



الموضوع

دور تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحقيق

الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية

- دراسة حالة شركة الإسمنت عين التوتة S' CIMAT فرع بسكرة -

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: إقتصاد وتسيير المؤسسات

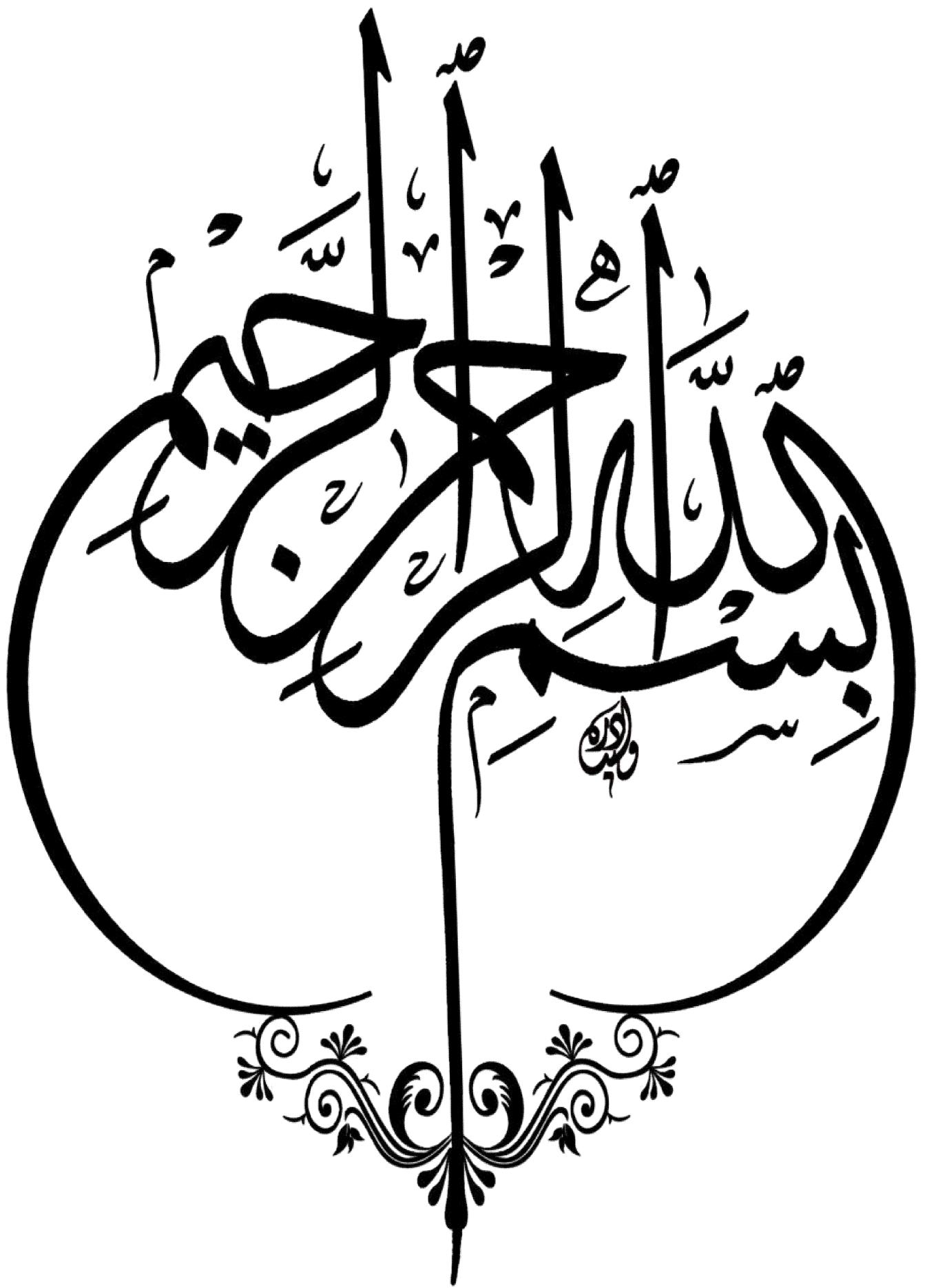
الأستاذ المشرف:

* حمريط رشيد

إعداد الطالبة:

■ نوري هاجر

السنة الجامعية: 2018-2019



آية قرآنية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى :

"وقل أعملوا فسيرى الله عملكم ووالؤمنون"

صدق الله العظيم .

شكر و عرفان:

قال رسول الله صلى الله عليه و سلم « من لم يشكر الناس لم يشكر الله »

صدق رسول الله صلى الله عليه و سلم.

الحمد لله على إحسانه و الشكر له على توفيقه و إمتنانه و نشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له تعظيماً لشأنه و نشهد أن سيدنا و نبينا محمد عبده و رسوله الداعي إلى رضوانه صلى الله عليه و على آله و أصحابه و أتباعه و سلم .

بعد شكر الله سبحانه و تعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا البحث المتواضع أتقدم بجزيل الشكر إلى الوالدين العزيزين الذين أعانوني و شجعوني على الإستمرار في مسيرة العلم و النجاح و إكمال الدراسة الجامعية و البحث .

كما أتوجه بالشكر الأستاذ المحترم "حمريط رشيد" الذي شرفني بإشرافه على مذكرة بحثي ول توجيهاته العلمية التي لا تقدر بثمن و الي ساهمت بشكل كبير في إتمام و إستكمال هذا العمل .

إلى كل أساتذة قسم العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و أخص بالذكر الدكتور الفاضل "شنشونة محمد" .

كما أتقدم بشكر الخاص إلى الدكتور "بوزاهر نسرين" على مساعدتها لي وعلى مختلف التوجيهات والإرشادات التي قدمتها لي .

كما أتوجه بخالص شكري و تقديري إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد على إنجاز و إتمام هذا العمل .

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الذين تكرموا و تفضلوا بقراءة هذه المذكرة و تحملوا عناء مناقشتها و تقييمها و تقويمها و تصويب ما بدا من أخطاء و هفوات.

" رب اوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي و على والدي و أن أعمل صالحا ترضاه و أدخلني برحمتك في عبادك الصالحين "

الطالبة : نوارى هاجر .

الإهداء

أحمد الله عز وجل على منه و عونه لإتمام هذا البحث .

إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له آماله إلى من كان يدفعني قدما نحو الأمام لنيل
المبتغى إلى الإنسان الذي إمتلك الإنسانية بكل قوة إلى الذي سهر على تعليمي بتضحيات
جسام مترجمة في تقديسه للعلم أبي الغالي على قلبي أطال الله في عمره .

إلى التي وهبت فلذة كبدها كل العطاء و الحنان إلى التي صبرت على كل شيء التي رعتني حق
الرعاية و كانت سندي في الشدائد و كانت دعواها لي بالتوفيق تتبعني خطوة خطوة الى نبع
الحنان أمي حفظها الله لي من كل شر .

و إلى جدتي حفظها الله لنا وأدامها تاج فوق رؤسنا .

إلهم أهدي هذا العمل المتواضع لكي أدخل على قلوبهم شيئاً من السعادة إلى إخوتي تقي الدين
و محمد أيوب و أخواتي حورية و روميسة الذين تقاسمو ا معي عبء الحياة .

إلى صلة الرحم التي سيسألني عنها ربي يوم القيامة أهلي وأقاربي وكل من يحبني .

إلى التي منحني الثقة في نفسي وكانت الأخت الكبرى بالنسبة لي أسماء حفظك الله لي .

إلى من عانقت روحي روحها و إمتزجت بها وتلونت حياتي بوجودها إلى من دعمتني بكل ما
أتيت من قوة إلى من سارت معي الرحلة دون تعب يامن قدمتي العطاء ولم تنتظري الجميل
إلى من ملمت أحزاني بين فترة وأخرى ... إلى من أشعرتني بأنني لست وحيدة صديقتي دنيا
سرغيني .

إلى من جمعني بهم لقاء حدث فيه التعارف فكانت ألفة .. إلى من سعدت بمصادقتهم

وخشيت أن أفقدهم صديقاتي وإخواتي اللواتي جمعتنا الدنيا : ريهام,هاجر,إكرام,ريما

البربرية,حنان,سارة .

إلى من حمهم يجري في عروقي صديقاتي : أشواق,إيمان,عايشة حنان,شيماء,حبيبة,فاطيمة

إلى الذين شاركوني مشواري الدراسي زميلاتي وزملائي قسم العلوم الإقتصادية وأخص

بالذكر: إنصاف, بشرة ,حفيظة ,ليندة ,منار,موني ,امينة ,فاطمة .

إلى من يسعهم القلب ولم تسعهم الورقة , إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل .

الطالبة : نوارى هاجر.

ملخص الدراسة :

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية
-دراسة حالة المجمع الصناعي للإسمنت عين التوتة S' CIMAT وحدة بسكرة .

ملخص بالعربية :

ضمن المتطلبات الحديثة و انفتاح الأسواق برزت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و أضحت ضرورة لعمل المؤسسات و ريادتها ولهذا حددنا من خلال دراستنا تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمكوناتها الخمسة التي تمثلت في (المكونات المادية ،الأفراد، البرمجيات، قواعد البيانات ، الشبكات) كما تحددت الميزة التنافسية بأربعة أبعاد (جودة الخدمات، السيطرة على الأسواق، الإبداع والتطوير، كفاءة العمليات).
و من خلال بحثنا حاولنا الإجابة على الإشكالية المطروحة :

❖ فيما يتمثل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل تحقيق الميزة التنافسية داخل المؤسسة الاقتصادية ؟

و انطلاقا من هذه الإشكالية وجدنا أنه :

- ✓ يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق جودة الخدمات
 - ✓ يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق السيطرة على الأسواق.
 - ✓ يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الإبداع والتطوير .
 - ✓ يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق كفاءة العمليات.
- وفي الأخير توصلنا إلى :

❖ وجود دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة في تحقيق ميزة تنافسية بالمجمع الصناعي للإسمنت .

الكلمات المفتاحية : تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الميزة التنافسية، جودة الخدمات، السيطرة على الأسواق، الإبداع والتطوير، كفاءة العمليات، المجمع الصناعي للإسمنت عين التوتة S' CIMAT .

English summary:

Among the modern requirements and the opening up of the markets emerged information technology and communication And became a necessity for the work of institutions and lead Therefore, during our study, we identified information and communication technology (ICT) with its five components (physical components, individuals, software, databases, networks) and four-dimensional competitive advantage (quality of services, market control, innovation and development, efficiency of operations).

And through our research we tried to answer the problem posed:

- ❖ What is the role of information and communication technology in order to achieve competitive advantage within the economic institution?

Based on this problem we found that:

- ❖ There is a significant statistical significance for information and communication technology in achieving the quality of services
- ❖ There is a statistically significant role of information and communication technology in achieving market dominance.
- ❖ There is a significant statistical role for ICT in achieving innovation and development.
- ❖ There is a significant statistical significance for information and communication technology in achieving the efficiency of operations

Finally, we reached:

- ❖ The existence of a significant role of statistical significance of information and communication technology in different dimensions in achieving a competitive advantage in the industrial complex of cement.

Keywords: Information and Communication Technology, Competitive Advantage, Quality of Service, Market Control, Innovation and Development, Process Efficiency, S'CIMAT Cement Industrial Complex.

فهرس المحتويات

| الصفحة | الموضوع |
|--|---|
| | البسمة |
| | آية من كتاب الله |
| | شكر والتقدير |
| | الإهداء |
| | المخلص باللغة العربية |
| | المخلص باللغة الانجليزية |
| | فهرس المحتويات |
| | قائمة الجداول |
| | قائمة الاشكال |
| أ- و | مقدمة |
| الفصل الأول: الإطار العام للدراسة : | |
| 1 | تمهيد : |
| 21 - 2 | المبحث الأول : الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والإتصال . |
| 11 - 2 | المطلب الأول : مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والإتصال . |
| 7-2 | 1. مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والإتصال . |
| 10-7 | 2. مفهوم تكنولوجيا المعلومات والإتصال . |
| 11-10 | 3. أهمية تكنولوجيا المعلومات والإتصال . |
| 12 - 11 | المطلب الثاني : مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والإتصال و أهدافها . |

| | |
|---------|---|
| 11 | 1. مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال . |
| 12 | 2. أهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال . |
| 16 – 13 | المطلب الثالث : البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصائصها . |
| 15 – 13 | 1. مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال . |
| 16 | 2. خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال . |
| 21 – 17 | المطلب الرابع : تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات . |
| 17 | 1. مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال . |
| 18 | 2. تحديات تكنولوجيا المعلومات والاتصال . |
| 21 – 18 | 3. آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال . |
| 40 – 22 | المبحث الثاني : مفاهيم عامة حول الميزة التنافسية . |
| 30 – 22 | المطلب الأول تحليل الميزة التنافسية . |
| 25 – 21 | 1. المنافسة و التنافسية . |
| 28 – 26 | 2. تحليل البيئة التنافسية و قوى التنافس . |
| 31 – 28 | 3. مفهوم الميزة التنافسية . |
| 33 – 31 | المطلب الثاني : أساسيات الميزة التنافسية . |
| 31 | 1. أهمية الميزة التنافسية . |
| 32 | 2. خصائص الميزة التنافسية . |
| 33 | 3. أنواع الميزة التنافسية . |
| 39 – 33 | المطلب الثالث : بناء و تطوير الميزة التنافسية . |
| 34 – 33 | 1. أبعاد الميزة التنافسية . |
| 37 – 35 | 2. مصادر الميزة التنافسية . |
| 39 – 37 | 3. محددات الميزة التنافسية . |

| | |
|--|---|
| 40 – 39 | المطلب الرابع : تقييم الميزة التنافسية . |
| 39 | 1. معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية . |
| 40 | 2. معوقات الميزة التنافسية . |
| 46 – 41 | المبحث الثالث : بناء الميزة التنافسية من خلال تطوير تكنولوجيا المعلومات والإتصال في المؤسسة . |
| 43 – 41 | المطلب الأول : مستويات تأثير تكنولوجيا المعلومات والإتصال . |
| 41 | 1. على مستوى الصناعة . |
| 42 | 2. على مستوى المؤسسة . |
| 43 | 3. على مستوى الإستراتيجية . |
| 44 | المطلب الثاني : علاقة تكنولوجيا المعلومات والإتصال مع المؤسسة . |
| 46 – 44 | المطلب الثالث : أثر تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في إكتساب الميزة التنافسية . |
| 45-44 | 1. دور إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال على أبعاد الميزة التنافسية . |
| 46 | 2. تكنولوجيا المعلومات والإتصال كأداة لتحقيق الميزة التنافسية . |
| 47 | خلاصة الفصل . |
| الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الإسمنت عين التوتة S' CIMAT وحدة بسكرة | |
| 47 | تمهيد : |
| 50 – 48 | المبحث الأول : التعريف بالمؤسسة محل الدراسة . |
| 48 | المطلب الأول : تقديم شركة الإسمنت عين التوتة S' CIMAT وطبيعة عملها . |
| 49 – 48 | 1. تقديم شركة الإسمنت عين التوتة S' CIMAT . |
| 50 – 49 | 2. طبيعة نشاط الشركة . |
| 51 – 50 | المطلب الثاني : الأهمية الإقتصادية للشركة وأهدافها . |
| 50 | 1. الأهمية الإقتصادية للشركة . |
| 51 | 2. أهداف الشركة . |

| | |
|---------|---|
| 52 – 51 | المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي للشركة . |
| 55 | المطلب الرابع : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الإسمنت عين التوتة . |
| 55 | 1. دور إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات لشركة الإسمنت عين التوتة . |
| 55 | 2. دور إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السيطرة على الأسواق لشركة الإسمنت عين التوتة . |
| 55 | 3. دور إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإبداع والتطوير لشركة الإسمنت عين التوتة . |
| 55 | 4. دور إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق كفاءة العمليات لشركة الإسمنت عين التوتة . |
| 59 – 56 | المبحث الثاني : الإطار المنهجي للدراسة . |
| 56 | المطلب الأول : مجالات ومتغيرات الدراسة . |
| 56 | 1. مجالات الدراسة . |
| 56 | 2. متغيرات الدراسة . |
| 57 | المطلب الثاني : العينة وكيفية إختيارها . |
| 59 – 57 | المطلب الثالث : أدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة . |
| 58 – 57 | 1. أدوات وتقنيات جمع البيانات المستخدمة في الدراسة . |
| 59 | 2. الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات . |
| 60 | المطلب الرابع : ثبات وصدق أداة الدراسة . |
| 81 – 61 | المبحث الثالث : عرض وتحليل نتائج الدراسة وإختبار الفرضيات . |
| 62 – 61 | المطلب الأول : إختبار التوزيع الطبيعي . |
| 71 – 62 | المطلب الثاني : تحليل وتفسير البيانات |
| 65 – 62 | 1. تحليل و تفسير البيانات الشخصية . |
| 71 – 65 | 2. تحليل عبارات أبعاد الدراسة . |

| | |
|---------|---|
| 74 – 73 | المطلب الثالث : طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة . |
| 81 – 75 | المطلب الرابع : إختبار فرضيات الدراسة . |
| 82 | خلاصة الفصل |
| 83 | خاتمة |
| 86 | قائمة المراجع |
| 90 – 86 | 1. المراجع العربية |
| 91 | 2. المراجع الأجنبية |
| 92 | قائمة الملاحق |

فهرس الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول | رقم الجدول |
|---------|--|---------------|
| 58 | مقياس ليكارت الخماسي | جدول رقم 1 |
| 59 | معامل ثبات و صدق الإستمارة (ألفا كرونباخ) . | جدول رقم 2 |
| 60 | اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار One Sample Kolmogorov- Smirnov) | جدول رقم 3 |
| 62 | الخصائص العامة لعينة الدراسة | جدول رقم 4 |
| 66 - 65 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاه آراء المبحوثين حول أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال. | جدول رقم 5 |
| 70 - 69 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاه آراء المبحوثين حول أبعاد الميزة التنافسية. | جدول رقم 6 |
| 72 | يوضح مصفوفة الارتباط بين مكونات تكنولوجيا المعلومات والإتصال و تحقيق الميزة التنافسية. | جدول رقم 7 |
| 75 | يوضح الإنحدار المتدرج لبعء جودة الخدمات مع البرمجيات والشبكات . | جدول رقم 8-1 |
| 75 | يوضح نتيجة تحليل الإنحدار المتدرج | جدول رقم 8-2 |
| 76 | يوضح الإنحدار المتدرج لبعء السيطرة على السوق مع قواعد البيانات . | جدول رقم 9-1 |
| 76 | يوضح نتيجة تحليل الإنحدار المتدرج | جدول رقم 9-2 |
| 77 | يوضح الإنحدار المتدرج لبعء الإبداع والتطوير مع قواعد البيانات . | جدول رقم 10-1 |
| 77 | يوضح نتيجة تحليل الإنحدار المتدرج | جدول رقم 10-2 |
| 78 | يوضح الإنحدار المتدرج لبعء كفاءة العمليات مع البرمجيات | جدول رقم 11-1 |
| 78 | يوضح نتيجة تحليل الإنحدار المتدرج | جدول رقم 11-2 |
| 79 | يوضح الإنحدار المتدرج لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مع الميزة التنافسية. | جدول رقم 12-1 |
| 79 | يوضح نتيجة تحليل الإنحدار المتدرج | جدول رقم 12-2 |

فهرس الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل | رقم الشكل |
|--------|---|------------|
| 5 | العلاقة بين البيانات , المعلومات والمعرفة . | شكل رقم 1 |
| 5 | أنواع المعلومات المقدمة للمؤسسة | شكل رقم 2 |
| 15 | مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال | شكل رقم 3 |
| 26 | نموذج قوى التنافس الخمسة ليورتر . | شكل رقم 4 |
| 34 | الأبعاد الثلاثة للجودة . | شكل رقم 5 |
| 36 | مصادر الميزة التنافسية . | شكل رقم 6 |
| 37 | دورة حياة الميزة التنافسية | شكل رقم 7 |
| 43 | شكل و أبعاد علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع المؤسسة | شكل رقم 8 |
| 50 | الهيكل التنظيمي لمديرية الوحدة | شكل رقم 9 |
| 51 | الهيكل التنظيمي لمصلحة الموارد البشرية و المنازعات | شكل رقم 10 |
| 51 | الهيكل التنظيمي لمصلحة المالية . | شكل رقم 11 |
| 53 | الهيكل التنظيمي لشركة الإسمنت S' CIMAT | شكل رقم 12 |
| 61 | طبيعة العلاقة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال . | شكل رقم 13 |
| 61 | يوضح طبيعة العلاقة للميزة التنافسية . | شكل رقم 14 |
| 63 | الدائرة النسبية لأفراد العينة حسب الجنس | شكل رقم 15 |
| 63 | الدائرة النسبية لأفراد العينة حسب السن | شكل رقم 16 |
| 64 | الدائرة النسبية لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي | شكل رقم 17 |
| 64 | الدائرة النسبية لأفراد العينة حسب الأقدمية المهنية (الخبرة) | شكل رقم 18 |

مقدمة

يشهد العالم اليوم موجة من التطورات والتحولات العديدة في مختلف ميادين الحياة الاجتماعية والإقتصادية والثقافية والسياسية فقد باتت البشرية في وقتنا الحاضر عالم متغير عالم يختلف كثيرا عما كان من قبل انه عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتقدمة والفائقة العالم الذي يتجه نحو التكتلات المعلوماتية ونحو شبكات الاتصال بعيدة المدى تقدم المعلومات وتتيح الاتصالات عبر سطح الكرة الأرضية كلها فقد أصبحت هذه التكنولوجيا من أهم المدخلات الخاصة بالعملية الإنتاجية وانطلاقا من هنا تحول الإقتصاد من الإقتصاد الصناعي الى الإقتصاد الرقمي المبني على أساس الأجهزة والمعدات الرقمية الحديثة وهذه الأخيرة ساعدت على إحداث نقلة حضارية كبيرة ولم تعد هناك حواجز مكانية أو زمانية بين أفراد المجتمع الواحد أو بين أفراد مجتمعات أخرى وأصبح بذلك العالم قرية إلكترونية صغيرة يستطيع الفرد التجول فيها والتعرف إلى كل ما فيها. لذلك فإن التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها في المجالات المختلفة يعتبر أهم ما يميز العقود الأخيرة من القرن الماضي وبداية القرن الحديث ولقد أحدثت المعلومات من خلال التطورات الالكترونية ثورة في الإقتصاد العالمي لاسيما في الدول المتقدمة ويعود الفضل في ذلك إلى تراكم المعرفة ووسائل الحصول عليها وطرق تداولها بحيث أصبحت المعلومات هي المورد الأكثر أهمية وفائدة للمؤسسات وتعتمد عليها من أجل الحصول على الميزة التنافسية .

إن التغير السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السنوات الأخيرة أدى إلى تغيرات ثورية وجذرية في معالجة وتوزيع البيانات مع إحداث تأثيرات كبيرة على الإنتاج والخدمات والقيم الثقافية والتنمية الاقتصادية والمجتمع ككل.

وبناء على ما سبق فعلى المؤسسة أن تضع نظام تكنولوجيا فعال وذلك من أجل جلب و اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين ومن خلال استحوادها على جزء معتبر من السوق مما يضمن لها البقاء والاستمرار ومن هنا تكتسب المؤسسة ميزة تنافسية وتصبح متفوقة عن منافسيها.

و إذ ترتبط الميزة التنافسية من جهة بتحقيق الكفاءة من خلال الإنتاجية العالية والتي تكون ذات علاقة بتكاليف المدخلات اللازمة لإنتاج مخرجات معينة ومن جهة أخرى بالجودة العالية التي من شأنها أن تساعد على تكوين سمعة جيدة للمؤسسة من خلال ما تحققه المنتجات والخدمات من قبول لدى الزبائن ومن جهة ثالثة ترتبط بالإبداع الذي يتحقق من خلال العمل بأسلوب جديد ومختلف عن المنافسين وهذا الاختلاف والتميز يعتمد على المعرفة الدقيقة لوضع المنافسين وهو ما لا يمكن الوصول إليه بالاعتماد على الطرق التقليدية في نقل المعلومات وتداولها وانما يتطلب تكنولوجيا عالية ومتطورة للحصول على المعلومة واستغلالها.

و المؤسسة الجزائرية على غرار المؤسسات في باقي دول العالم لا يمكنها البقاء على الهامش دون أن تتأثر بهذه التطورات إذ هي مجبرة على مراعتها والتفاعل معها وقد ظهر ذلك مؤخرا حيث عرفت المؤسسات في الجزائر تطورا وانتعاشا عند إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسساتها من أجل أن تكون في مضمار المنافسة ويستوجب ذلك استخدامها أفضل الموارد والأدوات لتحقيق ميزة تنافسية تتسم بالإستدامة وتجديد صورة وأداء المؤسسات الجزائرية التي تميزت غالبا بعدم الكفاءة والفعالية .

