



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة

" دراسة حالة شركة الورود - فرع مطبعة الوليد - "

إشراف:

- أ. الأسود عبد الحليم

- د. فوزي محيريق

إعداد الطالبين:

كهم عماري محمد توفيق

كهم مجيدي صهيب

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
- د. صالح حميداتو	أستاذ محاضر صنف " ب "	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	رئيساً
- أ. الأسود عبد الحليم	أستاذ مساعد صنف " أ "	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً ومقرراً
- د. فوزي محيريق	أستاذ محاضر صنف " أ "	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مساعد مشرف
- د. عواطف عيشوش	أستاذ محاضر صنف " ب "	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مناقشاً

الموسم الجامعي: 2017/2018



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة

" دراسة حالة شركة الورود - فرع مطبعة الوليد - "

إشراف:

- أ. الأسود عبد الحليم

- د. فوزي محيريق

إعداد الطالبين:

كهم عماري محمد توفيق

كهم مجيدي صهيب

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
- د. صالح حميداتو	أستاذ محاضر صنف " ب "	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	رئيساً
- أ. الأسود عبد الحليم	أستاذ مساعد صنف " أ "	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً ومقرراً
- د. فوزي محيريق	أستاذ محاضر صنف " أ "	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مساعد مشرف
- د. عواطف عيشوش	أستاذ محاضر صنف " ب "	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مناقشاً

الموسم الجامعي: 2017/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فَالْحَمْدُ لِلَّهِ

الإهداء

إلى الأب الذي ضحى من أجلنا بوقته وجهده وماله..

إلى الأم التي صبرت واصطبرت وبقيت الليالي الطوال ساهدة ترعانا وتعاهدنا بالحب..

والعطف وتشد أزرنا بأعلى النصائح وأفضل الدعوات..

إلى إخوتي وأخواتي..

إلى الزوجة وعائلتي الكريمة..

إلى كل أفراد الأسرة الكشفية..

إلى من ساعدني في إنجاز هذا العمل

محمد توفيق

إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات ...

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى :

من رعاني وحلم أن يراني مثالا للاستقامة والخلق الرفيع .. روح أبي

الطاهرة "السعيد مجيدي" رحمه الله ..

من جعلت الجنة تحت أقدامها .. أمي الحنونة "مسعودة" والتي بها تسعد

حياتي حفظها الله وأطال في عمرها ..

إخوتي وأخواتي ... تقديرا ومحبة

كل الأعمام والأخوال

كل من علمني حرفا فصرت له عبدا ...

جميع الأصدقاء ... كل باسمه ...

كل طالب علم

وإلى كل من أحب ..

إلى كل هؤلاء أهدي لهم ثمرة جهدي

كلمة شكر وعرفان

﴿وما بكم من نعمة فمن الله﴾

الشكر لله سبحانه وتعالى الذي ألهمنا الإرادة والصبر والمثابرة لإتمام هذا العمل المتواضع . . .

الشكر الجزيل إلى :

الأستاذين اللذان رفعا قدر نفسيهما بتواضعهما . . . إلى الأستاذين اللذان كان حافزين ومنبعا لجهدنا . .

إلى الأستاذين المشرفين : " أ. الأسود عبد الحليم " و " د. فوزي محريق "

إلى كل الأساتذة الذين لم يخلوا علينا بالنصح والتوجيه . . " الأستاذ: قعيد براهيم، بوبكر نعرورة، أحمد

نصير، فيصل مايدة، عادل بن عطاء الله * جامعة سطيف -1- * " . . .

كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان لجميع الأساتذة الذين ساعدونا في تحكيم الاستبانة . . " الأستاذ: محمد

الباي، عادل كدودة، يوسف عطية * جامعة أم البواقي * . . .

إلى كل الأساتذة الذين أطروا دفعة اقتصاد وتسيير المؤسسة 2018... وكل زملاء الدراسة . .

إلى من كان رمزا ومثالا للطيبة وروح التعاون : الطيب قية الذي ساعدنا في عمل برنامج SPSS . . .

إلى كل عمال مكتبة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجامعة المركزية، جامعة الجزائر-3-

إلى كل عمال مؤسسة وروود -wouroud- على ما قدموه لنا من تسهيلات . .

إلى كل من بسط لنا يد العون من قريب أو من بعيد في إعداد هذا العمل المتواضع . .

صهيب مجيدي

محمد توفيق عماري

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة، إذ أن وجود هذه التكنولوجيا في المؤسسة تعد شرط "أساسي" لتحسين التنافسية، وسيتم تحديد الدور من خلال دراسة مدى ارتباط التكنولوجيا والمعلومات والاتصال بأبعاد التنافسية (التكلفة، الجودة، التسليم، الإبداع، المرونة)، وتم اختبار هذه العلاقة بتوزيع استمارة الإستبانة على عينة تضم 35 فرد من مسؤولي المصالح وعدد من الموظفين بمجمع الورود wouroud- فرع مطبعة الوليد- وتم تحليل نتائج استمارة الاستبانة بالأساليب الإحصائية الارتباط والانحراف المعياري والمتوسط الحسابي وأظهرت تلك النتائج إلى وجود علاقة ارتباط معنوي ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأبعاد التنافسية وهذا يقودنا إلى أن التنافسية تستمد قوتها كجانب رئيسي من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخلص البحث إلى تقديم اقتراحات للمؤسسة بضرورة استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أبعاد التنافسية التي كانت ارتباطها ضعيف من بينها المرونة، الإبداع، التسليم .

الكلمات المفتاحية : تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التنافسية، مطبعة الوليد.

Abstract:

The purpose of this study is to determine the role of information and communication technology (Information and Communication Technology) on the competitiveness of the institution. The presence of this technology in the organization is a basic condition for improving competitiveness. The role will be determined by examining the extent to which technology, information and communication are related to the dimensions of competitiveness (cost, quality, , Elasticity). This relationship was tested by distributing the questionnaire to a sample of 35 stakeholders and a number of employees at the Wouroud branch of Al-Walid Press. The results of the questionnaire were analyzed using statistical methods of correlation, standard deviation and mean arithmetic. This results in a significant statistical correlation between information and communication technology and the dimensions of competitiveness. This leads us to the fact that competitiveness derives its strength as a major part of information and communication technology. The research concluded by proposing to the institution the necessity of exploiting ICTs to improve the competitive dimensions, , Creativity, Delivery.

Keywords: ICT, Competitiveness, Printing Press Al-Walid.

فهرس المحتويات

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات :

الصفحة	المحتويات
	الإهداء
	شكر وعرفان
V	ملخص الدراسة
VI	قائمة المحتويات
IX	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال
X	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
الفصل الأول: مفاهيم حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول : تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية
3	المطلب الأول : ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال
3	- الفرع الأول : مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال
5	- الفرع الثاني : علاقة تكنولوجيا المعلومات بشبكات الاتصال
6	- الفرع الثالث : دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة وفوائدها
7	- الفرع الرابع : أهم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة
9	المطلب الثاني : ماهية التنافسية وأبعادها والعوامل المؤثرة فيها
9	- الفرع الأول : مفهوم التنافسية
12	- الفرع الثاني : أسباب التنافسية
12	- الفرع الثالث : أنواع التنافسية
14	- الفرع الرابع : أبعاد التنافسية والعوامل المؤثرة فيها
17	- الفرع الخامس : الإستراتيجيات التنافسية
18	- الفرع السادس : القوى التنافسية
21	المطلب الثالث : علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتنافسية
21	- الفرع الأول : علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتكلفة

قائمة المحتويات

21	- الفرع الثاني : علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجودة
21	- الفرع الثالث : علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتسليم
22	- الفرع الرابع : علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالإبداع
22	- الفرع الخامس : علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمرونة
23	المبحث الثاني : الدراسات السابقة
23	المطلب الأول : الدراسات العربية
27	المطلب الثاني : الدراسات الأجنبية
30	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني : دراسة حالة مؤسسة الورود wouroud - فرع مطبعة الوليد-	
32	تمهيد
33	المبحث الأول : التعريف بمؤسسة الدراسة
33	المطلب الأول : نشأة المؤسسة
34	المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للمؤسسة
36	المبحث الثاني : طريقة وأدوات الدراسة
36	المطلب الأول : طريقة الدراسة التطبيقية
36	- الفرع الأول : مجتمع الدراسة
36	- الفرع الثاني : عينة الدراسة
36	- الفرع الثالث : متغيرات الدراسة
37	المطلب الثاني : الأدوات المستخدمة في الدراسة التطبيقية
37	- الفرع الأول : الأدوات المستخدمة في تجميع المعلومات
39	- الفرع الثاني : صدق الأداة وثباتها
40	- الفرع الثالث : الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة
41	المبحث الثالث : عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها
41	المطلب الأول : عرض النتائج

قائمة المحتويات

49	المطلب الثاني : تحليل وتفسير النتائج التطبيقية
49	- الفرع الأول : وصف متغيرات الدراسة
56	- الفرع الثاني : تفسير متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات
59	- الفرع الثالث : عرض نتائج الدراسة
60	خلاصة الفصل الثاني
61	خاتمة
64	قائمة المراجع
70	الملاحق

قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01 - 02	يوضح شدة الإجابة	38
02 - 02	قياس الصد والثبات.	39
03 - 02	توزيع ريكارت للحكم على إجابات الأفراد	40
04 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	41
05 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	42
06 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	43
07 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص الوظيفي	44
08 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي	45
09 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	46
10 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير التحكم في الإعلام الآلي	47
11 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد الدورات التكوينية في المسار المهني	48
12 - 02	التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الأول ل: TIC (الأجهزة والمعدات)	49
13 - 02	التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثاني ل: TIC (البرمجيات)	50
14 - 02	التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثالث ل: TIC (قواعد البيانات)	50
15 - 02	التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الرابع ل: TIC (شبكات الاتصال)	51
16 - 02	التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الرابع ل: TIC (القدرات البشرية)	52
14 - 02	التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الأول للتنافسية: (التكلفة)	52
18 - 02	التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثاني للتنافسية: (الجودة)	53
19 - 02	التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثالث للتنافسية: (الابداع)	53
20 - 02	التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الرابع للتنافسية: (التسليم)	54
21 - 02	التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الخامس للتنافسية: (المرونة)	55
22 - 02	يوضح علاقة الارتباط بين متغيري الدراسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية.	56
23 - 02	يوضح علاقة الارتباط بين متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال و أبعاد التنافسية.	57

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	نموذج الدراسة.	د
02 - 01	نموذج قوى التنافس لبورتر " porter "	18
03 - 02	الهيكل التنظيمي للشركة.	34
04 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	41
05 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	42
06 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	43
07 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص الوظيفي	44
08 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي	45
09 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	46
10 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير التحكم في الإعلام الآلي	47
11 - 02	توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد الدورات التكوينية في المسار المهني	48

قائمة الملاحق

الرقم	العنوان
01	الهيكل التنظيمي للشركة
02	الأساتذة المحكمين للاستبيان
03	استمارة الاستبيان

مقدمة

مقدمة :

شهد العالم في أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين تطوراً كبيراً في جميع المجالات ومن بينها مجال التكنولوجيا عامة، وتكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة وظهور اقتصاد المعرفة والتدفق الهائل للمعلومات. و في ظل هذه المستجدات والتطورات أصبحت تواجه المؤسسات تحديات كبيرة تقف أمام تطلعاتها الهادفة إلى البقاء والنمو والتطور، ولكي تتمكن من تحقيق كل هذا وجب عليها البحث عن آليات جديدة تتلاءم مع هذه التحديات.

وبذلك ظهرت فلسفة جديدة تتمثل في تقديم منتج أفضل للزبون مقارنة مع منافسيها أي يصبح لها مكانة رائدة في السوق وهذا ما يتطلب تقديم منتجات ذات جودة عالية وبأقل التكاليف، وفي العصر الحديث لا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وهي السبيل الأمثل لتحقيق ذلك.

ومن هذا المنطلق أصبحت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال محل اهتمام الكثير من المؤسسات من اجل تحقيق النجاح والتقدم وضمان الريادة وتحقيق التفوق التنافسي، وتقديم منتجات مميزة عن غيرها لتحقيق رغبات الزبون وكذا ربط وتنظيم وتخطيط عملياتها الداخلية والخارجية، مع مراعاة عنصري جودة وسعر منتجاتها.

ولهذا استوجب على المؤسسة السعي لوضع خطة إستراتيجية تمكنها الاستفادة من مواردها وطاقاتها التكنولوجية بشكل يضمن لها تحقيق الاستجابة المرجوة من زبائنها، فتعزيز القدرات التنافسية يتطلب إبداعاً وإنتاجاً أساسه تكنولوجيا المعلومات والاتصال ما يضمن ذلك تحسين للوضع الداخلي والخارجي لها.

ونظراً للأهمية البالغة والدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة تظهر معالم دراستنا التي نعالجها بطرح الإشكالية الرئيسية التالية:

❖ الإشكالية الرئيسية :

ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة؟

و هذه الإشكالية تقودنا إلى جملة من الأسئلة الفرعية التالية :

❖ التساؤلات الفرعية :

- ما المقصود بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ؟ وما هي أهم تطبيقاتها في المؤسسة؟
 - ما هو مفهوم القدرة التنافسية ؟ وما هي أبعادها والعوامل المؤثرة فيها؟.
 - هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و أبعاد التنافسية ؟.
- ويمكن تقسيم هذا التساؤل الفرعي كالآتي :

- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتكلفة؟.
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والجودة؟.
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإبداع؟.
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتسليم؟.
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمرونة؟.
- ما هو واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في شركة الورود وتأثيره على تنافسياتها؟.

وللإجابة على الإشكالية الرئيسة والتساؤلات الفرعية تم صياغة الفرضيات التالية:

❖ فرضيات الدراسة :

■ الفرضية الرئيسة :

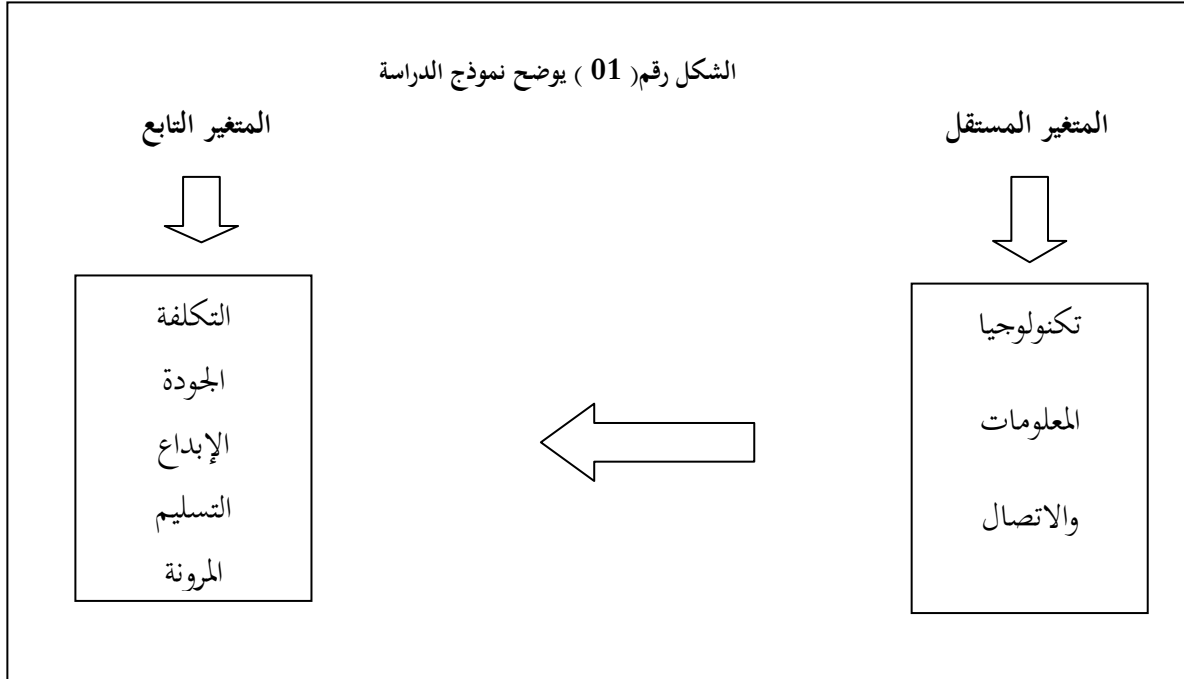
تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال يعمل على رفع مؤشرات أبعاد التنافسية، مما يعزز ذلك من مركزها التنافسي في السوق.

■ الفرضيات الفرعية :

- تتمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جميع المعدات والبرمجيات التي تستخدمها المؤسسة في معالجة البيانات وإرسالها عبر قنوات الاتصال المختلفة بكفاءات ذات مهارة عالية متخصصة.
- التنافسية هي القدرة على تلبية رغبات الزبائن بجودة عالية و سعر مناسب، وذلك من خلال ترابط وتكامل أبعادها (التكلفة، الجودة، الإبداع، التسليم، المرونة) .
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأبعاد تنافسية المؤسسة .
- تستخدم مؤسسة ورود تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين التنافسية في عمليات الإبداع و تحسين جودة منتجاتها .

❖ نموذج الدراسة :

من خلال إشكالية الدراسة تم صياغة نموذج الدراسة كما هو موضح أدناه، بحيث تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتغير المستقل، وتمثل التنافسية بأبعادها الخمس (التكلفة، الجودة، الإبداع، التسليم، المرونة) المتغير التابع.



❖ مبررات اختيار الموضوع : تعددت وتنوعت أسباب الاختيار وهي كالآتي :

- أسباب موضوعية: حادثة هذا الموضوع أي كل ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال و ما أصبحت تمثله من رهان حقيقي بالنسبة للمؤسسة التي تبحث عن إيجاد موقع تنافسي يضمن لها البقاء والاستمرار .
- أسباب ذاتية: - تماشي الموضوع مع التخصص الذي ندرسه وهو اقتصاد وتسيير المؤسسة.
- التعرف على واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات .

❖ **الأهمية العلمية والعملية للدراسة:** يعتبر موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أبرز المواضيع في وقتنا الحاضر، حيث أنه أصبح يشكل ركيزة بالغة في عالم الاقتصاد، الأمر الذي جعله محل اهتمام الخبراء و الباحثين والمختصين في هذا المجال.

فنظرا للتدفق الهائل للمعلومات وتعدد وتنوع شبكات الاتصال، ونظرا للدور الهام الذي يلعبه في كافة مجالات الحياة بشكل عام ودوره في تحسين وتطوير تنافسية المؤسسات بشكل خاص، مما أصبح يشكل تحديا كبيرا لها، ومنه تأتي أهمية هذه الدراسة للتعرف دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أبعاد التنافسية (التكلفة، الجودة، التسليم، الإبداع، المرونة).

❖ **أهداف الدراسة:**

- تقديم إطار مفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال و التنافسية و أبعادها.
- إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة.
- تشجيع المؤسسات على الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- محاولة دراسة دور التكنولوجيا المعلومات والاتصال في التأثير على أبعاد التنافسية، للاستفادة من هذه الدراسة بشكل علمي واضح وصحيح.
- الوقوف على واقع استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة ومدى تبنيتها لأبعاد التنافسية.
- الوصول إلى نتائج وتوصيات تسهم في مساعدة الباحثين في موضوع الدراسة أو الميسرين في المؤسسات .

❖ **حدود الدراسة :**

- نظرا لاتساع مجال البحث وكبر حجم الموضوع وجب علينا وضع حدود لدراستنا والتي كانت كالآتي:
- الحدود المكانية : حيث تم حصرها في مجمع ورود - wouroud - فرع شركة مطبعة الوليد، الواقع مقرها في منطقة النشاطات الصناعية ببلدية كوينين.
 - الحدود الزمانية : كانت ممتدة في الفترة ما بين شهري (أبريل وماي 2018).

❖ **منهج البحث والأدوات المستخدمة:** باعتبار أن المنهج هو القاعدة الأساسية لكل البحوث العلمية ونظرا لطبيعة موضوع الدراسة، و قصد الإجابة على الإشكالية والحصول على البيانات من مصادرها واختبار صحة الفرضيات، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بالجانب النظري، كما تم استخدام منهج دراسة الحالة لإسقاط في الجانب التطبيقي ما تم تناوله في الجانب النظري.

وقد استخدمنا في دراستنا هذه مجموعة من الأدوات التالية:

- المسح المكتبي: وذلك بالاعتماد على مجموعة متنوعة من الكتب والرسائل والمذكرات، والمجلات والمقتنيات، إضافة إلى بعض المواقع المتوفرة على الانترنت، وهذا في الجانب النظري.
- الاستبيان: وذلك لغرض الحصول على المعلومات والبيانات من المؤسسة محل الدراسة في الجانب التطبيقي، ومعالجتها باستخدام برنامج spss 19، إضافة للمقابلة والملاحظة المباشرة.

- ❖ **صعوبات البحث:** لقد تم مواجهة بعض الصعوبات عند عملية إعداد هذه الدراسة وتمثلت في :
- التداخل بين المفاهيم والمصطلحات وخاصة بين: (تكنولوجيا الإعلام و تكنولوجيا المعلومات).
 - الحصول على الترجمة الدقيقة للدراسات السابقة والتي كانت عبارة على مجالات باللغة الإنجليزية.
 - صعوبة الحصول على معطيات وبيانات إحصائية حقيقية من المؤسسة محل الدراسة وذلك نظرا لطابع سرية خصوصية المؤسسة .

❖ **هيكل البحث:** تم اعتماد خطة من فصلين يتناول الفصل الأول مفاهيم حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، فالمبحث الأول يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية والمبحث الثاني يتناول الدراسات السابقة والتي قسمت إلى دراسات باللغة العربية ودراسات باللغة الأجنبية، أما الفصل الثاني يتناول دراسة الحالة والتي كانت بمجمع ورود- فرع مطبعة الوليد- وهو مقسم إلى 3مباحث، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى تقديم للمؤسسة محل الدراسة، وتناولنا في المبحث الثاني الطريقة والأدوات المستخدمة في دراستنا وأخيرا النتائج ومناقشتها في المبحث الثالث.

الفصل الاول

مفاهيم حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال
والتنافسية في المؤسسة

تمهيد :

لقد شهد العالم منذ القرنين الأخيرين تطورا هائلا في عدة مجالات وميادين، ولعل من بينها التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا بشكل عام، وتكنولوجيا المعلومات و الاتصال بشكل خاص، مما نتج عنه التزايد في الطلب عليها، سواء من طرف الأفراد أو المؤسسات أو الدولة.

و لقد غزت تكنولوجيا المعلومات والاتصال المجال الإنتاجي و الاقتصادي حتى أصبحت عنصر أساسي لا يمكن الاستغناء عنه في المؤسسة، و بما أن هذه الأخيرة تسعى إلى تحقيق تنافسياتها، وتعزيز مكانتها الاقتصادية أمام المؤسسات الأخرى، فلقد أصبحت تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال كركيزة هامة من ركائز تحقيق تنافسية المؤسسة. وتعتبر القوة الأولى للتميز على باقي المؤسسات نظرا لما له تحققه وتقدمه من الكفاءة والسرعة في تحليل ومعالجة المعلومات.

وقصد الإلمام بالموضوع والإحاطة بجوهراته سنتطرق في هذا الفصل من خلال بحثين إلى مراجعة الأدبيات الخاصة بموضوع الدراسة كالاتي :

- المبحث الأول : الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية في المؤسسة، وقمنا بتقسيمه إلى 3 مطالب : الأول يتناول تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والثاني يتناول التنافسية، و أخيرا العلاقة بينهما في المطلب الثالث.
- المبحث الثاني: سنخرج فيه إلى الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة، كما تم تقسيمه أيضا إلى مطلبين، حيث ارتأينا في المطلب الأول ذكر الدراسات التي كانت باللغة العربية، والمطلب الثاني سنتناول فيه الدراسات الأجنبية.

المبحث الأول : تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية:

إذا نظرنا إلى مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال نجده شهد تطوراً كبيراً، من الحواسيب إلى البرمجيات و الأقمار الصناعية، و الانترنت وتعزيز شبكات الاتصال المختلفة أشكالها وأنواعها، كل ذلك ساهم في خلق تنافسية كبيرة حادة بين مختلف القطاعات و المؤسسات.

المطلب الأول : ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

قبل التطرق في حيثيات هذا المطلب يجب الإشارة إلى نقطة جد هامة وهي كالآتي :
يعتبر استخدام مصطلحي تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتكنولوجيا المعلومات مختلفان، فالأول يركز بشكل رئيسي على سبل الاتصال، ودورها في إيصال المعلومات، بينما تكنولوجيا المعلومات يشمل كل ما هو إلكتروني بغض النظر كان وسيلة اتصال أم لا، لذلك تعد تكنولوجيا الإعلام أكثر شمولاً من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويأتي ذلك بحكم أن الأول يشمل الإعلام والاتصال معاً مدعماً بالتكنولوجيا، ويمكن الفرق بين المعلومات والإعلام بأن المعلومة هي المادة الأولية للإعلام، أما الإعلام فهي عملية نهائية تترتب عن سلسلة من النشاطات التي يتخللها تداول المعلومات ونقلها¹.

