدول رقم (24-2) : تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية 04

معامل الانحدار			anova					القدرة التفسيرية	
Bêta	T	B	مجموع المربعات	متوسط المربعات		sig	f	R ²	R
0.192	1.054	0.444	23.650	23.650	الانحدار	0.301	1.111	0.037	0.192
			617.318	21.287	الخطأ				

المصدر: اعتمادا على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (2-24) نلاحظ أن القيمة t المحسوبة تساوي (1.054) وهي بذلك غير دالة إحصائيا وتشير $R=0.192$ إلى وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين بنسبة قدرة ب 19.2% وأظهرت قيمة فيشر (1.111) قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة بعدم وجود أثر دال إحصائيا لقواعد البيانات في تحقيق الميزة التنافسية عند المستوى ($\alpha \leq 0.01$) في درجات الحرية (29 ، 1) للقيمة f المحسوبة ، و أثبت بذلك معامل التحديد $R^2 = 0.037$ أن

المتغير المستقل (قواعد البيانات) يَأثر في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بنسبة 03.7 % أما الباقي 99.7 % فهي ناتجة عن عوامل أخرى .

وبالتالي يمكن الأخذ بالفرضية الصفرية:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام قواعد البيانات في تحقيق الميزة التنافسية عند مستوى $(\alpha \leq 0.01)$

5- اختبار نتائج الانحدار للفرضية الفرعية 05

فرضية الدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأفراد كوسيلة لتحقيق الميزة التنافسية.

وقد تم اختبار فرضية الدراسة عند مستوى الدلالة (0.05)، وعليه نعيد صياغتها إلى فرضيات إحصائية: فرضية صفرية وفرضية بديلة

كما يلي:

H_0	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأفراد كوسيلة لتحقيق الميزة التنافسية
H_1	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأفراد كوسيلة لتحقيق الميزة التنافسية.

جدول رقم (25 - 2): تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية 05

معامل الانحدار			anova					القدرة التفسيرية	
Bêta	T	B	مجموع المربعات	متوسط المربعات		sig	f	R ²	R
0.580	3.836	0.937	215.735	215.735	الانحدار	0.001	14.713	0.337	0.580
			425.233	14.663	الخطأ				

المصدر: اعتمادا على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (25-2) نلاحظ أن القيمة t تساوي (3.836) وهي بذلك دالة إحصائياً وتشير $R=0.580$ إلى وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين بنسبة قدرة ب 58% وأظهرت قيمة فيشر (14.713) رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة بوجود أثر دال إحصائياً للأفراد في تحقيق الميزة التنافسية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في درجات الحرية (29 ، 1) للقيمة f المحسوبة، و أثبت بذلك معامل التحديد $R^2 = 0.337$ أن المتغير المستقل (الأفراد) يؤثر في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بنسبة 33.7 % أما الباقي 66.3 % فهي ناتجة عن عوامل أخرى .

وبالتالي يمكن الأخذ بالفرضية البديلة:

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأفراد كوسيلة تحقيق الميزة التنافسية عند مستوى (0.05) ($\alpha \leq$).

6- اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة

فرضية الدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

وقد تم اختبار فرضية الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05، وعليه نعيد صياغتها إلى فرضيات إحصائية: فرضية صفرية وفرضية بديلة

كما يلي:

H_0	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية
H	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

الجدول رقم (2-26): تحليل نتائج الانحدار للفرضية الرئيسية.

معامل الانحدار				anova					القدرة التفسيرية	
sig	Bêta	T	B	مجموع المربعات	متوسط المربعات		sig	f	R ²	R
000	0.697	5.230	0.441	311.111	311.111	الانحدار	000	27.352	0.485	0.697
				329.856	11.374	الخطأ				

المصدر: اعتمادا على نتائج SPSS

من خلال الجدول رقم (2-26) نلاحظ أن القيمة t المحسوبة تساوي (5.230) وهي بذلك دالة إحصائية وتشير $R=0.697$ إلى وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين بنسبة قدرة ب 69.7 % وأظهرت قيمة فيشر (27.352) على إيجابية الفرضية البديلة بوجود أثر دال إحصائي لنظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية عن المستوى ($\alpha \leq 0.05$)، و أثبت بذلك معامل التحديد $R^2 = 0.485$ أن المتغير المستقل (نظم المعلومات) يَأْثُر في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بنسبة 48.5 % أما الباقي 51.5 % فهي ناتجة عن عوامل أخرى (كالأداء الوظيفي، التسيير الإداري، التخطيط الاستراتيجيالخ) .