وعليه جاء هذا البحث متناولاً أهمية وجودة المعلومات باعتبارها مورد رئيسي للمؤسسات ومع تكنولوجيا متطورة تصبح المعلومة سلاح تنافسي استراتيجي في يد المؤسسة ولتحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية من خلال دراسة حالة شركة الإسمنت عين التوتة S' CIMAT . ومن هذا المنطلق يمكن طرح الإشكالية على النحو الآتي :

1. الإشكالية الرئيسية :

❖ فيما يتمثل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل تحقيق الميزة التنافسية داخل المؤسسة الاقتصادية ؟

من خلال هذا التساؤل تتفرع لنا مجموعة من الأسئلة الجزئية كما يلي:

- ✓ ما هي تكنولوجيا المعلومات والاتصال وما تأثيراتها داخل المؤسسة ؟
 - ✓ فيما تتمثل الميزة التنافسية وماهي أهم الإستراتيجيات المتبعة ؟
 - ✓ هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الميزة التنافسية ؟
 - ✓ ما هو واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب المؤسسات ميزة تنافسية ؟
2. فرضيات الدراسة :

و كإجابات مبدئية لإشكالية البحث و استناداً على التساؤلات المطروحة وضعنا مجموعة من الفرضيات التي سنحاول خلال دراستنا التحقق من مدى صحتها أو خطئها وإستخلاص النتائج والتوصيات منها و هي كما يلي:

1. الفرضية الرئيسية : يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة في تحقيق ميزة تنافسية للشركة محل الدراسة.

ويندرج تحت هذه الفرضية الرئيسة مجموعة من الفرضيات الفرعية وضعت على النحو التالي:

- ✓ الفرضية الفرعية الأولى : يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق جودة الخدمات .
- ✓ الفرضية الفرعية الثانية : يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق السيطرة على الأسواق.
- ✓ الفرضية الفرعية الثالثة : يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الإبداع والتطوير.
- ✓ الفرضية الفرعية الرابعة : يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق كفاءة العمليات.

3. أهمية الدراسة :

تتمحور أهمية الدراسة في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال حيث تمثل مصدرا رئيسيا لتغذية مختلف عمليات وأنشطة المؤسسة بالمعلومات التي تمكنها من جمع، وتخزين، وتبويب، وتحليل المعلومات، ونشرها، والاستفادة منها وفق أسس علمية موضوعية و ذلك لمواجهة التحديات المتلاحقة، و توفير الوقت والجهد، وتحسين جودة الخدمات، وامتلاك ميزة تنافسية .

إذ جاءت هذه الدراسة لإظهار دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق المزايا التنافسية للمؤسسة، وعدم مراقبة أداء الآخرين لتقليدها، و إنما السعي إلى الريادة، والتعرف على كل ما هو جديد لتحقيق الأسبقية، والبقاء، والنمو، و الاستمرارية في تسير أعمالها .

4. أهداف الدراسة :

يمكن أن تتلخص الأهداف فيما يلي:

- ✓ تحديد مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و إبراز أهميتها و دورها في المؤسسات .
- ✓ تحديد مفهوم الميزة التنافسية و أهم مصادرها و أنواعها.
- ✓ إظهار مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية.
- ✓ انعكاس تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية مصنع الاسمنت .

5. أسباب اختيار الموضوع:

- ✓ تعاضد دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الذي رسخ منظومة قيم جديدة مما دعانا للاستفادة منها و توظيفها بالشكل المناسب .
- ✓ أهمية الموضوع و دوره بالنسبة للمؤسسات لكسب ميزة تنافسية و الاستمرارية في النشاط.
- ✓ تسليط الضوء على أهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الاقتصادية بحيث تساعدها بتشغيل الموارد و إنتاجها مما يفيد في اتخاذ قرارات أكثر فاعلية بما يتعلق بالميزة التنافسية خاصة إذا ما تم تحقيق الكفاءة والفعالية في استخدام هذه التكنولوجيا.

6. منهجية البحث :

سنتطرق الى منهج البحث وكذا الوسائل المستخدمة في هذه الدراسة .

(أ) منهج البحث :

إن مناهج البحث الاجتماعي تختلف باختلاف مواضيع الدراسة وباختلاف المشاكل المراد دراستها ولكي يستطيع الباحث دراسة موضوع ما لابد له من إتباع منهج معين فالمنهج هو عبارة عن الطريقة التي يتبعها الباحث في

دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة كذلك هو أسلوب للوصول إلى الحقائق العلمية في أي علم من العلوم حيث أن أساليب المنهج العلمي تتعدد بتعدد العلوم و للإجابة على إشكالية البحث و لإثبات مدى صحة الفرضيات أو عدمها إعتدنا في هذه الدراسة على أكثر مناهج البحث العلمي استخداما وهو المنهج الوصفي التحليلي وذلك يعود إلى أن إشكالية الدراسة وفرضياتها تتماشى مع هذا المنهج الذي يسمح بجمع البيانات عن الظاهرة وذلك بغية جمع مختلف المفاهيم والبيانات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال والميزة التنافسية ومحاولة ربط هذه المفاهيم لتوضيح دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية أما في الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا على منهج دراسة الحالة من أجل تدعيم الدراسة النظرية وتطبيقها على إحدى المؤسسات والتي تمثلت في شركة الإسمنت عين التوتة أو المجمع الصناعي للإسمنت عين التوتة .

ب) الوسائل المستعملة :

فيما يخص الوسائل والأدوات التي تساعدنا على بلوغ هدفنا تم الاستعانة إلى مختلف الكتب , المذكرات المجلات و الملتقيات و ذلك لبلورة الإطار النظري أما في الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا على المقابلات الشخصية من أجل الحصول على المعلومات المتعلقة بالموضوع بهدف كشف العلاقة بين المتغيرين الواردين إلى جانب بعض الطرق الإحصائية التي تسمح بالتحليل والقياس (spss , ألفا كرونباخ , المتوسط الحسابي ... الخ).

7. هيكل الدراسة :

من أجل الإلمام و الإحاطة بجوانب الموضوع و الإجابة على إشكالية البحث كان لابد من تقسيم البحث إلى فصلين بداية بالمقدمة واخيرا الخاتمة .

- ✓ مقدمة تناولنا فيها تمهيد عام لموضوع الدراسة .
- ✓ الفصل الأول الإطار المفاهيمي لكل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال والميزة التنافسية و الذي قسم إلى ثلاثة مباحث ، ففي المبحث الأول تم التطرق إلى الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تعريف المصطلحات ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ومعرفة أنواعها و أثارها أما المبحث الثاني وهو عرض شامل ووافي للميزة التنافسية من خلال توضيح مفاهيمها، خصائصها ومصادرها ،أما المبحث الثالث الذي تضمن الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية وتبيان تأثيراتها على مستويات مختلفة .
- ✓ أما الفصل الثاني عبارة عن دراسة حالة شركة الإسمنت عين التوتة S' CIMAT ومعرفة واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحقيق التميز لهذه الشركة .

8. الدراسات السابقة :

❖ دراسة ل" سمدالي يحضية "

أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية ، بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر ، سنة 2005، تحت عنوان أثر التسيير الإستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مدخل الجودة والمعرفة حيث طرح إشكالية هل يمكن للتسيير الإستراتيجي للموارد البشرية من خلال تسيير وتنمية الكفاءات، وتسيير المعرفة، وتسيير الجودة الشاملة، أن يؤثر في الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية وتوصل إلى ضرورة اعتماد المؤسسة لنظام التسيير الإستراتيجي والمعرفة والجودة، لتتكيف وتواكب التحولات التنافسية المتسارعة.

❖ دراسة ل"خلود عاصم ومحمد إبراهيم"

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساتها على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العراق، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013 ، مقال لخص فيه الباحثان النتائج المتحصل عليها من الدراسة الميدانية في الكليات الأهلية في العراق، حيث تم التوصل في هذه الدراسة إلى أن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إعداد وتوصيل المعلومات يسهم في تحسين جودة المعلومات وأن جودة المعلومات تساهم في ترشيد القرارات الاستثمارية التي تحقق التنمية الاقتصادية.

❖ دراسة ل" ميهوب سماح "

بعنوان **اثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الأداء التجاري و المالي للمصارف الفرنسية - حالة**

نشاط البنك عن بعد هدفت الدراسة إلى التعرف على مقومات النشاط المصرفي من خلال تبني تكنولوجيا المعلومات وإبراز الأسباب ودوافع الاعتماد على التطورات التكنولوجية من طرف المصارف وكذا اثر استخدام هذه التكنولوجيا على النشاط البنكي ، ولقد توصلت الباحثة أن المصارف تهدف من خلال استخدامها المستمر لتكنولوجيا المعلومات إلى تحقيق هدفين احدهما في المدى القصير ومتمثل في تحسين الأداء التجاري من خلال تحسين جودة الخدمة المصرفية وتخفيض التكاليف ، و الآخر على المدى الطويل وهو انعكاس ذلك على ربحية المصرف ومن ثم على العائد على حقوق الملكية الذي يعتبر الهدف الاستراتيجي لأي نشاط مصرفي.

❖ دراسة ل"عطا السرحان "

و عنوانها " دور الابتكار والإبداع التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية " وكان الغرض من الدراسة تطوير نموذج يسعى إلى بيان الدور المؤثر الذي يمكن أن يؤديه الابتكار والإبداع التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية، وذلك من خلال الابتكار والإبداع في الخدمات والمنتجات المصرفية وفي الأسعار والترويج والتوزيع وكذلك بيان دور وعي الإدارة العليا بأهمية الابتكار والإبداع ومدى دعمها للتوجه نحو هذا المفهوم وتشجيع العاملين على الابتكار والإبداع كما هدفت الدراسة إلي بيان دور توافر المعلومات التسويقية في تحقيق الابتكار والإبداع التسويقي وما يمكن أن توفره هذه المعلومات من قدرة على اتخاذ القرارات الصائبة والمتعلقة بالابتكار والإبداع التسويقي.

❖ دراسة ل"الشيشاني عامر "

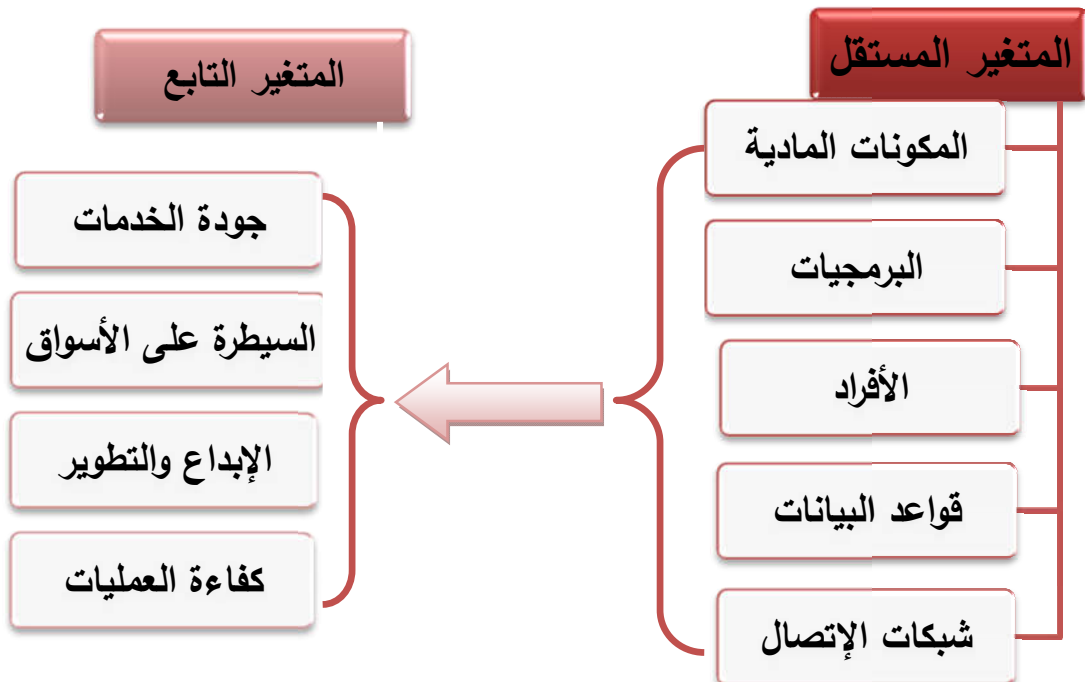
والتي كانت تحت عنوان " أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتطورة في اكتساب ميزة تنافسية، دراسة ميدانية على الشركة الأردنية للاتصالات الخلوية موبايلكم."

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتطورة في اكتساب ميزة تنافسية وقد تمت هذه الدراسة على الشركة الأردنية للاتصالات الخلوية موبايلكم حيث اهتمت الدراسة بمجموعة من المتغيرات وهي (اكتساب المنظمة لميزة تنافسية، وتحسين أداء العاملين، ورفع مستوى الخدمات المقدمة للعملاء، وتحسين المنافسة السعرية). حيث تم إعداد استبيانين أحدهما للقيادات الإدارية في الشركة والثاني للعملاء المشتركين مع الشركة.

بعد إجراء التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها تبين أن هناك علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتطورة واكتساب المنظمة لميزة تنافسية، حيث اظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.

وأظهرت الدراسة أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يساهم في تحسين أداء الموظفين في الشركة ويرفع من إنتاجيتهم، كما أنها تساهم في تحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء كما تساهم تكنولوجيا شبكات الحاسوب في زيادة التنسيق بين الأقسام الداخلية للشركة وفروعها الخارجية المنتشرة وأهمية ذلك في تحسين أداء الشركة وزيادة فعاليتها.

9. نموذج الدراسة :



الفصل الأول :

الإطار النظري لمتغيرات الدراسة

تمهيد :

المبحث الأول : الإطار النظري

لتكنولوجيا المعلومات والاتصال .

المبحث الثاني : مفاهيم عامة حول الميزة

التنافسية .

المبحث الثالث : بناء الميزة التنافسية من

خلال تطوير تكنولوجيا المعلومات

والإتصال في المؤسسة .

تمهيد:

يعرف العالم حاليا تطورا هائلا على كافة الأصعدة لاسيما في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال فلقد ساهمت هذه الأخيرة في إحداث تغييرات ضخمة داخل المؤسسات بمختلف أنواعها سواء كانت مؤسسات عامة أو خاصة فتكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبحت سمة العصر الحالي ومظهر من مظاهر تقدمه لذا على المؤسسات ان تستغل هذه التكنولوجيا لمواجهة التحديات التي تواجهها في سوق المنافسة وان تعمل على تحقيق التفوق و احتلال المكانة التنافسية التي تسمح لها بتميز منتجاتها وزيادة حصتها في السوق لذلك على المؤسسة امتلاك هذه التكنولوجيا والتحكم فيها .

و حتى نلقي الضوء على مختلف هذه النقاط، قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول : الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال .

المبحث الثاني : مفاهيم عامة حول الميزة التنافسية

المبحث الثالث : بناء الميزة التنافسية من خلال تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة .

المبحث الأول : الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال .

شهد العالم في السنوات الأخيرة نمواً سريعاً في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها المتزايدة فقد أصبحت هذه التكنولوجيا أصلاً من الأصول الإستراتيجية و المهمة التي لا غنى عنها في أي مؤسسة من المؤسسات في معرض سعيها إلى تحقيق رسالتها وأهدافها لهذا جاء هذا الفصل من أجل توضيح أهمية توظيف هذه التكنولوجيا داخل المؤسسات من خلال العرض النظري لموضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

المطلب الأول : مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال أحد الأدوات الهامة المتاحة للمؤسسات للتكيف والتعامل مع التغيير المستمر الذي يشهده العالم لذلك يجب على أصحاب القرار داخل المؤسسة أن يكونوا على معرفة جيدة في عملية التعامل مع هذه التكنولوجيا وكيفية عملها بطريقة فعالة لذا سنتناول في هذا المطلب أهم المفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها داخل المؤسسة .

1 مفاهيم أساسية حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

قبل التطرق إلى مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها سنحاول التعرف على أهم المصطلحات ذات الصلة بالموضوع وذلك بتناول كل مصطلح على حدة رغم تداخل بعضها ببعض ، وعليه سنتطرق لكل من التكنولوجيا، المعلومات ثم الاتصال.

1.1 ماهية التكنولوجيا .

تعتبر التكنولوجيا احد أهم المتغيرات الهيكلية التي تؤثر بصورة مباشرة ومستمرة في علاقة الأفراد بالمؤسسة، وكذا بالنسبة لتحقيق المؤسسة لأهدافها سواء كانت كمية أو كيفية، وفيما يلي سنتعرف الى بعض تعاريف التي تخص مصطلح التكنولوجيا و إلى أهم أنواعها .

1.1.1 تعريف التكنولوجيا :

تعددت تعاريف التكنولوجيا و سنستعرضها فيما يلي :

✓ تعرف التكنولوجيا بأنها اللغة التقنية و العلم التطبيقي و الطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي

فضلا عن كونها مجموعة الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس

ورفاهيتهم¹ .

¹ قاسم اللامي ، إدارة التكنولوجيا ، الطبعة الأولى ، دار المناهج ، عمان ، الأردن ، 2007 ، ص 22 .

- ✓ وتعرف أيضا مجموعة المعارف والخبرة المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية الإدارية، التي يستخدمها الإنسان في أداء عمل ما، أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية والمعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع¹.
- ✓ ويعرفها (Merriam Webster's) على أنها التطبيق العملي للمعرفة خاصة في مجال معين وهي كذلك أسلوب تنفيذ مهمة ما باستخدام العمليات التقنية².

2.1.1 أنواع التكنولوجيا :

يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها مايلي :

(أ) على أساس درجة التحكم :

نجد مايلي :

- ✓ التكنولوجيا الأساسية : وهي التكنولوجيا التي تمتلكها أغلب المؤسسات الصناعية وتتميز بدرجة التحكم كبير جدا.

- ✓ تكنولوجيا التمايز : وهي عكس النوع السابق حيث تملكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية وهي التكنولوجيا التي تتميز بها عن بقية منافسيها المباشرين.

(ب) على أساس موضوعها :

هناك :

- ✓ تكنولوجيا التسيير : وهي التي تستخدم في تسيير تدفقات موارد، ومن أمثلتها البرامج والتطبيقات التسييرية .

- ✓ تكنولوجيا التصميم : وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة كالتصميم بمساعدة الحاسوب .

- ✓ تكنولوجيا أسلوب الإنتاج : وهي تلك المستخدمة في عمليات الصنع ، وعمليات التركيب والمراقبة .

- ✓ تكنولوجيا المعلومات والاتصال : وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات والمعطيات ونقلها .

(ت) على أساس درجة التعقيد :

نجد :

¹ مهيبيل وسام ، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تفعيل وظيفة ادارة الموارد البشرية-دراسة حالة مديريةية الموارد البشرية بوزارة المالية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير ، تخصص تسيير عمومي ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر ، 2011/2012 . ص 74 .

² سهام كردودي ، صيرينة كردودي ، تدقيق الحسابات في بيئة تكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الأولى ، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع ، عمان ، 2017 ، ص 23 .

- ✓ تكنولوجيا ذات درجة عالية : وهي التكنولوجيا شديدة التعقيد، والتي من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق إستغلاله إلا بطلب من صاحب البراءة .
- ✓ تكنولوجيا العادية : وهي أقل تعقيدا من سابقتها، حيث بإمكان المختصين المحليين في الدول النامية إستيعابها غير أنها تتميز أيضا بضخامة تكاليف الإستثمار¹.

2.1 ماهية المعلومات .

شهد القرن الواحد والعشرون ثورة معرفية كبيرة والتي أصبحت السلاح الأقوى إذا امتلكتها المؤسسة حيث تعتبر أقوى من كل عوامل الإنتاج الأخرى و هي ثورة المعلومات وخلال هذا الجزء سنتعرف الى بعض مفاهيم مصطلح معلومات و أنواعها.

1.2.1 تعريف المعلومات :

على الرغم من استخدام مفهوم المعلومة بشكل واسع و في مختلف الانشطة والمجالات إلا أن هناك صعوبة في وضع تعريف لهذا المصطلح وفيما يلي بعض التعاريف :

- ✓ يعرف ألان كنت (A-kent) المعلومات على أنها مختلف المعارف المسجلة والموجودة بين أيدي المسؤول والتي تساعده على ايجاد القرارات المناسبة ويمكن أن تتوفر هذه المعارف في مصادر متنوعة كالتقارير ,المقالات و الإعلانات ...الخ².
- ✓ تعرف المعلومة على أنها الحقائق والأفكار التي يتبادلها الناس في حياتهم العامة ويكون هذا التبادل عبر وسائل الاتصال المختلفة، وعبر مراكز ونظم المعلومات المختلفة في المجتمع والإنسان الذي يحتاج إلى معلومات و يستخدمها وهو نفسه منتج لمعلومات أخرى وناقل لها عبر وسائل الاتصال المتاحة له³.
- ✓ كما يمكن تعريفها عبارة عن البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو استعمال محدد لأغراض اتخاذ القرارات أي البيانات التي أصبح لها قيمة بعد تحليلها أو تفسيرها أو تجميعها في شكل ذي معنى والتي يمكن تداولها وتسجيلها ونشرها وتوزيعها في صورة رسمية أو غير رسمية وفي أي شكل⁴.

¹ بشير كاوجة ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية-دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2013/2012 ، ص 5-6 .

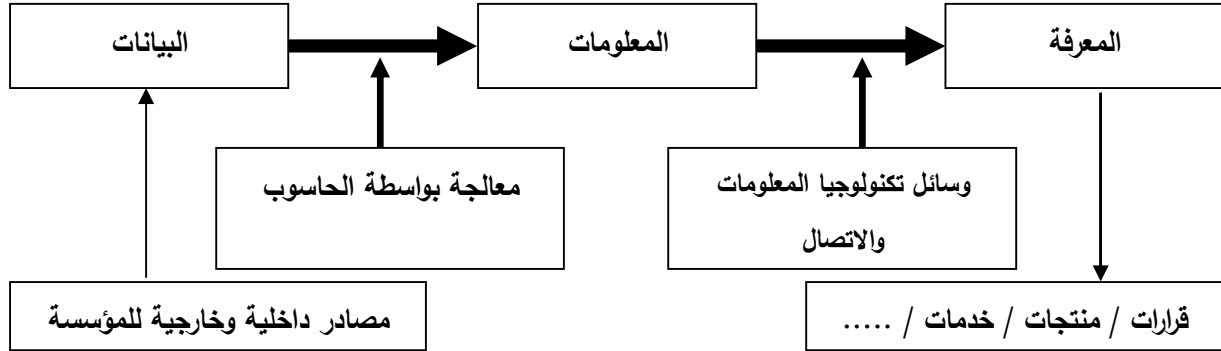
² سمية بلحمري، عائشة بوشخي ، الموارد البشرية ومدى استفادتها من تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجماعات المحلية-دراسة حالة بلدية وولاية الشلف-،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تسيير المالية العامة ، جامعة أبي بكر بالقايد ، تلمسان ، 2014/2013 ، ص 23 .

³ عامر إبراهيم قندلجي ، إيمان فاضل السامرائي ، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى ، 2009 ، ص 28.

⁴ عباس ابن تاج لحمر تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، المؤسسة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، 2015 ، ص 9 .

ومن خلال التعاريف السابقة نلاحظ ان مصطلح المعلومات مرتبط أساسا بمصطلح البيانات من جهة وبمصطلح المعرفة من جهة أخرى فالأولى هي الأجزاء الغير منظمة من المعلومات التي يمكن الحصول عليها من مصادر أولية مثل أجهزة القياس، الأشخاص.... الخ ومن مصادر ثانوية كالتقارير والسجلات والكتيبات ... الخ تم الحصول عليها من داخل أو خارج المؤسسة¹ , أما المعرفة فهي الحويلة المهمة والنهائية لاستخدام و استثمار المعلومات وذلك كما يوضحه الشكل الآتي :

الشكل رقم (01) : العلاقة بين البيانات , المعلومات والمعرفة .

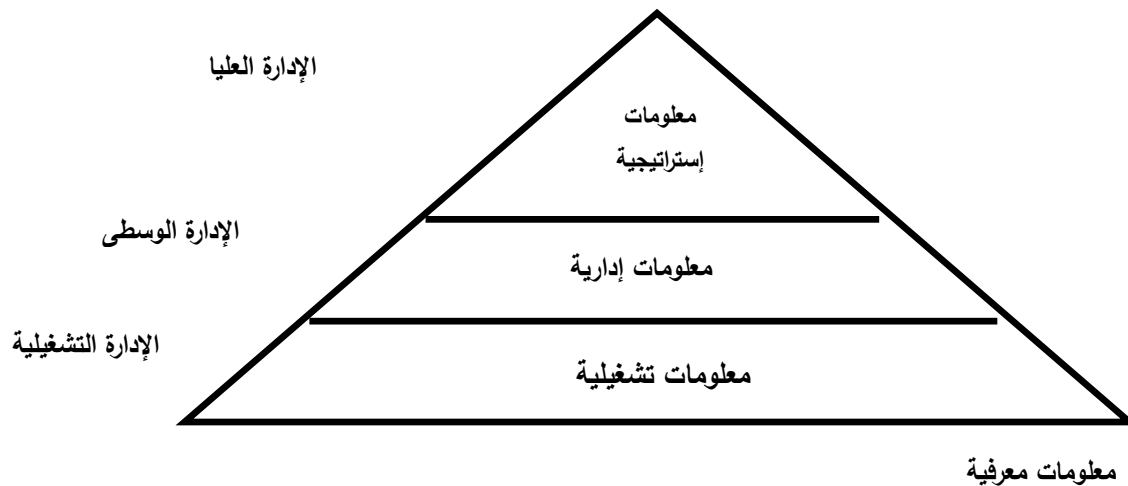


المصدر: صباح بلقيدوم, اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية , رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير , شعبة علوم التسيير , جامعة قسنطينة 2 , 2013/2012 , ص 118 .