الفرع الاول : تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

أولاً : مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال: هناك عدة تعاريف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ومن أهمها:
يعرفها محمد محمد الهادي بأنها " خليط من أجهزة الكمبيوتر ووسائل الإتصال، بداية من الألياف الضوئية إلى الأقمار الصناعية".²

وكما تعرف أيضاً "تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مجموعة من الأجهزة والأدوات التي توفر عملية تخزين المعلومات ومعالجتها ومن ثم استرجاعها، وكذلك توصيلها بعد ذلك عبر أجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم"³

¹ معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص253.

² محمد محمد الهادي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار الشروق ، القاهرة، مصر، 1989، ص32.

³ حديجة بلعلاء، صورية معموري ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الاعمال العربية في ظل الاقتصادات الحديثة ،جامعة حسنية بن بوعلي ،الشلف، 13 و14 ديسمبر 2011، ص7.

فمن خلال هذه التعاريف السابقة نعرف تكنولوجيا المعلومات و الإتصال بأنها " مجموعة من الأدوات والبرمجيات التقنية الحديثة والمتطورة تعمل على جمع وتخزين ومعالجة المعلومات وإتاحتها في الوقت المناسب، وإيصالها باستخدام أجهزة الاتصال المختلفة.

ثانيا : مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ثلاث مكونات أساسية نذكرها كما يلي :¹

1- الأجهزة والمعدات : وهي أجهزة قادرة على معالجة البيانات من خلال استقبالها و تخزينها واسترجاعها، وتهدف إلى استخلاص النتائج التي يحتاجها متخذي القرار، كما أنها تتميز بسرعة تنفيذ العمليات والكفاءة العالية في نقل المعلومات ودقة النتائج، ومن أمثلتها : الكمبيوتر الثابت والمحمول، أجهزة شبكات العمل أجهزة المزود serveur، أجهزة خاصة بالمهندسين... الخ.

2- البرمجيات: تؤدي الأجهزة والآلات وظائفها من خلال البرمجيات التي تخبرها عن كيفية أداء مهمة معينة، كتخزين ونقل وفتح البيانات والملفات، ونجد من بينها : نظام التشغيل، البرامج الخدمية، المترجمات... الخ.

3- شبكات الاتصال: تسمح هذه الشبكات باستغلال قدرات الاتصال عن بعد، وهذا ما يسمح بتبادل المعلومات الكترونيا بكل سهولة، ويمكن من الاتصال بمختلف الاطراف وتتمثل في : الانترنت الانترانت، الاكسترانت.

4- قاعدة البيانات : وهي عبارة على مجموعة متكاملة من البيانات المرتبطة منطقيا والمخزنة بطريقة جيدة ، يمكن الوصول اليها بسهولة، تقوم بتحسين العمل و الانظمة التطبيقية لمؤسسة ما من خلال المعلومات المخزنة مسبقا، ويعمل على التقليل من الأخطاء وتوفير الوقت .

5- القدرات البشرية : على الرغم من التطور الحاصل إلا أنه يبقى دور الانسان متطلبا ضروريا وذلك للتحكم و لتشغيل واستخدام هذه المكونات، وكذا التنبؤ بأخطارها واختراع الجديد منها.²

¹ صباح بلقيدوم، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة NTIC، على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات، رسالة دكتوراه علوم، تخصص: تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة قسنطينة 02، الجزائر ، 2012/2013، ص ص 140-145.

² عباوي علاء الدين، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة ملينة الثل مزلق-، مذكرة ماستر، تخصص: اقتصاد الاتصالات وتكنولوجيا الإعلام، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة سطيف، الجزائر 2016/2017، ص 13.

ثالثا : متطلبات تكنولوجيا المعلومات والاتصال: يجب على المؤسسة توفير متطلبات أساسية تمكنها من تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتمثل هذه المتطلبات فيما يلي¹:

1- متطلبات إدارية وتنظيمية وبشرية: وذلك بغية إيجاد نظام فعال يشجع ويحمس كل الاطارات العاملة في المؤسسة لإخراج كل ما لديهم من إمكانيات واستعدادات لتطبيقها.

2- متطلبات تقنية : ويستلزم توفير الأجهزة المادية والبرامج وادخالها في كل مفاصل و عمليات المؤسسة.

3- متطلبات مالية: يستلزم توفير الدعم المالي لإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بحسب حاجة كل جهة إدارية، وكذا القيام بالتحليل المالي تجاه استخدامها، كما يجب على المؤسسة اعتماد دراسة جدوى قبل ادخالها وذلك من أجل تأكيد فوائدها على المدى البعيد.

4- متطلبات ثقافية ومعرفية ونفسية: وهو القيام بتنمية قدرات العاملين و مواكبتهم لكل ما هو جديد حتى يتم التكيف والتأقلم مع البيئة الخارجية للمؤسسة.

الفرع الثاني : علاقة تكنولوجيا المعلومات بشبكات الاتصال:

يساهم التطور العلمي و التكنولوجي في تحقيق رفاهية الأفراد، ومن بين أهم تلك التطورات التي تحدث باستمرار نجد تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ونظرا لما تقدمه من خدمات الاتصال بمختلف أنواعها، وكذا توفير المعلومات اللازمة للمؤسسات وتثقيف الافراد. ولقد شهدت تكنولوجيا الاتصالات تطورات هائلة، والتي اتسمت بالسرعة ، ولقد شملت هذه التطورات 03 مجالات وهي²:

- الكم الهائل من المعرفة في اشكال تخصصات ولغات عديدة.

- تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية وانتهت بالأقمار الصناعية.

- توغل الحواسيب في كافة نواحي الحياة وامتزجت بكافة وسائل الاتصال.

ومما سبق نستنتج بأن تكنولوجيا الاتصالات قد سارت بالتوازي مع تكنولوجيا المعلومات، ولا يمكن الفصل بينهما، فقد تم الجمع بين النظام الرقمي الذي امتزجت به نظم الاتصال فتربطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات .

¹ محمد زميت، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الخدمات المصرفية، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص: تخطيط ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2015/2014، صص179-180.

² صورة صدقاوي، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز القدرات الابتكارية للمؤسسة و تأثيرها على إدارة الجودة الشاملة، رسالة دكتوراه علوم، تخصص: تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2015/2014، صص16.

الفرع الثالث: دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة وفوائد استخدامها:

أولا : الدوافع : تتمثل دوافع إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة فيما يلي :¹

- تعريف الزبائن والشركاء المساهمين بأعمالهم و منتجاتهم .
- نشر المعلومات في الوقت المناسب، ويعتبر هذا الدافع ذو أهمية بالغة .
- انفتاح المؤسسة على السوق المحلي، الاقليمي، العالمي.
- تقديم خدمات للزبون بأحسن طريقة وبأسرع وقت.
- جلب فئة جديدة من الزبائن الذين هم على اتصال بالانترنت .
- مواكبة التطورات الحاصلة خارج محيط المؤسسة .

ثانيا :الفوائد: ينتج على استخدام المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال فوائد عديدة، نذكرها من أهمها: ²

- زيادة الارباح والمبيعات : حيث يمكن للمؤسسة استخدام TIC كعامل لزيادة الارباح والمبيعات وذلك من خلال : استعمال الاشهار الالكتروني الذي بدوره يزيد من عدد الزبائن ويخفض التكاليف ، وكذا الدخول في عالم التجارة الالكترونية..الخ.
- الحصول على مزايا تنافسية: حيث انما تستخدمها المؤسسة في تحسين وضعها في البيئة التنافسية، من خلال تصميم البرامج وتطبيقات تسمح لها المنافسة بفعالية أكثر.
- تحسين الجودة : تعتبر TIC أهم عامل لتحسين جودة المخرجات الخاصة بالمؤسسة، فهي تساعد على التصميم والتركيب والتخزين والتعديل، فتكنولوجيا المعلومات والاتصال تسهل كثيرا في إعداد المنتج، وتنقص من الجهد المبذول.
- تخفيض التكاليف : يعتبر تخفيض التكاليف من أهم الأهداف التي تحرص عليها المؤسسة والذي يتأتى باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العديد من المجالات، كالأعمال الإدارية عن طريق تقليص عدد الموظفين كما تستخدم في تنفيذ الإنتاج حسب الطلب مما يقلل من استعمال المخازن وغيرها .

¹ محمد رفائي، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، تخصص: تجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2004، ص 28 .

² صباح بلقيادوم، مرجع سبق ذكره، ص 135.

الفرع الرابع : أهم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة:

من الواضح ان التكنولوجيا اصبحت تشمل كافة مجالات الحياة، وهي بذلك تشمل عدة مجالات التي تخص المؤسسة، وسنوضح فيما يلي أهم التطبيقات التي تقدمها للمؤسسة كما يلي:

أولاً: في مجال الصناعة¹ : يتم استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات الإنتاج، وذلك نظراً لمواكبة التغيرات الكبيرة في المحيط وفي ظل عولمة الاقتصاد، وعدة هناك آليات وتقنيات تساعد المؤسسة في عمليات الإنتاج والتي نذكرها كالاتي:

1- الآلات الموجهة رقمياً : وهي أجهزة حلت محل العامل في الإنتاج، وظهرت في بداية الحرب العالمية الثانية، ولكنها لم تعرف تطورها الحقيقي إلى حين ارتباطها الكترونياً.

2- الآليات (La robotique) : ويقصد به الرجل الآلي الذي يقوم بكل الأعمال التي يقوم بها الإنسان، والتي من بينها : الإنتاج، التصميم، التنظيف، الرفع. ويعتبر انفاض نسبة الأخطاء من أهم مميزات استعمال الرجال الآليين.

3- التصميم المساعد من طرف الحاسوب : فهذه التقنية سمحت بظهور ما يعرف باقتصاد التصميمات، إذ أنه يتم إنجاز العديد من التصميمات في أقل وقت ممكن و بأقل التكاليف، مما يسمح بإدخالها في عملية الإنتاج بواسطة التصميم والإنتاج المساعد من طرف الحاسوب.

4- الذكاء الاصطناعي: فهذا هو الحاسوب يقرأ و يتعرف على الأشياء بل ويستطيع أن يتحدث ويعطي لكل مشكلة حل، ولم يكن الإنسان ليتمكن من الوصول إلى هذه النتيجة لولا تطور البرمجيات مما سمح بظهور الأنظمة الخبيرة.

5- التعليم الافتراضي²: حيث تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال كإحدى البنى الأساسية و كأداة لدعم التعليم الافتراضي و عملت على تسهيل النفاذ إليه و بتكلفة معقولة ومنخفضة.

ثانياً : في مجال التسيير الإداري للمؤسسة: وهي عبارة على عملية يتم بها تسيير شؤون المؤسسة باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتبادل الوثائق بين مختلف المكاتب في المؤسسة إلكترونياً، و نجد من بينها: التسيير

¹ هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكساب المؤسسة ميزة تنافسية- دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس- رسالة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص : تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2015-2016، ص47.

² بشير كاوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، مذكرة ماجستير(غير منشورة)، تخصص: نظم المعلومات ومراقبة التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012/2013، ص59.

الالكتروني للوثائق، ومستودعات البيانات الذي يقوم بتسهيل عملية حفظ البيانات والرجوع اليها في اي وقت كما نجد ايضا تبادل البيانات الالكترونية مثل : الفاتورة، اشعار بالدفع، اعلان مناقصة ..¹

ثالثا : في مجال التوظيف : يعتبر التوظيف من أهم المجالات لدى ادارة الموارد البشرية بالمؤسسة، ويتم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في هذا المجال، مما يسمح ذلك في تحقيق جملة الفوائد ونذكر أهمها :²

- 1- الاسراع في إعداد عملية التوظيف، حيث يتم تحديد طبيعة الوظيفة والمواصفات للشخص المترشح.
- 2- نشر وبث الاعلان عبر شبكة الانترنت واستقبال الطلبات الكترونيا وفرزها وبدء عملية التقييم.
- 3- تدعيم العلاقة المباشرة ما بين المترشح و مسير المؤسسة.

رابعا : في مجال التجارة الإلكترونية: وهو القيام بعمليات البيع والشراء للسلع والخدمات والمعلومات عبر نظام الكتروني، بين المنتج والمورد والمستهلك، و من خلالها تحقق الشركات والمؤسسات عدة فوائد والتي من بينها:

- 1- زيادة التسويق بفاعلية أكثر: حيث يمكن عرض السلع على المستوى العالمي وعلى مدار اليوم.
- 2- إنتاج وتوفير المعلومات التسويقية الضرورية تفيد في عملية اتخاذ القرار.
- 3- التواصل الفعال مع الشركات الأخرى والزبائن اينما وجدوا، وفي المقابل توفر التجارة الالكترونية الوقت والجهد للزبائن دون عناء السفر، وهدر وقت الانتظار.³

خامسا : في مجال إدارة مراكز المكالمات: هو عبارة عن خدمة هاتفية للاتصال بالزبون، هذه الخدمة موجودة من أجل مناداة أو الإجابة السريعة والتامة للزبائن المتواجدين عبر مختلف الأقاليم. وتكمن أهميته في : تقديم خدمة سريعة و ذات نوعية جيدة موجهة للزبون، وكذا زيادة حجم المكالمات نتيجة ثقة الزبائن في الرد الايجابي، إضافة الى زيادة رقم الاعمال نتيجة زيادة حجم المبيعات وتكرس خدمات ما بعد البيع.⁴

¹ يحي عدنان وآخرون، تكنولوجيا المعلومات، وزارة التربية والتعليم، ط1، رام الله، فلسطين، 2006/2005، ص6.

² محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص569 بتصرف .

³ حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة -دراسة مقارنة بين : ماليزيا، تونس، الجزائر. مذكرة ماجستير، تخصص: الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1-، الجزائر، 2012-2013، ص33.

⁴ عباوي علاء الدين، مرجع سبق ذكره، ص ص 35-37.

المطلب الثاني : ماهية التنافسية وأبعادها والعوامل المؤثرة فيها:

في ظل التطورات العلمية والتحولات الاقتصادية الكبرى في العالم، ومع بروز عولمة المبادلات ومنظمات التجارة العالمية والتبادل وما انبثق عنها لمناطق حرة للتبادلات الاقتصادية وكذلك بروز التكنولوجيات الحديثة وتأثيرها على اقتصاديات الدول والمؤسسات الاقتصادية مما خلق ذلك منافسة فيما بينها . وعليه سنتطرق في هذا المطلب الى التنافسية بشكل عام كالآتي:

الفرع الأول : مفهوم التنافسية :

لم يكن هناك إجماع بين علماء الاقتصاد على مفهوم محدد لمصطلح التنافسية، فهناك من يرى أن التنافسية فكرة عريضة تشمل الاقتصاد الكلي بما يحويه من مستويات المعيشة و النمو الاقتصادي، وهناك من يحصرها في تنافسية السعر و التجارة.

و يختلف تحديد مفهوم التنافسية باختلاف مستوياتها بدءا من: المؤسسة، إلى القطاع، إلى الدولة، فهذه المستويات الثلاثة تربطها علاقة تكاملية، إذ أن إحداها تؤدي إلى الأخرى، فلا يمكن الوصول إلى دولة ذات مزايا تنافسية إلا بوجود قطاع له قدرة تنافسية، ووجود قطاع تنافسي هو نتيجة لوجود مؤسسات تنافسية، وفي المقابل فإن تحقيق الدولة لمعدل مرتفع و مستمر لدخل الفرد يعد دليلا على أن النشاطات الاقتصادية المختلفة تمتلك في مجملها ميزة تؤهلها للمنافسة على الصعيد الدولي.

و على ضوء ما سبق سنقوم بتعريف التنافسية حسب مستوياتها المختلفة كالتالي :

أولا : مفهوم التنافسية على مستوى الدولة :

لقد عرفها بورتير porter بقوله أن المفهوم الشامل لتنافسية الدولة هو : "الإنتاجية"، فالهدف الأساسي لأي دولة هو تحقيق مستوى مرتفع من الإنتاجية ورفع مستوى المعيشة لأفرادها.¹

وتعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCED* (1997): هي "الدرجة التي يمكن وفقها وفي شروط سوق حرة وعادلة إنتاج السلع والخدمات التي تواجه أذواق الأسواق الدولية في الوقت تحافظ فيه على توسع الدخل الحقيقية للشعوب على المدى الطويل"²

¹ نيفن حسين شمت، التنافسية الدولية وتأثيرها على التجارة العربية والعالمية ، دار التعليم الجامعي ، مصر 2010 ، ص22. نقلا عن: بوربالة أحمد ، دور البقطة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية ، مذكرة ماستر ، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات ، كلية العلوم الاقتصادية والجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2015 ص36.

* OCED : منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية تأسست في 30 سبتمبر 1961 تهدف إلى التنمية الاقتصادية وإنعاش التبادلات التجارية.

² محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية العدد 24، المعهد العربي للتخطيط الكويت، ديسمبر 2003، ص6.

كما عرفت أيضا من جهة أخرى أن التنافسية الدولية هي " القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تواجه اختبار المزاخمة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسيع الدخل المحلي الحقيقي " OECD1992¹.
و يعتبر تعريف العاملة في مجال الاقتصاد Laura D'andrea Tyson من أكثر تعريفات التنافسية رواجاً حيث عرفت أنها : "التنافسية هي القدرة على إنتاج منتجات وخدمات تنجح في اختبار المنافسة الدولية في حين يتمتع مواطنوها بمستوى معيشة متنام ومستديم على حد سواء².
و كما تعرف أيضا على أنها: تعكس قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع و مستمر لمستوى دخل أفرادها، ففي حين تقتضي الميزة النسبية المنافسة على أجور منخفضة، فإن الميزة التنافسية تقتضي تحسين الإنتاجية للمنافسة في نشاطات اقتصادية ذات أجور مرتفعة، الأمر الذي يضمن تحقيق معدل نمو مرتفع و مستمر لدخل الفرد³.
و منه يمكننا تعريف التنافسية على مستوى الدولة باختصار على أنها " قدرة البلد على زيادة حصصها في السوق الدولية ومدى قدرة اندماج اقتصادها في الاقتصاد العالمي".

ثانيا: مفهوم التنافسية على مستوى القطاع :

وتعني " قدرة المؤسسات في قطاع معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية " .⁴
وبالتالي تتميز تلك الدولة في هذه الصناعة وتقاس تنافسية صناعة معينة من خلال الربحية الكلية للقطاع وميزانه التجاري ومحصلة الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل والخارج بالإضافة إلى مقاييس متعلقة بالتكلفة والجودة للمنتجات على مستوى الصناعة⁵.

¹ محمد عدنان وديع، المرجع السابق نفسه.

² أمال عياري، رجم نصيب، الاستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات ، ملتقى دولي، جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر 29-30 أكتوبر 2002، ص:13.

³ كمال رزيق ، فارس مسدور، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد، ورقلة 23/22 افريل 2003. ص 201.

⁴ يوسف مسعداوي، القدرات التنافسية ومؤثراته، المؤتمر العلمي الدولي حول: الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 09/08 مارس 2005، ص3.

⁵ كمال رزيق ، فارس مسدور، مرجع سبق ذكره ، ص202.

ثالثا : التنافسية على مستوى المؤسسة :

يعتبر هذا المستوى من مستويات التنافسية هو الذي يتعلق بموضوع البحث، وسنتطرق إليه كآلاتي :

فالتنافسية على مستوى المؤسسة هي: " قدرة المؤسسة على تلبية رغبات المستهلكين المختلفة من خلال توفير سلع وخدمات ذات نوعية جيدة تستطيع بواسطتها النفاذ إلى الأسواق في الوقت المناسب والسعر المناسب".¹

و نجد أن الخبير الاقتصادي السياسي Ricardo Petrella في مقالة يعرفها: " L'évangile de la compétitivité " التنافسية لا تعد و أن تكون أسلوب يسلكه الأعوان الاقتصاديين في محيط الأسواق التنافسية وكل عون على وجه الخصوص - المؤسسة - تبحث عن وضعيات ومزايا تنافسية في ظل احترام القواعد المحددة ومع توفر كافة الشروط العادلة للجميع.²

ويقصد بها: الجهود والابتكارات والإجراءات والضغط وكافة الفعاليات الإدارية التسويقية، الإنتاجية، التطويرية التي تمارسها المؤسسات من أجل الحصول على شريحة أكبر ورقعة أكثر اتساعا في الأسواق التي تهتم بها.³

وتعرف على أنها القدرة المنتظمة ذات المردودية على تسليم السلع والخدمات التي يرغب الزبائن في اقتنائها.⁴

فالتنافسية على مستوى المؤسسة ترتبط بمنجتها (التميز أو التنافسية خارج السعر)، أسعارها (تنافسية السعر/ التكلفة)، و موقعها في السوق.⁵

وبالتالي من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن التنافسية على مستوى المؤسسة هي "القدرة على تلبية رغبات المستهلكين بتوفير منتجات ذات جودة عالية وبأسعار مناسبة وفي الوقت المناسب تستطيع من خلالها الحصول على حصة سوقية كبيرة".

¹ محمد عبد حسين الطائي، نعمه عباس خضير الخفاجي، نظم المعلومات الاستراتيجية منظور الميزة الاستراتيجية، ط1، دار الثقافة، عمان، الاردن، 2009، ص147.

² الهواري بن الحسن، الإبداع التكنولوجي كأداة لتحسين التنافسية وتحقيق التنمية المستدامة، المدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي، وهران، الجزائر (بدون سنة)، ص9.

³ سميرة فرجات، مساهمة الذكاء التنافسي في تحسين الأداء الصناعي، أطروحة دكتوراه، تخصص: اقتصاد صناعي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2015-2016، ص50.

⁴ علي طالب شهاب، أهم مقومات القدرة التنافسية للاقتصاد البصري، مجلة دراسات البصرة، السنة السابعة، العدد12، 2011، ص8.

⁵ محمد عدنان وديع، مسح في مؤشرات التنافسية، ورشة عمل حول : محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية، معهد الاقتصاد الكمي، تونس 19-21 جوان 2001، ص8.

الفرع الثاني: أسباب تنافسية المؤسسة :

هناك عدة أسباب وعوامل من شأنها أن تؤدي إلى حصول التنافسية بمستويات ولعل من أهمها نذكر:¹

- تعدد الفرص في السوق العالمي بعد انفتاح الاسواق امام حركة تحرير التجارة الدولية نتيجة الاتفاقيات مع منظمة التجارة العالمية.
- وفرة المعلومات في الأسواق العالمية نتيجة تقنيات المعلومات والتكنولوجيات التي أدت إلى تسهيل عملية البحث.
- التسارع في عمليات الإبداع والابتكار اليومية نتيجة البحث والتطوير للمنتجات.
- زيادة فرص الاختيار والمفاضلة أمام العملاء بين البدائل المتعددة والمتاحة في السوق التي تؤدي الى اشباع رغباتهم بأقل تكلفة وأيسر الشروط.
- زيادة عدد المؤسسات في قطاع معين وهذا يعتبر عامل هام يؤدي لزيادة التنافسية.
- سهولة أو صعوبة دخول بعض المؤسسات للسوق، فكلما كان دخولها للسوق سهلا كلما زادت شدة المنافسة والعكس تماما.
- العلاقة بين حجم المنتجات التي يطلبها الافراد في السوق وتلك الكمية التي تستطيع المؤسسات تقديمها وعرضها.

الفرع الثالث: أنواع التنافسية : يمكن تصنيف التنافسية إلى نوعين هما التنافسية حسب الموضوع والتنافسية وفق الزمن، وسيتم التفصيل لكليهما كالتالي :²

أولا : التنافسية من حيث الموضوع : وتتضمن تنافسية المنتج وتنافسية المؤسسة. وهي كالآتي:

- 1- تنافسية المنتج : تعتبر شرطا لازما لتنافسية المؤسسة ولكنه ليس كافيا، وكثيرا ما يعتمد على سعر تكلفة وحيد لتقويم تنافسية منتج معين ويعد ذلك أمراً مضللاً باعتبار أن هناك معايير أخرى قد تكون أكثر دلالة، وعليه يجب اختيار معايير معبرة تمكن من التعرف الدقيق على وضعية المنتج في السوق في وقت معين.
- 2- تنافسية المؤسسة : يتم تقويمها على مستوى أشمل من تلك المتعلقة بالمنتج، حيث لا يتم حسابها من الناحية المالية في نفس المستوى من النتائج، فتنافسية المؤسسة عند تقويمها يتم الأخذ بعين الاعتبار هوامش كل المنتجات من جهة والأعباء الإجمالية من جهة أخرى، فإذا زادت هذه المصاريف وفاقته الهوامش واستمر

¹ شهرزاد، بن بوزيد مرجع سبق ذكره ص45.

² هبة الله اوريبي، تنافسية القطاع السياحي وانعكاساته على التنمية المستدامة في الدول العربية، مذكرة ماجستير، تخصص: الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 2011-2012، ص8.

ذلك لمدة أطول فإن ذلك يؤدي إلى خسائر كبيرة يصعب على المؤسسة تحملها ومن ثمة فالمؤسسة مطالبة بتقديم قيمة لزيائنها، ولا يتم ذلك إلا إذا حققت قيمة إضافية في كل مستوياتها.

ثانيا : التنافسية وفق الزمن : وتمثل في التنافسية الملحوظة و القدرة التنافسية :¹

1- التنافسية الملحوظة: تعتمد هذه التنافسية على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية، غير أنه لا يجب التفاؤل بشأن هذه النتائج لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق أو عن ظروف جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية، فالنتائج الإيجابية في المدى القصير قد لا تكون كذلك في المدى الطويل.