وبالتالي يمكن الأخذ بالفرضية:

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

من خلال الجدول نستخلص نتائج اختبار الفرضيات كالتالي:

جدول رقم (27-2): نتائج اختبار الفرضيات

1	H_1 لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية.	فرضية دالة
2	H_1 لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية.	فرضية دالة
3	H_1 يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام شبكة الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية.	فرضية دالة
4	H_0 لا يوجد اثر ذو دلالة بإحصائية لاستخدام قواعد البيانات في تحقيق الميزة التنافسية.	فرضية صفرية
5	H_1 يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأفراد كوسيلة لتحقيق الميزة التنافسية.	فرضية دالة

المصدر: من إعداد الطلبة.

خلاصة الفصل :

نخلص في الأخير إلى أن لنظم المعلومات دور في تحقيق الميزة التنافسية بمؤسسة اتصالات الجزائر ، وبينت نتائج الاستبيان إلى إثبات فرضيتين الأفراد وشبكة الاتصال ونفي لثلاث فرضيات وهي الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات وبالتالي لا تزال مؤسسة موبيليس بحاجة إلى تطوير الأنظمة المعلوماتية داخل المؤسسة لتوفير المتطلبات الزبائن والتحقيق الكامل للميزة التنافسية.

الخاتمة

أصبحت المؤسسة الاقتصادية تعمل في بيئة معقدة وجذو متغيرة تتسم بعدم التأكيد، وذلك بسبب حدة المنافسة من جهة والتطور التكنولوجي المتسارع من جهة أخرى، والمؤسسة الناجحة هي التي تتفاعل وتتأقلم مع هذه البيئة بكافة متغيراتها، وعلى المؤسسات التي ترغب في البقاء والاستمرارية من خلال إستغلال أنظمة المعلومات كفرصة لتحقيق مزايا تنافسية وإلا أصبحت مهددا لإستغلالها من طرف منافسيها.

ومن خلال التطرق لدراستنا هذه بشقيها النظري والتطبيقي التي تم تسليط الضوء فيها على محاولة إبراز ما مدى مساهمة أنظمة المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية في المؤسسة الاقتصادية وإسقاطها على مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس بولاية الوادي، تم التوصل إلى ما يلي:

- تلعب نظم المعلومات دور رئيسيا في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات بمختلف أصنافها.
- يعتبر العامل البشري عنصرا مهما في التطوير الإبداع التكنولوجي، كما ان تنمية الموارد البشرية هي أساس الميزة التنافسية ما بين المؤسسات فعقل الإنسان هو المدبر لكل عوامل الميزة التنافسية من ابتكار لنظم المعلومات إلى ترقية القطاع الخدماتي ثم إلى تنمية استراتيجيات التخطيط والتسيير الإداري... الخ. بالتالي يمكن اعتباره أعلى مورد لنظم المعلومات كأداة فاعلة في تحقيق الميزة التنافسية من مختلف مستوياتها.
- أصبحت شبكات الاتصال والتواصل من اهم ركائز التطور المعلوماتي فتوفر شبكات الاتصال سرعة التواصل بين المديرين والمصالح وكذلك تلعب دور وسيط فعال بين العملاء والزبائن والمؤسسة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية.
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية .
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام شبكة الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية .
- لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام قواعد البيانات في تحقيق الميزة التنافسية.
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الأفراد كوسيلة في تحقيق الميزة التنافسية .

توصيات الدراسة

- لا تزال مؤسسة موبليس بحاجة إلى تطوير نظم المعلوماتية
- نقترح على مؤسسة موبليس توفير البرمجيات اللازمة للعاملين من أجل تحسين الأداء .
- من الأحسن تسعى مؤسسة موبليس إلى تحديث البرامج المدمجة في الأجهزة بشكل دوري لتقادي العجز في تلبية حاجيات الزبائن .