2.2.1 أنواع المعلومات :

تقوم تقنيات جمع المعلومات والبحوث بدعم المستويات التنظيمية في مختلف المؤسسات الاقتصادية من خلال أربعة أنواع من المعلومات كما يوضحه الشكل الآتي :

الشكل رقم (02) أنواع المعلومات المقدمة للمؤسسة



المصدر : زرار العياشي , غياد كريمة , استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال , الطبعة الأولى , دار صفاء للنشر والتوزيع , عمان , 1437هـ - 2016م ص 23 .

¹ Jean Brilmon ,Jacques Hérard , **Les Meilleurs Pratiques du Management** , sixieme edition ,d'organisation ,paris , 2003, p 508

من خلال الشكل رقم (02) نلاحظ في طبيعة المعلومات التي تحتاجها المؤسسة باختلاف مستوياتها الإدارية الهرمية انطلاقاً من الإدارة التشغيلية ثم الإدارة الوسطى فالإدارة العليا فينتج بذلك الشكل الهرمي للمعلومات من الأعلى نحو الأسفل كما يلي :

(أ) معلومات إستراتيجية : إن تقنيات جمع المعلومات والبحوث تعتبر مصدر دعم لمستوى الإدارة العليا للمؤسسات حيث تساعد هذه المعلومات مديري الإدارة العليا على القيام بالتحليل البيئي وخاصة تحليل البيئة الخارجية كما تساعد أيضاً على زيادة درجة الدقة في التنبؤ بالمتغيرات المستقبلية العديدة فزيادة قدرة المؤسسة على مواجهة منافسيها .

(ب) معلومات إدارية : ويقصد بها جل المعلومات الموجهة أساساً إلى عمليات إتخاذ القرارات وبالرغم من أن المستويات التنظيمية الثلاثة تقوم باتخاذ القرارات إلا أن هذه المعلومات تخص أساساً تلك القرارات التي تقوم باتخاذها الإدارة الوسطى والمتعلقة بالشؤون الإدارية العامة وعمليات المتابعة .

(ت) معلومات تشغيلية : تساعد هذه المعلومات على تفعيل التعاملات اليومية بمختلف المؤسسات كأعداد الميزانيات ، الدخل والأجور وبالتالي فإن هذه المعلومات تسعى للحصول عليه أساساً مستويات الإدارة الأولى أو التشغيلية .

(ث) معلومات بحثية : وتتمثل في مختلف المعلومات المقدمة للعمل المعرفي والمكتبي داخل المؤسسة بصفة عامة وهي الأنشطة المتعلقة بتنظيم وإدارة المكاتب أعمال السكرتارية...¹

3.1 ماهية الإتصال :

لم يكن الإتصال وليد صدفة وإنما كان نتاج محاولات عدة للإنسان كانت بدايتها الإتصال البسيط حتى وصل إلى ما هو عليه اليوم من طرق و أساليب متنوعة فهو جزء من حياة الإنسان يتغير ويتطور مفهومه بتغير ويتطور البيئة التي يعيش فيها الإنسان وفيما يلي سنتعرض مفهوم وأنواع الإتصال .

1.3.1 تعريف الإتصال :

تناولت الكثير من الدراسات موضوع الإتصال منذ ظهور هذا المصطلح إلى الآن، وسنحاول الآن تقديم أهم التعاريف التي أحاطت بمفهوم الإتصال .

✓ يرى الدكتور حامد ربيع أن في أوسع معانيه يعني عملية نقل الأفكار والمعلومات من جهة إلى أخرى وعند القيام بعملية الإتصال فإن هذا يعني أننا نحاول خلق شيئاً مشتركاً بين شخصين على الأقل و الإتصال لذلك هو نقل رسالة من شخص إلى آخر من خلال رموز معينة².

¹ زرار العياشي ، غياد كريمة ، استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، نفس المرجع السابق ، ص 23-24 .

² لحر عباس ابن تاج ، تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، نفس المرجع السابق ، ص 7 .

✓ وعرف أحمد ماهر الإتصال بأنه عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة تنقل من خلال وسيلة اتصال إلى الطرف الآخر¹.

✓ الاتصال هو عملية إنتاج أو توفير أو تجميع المعلومات الضرورية ونقلها أو تبادلها أو إذاعتها (بثها) بحيث يتمكن الفرد من احاطة غيره بالأفكار أو الحقائق أو الأخبار أو المعلومات الجديدة التي تؤثر سلوكهم أو توجيههم في اتجاه معين².

2.3.1 أنواع الاتصال :

لقد اتضح من عرضنا السابق لبعض التعاريف أن هذا الأخير شامل وهادف ولأهمية فهم ماهيته لتفعيل تأثيره على المستقبلين اهتم بعض الدارسين بطبيعة الاتصال نفسه فحاولوا تصنيفه لعدة أنواع :

(أ) الاتصال اللغوي : و ينقسم إلى نوعين

✓ لفظي : ويكون إما شفهي أو كتابي

✓ غير لفظي: (إشارات، حركات ، صمت ، صور ، رسوم ، نقوش ...) وهذا لا يعني في الواقع وجود فصل تام بينهما بل يفضل عادة استعمالهما معا لزيادة فاعلية الاتصال.

(ب) أما من حيث مستوى التأثير : فيقسم إلى أربع أنواع

✓ ذاتي : يتم بين الشخص ونفسه .

✓ شخصي : مباشر ودون قنوات وسيطة

✓ جمعي أو مؤسستي : أخص بالمؤسسات و يأخذ أشكالا عديدة مثل اجتماعات صنع القرارات، الندوات التوجيهية ، برامج التدريب المهني ، حفلات تكريم ... الخ .

✓ جماهيري : و هو أوسعها و أكثرها مدى لاستعماله لوسائل الاتصال الجماهيرية من صحافة و راديو و تليفزيون .

(ت) و أخيرا فإن أنواع الاتصال وفقا لطبيعة مصدره نوعان :

✓ رسمي : يرتبط بالبناء التنظيمي لمؤسسة و هو إما صاعد أو هابط أو أفقي .

✓ غير رسمي : يتم خارج المسارات الاتصالية الرسمية و هو إما مكمل للاتصال الرسمي أو معيق له³.

¹ حورية بولعيدات ، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية-دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل العاز بالشرق -GRTG-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة ،كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية ،جامعة منتوري، قسنطينة ، 2007/2008، ص21 .

² شادلي شوقي ، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر-،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2007/2008 ، ص 5 .

³ فضيل دليو ، إتصال المؤسسة ، الطبعة الأولى ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2003 ، ص 25 .

2 مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

يكتسي موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال أهمية بالغة في عصرنا الحالي نظرا للدور الذي تلعبه في استغلال المعرفة وتحقيق التنمية لهذا السبب تم التطرق في ما سبق إلى أهم النقاط التي نراها مهمة - حسب رأينا - كمقدمة وتمهيد لهذا الموضوع وفي هذا الجزء سوف نتناول مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال تجزئته إلى تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال ثم في الأخير الجمع بينهما .

1.2 تكنولوجيا المعلومات :

إذا كانت التكنولوجيا هي تطبيق المعرفة العلمية لتصميم، إنتاج واستخدام منتجات وخدمات توسع مقدرة الإنسان على تطوير البيئة الطبيعية الإنسانية والتحكم فيها و إذا كانت المعلومات هي بيانات أو حقائق تمت معالجتها ويمكن تخزينها، استرجاعها وتشكيلها فإن تكنولوجيا المعلومات تصبح هي مجموعة الأدوات والأنظمة والتقنيات والمعرفة المطورة لحل مشاكل تتصل باستخدام المعلومات.

وعليه فتكنولوجيا المعلومات تعرف كما يلي :

- ✓ تكنولوجيا المعلومات (IT) مصطلح عام يصف أي تكنولوجيا تساعد على إنتاج ومعالجة وتخزين والاتصال و/أو نشر المعلومات¹.
- ✓ مجموعة الأدوات التي تساعدنا في استقبال المعلومة ومعالجتها وتخزينها و استرجاعها وطباعتها ونقلها بشكل إلكتروني سواء كانت على شكل نص أم صوت أم صورة أم فيديو وذلك باستخدام الحاسوب².
- ✓ أما تعريف منظمة اليونسكو هي تطبيق التكنولوجيا الالكترونية ومنها الحاسب الالي والأقمار الصناعية وغيرها من التكنولوجيا المتقدمة لإنتاج المعلومات التناظرية والرقمية وتخزينها واسترجاعها وتوزيعها من مكان لآخر³.

2.2 تكنولوجيا الاتصال :

تم تعريف تكنولوجيا الاتصال من قبل الباحثين والدارسين على أنها :

¹ قواسم بن عيسى ، استخدام البرلمانيين الجزائريين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقيق الحكم الرشيد ، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والاعلام ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر ، 2013/2012 ، ص 201 .

² أحمد وليد أبو شكر ، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في المستشفيات الخاصة على جودة الخدمات-دراسة تطبيقية على عينة من المستشفيات الخاصة في مدينة عمان من وجهة نظر الموظفين والمرضى-، مذكرة مقدمة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في الأعمال الالكترونية ، كلية الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط ، كانون الثاني 2012م ، ص 10 .

³ نشأت خليل قدورة عايش ، مساهمة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عملية التنمية الاقتصادية-دراسة تطبيقية على الشركات الفلسطينية- ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في اقتصاديات التنمية ، كلية التجارة ، الجامعة الاسلامية ، غزة ، جمادى الثاني 1438هـ/ فبراير 2017م ، ص 15 .

✓ تكنولوجيا الاتصال هي التي تمكننا من نقل المعلومات من أي مكان في العالم إلى أي مكان آخر بفعالية و سرعة عالية .

✓ تكنولوجيا الاتصال هي التكنولوجيا التي تعمل على تسهيل الاتصال بين الأفراد أو الجماعات الذين يتواجدون في أماكن مختلفة، و تندرج تحتها مجموعة أنظمة مثل الهاتف، و التلكس، و الفاكس، و الراديو، و التلفزيون ، و الفيديو، بالإضافة إلى تقنيات الحاسب بما في ذلك تبادل البيانات الإلكترونية والبريد الإلكتروني¹..

3.2 مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

ومن خلال ما قدمنا نجد أن تكنولوجيا المعلومات لا يمكن فصلها بشكل نهائي عن تكنولوجيا الاتصال، فهما وجهان لعملة واحدة، وعليه تكنولوجيا المعلومات والاتصال تعبر عن مجموعة من المكونات المادية، البرمجيات، الاتصالات، متفاعلة معا وقد عرفها البعض على أنها:

✓ هي مجموعة الوسائل المستخدمة لإنتاج واستغلال وتوزيع المعلومات بكل أشكالها وعلى اختلاف أنواعها المكتوب ، المسموع والمرئي فلقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال اليوم تشكل قواعد العمل التي قامت عليها المؤسسات في الماضي فلا يوجد جانب من جوانب عمل المؤسسة لم يتأثر بتكنولوجيا المعلومات والاتصال².

✓ تعرف بأنها كل ما يترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الآلي، والتكنولوجيا السلوكية واللاسلكية والوسائط المتعددة من أشكال جديدة للتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على الإنتاج وجمع وتخزين ومعالجة ونشر واسترجاع المعلومات بأسلوب غير مسبوق ويعتبر على النص والصوت والصورة والحركة واللون وغيرها من المؤشرات للاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معا³.

✓ و يعرف البنك الدولي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على أنها مجموعة من الأنشطة تسهل تجهيز المعلومات و إرسالها و عرضها بالوسائل الالكترونية و بظهور هذه التكنولوجيا التقى الاقتصاد المرتكز على المعرفة بقاعدة تكنولوجية ملائمة مما أدى إلى تعزيز مشترك بين ازدهار النشاطات المكثفة في المعرفة و الإنتاج و نشر التكنولوجيا الجديدة⁴.

¹ بشير كاوجة ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية-دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف-، نفس المرجع سابق، ص 23.

² منال محمد الكردي ، جلال إبراهيم ، مقدمة في نظم المعلومات الادارية ، الدار الجامعية الجديدة ، الاسكندرية ، 2000 ، ص 13 .

³ إبراهيم بسيوني حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، دار عالم الكتاب القاهرة، 2008 ، ص 443 .

⁴ بوجحيش خالدية ، البشير عبد الكريم ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير مخرجات الابتكار ، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، جامعة حسينية بن بوعلي ، الشلف ، العدد 17 ، السداسي الثاني ، 2017 ، ص 160 .

- ✓ هي تلك العمليات التي تستخدم في إنشاء ونقل وتخزين وعرض وإدارة المعلومات باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة، وأهمها الحاسب الآلي وملحقاته، كالطابعة والمسح الضوئي، والكاميرا الرقمية والوسائط المتعددة والأقراص المضغوطة وشبكة المعلومات العالمية¹.
- ✓ عرفها الإتحاد الأوربي سنة 1998 بأنها قائمة النشاطات الشاملة لثلاثة قطاعات : المعلوماتية بما فيها من صناعة الحواسيب والبرمجيات والاتصالات عن بعد الشاملة للشبكات (الأنترنيت اساسا) والإلكترونيك².
- ✓ تعبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال عن الاستخدام والاستثمار المفيد والأمثل لمختلف أنواع المعارف و البحث عن أفضل الوسائل والسبل التي تسهل الحصول على المعلومات التي تقودنا إلى المعرفة وكذلك جعل مثل هذه المعلومات متاحة للمستفيدين منها وتبادلها و إيصالها بالسرعة المطلوبة، الفاعلية والدقة اللتان تتطلبها أعمال وواجبات الإنسان المعاصر³.

مما سبق يمكن القول أن المقصود بتكنولوجيا المعلومات والاتصال الخاصة بالمؤسسة جميع التقنيات الحديثة المتوفرة على صعيد الاتصالات والمعلومات الملموسة منها وغير الملموسة والموضوعة في انسجام مدمج ومنظم تحت تصرف أفراد المؤسسة من عاملين ومدراء بغية تحسين أدائهم و إنتاجهم .

3 أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

- تتجلى أهميتها في دورها الفعال في الربط و التقريب بين الأفراد و الأمم و الشعوب و مثال ذلك انتشار الهاتف النقال الذي يعتبر أحد أنجح وسائل الاتصال و التبادل بين الأفراد و كذا أحد أهم الأدوات في الحصول على المعلومات التسويقية أو استعماله في مجال الأعمال الصغيرة فهو انجاز جيد لفك العزلة بين الناس.
- قد تساند تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و التطبيقات الاختراعية و الابتكارية في الكثير من المجالات كالنون والتصميم و الهندسة و العلوم... كما يمكنها أن تساهم في بروز أنواع جديدة من العمليات الإنتاجية .
- قدرة هذه التكنولوجيا على انجاز الكثير من الأنشطة بسرعة و دقة عالية، مما يؤدي إلى تدنية التكاليف و الرفع من الإنتاجية .

¹ عوده سليمان عوده مراد , واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعوائق استخدامها في التدريس لدى معلمي ومعلمات مدارس تربية لواء الشويك, مجلة البلقان للبحوث و الدراسات , جامعة البلقان التطبيقية , المجلد 17 , العدد 1 , 2012 , ص 120 .

² قواسم بن عيسى , استخدام البرلمانين الجزائريين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقيق الحكم الرشيد , نفس المرجع السابق , ص 41 .

³ ضيفة الله نسيمية , استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال واثره على تحسين جودة العملية التعليمية- دراسة عينة من الجامعات الجزائرية - , أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير , شعبة تسيير منظمات , جامعة الحاج لخضر 1, باتنة , 2016/2017 , ص 83 .

- استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال له الأثر الايجابي في التأثير على القدرات الابتكارية و بالتالي الحصول على المراكز التنافسية الأولى.
 - لقد أحدثت هذه التكنولوجيا سرعة في إدخال نظم المعلومات الجديدة و تحسينها مما أدى إلى رفع مستوى الأداء الكلي للمؤسسات .
 - لقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات و أنظمة معلومات الكمبيوتر وتقنيات الاتصالات على إمداد الشركات التجارية بالقدرات الكافية من اجل تسويق منتجاتها في كل أنحاء العالم لكفاءتها في الاتصال مع كل العملاء و قدراتها التحليلية لإدارة و إجراء الأعمال التجارية وكذا العمل رغم اختلاف العادات و التقاليد و الثقافة واللغة...
 - ظهور ما يسمى بالشركات الرقمية التي تعتمد على استخدام تكنولوجيا المعلومات فيكل معاملتها التجارية داخل الشركة و خارجها حيث تعتمد على بنية تحتية من شبكات الحاسوب و الاتصالات الرقمية مع العملاء و الموظفين وشركاء العمل وغيرهم .
- إلا أن مثل هذه التكنولوجيات إذا لم تستخدم في التحصيل العلمي والمعرفي والإنتاج فلن تساعد على تحسين الإنتاجية ولا العمليات ذات القيمة المضافة وهذا ما يحدث في البلدان النامية عموما والعربية بشكل خاص¹.
- المطلب الثاني : مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهدافها .**

سنحاول من خلال هذا المطلب تقديم أهم المحطات التاريخية التي مرت بها تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا معرفة أهم أهدافها .

1 مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

إن مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصال رغم حداثة نسبيها وارتباطه الكبير بالحاسوب إلا أننا نستطيع أن نوضح بان هذا المصطلح ليس وليد الساعة بل لكونه ارتبط بالمعلومات والاتصالات التي سبقت التكنولوجيا بمفهومها الحديث وهكذا نجد مثلا إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال مترابطة فيما بينها وقد مرت بمراحل تاريخية عدة نوجزها بخمس مراحل أساسية هي :

1.1 مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الأولى : منذ حوالي 3600 قبل الميلاد تم اختراع الكتابة

و مختلف وسائل حفظ المعلومات فاستطاع السومريون الكتابة على الطين اللين مما أنتج إنهاء عهد المعلومات الشفهية التي تندثر بمجرد وفاة الإنسان أو ضعف قدرته الذهنية إلا أنها كانت باهظة الثمن و حكر فقط على فئة الأغنياء و رجال الدين.

2.1 مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الثانية : عصر ظهور الطباعة إذ يعد الألماني غوتنبرغ

بطل هذه الفترة في القرن 16 والفاعل الأساسي في نشر المعلومات والاتصال وذلك بكثرة مطبوعاته و

¹ بوجحيش خالدية , البشير عبد الكريم , دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير مخرجات الابتكار , نفس المرجع السابق , ص 161 .

نشرها من جهة و ظهور عصر التنوير من جهة أخرى ما أعطى لأوروبا حق الأسبقية في التقدم على العالم بثلاث قرون .

3.1 مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الثالثة : لقد كان اكتشاف التلغراف 1937 ردة فعل حتمية

لنظم الاتصال بغية توفير فعالية أكبر في تبادل المعلومات وذلك إبان ظهور الثورة الصناعية ثم اكتشف جراهم بل الهاتف من خلال قوة و سرعة التيار الكهربائي في نقل الصوت عبر الأسلاك النحاسية و توالى الاختراعات في مجال الاتصال كجهاز الفوتوغراف في القرن التاسع عشر عن طريق **T. Edison** وظهر على التوالي القرص المسطح بفضل **Berliger** و اكتشاف ماركوني **Marconi** اللاسلكي 1896 و هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة ، نسبياً بدون استخدام الأسلاك و انتشرت خدمات الراديو 1919 ثم بثت خدمات التلفزيون التجاري 1941 .

4.1 مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الرابعة : تميزت باختراع الحاسوب و تطور و مراحل أجياله

المختلفة وما له من أثر ايجابي على حركة تدفق المعلومات عبر وسائل اتصال التي لها صلة بالحواسيب .

5.1 مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الخامسة : إنها الثورة الخامسة و التي بدأت من النصف

الثاني من القرن 20 حتى يومنا هذا و هي تعتمد بالدرجة الأولى على اكتساح الأقمار الصناعية و شبكات الألياف الصوتية ذات السرعة الفائقة في عالم المعلومات في نقل الأنباء، البيانات، الصور كنتيجة حتمية للترابط الهائل بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة و تكنولوجيات الاتصال المختلفة وخير برهان على ذلك استخدام الأنترنت كأداة تختصر العالم بأسر في حروف ثلاث (www)¹ .

2 أهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

تتمثل الأهداف الثلاثة عشر (13) لنظام تكنولوجيا المعلومات والاتصال فيما يلي :

- الأعمال الممكن تشغيلها و أدائها .
- التكاليف الكلية للنظام .
- الأداء (حجم المبيعات) .
- طبيعة وخبرة المستخدم .
- ضمان التكاليف لعدم ضياع البيانات .
- أمن المعلومات .
- إمكانية التشغيل على قواعد البيانات مختلفة أو نظم تشغيل و أجهزة متنوعة .
- سرعة تطوير النظام .
- القدرة على التغيير و التعديل .

¹ طويهي فاطمة ، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية-دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء بتيارت-،مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في ادارة الأعمال ، تخصص تسويق ، جامعة وهران 2 محمد بن احمد ، وهران ، 2014/2015 ص 11-12

- قدرة تحمل أعمال اضافية .
- امكانية تكبير الامكانيات .
- زمن الضمان .
- الجهود اللازمة للحفاظ على النظام¹.

المطلب الثالث: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال و خصائصها.

انتشر استخدام الحاسوب في مختلف المجالات بغرض تحسين أداء العمل وزيادة كفاءة الأعمال وسرعتها ويتطور ذلك الانتشار ويزيادة ذلك الاستخدام ازدادت الحاجة لتبادل المعلومات والبيانات بين الوحدات المكونة للمؤسسة أو بين المؤسسات بعضها البعض وهذا الكم الهائل من البيانات المراد نقله من وحدة أو مؤسسة أدى لتطور الاتصالات بين الحاسبات كوسيلة لنقل المعلومات المخزنة من حاسب لآخر وأصبحت المشاركة في المعلومات والبرامج أمرا يسيرا جدا .

وفي هذا المطلب سنتناول المكونات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والخصائص التي تتميز بها .

1 مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها مظلة واسعة تشمل كلا من نظم المعلومات وتقنيات معالجة البيانات والاتصال وغيرها وفيما يلي توضيح لمكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

تتكون من خمسة 05 مكونات أساسية هي :

1.1 البيانات : تعد البيانات العنصر الأساسي أو المادة الخام أو المادة الأولية لبناء مجمع البيانات الأساس ومن دونها لا يمكن اطلاقا لباقي الأسس والبنى أن تعمل².

2.1 المكونات المادية : تتأثر كافة المكونات المادية (الأجزاء الملموسة في النظام) والمستخدم في إدخال، ومعالجة، وإخراج البيانات، والمعلومات وتتكون من³:

✓ وحدة الإدخال : تقوم باستلام المعلومات وتحويلها الى شكل مفهوم من قبل الحاسوب لكي يقوم بمعالجتها حسب الأوامر الخاصة بذلك وتشمل أنواع مختلفة منها : لوحة المفاتيح الفأرة , الماسح الضوئي ... الخ⁴.

✓ وحدة المعالجة المركزية : التي تقوم بمعالجة البيانات و تسيطر على بقية أجزاء نظام الحاسوب وتتم معالجة البيانات بغرض تحويلها الى شكل أكثر فائدة إضافة الى وظيفة السيطرة والتنسيق التي تقوم بها على بقية أجزاء الحاسوب .

¹ فريد النجار , التجارة والاعمال الالكترونية المتكاملة , الدار الجامعية للنشر والتوزيع , الاسكندرية , 2006 , ص 13 .

² مزهر شعبان العاني وآخرون , ذكاء الأعمال وتكنولوجيا المعلومات , الطبعة الأولى , دار صفاء للنشر والتوزيع , عمان , 1433هـ / 2012م , ص 51 .

³ محمد الطائي , مدخل إلى نظم المعلومات الإدارية , الطبعة الثانية , دار وائل للنشر والتوزيع , الأردن , 2015 , ص 153 .

⁴ مزهر شعبان العاني , شوقي ناجي جواد , العملية الادارية وتكنولوجيا المعلومات , الطبعة الاولى , إثراء للنشر والتوزيع , الأردن , 2008 , ص 139 .

- ✓ وحدة الإخراج : التي تعرض البيانات والمعلومات بشكل يفهمه الأفراد المستخدمون لنظام الحاسوب مثل : شاشات العرض والطابعات , التي تقوم بتحويل البيانات الإلكترونية المنتجة بواسطة نظام الحاسوب وعرضها بشكل يستطيع الأفراد المستخدمون فهمها ¹.
- ✓ وحدة الذاكرة الثانوية : وتستخدم لأغراض تخزين مخرجات نظام المعلومات لفترات طويلة بسبب محدودية الطاقة الاستيعابية الذي يحتم إضافة الذاكرة الثانوية، ومن أهم الوسائط الشائعة : الأشرطة المغناطيسية، والأقراص المغناطيسية ².

3.1 البرمجيات : تعرف على أنها مجموعة من الأوامر والتعليمات المعدة من قبل الإنسان والتي توجه المكونات المادية لغرض أداء مهمة ما أو للعمل بطريقة معينة وفق تعليمات دقيقة للحصول على نتائج مطلوبة بشكل معين و تقسم البرمجيات عموماً إلى برمجيات التشغيل وبرمجيات التطبيقات.