2- القدرة التنافسية: تستند القدرة التنافسية إلى مجموعة من المعايير حيث أن هذه الأخيرة تربطها علاقات متداخلة فيما بينها، فكل معيار يعتبر ضروري، لأنه يوضح جانبا من القدرة التنافسية وتبقى المؤسسة صامدة في بيئة مضطربة، ولكنه لا يكفي بمفرده وعلى خلاف التنافسية الملحوظة، فإن القدرة التنافسية تختص بالفرص المستقبلية، وبنظرة طويلة المدى من خلال عدة دورات استغلال.

كما نجد تصنيفات أخرى لأنواع التنافسية يمكن ذكرها كما يلي :²

- **تنافسية التكلفة أو السعرية:** فالبلد ذو التكاليف الأقل يمكنه تصدير السلع إلى الأسواق الخارجية، ويدخل هنا اثر سعر الصرف.
- **التنافسية غير السعرية:** وذلك باعتبار أن حدود التنافسية معرفة بالعديد من العوامل غير السعرية، مما أدى إلى بعض الكتاب يتكلمون في المكونات غير السعرية في التنافسية.
- **التنافسية النوعية:** ويشمل بالإضافة إلى النوعية والملائمة عنصر الابتكارية، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذات النوعية الجيدة و الأكثر ملائمة للمستهلك وحيث المؤسسات المصدرة ذات السمعة الحسنة في السوق يتمكن من تصدير سلعه حتى ولو كانت بأعلى سعر من سلع منافسيه.
- **التنافسية التقنية:** وتتنافس المشروعات من خلال النوعية في الصناعات عالية التقنية.
- **التنافسية الظرفية:** وتركز على مناخ الأعمال وعمليات المؤسسة واستراتيجياتها.
- **التنافسية المستدامة:** وتركز على الإبداع التكنولوجي ورأس المال البشري والفكري.

¹ دحماني محمد درويش .ناصر عبد القادر، التقنيات الحديثة كمدخل للأداء المتميز بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ملتقى دولي حول : متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، مخبر العولمة واقتصاديات شمال افريقيا، جامعة حسينية بن بوعلي الشلف، 17 و18 أبريل 2006، ص6.

² محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، مرجع سبق ذكره ، ص7.

الفرع الرابع : أبعاد التنافسية و العوامل المؤثرة فيها :

أولا : أبعاد التنافسية :

تنافس المؤسسة وفق مؤشرات تنافسية مختلفة، تمكنها من تحقيق التفوق والأفضلية على باقي المنافسين، ولقد اختلف الكتاب الباحثين في تحديد أبعاد ومؤشرات التنافسية وذلك بحسب وجهات نظرهم المختلفة، إلا أنه هناك بعض منها كانت محل اتفاق و قد انحصرت في المؤشرات التالية (التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم، الإبداع). وسنقوم بتناولها كما يلي :

1- التكلفة: (Cost) : وتعني إنتاج وتقديم المنتجات بأقل تكلفة ممكنة، وتتضمن تكلفة العمل والمواد والمصاريف المباشرة و الغير مباشرة .أو هي عبارة عن كلفة البضاعة المباعة في المؤسسات الإنتاجية، ويمكن التعبير عنها كنسبة للمبيعات أو كلفة الوحدة لمنتجات معينة وتقارن مع تكاليف المنافسين والتي قد تظهر في ثلاث مجالات هي: تقديم منتجات ذات أسعار أقل عما يقدمه المنافسين، وتصنيع منتجات متشابهة وبسعر أقل والقدرة لمواجهة أسعار المنافسين.¹

ويقوم مدراء العمليات بتحديد كلفة المواد الأولية والعمل والتكاليف الأخرى بهدف تصميم نظام يحدد تكلفة الوحدة الواحدة، وهو ما يمثل قدرة المؤسسة على إنتاج و توزيع المنتجات بأقل التكاليف، مما يمكنها ذلك في المحافظة أو تعزيز حصتها السوقية، فهذا المؤشر يعتبر هام جدا لتحقيق تنافسية المؤسسة.²

2- الجودة: (Quality) : و تتمثل في المواصفات والأداء الجيد للمنتج والوظيفة التي تقدمها المنظمة للحصول على نوعية عالية لعمليات التصميم والإنتاج .لذا تركز هذه الأسبقية على خمسة خصائص هي: الثقة بالمنتجات، ونوعية يدركها الزبون، ودرجة أو نسبة مطابقة المنتج مع المواصفات والمعايير المحددة، والمتانة، والتصميم الوظيفي الفعال للمنتج.³

و كما يمثل هذا المؤشر الجوهرى الهدف الأساسي لكل مدير، وقوة كل مؤسسة الذي من خلاله يمكن تعزيز التفوق التنافسي، وهو يفيد المؤسسة في جانبين رئيسيين وهما:⁴

- رفع جودة المنتج يؤدي إلى زيادة قيمته لدى الزبون، وهذا بدوره يؤدي لزيادة ربحية المؤسسة.
- تحسين الجودة يؤدي إلى رفع مستوى الكفاءة، ومن ثم تقليل الضياع والهدر وتوفير التكاليف المرتبطة بعملية الإنتاج، وتقليل المخاطرة والحماية من المنافسين.

¹ غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا (مفاهيم ومداخل، تقنيات، تطبيقات علمية)، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2007، ص22.

² فراس رحيم يونس العزاوي، عثمان ابراهيم أحمد الخفاجي، تشخيص قدرات تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحقيق التفوق التنافسي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 21، العدد 81، جامعة بغداد كلية الإدارة والاقتصاد، 2015، ص211.

³ محمد عبد الوهاب العزاوي، أحمد سليمان الجرجري، دور ثقافة المعلومات والاتصالات في تحقيق المزايا التنافسية، مجلة بحوث مستقبلية، مركز الدراسات المستقبلية، كلية الحداثة، الموصل، العدد 29 و 30، 2010، ص15.

⁴ فراس رحيم يونس العزاوي، عثمان ابراهيم أحمد الخفاجي، مرجع سبق ذكره، 211.

3- المرونة (Flexibility) : يعد المؤشر الحاسم في أسواق الحاضر والمستقبل، متمثلة بالقابلية على التكيف لتقديم مقادير مختلفة من منتجات متنوعة، وكذلك التكيف مع البيئات المختلفة، وتعد مقياساً لقدرة المؤسسة على تحويل عملياتها وبسرعة من إنتاج منتجها الحالي إلى منتج جديد.¹

فالمرونة هي التكيف مع الطلب والقدرة على الاستجابة له وتشمل نوعين أساسيين من المرونة هما:

- مرونة النوع : وهي التكيف للحاجات الفريدة لكل زبون وتصاميم المنتج الدائمة التغيير، وهنا يتم تلبية المنتجات والخدمات وفقاً للتفضيلات الشخصية وتكون لها دورات حياة قصيرة.

- مرونة الحجم : وهي القدرة لتعجيل أو إبطاء معدل الإنتاج لمواجهة التقلبات في الطلب، أو مقدار الوقت الذي تستغرقه عملية الانتقال من مستوى إنتاج إلى آخر، كما أن مرونة الحجم تمثل القدرة على تسليم ما يحتاجه الزبون خلال مهل زمنية أقصر مما يقوم به المنافسون، وبذلك تقاس المرونة بالمهلة الزمنية المطلوبة للاستجابة إلى احتياجات الزبائن.

وتحقق المرونة القدرة تنافسية للمؤسسات عن طريق:²

. التنوع الواسع في المنتجات لمقابلة احتياجات الزبائن.

. الوفاء بمواعيد التسليم نتيجة القدرة على إجراء تغييرات في حجم وتصميم المتوجات بأقل وقت ممكن.

. تخفيض تكاليف التحول بين المنتجات التي تؤدي إلى تخفيض تكاليف التشغيل.

. متابعة التغييرات المفاجئة في طلبات الزبائن والتكيف معها بأقل التكاليف وخاصة تكاليف إعادة تصميم

المعدات وتسهيلات الإنتاج.

4- التسليم (Delivery) : تسعى الكثير من المؤسسات إلى توسيع قاعدتها من الزبائن بالتركيز على توفير

المنتج في المكان والزمان المطلوبين، ويتضمن هذا المؤشر ثلاثة جوانب وهي : السرعة في التسليم، التسليم في

الوقت المحدد والمتفق عليه، والسرعة في التهيئة والإعداد. فكلما كان الوقت المنجز لخطة توليد الفكرة من

التصميم النهائي والإنتاج قصير جداً، كلما كانت للمؤسسة خاصية تفوق على باقي المنافسين.³

فعندما تكون عمليات الإنتاج للتخزين، تقاس كفاءة التسليم بتوفر الإنتاج عند الطلب عليها، أما عندما

تكون عمليات الإنتاج حسب الطلب تقاس بمدى مقابلة جداول التسليم، وفقاً لتواريخ الاستحقاق المتفق عليها

مع الزبائن، لذلك تبين هذه الأسبقية قدرة المنظمة لتوفير المنتجات عند الحاجة إليها والتي تقاس وفقاً لوقت الإنتاج.⁴

¹ فراس رحيم يونس العزاوي، عثمان إبراهيم أحمد الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص 211.

² غسان قاسم اللامي، مرجع سبق ذكره، (بتصرف)، ص 24.

³ المرجع أعلاه، ص 212.

⁴ مصطفى أحمد حامد رضوان، التنافسية كآلية من آليات العولمة ودورها على دعم جهود النمو والتنمية في العالم، الدار الجامعية، ط1، الإسكندرية، مصر، 2011، ص 26.

5- الإبداع (Innovation): يعد هذا الأخير من المؤشرات الإستراتيجية المهمة للتفوق التنافسي، وهو الأسبقية الخامسة التي أشارت إليها الأدبيات المعاصرة في إدارة العمليات، وهو عبارة عن تحقيق تطور وعمل خلاق بما يحقق الإبداع في الإنتاج والتكنولوجيا المستخدمة، أو إيجاد طرق جديدة لإنتاج أو توزيع المنتجات بشكل يختلف عما هو قائم في ميادين العمل.¹

و يتضمن الإبداع قيام المنظمة بإنتاج سلع أو خدمات، أو استخدام طرق جديدة للمدخلات لم يسبق لها استخدامها، وهذا يعني إجراء تغييرات تكنولوجية معينة، حيث يعد استخدام التكنولوجيا الجديدة في العمل بمثابة إبداع للمنظمة.

ويكون الإبداع ناجحاً عندما يتحقق الترابط الواضح للأفكار الجديدة وتكنولوجيا المنتج والعملية، أي الإبداع التقني وما يرتبط ضمناً مع الإبداع الإداري الذي يمثل كنظام إداري جديد (القواعد، والإجراءات، والأدوار، والاتصالات...) وبرامج تطويرية جديدة للعاملين تؤثر بصورة غير مباشرة في إنتاج المنتجات أو تقديم خدمات إلى الزبائن.

ثانياً: العوامل المؤثرة في التنافسية :

- تشير الأدبيات الاقتصادية المتخصصة لعدة محددات تؤثر في بناء القدرة التنافسية، وهي بشكل عام ما يلي² :
- وفرة عوامل الإنتاج (الموارد الطبيعية والعمالة والتكنولوجيا) وانخفاض تكلفتها.
 - توفر البنية التحتية المحفزة للاستثمار كالمناطق الصناعية المجهزة وشبكات الطرق والموانئ والمطارات... إلخ.
 - جودة المنظومة التعليمية وتوفر عمالة محلية ماهرة ومؤهلة لإستخدام التكنولوجيا الحديثة وإتقان العمل بها.
 - السياسات الاقتصادية الداعمة كالسياسة النقدية ، إضافة إلى السياسة الإنفاقية والسياسة الصناعية اللتين تشجعان البحث العلمي والابتكار، وتتيحان مخرجاتهما للشركات مجاناً أو مقابل أسعار منخفضة.
 - الحوكمة الرشيدة وفعالية المؤسسات وسيادة القانون والعدالة، مما يؤدي إلى إيجاد مناخ الأعمال والحد من البيروقراطية، وجعل الإدارة في خدمة المقاوله وليست عبئاً عليها.
 - جاذبية البلد للاستثمارات المباشرة الأجنبية، خصوصاً تلك التي يكون مصدرها هو الشركات العالمية التي تملك حصصاً هامة من السوق الدولية.
 - سياسات التسويق الخلاقة والمبدعة، التي تستعين بدراسة الأسواق لتطوير منتجات متميزة عن منافسيها وتستجيب لتطلعات المستهلكين، علاوة على بناء علامات تجارية قريبة من المستهلكين والترويج لها.

¹ فراس رحيم يونس الغزاوي، عثمان ابراهيم أحمد الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص 212.

² فرحات سميرة، مرجع سبق ذكره، ص 68.

الفرع الخامس : الاستراتيجيات التنافسية :

تعتبر الاستراتيجيات التنافسية من أهم العناصر التي تمكن المؤسسة من تحقيق أداء أفضل مقارنة بمنافسيها، وتتمثل هذه الاستراتيجيات فيما يلي:

أولاً: استراتيجية قيادة التكلفة¹: تعبر هذه الاستراتيجية على " قدرة المؤسسة على توفير سلعة أو خدمة بتكلفة اقل من منافسيها"، و تركز هذه الاستراتيجية اهتمامها بتخفيض التكلفة إلى أدنى مستوى ممكن دون التأثير على معدل الإنتاج و ذلك استنادا لمفهوم الخبرة والاستخدام الأمثل لموارد المؤسسة المتاحة.

ويتطلب تحقيق هذه الاستراتيجية امتلاك المؤسسة لحصة سوقية كبيرة مع حصولها على المواد الأولية بسهولة بالرغم من أن بعض المؤسسات قد تواجه خسائر جمة لتكوين حصة سوقية كبيرة.

ويرى (Porter) أن اعتماد هذه الاستراتيجية سوف يقلل من حجم التحديات في المركز الذي تحتله هذه المؤسسات، و لا يقلل من جودة المنتج، كما أنها توفر عوائد مالية مقارنة بالمنافسين و الأمر الأساسي هو أن يتم إدراك السعر المنخفض من قبل العملاء لان هذا سوف ينعكس إيجاباً على تعظيم الحصة السوقية للمؤسسة.

ثانياً: استراتيجية التمييز²: تعمل هذه الاستراتيجية على تمييز المنتجات التي تقدمها المؤسسة من خلال شيء متميز و منفرد. ويمكن لصيغ التمييز أن تتخذ عدة أشكال (التصميم، النوعية، التكنولوجيا، خدمات الزبائن و شبكات التوزيع... إلخ).

ووفقاً لهذه الاستراتيجية فإن المؤسسة تقوم بتمييز منتجاتها عن المنتجات الأخرى المنافسة، ويرتكز هذا الخيار في أن تتمكن المؤسسة من تلبية حاجات ورغبات عملائها بطريقة فريدة ومتميزة، من خلال تقديم منتجات مبدعة و ذات نوعية عالية.

ثالثاً: إستراتيجية التركيز³: تعتمد المؤسسة من خلال هذه الاستراتيجية على تقسيم السوق إلى عدة قطاعات لتعامل مع قطاع واحد، فتوجه كافة مواردها إلى هذا القطاع، حيث تستعمل معه إما استراتيجية قيادة التكلفة أو استراتيجية التمييز مع ضرورة متابعة نمو القطاع المعني لأن سرعة النمو من عدمها تؤثر على رغبة المنافسين في الدخول إلى القطاع.

أي أنه هناك بديلين لتطبيق هذه الاستراتيجية : يتمثل الأول في الاهتمام بمركز التكلفة: وهو العمل من اجل تخفيض التكاليف، والثاني الاهتمام بالتمييز من خلال البحث عن خصائص التمييز داخل القطاع المستهدف.

¹ إسماعيل محمد السيد، الإدارة الاستراتيجية- مفاهيم حالات تطبيقية-، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2000، ص224.

² سليمان منيرة، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية، مذكرة ماستر، تخصص: التسيير الاستراتيجي للمنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012-2013، ص 40.

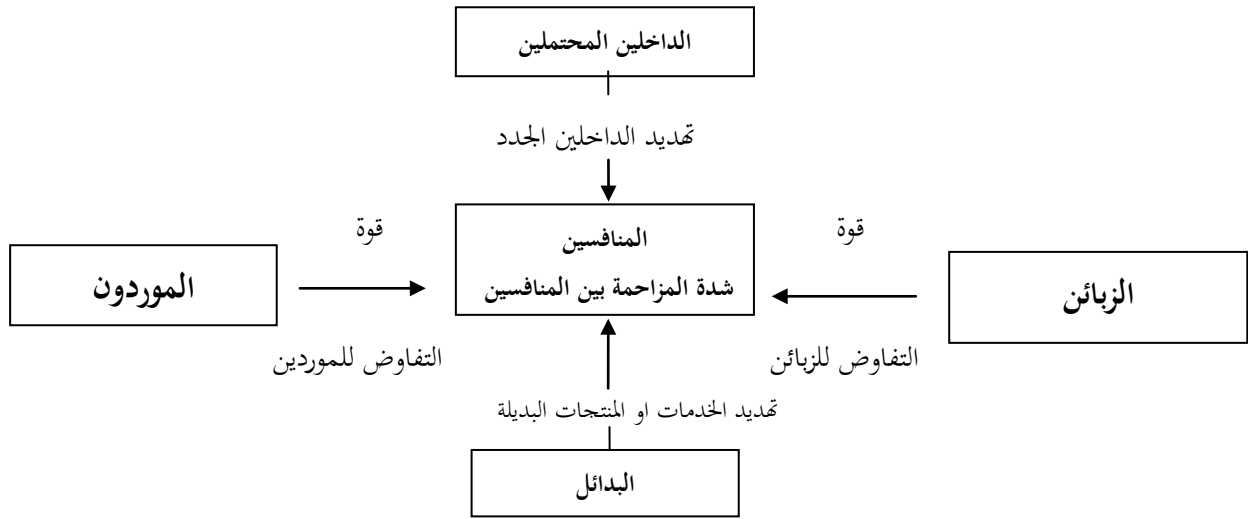
³ مبروك ختم، فعالية الابداع التكنولوجي في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، تخصص: اقتصاد عمومي وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، 2015-2016، ص 56.

الفرع السادس : القوى التنافسية :

تنشط المؤسسات في بيئة تتميز بالتغيير المستمر ينبغي معرفة مكوناتها الرئيسية واتجاهاتها المستقبلية حتى يمكن التأثير فيها وتحديد أثارها السلبية. وحتى تتمكن المؤسسة من البقاء و التمتع في السوق فهي مطالبة بالمعرفة الدقيقة للتنافسية والإلمام بكل ما من شأنه أن يساهم في تنميتها فحسب porter لا يعني دوما المؤسسة التي تقوم بتقديم نفس البضاعة أو الخدمة التي تقدمها مؤسستنا لإشباع حاجات الزبائن وإنما هو كل من يساومها ويحاول أن يقطع جانباً من أرباحها.¹

وقسم porter قوى التنافس إلى خمس عوامل وهي كالآتي :

الشكل رقم (01- 02) : نموذج قوى التنافس لبورتر " porter "



المصدر: عبد العزيز صالح بن حبتور، الإدارة الاستراتيجية "إدارة جديدة في عالم متغير"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2004، ص72.

ويعمل كل واحد من هؤلاء المنافسون على تحدي المؤسسة بشكل مختلف كالتالي:

أولاً: تهديدات الداخلين الجدد² : يحمل الداخلون الجدد إلى القطاع قدرات جديدة لا يمكن تجاهلها، حيث تكون لهم الرغبة في اقتحام حصص السوق، وهذا قد يخلق قواعد جديدة ويغير من الوضعية التي كانت تحتلها المؤسسات ويتمثل هذا التأثير في انخفاض هوامش الربح الذي سيشتجع على حرب الأسعار أو ارتفاع التكاليف، وتحدد درجة الخطورة للداخلين الجدد من خلال نوعية حواجز الدخول التي يفرضها قطاع النشاط.

¹ علي سراي وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، تخصص: اقتصاد عمومي وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة الوادي، 2016-2017، ص33.

² ختة مبروكة، مرجع سبق ذكره، ص44.

و بناءاً على ذلك نجد 06 عوامل كبرى تشكل حواجز الدخول وهي :

- 1- إقتصاديات الحجم.
- 2- تميز المنتج.
- 3- الاحتياج إلى رأس المال.
- 4 - تكاليف التبديل .
- 5- الوصول إلى قنوات التوزيع.
- 6- السياسة الحكومية.

ثانيا : شدة المزاخمة : تسعى المؤسسات الموجودة في نفس القطاع لكسب موقع متميز في السوق، وهذا بالاعتماد على خطط مبنية على المنافسة من خلال: الأسعار، الإشارات، إطلاق منتج جديد، تحسين الخدمات والضمانات الملائمة للزبون. ولهذه العمليات آثار مهمة على المنافسين مما تدفعهم إلى بذل الجهود للرد على هذه العمليات، وتوصف المزاخمة في بعض القطاعات على أنها قوية بينما توصف في قطاعات أخرى على أنها ضعيفة.¹

ثالثا : تهديدات المنتجات البديلة : تتزايد أهمية المنتجات البديلة كقوة تنافسية مؤثرة في صناعة ما، وقد تكون وضعية القطاع إزاء المنتجات البديلة مرتبطة بعمليات جماعية أخرى، أما المنتجات التي يجب أن تكون محل مراقبة فهي تلك التي يتجه تطورها نحو تحسين العلاقة (الجودة و السعر)، مقارنة بتلك المنتجات التي تصنع من قبل قطاعات أين تكون الربحية أكبر.²

رابعا : قوة تفاوض الزبائن : حيث أن تأثير الزبائن على المؤسسة يتمثل في قدرتهم على التفاوض في تلبية الأسعار ورفع النوعية وتنويع الخدمات، الأمر الذي يكون له تأثير على مردودية المؤسسة ويكون هذا التأثير في الحالات التالية :

- 1- تجمع المشترين في عملية الشراء (توحيد مشترياتهم).
- 2- أهمية المنتج بالنسبة للمشتري وتوفرهم على المعلومات الكاملة.
- 3- سهولة الحصول على المنتجات المطلوبة وخاصة التي تتسم بالنمطية.
- 4- ارتباطهم بالمستهلكين مباشرة تجعلهم في مركز قوة.³

¹ محمد رفراي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

² نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1997 ص: 77.

³ المرجع أعلاه، ص 48.

خامسا : قوة تفاوض الموردين : يحدث أن يهدد الموردون مؤسسات القطاع وبالتالي على مردوديتهم، وذلك بتحكمهم في أسعار المواد الأولية أو النصف مصنعة وزيادة على ذلك فرضهم لشروط بيع معينة أو امتلاكهم الحق في بعض الأنشطة التسويقية كالتوزيع مثلا، ويمكن أن تكون للموردين القدرة على التأثير في الحالات التالية :

1- عندما يكون العرض مركز.

2- عدم وجود منتجات إحلالية تنافس المنتجات التي يتعامل بها الموردون.

3- المنتجات التي في حوزة الموردين ضرورية لقيام المؤسسة بمهامها.¹

بعد عرض قوى التنافس الخمس التي جاء بها porter يتضح لنا أنها تهدد المؤسسات بشكل مباشر ومستمر حيث تهدف إلى تحديد ومعرفة جاذبية القطاع، فهي تدفع المؤسسات إما إلى النمو وهذا بالاستفادة من الفرص التي تتيحها وإما إلى الزوال إذا ما فشلت في تطوير هذه البيئة.

¹ علي سراي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص35.

المطلب الثالث : علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتنافسية.

الفرع الأول : علاقة Tic بالتكلفة : إن الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإرفاقه كل التكاليف اللازمة له أثر على الإنتاجية مماثل لذلك الأثر الناجم عن الاستثمار في أحد عوامل الإنتاج الأخرى. و بما أن المؤسسة تسعى إلى تحقيق التنافسية من خلال إنتاج و توزيع المنتجات بأقل التكاليف، وجب على المؤسسة التركيز على التكنولوجيا الحديثة، لغرض التخلص من النفقات والمصاريف غير الضرورية في العمليات الإنتاجية وتقليص حالات الهدر والضياع في المواد الأولية والوقت، وكذا تقليص النفقات التسويقية والتوزيع.¹

الفرع الثاني : علاقة Tic بالجودة: تساهم Tic في مسعى الجودة على المستويات التالية :

- 1- التوجه بالزبون: حيث أنه بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبح الزبون شريكا لدى المؤسسة، وله إمكانية المشاركة في التصميم وطريقة إنتاج المنتج، عن طريق برامج خاصة يمكن الدخول إليها من موقع المؤسسة على الشبكة.
- 2- الاتصال والاستعلام حول وضعية الاتفاقيات القائمة بين الزبون والمؤسسة وحول إمكانية تحسينها وتبسيطها، حيث أنه يمكن نشر المعلومة حول المستجدات التي يمكن أن تهم الزبون.
- 3- التفاعلية : وهي المفاهيم التي أعطتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال دفعا جديدا، فبإمكان الزبون التدخل في أي لحظة لمناقشة اتفاقاته أو طبيعة الخدمة المطلوبة، أو حتى إلغاء الاتفاق المبرم. ومنه عند تبني قدرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ينبغي زيادة العمل على تحقيق الجودة العالية، سواء كان عن طريق المقدرات الجوهرية أو العمليات أو التكنولوجيا، وذلك من أجل كسب ثقة الزبون بالمنتج الذي تود المؤسسة طرحه في السوق، وبالتالي تحقيق التنافسية.²

الفرع الثالث: علاقة Tic بالتسليم: فالمؤسسة التي تتبنى قدرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ينبغي أن تتمتع بالسرعة اللازمة لتطوير منتجاتها وبحسب ما يحتاجه الزبون، فضلا عن تقليل وقت انتظار الزبون وتسليم المنتج في الوقت المحدد، وذلك عن طريق الزيادة في البحث على طرق التسليم السريعة والسرعة في تطوير المنتج، و أيضا البحث على وسائل أخرى يمكن أن تساعد في تقليل وقت الانتظار.³

¹ فراس رحيم يونس الغزاوي، عثمان ابراهيم أحمد الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص 211.