آفاق الدراسة

- نقترح ان نثمين الدراسات القادمة في المجال المعلوماتية حول علاقة نظم المعلومات بالأداء الوظيفي والتسيير الإداري داخل المؤسسات .
- وكذلك دراسة دور انظمة المعلومات في تحسين التسويق و التجارة الدولية
- أنظمة المعلومات كأداة نحو عصرنة المؤسسات الخدماتية في الجزائر .

قائمة المصادر والمراجع

أولاً. الكتب

- 1- الإدارة العامة للتصميم وتطوير المناهج، نظم المعلومات الجغرافية، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، 2008 ، المملكة العربية السعودية.
- 2- السالمي علاء عبد الرزاق، نظم المعلومات والذكاء الاصطناعي، الطبعة الاولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
- 3- الصباغ عماد، نظم المعلومات ماهيتها ومكوناتها، الطبعة الاولى، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن ، 2000 .
- 4- خشبة السعيد محمد، نظم المعلومات المفاهيم والتكنولوجيا، دار الاشعاع للطباعة.
- 5- رملي فياض حمزة، نظم المعلومات المالية المحاسبية مدخل معاصر لأغراض ترشيد القرارات الإدارية، الأباي للنشر والتوزيع، السودان، 2011 .
- 6- زهران أحمد انور، نظم المعلومات والحسابات الالكترونية، دار غريب للطباعة والنشر، مصر، 1990.
- 7- متولي عصام الدين محمد ، نظم المعلومات المحاسبية ، منشورات جامعة السودان المفتوحة ، الطبعة الاولى ، السودان، 2007.
- 8-ابن المنظور، لسان العرب، الجزء2.
- 9-Cambridge, Cambridge Advanced Learner's Dictionary , édition 5
Cambridge University Press, New York, 2015.
- 10- محمد عبد آل حسين فرج الطائي، المدخل إلى أنظمة المعلومات، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 11- سهام على شهيد ، التحليل الاحصائي باستخدام SPSS ، ملزمة المرحلة الثانية ، قسم الاقتصاد ، 2015 .

ثانيا. المذكرات.

- 1- أحمد إبراهيم سعيد حسن ،أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية ،مذكرة ماجستير (غير منشورة) بكلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 2- الدرويش مصطفى محمد، الممارسات الأفضل ودورها في تعزيز الميزة التنافسية، أطروحة دكتوراه غير منشورة بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة حلب، سوريا، 2013 .
- 3- العتوم محمد فوزي علي، رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة الماجستير بكلية الأعمال ،جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، الاردن، 2009.
- 4- بن الزين حمزة ،دور وظيفة البحث والتطوير في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسات البترولية، شهادة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018
- 5- بوازيد وسيلة ،مقاربة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماجستير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1 ،سطيف، 2012.
- 6- بوطلاعة محمد، دور استراتيجية المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير(غير منشورة) بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، المركز الجامعي العربي بن مهدي، ام البواقي، 2008.
- 7- حجاج عبد الرؤوف، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها ،مذكرة ماجستير (غير منشورة) بكلية التسيير والعلوم الاقتصادية، جامعة 20 اوت 55، سكيكدة ، 2007 .
- 8- صياد صباح، أنظمة المعلومات وتأثيرها على تنافسية المؤسسات الجزائرية، مذكرة ماجستير (غير منشورة) بكلية العلوم الاقتصادي و العلوم التجارية وعلوم التسيير ،جامعة وهران 2، وهران، 2018

9- مرمي مراد، أهمية نظم المعلومات الإدارية كأداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس ،سطيف، 2010 .

10- يحيوي رزيقة، الإبداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال، مذكرة ماجستير(غير منشورة) ، جامعة المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، 2013.

ثالثا. المجلات

1-سالم إلياس، التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، جامعة محمد بوضياف المجلد 8، العدد 1، المسيلة، جوان 2021.

2- ماجد محمد صالح، عناصر التحسين المستمر ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ،مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 2، العدد 38، الكويت، 2017.

3- ياسر محمد خليل، استراتيجيات مقترحة لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي بمصر، مجلة الإدارة التربوية ،العدد 23، اوت 2019.

رابعا. المراجع باللغة الأجنبية.