4.1 الأفراد : هم الذين يقومون بإدارة وتشغيل تكنولوجيا المعلومات من إداريين ومتخصصين ومستخدمين نهائيين، ويكاد يتفق أغلب المتخصصين على أن أهمية العنصر البشري في إدارة وتشغيل نظام المعلومات تفوق أهمية المستلزمات المادية ³.

5.1 شبكات الاتصال : اذ يتم ارسال و تلقي البيانات والمعلومات عبر شبكة الاتصالات والتي تضم مجموعة من المحطات والكابلات والاسلاك وخطوط الهاتف ، الاقمار الصناعية و اجهزة التحكم المحطات الطرفية و شبكات الانترنت ⁴.

وهناك ثلاث شبكات رئيسية داخل المؤسسة وهذه الشبكات هي الانترنت ، الانترنت والاكسترنات وهي كالاتي :
 أ) الانترنت: وتمثل شبكة معلومات واتصال عامة وخاصة، أي أنها توفر بيئة معلوماتية ووسائط لنقل البيانات والمعلومات فيما بين عامة المشتركين بخدمة الانترنت بشروط معينة، أي أنها متاحة لاستخدام جميع ما هو مهم في الشبكة العنكبوتية (العمومية) وهي بذلك المفهوم تعتبر شبكة الشبكات كما توفر الانترنت خدمات كثيرة ومتنوعة، من أهمها خدمة البحث عن أي معلومة بأي صورة كانت في الانترنت من خلال محركات البحث Search Engine ، ومن أشهرها على الإطلاق محرك بحث جوجل Google ومحرك ياهو Yahoo وغيرها من المحركات الكبيرة ⁵.

¹ عامر ابراهيم قنديلجي ، علاء الدين عبد القادر الجنابي ، نظم المعلومات الإدارية ، الطبعة الاولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 1425هـ/2005م ، ص 242 .

² محمد الطائي، مدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، نفس المرجع السابق ، ص 155 .

³ الطيب داودي ، حمزة بعلي ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل لإدارة المعرفة ، مقال بمجلة الجامعة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، ص 5 .

⁴ ندى اسماعيل جبوري ، اثر تكنولوجيا المعلومات في الاداء المنظمي ، مجلة كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة بغداد ، العدد الثاني والعشرون ، 2009 ، ص 142 .

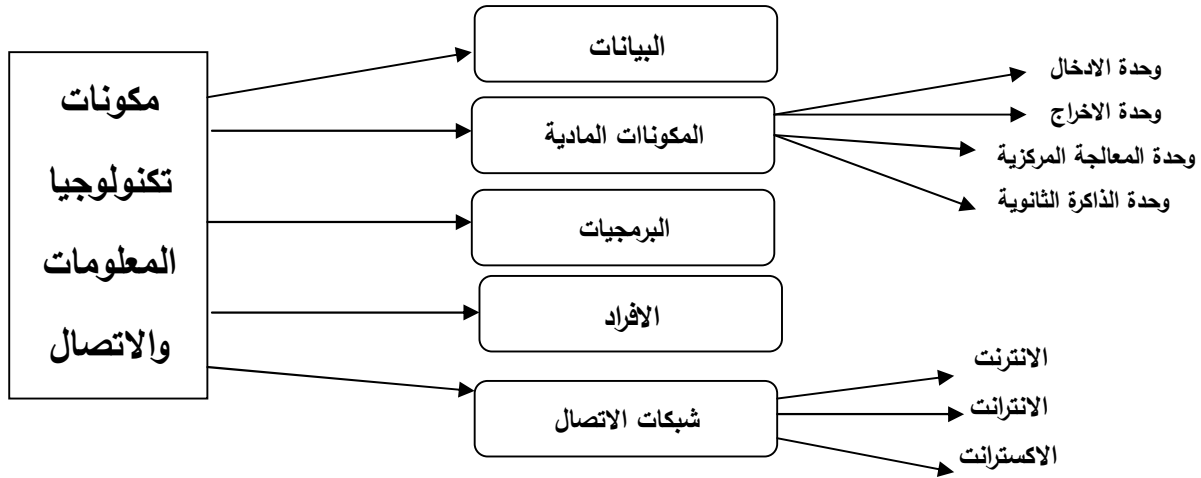
⁵ مصطفى محمد أبو بكر ، عبد الله بن عبد الرحمن البريدي، الاتصال الفعال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007 ، ص 336-337 .

(ب) الإنترنت : شبكة داخلية تقوم المؤسسات بإنتاجها على اختلاف أحجامها، هذه الشبكة تستعمل بروتوكولات إنترنت مثل FTP و HTTP وتستخدم خدمات الإنترنت مثل البريد الإلكتروني، ولا يستطيع شخص من خارج المؤسسة أن يدخل لها، ومحتوياتها تحدها المؤسسة وعادة تحتوي خدمات البريد الإلكتروني وتنظيم مساحات النقاش، قاعدة بيانات للمعلومات والخبرات، وهي باختصار وسيلة اتصال بين موظفي وأقسام المؤسسة، ووسيلة لإنجاز الأعمال وبالتالي يمكن القول أن شبكة الإنترنت هي شبكة إنترنت مصغرة ومقتصرة على مؤسسة معينة وفروعها¹.

(ت) الأكسترنانت : وتعرف على أنها نتائج تتراوح كل من الأنترنت والأنترنت، فهي شبكة أنترنت مفتوحة على المحيط الخارجي بالنسبة للمؤسسات المتعاونة معها والتي لها علاقة بطبيعة نشاطها بحيث تسمح لشركاء أعمال المؤسسة بالمرور عبر جدران نارية التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المؤسسة (أو على الأقل جزء) وقد يكون هؤلاء الشركاء موردين، موزعين، شركاء، عملاء أو مراكز بحث تجمع بينها شراكة عمل في مشروع واحد ، الإكسترنانت هي المشاركة بين الأنترنت الخاص بالشركة وشركائها التجاريين².

والشكل أدناه يوضح مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الشكل رقم (03) : مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على ماسبق .

2 خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

تتمثل أهم خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال فيما يلي :

¹ حورية بولعويديت ، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق GRTG-، نفس المرجع السابق ، ص 97 - 98 .

² سحنون خالد ، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك-دراسة حالة: مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص بنوك ومالية ، جامعة ابو بكر بالقايد ، تلمسان ، 2016/2015، ص 74 .

- التفاعلية : أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مرسل و مستقبل في نفس الوقت فالمعنيين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل .
 - اللاتزامنية : وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركون غير مطالبين باستخدام النظام في الوقت نفسه .
 - قابلية التحرك و الحركية : أي يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، من أي مكان عن طريق وسائل كثيرة مثل :الحاسب الآلي النقال و الهاتف النقال.
 - قابلية التحويل وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة¹.
 - قابلية التوصيل : إمكانية استعمال أجهزة مصنعة من طرف شركات مختلفة و التوصيل فيما بينها بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه التصنيع .
 - الشيوع و الانتشار : قابلية التوسع أكثر فأكثر لوسائل الاتصال حول العالم وفي الطبقات المختلفة للمجتمع .
 - العالمية و الكونية : إمكانية تناقل المعلومات بين المستخدمين من مختلف دول العالم ودون عائق المكان و الانتقال عبر الحدود الدولية .
 - تقليص الوقت : السماح بالنقل اللحظي للمعلومات و المعطيات كما تتيح قواعد البيانات الضخمة الوصول إلى المعلومات المخزنة ببسر و سهولة و في أقل وقت².
- المطلب الرابع : تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال .**

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مكن من تحسين جوانب كثيرة في حياة الأمم والشعوب حيث فتحت آفاق جديدة للإنسان المعاصر وفي مختلف مجالات الأعمال، فمن التجارة الالكترونية إلى التعليم عن بعد إلى العلاج والعمل عن بعد إلى تحسين الوقف التنافسي للمؤسسات، قد أدى كل هذا إلى زيادة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال لزيادة الكفاءة والفعالية في الأنظمة والعمليات الداخلية والخارجية للمؤسسة ولذلك سنتطرق الى أهم المزايا التي تحققتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة وكذلك التحديات التي تواجهها كما سنتطرق الى أثر استخدامها من جوانب مختلفة (اقتصادية , التقنية و اجتماعية) .

¹ ياسع ياسمينه , دراسة اقتصادية قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء الاقتصادي للمنظمة-دراسة حالة شركة القطن الممتص-SOCOTHYD-،مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية , تخصص تسيير المنظمات , جامعة أحمد بوقرة , بومرداس , 2010/2011 , ص 35 - 36 .

² بشير كاوجة , دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية-دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف-، نفس مرجع سابق , ص 26 .

1 مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات أدى إلى تحقيق العديد من المزايا لهذه الأخيرة تتمثل فيما يلي :

1.1 زيادة المبيعات والأرباح : تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على زيادة المبيعات من خلال مساعدتها للمؤسسة في إشباع حاجات ورغبات المستهلكين ويترتب على زيادة المبيعات تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف والذي يتحقق أيضا باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

2.1 الحصول على مزايا تنافسية : حيث تستخدم العديد من المؤسسات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين وضعها في البيئة التنافسية والحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المؤسسات بالمنافسة بصورة أكثر فعالية.

3.1 تخفيض التكاليف : إن تخفيض التكاليف يعتبر من أهم الفوائد التي تجنيها المؤسسات جراء استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في عدة مجالات أهمها تأدية الأعمال والمهام الكتابية بطريقة آلية كذلك استخدام الحاسبات الآلية في رقابة الإنتاج والمخزون كما تستخدم في تنفيذ الإنتاج حسب الطلب.

4.1 تحسين الجودة : إن أحد أهم استخدام في تكنولوجيا المعلومات والاتصال تحسين جودة المخرجات والتصميم بمساعدة الحاسب الآلي خير مثال على ذلك، فالمهندس يستخدم محطات العمل أو ما يعرف بالوحدات الطرفية للحاسب الآلي لعمل رسومات هندسية ويقوم بتخزينها واسترجاعها عند الحاجة لإجراء تعديلات عليها بسهولة من أجل تحسين جودتها وعليه فإن هذا النظام يوفر من المجهود المبذول في التصميم ويقلل الحاجة لمهندسين آخرين.

بالإضافة إلى ما سبق فهناك مزايا إضافية أخرى لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات و تتمثل في:

- ✓ تحسين الإنتاجية وكفاءة العمليات التشغيلية .
- ✓ زيادة القدرة على الخلق، الإبداع والابتكار .
- ✓ مواجهة التهديدات الخارجية .
- ✓ توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب .
- ✓ دعم وتحسين عمليات اتخاذ القرار .
- ✓ صياغة وتنفيذ استراتيجيات المؤسسة¹ .

¹ بلقيوم صباح , اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية , نفس المرجع السابق , ص

2 تحديات تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

يواجه تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات بعض التحديات يمكن تلخيص أهمها فيما يلي :

1.2 تحديات عمارة المعلومات :

تتمثل هذه التحديات في كيفية قيام المؤسسة بتطوير عمارة المعلومات تدعم أهدافها و وظائف أنشطتها فخلق نظام جديد لمعلومات المؤسسة هو أبعد من تركيب أجهزة حاسبات جديدة فالنظام الجديد يتطلب إجراءات توضح كيفية التعامل معه وتدريب أفراد يمكنهم تطبيق و إستخدام هذه التكنولوجيا بكفاءة .

2.2 تحديات العولمة :

أدت ظاهرة العولمة الى نمو وتداخل العلاقات بين المؤسسات بمختلف العالم وفي ظل المنافسة العالمية يتطلب هذا مراعات الاختلافات الثقافية لبيئات التطبيق عند تصميم نظم المعلومات .

3.2 التباين بين قدرات تكنولوجيا المعلومات وقدرات المؤسسات :

من الواضح أن التطور التقني أسرع بكثير من قدرة المؤسسة على استيعاب وتطبيق هذا التطور .

4.2 الحمل المعلوماتي الزائد :

إذا كانت عملية اتخاذ القرار لا تتم بصورة فعالة في حالة نقص المعلومات وعدم امكانية الوصول اليها بسهولة ففي المقابل سيؤدي حجم المعلومات الزائد عن القدرة الاستيعابية لمتخذ القرار الى ما يعرف بالحمل المعلوماتي الزائد .

5.2 تسارع التغيرات كماً ونوعاً في بيئة الأعمال :

أصبح العالم حولنا يتسم بالسرعة والتغيير والدينامكية في الحركة , عالم تكاد تتلاشى فيه الحدود الزمانية والمكانية بين ما هو قديم وجديد وهذا التغيير ينعكس على عوامل البيئة الخارجية ويمكن إعتبار التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصال أحد أهم التغيرات التي تتطلب من المؤسسات الاستجابة لها من خلال إعتبارها أحد العناصر المهمة في صياغة الإستراتيجية العامة للمؤسسة والتي تحاول من خلالها تحقيق الميزة التنافسية¹.

3 آثار إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

انعكست التقنيات الجديدة على المؤسسات الاقتصادية بكافة أشكالها ومجالاتها، وأنتجت أوضاعاً وممارساتٍ جديدة قبل أنقاض أفكارٍ وممارساتٍ وأساليب عملٍ واهتماماتٍ كانت قد سادت فيما قبل ظهور تلك التقنيات المعاصرة، وسيكون لتلك الأوضاع تأثيراتها على هياكل وفعالية الموارد البشرية في تلك المؤسسات.

1.3 الآثار التنظيمية :

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المؤسسات المعاصرة خلق تحديات كبيرة تمثلت في مجالات عدة خاصة من الناحية التنظيمية حيث تحدد العلاقات ما بينهما من خلال المرتكزات التالية، المركزية أو

¹ ياسع ياسمينه , دراسة اقتصادية قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء الاقتصادي للمنظمة-دراسة حالة شركة القطن الممتص SOCOTHYD-، نفس المرجع السابق , ص 47 .

اللامركزية أو الجمع بينهما، التقليل في حجم الوظائف و المستويات الإدارية و التحول في شكل الهيكل التنظيمي من الهرمي إلى الشبكي.

2.3 الآثار الاقتصادية :

تحت تأثير عصر المعلومات و ثورة تكنولوجيا المعلومات و الاتصال تغيرت عدة مفاهيم فقد أصبح الرأس المال الفكري أهم نسبيًا من الرأس المال المادي و أصبحت المعلومات قوة و ثروة تضيف على العمل قيمة مضافة، لأن الاقتصاد المعاش هو اقتصاد المعلومات، كما تميزت هذه الثروة بتقلها السريع عكس منتجات اقتصاد الزراعة و الصناعة .

و لعل الآثار الاقتصادية الناتجة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات تتمثل في استخدام الحاسب الالكتروني كأحد العناصر الأساسية المكونة لهذه التكنولوجيا، حيث كان لتطور استخدام الحاسبات الآلية الأثر الكبير في اقتصاديات استخدام هذه التكنولوجيا و ما ذلك لما تتميز به هذه الآلات من انخفاض في مستويات أسعارها و السهولة في التشغيل و الصيانة و ضمان تدفق المعلومات بشكل أفضل،بالإضافة إلى قابليتها للتوسع و تطابق أنظمة الحاسبات المختلفة و أهميتها في تعمير مفهوم المركزية و اللامركزية في الهيكل التنظيمي في المؤسسة بالإضافة إلى قدرتها العالية على تخزين الكم المعلوماتي الهائل و إسهاماتها في سرعة و دقة إنجاز المهام و الواجبات المطلوبة¹.

3.3 الآثار التقنية :

من أهم الآثار التقنية ما يلي :

- ✓ اختفاء المسافات وتضاؤل تأثيرها في حركة الأعمال، وانعدام تأثيرها في العالم بوسائل الاتصال الحديثة.
- ✓ تضاؤل أهمية المكان في نشاط المؤسسات إذ يكفي أن تحقق المؤسسة أيًا كان موقعها آليات الاتصال حتى يمكنها أداء عملياتها بنفس الكفاءة .
- ✓ عدم أهمية الحجم الكبير في تحديد كفاءة أو قدرة المؤسسات إذ تستطيع المؤسسة الصغيرة أداء الخدمات بنفس كفاءة المؤسسة الكبيرة باستخدام تقنيات المعلومات والاتصال .
- ✓ سرعة وكفاءة التواصل بين المؤسسات والعاملين فيها والعملاء والموردين، بغض النظر عن المسافات واختلاف التوقيت .
- ✓ القدرة على تعديل المنتجات والخدمات بحسب طلبات الزبائن .
- ✓ زيادة القدرة على الحركة والانتقال باستثمار التقنيات المحمولة .
- ✓ الميل للتركيز على الشرائح المتخصصة في الأسواق نتيجة قدرة الحاسبات على فحص وتحليل وتصنيف المعلومات عن تركيب الأسواق وبيان مميزات الشرائح المختلفة .

¹ بشير كاوجة ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية-دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف-، نفس المرجع سابق ، ص 62-64 .

- ✓ التطور إلى أنماط الإدارة المرنة وهياكل التنظيم المتكيفة، وظهور المؤسسات التي تربطها تقنيات الاتصالات أكثر من القواعد والنظم الجامدة .
- ✓ التحول من أنماط وأساليب الرقابة الخارجية على البشر إلى أنماط الرقابة الذاتية.
- ✓ ارتفاع معدلات رواتب ودخول العاملين ذوي المعرفة، وتقارب مستوياتهم في أسواق العمل المختلفة، وانخفاض مستويات الرواتب للعاملين العاديين الذين يعملون في الأعمال الروتينية وبالتالي إعادة توزيع الرواتب¹.

4.3 الآثار الاجتماعية :

إن تكنولوجيا المعلومات و الاتصال لا تمنحنا فقط أساليب مختلفة للعمل و التفكير و الترفيه، بل إنها تقدم لنا أيضا بعض الخيارات الأخلاقية المختلفة والتحولت الثقافية التي تنعكس و تساعد في توجيه السلوك و التصرفات، مما يخلف آثارا على البنيان المجتمعي والبناء القيمي الذي يترتب من استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و سوف نتطرق في هذا الجزء الى كل من الآثار الايجابية و السلبية:

أ) الآثار الايجابية :

- ✓ الآثار المستقبلية على العملية التربوية و التعليمية و تطوير البحث العلمي و التقني، و ما يترتب على ذلك من خلق فلسفة جديدة في الانفتاح و التعاون الدولي في مجال المعلومات، حيث أشار TOFFLER إلى أن البشرية قد مرت بثلاثة مراحل هي :
- اكتشاف الزراعة.
- الثورة الصناعية.
- الثورة المعلوماتية، و التي من خلالها أصبح بإمكان الشعوب تخزين و برمجة أكبر عدد كمية من المعلومات و التي بدورها أسهمت في تكوين مجتمعا ليس متماثلا و لا متنوعا، بل نمطا اجتماعيا أساسه التعاون.
- ✓ كيفية تسخير هذه التكنولوجيا في حل المشكلات و تخفيف المعانات التي يتعرض لها الأفراد .
- ✓ الدور الإبداعي للعمل التكنولوجي القائم على أساس البحث و التقصي .
- ✓ القياسات الحيوية و العمل على مكافحة الجريمة .
- ✓ تشجيع السلوكيات الجديدة من المطالبة بالمساواة و العدالة الاجتماعية ، وحرية التعبير و بناء العلاقات الشخصية و حماية حقوق الملكية الفكرية و تشجيع الثقافة و الفن .

¹ لمين علوي ، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ادارة الموارد البشرية في المؤسسة ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير ، فرع ادارة الاعمال ، جامعة الجزائر ، 2008/2007 .

(ب) الآثار السلبية :

أما في الجانب المظلم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال نجد بأن لها تأثيرات سلبية عديدة على الفرد و المجتمع نذكر منها الآثار الصحية مثل: المخاطر الصحية لشاشات العرض، الإصابة بالتعب المتكرر مخاطر الإشعاع و المجالات الكهرومغناطيسية، التأثيرات السيكلوجية للاتصال، إدمان الانترنت و الهاتف المحمول، تعب العين و الصداع و كذا جملة من المخاطر البيئية نذكر منها استهلاك الطاقة و ما تخلفه على الجانب البيئي مشكلات وحدات التصنيع و المواد المضرّة بالبيئة كما تم استغلال هذه التكنولوجيا في غير أهدافها مما ساعد على نشر الجريمة في المجتمع مثل التشجيع على الانتحار و تهديد الأمن العام و التطرف الديني والدعوة للتعصب والعنصرية و ترويج الإباحية الالكترونية و السرقة المعلوماتية و انتحال الشخصيات ولا ننسى ذكر التبذير الذي يتبع بعض الصناعات المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات¹ .

¹ بشير كاوجة , دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية-دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف-، نفس مرجع سابق , ص 64 - 65 .

المبحث الثاني : مفاهيم عامة حول الميزة التنافسية .

إن كل مؤسسة ومع تنوع مهامها وأنشطتها وذلك من خلال الاستخدام الأمثل لكافة مواردها تسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف ولعل أبرزها تحقيق مكانة عالية في الأسواق مما يكسبها درجة من المنافسة التي أصبحت اليوم من أهم الطرق التي تسعى للحصول عليها حيث تنشأ هذه الميزة بمجرد الوصول إلى اكتشاف طرق جديدة وأيضاً باعتمادها على استراتيجيات متميزة من حيث السلع والأسعار وكذلك كسب رضا الزبون والعمل على تنمية قدراته ومهاراته مما يجعل هذه المؤسسات تكسب مكانة في السوق وضمان بقائها وفي هذا المبحث الخاص بالميزة التنافسية سوف نتطرق إلى مفاهيم الميزة التنافسية وأيضاً إلى أنواعها ومصادرها ومحدداتها ومعايير الحكم على جودتها .

المطلب الأول : تحليل الميزة التنافسية

تساعد معرفة المؤسسة لبيئتها التنافسية على صياغة إستراتيجية واضحة لمواجهة المنافسين فهذه الأخيرة تعتبر الركيزة الأساسية لبناء ميزة تنافسية وبالتالي ضمان استمراريتها وفي هذا السياق سنتطرق في هذا المطلب إلى توضيح مفهوم المنافسة والتنافسية وصولاً إلى الميزة التنافسية إضافة إلى البيئة التنافسية .

1 المنافسة والتنافسية :

يعد مصطلح التنافسية *la compétitivité* و كذا مصطلح المنافسة *la concurrence* من أكثر المفاهيم تداولاً على المستويين الاقتصادي و التسبيري ، فهما يتداخلان ضمن ما أصبح يعرف بالقدرة أو الميزة التنافسية ومن هنا سنحدد مفهوم كل من المنافسة و التنافسية¹ .

1.1 ماهية المنافسة :

تعتبر المنافسة حقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المؤسسات فقد تحولت المنافسة من محلية إلى عالمية فلم يعد المنتج أو السوق يواجه منافسة محلية فقط بل زادت حدة المنافسة الأجنبية القادمة من الخارج² ولقد تعددت تعاريفها وأنواعها وهذا ما سنحاول دراسته

1.1.1 مفهوم المنافسة :

تعددت تعاريف المنافسة ولم يتم الإجماع على تحديد مفهوم معين لها .

✓ تعبر عن حالة التحدي أو الصراع الحاصل غالباً بين إثنين أو أكثر من الخصوم المتنافسين والمتكافئين وتمثل حلقة وسطية بين التغير البيئي وأداء المؤسسة والصراع المتواصل من

¹ سليمان عابشة ، دور تسيير الموارد في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة حالة بالمطاحن الكبرى للظهرة مستغانم-، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير ، تخصص تسيير الموارد البشرية ، مدرسة الدكتوراه إدارة الأفراد وحوكمت الشركات ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، 2010/ 2011، ص 6.

² أحمد سيد مصطفى ، التنافسية في القرن الحادي والعشرين ، الطبعة الأولى ، المؤلف ، مصر ، 2003 ، ص 14 .

- اجل البقاء من خلالها لا يستطيع المتنافسون البقاء سلميا دونها و إن كل منافس يهدف إلى إزاحة خصمه أو منافسه خارج مجالات النمو والحصول على الموارد والانفراد بمميزات تميزه عن خصمه وتمنحه الموقع التنافسي الأفضل وتضمن له البقاء والاستمرار¹.
- ✓ وتعرف أيضا على أنها تعدد المسوقين وتنافسهم لكسب عميل بالاعتماد على أساليب مختلفة كالأسعار والجودة والخدمة مابعد البيع وغيرها.
- ✓ كما تعرف على أنها إلتقاء العارضين والطلبين في سوق معين مما ينتج عنه تنافس يؤدي حتما إلى تخفيض السعر حتى يتساوى في التكلفة المتوسطة².