² بن بوزيد شهرزاد، مرجع سبق ذكره، ص 152.

³ المرجع أعلاه، ص 2012.

الفرع الرابع: علاقة Tic بالإبداع: مع التطور السريع و الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتوفر لهذه المؤسسة فضاءات جديدة للعمل على سواءا على المستوى الداخلي والخارجي حيث أصبح بإمكانها الانفتاح على المحيط وتحديث قاعدة بياناتها باستمرار بفضل تكنولوجيا الانترنت وبالتالي تسيير أفضل لعملية الإبداع. وتؤثر **Tic** على المؤسسة التي تتبنى مشروعا إبداعيا من خلال التأثير على متطلبات الإبداع والمتمثلة في :¹

- 1- تكوين نظام معلوماتي فعال .
- 2- بناء نظام يقظة فعال وتحسين علاقة المؤسسة مع محيطها .
- 3- تعزيز الذاكرة التنظيمية .
- 4- بناء مؤسسة متعلمة : ويتطلب ذلك : التمكين الشخصي، النماذج الفكرية، التعلم الجماعي، الرؤية المشتركة التفكير. فأهمية المؤسسات المتعلمة تنبع من أهمية العلاقة القائمة بين الإبداع والتعلم.

الفرع الخامس: علاقة Tic بالمرونة : عند العمل بقدرات **Tic** يجب الجمع ما بين جميع أنواع المرونة (مرونة الإنتاج و مرونة السوق، المحيط...)، واستبعاد بعض العناصر او المتطلبات التي تعد غير ضرورية لعملية الانتاج، وبهذه الحالة فإن هذا التغيير سينعكس على التكاليف الكلية للمنتج، ومن ثم سيطرح المنتج بسعر أقل وجودة أعلى للزبون.²

ومن خلال ما تم دراسته في هذا المبحث يتبين لنا أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي عبارة على مجموعة من الأدوات التقنية الحديثة والمتطورة، تعمل على جمع وتخزين ومعالجة المعلومات وإتاحتها في الوقت المناسب وإيصالها باستخدام أجهزة الاتصال المختلفة كالهواتف الثابت والنقال و الفاكس و البريد الالكتروني و الانترنت .. وغيرها، وهي بذلك تساهم في تحسين التنافسية للمؤسسة، من خلال تفعيل أبعادها والمتمثلة في التكلفة و الجودة، التسليم، المرونة، الإبداع. وكذا من خلال محاولة تحقيق الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة والمتمثلة في: استراتيجية قيادة التكلفة -والتي تعد جد هامة وأساسية-، استراتيجية التميز، وأخيرا استراتيجية التركيز.

¹ قوراري مريم وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إبداع المؤسسة، مجلة Les Chaier du MECAS، العدد 9، مخبر MECAS، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، ديسمبر 2013، ص285، (بتصرف).

² فراس رحيم يونس الغزاوي، عثمان ابراهيم أحمد الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص211.

المبحث الثاني : الدراسات السابقة :

بعد تطرقنا إلى الجانب النظري لموضوع الدراسة، نحاول في مايلي الإشارة إلى بعض وأهم الدراسات والأبحاث، و التي كانت لها علاقة بموضوع الدراسة والتي تم ترتيبها حسب تاريخ دراستها من الأقدم إلى الأحدث.

المطلب الأول : الدراسات العربية

- 1 - دراسة علاء عبد السلام يحي و بسام عبد الرحمان يوسف (2007) : " دور تقنية المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية- دراسة تحليلية لآراء عينة من مديري المصارف في محافظة نينوى-". مقال بمجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 3 العدد 5 قسم نظم المعلومات، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2007. هدفت الدراسة إلى التعرف على: "مدى تأثير تقنية المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المنظمات". و تشير نتائج هذه الدراسة إلى وجود تباين في اهتمامات مصارف عينة البحث بخصوص توظيف تقنية المعلومات في تطبيق الاستراتيجيات التنافسية ، ويرجع ذلك الى طبيعة ملكية المصرف، كما اشارت الدراسة الى وجود علاقة ارتباط بين تقنية المعلومات و كل من استراتيجية قيادة التكلفة و التمايز.
- 2 -دراسة سلوى محمد الشرفا (2008): بعنوان : " دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة" رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، 2008.

وكان هدف الدراسة : التعرف على دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة .

وتوصلت الباحثة إلى أنه لا يوجد وحدة تنظيمية أو قسم خاص بإدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات داخل أي مصرف على الرغم من تطبيقها، كما توصلت إلى انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومجالات الميزة التنافسية عند مستوى $\alpha = 0.05$.

3 -دراسة بلعلياء خديجة و معموري صورية (2011): تحت عنوان " دور تكنولوجيا المعلومات في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الاعمال" مداخللة بالملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الاعمال العربية في ظل الاقتصادات الحديثة ،جامعة حسيبة بن بوعلي ،الشلف 14/13 ديسمبر 2011 .

ولقد كانت اشكالية دراسة الباحثان تهدف الى : التعرف على كيفية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال في ظل الاقتصاديات الحديثة؟.

وأخيرا توصلت هذه الدراسة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي كل الادوات التي تساهم في تخزين ومعالجة واسترجاع المعلومات، من اجل تحقيق التميز مقارنة بالمؤسسات الاخرى، وهي بدورها تؤثر على المنتجات من خلال تطويرها، وعلى اقتصاديات الانتاج بترشيد التكاليف، كما تؤثر على الاسواق من خلال استخدام الوسائل الحديثة وتقنيات الحاسوب.

4 -دراسة بن بوزيد شهرزاد (2012): بعنوان "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة حالة الشركة ذ م م للخدمات العامة والتجارة آل دوداح -"

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص: تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس.

وهدف هذه الدراسة للإجابة على التساؤل الآتي: " إلى أي مدى يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"؟.

و استخدمت الباحثة بالجانب التطبيقي منهج دراسة الحالة والذي تضمن: المقابلة والاستبيان قصد مطابقة الجانب النظري على واقع المؤسسة محل الدراسة. وكانت عينة الدراسة تتمثل في: 36 فردا عاملين بالمؤسسة (21 ذكور/15 اناث). وما نلاحظه في هذه الدراسة هو ان الباحثة لم تذكر انها استعملت البرامج الاحصائية المعروفة مثل : SPSS أو EViews في معالجة وتحليل البيانات.

- وتوصلت الباحثة في نهاية الدراسة إلى جملة من النتائج والتي نذكر من أهمها :
- أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تشكل تحدي أساسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل البيئة التنافسية الحالية.
- يعتبر ضعف امكانيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة البشرية منها عاملا معيقا لقدرتها على تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- تستطيع المؤسسة الصغيرة والمتوسطة ان تدعم استراتيجيتها التنافسية بفضل ادماج فعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال .

5-دراسة بلقيدوم صباح (2013):"أثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية " رسالة دكتوراه علوم في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة2، الجزائر،2013.

هدفت إلى: تحديد أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية. مع أخذ دراسة حالة شركة اتصالات الجزائر لخدمة الهاتف النقال –Mobilis-. وانتهت الدراسة إلى أن الإدارة التقليدية أصبحت عاجزة عن جعل المؤسسة قادرة على مواجهة المنافسة الشديدة التي يعرفها سوق الاتصالات في الجزائر خاصة بعد فتح هذا القطاع امام المنافسة الأجنبية، والحل يكمن في التحول إلى استعمال التكنولوجيات والأساليب الحديثة في العمل.

6-دراسة فراس رحيم يونس العزاوي و عثمان إبراهيم احمد الخفاجي (2015):" تشخيص قدرات تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحقيق التفوق التنافسي- بحث تحليلي في شركة بغداد للمشروبات الغازية/ الزعفرانية-" مقال بمجلة العلوم الاقتصادية والادارية المجلد 21 العدد 81، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد 2015.

و تناول البحث: تشخيص لمستوى انعكاس قدرات تكنولوجيا المعلومات لدى الشركة محل الدراسة، في تحقيق التفوق التنافسي والمتمثل بمؤشراته (التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم ، الإبداع).

واستخدم الباحثان الاستبانة لجمع البيانات من أفراد العينة والبالغ عددهم 30 فرداً، إلى جانب المقابلات الشخصية والمشاهدات الفعلية ، وتم تحليل الإجابات باستخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف ومعامل التفسير R².

وتوصل البحث إلى اتفاق العينة على أن التفوق التنافسي يتأثر بشكل مباشر بالقدرات الديناميكية لتكنولوجيا المعلومات ، إضافة للموارد البشرية والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات.

كما تم التوصل إلى انه يمكن للمؤسسات أن تتبنى مدخل التفوق التنافسي القائم على (التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم ، الإبداع)، والمستندة إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال كوسيلة حماية لمواجهة حالات التغيير الاستراتيجي التي تطرأ في بيئاتها.

7 -دراسة التجاني مأمون، سراي علي، كتاب محمد (2017) : تحت عنوان " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة - دراسة حالة اتصالات الجزائر بالوادي- " .

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر اكايمي، ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، شعبة العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاد عمومي وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي.

وتهدف هذه الدراسة الى الاجابة على الاشكال الآتي : " هل توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا

المعلومات والاتصال وتنافسية مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية الوادي عند مستوى 0.05؟ " .

وتوصلت الدراسة إلى انه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتنافسية مؤسسة اتصالات الجزائر عند مستوى 0.05، وكما تم التوصل ايضا الى ان مؤسسة اتصالات الجزائر تمتلك مجموعة من الاجهزة والمعدات تمكنها من تطبيق استراتيجيتها القائمة على تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المطلب الثاني : الدراسات الأجنبية:

1- دراسة Sandra E. Black و Lisa M. Lynch (2006) بعنوان: How to Compete The Impact of Workplace Practices and Information Technology on Productivity.¹

مقال بمجلة "مراجعة الاقتصاد والإحصاء" جامعة هارفارد ومعهد ساتشوستس أمريكا، المجلد 83. العدد 3.

وتهدف إلى : دراسة أثر الممارسات في مكان العمل وتكنولوجيا المعلومات، على الإنتاجية.

واستخدمت الباحثتان دالة الانتاج كوب دوغلاس Cobb Douglas في دراستهما للفترة 1987-1993، وركزتا في دراستهم على كيفية تنفيذ العمل داخل المؤسسة التي ترتبط بزيادة الإنتاجية.

وأخيرا توصلت الدراسة إلى أن الإنتاجية تكون بحجم أكبر، في المؤسسات التي لديها عمال أكثر تعلموا واستخداما للحاسوب من قبل الموظفين غير المتخصصين في ذلك.

2- دراسة Syed Shah Alam (2009): ICT Adoption in Small and Medium Enterprises: an Empirical Evidence of Service Sectors in Malaysia.²

مقال منشور بمجلة International Journal of Business and Management بالمرکز الكندي للعلوم و التربية Canadian Center of Science and Education ، المجلد 4 العدد 02 فيفري 2009.

وهدف الدراسة التوصل إلى: العوامل التي تؤثر على اعتماد واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل الشركات الصغيرة والمتوسطة في ماليزيا.

وتوصلت النتائج إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يوفر دعما لقرارات الاستثمار والقرارات المتعلقة بتطوير خدمات الانترنت، واستنتج الباحث بأن الفوائد المتصورة مسبقا لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمعرفة التامة لها، وكذا الدعم الحكومي هي عناصر هامة لاعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الشركات الصغيرة والمتوسطة لدى عينة الدراسة بماليزيا .

¹ Sandra E. Black and Lisa M. Lynch : **How to Compete The Impact of Workplace Practices and Information Technology on Productivity** . 04/05/2018 a 16.15 On-line : <https://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/00346530152480081>.

² Syed Shah Alam, Mohd. Kamal Mohammad Noor . **ICT Adoption in Small and Medium Enterprises: an Empirical Evidence of Service Sectors in Malaysia**. International Journal of Business and Management. Canadian Center of Science and Education. Vol 4. No 2. February 2009.

3- دراسة M. ElenaAramendía-Muneta ، AndreaOllo-López (2012) بعنوان :
ICT impact on competitiveness, innovation and environment .¹
مجلة " Telematics and infomatics " كلية ادارة الاعمال، الجامعة العامة في نافارا، بامبلونا، اسبانيا
المجلد 29، العدد 2.

تبحث هذه الورقة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على القدرة التنافسية والابتكار والبيئة، وكانت الدراسة على مجموعة من مؤسسات صناعة الزجاج والاسمنت والسيراميك. وتوصلت إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن من الابتكار والرفع من القدرة التنافسية. أما بالنسبة للتأثير على البيئة، فإن استخدام بعض تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يساعد على تقليل الانبعاثات الصناعية.

4- دراسة الباحثين: فوجون لاي، شياندي تشاو، تشيانغ وانغ. 2013 : تحت عنوان: The impact of information technology on the competitive advantage of logistics firms in China.²
مقال بمجلة " نظم البيانات الصناعية " مدرسة المحاسبة ونظم المعلومات، جامعة جنوب ميسيسيبي لونغ بيتش، الولايات المتحدة الأمريكية. المجلد 106 العدد 9.

وهدف إلى دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات علي المزايا التنافسية لشركات اللوجستيات في الصين. كما أجريت دراسة استقصائية على استخدام البريد الإلكتروني في الصين، واستخدمت الانحدارات الخطية لدراسة العلاقة بينه وبين المزايا التنافسية، و توصلت الى ان تكنولوجيا المعلومات والاتصال يمكن ان تؤثر تأثيرا كبيرا علي الميزة التنافسية للشركة. وذلك من خلال استراتيجية التركيز.

5- دراسة Tsz-Wai Lui ،Gabriele Piccoli 2013 : منشور بالمجلة الأوروبية لأنظمة المعلومات،
بمعنوان: The competitive impact of information technology³
مقال بالمجلة الأوروبية لنظم المعلومات المجلد 23 العدد 6.

هدفت الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الآتي : كيف يمكن لمبادرات نظم المعلومات أن تؤدي إلى أداء تنافسي مستدام. وأظهرت النتائج الدور الاستراتيجي لموارد تكنولوجيا المعلومات وخاصة عندما تقتزن بالموارد التكميلية الأخرى، كما توصلت إلى أن المبادرات الاستراتيجية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات لديها القدرة على توليد أداء تنافسي مستمر.

¹ AndreaOllo-López and M. ElenaAramendía-Muneta: ICT impact on competitiveness, innovation and environment. 04/05/2018 a 20.00 On-line : <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S073658531100061X>

² Fujun Lai, Xiande Zhao, Qiang Wang. The impact of information technology on the competitive advantage of logistics firms in China. 04/05/2018. A 22.00 On-line :
<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02635570610712564?journalCode=imds>

³ Gabriele Piccoli and Tsz-Wai Lui : The competitive impact of information technology . 04/05/2018 a 23.40. 00 On-line : <https://link.springer.com/article/10.1057/ejis.2013.20>

وبعد دراستنا وتطرقنا لأهم الدراسات التي تناولت موضوع بحثنا والتي كانت العربية منها والأجنبية، نلاحظ أنه هناك اختلاف وتباين ما بين كل دراسة وأخرى، سواء من ناحية طريقة المعالجة أو النتائج المتوصل إليها، ولكن نجد أن كل دراسة من الدراسات السابقة عاجلت الموضوع من زاوية مختلفة .

وما نلاحظه أن أغلب الدراسات العربية اعتمدت على الاستبيان في دراسة الحالة، بينما استخدمت الدراسات الأجنبية الطرق القياسية في عملية جمع وتحليل البيانات، كدالة كوب دوغلاس و الاستقصاء المعلومات من المصدر مباشرة، وهذا ما نراه في نظرنا أنه يعطي حقيقة أكثر فعالية ونتائج ذات مصداقية.

وتعتبر دراسة شهرزاد بن بوزيد تحت عنوان " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة -دراسة حالة الشركة ذ م م للخدمات العامة والتجارة آل دوداح-" هي التي كانت قريبة الى موضوع بحثنا، سواء في الهدف والمتمثل في التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة، أو طريقة دراسة الحالة، وكما نعتبر دراستنا هذه هي امتدادا لها .

و ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة المذكورة أعلاه يتمثل في ما يلي :

- **من حيث الهدف :** لقد تعددت الاتجاهات البحثية للدراسات السابقة والتي هدفت إلى تحديد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و تنافسية المؤسسات، بينما تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة من خلال أبعاد هذه الأخيرة والمتمثلة في (التكلفة، التسليم والجودة، المرونة، الابداع) .

- **من حيث المنهج :** لقد تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة بالجانب التطبيقي، وكما تم اعتماد طريقة IMRAD في هذه الدراسة، والذي نعتبره أهم ما يميز دراستنا على باقي الدراسات.

خلاصة الفصل :

من خلال ما تم دراسته في هذا الفصل، ومن خلال التطرق إلى مفهوم تكنولوجيا المعلومات في المبحث الأول، تبين لنا المعلومات هي وليدة البيانات، وأن هذه الأخيرة هي عبارة على أرقام غير حقيقية وليس لها معنى، بينما المعلومات هي بيانات تمت معالجتها لتصبح ذات دلالة ومعنى يستفيد منها متخذي القرار إذا كانت دقيقة و في الوقت المناسب .

ومنه هناك متطلبات لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة، تتمثل في متطلبات تقنية ومادية وبشرية.

كما تم التطرق إلى التنافسية وتحديد مفهومها على مختلف مستوياتها (الدولة، القطاع المؤسسة)، وكذا إلى الإستراتيجيات التنافسية، ثم التطرق أخيرا إلى القوى التنافسية من خلال نموذج بورتر porter .

أما في المبحث الثاني فقد تناولنا بعض الدراسات السابقة التي كانت لها علاقة بموضوع دراستنا، حيث أننا قمنا بتقسيمها إلى دراسات عربية بالمطلب الأول أما المطلب الثاني: فقد خصص إلى الدراسات الأجنبية، وقد تنوعت هذه الدراسات بين الرسائل و المداخلات و المقالات المنشورة بالمجلات .

ولقد حاولنا من خلال درسنه بالجانب النظري و الدراسات السابقة، الربط بين المتغيرين وتحديد تأثير المتغير المستقل على التابع، وتوصلنا إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في تحسين التنافسية المؤسسة من خلال تفعيل أبعاد التنافسية: التكلفة، الجودة، التسليم، المرونة، الإبداع.

ونسعى من خلال الفصل الموالي إيجاد هذا الدور في المؤسسة محل الدراسة .

الفصل الثاني :

دراسة حالة مؤسسة الورود Wouroud

-فرع مطبعة الوليد-

تمهيد :

بعد تناول الجانب النظري، والتطرق فيه إلى المفاهيم النظرية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية والعلاقة بينهما ، وكذا الدراسات السابقة التي كانت متنوعة بين دراسات باللغة العربية والأجنبية، سنحاول في هذا الفصل اعطاء صورة على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية شركة ورود Wouroud – فرع مطبعة الوليد-.

وتم تقسيم هذا الفصل إلى 3 مباحث كالآتي :

- المبحث الأول : التعريف بمؤسسة الدراسة ورود - Wouroud .
- المبحث الثاني : طريقة و أدوات الدراسة.
- المبحث الثالث: نتائج الدراسة ومناقشتها.

المبحث الأول : التعريف بمؤسسة الدراسة ورود Wouroud

المطلب الأول : نشأة المؤسسة:¹

تأسست شركة الورود بتاريخ 15 جويلية 1983، يقع مقرها بمنطقة النشاطات الصناعية ببلدية كوينين، ولاية الوادي، الجزائر. تتربع على مساحة 25000 م².

وتعتبر الشركة امتدادا للنشاط الذي أسسه المرحوم " الحاج سالم جديدي " إبان الاستقلال في سنة 1963 وكانت آنذاك أول شركة مختصة في تصنيع العطور بالجزائر.

ومن ثم تطورت شركة الورود للروائح والعطور، حتى أصبحت تمثل أفضل المؤسسات الصناعية في البلاد، وكما أنها تزاحم أكبر أسماء العطور في العالم، و ظهرت منتجات الشركة على الساحة الدولية، و اكتسبت الشركة من خلاله مكانة اقتصادية متطورة وجد هامة .

و اعتمادا على هذا التطور و النجاح الذي حققته الشركة، قرر المدير العام اقتحام ميادين اقتصادية جديدة وإنشاء مجموعة صناعية قوية تعرف بمجموعة ورود Wouroud .

وفي إطار توسيع استثماراتها و بتاريخ 03 مارس 2004 تم فتح مطبعة الوليد EL-walid والتي تم تدشينها من طرف فخامة رئيس الجمهورية السيد : عبد العزيز بوتفليقة.

وبناء على التطور الحاصل في منتجاتها ونوعية الخدمات المقدمة للزبون، تحصلت الشركة على شهادة الايزو ISO9001 نسخة 2000 بتاريخ 11 ماي 2006، وكما تحصلت كذلك على نسخة 2008 في 26 ماي 2010.²

و تضم الشركة حاليا 110 عاملا دائم ، منهم 13 إطار اداري.

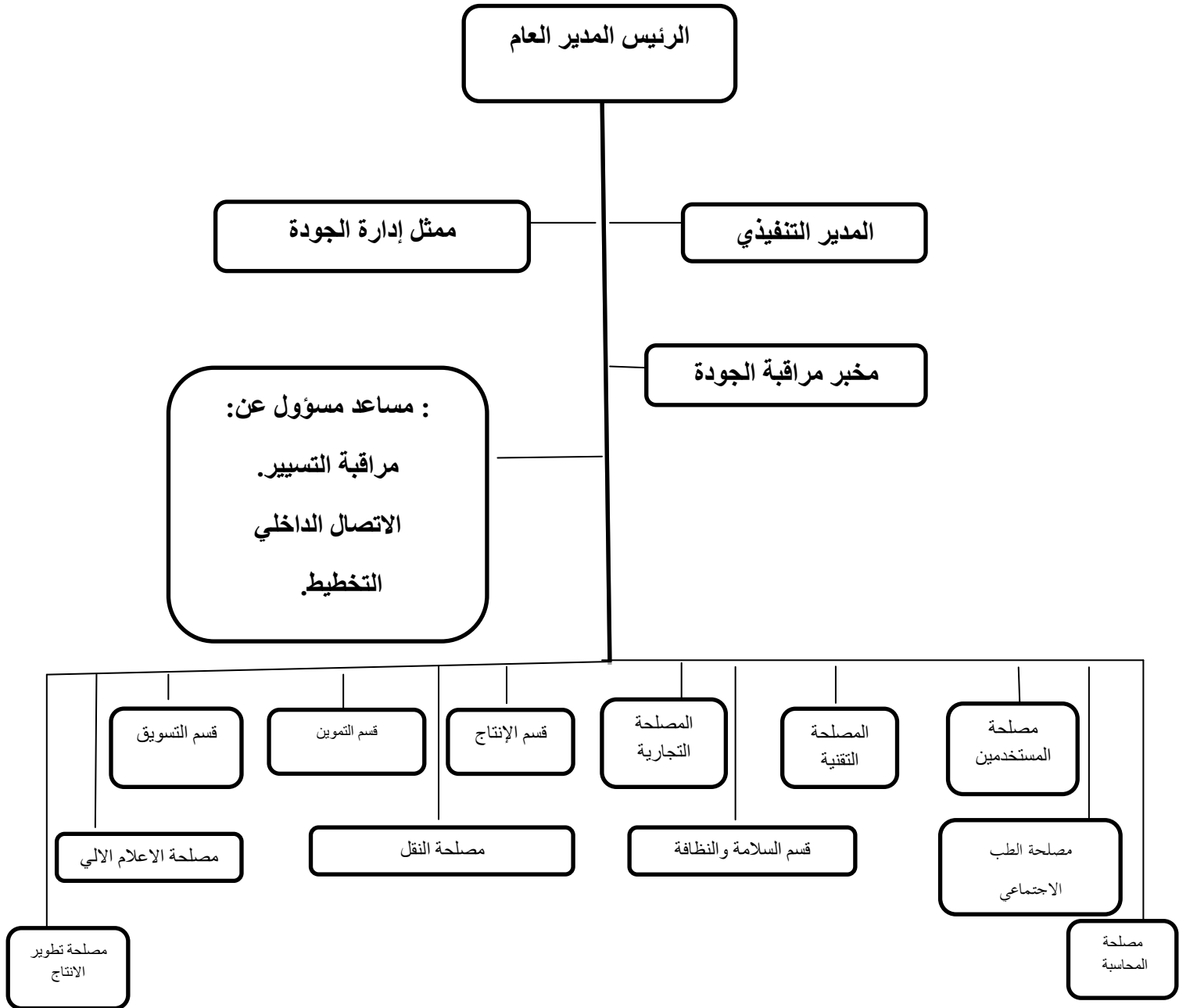
¹ موقع المؤسسة <http://www.wouroud.com> / تاريخ الزيارة، 12/05/2018 على الساعة 18:00 مساء.