1-Robert Reix, Systèmes d'information et management des organisation, 4e édition, Vuibert, Paris, 2002 p.75



الملاحق

ملحق : الاستبيان



جامعة الشهيد حمة لحضر الوادي
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



إستمارة إستبيان

يسرنا أن نتقدم إلى سيادتكم المحترمة بهذه الاستمارة راجين منكم إفادتنا بالإجابة على أسئلتها لما ترونه مناسب بكل دقة وموضوعية , وذلك من أجل مساعدتنا في إنجاز مذكرة الماستر تخصص : إدارة أعمال بعنوان: **"مساهمة أنظمة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية "**. كما نعلمكم بإلتزامنا بالحفاظ على سرية المعلومات التي تقدمونها ولا نستخدمها إلا لأغراض علمية .

وفي الأخير نقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير

تحت إشراف الأستاذ:

- نوة وليد مرتضى

من إعداد الطلبة :

- مسعودي رضا
- منصر محمد البشير
- شويخي محمد

السنة الجامعية: 2022/2023

القسم الأول : البيانات الشخصية

نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية بوضع علامة (x) على الإجابة المختارة

1- الجنس:

- ذكر ☐ - أنثى ☐

2- العمر:

- من 30 سنة فأقل ☐
 - من 31 سنة إلى 39 سنة ☐
 - من 40 سنة فما فوق ☐

3- المؤهل التعليمي:

- ليسانس أو ماستر ☐
 - مهندس ☐
 - تقني أو تقني سام ☐
 - أخرى ☐

4- نوع الوظيفة:

- مدير أو مسير ☐
 - رئيس مصلحة أو رئيس قسم ☐
 - موظف إداري ☐
 - أخرى ☐

5- عدد سنوات الخبرة (الخدمة):

- 6- من 5 سنوات فأقل ☐
 - 7- من 6 سنوات إلى 10 سنوات ☐
 - 8- من 11 سنة فأكثر ☐

القسم الثاني : مساهمة نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية

المحور الأول: نظم المعلومات

الرقم	الفقرة	م ر ف ة	م ر ف ة	م ر ف ة	م ر ف ة	ملاحظات
الأجهزة						
01	تمتلك المؤسسة أجهزة قادرة على معالجة الكم الهائل من المعلومات.					
02	تقوم إدارة المؤسسة بتقديم الدعم لتطوير الأجهزة بشكل دائم					
03	تقوم إدارة المؤسسة بإجراء الصيانة اللازمة للأجهزة					
04	توفر الأجهزة المستعملة في نظم المعلومات معالجة سريعة للبيانات.					
البرمجيات						
05	البرمجيات المتوفرة في نظام المعلومات تلبي احتياجات عمل المؤسسة					
06	توفر البرامج الموجودة في المؤسسة المعالجة السريعة للبيانات					
07	يتم تطوير برمجيات بشكل دوري وإضافة خدمات جديدة من حين لآخر في نظام المعلومات.					
08	البرمجيات المتوفرة يمكن التعامل معها من قبل الموظفين بسهولة					
شبكات الاتصال						
09	تستفيد المؤسسة من شبكة الإنترنت في إنجاز العديد من العمليات الإلكترونية					
10	تناسب الشبكة المتوفرة مع احتياجات العمل المختلفة					

11	تتميز شبكات الاتصال بالمؤسسة بسرعة عالية في نقل المعلومات والبيانات.					
	تحرص المؤسسة على توفير أنظمة الشبكات الآمنة					
قواعد البيانات						
12	قواعد بيانات المؤسسة تتمتع بدرجة عالية من السرية والأمان					
13	تقوم إدارة المؤسسة بالعمل على تحديث البيانات وبشكل مستمر لتقديم أفضل الخدمات					
14	تحرص إدارة المؤسسة على دقة بياناتها المخزنة					
15	توفر قاعدة بيانات نظام المعلومات مساحة كافية لتخزين المعلومات					
الأفراد						
16	تدرك المؤسسة أهمية العاملين فينظم المعلومات كعامل مهم لإنجاح المنظمة					
17	تحرص إدارة المؤسسة على تدريب الموظفين في نظام المعلومات بشكل دوري					
18	يقدم العاملون في المؤسسة اقتراحات لتحسين نظام المعلومات المستخدم					
19	تسعى المؤسسة لتوظيف أشخاص متمكنين من نظم المعلومات					
20	يوجد موظفين متخصصين في تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسة					