2.1.1 أنواع المنافسة :

تتحدد أنواع المنافسة وفق عدة معايير سنذكر البعض منها فيما يأتي :

- (أ) معيار مجال التنافس : ويحوي المنافسة المباشرة والمنافسة غير المباشرة , والمنافسة غير المباشرة تتمثل في الصراع بين المؤسسات القائمة للحصول على الموارد المتاحة في هذا المجتمع أما المنافسة المباشرة فهي التي تحدث في المؤسسات التي تعمل في قطاع واحد .
- (ب) معيار السعر : وتنقسم الى منافسة سعرية ومنافسة غير سعرية .
- ✓ المنافسة السعرية : وهي المنافسة التي يكون الصراع فيها مركزا حول تخفيض الأسعار .
- ✓ المنافسة غير السعرية : وهي المنافسة التي لا يكون التركيز فيها على السعر وإنما على عناصر أخرى مثل: السلعة , الخدمة , المكان , الترويج الخ .
- (ت) معيار موضوع التنافس (ما يتم التنافس عليه) : وتنقسم المنافسة حسب هذا المعيار إلى :
- ✓ منافسة في مجال السلع والخدمات .
- ✓ منافسة ما بين المؤسسات حول زيادة المبيعات والحصول على أكبر حصة من السوق.
- ✓ منافسة شاملة : وهي المنافسة فيما بين منتجات وخدمات مختلفة ولكنها بديلة من حيث المنفعة أو الخدمة .
- (ث) معيار هيكل السوق : وتصنف المنافسة الى منافسة كاملة واحتكارية .
- ✓ المنافسة الكاملة : إن الشروط الرئيسية للمنافسة التامة في سوق صناعة ما تتلخص في الآتي :

- وجود عدد كبير من المنتجين حيث لا يستطيع أحد المنتجين أن يمارس دورا في التأثير على السعر في السوق .
- عدم وجود أو ضآلة العوائق ضد دخول منشآت جديدة الى الصناعة .

¹ حفيان عبد الوهاب , دور إدارة الموارد البشرية , الطبعة العربية , دار الأيام للنشر والتوزيع , عمان , 2014 , ص 46 .

² زينب شطبية , دور التسويق الإلكتروني في دعم الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية-دراسة سوق الهاتف النقال في الجزائر-مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في علوم التسويق , تخصص تسويق , جامعة قاصدي مرياح , ورقلة , 2009/2008, ص 4 .

- تجانس السلعة تجانسا تماما .

✓ المنافسة الإحتكارية : وتعني وجود عدد كبير نسبيا من البائعين والمشتريين (العارضين والطالبين) ومنتجات غير متجانسة مع بعضها البعض وإن كانت عبارة عن بدائل قريبة متشابهة غير متماثلة، والزيائن ليس لديهم صورة كاملة و واضحة عن كل ما يجري في السوق من منتجات أو سياسات أو أسعار أو توزيع وتتسابق المؤسسات المنتجة في ظل هذه المنافسة في مجال تحسين الجودة وتقديم أفضل المنتجات للمستهلك وتحسين كفاءتها الإنتاجية¹ .

2.1 ماهية التنافسية :

نظرا لأهمية التنافسية في إدارة الأعمال وكونها شرط من شروط بقاء المؤسسة في السوق وتطورها وتوسعها سواء من حيث الحجم أو من حيث وجود فروع لها في المناطق مختلفة وجب علينا التطرق إليها عبر عدة جوانب والمتمثلة في مفومها وأنواعها² .

1.2.1 مفهوم التنافسية :

اختلف الكتاب في تحديد مفهوم دقيق للتنافسية حيث عرفها :

- ✓ تعريف فريد النجار : التنافسية هي القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الربحية، النمو ، الاستقرار ، التوسع ، الابتكار و التجديد³ .
- ✓ عرفها Enright M.J : على أنها القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق الدولية مما يعني نجاحا مستمرا لهذه المؤسسة (الشركة) على الصعيد العالمي في ظل غياب الدعم والحماية من قبل الحكومة⁴ .
- ✓ وتعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCDE التنافسية على مستوى الاقتصاد : بأنها الدرجة التي يمكن وفقها وفي شروط السوق الحرة والعادلة إنتاج السلع والخدمات التي تواجه أدواق الأسواق العالمية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسع الدخول الحقيقية للشعب على المدى الطويل⁵ .

¹ هشام حريز ، بوشمال عبد الرحمان ، التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة ، الطبعة الأولى ، مكتبة الوفاء القانونية ، الاسكندرية ، 2014 ، ص 141 .

² فيصل صايغي ، أنظمة المعلومات إستخداماتها وفوائدها وتأثيراتها على تنافسية المؤسسة-دراسة إستطلاعية على مؤسسات منطقة تبسة-رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص إدارة الأعمال ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2008/2009م ، ص 19 .

³ بن قايد فاطمة الزهراء ، دور الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية-دراسة حالة مركب السيارات الصناعية برويبة 2008-2012-SNVI-، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، فرع تسيير المنظمات ، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة أمحمد بوقرة ، بومرداس ، 2010/2011م ، ص 50 .

⁴ مصطفى أحمد حامد رضوان ، التنافسية كآلية من آليات العولمة الاقتصادية ، الطبعة الأولى ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2011 ، ص 21 .

⁵ حفيان عبد الوهاب ، دور إدارة الموارد البشرية ، ص 48 .

2.2.1 أنواع التنافسية :

تصنف التنافسية إلى صنفين هما :

(أ) التنافسية بحسب الموضوع :

و تتضمن نوعين:

✓ تنافسية المنتج : تعتبر تنافسية المنتج شرطا لازما لتنافسية المؤسسة لكنه ليس كاف وكثيرا

ما يعتمد على سعر التكلفة كمعيار وحيد لتقويم تنافسية منتج معين، ويعد ذلك أمرا غير صحيحا، باعتبار أن هناك معايير أخرى قد تكون أكثر دلالة كالجودة وخدمات ما بعد البيع.

✓ تنافسية المؤسسة : يتم تقويمها على أساس أشمل من تلك المتعلقة بالمنتج، حيث لا يتم

حسابها من الناحية المالية في نفس المستوى من النتائج ، في حين يتم التقويم للمنتج بالاستناد إلى الهامش الذي ينتجه هذا الأخير، أما تنافسية المؤسسة يتم تقويمها آخذين بعين الاعتبار هوامش كل المنتجات من جهة والأعباء الإجمالية.

(ب) التنافسية وفق الزمن :

وتتمثل في التنافسية اللحظية والقدرة التنافسية :

✓ التنافسية اللحظية : تعتمد هذه التنافسية على النتائج الايجابية المحققة خلال دورة محاسبية،

غير أنه يجب ألا نفاعل بأن 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.

✓ القدرة التنافسية : تستند القدرة التنافسية إلى مجموعة معايير، حيث أن هذه الأخيرة تربطها

علاقات متداخلة فيما بينها، فكل معيار يعتبر ضروري ويبقى المؤسسة صامدة في بيئة مضطربة ، ولكنه لا يكفي بمفرده¹ .

2 تحليل البيئة التنافسية و قوى التنافس :

ان المؤسسة الاقتصادية في ضوء التنافس وتعدد المؤسسات التي تمارس نفس نشاطها في محيطها و إمكانية هروب عملاءها خاصة المستهلكين والذين تعتبرهم الركيزة الاساسية لتواجدهم فهي تبحث دائما عن البيئة الملائمة للتنافس وفوزها بالنصيب الكبير من السوق أي العدد الأكبر من المستهلكين ويتم ذلك بتحليل قوى التنافس في السوق .

1.2 تحليل البيئة التنافسية :

¹زينب شطبية ، دور التسويق الإلكتروني في دعم الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية-دراسة سوق الهاتف النقال في الجزائر- نفس المرجع السابق ، ص 10-11 .

تعرف البيئة التنافسية على أنها تلك العوامل و المتغيرات التي تقع خارج حدود المؤسسة ، بحيث .تتأثر بها دون أن تكون لها أدنى رقابة عليها وتفرز هذه البيئة مجموعة من المتغيرات و العوامل التي يصعب السيطرة عليها و التحكم فيها و يتوقف نجاح المؤسسة إلى حد كبير على مدى دراستها للعوامل البيئية المؤثرة و الاستفادة منها و يمكن تقسيم البيئة التنافسية إلى خاصة و عامة:

أ) البيئة التنافسية الخاصة:

تتمثل في مجموع العوامل و المتغيرات التي ترتبط ارتباطا وثيقا بطبيعة نشاط المؤسسة و لها علاقة مباشرة بها، فهي تؤثر بشكل مباشر على أنشطتها و استراتيجياتها و يمكن للمؤسسة الرقابة عليها نسبيا و التأثير فيها و هي تضم المجموعات التالية : العملاء ،الموردين ،المنافسين ،التشريعات والقوانين المتعلقة بنشاط المؤسسة ، العوامل الاقتصادية و الاجتماعية الخاصة بالبيئة المحيطة بالمؤسسة،التكنولوجيا الصناعة... و غيرها فعلى المؤسسة رصد هذه المتغيرات و تحليلها لضمان التكيف معها و الاستفادة منها.

ب) البيئة التنافسية العامة:

تتمثل البيئة التنافسية العامة في مجموعة العوامل و القوى التي تقع خارج المؤسسة ،دون أن يكون لها تأثير مباشر على إستراتيجية المؤسسة ، فهي تؤثر على كافة المؤسسات و لا تخضع لسيطرة إدارة المؤسسة و تشمل كافة العوامل : السياسية و القانونية ، الاجتماعية و الثقافية،التكنولوجية ، الاقتصادية ، و يظهر تأثير هذه العوامل في العديد من الجوانب أهمها :

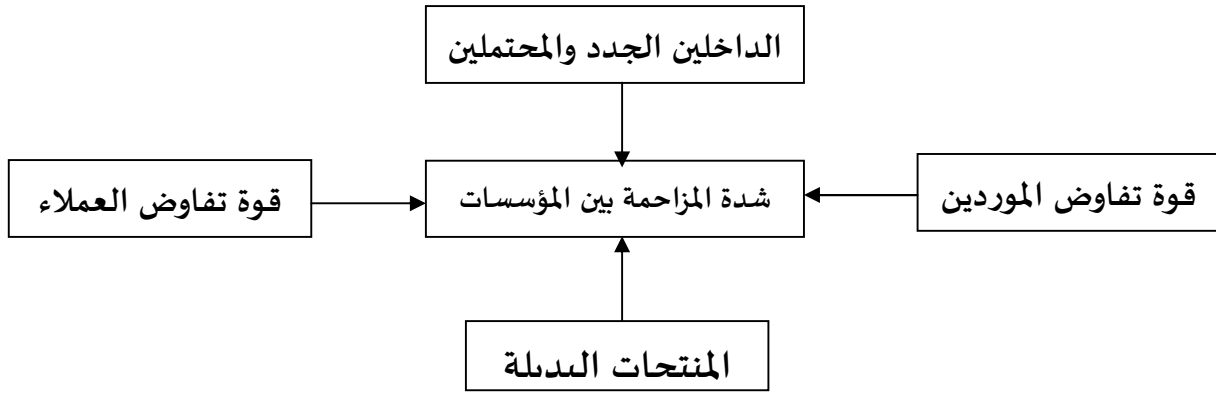
- ✓ تحديد فرص الاستقرار و النمو .
- ✓ السياسات و الإجراءات التنظيمية الممكن إتباعها .
- ✓ بيان درجة الاستقلال الحرية المتاحة لإدارة المؤسسة¹.

2.2 نموذج قوى التنافس الخمسة ل Porter :

ان تحليل القوى التنافسية تهدف إلى تحديد ومعرفة جاذبية القطاع , إن هذه الأخيرة تتوقف على التأثير الذي تحدثه القوى التنافسية حيث أشملها Michael Porter في خمسة قوى كما هو موضح من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (04) : نموذج قوى التنافس الخمسة لبورتر .

¹ سليمان عايشة , دور تسيير الموارد في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة حالة بالمطاحن الكبرى للظهرة مستغانم-، نفس المرجع السابق , ص 4-5.



المصدر : فيصل صايغي , أنظمة المعلومات إستخداماتها , فوائدها وتأثيراتها على تنافسية المؤسسة , ص 34 .
يمثل الشكل (04) القوى الخمس لبورتر التي تؤثر على البيئة التنافسية وهي كالتالي :

1.2.2 الداخليين الجدد و المحتملين :

يجب على المؤسسات الاهتمام و التركيز على الداخليين الجدد و المحتملين و الذين لا يمكن تجاهلهم، حيث تكون لهم الرغبة في اقتحام حصص في السوق و يؤثرون في مردودية قطاع النشاط من خلال تخفيض أسعار المنتجات و تتحدد درجة خطورة الداخليين الجدد من خلال نوعية حواجز الدخول التي يفرضها قطاع النشاط و التي يمكن حصرها في : اقتصاديات الحجم، تمييز المنتج، تكلفة البديل، احتياجات الرأسمالية، سهولة الوصول إلى منافذ التوزيع، سياسات الحكومة، الحصول على المواد الخام، الحاجة إلى كسب التقنية و المهارة المتخصصة.

2.2.2 شدة المزاومة بين المنافسين :

و تمثل شدة المزاومة بين المنافسين الموجودين مرتكزا أساسيا في نموذج بورتر لتحديد جاذبية الصناعة ومن بين المحددات العديدة للمزاومة نجد أن هناك أربعة عوامل بارزة وهي نمو الصناعة، نصب التكلفة الثابتة إلى إجمالي القيمة المضافة للنشاط، مدى عمق تمييز المنتج و أخيرا التمرکز و التوازن بين المنافسين فإذا كانت صناعة ما تتميز بنمو مرتفع، و تكاليف ثابتة نسبية أقل، مدى واسع من إمكانيات تمييز المنتج، درجة عالية من التمرکز، فإن الاحتمال الأكبر هو توافر فرص ربحية جيدة لذا فإنه من المتوقع أن تعمل هذه العوامل بمثابة محددات مهيمنة على درجة المزاومة بين المنافسين¹.

3.2.2 تهديد المنتجات البديلة :

لا يقتصر الأمر على تحليل كل من المشاركين المزاومين في الصناعة، و كذلك القادمين المحتملين إلى الصناعة، بل هناك قوى أخرى محورية لتحديد جاذبية الصناعة متمثلة في منتجات أو خدمات بديلة لمنتجات أو خدمات الصناعة أو تقديم منتجات أو خدمات مشابهة أو أفضل بكمية أقل و جودة عالية و هو بذلك يمثل

¹ عامر بشير , دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك -دراسة حالة الجزائر- , أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص نفود مالية وبنوك , جامعة الجزائر , الجزائر , 2012/2011م, ص 174 .

تهديدا حقيقيا حيث بإمكان هذا الأخير تقليص مردودية القطاع من خلال مدى توافر بدائل قريبة، أو في تكلفة التبدل، أو في مدى تشدد منتجي السلع البديلة¹.

4.2.2 قدرة التفاوض مع الزبائن :

إن تأثير الزبائن على المؤسسة يتمثل في قدرتهم على التفاوض في تدني الأسعار ورفع النوعية والتنوع في الخدمات الأمر الذي يكون تأثير على مردودية المؤسسة يكون لهذا التأثير أثر سلبي على المؤسسات في الحالات التالية :

- ✓ تجمع المشترين في عملية الشراء (توحيد مشترياتهم) .
- ✓ أهمية المنتج بالنسبة للمشترين .
- ✓ توفر المعلومات الكافية لدى الزبائن .
- ✓ سهولة الحصول على المنتجات المطلوبة وخاصة التي تتسم بالنمطية .
- ✓ ارتباطهم بالمستهلكين مباشرة يجعلهم في مركز قوة² .

5.2.2 قوة المساومة لدى الموردين :

يمارس الموردين مساومتهم على أعضاء الصناعة بزيادة الأسعار أو تخفيض جودة المنتج أو الخدمة المشتراة ويؤثر ذلك على ربحية الصناعة وقدراتها على استعادة التكاليف .

ويمكن اختصار شروط سيطرة الموردين والتي تتصف بالقوة فيما يلي :

- ✓ توفر بدائل قليلة للمنتج الذي يبيعه مع أهمية هذا المنتج للشركة المشترية .
- ✓ لامتثل الصناعة التي تنتمي إليها الشركة المشترية عميلا مهما للموردين مما يجعل الموردين أقل رغبة لخفض الأسعار وتحسين الجودة .
- ✓ تميز منتج الموردين وتفردته بتكاليف تحويل مرتفعة ، تحول دون التحول من مورد إلى آخر بسهولة³ .

3 مفهوم الميزة التنافسية :

يحتل مفهوم الميزة التنافسية مكانة هامة في التفكير الإستراتيجي للمؤسسات حيث تمثل القاعدة الأساسية التي يركز عليها أداء المؤسسات وعليه سوف يتم استعراض مجموعة من التعاريف التي تناولت مفهوم التنافسية والتطرق الى أهمية هذه الميزة داخل المؤسسات .

¹ عامر بشير ، دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك ، نفس المرجع السابق ، ص 175 .

² فيصل صايغي ، أنظمة المعلومات إستخداماتها ، فوائدها وتأثيراتها على تنافسية المؤسسة -دراسة إستطلاعية على مؤسسات منطقة تبسة-، نفس المرجع السابق ، ص36 .

³ هشام حريز ، بوشمال عبد الرحمان ، التسويق كمدخل إستراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة ، نفس المرجع السابق ، ص 148 - 149 .

1.3 تطور مصطلح الميزة التنافسية :

إن مصطلح الميزة التنافسية ظهر في أواخر السبعينات من القرن الماضي وذلك من طرف شركة ماكينزي للاستشارات وذلك نتيجة للنجاح الذي حققته الشركات اليابانية في ذلك الوقت رغم الظروف المتغيرة للأسواق التي تنشط فيها لكنها تمكنت من ذلك بفضل حسن اختيارها للميادين التنافسية التي تستطيع السيطرة على حصة مهمة منها وفي سنوات الثمانينات بدا هذا المفهوم في الانتشار داخل أوساط المؤسسات خاصة بعد الاسهامات التي قدمها مايكل بورتر سنوات 1980, 1985¹.

2.3 مفهوم الميزة التنافسية :

لخلق الميزة التنافسية فإن قادة المؤسسة يجب ان يؤمنوا بهذه الميزة ويغرسوها لدى كل العاملين فقد عرف قاموس (webster , 2003) مصطلح الميزة Advantage بأنه التفوق مع حالة أو شرط أما التنافسية Competitive فهي الإلتناء أو الاستناد الى المنافسة .

لقد تعددت التعاريف للميزة التنافسية الأمر الذي أدى إلى انعدام التعريف المحدد تماما والمتفق عليه حول الميزة التنافسية وفيما يلي أهم التعاريف المتعلقة بها:

- ✓ ينظر للميزة التنافسية على أنها : قدرة المؤسسة على تحقيق حاجات المستهلك أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من المنتج ومن ثم فهي استثمار لمجموعة من الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية.²
- ✓ يوضح (Porter , 1985) أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد وصول المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية مقارنة بتلك المستعملة من قبل المنافسين ،أي بمجرد إحداث المؤسسة لعملية الإبداع، أي إن جوهر الميزة التنافسية هو الإبداع³ .
- ✓ بينما يرى (سمير أبو الفتوح , 1996) ان الميزة التنافسية هي مجموعة من المهارات والتكنولوجيات والموارد والقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها لتحقيق أمرين أساسيين :

- الأولى: إنتاج قيم ومنافع للعملاء أعلى مما يحققه لهم المنافسون .
- الثانية: تأكيد حالة التميز و الإختلاف فيما بين المؤسسة و منافسيها⁴ .

¹ هشام حريز , بوشمال عبد الرحمن , نفس المرجع السابق , ص 111 .

² علاء فرحان طالب , زينب مكي محمود البناء , نفس مرجع سابق , ص 144 .

³ وهيبه داسي , دور إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية , مقال بمجلة الباحث , جامعة محمد خيضر , بسكرة - الجزائر , 2012/11 , ص 168 .

⁴ عيد أحمد أبو بكر , دور نظم المعلومات الاستراتيجية في دعم وتحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين المصرية , المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة جامعة الزيتونة الأردنية, كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية , عمان , الأردن , 23-26 نيسان (إبريل 2012) , ص 614 .

- ✓ ويعرف (kotler , 1997) الميزة التنافسية على أنها قابلية المؤسسة على الأداء بأسلوب واحد أو عدة أساليب ليس بإمكان المنافسين إتباعها حالياً أو مستقبلاً و أن (الميزة التنافسية) ترتبط بقدرة المؤسسة على بنائها فقد تتمثل بتوفير جودة أفضل للمنتج أو تقديم خدمات أفضل أو كلفة منخفضة أو إبداع في منتجاتها أو تميز المنتج أو الخدمة المقدمة أو المعرفة التي تمتلكها مقارنة بالمؤسسات الأخرى¹.
- ✓ أما (أبو بكر , 2008) فقد عرف الميزة التنافسية بأنها قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات العاملة في نفس النشاط , والتي تتحقق بالاستغلال الأفضل للموارد الفنية , و المادية , و التنظيمية , بالإضافة للقدرات والكفاءات المعرفية وغيرها التي تتمتع بها المؤسسة والى تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجيتها التنافسية².
- ✓ عرفها Fakey حسب ما أشار (Low and praveen 2010) على أنها أي شيء يمكن أن تتميز به المؤسسات إيجابياً أو يميز منتجاتها عن المنافسين من وجهة نظر العملاء أو المستخدمين النهائيين لهذه المنتجات المتميزة³.
- ✓ وعرفها (القطب, 2011) بأنها الموقع الفريد طويل الأمد الذي تطوره المؤسسة من خلال أداء أنشطتها بشكل مميز وفعال , واستغلال نقاط قوتها الداخلية باتجاه تقديم منافع قيمة فائقة لزيائنها لا يستطيع منافسوها تقديمها⁴.
- ✓ وقد عرف (حيرش , 2012) الميزة التنافسية بأنها الوضع الذي يتيح التعامل مع مختلف عناصر البيئة المحيطة بالمؤسسة بصورة أفضل من المنافسين بمعنى أنها تعبر عن مدى القدرة على الأداء بطريقة يعجز المنافسون عن القيام بمثلها⁵.
- ✓ في حين يعرفها (القريوتي وزملاءه , 2014) على أنها الخاصية أو مجموعة الخصائص التي تمتلكها المؤسسة خلال فترة زمنية معينة ما يمنحها التفوق على منافسيها و يؤهلها لإستغلال المزيد من الفرص في البيئة الخارجية⁶.

1 طه علي نابل , علاقة طرق التدريب بتحقيق الميزة التنافسية , مقال بمجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والادارية , جامعة الأنبار , كلية الادارة والاقتصاد , فلوجة , المجلد 5 , العدد 10 , 2013م , ص 432 .

2 اباد شماسنة , الإدارة الدقيقة والقدرة التنافسية للموارد البشرية , الطبعة الأولى , فضاءات للنشر والتوزيع , عمان , 2014 , ص 66-67 .

3 مصطفى يوسف كافي , اقتصاد المعرفة وانعكاساته تحقيق الميزة التنافسية للبنوك , الطبعة الأولى , ألفا للوثائق , قسنطينة , 2017 , ص 211 .

4 سهاد محمد إسماعيل رومي , إدارة المعرفة وعلاقتها بالميزة التنافسية لدى البنوك العاملة في مدينة الخليل , رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال , كلية الدراسات العليا , جامعة الخليل , فلسطين , 2015/2016م , ص 24 .

5 أحمد رسمي أحمد بعلوشة , أثر الترويج الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة ميدانية على بنك فلسطين في قطاع غزة-, مذكرة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال , كلية الاقتصاد والعلوم الادارية , جامعة الأزهر , غزة , 1437هـ/2016م , ص 34 .

6 مصطفى يوسف كافي , اقتصاد المعرفة وانعكاساته تحقيق الميزة التنافسية للبنوك , نفس المرجع السابق , ص 211 .

- ✓ ويعرف Gharehbashlani and seify (2014) الميزة التنافسية بأنها قدرة المؤسسة على البقاء والاستمرار في السوق من خلال جذب العملاء باستخدام خصائص تميز منتجاتها عن باقي المنافسين¹.
- ✓ فقد عرفها Pitts and lei على أنها استغلال المؤسسة لنقاط قوتها الداخلية في أداء الأنشطة الخاصة بها بحيث تتولد قيمة لا يستطيع المنافسون تحقيقها في ادائهم لأنشطتهم².
- ✓ تمثل الميزة التنافسية (Competitive Advantage) القاعدة الأساسية التي يركز عليها أداء المؤسسة، ومن النادر أن تمتلك المؤسسات سبقاً تنافسياً في جميع المجالات قياساً للمنافسين الآخرين نظراً لمحدودية موارد المؤسسة و/أو هيكلها التنظيمي وثقافتها وإستراتيجيتها إلا أن الميزة التنافسية بشكل عام تعتبر مفتاحاً لنجاح المؤسسات³.
- ✓ أما هيئة التجارة والصناعة البريطانية فعرفت الميزة التنافسية على أنها القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى⁴.

ومنه نستنتج أن الميزة التنافسية هي ما تتميز أو تنفرد به مؤسسة ما خلافاً عن المنافسين سواء في الجودة ، السعر ، المهارات ، التكنولوجيات ، وكل الموارد المتاحة لديها بهدف تحقيق بعدين : رضا العميل والتميز⁵.

المطلب الثاني : أساسيات الميزة التنافسية

من أجل إعطاء الميزة التنافسية المفهوم الأوضح يجدر بنا تحديد أهميتها وعرض بعض خصائصها التي يمكن أن تستخدم من قبل المؤسسة لتقييم ميزتها التنافسية كما يجب علينا الاطلاع على أنواعها .