² مقابلة مع السيد: سفيان ميلودي، مسؤول القسم التجاري بشركة الوليد للطباعة، يوم الخميس 10/05/2018 على الساعة 10:30 صباحا.

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لشركة الورود :

و يتمثل في الشكل الآتي :

الشكل رقم (02 - 01) : الهيكل التنظيمي للشركة.



المصدر : من الوثائق المقدمة من طرف الشركة، أنظر الملحق رقم 01.

من خلال الشكل اعلاه نلاحظ أنه يتوفر لدى المؤسسة هيكل تنظيمي محكم ومتوازن، ويشمل جميع المصالح و الهيئات التي من شأنها أن تلي متطلبات الزبون وتتمثل هذه المصالح في :

أولا : الإدارة العليا : وهي التي تتولى اتخاذ القرارات بالمؤسسة، و تتفرع منها أربع مكاتب وهي :

1- مكتب إدارة الجودة.

2- الادارة التنفيذية.

3- مكتب مساعدة المسؤول.

4- مخبر مراقبة الجودة.

ثانيا : المصالح التسييرية للمؤسسة: فوظيفتها هو تسيير عمليات و شؤون المؤسسة، وتتكون من 12 مكتب وهي:

1- مصلحة تطوير المنتج.

2- مصلحة الاعلام الآلي.

3- مصلحة التسويق.

4- مصلحة التموين.

5- مصلحة النقل.

6- مصلحة الانتاج.

7- المصلحة التجارية.

8- مصلحة السلامة والوقاية.

9- مصلحة الخدمات التقنية.

10- مصلحة الموارد البشرية

11- مصلحة الخدمات الطبية الاجتماعية.

12- مصلحة المالية والمحاسبة.

ولكل من هذه المصالح مهام خاصة منوطة بها، وهي تعمل على تحقيق أهداف الشركة، ويتم تسييرها من طرف طاقات بشرية ذات كفاءة و خبرات عالية.

المبحث الثاني : طريقة و ادوات الدراسة :

من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى مختلف الأدوات التي تم استخدامها في عملية جمع البيانات والوسائل الإحصائية التي تم التحليل بها وكذا مجتمع الدراسة والعينة التي طبقت عليها هذه الدراسة .

المطلب الأول: طريقة الدراسة التطبيقية :

الفرع الأول: مجتمع الدراسة : يتكون مجتمع الدراسة من شريحة تشمل عمال في مستوى رئيس قسم، رئيس مصلحة، عون إداري، وظائف أخرى، بشركة الورود Wouroud -فرع مطبعة الوليد-، وبأتي اختيار المجتمع نظرا لارتباط نشاطها بتكنولوجيا المعلومات والاتصال سواء في عملية الإنتاج أو التسويق أو التخزين، ويبلغ عدد عمالها 110 عامل.

الفرع الثاني: عينة الدراسة : نظرا لصعوبة الوصول إلى كافة مجتمع الدراسة لقد تم اختيار عينة عشوائية من عمال الشركة، والتي يقدر عددها 35 عامل، ويمثل هذا العدد نسبة تقدر ب 31 % من مجتمع الدراسة الذي تم اختياره.

و تتمثل عينة الدراسة في عمال يستخدمون تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ويمارسون نشاطات تمس أبعاد التنافسية والمتمثلة في (التكلفة، الجودة، التسليم، الإبداع، المرونة).

الفرع الثالث: متغيرات الدراسة : تشتمل هذه الدراسة متغيرين وهما كالتالي:

أولا :متغير مستقل : تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثانيا: المتغير التابع : التنافسية.

المطلب الثاني : الأدوات المستخدمة في الدراسة التطبيقية :

الفرع الأول : الأدوات المستخدمة في تجميع المعلومات :

أولا : تم اعتماد الإستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات اللازمة لموضوع الدراسة، وهي تحتوي على مجموعة من المؤشرات، والتي عن طريقها يمكن اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة، وقد تم إعداد الإستبانة على الشكل التالي:

- إعداد إستبانة أولية من أجل استخدامها في عملية جمع المعلومات والبيانات.
- عرض الاستبانة على المشرف من أجل معرفة مدى مطابقتها وملائمتها بما يتماشى مع موضوع الدراسة.
- تعديل الإستبانة حسب الملاحظات التي قدمها المشرف.
- تقديم الاستبانة للتحكيم من طرف مجموعة من الأساتذة .(أنظر الملحق رقم 02).
- تعديل الاستبانة وإعدادها في شكلها النهائي .(أنظر الملحق رقم 03).
- بعد عملية التحكيم تم توزيع الاستبانة على أفراد العينة بالمؤسسة محل الدراسة.
- استرجاع الاستبانة بعد 5 أيام من تاريخ التسليم، حيث تم توزيع 40 استبانة واسترجع منها 35 .

ولقد اشتملت الإستبانة 3 محاور رئيسية، وتمثلت فيما يلي :

- المحور الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية : ويتكون من 08 فقرات تضم أسئلة للتعرف على المعلومات العامة لعينة الدراسة (الجنس، العمر، المستوى الوظيفي...).

- المحور الثاني: و يشمل المتغير المستقل :ويتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، و يضم 05 أبعاد وهي كالآتي :

● البعد الأول : ويتمثل في الأجهزة والمعدات، ويشمل 4 عبارات، ويهدف إلى التعرف على مدى توفر الأجهزة والمعدات بشركة الوليد للطباعة.

● البعد الثاني : وتطرقنا فيه إلى البرمجيات، ويشمل 5 عبارات، وكان الهدف منه هو التعرف على مدى توفر البرمجيات و المستخدمة في الشركة.

- البعد الثالث :ويتمثل في قواعد البيانات، ويشمل 3 عبارات، و الغرض منه معرفة مدى استغلال المؤسسة لقواعد البيانات.
 - البعد الرابع:ويتمثل في شبكات الاتصال، ويشمل 8 عبارات، ويهدف إلى التعرف على طريقة الاتصال المستعملة بالشركة و شبكات الاتصال المتوفرة بها.
 - البعد الخامس:ويتمثل في القدرات البشرية، ويشمل 3 عبارات، ويهدف إلى معرفة مدى توفر الكفاءات المختصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
 - المحور الثالث المتغير التابع :ويتمثل في القدرة التنافسية للمؤسسة ويضم 05 أبعاد هي كالآتي:
 - البعد الأول: ويتمثل في التكلفة، ويشمل 3 عبارات، ويهدف إلى معرفة مدى استخدام الشركة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في التقليل من التكاليف.
 - البعد الثاني: ويتمثل في الجودة ، ويشمل 3 عبارات، و كان الهدف منه معرفة مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الجودة.
 - البعد الثالث :ويتمثل في الإبداع، ويشمل 3 عبارات تهدف إلى التعرف مدى استخدام الشركة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية الإبداع .
 - البعد الرابع:ويتمثل في التسليم، ويشمل 3 عبارات تهدف إلى معرفة مدى استخدام الشركة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الزمن المتعلق بدورة الإنتاج أو وقت تسليم المنتج للزبون .
 - البعد الخامس:ويتمثل في المرونة، ويشمل 3 عبارات.
- و تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي ، ويضم خمسة خيارات وهي : موافق بشدة بقيمة 05، موافق بقيمة 04، محايد بقيمة 03، غير موافق بقيمة 02، غير موافق بشدة بقيمة 01. والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (01-02) شدة الإجابة

5	4	3	2	1	الإجابة	
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	تكنولوجيا المعلومات والاتصال	متغيرات الدراسة
					التنافسية	

المصدر : من إعداد الطالبين.

ثانيا: إضافة إلى الأداة الرئيسة المستخدمة في عملية الجمع للمعلومات والبيانات، قمنا بعملية المقابلة مع المسؤول التجاري بالمؤسسة.

الفرع الثاني : صدق الأداة وثباتها:

أولا: الصدق الظاهري :

بعد إعداد فقرات الاستبانة وعرضها على الأستاذ المشرف وبعض من الأساتذة للتحكيم، والتي تهدف إلى معرفة دور تكنولوجيا والاتصال على تنافسية المؤسسة، ولقد قدموا لنا عدة ملاحظات، تم تعديل و إعداد الاستبانة لتظهر في شكلها النهائي (أنظر الملحق رقم 03) بعد الأخذ بعين الاعتبار كل الاقتراحات المقدمة من طرفهم.

ثانيا: اختبار الاتساق الداخلي :

من أجل الحكم على أداة الدراسة تم تطبيق معامل Cronbach'h Alpha ، وبعد الاختبار تبين لنا أن الدلالة المعنوية لمعاملات الارتباط لأغلب عبارات الاستبانة مع أبعادها أقل من 5% ، وبالتالي يمكن قبول المعنوية النسبية.

ثالثا: اختبار الثبات :

لغرض التأكد من ثبات أداة الدراسة، ولغرض تحقيق الدقة في قياس الإجابات، تم قياسها باستخدام مقياس Cronbach'h Alpha لاختبار ثبات الاستبيان، وقد بلغ معامل الثبات الإجمالي لمحوري الدراسة (0.923)، وهي قيمة موجبة وجيدة تشير إلى توافق مفردات الاستبيان وإمكانية الاعتماد عليها في عملية البحث، حيث أن قيمة معامل ألفا تتراوح بين الواحد والصفر، وكلما اقتربت من الواحد دلت على وجود ثبات عالي وكلما اقتربت من الصفر دلت على عدم وجود ثبات، هذا وبلغ معامل الثبات بالنسبة للمحور الثاني " تكنولوجيا المعلومات والاتصال " ، والمحور الثالث " التنافسية " تواليا (0.871) و (0.906)، اللذان يعتبران مقبولان، ومن أجل معرفة صدق أداة الدراسة قمنا بحساب الجذر التربيعي للثبات الذي بلغ بدوره 0.960، والجدول الآتي يلخص ذلك :

الجدول رقم (02-02) : قياس الصدق والثبات

المحاور	عدد الفقرات	معامل الثبات	الصدق
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	23	0.871	0.933

0.951	0.906	16	التنافسية
0.960	0.923	39	محوري الدراسة

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج التحليل الإحصائي spss .

الفرع الثالث : الأدوات الإحصائية :

- أولاً : استناداً إلى طبيعة توجهات الدراسة، فقد تم الاستعانة بمجموعة من الأدوات الإحصائية وتمثل في :
- التكرارات والنسب المؤوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وذلك لاستخدامها في وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها.
 - معامل ألفا كرونباخ، ويستخدم في قياس صدق وثبات المتغيرات في الاستبيان.
 - معامل الارتباط، وتستخدم في تحديد قوة العلاقة بين مجموعة متغيرات المستقل والمتغير التابع.
 - المدى وذلك من أجل تحديد طول الخلية للمقياس الخماسي، والذي يساوي (5-1=4)، وتم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (5/4 = 0.79)، وهكذا يصبح طول الخلايا كما يلي:

الجدول رقم (02-03) : جدول التوزيع لمقياس ريكارت للحكم على إجابات الأفراد

الفئات	درجة الموافقة
من 1 - 1.79	غير موافق بشدة
من 1.80 - 2.59	غير موافق
من 2.60 - 3.39	محايد
من 3.40 - 4.19	موافق
من 4.20 - 5	موافق بشدة

المصدر : من إعداد الطالبين .

ثانياً: البرامج المستخدمة : تم استخدام برنامج spss إصدار 19 و ذلك قصد القيام بتحليل البيانات التي تم جمعها من المؤسسة محل الدراسة.

المبحث الثالث : عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها:

المطلب الأول : عرض النتائج :

من خلال البيانات العامة التي تم جمعها عن المبحوثين بواسطة المحور الأول وباستخدام التكرارات الإحصائية والرسومات البيانية تم تحديد خصائص عينة الدراسة، وذلك بهدف التعرف على صفات المبحوثين من حيث : الجنس، العمر، المؤهل العلمي، التخصص الوظيفي، المستوى الوظيفي الخبرة المهنية، مستوى التحكم في الإعلام الآلي، عدد الدورات التكوينية في المسار المهني.

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

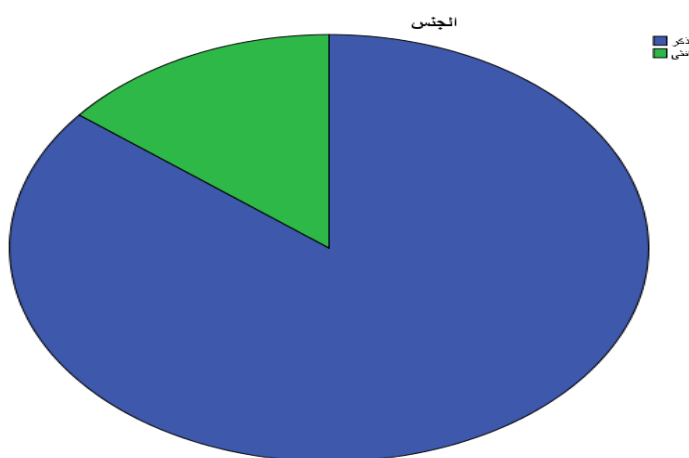
الجدول رقم (02- 04) : توزيع أفراد العينة حسب متغير " الجنس "

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	30	% 85.7
أنثى	5	% 14.3
المجموع	35	% 100

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج التحليل الإحصائي spss .

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة الذكور شكلت 85.7 % من أفراد العينة، أما نسبة الإناث فشكلت 27.5 % من أفراد العينة، وهذا ما يوضح أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث بالمؤسسة محل الدراسة، أي أنها تعتمد على الذكور بنسبة أكبر من الإناث في عملها، وهذا راجع إلى طبيعة نشاط المؤسسة، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (02- 04) : توزيع العينة حسب الجنس



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج التحليل الإحصائي spss.

2- توزيع أفراد العينة حسب العمر :

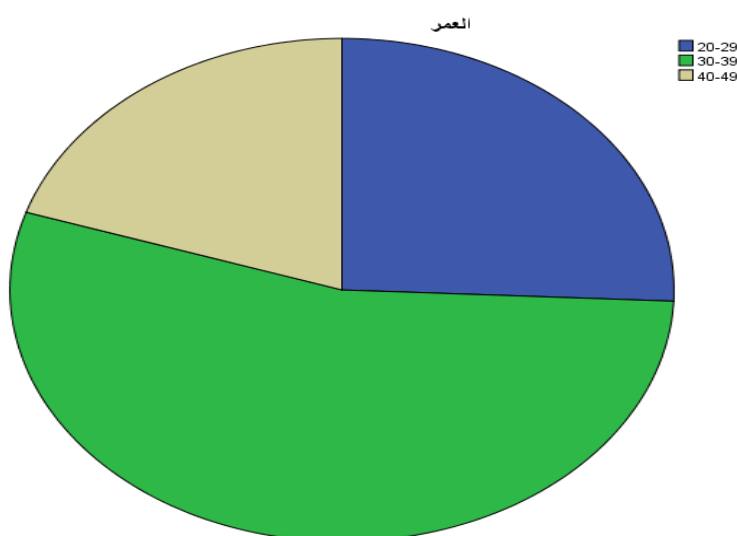
الجدول رقم (02-05) توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
29-20	9	25.7
39-30	19	54.3
49-40	7	20
59-50	0	0
المجموع	35	100

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج التحليل الإحصائي spss

من خلال قراءتنا للجدول يتضح أن أغلب العاملين بشركة الوليد للطباعة يتراوح عمرهم بين 39-30 سنة، حيث بلغ عددهم 19 عاملاً وهو ما يمثل نسبة 54.3% من المجموع الكلي لأفراد العينة، و 9 عمال تتراوح أعمارهم ما بين 29-20 سنة أي ما يمثل نسبة 25.7 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، في حين بلغ العمال الذين يتراوح عمرهم ما بين 49-40 سنة 7 أفراد أي بنسبة 20% من المجموع الكلي لأفراد العينة، أما فئة العمال 59-50 سنة فلم تشتمل على أي عامل من أفراد العينة، وعليه شكلت فئة 39-30 سنة النسبة الأكبر، لتليها فئة 29-20 ، وأخيراً فئة 49-40 ، وهذا ما يدل على أغلب أعمار العاملين حسب العينة هم من فئة الشباب العاملين بالمؤسسة محل الدراسة. ونلخص ذلك في الشكل الآتي:

الشكل رقم (02-05) : توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي spss

3- توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي :

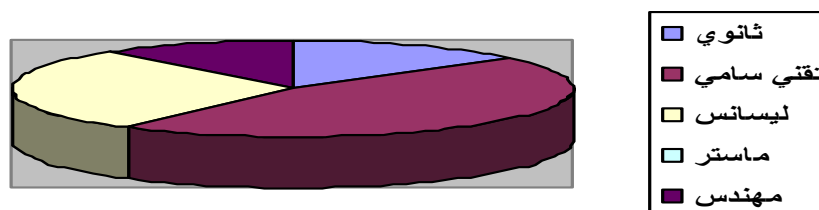
الجدول رقم (02-06) توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	5	14.3 %
تقني سامي	16	45.7 %
ليسانس	10	28.6 %
ماستر	0	0 %
مهندس	4	11.4 %
المجموع	35	100 %

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلب العاملين بالمؤسسة كان مستواهم التعليمي تقني سامي، حيث بلغ عددهم 16 عامل ما يمثل نسبة 45.7 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، بينما كان عدد العمال مستوى ليسانس 10 عمال أي بنسبة 28.6 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، أما عدد العمال ذوي المستوى الثانوي فكان عددهم 5 عمال أي بنسبة 14.3 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، وأخيرا العمال المهندسين كان عددهم 4 وهو ما يمثل نسبة 11.4 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، في حين لم ولا عامل ذو مستوى ماستر من أفراد العينة، والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (02-06) يمثل توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

4- توزيع أفراد العينة حسب التخصص الوظيفي :

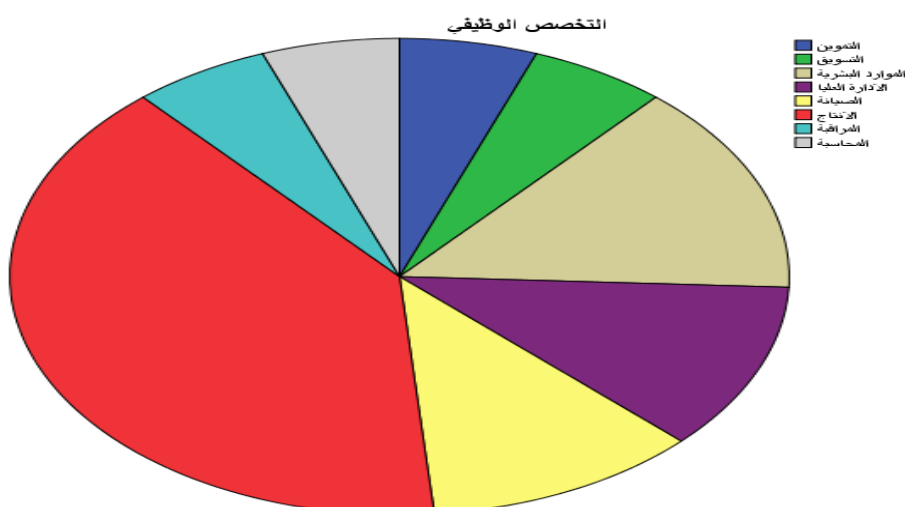
الجدول رقم (02-07) توزيع أفراد العينة حسب التخصص الوظيفي

النسبة المئوية	التكرار	التخصص الوظيفي
5.7 %	2	التموين
5.7 %	2	التسويق
14.3 %	5	الموارد البشرية
11.4 %	4	الإدارة العليا
11.4 %	4	الصيانة
40 %	14	الإنتاج
5.7 %	2	المراقبة
5.7 %	2	المحاسبة
100 %	35	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتضح لنا أن عمال مصلحة الإنتاج هم أكثر المستجوبين، حيث بلغ عددهم 14 عاملا وهو ما يمثل نسبة 40% من المجموع الكلي لأفراد العينة، كما نلاحظ أن عدد عمال الموارد البشرية كانت لها نسبة 14.3 % حيث بلغ عددهم 5 عمال، وكذلك مصلحة الإدارة العليا والصيانة كانت عدد العمال لكل منها 4 عمال أي بنسبة 11.4 %، أما باقي المصالح فكان عدد عمالها 2 أي بنسبة 5.7 % من مجموع أفراد العينة، ونلخص ذلك في الشكل الموالي :

الشكل رقم (02-07) توزيع أفراد العينة حسب التخصص الوظيفي



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

5- توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي :

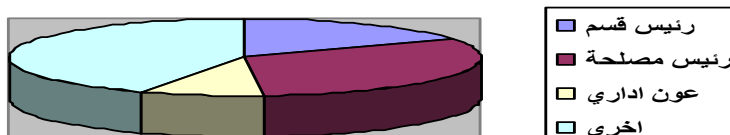
الجدول رقم (02-08) : توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الوظيفي
17.1 %	6	رئيس قسم
31.4 %	11	رئيس مصلحة
8.6 %	3	عون إداري
42.9 %	15	وظائف أخرى
100 %	35	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ أن فئة الوظائف الأخرى (عمال) كانت هي الأكبر من طرف المستجوبين، حيث بلغ عددهم 15 عاملا ما يقابله بنسبة 42.9 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، كما نلاحظ أن رؤساء المصالح كان عددهم 11 رئيسا أي نسبة 31.4 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، كما كان عدد رؤساء الأقسام 6 و هو ما يمثل نسبة 17.1 %، أما الأعوان الإداريين فكان عددهم 3 عمال بنسبة 8.6 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، ويمكننا توضيح ذلك في الشكل الموالي:

الشكل رقم (02-08) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

6- توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية :

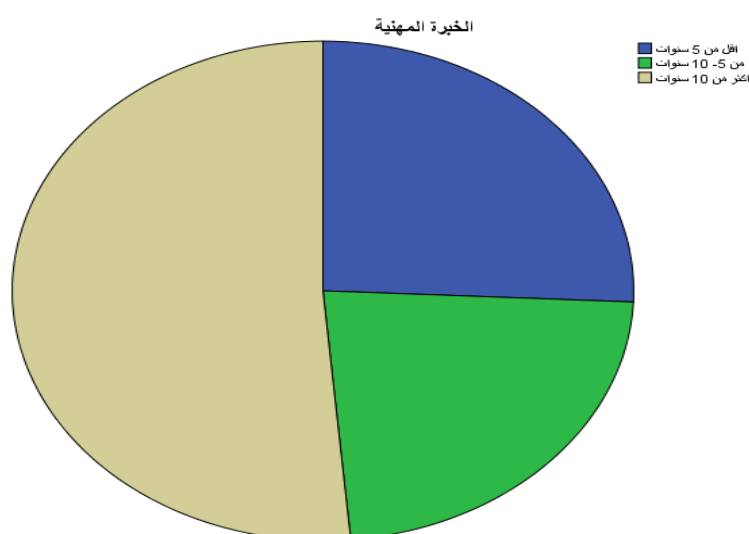
الجدول رقم (02-09) : توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية.