المحور الثاني : الميزة التنافسية

الرقم	الفقرة	ملاحظة	رقم	ملاحظة	رقم	ملاحظة	الملاحظات
تميز الخدمات							
01	تخضع الخدمات التي تقدمها المؤسسة إلى التحسين المستمر						
02	تستقبل المؤسسة آراء العملاء حول الخدمات المقدمة						
03	تقدم المؤسسة أحدث التقنيات لضمان جودة عالية						
04	يساهم تميز الخدمات من قبل المؤسسة على مواجهة التهديدات التنافسية						
الاستجابة السريعة للعملاء							
05	تتبنى المؤسسة طلبات العملاء في الوقت المناسب						
06	يكون الرد سريع على شكاوى العملاء						
07	تلتزم المؤسسة بتلبية طلبات العملاء في الوقت المتفق عليه						
08	تعمل المؤسسة على فهم ومعرفة احتياجات العملاء مهما كانت درجة الانشغال						
التكلفة الأقل							
09	الإعتماد على نظام معلومات يخفض التكاليف على المؤسسة						
10	تعمل المؤسسة على تقديم خدمات بأقل الأسعار						
11	يساهم تخفيض التكاليف في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة إلى زيادة رضا العميل						

ملاحق : برنامج spss

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للأجهزة

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
V6	31	4,29	,529	,095
V7	31	3,97	,657	,118
V8	31	4,06	,680	,122
V9	31	4,19	,601	,108

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبرمجيات

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
V10	31	4,29	,529	,095
V11	31	4,23	,560	,101
V12	31	3,94	,892	,160
V13	31	4,48	,570	,102

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لشبكة الاتصال

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
V14	31	3,81	1,108	,199
V15	31	3,90	,700	,126
V16	31	4,10	,651	,117
V17	31	4,45	,850	,153

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للقواعد البيانات

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
V18	31	4,48	,724	,130
V19	31	4,35	,608	,109
V20	31	4,52	,570	,102
V21	31	4,39	,761	,137

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للأفراد

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
V22	31	4,10	,651	,117
V23	31	3,71	,902	,162
V24	31	3,90	1,044	,188
V25	31	4,00	,894	,161
V26	31	4,16	,898	,161

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري تميز الخدمة

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
V27	31	4,35	,608	,109
V28	31	4,39	,615	,110
V29	31	4,19	,654	,117
V30	31	4,29	,693	,124

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للاستجابة السريعة للعملاء

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
V31	31	4,10	,870	,156
V32	31	4,03	,875	,157
V33	31	4,10	,746	,134
V34	31	3,90	,746	,134

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتكلفة الأقل

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
V35	31	4,19	,654	,117
V36	31	4,26	,893	,160
V37	31	4,23	,805	,145

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	311,111	1	311,111	27,352	,000 ^b
	Résidu	329,856	29	11,374		
	Total	640,968	30			

a. Variable dépendante : التنافسية_الميزة

b. Prédictors : (Constante), المعلومات_نظم

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	121,647	1	121,647	6,793	,014 ^b
	Résidu	519,320	29	17,908		
	Total	640,968	30			

a. Variable dépendante : التنافسية_الميزة

b. Prédictors : (Constante), الاجهزة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	110,431	1	110,431	6,036	,020 ^b
	Résidu	530,537	29	18,294		
	Total	640,968	30			

a. Variable dépendante : التنافسية_الميزة

b. Prédictors : (Constante), البرمجيات

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	158,777	1	158,777	9,549	,004 ^b
	Résidu	482,191	29	16,627		
	Total	640,968	30			

a. Variable dépendante : التنافسية_الميزة

b. Prédictors : (Constante), الاتصال_شبكة

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	23,650	1	23,650	1,111	,301 ^b
	Résidu	617,318	29	21,287		
	Total	640,968	30			

a. Variable dépendante : التنافسية_الميزة

b. Prédictors : (Constante), البيانات_قواعد

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	215,735	1	215,735	14,713	,001 ^b
	Résidu	425,233	29	14,663		
	Total	640,968	30			

a. Variable dépendante : التنافسية_الميزة

b. Prédictors : (Constante), الافراد