3.3 أهمية الميزة التنافسية :

ان أهمية الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسات شيء ضروري من أجل تحقيق التفوق على المؤسسات الأخرى ويمكن تلخيص هذه الأهمية في النقاط التالية :

- ✓ خلق قيمة للعملاء تلبي احتياجاتهم وتضمن ولائهم وتدعم وتحسن سمعة وصورة المؤسسة في أذهانهم.

¹ أحمد رسمي أحمد بعلوشة، أثر الترويج الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة ميدانية على بنك فلسطين في قطاع غزة-، نفس المرجع السابق ، ص 34 .

² محمد فوزي علي العنوم ، رسالة المؤسسة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة ميدانية على قطاع صناعة الأدوية الأردني-، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال ، كلية إدارة الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، الأردن ، 2009 ، ص 42 .

³ دانه خالد عمرو ، علاقة إدارة التصميم بتحقيق الميزة التنافسية-دراسة ميدانية لعينة من شركات الإنشاء والتعمير العاملة في الأردن-، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال ، كلية الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، الأردن ، 2009 ، ص 40 .

⁴ مصنوعة أحمد ، تنمية الكفاءات البشرية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمنتج التأميني ، مداخلة في الملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية الواقع العملي وآفاق التطوير - تجارب الدول جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف ، 03 - 04 ديسمبر 2012 ، ص 3 .

⁵ بن قايد فاطمة الزهراء ، دور الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية -دراسة حالة مركب السيارات السيارات الصناعية بروبينة 2008-2012-SNVI-، نفس المرجع السابق ، ص 52.

- ✓ تحقيق التميز الإستراتيجي عن المنافسين في السلع والخدمات المقدمة الى العملاء مع إمكانية التميز في الموارد والكفاءات والإستراتيجيات المنتهجة في ظل بيئة شديدة المنافسة .
 - ✓ تحقيق حصة سوقية للمؤسسة وكذلك ربحية عالية للبقاء والاستثمار في السوق¹.
 - ✓ دخول مجال تنافسي جديد كدول سوق جديدة أو التعامل مع نوعية جديدة من العملاء أو نوعية جديدة من المنتجات والخدمات .
 - ✓ تكوين فكرة مستقبلية جديدة للأهداف التي تريد المؤسسة بلوغها وللفرص الكبيرة التي ترغب في إقتناصها .
 - ✓ أنها تعطي حركية وديناميكية للعمليات الداخلية للمؤسسة نظرا لكونها مستندة على موارد المؤسسة وقدراتها.
 - ✓ متابعة التطور و التقدم على المدى البعيد كون الميزات التنافسية تتسم بالإستمرارية والتجدد².
- 2 خصائص الميزة التنافسية :

عند الحديث عن خصائص الميزة التنافسية لا بد من التركيز في المقام الأول على مسألة ديمومة الميزة التنافسية وبقائها , فالميزة التنافسية لا تنتهي بمجرد قدرة على تقليدها أو محاكاة ما تستند اليه . ويمكن تلخيص خصائص الميزة التنافسية كما يلي :

- ✓ إن الميزة التنافسية نسبية وتتحقق بالمقارنة مع المنافسين وهي ليست مطلقة .
- ✓ أنها تؤدي إلى التفوق و الأفضلية للمؤسسة على المؤسسات المنافسة .
- ✓ أنها تتبع من داخل المؤسسة وتحقق قيمة لها .
- ✓ أنها تتعكس في كفاءة أداء المؤسسة لأنشطتها أو في القيمة ماتقدمه للزبائن أو كليهما .
- ✓ يجب أن يكون لها دور في التأثير في الزبائن و إدراكهم للأفضلية فيما تقدمه المؤسسة من منتجات (سلع وخدمات) وتحفزهم للشراء منها³.
- ✓ يتم تأسيسها على المدى الطويل باعتبارها تختص بالفرص المستقبلية .

وحتى تكون الميزة التنافسية فعالة يتم الاستناد الى الشروط الآتية :

- حاسمة أي تعطي الأسبقية والتفوق على المنافس .
- الإستمرارية بمعنى يمكن ان تستمر خلال الزمن .
- إمكانية الدفاع عنها أي يصعب على المنافس محاكاتها أو إلغائها⁴.

¹ سليمان عايشة , دور تسيير الموارد في تحقيق الميزة التنافسية -دراسة حالة بالمطاحن الكبرى للظهرة مستغانم- , نفس المرجع السابق , ص 8 .

² خالد أحمد عبد الحميد قشقش , إدارة رأس المال الفكري وعلاقته في تعزيز الميزة التنافسية-دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة- , رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال , كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية , جامعة الأزهر , غزة - فلسطين , 1435هـ/2014م , ص 47 .

³ عاصم فايز الزعانين , الميزة التنافسية في المنتجات الدوائية للشركات الوطنية و أثرها على زيادة الحصة السوقية من وجهة نظر الزبون في قطاع غزة. رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال , كلية التجارة , الجامعة الإسلامية , غزة , 1431هـ/2010م , ص 15 .

⁴ هشام حريز , بوشمال عبد الرحمن , التسويق كمدخل إستراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة , نفس المرجع السابق , ص 113 .

3 أنواع الميزة التنافسية :

يشير الى نوعين رئيسيين من الميزة التنافسية هما التكلفة الأقل Cost Leadership وتمايز أو تمييز المنتج Differentiation كما يضيف بورتر نوع آخر هو التمايز المركز Focusd Differentiation¹.

1.3 التكلفة الأقل (Cost Leadership) :

هي قدرة الشركة أو المؤسسة على توفير سلعة، أو خدمة بتكلفة أقل من منافسيها وأن الافتراض الأساسي وراء هذه الميزة يتمثل في الحصول على ميزة تكاليف جوهرية على منافسيك الآخرين التي يمكن تمريرها الى العملاء للحصول على حصة سوق أكبر ويتم ذلك من خلال تحقيق كلفة متغيرة أقل أو تحقيق مستوى أقل من نفقات التسويق أو تحقيق مستوى أقل في النفقات التشغيلية والإدارية².

2.3 تمييز المنتج (Differentiation):

تتميز المؤسسة عن منافسيها عندما يكون بمقدورها حيازة خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها، وحتى يتم الحيازة على هذه الميزة يجب الإستناد إلى عوامل تسمى بعوامل التفرد والتي تميز من بينها التعلم و آثار بثه بحيث قد تتجم خاصية التفرد لنشاط معين، عندما يمارس التعلم بصفة جيدة فالجودة الثابتة في العملية الإنتاجية يمكن تعلمها ومن ثم فإن التعلم الذي يتم امتلاكه بشكل شامل كفيل بأن يؤدي إلى تمييز متواصل³.

3.3 التمايز المركز (Focusd Differentiation) :

وتعني التركيز على سلعة معينة أو سوق معين بعينه كالتركيز على شريحة معينة من المجتمع (البناء وإنتاج الملابس الكبيرة المناسبة لمقاساتهم)⁴.

المطلب الثالث : بناء وتطوير الميزة التنافسية .

تعد الميزة التنافسية وسيلة لتكوين رؤية جديدة للمستقبل الذي تريده المؤسسة لنفسها، ومجالات البحث عن الفرص الهائلة ويستدعي هذا معرفة أبعادها ومصادرها التي تستمد منها هذه الأخيرة إضافة إلى محدداتها.

1 أبعاد الميزة التنافسية :

تتحقق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد الفنية والمادية والتنظيمية بالإضافة إلى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها المؤسسة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق المنافسة ويمكن تحديد الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال أربعة أبعاد وهي كالاتي :

¹ مصطفى يوسف كافي , اقتصاد المعرفة وانعكاساته تحقيق الميزة التنافسية للبنوك , نفس المرجع السابق , ص 215 .

² هشام عثمان المبيضين , نظم المعلومات الإستراتيجية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية , مقال بالمجلة الأردنية في إدارة الأعمال , جامعة مؤتة , الأردن , المجلد 11 العدد 2 , 2015م , ص 486 .

³ إسماعيل صبحي كحيل , إدارة الجودة الشاملة وعلاقتها بالميزة التنافسية -دراسة تطبيقية على جامعة فلسطين-رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في القيادة والإدارة , البرنامج المشترك بين أكاديمية الإدارة والسياسة للدارسات العليا وجامعة الأقصى , فلسطين , 1437هـ/2016م , ص 37.

⁴ مصطفى يوسف كافي , اقتصاد المعرفة وانعكاساته تحقيق الميزة التنافسية للبنوك , نفس المرجع السابق , ص 216 .

1.1 جودة المنتجات (سلع/خدمات) :

نتيجة للتغيرات السريعة والتطورات المتعاقبة زاد اهتمام المؤسسات بتلبية رغبات العملاء والحرص على رضاهم إذ لم يعد السعر العامل المحرك لسلوك المستهلك، بل أصبحت الجودة هي الاهتمام الأول له والقيمة التي يسعى للحصول عليها، هذا ما أوجب على المؤسسات التي ترغب في البقاء في المنافسة وتحقيق مزايا تنافسية أن تقدم منتجات ذات جودة عالية.

2.1 السيطرة على الأسواق :

يعد السوق عنصرا هاما في العملية التسويقية إذ يقال أن هدف التسويق هو خلق سوق إذ يعرفه كونتر (Kotler) بأنه جميع المستهلكين المحتملين الذين يتشابهون في حاجاتهم ورغباتهم والذين لديهم القدرة والرغبة في القيام بعملية التبادل من أجل إشباع حاجاتهم ورغباتهم.

3.1 الإبداع والتطوير :

بالنظر من زوايا عديدة يعتبر الإبداع والتطوير أحد أهم الركائز الأساسية في بناء المزايا التنافسية للمؤسسات فإذا أرادت هاته الأخيرة أن لا تتخلف عن السباق التنافسي فإنه يتعين عليها اتخاذ خطوات وإجراءات لتقديم منتجات أو لتطوير تقنيات جديدة لإنتاج هذه المنتجات بكل ثقة ومقابل تكلفة منخفضة وبالتالي يمكن القول بأن مدخل الإبداع والتطوير هو الخيار الإستراتيجي الأكثر ضمانا للمؤسسات في مواجهة مختلف الاضطرابات المحتملة في المحيط .

4.1 كفاءة العمليات :

وينظر لها من عدة جوانب فقد تجسد الكفاءة في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة وتقاس بكمية المدخلات المستخدمة لإنتاج مخرجات محددة حيث كلما ارتفع معدل كفاءة المؤسسة كلما قلت المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة وبذلك تنخفض التكاليف مقارنة بالمنافسين مما يسمح ببناء ميزة تنافسية كما تعد الكفاءة العامل الحاسم في مدى استمرار وبقاء و نجاح المؤسسة لذا لا بد من سعي هذه الأخيرة لتحقيق ميزة تنافسية من خلال تخفيض التكلفة أي تركيز المؤسسة على جعل تكاليف الإنتاج وتسويق منتجاتها أدنى من المؤسسات الأخرى المنافسة وإن اتخذ التكلفة أساسا للكفاءة يستوجب معه التركيز على جعل تكاليف إنتاج وتسويق المنتجات أدنى من المؤسسات المنافسة لأجل توسيع الحصة السوقية وتأسيسا على ما تقدم نرى بأن بُعد الكفاءة يُعدّ من الركائز الأساسية في نجاح المؤسسة وتفوقها من خلال تمكينها من الوقوف أمام المؤسسات المنافسة ومساعدتها في الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية لمنتجاتها في السوق، وأن عدم اهتمام المؤسسة بالاستخدام الأمثل لمواردها قد يكون السبب وراء تدهورها وانسحابها من المنافسة¹.

¹ هناء عداوي , مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية- دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس -, اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير , تخصص تسيير المنظمات , جامعة محمد خيضر , بسكرة , 2015-2016م , ص 107-111 .

2 مصادر الميزة التنافسية :

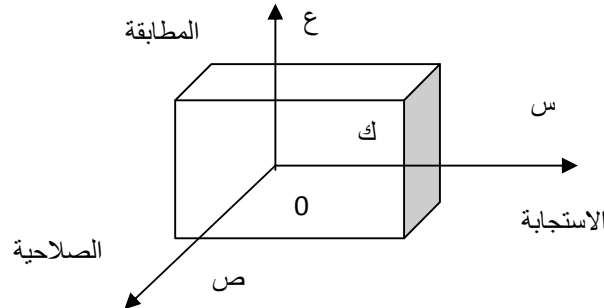
سبق القول أن الميزة التنافسية تتبع من الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة و هذا يعني أن توفر الموارد الضرورية لممارسة النشاط يشكل مصدرا أساسيا للميزة التنافسية لكن توفر الموارد غير كاف لضمان البقاء والاستمرار في العمل بل يتطلب هذا الأخير الاستغلال الأمثل لتلك الموارد.

و يمكن حصر مصادر الميزة التنافسية في العناصر الأساسية التالية:

1.2 الجودة :

تسعى المؤسسات في بيئة تنافسية إلى التسابق نحو الاستحواذ على حصص السوق، وذلك بالاعتماد على الجودة التي تشير إلى قدرة المنتج على الوفاء بتوقعات المستهلك أو حتى تزيد من توقعات المستهلك، حيث تتضمن الجودة ثلاثة عناصر يمكن تمثيلها من خلال نظام ثلاثي البعد وذلك كما هو موضح في الشكل الآتي :

الشكل رقم (05) : يوضح الأبعاد الثلاثة للجودة.



المصدر : مصنوعة أحمد , تنمية الكفاءات البشرية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمنتج التأميني , ص 4 .

تمثل النقطة (0) الجودة المعدومة، وتمثل النقطة (ك , س , ع , ص) الجودة المثلى التي يجب أن يؤول إليها كل منتج أو خدمة، حيث تؤثر الجودة الرديئة للمنتجات أو الخدمات على المؤسسات وبخاصة في المجالات الآتية :

- أ) فقدان العمل : فعادة تؤثر هذه الجودة الرديئة على سمعة المؤسسة وتدمر صورتها في ذهن المستهلكين وقد يؤدي ذلك إلى تناقص حصتها السوقية أو الخسارة وترك العمل.
- ب) المسؤولية عن الأخطاء المحتملة : نعني تلك الأخطار تحدث نتيجة للإصابات، أو الحوادث الناتجة عن استخدام منتجات معينة سواء كان هذا راجع إلى التصميم أو رداءة الصناعة.
- ت) التكاليف : تؤدي الجودة الرديئة إلى زيادة أنواع معينة عن التكاليف التي تتحملها المؤسسة، خاصة تلك التكاليف المتعلقة بالوحدات المعيبة، وتكاليف إعادة الإنتاج، وتكاليف الفحص وتكاليف النقل، وتكاليف التعامل مع شكاوى العملاء غير الراضين، والتكاليف المتعلقة بالخصم الذي يمنح على المنتجات ذات الجودة الرديئة¹.

¹ مصنوعة أحمد , تنمية الكفاءات البشرية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمنتج التأميني , نفس المرجع السابق , ص 4-5 .

2.2 الوقت :

يعتبر الوقت سواء في إدارة الإنتاج أو في الخدمات ميزة تنافسية كبيرة في الآونة الأخيرة ويتحقق ذلك من خلال تخفيض زمن دورة تصنيع المنتج و تخفيض زمن الانتظار الذي يقضيه العميل من وقت طلب المنتج أو الخدمة إلى وقت تليبيتها¹.

3.2 الابتكار :

و هو استغلال أفكار جديدة لتقديمها إلى السوق على شكل سلع و خدمات و يمثل الابتكار أحد أهم الأسس أو المصادر لبناء الميزة التنافسية و على المدى الطويل و ذلك بفضل منحها شيئاً منفرداً أو مميزاً يفتقر إليه المنافسون و يتحقق الابتكار من خلال تقديم منتج جديد أو العمل بأسلوب جديد مختلف عن المنافسين².

4.2 الكفاءة :

تتجسد الكفاءة في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة وتقاس بكمية المدخلات المستخدمة لإنتاج مخرجات محددة باعتبار المؤسسة أداة لتحويل المدخلات الى مخرجات فالمدخلات تمثل العوامل الأساسية للإنتاج من عمالة والأرض... الخ أما المخرجات فتتمثل في السلع والخدمات فكما ارتفع معدل كفاءة المؤسسة كلما قلت المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة فالمؤسسة تتميز تكاليفها بالانخفاض إذا كانت تستحوذ على كفاءة إنتاجية عالية مقارنة مع منافسيها مما يسمح لها ببناء مزايا تنافسية إلا ان تحقيق الكفاءة يقتضي التزاماً واسع النطاق على المستوى المؤسسة على تحقيق تعاون وثيق بين الوظائف المختلفة.

5.2 المرونة :

يقصد بالمرونة قدرة المؤسسة في تقديم مستويات مختلفة ومتنوعة بالسوق المستهدف ويمكن تأشير المرونة في مجالين أساسيين هما :

- ✓ قدرة المؤسسة في مسايرة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا وتصميم المنتجات على وفق تفضيلات الزبائن على اعتبار أن المستهلك وسلوكه يكمن في رغبته الدائمة للتغير .
- ✓ قدرة المؤسسة في الإستجابة للتغير في حجم الإنتاج بالزيادة او النقصان وبحسب مستويات الطلب وبالتالي يجب أن يكون لدى المؤسسة الاستعداد الكافي والقدرة على العمل في بيئة مستقرة ومتقلبة³.

6.2 المعرفة :

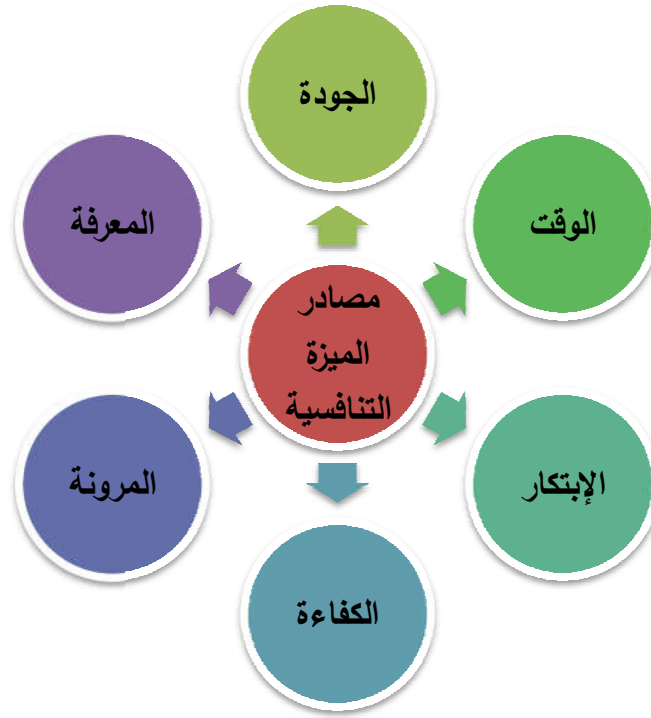
تعد الأصول الفكرية ركيزة أساسية لاستمرار نشاط المؤسسة في البيئة التنافسية المرتكزة على المعلومات و المعرفة فلقد زاد اهتمام تلك المؤسسات المعتمدة على الأصول الفكرية للقياس كالمعرفة باعتبارها شرطاً أساسياً ضمن سياستها الاستثمارية و تتضمن المعرفة تلك المعلومات التقنية والعلمية التي تهتم المؤسسة ، حيث تستمد

¹ سهاد محمد إسماعيل رومي ، إدارة المعرفة وعلاقتها بالميزة التنافسية لدى البنوك العاملة في مدينة الخليل، نفس المرجع ، ص 25 .

² عامر بشير ، دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك ، نفس المرجع السابق ، ص 188 .

³ هشام حريز ، بوشمال عبد الرحمان ، التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة ، نفس المرجع السابق ، ص 123-125 .

هذه الأخيرة معارفها من الجامعات المختصة، المدارس العليا، مراكز البحث،... الخ، كما لا بد أن تكون المؤسسة ذاتها منتجة للمعرفة من خلال حل مشاكلها التنظيمية، أو تلك المتعلقة بالمنتجات وطرائق الإنتاج¹.
الشكل رقم (06) : يوضح مصادر الميزة التنافسية .



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على ماسبق .

3 محددات الميزة التنافسية:

تحدد من خلال متغيرين هما حجم الميزة التنافسية ونطاق التنافس².

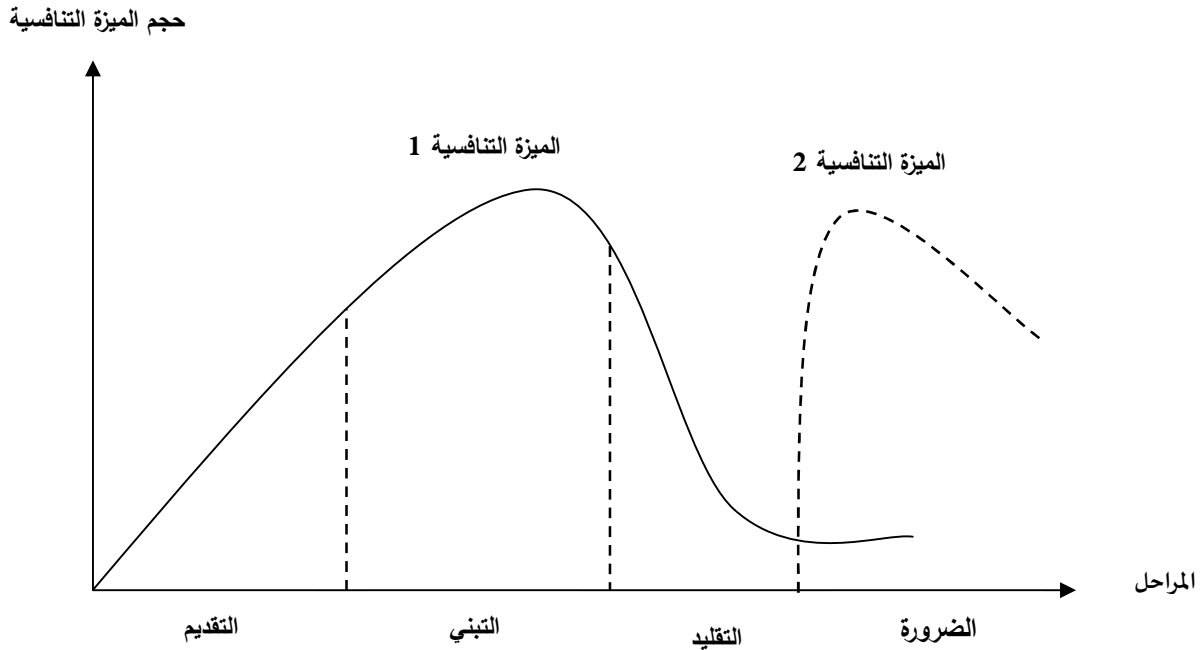
1.3 حجم الميزة التنافسية :

تمر الميزة التنافسية بنفس دورة حياة المنتجات كما يأتي :

¹ مصنوعة أحمد , تنمية الكفاءات البشرية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمنتج التأميني , نفس المرجع السابق , ص 5 .

² مصطفى يوسف كافي , اقتصاد المعرفة وانعكاساته تحقيق الميزة التنافسية للبنوك , نفس المرجع السابق , ص 216 .

الشكل رقم (07) : دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر : حلبي لامية , دروازي يسمين , دور اليقظة الإستراتيجية في خلق الميزة التنافسية , مقال بمجلة أبعاد إقتصادية , جامعة أمحمد بوقرة , بومرداس , ص 67 .

من الشكل نلاحظ أن للميزة التنافسية دورة حياة مماثلة لدورة حياة المنتج، حيث تنمو حتى مرحلة النضج وفيها يستقر نموها نوعا ما، ثم تصل إلى مرحلة التراجع أين يصبح على المؤسسة خلق ميزة تنافسية جديدة أو تجديد ميزتها الحالية لتحافظ على مكانتها السوقية .

وفيما يلي شرح لهذه المراحل :

(أ) مرحلة التقديم : تعتبر أطول المراحل للمؤسسة المنشئة للميزة التنافسية، لكونها تحتاج كثيرا من التفكير والاستعداد البشري والمادي والمالي، حيث بمرور الزمن تعرف الميزة التنافسية انتشارا أكثر فأكثر.

(ب) مرحلة التبني : تعرف الميزة التنافسية هنا استقرارا نسبيا من حيث الانتشار، باعتبار أن المنافسون بدأوا يركزون عليها.

(ت) مرحلة التقليد : يتراجع حجم الميزة التنافسية وتنتشر شيئا فشيئا إلى الركود، لكون المنافسون قاموا بتقليدها.

(ث) مرحلة الضرورة : وتأتي هنا ضرورة تحسين الميزة الحالية وتطويرها بشكل سريع، أو إنشاء ميزة تنافسية جديدة على أسس تختلف تماما عن أسس الميزة الحالية، وإذا لم تتمكن المؤسسة من التحسن أو الحصول على ميزة جديدة، فإنها تفقد أسبقيتها على المنافسون، وعندها يكون من الصعوبة العودة إلى التنافس من جديد¹.

¹ حلبي لامية , دروازي يسمين , دور اليقظة الإستراتيجية في خلق الميزة التنافسية , نفس المرجع السابق , ص 67-68 .