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	9	25.7 %
من 5-10 سنوات	8	22.9 %
أكثر من 10 سنوات	18	51.4 %
المجموع	35	100 %

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

نلاحظ أن الخبرة المهنية لها دور كبير وفعال على الفرد والمؤسسة، فمن خلال الجدول نلاحظ أن أعلى نسبة للعمال ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات والتي تمثل نسبة 51.4 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، بينما نجد أن العمال ذوي الخبرة أقل من 5 سنوات يقدر ب 9 عمال أي نسبة 25.7 % ، كما نلاحظ أيضا بان العمال الذين لديهم الخبرة من 5-10 سنوات يتمثلون في 7 عمال ، أي ما نسبته 22.9 % من المجموع الكلي لأفراد العينة ، ومنه نجد أن المؤسسة تحاول الحفاظ على عمالها ، والشكل الآتي يوضح نسب أفراد العينة حسب اقدميتهم:

الشكل رقم (02-09) توزيع أفراد العينة حسب مستوى الخبرة المهنية



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

7- توزيع أفراد العينة بالاعتماد على مستوى التحكم في الإعلام الآلي :

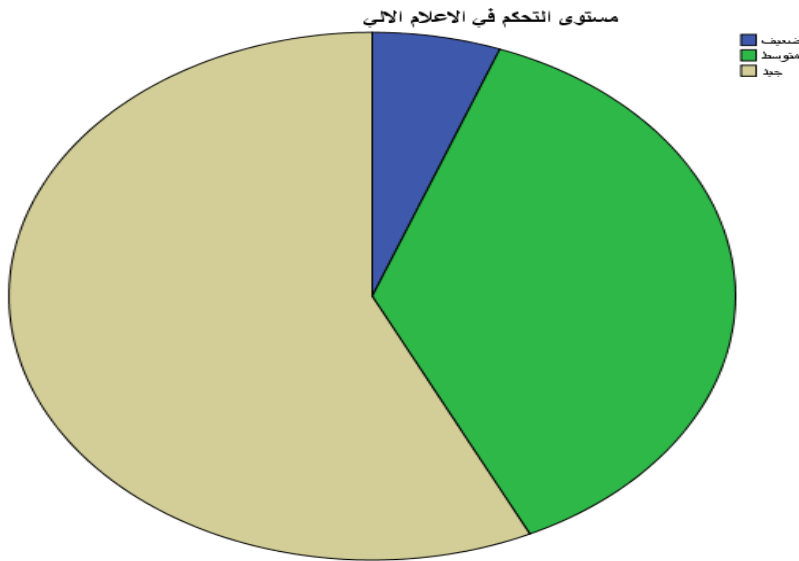
الجدول رقم (10-02) : مستوى التحكم في الإعلام الآلي

النسبة المئوية	التكرار	مستوى التحكم في الإعلام الآلي
5.7 %	02	ضعيف
37.1 %	13	متوسط
57.1 %	20	جيد
100 %	35	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معظم أفراد عينة الدراسة لهم تحكم جيد في الإعلام الآلي، حيث بلغ عددهم 20 عاملا أي بنسبة 57.1 % من المجموع الكلي لأفراد العينة ، بينما نجد أن 13 فردا من أفراد العينة لهم تحكم متوسط في الإعلام الآلي ويقدر ب 37.1 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، كما انه هناك شخصين ليس لديهم تحكم في الإعلام الآلي ويقدر بنسبة 5.7 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، ونلخص ما ذكر في الشكل الموالي :

الشكل رقم (10-02) يمثل توزيع الأفراد حول مستوى التحكم في الإعلام الآلي



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

8- توزيع أفراد العينة بالاعتماد على عدد الدورات التكوينية في المسار المهني:

الجدول رقم (02-11) عدد دورات التكوين خلال المسار المهني

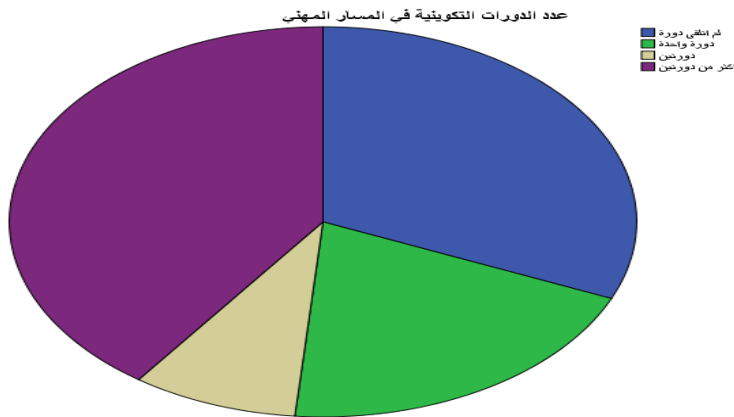
عدد الدورات	التكرار	النسبة المئوية
لم ألتقى تكوين	11	31.4%
دورة واحدة	7	20%
دورتين	3	8.6%
أكثر من دورتين	14	40%
المجموع	35	100%

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

مما نلاحظه من الجدول أعلاه أن الموظفين الذين قاموا بأكثر من دورتين كانوا هم أكثر فئة حيث بلغ عددهم 14 عاملا أي بنسبة 40 %، ويرجع ذلك في السياسة التي تتبعها المؤسسة في تطوير قدرات ومهارات الأفراد والعاملين بالمؤسسة، ثم نجد الفئة الأولى والتي تحتوي على عمال لم يتلقوا تكوين لحد الآن والذي يبلغ عددهم 11 فردا وبلغت نسبتها 31.4 % من المجموع الكلي لأفراد العينة، وكذلك نجد فئة العمال الذين تلقوا دورة واحدة والبالغ عددهم 7 عمال أي بنسبة 20 %، وأخيرا نجد أن هناك 3 عمال تلقوا دورتين أي بنسبة 8.6 % من إجمالي أفراد العينة.

أما المجموع العام للعمال الذين تلقوا تكويننا فقد بلغ عددهم 24 عامل مما يشكلون نسبة 68.58 % من إجمالي أفراد العينة، وهذا مؤشر إيجابي يفسر لنا أن المؤسسة تقوم بتكوينات ودورات تكوينية للعمال تمكنهم من الرفع من قدراتهم ومعارفهم المهنية ، ويمكننا تلخيص ذلك كما يلي :

الشكل رقم (02-11) يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدد الدورات التكوينية في المسار المهني بالمؤسسة



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

المطلب الثاني : تحليل و تفسير النتائج التطبيقية :

سيتم في هذا المطلب عرض نتائج تحليل أفراد عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة المعتمدة، وقد تم الاستعانة في ذلك على الأوساط الحسابية لتقدير المستويات والانحرافات المعيارية لوصف وتفسير متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى حساب معامل الارتباط لاختبار الفرضيات للوصول إلى نتائج تساهم في تحسين واقع الدراسة وتطويره.

الفرع الأول : وصف متغيرات الدراسة:

من خلال وصف متغيرات الدراسة، سنقوم بتوضيح المتغيرات التي اعتمدت في بناء نموذج لمعرفة ما إذا كان استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يؤدي إلى تحسين تنافسية المؤسسة. و تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لكل بعد، ويشمل كل بعد المتغيرات المكونة له كما يلي :

أولاً : متغيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

الرقم	البيان	التكرارات					المؤشرات	
		1	2	3	4	5	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري

الجدول رقم (02-12) يوضح التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الأول.

البعد الأول : الأجهزة والمعدات (Hardware)								
1	تتوفر المؤسسة على عدد كاف من أجهزة الحاسوب .	10	24	1	00	00	4.26	0.505
2	توفر الأجهزة المتواجدة بالمؤسسة معالجة سريعة للبيانات.	07	24	03	01	00	4.06	0.639
3	يتوفر لدى المؤسسة أحدث أجهزة الحاسوب.	10	21	02	02	00	4.11	0.758
4	تستخدم المؤسسة آليات إنتاج رقمية.	10	22	3	00	00	4.20	0.584
المجموع							4.16	0.63

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

1- الأجهزة والمعدات: من خلال احتساب إجابات أفراد مجتمع البحث تبين أن متغير الأجهزة والمعدات

حقق وسطا حسابيا عاما أعلى بلغ 4.16 بانحراف معياري 0.63 ولما كان الوسط الفرضي في المؤسسة المبحوثة 4.01 على مساحة المقياس، لذلك فالنتائج تشير إلى أن مستوى الأجهزة والمعدات من وجهة نظر أفراد العينة هو فوق المتوسط وحقت الفقرة (1) تتوفر المؤسسة على عدد كافي من أجهزة الحاسوب على أعلى وسط حسابي فقد بلغ (4.26) أما اقل وسط حسابي حصلت عليه الفقرة (2) بلغ 4.06 بانحراف معياري 0.639 وهذا يدل على أن المؤسسة مهتمة بتوفير معدات تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

الجدول رقم (02-13) يوضح التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثاني.

البعد الثاني : البرمجيات (software)								
5	يتوفر لدى المؤسسة مختلف البرمجيات الحاسوبية اللازمة لتطبيقات الأعمال الإدارية	12	20	02	00	01	4.20	0.797
6	تستعين المؤسسة ببعض البرمجيات الجاهزة لأداء عملها	09	23	03	00	00	4.17	0.568
7	توفر المؤسسة جميع القواعد و الإجراءات اللازمة لتشغيل البرمجيات التي يحتاجها العاملون.	13	17	04	00	01	4.17	0.857
8	تهتم المؤسسة بالتطوير المستمر للبرامج المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال .	10	15	05	05	00	3.86	1.004
9	توفر المؤسسة أنظمة الحماية الآلية المتطورة لحماية البيانات.	09	16	07	03	00	3.89	0.900
المجموع								
							4.06	0.83

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

2- البرمجيات: من خلال احتساب إجابات أفراد مجتمع البحث تبين أن متغير البرمجيات حقق وسطا حسابيا عاما بلغ 4.06 بانحراف معياري 0.83 ولما كان الوسط الفرضي في المؤسسة المبحوثة 4.01 على مساحة المقياس، لذلك فالنتائج تشير إلى أن مستوى البرمجيات من وجهة نظر أفراد العينة هو فوق المتوسط وحقت الفقرة (5) يتوفر لدى المؤسسة مختلف البرمجيات الحاسوبية اللازمة لتطبيقات الأعمال الإدارية على أعلى وسط حسابي فقد بلغ (4.20) أما اقل وسط حسابي حصلت عليه الفقرة (8) تهتم المؤسسة بالتطوير المستمر للبرامج المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال بلغ 3.86 بانحراف معياري 1.004 وهذا يدل على أن المؤسسة تحرص امتلاك برمجيات جاهزة تستعمل من طرف العاملين.

الجدول رقم (02-14) يوضح التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثالث.

البعد الثالث : قواعد البيانات (Data bases)														
10	قواعد بيانات المؤسسة توفر معلومات دقيقة وصحيحة.							16	10	06	02	01	4.09	1.067
11	قواعد بيانات المؤسسة توفر معلومات بطريقة مرتبة ومنطقية.							10	17	03	04	01	3.89	1.051
12	تستخدم قواعد بيانات المؤسسة لتزويد المديرين وإدارة المؤسسة بالمعلومات الهامة.							10	19	03	02	01	4.00	0.939
المجموع									4.00	1.02				

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

3- ثالثا :قواعد البيانات: خلال احتساب إجابات أفراد مجتمع البحث تبين أن متغير قواعد البيانات حقق وسطا حسابيا بلغ 4.00 بانحراف معياري 1.02 ولما كان الوسط الفرضي في المؤسسة المبحوثة 4.01 على مساحة المقياس، لذلك فالنتائج تشير إلى أن مستوى قواعد البيانات من وجهة نظر أفراد العينة هو اقل المتوسط وحققت الفقرة (10) قواعد بيانات المؤسسة توفر معلومات دقيقة وصحيحة على أعلى وسط حسابي فقد بلغ (4.09) أما اقل وسط حسابي حصلت عليه الفقرة (11) قواعد بيانات المؤسسة توفر معلومات بطريقة مرتبة ومنطقية بلغ 3.89 بانحراف معياري 1.051، وهذا يشير إلى حرص المؤسسة على توفير قواعد بيانات دقيقة وصحيحة.

الجدول رقم (02-15) يوضح التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الرابع.

البعد الرابع : شبكات الاتصال (Réseaux)													
13	تساعد شبكات الاتصال في عملية اتخاذ القرارات						09	21	03	02	00	4.06	0.765
14	تستخدم الشبكات في الربط والتنسيق بين أقسام المؤسسة.						4	27	03	01	00	3.97	0.568
15	يتم ربط الحواسيب الآلية الموجودة في مختلف المكاتب بالخادم Server						11	22	02	00	00	4.26	0.561
16	يتم تبادل المعلومات والبيانات في المؤسسة بسهولة ما بين الأقسام من خلال وسائل الاتصال المتوفرة.						11	19	04	00	01	4.11	0.832
17	هناك شبكة الانترنت بالمؤسسة.						06	25	03	00	01	4.00	0.728
18	يوجد بالمؤسسة شبكة الانترنت.						07	25	00	02	01	4.00	0.840
19	يتوفر لدى المؤسسة موقع الكتروني على شبكة الانترنت						06	27	01	01	00	4.09	0.562
20	يتم استخدام البريد الالكتروني في مختلف تعاملات المؤسسة.						10	20	03	02	00	4.09	0.781
المجموع													0.71

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

4- رابعا:شبكات اتصال:حصل هذا العنصر على وسط حسابي 4.08 بانحراف معياري 0.71 ولما كان الوسط الفرضي في المؤسسة المبحوثة 4.01 على مساحة المقياس، لذلك فالنتائج تشير إلى أن مستوى استعمال شبكات الاتصال من وجهة نظر أفراد العينة هو فوق المتوسط وحققت الفقرة (19) و(20) أعلى وسط حسابي فقد بلغ (4.09) بانحراف معياري على التوالي 0.562 و 0.782 ، حيث نرى أن المؤسسة تستخدم شبكة الانترنت والبريد الالكتروني في مختلف تعاملاته، أما اقل وسط حسابي حصلت عليه الفقرة (14) حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.97 و بانحراف معياري 0.568، مما يدل ذلك على أن الشبكات الداخلية لا تستغل في الربط والتنسيق بين أقسام المؤسسة.

الجدول رقم (02-16) يوضح التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الخامس.

البعد الخامس : القدرات البشرية (Capacité humaine)							
21	توظف المؤسسة أفراد ذو كفاءات ومهارات ومن ذوي الاختصاص في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	22	06	04	01	02	4.29
22	تنظم المؤسسة دورات تكوينية مستمرة لتنمية قدرات ومهارات العاملين في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	13	04	06	10	02	3.46
23	تعمل المؤسسة على تشجيع المبادرات الإبداعية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	11	07	06	09	02	3.46
المجموع							
							1.30
							3.74

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss

5- القدرات البشرية: حصل هذا العنصر المتعلق بالقدرات البشرية على وسط حسابي 3.74 بانحراف معياري 1.30 ولما كان الوسط الفرضي في المؤسسة المبحوثة 4.01 على مساحة المقياس، لذلك فالتنتائج تشير إلى أن مستوى القدرات البشرية من وجهة نظر أفراد العينة هو دون المتوسط، وحققت الفقرة (21) أعلى وسط حسابي فقد بلغ (4.29) بانحراف معياري 1.152، وهو أعلى وسط حسابي في كل أبعاد متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما أقل وسط حسابي حصلت عليه الفقرة (22) و(20) بلغ 3.46 و بانحراف معياري على التوالي: 1.400 و 1.336 وهذا يدل على أن المؤسسة تحرص على توظيف أفراد ذو كفاءات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهناك نقص في الدورات التدريبية للعاملين في مجال التكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثانيا : متغيرات التنافسية : الجدول رقم (02-17) يوضح التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الأول.

الرقم	البيان	التكرارات					المؤشرات	
		1	2	3	4	5	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
البعد الأول : التكلفة (Cout)								
1	تركز المؤسسة على تخفيض التكاليف باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال .	09	13	08	05	00	3.74	1.010
2	تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التقليل من المواد الاولية المتلفة.	10	14	05	04	02	3.74	1.172
3	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تخفيض كمية المخزون.	07	17	05	05	01	3.69	1.051
المجموع								
							3.73	1.08

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

1- التكلفة: من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن المتوسط الحسابي العام لبعد التكلفة هو 3.73 وبانحراف معياري قدره 1.08، و عند مقارنته بالمتوسط الحسابي للمؤسسة على مساحة المقياس المقدّر 3.85 وانحراف معياري 1.37 فهو دون المتوسط، كما نلاحظ أن متوسط حساب الفقرات الثلاثة متقارب بفارق بسيط قدره 0.05 والاتجاه العام لهذا البعد هو موافق وهذا يدل على أن بعد التكلفة لم ينخفض كثيرا حسب رأي أفراد العينة في المؤسسة.

الجدول رقم (02-18) يوضح التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثاني.

البعد الثاني : الجودة (Qualité)								
4	يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في انتاج منتجات ذات جودة عالية .	08	17	05	04	01	3.77	1.031
5	تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبون .	09	19	05	02	00	4.00	0.804
6	تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعمليات الفحص والمراقبة.	07	20	03	05	00	3.83	0.923
المجموع								
							3.87	0.92

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

2- الجودة: من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن المتوسط الحسابي العام لبعد التكلفة هو 3.87 وبانحراف معياري قيمته 0.92، وبمقارنته بالمتوسط الحسابي للمؤسسة على مساحة المقياس المقدّر 3.85 وانحراف معياري 1.37 فهو فوق المتوسط، كما نلاحظ أن أعلى متوسط حسابي للفقرة رقم 5 بمتوسط حسابي قدره 4.00 وانحراف معياري 0.804 وهذا يدل على أن هناك اتفاق لدى أفراد العينة أن التكنولوجيا تحسن في جودة المنتجات التي تقدم للزبون .

الجدول رقم (02-19) يوضح التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثالث.

البعد الثالث : الإبداع (Créativité)													
7	التكنولوجيا المستخدمة بالمؤسسة تواكب تطور رغبات الزبون						11	16	05	03	00	4.00	0.907
8	تقوم المؤسسة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتطوير المنتج في عمليات التعبئة والتغليف.						08	19	05	02	01	3.89	0.932
9	ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إبداع منتجات جديدة بالمؤسسة.						05	20	06	02	02	3.69	0.993
10	تساهم الانترنت في الحصول على زبائن وموردين جدد للمؤسسة						06	20	07	00	02	3.80	0.933
المجموع													0.95

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

3- الإبداع: يتضح من خلال هذا الجدول أن عنصر الإبداع له متوسط حسابي قدره 3.85 وانحراف معياري يبلغ 0.95 السابق يتضح لنا أن المتوسط الحسابي العام لبعده التكلفة هو 3.87 وبانحراف معياري يقدر ب 0.92 ومقارنته بالمتوسط الحسابي للمؤسسة على مساحة المقياس المقدّر 3.85 وانحراف معياري 1.37 فهو فوق المتوسط، كما نلاحظ أن أعلى متوسط حسابي للفقرة رقم 7 بمتوسط حسابي قدره 4.00 وانحراف معياري 0.907 وهذا يدل على أن هناك اتفاق لدى أفراد العينة أن التكنولوجيا المعلومات والاتصال المستعملة في المؤسسة تساهم في مواكبة تطور رغبات الزبون و إبداع المنتجات.

الجدول رقم (02-20) يوضح التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الرابع.

البعد الرابع : التسليم (Livraison)							
11	تلتزم الشركة بتسليم المنتج بالكمية المطلوبة في الوقت المحدد والمتفق عليه.	13	17	02	02	01	4.11
12	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقليص مدة دورة الإنتاج.	11	14	08	02	00	3.97
13	تعتمد المؤسسة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أسبقيتها لدخول منتجاتها إلى السوق.	12	14	06	03	00	4.00
المجموع							4.03
							2.80

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

4- التسليم: يتضح من خلال هذا الجدول أن عنصر آجال التسليم المرتبط بالوقت له متوسط حسابي قدره 4.03 وانحراف معياري يبلغ 2.80 وبمقارنته بالمتوسط الحسابي للمؤسسة على مساحة المقياس المقدّر 3.85 وانحراف معياري 1.37 فهو جيد ، كما نلاحظ أن أعلى متوسط حسابي للفقرة رقم 11 حيث بلغت قيمته 4.11 وانحراف معياري 0.963 وهذا يدل على أن هناك اتفاق لدى أفراد العينة أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة في عملية الإنتاج ساهمت في احترام مواعيد آجال تسليم الطلبات للزبائن.

الجدول رقم (02-21) يوضح التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الخامس.

البعد الخامس : المرونة (Flexibilité)							
14	تعمل المؤسسة على التكيف والاستجابة مع الحاجات الفريدة لكل زبون ولكل سوق.	09	13	05	07	01	3.63
15	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاستجابة للتغيرات الكمية في الطلب على المنتج.	08	15	07	05	00	3.74
16	توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال قاعدة تمكن من خلالها المؤسسة التكيف مع التغيرات في الظروف الخارجية لها.	09	15	08	1	02	3.80
المجموع							
							3.73
							1.07

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

5- المرونة: يتضح من خلال هذا الجدول أن بعد المرونة له متوسط حسابي قدره 3.73 وانحراف معياري يبلغ 1.07 وبمقارنته بالمتوسط الحسابي للمؤسسة على مساحة المقياس المقدّر 3.85 وانحراف معياري 1.37 فهو دون المتوسط ، كما نلاحظ أن أعلى متوسط حسابي للفقرة رقم 16 ي قدره 3.80 وانحراف معياري 1.052 وهذا يدل حسب أفراد العينة أن المؤسسة لها قاعدة بيانات تمكنها من التكيف مع التغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية للمؤسسة.

الفرع الثاني : تفسير متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات :

بهدف التأكد من صحة فرضيات الدراسة فقد قمنا باختبار هذه الفرضيات باستخدام معامل الارتباط ، بالاستناد إلى الاختبارات الإحصائية .

أولا : اختبار الفرضية الرئيسية : توجد علاقة ارتباط بين: " استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تنافسية المؤسسة " .

تم اختبار الفرضية الأولى الرئيسية من خلال إجراء التحليلات المناسبة، إذ تم استخدام معامل الارتباط برسن (pearson) للتحقق من العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تحسين تنافسية المؤسسة، ويشير الجدول الموالي رقم (22-02) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين تنافسية المؤسسة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.583)، عند مستوى معنوية 0.000، وتشير قيمة المعامل إلى وجود ارتباط متوسط بين المتغيرين، وتظهر القيمة الموجبة إلى وجود علاقة طردية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية، أي أنه كلما زاد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال زاد ذلك من تحسين تنافسية المؤسسة أو العكس، وبهذا يتحقق قبول الفرضية الرئيسية الأولى .

الجدول رقم (22-02) يوضح علاقة الارتباط بين متغيري الدراسة.

المتغير التابع	المتغير المستقل
0.583	TIC
SIG:0.000	
N=35	

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

كما يمكن أن نشير إلى نتائج تحليل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين أبعاد متغير التنافسية (التكلفة، الجودة، الإبداع، التسليم، المرونة) في الجدول رقم (22-02)، حيث كانت نتائج موجبة للمتغيرات الخمس وحققنا قيم معامل الارتباط على التوالي: (0.641، 0.39، 0.456، 0.568، 0.321) وتدل هذه النتائج على أنه كلما زاد استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى ذلك إلى إحداث أثر على أحد متغيرات تنافسية المؤسسة .

ثانيا : اختبار الفرضيات الفرعية:

الجدول رقم (02-23) يوضح علاقة الارتباط بين المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأبعاد متغير التنافسية .

تكنولوجيا المعلومات والاتصال		المتغير المستقل المتغيرات التابعة
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0.000	0.641	التكلفة
0.02	0.390	الجودة
0.006	0.456	الإبداع
0.000	0.568	التسليم
0.60	0.321	المرونة
دلالة معنوية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$		N=35

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج التحليل الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح العلاقة بين المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال و أبعاد المتغير المستقل التنافسية يمكننا اختبار الفرضيات الفرعية كالاتي :

– بالنسبة للفرضية الثالثة : حيث سيتم اختبار علاقة كل بعد كما يلي :

- علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتكلفة : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن هناك علاقة ارتباط معنوي قوي بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.641) عند مستوى الدلالة (0.000) وهي مقبولة. أي أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها دور في التقليل من التكلفة لدى شركة مطبعة الوليد.
- علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجودة : وتشير النتائج إلى أن هناك علاقة ارتباط معنوية ضعيفة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين الجودة بقيمة (0.39) وعند مستوى الدلالة (0.02) ، ومنه نقبل هذه الفرضية .

- علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالإبداع: من خلال قراءتنا للنتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه نرى بأنه هناك ارتباط معنوي ضعيف بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين الإبداع وكانت قيمة الارتباط (0.456) عند مستوى الدلالة (0.006)، وعليه تم قبول هذه الفرضية .
 - علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتسليم : مما نلاحظه من الجدول أعلاه أنه هناك علاقة ارتباط متوسطة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتسليم ، وكانت قيمة الارتباط (0.568) عند مستوى دلالة (0.000).
 - علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمرونة: من النتائج المتحصل عليها نلاحظ بأن قيمة الارتباط بلغت (0.321) عند مستوى الدلالة (0.06) وهي قيمة أكبر من (0.05)، وبالتالي فهي مرفوضة، ومنه فهذه الفرضية مرفوضة .
- ومن خلال اختبار علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمرونة بأبعاد التنافسية (التكلفة، الجودة، الإبداع، التسليم، المرونة)، و اعتمادا على النتائج المتحصل عليها يمكن قبول الفرضية نسبيا.

الفرع الثالث : نتائج الدراسة :

من خلال ما تم عرضه وتحليل للدراسة الميدانية واختبار فرضياتها توصلت الدراسة إلى النتائج التالية والتي نلخصها كالآتي :

- أن المؤسسة تتوفر على عدد كاف من الأجهزة والمعدات للتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي تستخدمها في عملياتها اليومية.
- تتوفر لدى المؤسسة شبكة انترانت داخلية لكنها غير مفعلة بشكل كبير.
- تعمل المؤسسة على تحسين جودة المنتجات من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية في مؤسسة الورود- فرع مطبعة الوليد-، حيث بلغت قيمة الارتباط 0.583 عند مستوى دلالة معنوية 0.000 وهو ما يفسر بأنها علاقة معنوية متوسطة . ومنه قبول الفرضية الرئيسية .
- أظهرت النتائج وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين أبعاد التنافسية، وكانت العلاقة قوية عند متغير التكلفة والذي بلغت قيمة الارتباط 0.641 عند مستوى دلالة 0.000، بينما كانت علاقة معنوية متوسطة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين أبعاد: الجودة والإبداع والتسليم، حيث بلغت قيم معامل ارتباطها تواليا (0.390، 0.456، 0.568) عند مستوى دلالة (0.02، 0.006، 0.00)، بينما كانت علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال ببعد المرونة ذات ارتباط ضعيف وغير معنوي حيث بلغ معامل الارتباط 0.321 عند مستوى دلالة 0.6 ، وعليه نقبل الفرضية الفرعية الثالثة نسبيا .
- يتبين من خلال هذه النتائج أن المؤسسة تركز على استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل كبير في التقليل من التكاليف، إضافة إلى استغلالها في عمليات التحسين من جودة المنتج والإبداع والتسليم.

خلاصة الفصل :

تم في هذا الفصل الدراسة الميدانية لمجمع الورود - فرع مطبعة الوليد - حيث تطرقنا في المبحث الأول : إلى تعريف بالمؤسسة والتطرق للهيكل التنظيمي .

وتطرقنا إلى الإطار المنهجي للدراسة الميدانية في المبحث الثاني، بحيث قمنا بتوضيح لطريقة وأدوات الدراسة والمتمثلة في : مجتمع وعينة الدراسة، و أدوات جمع البيانات، ودراسة الصدق والثبات لها، والأدوات الإحصائية المعتمدة .

وأخيرا قمنا بعرض وتحليل لنتائج الدراسة واختبار فرضياتها و تفسير نتائجها في المبحث الثالث ، وذلك من خلال التطرق إلى عرض النتائج في المطلب الأول ، أما المطلب الثاني فتناولنا فيه تحليل وتفسير نتائج الدراسة والذي قسمناه إلى فرعين: الأول فتطرقنا إلى وصف متغيرات الدراسة والثاني إلى تفسير المتغيرات واختبار الفرضيات.

ومن خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة بأن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تحسين تنافسية المؤسسة، وذلك من خلال تخفيض من تكاليف الإنتاج والرفع من جودة الخدمات المقدمة للزبون، وهذا ما أكدته صحة الفرضيات.

خاتمة

خاتمة :

من خلال ما تم التطرق إليه في هذه الدراسة، وعند معالجة الإشكالية المطروحة لهذا الموضوع والبحث عن "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة"، أظهرت الدراسة أن التغيرات والتحولات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، وتسارع وتيرة الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ساهم في نقل المؤسسات إلى عصر المعلومات، كما أدى إلى بروز العديد من الأدوات والتطبيقات الحديثة التي أسهمت بشكل كبير في تطوير وتحسين تنافسية المؤسسة، وذلك من خلال تسهيل المعاملات واختصار المكان والزمان وسرعة نقل المعلومات، إضافة إلى التأثير على أبعاد التنافسية من خلال التقليل من التكاليف ودورة الإنتاج وتسليم المنتج للزبون والرفع من جودة الخدمات والمنتجات المقدمة من طرف المؤسسة.

كل هذا يجعل من الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضرورة حتمية وجوهرية من ضروريات بقاء المؤسسة على المدى البعيد في ظل بيئة تتسم بشدة المنافسة، والتغير المستمر والمتسارع في الأوضاع الاقتصادية، وتأتي أهمية ضرورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة من خلال القدرات الواسعة التي تتمتع بها والتي تساعد المؤسسة في تحقيق التميز في خدماتها ومنتجاتها مما يحقق لها ذلك التنافسية على باقي المؤسسات الأخرى.

نتائج الدراسة:

بعد معالجتنا لمختلف جوانب الموضوع النظرية والتطبيقية توصلنا إلى مجموعة من النتائج والإجابة عن التساؤلات المطروحة في إطار إشكالية البحث، ويمكن تقسيمها إلى نتائج تتعلق بالدراسة النظرية وأخرى تتعلق بالدراسة التطبيقية كما يلي :

أولاً: نتائج نظرية من خلال معالجتنا للفصل الأول : حيث تم التوصل إلى النتائج التالية :

- المعلومات هي وليدة البيانات، وأن هذه الأخيرة هي عبارة على أرقام غير حقيقية وليس لها معنى.
- المعلومات هي بيانات تمت معالجتها لتصبح ذات دلالة ومعنى يستفيد منها متخذي القرار إذا كانت دقيقة و في الوقت المناسب .
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مجموعة من الأدوات والمعدات والبرمجيات التقنية الحديثة التي تعمل على جمع وتخزين ومعالجة المعلومات وإتاحتها في الوقت المناسب، وإيصالها باستخدام أجهزة الاتصال المختلفة .
- أهم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة تتمثل في : مجال الصناعة ، المجال الإدارة، التجارة الإلكترونية.

- تنافسية على المؤسسة هي "القدرة على تلبية رغبات المستهلكين بتوفير منتجات ذات جودة عالية وبأسعار مناسبة وفي الوقت المناسب تستطيع من خلالها الحصول على حصة سوقية كبيرة".
 - تتمثل أبعاد التنافسية في : التكلفة، الجودة، التسليم ، الإبداع، المرونة.
 - تتمثل إستراتيجيات التنافسية في : إستراتيجية قيادة التكلفة، إستراتيجية التركيز، إستراتيجية التميز.
- ثانيا: نتائج تطبيقية من خلال معالجتنا للفصل الثاني :

- يتوفر لدى المؤسسة عدد كاف من الأجهزة والمعدات للتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي تستخدمها في عملياتها اليومية.
- تتوفر لدى المؤسسة شبكة انترانت داخلية لكنها غير مفعلة بشكل كبير.
- تعمل المؤسسة على تحسين جودة المنتجات من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنافسية في مؤسسة الورود- فرع مطبعة الوليد-، ومنه قبول الفرضية الرئيسية.
- أظهرت النتائج وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعض أبعاد التنافسية في المؤسسة، وعليه نقبل الفرضية الفرعية الثالثة نسبيا.

توصيات الدراسة : في ضوء النتائج المتحصل عليها تم التوصل إليها فإن النتائج التالية سيكون لها دور كبير في حل المشكلات وتلافي نقاط الضعف الذي تعاني منه مؤسسة الدراسة، إضافة إلى توصيات أخرى تتمثل في آفاق الدراسة مستقبلا ، ويمكن تقسيمها كالآتي :

أولا : توصيات غير أكاديمية : (مؤسسة الدراسة):

- العمل على توسيع دائرة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة .
- مواكبة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- تكثيف الدورات التكوينية في مختلف ميادين التكنولوجيا الحديثة..
- العمل على الرفع من مؤشرات أبعاد التنافسية التي كانت ارتباطها ضعيف مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال الاستفادة من هذه الدراسة.

ثانيا: آفاق الدراسة:

- أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسة.
- دراسة مقارنة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال بين مؤسسة الورود Wouroud ومؤسسة أخرى في نفس القطاع.

وفي الأخير نتمنى أن تكون هذه الدراسة قد سلطت الضوء على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة ، وهذا من خلال إسقاط الدراسة على مؤسسة الورود والخروج بنتائج والتوصيات المفيدة.

قائمة المراجع

قائمة المصادر و المراجع :

❖ أولاً : الكتب:

- 1- إسماعيل محمد السيد، الإدارة الإستراتيجية- مفاهيم حالات تطبيقية-، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2000.
- 2- عبد العزيز صالح بن حبتور، الإدارة الإستراتيجية" إدارة جديدة في عالم متغير"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2004.
- 3- غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا (مفاهيم ومداخل، تقنيات، تطبيقات علمية)، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2007.
- 4- محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، مصر، 2009.
- 5- محمد عبد حسين الطائي، نعمه عباس خضير الخفاجي، نظم المعلومات الإستراتيجية منظور الميزة الإستراتيجية، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2009.
- 6- محمد محمد الهادي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار الشروق ، القاهرة، مصر، 1989.
- 7- مصطفى أحمد حامد رضوان، التنافسية كآلية من آليات العولة ودورها على دعم جهود النمو والتنمية في العالم، الدار الجامعية، ط1، الإسكندرية 2011.
- 8- معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.
- 9- نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1997 .
- 10- نيفن حسين شعث، التنافسية الدولية وتأثيرها على التجارة العربية والعالمية ، دار التعليم الجامعي ، مصر 2010.
- 11- يحيى عدنان وآخرون، تكنولوجيا المعلومات، وزارة التربية والتعليم، ط1، رام الله ، فلسطين، 2006/2005.

❖ ثانيا : الرسائل المذكرات

- 1- أحمد بورباله ، دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية ، مذكرة ماستر ، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات ، كلية العلوم الاقتصادية والجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2014 - 2015.
- 2- بشير كاوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، مذكرة ماجستير(غير منشورة)، تخصص: نظم المعلومات ومراقبة التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012/2013.
- 3- حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة -دراسة مقارنة بين : ماليزيا، تونس، الجزائر. مذكرة ماجستير، تخصص: الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1 - ، الجزائر، 2012-2013.
- 4- سميرة فرحات، مساهمة الذكاء التنافسي في تحسين الأداء الصناعي، أطروحة دكتوراه، تخصص: اقتصاد صناعي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2015- 2016.
- 5- شهرزاد بن بوزيد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، غير منشورة ،تخصص: تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، الجزائر 2011/2012.
- 6- صباح بلقيدوم، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة NTIC، على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات، رسالة دكتوراه علوم، تخصص: تسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة قسنطينة02،الجزائر ، 2012/2013.
- 7- صورية صدقاوي، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز القدرات الابتكارية للمؤسسة و تأثيرها على إدارة الجودة الشاملة، رسالة دكتوراه علوم، تخصص: تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2014/2015.

- 8- علاء الدين عباوي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة ملبنة التل مزلق-، مذكرة ماستر، تخصص: اقتصاد الاتصالات وتكنولوجيا الإعلام، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و التجارية وعلوم التسيير ، جامعة سطيف، الجزائر 2016/2017.
- 9- علي سراي وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، تخصص: اقتصاد عمومي وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة الوادي، 2017.
- 10- مبروكة خته، فعالية الابداع التكنولوجي في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، تخصص: اقتصاد عمومي وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير ،جامعة الوادي ، 2015-2016.
- 11- محمد رفراي، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، تخصص: تجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة،الجزائر، 2003-2004.
- 12- محمد زميت، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الخدمات المصرفية، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص: تخطيط ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير جامعة الجزائر03، الجزائر، 2014/2015.
- 13- منيرة سليمان، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية، مذكرة ماستر، تخصص: التسيير الاستراتيجي للمنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012-2013.
- 14- هبة الله اوريبي، تنافسية القطاع السياحي وانعكاساته على التنمية المستدامة في الدول العربية، مذكرة ماجستير، تخصص: الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة سطيف، 2011-2012.
- 15- هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكساب المؤسسة ميزة تنافسية- دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس- رسالة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص : تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2015-2016.

❖ ثالثا : الملتقيات :

- 1- أمال عياري، رجم نصيب، الاستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات ، ملتقى دولي، جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر 29-30 أكتوبر 2002.
- 2- خديجة بلعلياء، صورية معموري ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة ،جامعة حسيبة بن بوعلي ،الشلف، 13 و14 ديسمبر 2011.
- 3- دحماني محمد درويش .ناصر عبد القادر، التقنيات الحديثة كمدخل للأداء المتميز بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ملتقى دولي حول : متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، مخبر العولمة واقتصاديات شمال افريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 17 و18 أفريل 2006.
- 4- كمال رزيق ، فارس مسدور، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد، ورقة 23/22 افريل 2003.
- 5- محمد عدنان وديع، مسح في مؤشرات التنافسية ، ورشة عمل حول : محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية، معهد الاقتصاد الكمي، تونس 19-21 جوان 2001.
- 6- يوسف مسعداوي، القدرات التنافسية ومؤشراته، المؤتمر العلمي الدولي حول: الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 09/08 مارس 2005.

❖ رابعا :المجالات :

- 1- علي طالب شهاب، أهم مقومات القدرة التنافسية للاقتصاد البصري، مجلة دراسات البصرة، العراق ، السنة السابعة، العدد12، 2011.
- 2- فراس رحيم يونس العزاوي، عثمان ابراهيم أحمد الخفاجي، تشخيص قدرات تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحقيق التفوق التنافسي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 21، العدد 81 ،جامعة بغداد كلية الإدارة والاقتصاد،2015.
- 3- محمد عبد الوهاب العزاوي، أحمد سليمان الجرجري، دور تقانة المعلومات والاتصالات في تحقيق المزايا التنافسية، مجلة بحوث مستقبلية، مركز الدراسات المستقبلية، كلية الحداث، الموصل، العدد 29 و 30، 2010.
- 4- محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسور التنمية، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية العدد 24، المعهد العربي للتخطيط الكويت، ديسمبر 2003.
- 5- مريم قوراري وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إبداع المؤسسة، ، مجلة Les Chaier du MECAS، العدد 9، مخبر MECAS، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، ديسمبر 2013.

❖ خامسا : المنشورات:

- 1- الهواري بن لحسن، الإبداع التكنولوجي كأداة لتحسين التنافسية وتحقيق التنمية المستدامة، المدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي، وهران، الجزائر.

❖ سادسا : المواقع الالكترونية

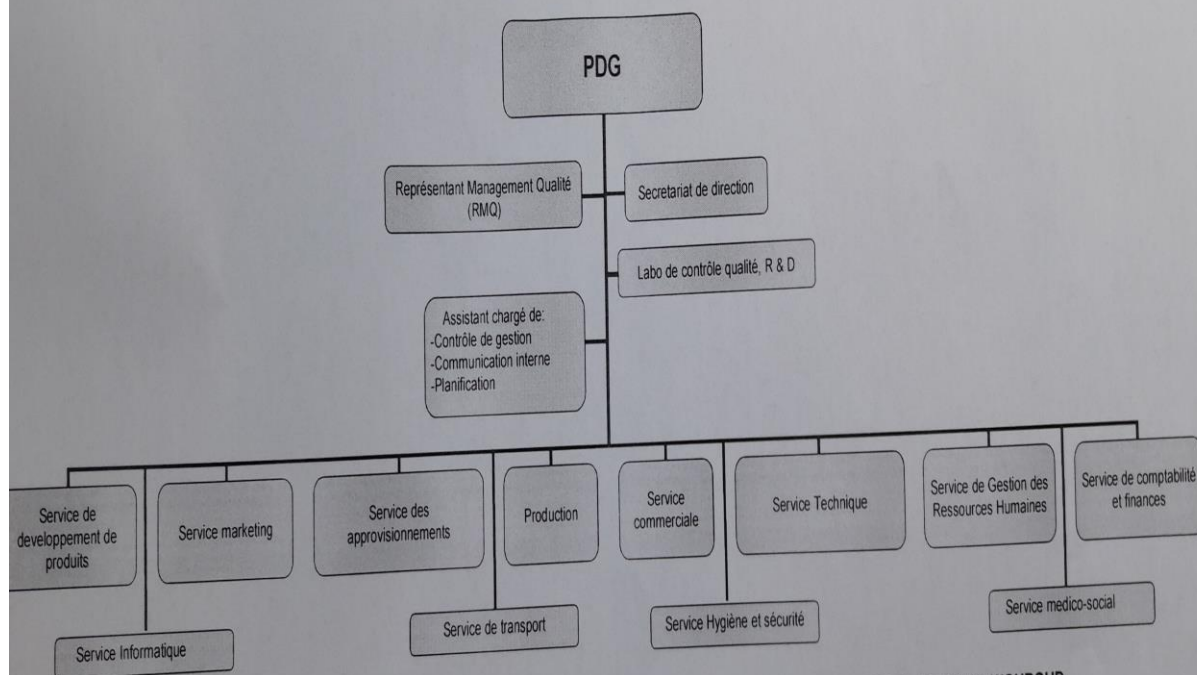
- 1- <http://www.wouroud.com>

❖ سادسا: المقابلات:

- 1- مقابلة مع السيد " سفيان ميلودي " مسؤول القسم التجاري بشركة الوليد للطباعة.

الملاحق

 PARFUMS WOUROUD	PARFUMS WOUROUD	F 6-22
		Page : 1 / 1
Z.I KOUININE 39450 EL-OUED	Organigramme	Version : 04
		Date : 02/05/2016



Le PDG de PARFUMS WOUROUD

الملاحق

الملحق رقم 02

قائمة الأساتذة الذين قاموا بتحكيم الإستبيان :

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
01	يوسف عطية	أستاذ مساعد صنف " أ "	جامعة أم البواقي
02	محمد الباوي	أستاذ محاضر صنف " أ "	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
03	عادل كدودة	أستاذ مساعد صنف " أ "	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

تخصص : اقتصاد وتسيير المؤسسات

استبانة بحث علمي

أخي الكريم ، أختي الكريمة، تحية طيبة وبعد :

يشرفنا أن نقدم لكم هذه الاستبانة و هي جزء من البحث العلمي الذي نحن بصدد دراسته والخاص بإعداد مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص : اقتصاد وتسيير المؤسسات بعنوان " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة على تنافسية المؤسسة - دراسة حالة مؤسسة وروود Wouroud - الوادي " .

وتهدف هذه الدراسة إلى إعطاء صورة واضحة عن واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والدور الذي تلعبه على تنافسية المؤسسة، ونظرا لأهمية رأيكم في هذا المجال نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبانة بدقة، حيث أن صحة النتائج ترتبط بصحة إجاباتكم، لذلك نأمل منكم بأن تولوا هذه الاستبانة الاهتمام اللازم، فمشاركتكم ضرورية ورأيكم عامل أساسي في هذا البحث.

لذا نرجو منكم وضع علامة (√) في المكان المخصص للإجابة، ونحيطكم علما أن جميع إجاباتكم سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، دون الإشارة إلى صاحبها.

ولكم منا فائق التقدير والاحترام

إعداد الطالبان :

- عماري محمد توفيق

- مجيدي صهيب

المحور الأول : البيانات الشخصية

- 1- الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- العمر : ☐ 29-20 ☐ 39-30
- ☐ 49-40 ☐ 59-50
- 3- المؤهل العلمي : ثانوي ☐ تقني سامي ☐ ليسانس ☐ ماستر ☐ مهندس ☐
- 4- التخصص الوظيفي : ☐ التموين ☐ التسويق ☐ الموارد البشرية ☐ الإدارة العليا ☐
- ☐ الصيانة ☐ الإنتاج ☐ المراقبة ☐ المحاسبة ☐
- 5- المستوى الوظيفي : ☐ رئيس قسم ☐ رئيس مصلحة ☐ عون إداري ☐ أخرى ☐
- 6- الخبرة المهنية : ☐ أقل من 05 سنوات ☐ من 05 - 10 سنوات ☐ أكثر من 10 سنوات ☐
- 7- مستوى التحكم في الإعلام الآلي : ☐ ضعيف ☐ متوسط ☐ جيد ☐
- 8- عدد الدورات التكوينية في المسار المهني : ☐ لم أتلقي تكوين ☐ دورة واحدة ☐ دورتين ☐ أكثر من دورتين ☐

المحور الثاني : هذا المحور يحتوي على عبارات خاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ، يرجى وضع علامة(√) في الخانة التي تراها مناسبة في الجدول أدناه

الرقم	متغيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة	موافق إلى حد ما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إلى حد ما
1- الأجهزة والمعدات (Hardware)						
1	تتوفر المؤسسة على عدد كاف من أجهزة الحاسوب.					
2	توفر الأجهزة المتواجدة بالمؤسسة معالجة سريعة ودقيقة للبيانات.					
3	يتوفر لدى المؤسسة أحدث أجهزة الحاسوب.					
4	تستخدم المؤسسة آلات إنتاج رقمية.					
2- البرمجيات (software)						
5	يتوفر لدى المؤسسة مختلف البرمجيات الحاسوبية اللازمة لتطبيقات الأعمال الإدارية.					
6	تستعين المؤسسة ببعض البرمجيات الجاهزة لأداء عملها.					
7	توفر المؤسسة جميع القواعد والإجراءات اللازمة لتشغيل البرمجيات التي يحتاجها العاملون.					
8	تهتم المؤسسة بالتطوير المستمر للبرامج المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.					
9	توفر المؤسسة أنظمة الحماية الآلية المتطورة لحماية البيانات .					
3- قواعد البيانات (Data bases)						
10	قواعد البيانات المؤسسة توفر معلومات دقيقة وصحيحة وحديثة.					
11	قواعد البيانات المؤسسة توفر معلومات بطريقة مرتبة ومنطقية.					
12	تستخدم قواعد بيانات المؤسسة لتزويد المديرين وإدارة المؤسسة بالمعلومات الهامة.					
4- شبكات الاتصال (Réseaux)						
13	تساعد البيانات في عملية اتخاذ القرارات.					
14	تستخدم الشبكات في الربط والتنسيق بين أقسام المؤسسة.					
15	يتم ربط الحواسيب الآلية الموجودة في مختلف المكاتب بالخادم server .					
16	يتم تبادل المعلومات والبيانات في المؤسسة بسهولة ما بين الأقسام من خلال وسائل الاتصال المتوفرة .					
17	هناك شبكة لاسلكية انترانت للمؤسسة .					
18	يوجد بالمؤسسة شبكة الانترنت.					
19	يتوفر لدى المؤسسة موقع الكتروني على شبكة الانترنت.					
20	يتم استخدام البريد الإلكتروني في مختلف التعاملات.					
5- القدرات البشرية (Capacité humaine)						
21	توظف المؤسسة أفراد ذوي كفاءات ومهارات من ذوي الاختصاص في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.					
22	تنظم المؤسسة دورات تكوين مستمر لتنمية مهارات وقدرات العاملين في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.					
23	تعمل المؤسسة على تشجيع المبادرات الإبداعية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.					

المحور الثالث : هذا المحور يحتوي على عبارات خاصة بالقدرة التنافسية للمؤسسة ، يرجى وضع علامة (√) في الخانة التي تراها مناسبة في الجدول أدناه

الرقم	متغيرات القدرة التنافسية للمؤسسة				
1- التكلفة (Coût)					
24	تركز المؤسسة على تخفيض التكاليف باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإنتاج.				
25	تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التقليل من المواد الأولية المتلفة.				
26	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تخفيض كمية المخزون.				
2- الجودة (Qualité)					
27	يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إنتاج منتجات ذات جودة عالية .				
28	تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبون.				
29	تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعمليات الفحص والاهتمام .				
3- الإبداع (Créativité)					
30	التكنولوجيا المستخدمة بالمؤسسة تواكب تطور رغبات الزبون المتجددة.				
31	تقوم المؤسسة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتطوير المنتج في عمليات التعبئة و التوضيب و التغليف وغيرها.				
32	ساهمت تكنولوجيا المعلومات في إبداع منتجات جديدة بالمؤسسة.				
33	تساهم الانترنت في الحصول على زبائن وموردين جدد للمؤسسة.				
4- التسليم (Livraison)					
34	تلتزم الشركة بتسليم المنتج بالكميات المطلوبة في الوقت المحدد والمتفق عليه.				
35	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقليص مدة دورة الإنتاج.				
36	تعتمد المؤسسة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أسبقيتها لدخول منتجاتها إلى السوق.				
5- المرونة (Flexibilité)					
37	تعمل المؤسسة على التكيف والاستجابة مع الحاجات الفريدة لكل زبون ولكل سوق.				
38	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاستجابة للتغيرات الكمية في الطلب على المنتج.				
39	توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال قاعدة تمكن من خلالها المؤسسة التكيف مع التغيرات في الظروف الخارجية لها.				

وفي الأخير نشكركم على مساهمكم وتعاونكم معنا.