2.3 نطاق التنافس :

يعبر النطاق عن مدى اتساع أنشطة و عمليات المؤسسة بغرض تحقيق مزايا تنافسية، فنطاق النشاط الواسع قد يساعد المؤسسة على تحقيق وفورات في التكلفة عن المؤسسات المنافسة، و من جهة أخرى يمكن للمؤسسة التي تنشط على نطاق ضيق لتحقيق الميزة التنافسية بتركيزها على قسم سوقي معين و خدمته بأقل تكلفة أو بتقديم منتج مميز لهذا القسم السوقي.

و قد حدد نطاق التنافس من خلال أربعة أبعاد هي كما يلي :

(أ) نطاق القطاع السوقي : يعكس مدى تنوع مخرجات المؤسسة و الزبائن الذين يتم خدمتهم، و

هنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين في السوق أو خدمة كل السوق¹.

(ب) النطاق الرأسي : يعبر عن مدى أداء المؤسسة لأنشطتها داخليا(قرار التصنيع) أو خارجيا

بالاعتماد على مصادر التوريد المختلفة (قرار الشراء) فالتكامل الأمامي المرتفع مقارنة

بالمنافسين قد يحقق مزايا التكلفة المنخفضة أو التمييز.

(ت) النطاق الجغرافي : يعكس مدى المناطق الجغرافية أو الدول التي تتنافس فيها المؤسسات، و

يسمح هذا النطاق الجغرافي بتحقيق مزايا تنافسية من خلال تقديم المنتجات نوعية واحدة من

الأنشطة و الوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة.

(ث) نطاق الصناعة (قطاع النشاط): تعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها

المؤسسات، فوجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات، من شأنها خلق مزايا

يمكن استخدام نفس التسهيلات أو التكنولوجيا أو الأفراد أو الموارد عبر الصناعات المختلفة

التي تنتمي إليها المؤسسة².

المطلب الرابع : تقييم الميزة التنافسية .

تعتبر الميزة التنافسية بمثابة المحرك الأساسي للمؤسسة في ظل المنافسة الشرسة ويحكم على امتلاك المؤسسة

للميزة التنافسية عن طريق عدة معايير وستتعرف في هذا المطلب على معايير الحكم على جودة الميزة

والمعوقات التي تضعفها .

1 معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية :

يتم الحكم على جودة الميزة التنافسية اعتمادا على مجموعة من الاعتبارات وهي :

1.1 مصدر الميزة التنافسية :

وتنقسم الميزة التنافسية وفق هذا المعيار إلى نوعين رئيسيين هما :

(أ) مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة مثل التكلفة الأقل لكل من اليد العاملة والمواد الأولية وهذا

النوع من المزايا يسهل تقليدها ومحاكاتها نسبياً من قبل المؤسسات المنافسة.

¹ عامر بشير ، دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك ، نفس المرجع السابق ، ص 180 .

² هشام حريز ، بوشمال عبد الرحمان ، التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة ، نفس المرجع السابق ، ص 119-120 .

ب) مزايا تنافسية من مرتبة مرتفعة مثل التكنولوجيا، تمييز المنتج والتفرد في تقديمه، السمعة الطيبة والعلامة التجارية القوية، العلاقات الوطيدة مع العملاء وحصيلة من المعرفة المتخصصة¹.

2.1 عدد مصادر الميز التنافسية التي تمتلكها المؤسسة :

كلما اعتمدت المؤسسة على عدد أكبر من الميز التنافسية يجعلها بعيدة عن التقليد والمحاكاة من قبل المنافسين أما إذا اعتمدت على نوع واحد من الميز التنافسية فسيجعل المنافسين قادرين على تحديد أو التغلب أو تجاوز آثارها².

3.1 درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة :

يجب أن تتحرك المؤسسات نحو خلق مزايا جديدة وبشكل أسرع وهذا قبل قيام المؤسسات المنافسة بتقليد أو محاكاة الميزة القائمة حالياً ولذا قد يتطلب الأمر قيام المؤسسات بتغيير المزايا القديمة وخلق مزايا تنافسية جديدة ومن مرتبة مرتفعة³.

2 معوقات الميزة التنافسية :

من المعوقات التي تضعف الميزة التنافسية داخل المؤسسة هي :

- ✓ ضعف الهياكل التنظيمية في المجتمع.
- ✓ انخفاض مستوى المورد البشري وتخلف الاتصالات الإدارية.
- ✓ غياب قاعدة البيانات ومنظومة المعلومات الإدارية .
- ✓ غياب حرية المديرين والمسيرين.
- ✓ غياب روح الفريق وحلقات الجودة.
- ✓ تدهور المناخ التنظيمي والسلوك التنظيمي الفعال.
- ✓ غياب الأداء الأفضل للعمليات.
- ✓ الفشل في قياس الفرص والتعرف على التهديدات البيئية⁴.

¹ اياد شماسنة ، الإدارة الدقيقة والقدرة التنافسية للموارد البشرية ، نفس المرجع السابق ، ص 77 .

² مصطفى يوسف كافي ، اقتصاد المعرفة وانعكاساته تحقيق الميزة التنافسية للبنوك ، نفس المرجع السابق ، ص 213 .

³ رحيل أسية ، دور الكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة حالة المؤسسة الوطنية للهندسة المدنية والبناء-، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير ، تخصص إدارة الأعمال ، جامعة أمحمد بوقرة ، بومرداس ، 2010/2011م ، ص55.

⁴ إسماعيل صبحي كحيل ، إدارة الجودة الشاملة وعلاقتها بالميزة التنافسية -دراسة تطبيقية على جامعة فلسطين-، نفس المرجع السابق ، ص 40 .

المبحث الثالث : بناء الميزة التنافسية من خلال تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة .

ان التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال خلق فرصا غير مسبوقه لدى المؤسسة وقد ساعد هذا التطور في اكتشاف طرق جديد لكي تكتسب المؤسسة ميزة تنافسية اكثر فعالية عن غيرها فبمجرد امتلاك تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتمكن المؤسسة من تطوير الخدمات والمنتجات وعملية الانتاج والتسويق وخفض التكلفة وتحسين الجودة .

فاليوم يستوجب استخدام التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال من أجل البقاء في السوق، عن طريق مواجهة التهديدات واغتنام الفرص البيئية من اجل تحقيق ميزة تنافسية وعليه سنتناول في هذا الجزء دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق ودعم الميزة التنافسية .

المطلب الاول : مستويات تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

يقترح غريغوري بارسونز إطارا مؤلفا من ثلاثة مستويات لمساعدة المديرين في تقييم التأثير الفعلي والكامن لتكنولوجيا المعلومات وهذه المستويات هي :

1 على مستوى الصناعة .

من شأن تكنولوجيا المعلومات تغيير طبيعة الصناعة التي تتنافس المؤسسة فيها فدخل تكنولوجيا المعلومات الى صناعة ما يؤثر على منتجات وخدمات و أسواق واقتصاديات هذه الصناعة .

وسنحاول القاء الضوء على تأثير تكنولوجيا المعلومات على كل عنصر من هذه العناصر .

1.1 تأثير تكنولوجيا المعلومات على منتجات وخدمات الصناعة :

تساهم تكنولوجيا المعلومات في تغيير طبيعة المنتجات والخدمات من خلال تعديلها لدورة تطوير المنتج أو من خلال تسريع عملية التوزيع .

2.1 تأثير تكنولوجيا المعلومات على اقتصاديات الانتاج :

تؤثر تكنولوجيا المعلومات على اقتصاديات الانتاج حيث تساعد المسوقين على ترشيد التكاليف وتقليص الجهود¹.

3.1 تأثير تكنولوجيا المعلومات على الأسواق :

تتزايد أعداد المستهلكين الذين يرغبون في إجراء التبادلات التجارية من خلال الوسائل الحديثة وتقنيات الحاسوب لأنها تسمح بتوفير الخدمة أو المنتج بأقل تكلفة ممكنة .

¹ بشير عباس العلق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال ، دار الوراق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2012 ، ص 17 .

2 على مستوى المؤسسة .

يتحدد تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى المؤسسة من خلال القوى التنافسية التي تواجه المؤسسة حيث توجد خمس قوى تؤثر على ربحية الصناعة وتتمثل فيما يلي :

1.2 تأثير تكنولوجيا المعلومات على قوة المشترين :

تساهم قوة المشترين في تقليص أرباح الصناعة وباستطاعة المؤسسة استخدام تكنولوجيا المعلومات لتقليص القوة التي يمتلكها المشترين من خلال الاعتماد على أساليب تكاليف التحول وهي عبارة عن التكاليف التي يتحملها المشتري ان حاول الانتقال في تعاملاته التجارية من مورد الى آخر بديل¹.

2.2 تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على قوة الموردين :

تعد قوة الموردين من العوامل المنافسة لأنها تؤدي إلى زيادة التكاليف، وبالتالي تقليل الأرباح للمؤسسات وأما المقصود بالموردين فهم هؤلاء الذين يزودون المؤسسة بالمواد الخام ، السلع البديلة والمواد المصنعة بالإضافة الى الأيادي العاملة وهي جميعها من عناصر المدخلات الانتاجية فلقد ساعد تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال المؤسسات من اجل تقليص قوة الموردين على :

- أتمتة عمليات الانتاج لتقليص الاعتماد على القوى العاملة ومورديها .
- الرصد الدقيق لكفاءة العاملين واعداد نظم متطورة للحوافز و الأجور بهدف تقليل ضغط النقابات العمالية .
- إعداد النظم المعقدة لتدقيق جودة الشحنات ومواعيد استلامها من الموردين بهدف السيطرة على هؤلاء الموردين .
- الوصول الى كافة مصادر المعلومات وتحليلها قبل الاقدام على عملية الشراء مما ينقص من القوة التي يمتلكها المورد .
- توسيع شبكات و أسواق التوريد وبالتالي تعدد البدائل أمام المؤسسة ونقص قوة الضغط لدى المورد .

3.2 تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على قوة المنتجات البديلة:

إن المنتجات البديلة لسلع أو خدمات المؤسسة تعتبر من أهم العوامل المنافسة التي تؤدي إلى تقليل الحصة السوقية لهذه المؤسسة وبالتالي تؤدي الى تقليل أرباحها ذلك اذا استطاعت هذه المنتجات البديلة جذب العملاء اليها و الاحلال محل منتجات المؤسسة².

¹ بلعياذ خديجة ، معموري صورية ، 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 ، ص 9 .

² زرزور العياشي ، غياذ كريمة ، استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، نفس المرجع السابق ، ص 212 .

4.2 تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على قوة الداخلين الجدد :

يتمثل الداخلون الجدد في المنافسين غير الموجودين لحد الآن في السوق لكن يمكن أن يصبحوا منافسين مباشرين على المدى الطويل مما يهدد حالة الاستقرار للمؤسسة خاصة وأن هذه المؤسسات تسعى لتخفيض الأسعار لجلب العملاء وتقوية مركزها التنافسي في السوق وحتى تستطيع المؤسسات القائمة إعاقة دخول هؤلاء المنافسين الجدد لابد أن تبقى متميزة ببرنامجها التسويقي على مستوى المنتج المقدم أو السعر المعروض أو برنامج التوزيع أو الترويج وهذا لا يمكن توفيره إلا من خلال أنظمة معلومات متقدمة ومتطورة وحديثة ومن خلال قاعدة بيانات حديثة وشاملة.

5.2 تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على قوة المنافسين في الصناعة :

وهم المنافسين الذين تقابلهم المؤسسة في وضعية تنافسية داخل قطاع معين بحيث يمكن المقارنة بين هؤلاء المنافسين من حيث معدل النمو، الأرباح، النشاطات،... إلخ. ومن هنا يظهر تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال إتاحة فرص فريدة للتعامل مع المنافسين بشكل أكثر فعالية لأن المنافسة حالة عادية تساهم في غرس سعر السوق وتمكن المؤسسة الناجحة من جني الأرباح¹.
3 على مستوى الاستراتيجية .

لقد أحدث إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ظهور مجموعة جديدة من النماذج و الافكار الاستراتيجية والتي تهدف من خلالها الى ايجاد سبل مبتكرة للعمل بشكل أسرع واكثر ذكاء ومن بين أهم هذه الأفكار الاستراتيجية :

- الاستعانة بمصادر خارجية غير الكفاءات الأساسية .
- التركيز على جوهر وقوة الأعمال .
- قلة أو انعدام الوجود المادي أو البنية التحتية .
- الاعتماد على شبكة من تحالفات الأعمال .
- استغلال رأس المال الفكري .
- الاعتماد الكبير على الاتصالات السلكية واللاسلكية².

المطلب الثاني : علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع المؤسسة .

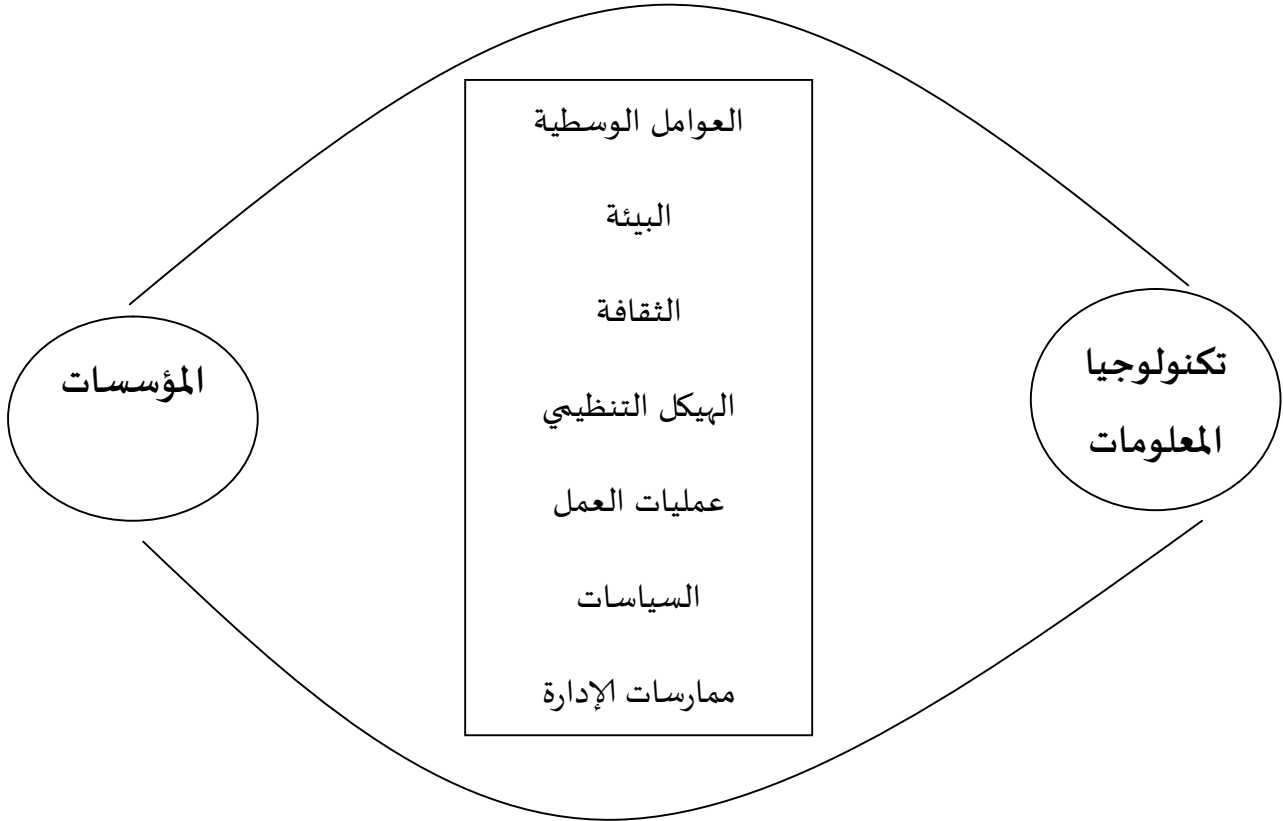
العلاقة بين المؤسسات و تكنولوجيا المعلومات و الاتصال هي علاقة ذات اتجاهين فكل منها يؤثر في الآخر ضمن مجموعة من العوامل كالمحيط الخارجي , الثقافة , الهيكل التنظيمي و عمليات التشغيل إلى جانب المؤثرات السياسية الداخلية و الخارجية فقد أصبحت المعلومات تدخل و تخرج من المؤسسة بأشكال ثلاث هي

¹ هناء عبداوي , مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية - دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس -, نفس المرجع السابق , ص 195 - 196 .

² زرزور العياشي , غيايد كريمة , استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال, نفس المرجع السابق , ص 214 .

المقروءة و المسموعة و المرئية في آن واحد و دخلت إلى عالم الأعمال أيضا المواقع الافتراضية و غيرها من التطورات الجارية في تكنولوجيا الأعمال لذا وجب على المؤسسة أن تعمل جاهدة لمواكبة تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و إدماجها مع متطلبات عملياتها من أجل دفع عجلة تطورها إلى الأمام¹. والشكل أدناه يبين لنا العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع المؤسسة .

و الشكل (08) : يوضح شكل و أبعاد هذه العلاقة.



المصدر : بشير كاوجة , دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية , ص 57 .

المطلب الثالث : أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب الميزة التنافسية .

نرى في الوقت الراهن ان المنافسة أصبحت في الكثير من المجالات تعد عملية موجهة بواسطة عناصر عدة من أهمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي أصبح حتمية لا خيار لكونها أحد أهم الركائز الأساسية في تحقيق التميز المؤسسي حيث تتيح هذه التكنولوجيات للمؤسسة القدرة على إدارة أعمالها الداخلية من جهة، وتمكنها من مواجهة مختلف الاضطرابات المحتملة في محيطها من جهة أخرى وعليه سنحاول معرفة دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أبعاد الميزة التنافسية وفي الأخير نستنتج الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية.

¹ بشير كاوجة , دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية-دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف-, نفس المرجع السابق , ص 56.

1 دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أبعاد الميزة التنافسية :

يمكن توضيح الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات وذلك من خلال مساهمتها الجادة في التأثير على أبعاد الميزة التنافسية¹.

1.1 دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المنتجات :

يمكن تعريف الجودة على أنها القدرة على تحقيق رغبات العميل بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته ويحقق رضاه التام إذ تعد الجودة من أهم مؤشرات التسيير فلضمان التسيير الفعال للمنظمة يجب المحافظة والتحسين المستمر للجودة فحسب المؤسسة في كل مراحل وعمليات الإنتاج لما لذلك من تأثير مباشر على أداء المؤسسة للحصول على أكبر معدل من الرضا مقابل أقل معدل من الاستهلاك لمدخلات عمليات الإنتاج .
ومن هنا يمكن استنتاج الأهمية البالغة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين المنتجات وذلك من خلال تقليص الجودة المتدنية من خلال التقليل من المنتجات المعيبة فالجودة العالية من شأنها أن تساعد في تكوين اسم تجاري ذي سمعة جيدة وتقليص الجهد والوقت من أجل التوصل إلى منتجات ترضي رغبات العميل وتجعله أكثر ارتباطا بالمنتج .

2.1 دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق السيطرة على الأسواق :

يعتبر البقاء والاستمرار في السوق من أسمى الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها ومن هنا تظهر الأهمية البالغة للأسواق باعتبارها العنصر الذي تبدأ به أولى وظائف المؤسسة وتنتهي إليه منتجاتها حيث تسعى المؤسسة للترويج لمنتجاتها وتوزيعها من أجل تنمية حصتها السوقية وهنا تظهر أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأحد أهم الوسائل التي تساعد المؤسسات في أداء تلك الوظائف من خلال تطوير استراتيجيات سريعة لذلك من أجل المواجهة والبقاء وذلك عن طريق توفير المعلومات الضرورية عن المنافسين وعن الأسواق بالتعرف على مواطن النقص فيها من خلال الاعتماد على شبكات اتصالات حديثة .وعليه تمكن هذه التكنولوجيات المؤسسة من اتخاذ جملة من القرارات الاستراتيجية من شأنها أن تحقق للمؤسسة ميزات تنافسية من جهة والعمل على استدامتها من جهة أخرى.

3.1 دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الإبداع والتطوير :

تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا كبيرا في تعزيز قدرة المؤسسة على الإبداع والتطوير وتحقيق سبق على المنافسين في قطاع الأعمال من خلال تطبيق أفكار جديدة لم يسبق أنها طبقت من قبل وذلك من خلال التميز بخلق منتجات حديثة أو تطوير المنتجات الحالية أو باستخدام أساليب إدارية وتكنولوجيا حديثة سواء في إعادة تدريب العاملين وتحفيزهم أو إعادة هندسة العمليات أو التحول من الصفات التقليدية إلى أو توفير بنية تحتية للاتصالات أو توفير قواعد بيانات شاملة وحديثة كل هذا من شأنه أن يعزز من قدرة المؤسسة في اكتساب ميزة تنافسية جديدة أو المحافظة على الميزات الحالية .

¹ هناء عبداوي , مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية- دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبليس -, نفس المرجع السابق , ص 190 .

4.1 دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق كفاءة العمليات :

يقصد بها أداء العمليات داخل المؤسسة بأقل تكلفة ممكنة مقابل إعطاء أفضل أداء إذ تؤدي كفاءة العمليات إلى إحداث تحسينات جوهرية بالمؤسسة، مما يؤدي بها حتماً إلى تحقيق ميزة تنافسية¹.

2 تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأداة لتحقيق الميزة التنافسية :

تعد التكنولوجيا ولا سيما التكنولوجيا المتقدمة معيار القوة الأساسي في القرن الحادي والعشرين ويعتبر التقدم التكنولوجي من أهم عناصر التنمية الشاملة وتشير العديد من الدراسات الحديثة إلى أن % 90 من زيادة الإنتاجية و % 70 من النمو الاقتصادي في الدول الصناعية ولا سيما الولايات المتحدة الأمريكية من الممكن أن يعزى إلى التقدم الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تأثير على أداء المؤسسات إضافة إلى تأثيرها على القدرة التنافسية وذلك من خلال الكم الهائل من المعلومات التي يمكن الحصول عليها من خلال الإنترنت وهذا بدوره يؤدي إلى نقل المعارف وبالتالي فلا تستطيع أي مؤسسة أن تتجاهل التكنولوجيا المانحة للقوة في هذا العالم المتقدم فنظم تكنولوجيا المعلومات والاتصال تستطيع اليوم أن تساعد أي مشروع ليكون أكثر استجابة وكفاءة ومرونة في مواجهة التغير السريع والمستمر فالاستخدام الصحيح لهذه التكنولوجيا يؤدي إلى أن العمليات تصبح أكثر انسيابية وكفاءة مما يسمح بالتركيز على جوهر المهارات والقدرات التي تميز المؤسسة عن المنافسين في السوق.

وقد أصبحت أنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدوات مهمة من أجل تحسين القدرة التنافسية والتي تؤدي بدورها إلى تحسن في القدرة الإنتاجية وزيادة القدرة التنافسية الدولية وذلك من خلال خفض تكاليف المعاملات التي ينطوي عليها إنتاج وتبادل السلع والخدمات إضافة إلى زيادة كفاءة وظائف الإدارة وتمكين المؤسسات من الوصول إلى المعلومات وتبادل المزيد منها إن على المؤسسة أن تستجيب للتغيرات في الأسواق فعليها أن تقدم حلولاً سريعة لتطوير منتج جديد يرضي توقعات العملاء و لكي تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في خلق الميزة التنافسية لابد أن يكون تركيزها على احتياجات العمل الحقيقية وذلك عن طريق منح المستخدمين في الإدارات المختلفة السلطة لتحديد احتياجاتهم، ثم تطبيق النظم الجديدة عليهم.

تلعب إدارة موارد تكنولوجيا المعلومات والاتصال دوراً أساسياً في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة؛ بحيث يعتبر وجود أشخاص على دراية بهذه التكنولوجيا أمراً ضرورياً، سواءً داخل مجلس الإدارة أين تكون مهمتهم تركيز استخدامات التكنولوجيا على احتياجات المؤسسة الحالية والمستقبلية، أو داخل كل إدارة أين يقومون بتطوير استخدامها لضمان فعاليتها ويكونون همزة وصل مع إدارة تكنولوجيا المعلومات فالنظام العالمي الجديد يعتمد على استثمار الموارد في أقصر وقتٍ بأقل تكلفة، وذلك باستخدام المعارف الجديدة، وتحويل الموارد الطبيعية إلى سلعٍ جديدة، يصابها تحديث وتحسين مستمر في خصائصها، والدخول بها في الأسواق بطرقٍ فعالة².

خلاصة الفصل

¹ هناء عيداوي، نفس المرجع السابق، ص 191 - 192.

² لين علوطي، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ادارة الموارد البشرية في المؤسسة، نفس المرجع السابق، ص 54.

يتبين فيما سبق ذكره في الفصل الأول ان تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبحت تشكل جزءا حيويا في المؤسسات الإقتصادية الحديثة فهي تؤثر على نشاطاتها , طريقة عملها وتواصلها مع بيئتها التنافسية من خلال إحداث تحويلات عميقة في أسلوب العمل فلكل مؤسسة اقتصادية هدف هو بلوغ الرسالة , البقاء والنجاح أما الهدف من تبني التكنولوجيا فهو إكساب المؤسسة ميزة تنافسية والمحافظة عليها .

الفصل الثاني :

دراسة حالة شركة الإسمنت عين التوتة S'CIMAT - وحدة بسكرة-

تمهيد :

المبحث الأول : التعريف

بالمؤسسة محل الدراسة .