مخرجات برنامه spss

Statistics							
		الجنس	العمر	المؤهل العلمي	التخصص الوظيفي	المستوى الوظيفي	الخبرة المهنية
N	Valid	35	35	35	35	35	35
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		1.14	1.94	2.49	4.89	2.77	2.26
Median		1.00	2.00	2.00	6.00	3.00	3.00
Std. Deviation		.355	.684	1.121	1.827	1.190	.852
Sum		40	68	87	171	97	79

Statistics			
		مستوى التحكم في الاعلام الالى	عدد الدورات التكوينية في المسار المهني
N	Valid	35	35
	Missing	0	0
Mean		2.51	2.57
Median		3.00	2.00
Std. Deviation		.612	1.313
Sum		88	90

Frequency Table

الجنس					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	30	85.7	85.7	85.7
	انثى	5	14.3	14.3	100.0
Total		35	100.0	100.0	

العمر					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29	9	25.7	25.7	25.7
	30-39	19	54.3	54.3	80.0
	40-49	7	20.0	20.0	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

المؤهل العلمي					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي	5	14.3	14.3	14.3
	تقني سامي	16	45.7	45.7	60.0
	ليسانس	10	28.6	28.6	88.6
	مهندس	4	11.4	11.4	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

التخصص الوظيفي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid التموين	2	5.7	5.7	5.7
التسويق	2	5.7	5.7	11.4
الموارد البشرية	5	14.3	14.3	25.7
الادارة العليا	4	11.4	11.4	37.1
الصيانة	4	11.4	11.4	48.6
الانتاج	14	40.0	40.0	88.6
المراقبة	2	5.7	5.7	94.3
المحاسبة	2	5.7	5.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

المستوى الوظيفي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid رئيس قسم	6	17.1	17.1	17.1
رئيس مصلحة	11	31.4	31.4	48.6
عون اداري	3	8.6	8.6	57.1
اخرى	15	42.9	42.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

الخبرة المهنية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid اقل من 5 سنوات	9	25.7	25.7	25.7
من 5- 10 سنوات	8	22.9	22.9	48.6
اكثر من 10 سنوات	18	51.4	51.4	100.0
Total	35	100.0	100.0	

مستوى التحكم في الاعلام الالى

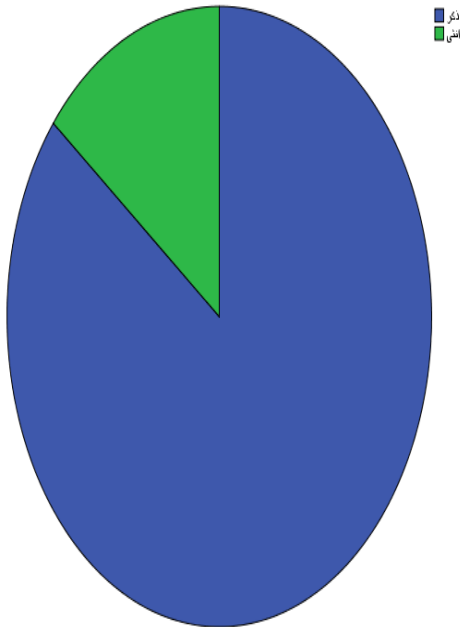
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ضعيف	2	5.7	5.7	5.7
متوسط	13	37.1	37.1	42.9
جيد	20	57.1	57.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

عدد الدورات التكوينية في المسار المهني

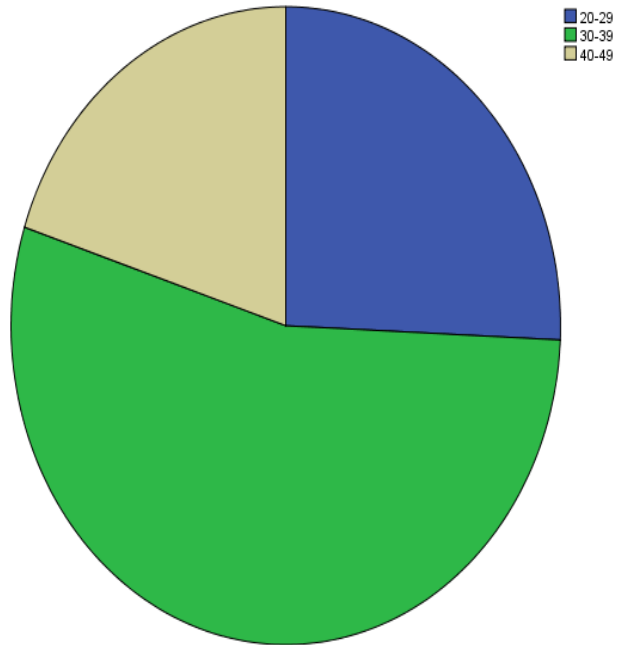
	Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid لم اتلقى دورة	11	31.4	31.4	31.4
دورة واحدة	7	20.0	20.0	51.4
دورتين	3	8.6	8.6	60.0
اكثر من دورتين	14	40.0	40.0	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Pie Chart

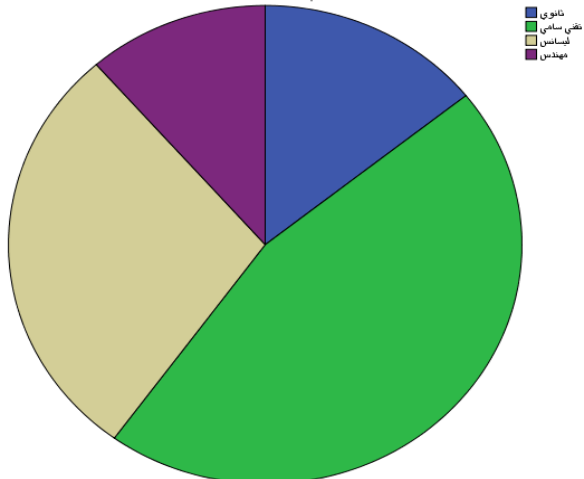
الجنس



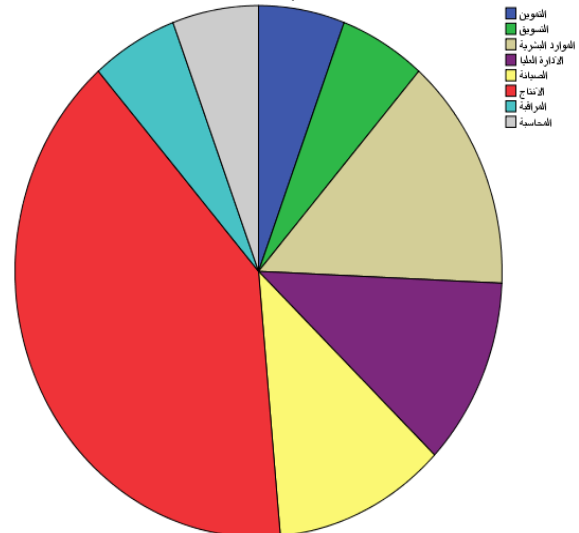
العمر



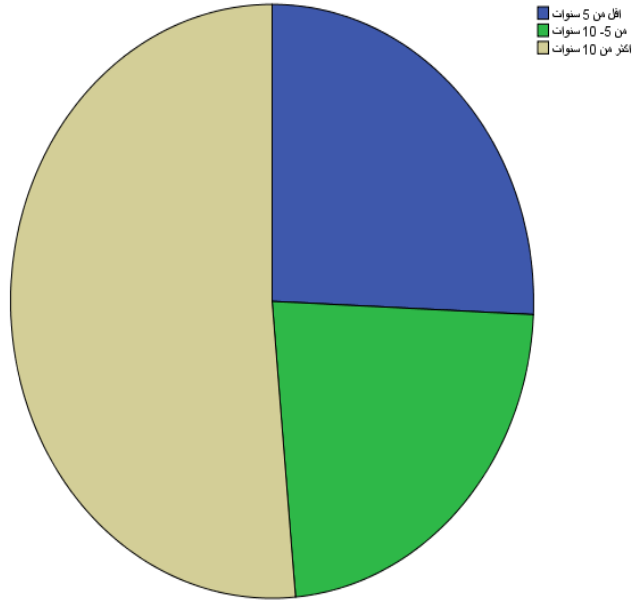
المؤهل العلمي



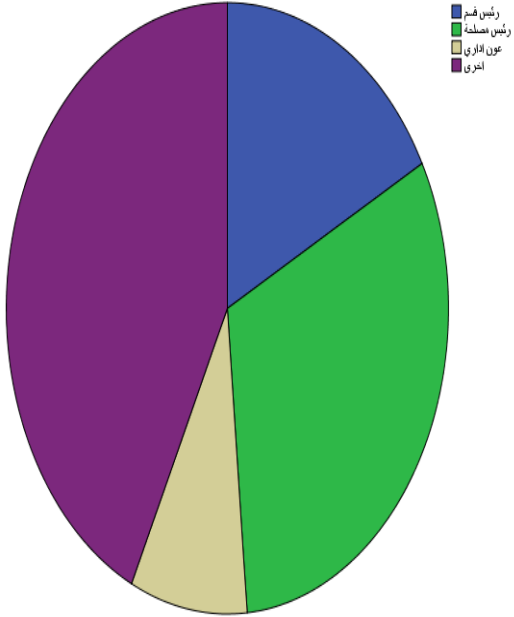
التخصص الوظيفي



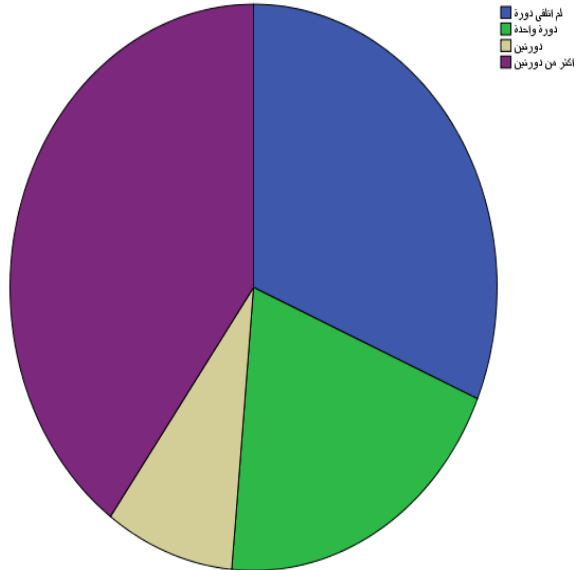
الخبرة المهنية



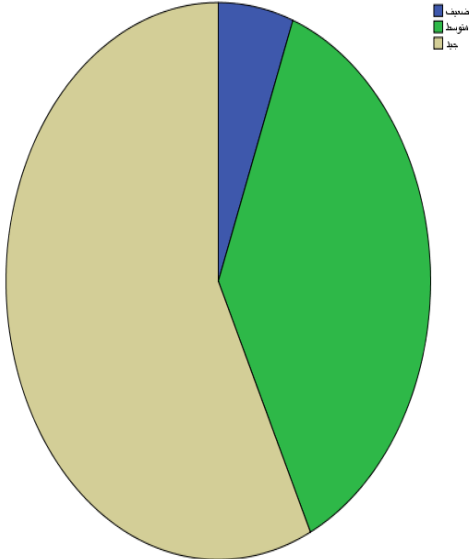
المستوى الوظيفي



عدد الدورات التكوينية في المسار المهني



مستوى التحكم في الاعلام الاتي



Frequency Table

تتوفر المؤسسة على عدد كاف من أجهزة الحاسوب.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	1	2.9	2.9	2.9
	موافق	24	68.6	68.6	71.4
	موافق بشدة	10	28.6	28.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

توفر الأجهزة المتواجدة بالمؤسسة معالجة سريعة ودقيقة للبيانات.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	1	2.9	2.9	2.9
	محايد	3	8.6	8.6	11.4
	موافق	24	68.6	68.6	80.0
	موافق بشدة	7	20.0	20.0	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

يتوفر لدى المؤسسة أحدث أجهزة الحاسوب.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	2	5.7	5.7	5.7
	محايد	2	5.7	5.7	11.4
	موافق	21	60.0	60.0	71.4
	موافق بشدة	10	28.6	28.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تستخدم المؤسسة آليات إنتاج رقمية.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	3	8.6	8.6	8.6
	موافق	22	62.9	62.9	71.4
	موافق بشدة	10	28.6	28.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

يتوفر لدى المؤسسة مختلف البرمجيات الحاسوبية اللازمة لتطبيقات الأعمال الإدارية.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
	محايد	2	5.7	5.7	8.6
	موافق	20	57.1	57.1	65.7
	موافق بشدة	12	34.3	34.3	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تستعين المؤسسة ببعض البرمجيات الجاهزة لأداء عملها.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	3	8.6	8.6	8.6
	موافق	23	65.7	65.7	74.3
	موافق بشدة	9	25.7	25.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

توفر المؤسسة جميع القواعد والإجراءات اللازمة لتشغيل البرمجيات التي يحتاجها العاملون.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
	محايد	4	11.4	11.4	14.3
	موافق	17	48.6	48.6	62.9
	موافق بشدة	13	37.1	37.1	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تهتم المؤسسة بالتطوير المستمر للبرامج المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	5	14.3	14.3	14.3
	محايد	5	14.3	14.3	28.6
	موافق	15	42.9	42.9	71.4
	موافق بشدة	10	28.6	28.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

توفر المؤسسة أنظمة الحماية الآلية المتطورة لحماية البيانات .

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	3	8.6	8.6	8.6
	محايد	7	20.0	20.0	28.6
	موافق	16	45.7	45.7	74.3
	موافق بشدة	9	25.7	25.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

قواعد البيانات المؤسسة توفر معلومات دقيقة وصحيحة وحديثة.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
	غير موافق	2	5.7	5.7	8.6
	محايد	6	17.1	17.1	25.7
	موافق	10	28.6	28.6	54.3
	موافق بشدة	16	45.7	45.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

قواعد البيانات المؤسسة توفر معلومات بطريقة مرتبة ومنطقية.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
	غير موافق	4	11.4	11.4	14.3
	محايد	3	8.6	8.6	22.9
	موافق	17	48.6	48.6	71.4
	موافق بشدة	10	28.6	28.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تستخدم قواعد بيانات المؤسسة لتزويد المديرين وإدارة المؤسسة بالمعلومات الهامة.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
	غير موافق	2	5.7	5.7	8.6
	محايد	3	8.6	8.6	17.1
	موافق	19	54.3	54.3	71.4
	موافق بشدة	10	28.6	28.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تساعد البيانات في عملية اتخاذ القرارات.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	2	5.7	5.7	5.7
	محايد	3	8.6	8.6	14.3
	موافق	21	60.0	60.0	74.3
	موافق بشدة	9	25.7	25.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تستخدم الشبكات في الربط والتنسيق بين أقسام المؤسسة.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	1	2.9	2.9	2.9
	محايد	3	8.6	8.6	11.4
	موافق	27	77.1	77.1	88.6
	موافق بشدة	4	11.4	11.4	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

يتم ربط الحواسيب الآلية الموجودة في مختلف المكاتب بالخادم server.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	2	5.7	5.7	5.7
	موافق	22	62.9	62.9	68.6
	موافق بشدة	11	31.4	31.4	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

يتم تبادل المعلومات والبيانات في المؤسسة بسهولة ما بين الأقسام من خلال وسائل الاتصال المتوفرة .

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
	محايد	4	11.4	11.4	14.3
	موافق	19	54.3	54.3	68.6
	موافق بشدة	11	31.4	31.4	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
	محايد	3	8.6	8.6	11.4
	موافق	25	71.4	71.4	82.9
	موافق بشدة	6	17.1	17.1	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

يوجد بالمؤسسة شبكة الانترنت.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
	غير موافق	2	5.7	5.7	8.6
	موافق	25	71.4	71.4	80.0
	موافق بشدة	7	20.0	20.0	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

يتوفر لدى المؤسسة موقع الكتروني على شبكة الانترنت.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	1	2.9	2.9	2.9
	محايد	1	2.9	2.9	5.7
	موافق	27	77.1	77.1	82.9
	موافق بشدة	6	17.1	17.1	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

يتم استخدام البريد الإلكتروني في مختلف التعاملات.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	2	5.7	5.7	5.7
	محايد	3	8.6	8.6	14.3
	موافق	20	57.1	57.1	71.4
	موافق بشدة	10	28.6	28.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

توظف المؤسسة أفراد ذوي كفاءات ومهارات من ذوي الاختصاص في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	2	5.7	5.7	5.7
	غير موافق	1	2.9	2.9	8.6
	محايد	4	11.4	11.4	20.0
	موافق	6	17.1	17.1	37.1
	موافق بشدة	22	62.9	62.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تنظم المؤسسة دورات تكوين مستمر لتنمية مهارات وقدرات العاملين في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	2	5.7	5.7	5.7
	غير موافق	10	28.6	28.6	34.3
	محايد	6	17.1	17.1	51.4
	موافق	4	11.4	11.4	62.9
	موافق بشدة	13	37.1	37.1	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تعمل المؤسسة على تشجيع المبادرات الإبداعية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	2	5.7	5.7	5.7
	غير موافق	9	25.7	25.7	31.4
	محايد	6	17.1	17.1	48.6
	موافق	7	20.0	20.0	68.6
	موافق بشدة	11	31.4	31.4	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تركز المؤسسة على تخفيض التكاليف باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإنتاج.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	5	14.3	14.3	14.3
	محايد	8	22.9	22.9	37.1
	موافق	13	37.1	37.1	74.3
	موافق بشدة	9	25.7	25.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التقليل من المواد الأولية المتلفة.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	2	5.7	5.7	5.7
	غير موافق	4	11.4	11.4	17.1
	محايد	5	14.3	14.3	31.4
	موافق	14	40.0	40.0	71.4
	موافق بشدة	10	28.6	28.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تخفيض كمية المخزون.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
	غير موافق	5	14.3	14.3	17.1
	محايد	5	14.3	14.3	31.4
	موافق	17	48.6	48.6	80.0
	موافق بشدة	7	20.0	20.0	100.0

يتم تبادل المعلومات والبيانات في المؤسسة بسهولة ما بين الأقسام من خلال وسائل الاتصال المتوفرة .

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
محايد	4	11.4	11.4	14.3
موافق	19	54.3	54.3	68.6
موافق بشدة	11	31.4	31.4	100.0
Total	35	100.0	100.0	

يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إنتاج منتجات ذات جودة عالية .

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
غير موافق	4	11.4	11.4	14.3
محايد	5	14.3	14.3	28.6
موافق	17	48.6	48.6	77.1
موافق بشدة	8	22.9	22.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبون.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.7	5.7	5.7
محايد	5	14.3	14.3	20.0
موافق	19	54.3	54.3	74.3
موافق بشدة	9	25.7	25.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعمليات الفحص والاهتمام .

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	5	14.3	14.3	14.3
محايد	3	8.6	8.6	22.9
موافق	20	57.1	57.1	80.0
موافق بشدة	7	20.0	20.0	100.0
Total	35	100.0	100.0	

التكنولوجيا المستخدمة بالمؤسسة تواكب تطور رغبات الزبون المتجددة.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	3	8.6	8.6	8.6
محايد	5	14.3	14.3	22.9
موافق	16	45.7	45.7	68.6
موافق بشدة	11	31.4	31.4	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تقوم المؤسسة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتطوير المنتج في عمليات التعبئة و التوضيب و التغليف وغيرها.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
غير موافق	2	5.7	5.7	8.6
محايد	5	14.3	14.3	22.9
موافق	19	54.3	54.3	77.1
موافق بشدة	8	22.9	22.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

ساهمت تكنولوجيا المعلومات في إبداع منتجات جديدة بالمؤسسة.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	2	5.7	5.7	5.7
غير موافق	2	5.7	5.7	11.4
محايد	6	17.1	17.1	28.6
موافق	20	57.1	57.1	85.7
موافق بشدة	5	14.3	14.3	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تساهم الانترنت في الحصول على زبائن وموردين جدد للمؤسسة.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	2	5.7	5.7	5.7
محايد	7	20.0	20.0	25.7
موافق	20	57.1	57.1	82.9
موافق بشدة	6	17.1	17.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تلتزم الشركة بتسليم المنتج بالكميات المطلوبة في الوقت المحدد والمتفق عليه.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
غير موافق	2	5.7	5.7	8.6
محايد	2	5.7	5.7	14.3
موافق	17	48.6	48.6	62.9
موافق بشدة	13	37.1	37.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقليص مدة دورة الإنتاج.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.7	5.7	5.7
محايد	8	22.9	22.9	28.6
موافق	14	40.0	40.0	68.6

موافق بشدة	11	31.4	31.4	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تعتمد المؤسسة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أسبقيتها لدخول منتجاتها إلى السوق.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	3	8.6	8.6	8.6
محاييد	6	17.1	17.1	25.7
موافق	14	40.0	40.0	65.7
موافق بشدة	12	34.3	34.3	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تعمل المؤسسة على التكيف والاستجابة مع الحاجات الفريدة لكل زبون ولكل سوق.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	1	2.9	2.9	2.9
غير موافق	7	20.0	20.0	22.9
محاييد	5	14.3	14.3	37.1
موافق	13	37.1	37.1	74.3
موافق بشدة	9	25.7	25.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاستجابة للتغيرات الكمية في الطلب على المنتج.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	5	14.3	14.3	14.3
محاييد	7	20.0	20.0	34.3
موافق	15	42.9	42.9	77.1
موافق بشدة	8	22.9	22.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال قاعدة تمكن من خلالها المؤسسة التكيف مع التغيرات في الظروف الخارجية لها.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	2	5.7	5.7	5.7
غير موافق	1	2.9	2.9	8.6
محاييد	8	22.9	22.9	31.4
موافق	15	42.9	42.9	74.3
موافق بشدة	9	25.7	25.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تتوفر المؤسسة على عدد كاف من أجهزة الحاسوب.	35	3	5	4.26	.505
توفر الأجهزة المتواجدة بالمؤسسة معالجة سريعة ودقيقة للبيانات.	35	2	5	4.06	.639
يتوفر لدى المؤسسة أحدث أجهزة الحاسوب.	35	2	5	4.11	.758
تستخدم المؤسسة أليات إنتاج رقمية.	35	3	5	4.20	.584

يتوفر لدى المؤسسة مختلف البرمجيات الحاسوبية اللازمة لتطبيقات الأعمال الإدارية.	35	1	5	4.20	.797
تستعين المؤسسة ببعض البرمجيات الجاهزة لأداء عملها.	35	3	5	4.17	.568
توفر المؤسسة جميع القواعد والإجراءات اللازمة لتشغيل البرمجيات التي يحتاجها العاملون.	35	1	5	4.17	.857
تهتم المؤسسة بالتطوير المستمر للبرامج المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.	35	2	5	3.86	1.004
توفر المؤسسة أنظمة الحماية الآلية المتطورة لحماية البيانات .	35	2	5	3.89	.900
قواعد البيانات المؤسسة توفر معلومات دقيقة وصحيحة وحديثة.	35	1	5	4.09	1.067
قواعد البيانات المؤسسة توفر معلومات بطريقة مرتبة ومنطقية.	35	1	5	3.89	1.051
تستخدم قواعد بيانات المؤسسة لتزويد المديرين وإدارة المؤسسة بالمعلومات الهامة.	35	1	5	4.00	.939
تساعد البيانات في عملية اتخاذ القرارات.	35	2	5	4.06	.765
تستخدم الشبكات في الربط والتنسيق بين أقسام المؤسسة.	35	2	5	3.97	.568
يتم ربط الحواسيب الآلية الموجودة في مختلف المكاتب بال خادم server.	35	3	5	4.26	.561
يتم تبادل المعلومات والبيانات في المؤسسة بسهولة ما بين الأقسام من خلال وسائل الاتصال المتوفرة .	35	1	5	4.11	.832
هناك شبكة لاسلكية انترنت للمؤسسة .	35	1	5	4.00	.728
يوجد بالمؤسسة شبكة الانترنت.	35	1	5	4.00	.840
يتوفر لدى المؤسسة موقع الكتروني على شبكة الانترنت.	35	2	5	4.09	.562
يتم استخدام البريد الإلكتروني في مختلف التعاملات.	35	2	5	4.09	.781
توظف المؤسسة أفراد ذوي كفاءات ومهارات من ذوي الاختصاص في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	35	1	5	4.29	1.152
تنظم المؤسسة دورات تكوين مستمر لتنمية مهارات وقدرات العاملين في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	35	1	5	3.46	1.400
تعمل المؤسسة على تشجيع المبادرات الإبداعية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	35	1	5	3.46	1.336
Valid N (listwise)	35				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تركز المؤسسة على تخفيض التكاليف باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإنتاج.	35	2	5	3.74	1.010
تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التقليل من المواد الأولية المتلفة.	35	1	5	3.74	1.172
تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تخفيض كمية المخزون.	35	1	5	3.69	1.051
يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إنتاج منتجات ذات جودة عالية .	35	1	5	3.77	1.031
تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبون.	35	2	5	4.00	.804
تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعمليات الفحص والاهتمام .	35	2	5	3.83	.923
التكنولوجيا المستخدمة بالمؤسسة تواكب تطور رغبات الزبون المتجددة.	35	2	5	4.00	.907
تقوم المؤسسة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتطوير المنتج في عمليات التعبئة و التوضيب و التغليف وغيرها.	35	1	5	3.89	.932
ساهمت تكنولوجيا المعلومات في إبداع منتجات جديدة بالمؤسسة.	35	1	5	3.69	.993
تساهم الانترنت في الحصول على زبائن وموردين جدد للمؤسسة.	35	1	5	3.80	.933
تلتزم الشركة بتسليم المنتج بالكميات المطلوبة في الوقت المحدد والمتفق عليه.	35	1	5	4.11	.963
تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقليص مدة دورة الإنتاج.	35	2	5	3.97	.891
تعتمد المؤسسة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أسبقيتها لدخول منتجاتها إلى السوق.	35	2	5	4.00	.939
تعمل المؤسسة على التكيف والاستجابة مع الحاجات الفريدة لكل زبون ولكل سوق.	35	1	5	3.63	1.165
تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاستجابة للتغيرات الكمية في الطلب على المنتج.	35	2	5	3.74	.980
توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال قاعدة تمكن من خلالها المؤسسة التكيف مع التغيرات في الظروف الخارجية لها.	35	1	5	3.80	1.052
Valid N (listwise)	35				

Reliabilit

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	23

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	39

eliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	16

		TIC
TIC	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	35
التكلفة	Pearson Correlation	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
الجودة	Pearson Correlation	.390*
	Sig. (2-tailed)	.020
	N	35
الابداع	Pearson Correlation	.456**
	Sig. (2-tailed)	.006
	N	35
التسليم	Pearson Correlation	.568**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
المرونة	Pearson Correlation	.321
	Sig. (2-tailed)	.060
	N	35
التنافسية	Pearson Correlation	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35

Correlations

		TIC	التكلفة	الجودة	الابداع	التسليم	المرونة	التنافسية
TIC	Pearson Correlation	1	.641**	.390*	.456**	.568**	.321	.583**
	Sig. (2-tailed)		.000	.020	.006	.000	.060	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35
التكلفة	Pearson Correlation	.641**	1	.389*	.513**	.665**	.255	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.002	.000	.139	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35
الجودة	Pearson Correlation	.390*	.389*	1	.829**	.664**	.637**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.020	.021		.000	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35
الابداع	Pearson Correlation	.456**	.513**	.829**	1	.621**	.658**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.006	.002	.000		.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35
التسليم	Pearson Correlation	.568**	.665**	.664**	.621**	1	.474**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.004	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35
المرونة	Pearson Correlation	.321	.255	.637**	.658**	.474**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.060	.139	.000	.000	.004		.000
	N	35	35	35	35	35	35	35
التنافسية	Pearson Correlation	.583**	.693**	.866**	.905**	.825**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).