المبحث الثاني : المعالجة

المنهجية للدراسة.

المبحث الثاني : الدراسة الميدانية

للمؤسسة .

تمهيد :

إن أهمية أي دراسة ودقتها تتعدى الجانب النظري ويتطلب تدعيمها ميدانيا من أجل التحقق من فرضيات الموضوع و بعد أن تم جمع المعلومات من خلال الاعتماد على المراجع العلمية و الكتب و المقالات ذات الصلة بالموضوع نأتي في هذا الفصل إلى دراسة حالة إحدى المؤسسات الاقتصادية المتواجدة على تراب ولاية بسكرة و هي شركة اسمنت عين التوتة S.CI MAT وحدة بسكرة و هي احد فروع المجمع الصناعي للاسمنت في الجزائر و التي اخترناها أن تكون مجتمعاً لبحثنا وسنحاول أن نوضح أهم الإجراءات الميدانية التي اتبعناها في الدراسة والأدوات والوسائل الإحصائية المستخدمة والمنهج العلمي المتبع حسب متطلبات الدراسة وقد قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

- المبحث الأول : التعريف بالمؤسسة محل الدراسة .
- المبحث الثاني : المعالجة المنهجية للدراسة.
- المبحث الثاني :الدراسة الميدانية للمؤسسة .

المبحث الأول : التعريف بالمؤسسة محل الدراسة .

سنحاول في هذا المبحث التعرف على شركة الاسمنت عين التوتة S'CI MAT وحدة بسكرة وعلى طبيعة نشاطها كما سنتطرق إلى أهميتها و أهدافها وكذا هيكلها التنظيمي .

المطلب الأول : تقديم شركة الاسمنت عين التوتة S'CI MAT وطبيعة نشاطها .

1 تقديم على شركة الاسمنت عين التوتة S'CI MAT :

يعتبر المجمع الصناعي للاسمنت عين التوتة S'CI MAT والذي كان سابقا ERCE من أهم المصانع في الجزائر وسنتعرف في هذا الجزء على هذه المؤسسة وكذا إلى موقعها .

أ) التعريف بالشركة :

تعتبر شركة اسمنت عين التوتة وحدة بسكرة التي يتركز بحثنا عليها إحدى الوحدات المنبثقة عن عملية إعادة هيكلة مؤسسة الاسمنت و مشتقاته للشرق بحيث أصبحت مجعاً صناعياً تجارياً يضم عدة شركات فرعية، منها خمس (05) شركات لإنتاج الاسمنت هي :

- ✓ شركة الاسمنت عين التوتة (ولاية باتنة) .
- ✓ شركة الاسمنت عين الكبيرة (ولاية سطيف) .
- ✓ شركة الاسمنت حجار السود (ولاية عنابة) .
- ✓ شركة الاسمنت حامة بوزيان (ولاية قسنطينة) .
- ✓ شركة الاسمنت تبسة (ولاية تبسة) .

كما تضم شركة للصيانة الصناعية و هي شركة الصيانة للشرق (ولاية قسنطينة) و شركة إنتاج الحصى و الرمل للشرق (ولاية قسنطينة) يضاف إلى هذه الشركات الفرعية مركز الدراسات و الخدمات التكنولوجية لصناعة مواد البناء (SITIM) .

شركة الاسمنت عين التوتة هي مؤسسة عمومية اقتصادية فرع من المجمع الصناعي التجاري للاسمنت و مشتقاته للشرق وهي شركة ذات أسهم برأسمال إجمالي قدره 2.250.000.000 دج المتواجد مقرها الاجتماعي ب: ص.ب.67 نهج بن فليس البساتين- باتنة تحت وصاية وزارة الصناعة و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و ترقية الاستثمار.¹

و تتبثق عن المؤسسة خمس (05) وحدات تتمثل فيما يلي:

- ✓ المديرية العامة (ولاية باتنة).
- ✓ وحدة إنتاج الاسمنت عين التوتة (ولاية باتنة).
- ✓ وحدة إنتاج الحصى و الرمل (ولاية باتنة).
- ✓ الوحدة التجارية تقرت (ولاية ورقلة).

¹ المعلومات مقدمة من طرف مسيري المصالح في المؤسسة .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

✓ الوحدة التجارية بسكرة (ولاية بسكرة).

هذه الأخيرة التي يركز عليها موضوع تربصنا و بحثنا¹.

(ب) موقع الشركة :

تتمركز وحدة بسكرة بالمنطقة الصناعية ص.ب 453 القبضة الرئيسية بسكرة حيث تتربع على مساحة 2 هكتار 95 آر 12 سننثار شيد عليها مبنين إداريين يتمثل الأول في المبنى الإداري و الذي يضم مختلف مصالح و إدارات الوحدة أما المبنى الثاني فيتضمن مركزاً للحراسة (أعوان امن الوحدة) و هي مؤسسة خاصة (أوراس للأمن و الخدمات) و التي تتعاقد معها الشركة لتوفير خدمات الأمن و السلامة الضرورية للأفراد و الممتلكات، بالإضافة إلى صندوق لتسديد فواتير شراء السلع التي يتم بيعها و كذلك قاعة للأرشيف كما شيد على أرض الوحدة بناء ضخم على شكل مستودع لتخزين المادة الأولية بالإضافة إلى محطة التكييف أوالتوضيب أي جعل الاسمنت الخام في أكياس قبل تسويقه.

تشغل الوحدة (53) عاملاً موزعين على ستة (06) مصالح هي:

✓ مدير الوحدة.

✓ مصلحة الموارد البشرية و المنازعات.

✓ مصلحة التموين و تسيير المخزون.

✓ مصلحة المالية و المحاسبة.

✓ مصلحة الصيانة.

✓ مصلحة التجارة.

2 طبيعة نشاط الشركة .

- تختص وحدة بسكرة بمهمة تسويق مواد البناء في دائرة اختصاصها الإقليمي المحدد لها من طرف المديرية العامة للشركة الأم، هذا الإقليم المتمثل في ولايات: بسكرة، المسيلة، باتنة، و بعض أقاليم ولايتي خنشلة و أم البواقي .
- للوحدة التجارية بسكرة ثلاث مستودعات للبيع الأول بمقر الوحدة بسكرة و يتكفل بالزبائن المتواجدين بولايتي بسكرة و المسيلة و الثاني بمدينة عين التوتة و يتكفل بالزبائن المتواجدين بولاية باتنة و خاصة في دائرة عين التوتة و الثالث بمدينة باتنة و يتكفل بالزبائن المتواجدين بولايات باتنة خنشلة و أم البواقي من فئة مؤسسات الانجاز فقط .
- يتركز نشاط الوحدة أساساً في تسويق الاسمنت المادة المنتجة من قبل الشركات الإنتاجية التابعة للمجمع و كذلك مشتقات الاسمنت (الصفائح، و الخزانات الإسمنتية) أضف إلى ذلك تشكيلة

¹ بالإعتماد على معلومات من الشركة .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S' CIMAT ووحدة بسكرة

متنوعة من مواد البناء التي يتم إقتنائها لتسويقها بعد دراسة متطلبات السوق و كذا طلبات و عروض الزبائن .

- تتلقى الوحدة التموين فيما يتعلق بمادة الاسمنت من مؤسسة الاسمنت عين التوتة بالدرجة الأولى غير انه في حال تعطل المصنع أو خلال فترات الصيانة الدورية فإنها تتوجه إلى بقية مصانع المجموعة الأقرب إلى مستودعاتها كشركة الاسمنت بعين الكبيرة أو تبسة .
- كما تقوم الشركة الأم باستيراد بعض مواد البناء من الخارج بعد دراسة متطلبات السوق و تكلف وحدة بسكرة كباقي الوحدات بتسويق حصتها من المنتجات المستوردة .
- أسعار بيع المنتجات يتم تحديدها من طرف مجلس إدارة الشركة بعد موافقة الوزارة الوصية حيث أن أي تغيير في أسعار بيع المنتجات خاصة مادة الاسمنت يتطلب ترخيصاً من وزارة الصناعة و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من اجل وضعها حيز التنفيذ .

المطلب الثاني : الأهمية الإقتصادية للشركة أهدافها .

1 الأهمية الإقتصادية للشركة :

إن انجاز مشروع كمجمع الجزائرية للاسمنت و الذي اخترنا احد شركاته كمجتمعاً لبحثنا يعتبر انجازاً ضخماً لما له من أهمية اقتصادية مميزة على المستوى الوطني هذه الأهمية نابعة من قدرة المؤسسة على تعويض المؤسسات الأجنبية في مجال تخصصها بتقديم منتجات ذات مستوى عالٍ من الجودة ترقى إلى المستوى العالمي نتيجة لتحكم في تقنيات الإنتاج المتطورة خاصة بعد حصولها على عدة شهادات (ISO) نظراً لاستخدامها نظام متكامل لإدارة الجودة و المحيط و ترسيخ مبدأ الصحة و الأمن في أماكن العمل وفقاً لمواصفات: ISO.9001/2008, ISO-14001/2004 / OHSAS- 18001/2007 بالإضافة إلى تقييم منتجاتها من قبل علامة المطابقة الجزائرية (تاج TEDJ) و بهذا تعتبر شركة اسمنت عين التوتة (S.CIMAT) الفرع من المجمع الصناعي للاسمنت الجزائر من أهم المؤسسات الاقتصادية على المستوى الوطني و تتجسد أهميتها في النقاط التالية:

- ✓ إدخال التكنولوجيا الحديثة في مجال صناعة مختلفة أنواع مواد البناء.
- ✓ تخفيض نسبة الاستيراد و تلبية جزء كبير من حاجيات السوق.
- ✓ توفير مناصب الشغل و امتصاص جزء هام من العمالة العاطلة.

2 أهداف الشركة :

ومن الأهداف التي تسعى الشركة إلى تحقيقها:

- ✓ ضمان الريادة في مجال تخصصها و مواجهة المنافسة التي تتعرض لها.
- ✓ العمل على دعم وإنعاش الاقتصاد الوطني.
- ✓ تغطية احتياجات السوق المحلية
- ✓ الاستغلال الأمثل لأهم الموارد و خاصة المورد البشري.

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S' CIMAT ووحدة بسكرة

- ✓ إرضاء العملاء و الحفاظ عليهم و كسب ثقتهم و ضمان وفائهم.
- ✓ التحسين المستمر للجودة للمحافظة على حصتها في السوق و مواجهة المنافسة المحلية و خاصة الأجنبية

المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي للشركة .

تحتوي شركة (S' CIMAT) على ستة (06) مصالح و هي:

✓ مديرية الوحدة.

✓ مصلحة الموارد البشرية و المنازعات.

✓ مصلحة التموين و تسيير المخزون.

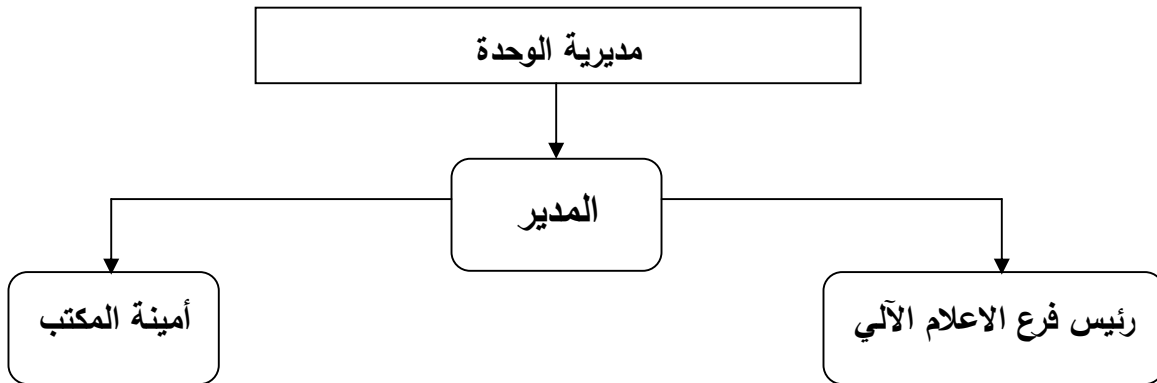
✓ مصلحة المالية و المحاسبة.

✓ مصلحة الصيانة.

✓ مصلحة التجارة.

تتفرع هذه المصالح الست إلى عدة فروع (أقسام) و التي بدورها تقوم بالإشراف على أعوان تنفيذ لكل منهم مهام محددة وفق طبيعة منصب عمله نوردها كما يلي.

1 مديرية الوحدة : تضم مديراً و أمينة مكتب، و رئيس فرع الإعلام الآلي حيث تتكفل الأمينة بتسجيل البريد الصادر و الوارد و الرد على المكالمات الهاتفية و التوجيه و التنظيم أما رئيس الإعلام الآلي فيهتم بتسيير الشبكة المعلوماتية بالوحدة و الصيانة الدورية لتجهيزات الإعلام الآلي كما يوضحه الشكل الآتي¹:
شكل رقم (09) : نموذج تخطيطي يوضح الهيكل التنظيمي لمديرية الوحدة .



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على ما سبق .

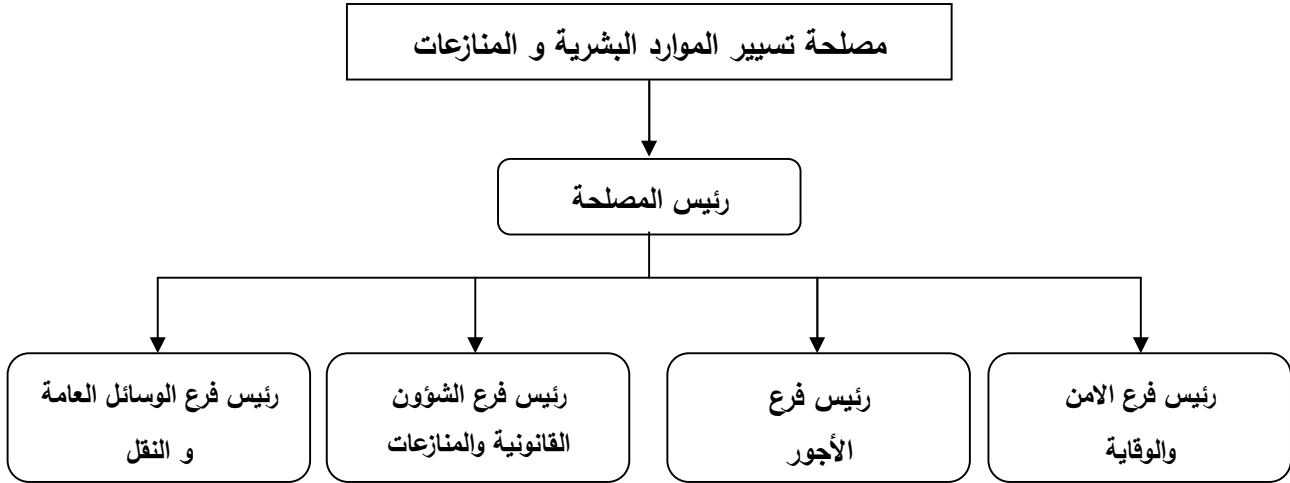
2 مصلحة تسيير الموارد البشرية و المنازعات : و تضم رئيس مصلحة و مساعدي امن و رئيس فرع الوسائل العامة و النقل، هذا الأخير الذي يشرف على تسيير و متابعة وسائل النقل بالوحدة حيث تضم ثلاثة عشر (13) سائناً للشاحنات المقطورة و سائناً للسيارات الخفيفة و كما تشرف ذات المصلحة على

¹ بالإعتماد على وثائق الشركة .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CI MAT وحدة بسكرة

تسيير الموارد البشرية و الشؤون الاجتماعية لعاملي الوحدة و كل ما يتعلق بأجور و ملفات العاملين و كل ماله علاقة بالمؤسسة مع الإدارات التي لها علاقة بالمستخدمين كما تشرف المصلحة على الشؤون القانونية و التأمينات المتعلقة بالوحدة ويمكن توضيحه في الشكل الموالي :

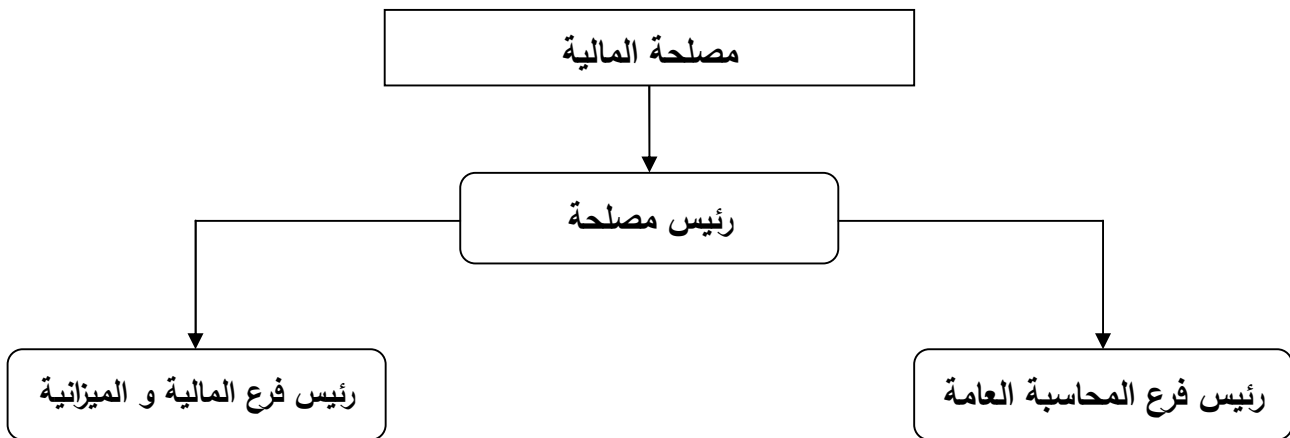
الشكل رقم (10) : نموذج تخطيطي يوضح الهيكل التنظيمي لمصلحة الموارد البشرية و المنازعات



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على ما سبق .

3 مصلحة المالية : و تضم رئيس مصلحة و رئيس فرع المحاسبة العامة، و رئيس فرع المالية و الميزانية حيث تشرف المصلحة على حسابات المؤسسة و أمورها المالية، من متابعة الفواتير و تخليص المشتريات و تقديم التصريحات للهيئات المكلفة بالمراقبة و متابعة المحاسبة العامة للمؤسسة ككل مع المديرية العامة و المؤسسات الأخرى في المجمع كما يوضحه الشكل التالي :

الشكل رقم (11) : نموذج تخطيطي يوضح الهيكل التنظيمي لمصلحة المالية .



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على ما سبق .

4 مصلحة التجارة : تعد العصب الحيوي للوحدة، حيث يشرف رئيس المصلحة على ثلاث (03) أماكن توزيع، مستودع بمدينة باتنة يضم عنواً تجارياً و أمين فوتر، و مستودع عين التوتة الذي يضم عنواً تجارياً و مساعد امن وأما على مستوى مقر الوحدة فيساعده ثلاث (03) رؤساء فروع الأول مكلف بملفات

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

الزبائن و الثاني مكلف بالبرمجة الأخير مكلف بالفوترة و أمانة الصندوق , تهتم مصلحة التجارة باستقبال الزبائن من فئة مؤسسات الانجاز (مقاولين) أو أصحاب البناء الذاتي، حيث يتم استلام الملفات و معالجتها في اقرب أجال من اجل تحرير عقود و برامج تمويل أما بالنسبة للبناء الذاتي فيتم إصدار بطاقات للزبائن و تتم برمجة البطاقات دورياً وفقاً لما توفر عليه المؤسسة من منتج بهدف كسب رضا الزبون.

5 مصلحة التمويل و تسيير المخزون : تضم رئيس مصلحة و رئيس فرع الشراء و التمويل و تضم المصلحة أيضاً رئيس فرع تسيير المخزون يساعده مسؤول موقع الإرسال و التوزيع و عون تجاري مكلف باستلام البضائع و أمين مخزن و يقوم عمال المصلحة بالسهر على توفير مستلزمات العمل و مواد الإنتاج من اجل السير الحسن للوحدة فطلبات الشراء يتم دراستها و توفيرها على مستوى مصلحة التمويل كما أن تسيير المخزون من خلال مراقب حركية المخزون من طرف عمال المصلحة من اجل تفادي أي هفوات في الشراء و البيع من خلال المراقبة الدورية لحركية المخزون و التبليغ عن الفوارق الملاحظة في المخزون سواء كان ايجابيا أو سلبيا.

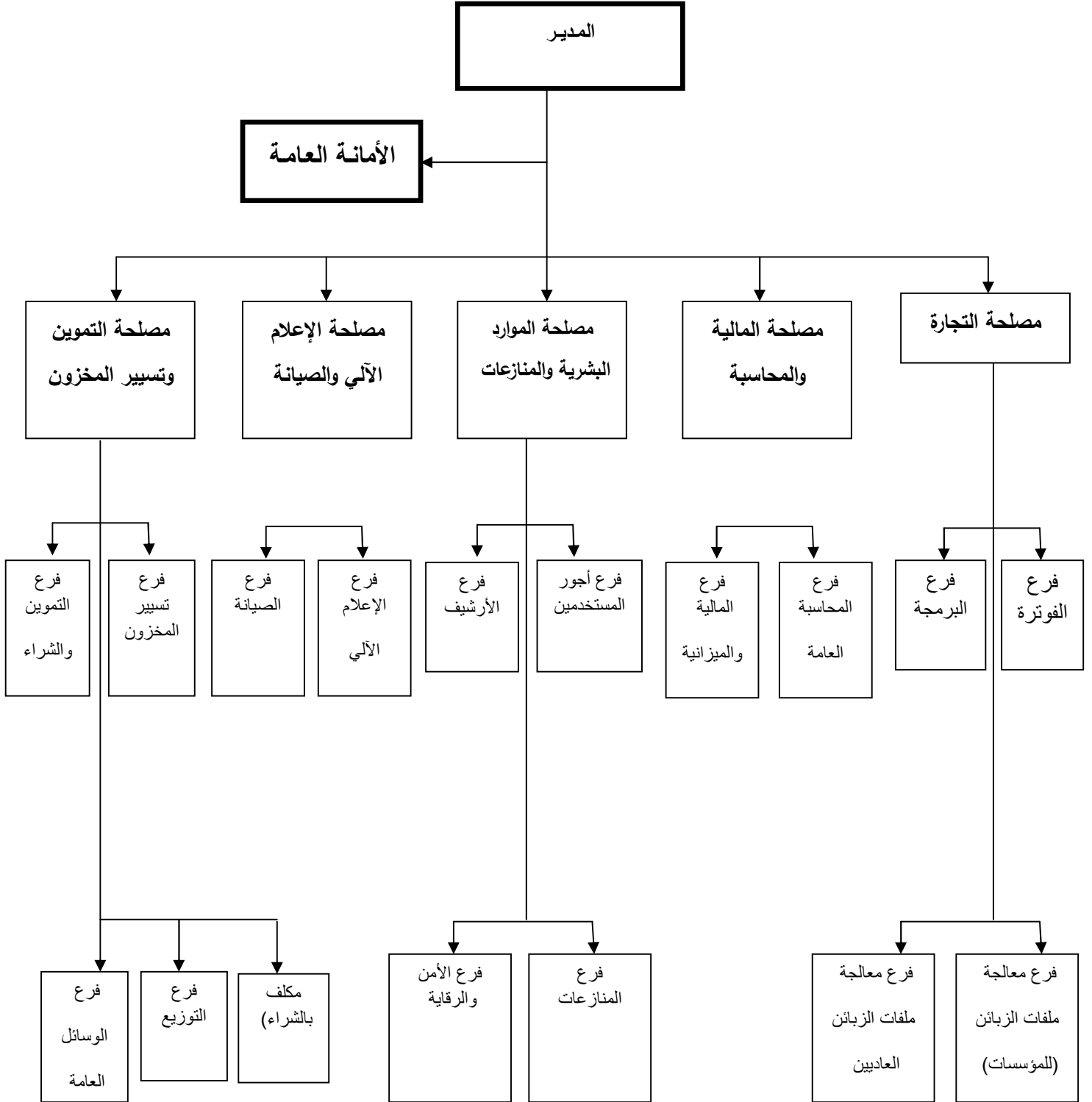
6 مصلحة الصيانة : بها رئيس مصلحة و كهربائي مؤهل، و مستلم بضائع حيث تهتم بالجانب التقني و عمله تكييف الاسمنت الخام من خلال الحرص على موافقة الاسمنت المكيس على مستوى الوحدة لمواصفات المعمول بها بمصنع الاسمنت عين التوتة وفقاً لمواصفات الجودة حيث أنها في هذا الصدد متحصلة على شهادة الجودة: ايزو 150:9001 سنة 2000، و شهادة ايزو: 14000 سنة 2004 كما أن المنتج مشهد بعلامة الجودة الجزائرية "تاج TEDJ".

كما سعت المؤسسة خلال السنوات الماضية لحصول الفروع التجارية بسكرة و تقرت و باتتة على شهادة الجودة و المحافظة على البيئة معا من خلال سياسة تنمية لجميع الوحدات التجارية.

بعدها تعرفنا على المصالح الموجودة داخل الشركة سنقوم بعرض الهيكل التنظيمي لشركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة كما يلي :

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

الشكل رقم (12) : يوضح الهيكل التنظيمي لشركة الإسمنت S'CIMAT



الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S' CIMAT وحدة بسكرة

المطلب الرابع : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية بشركة الإسمنت عين التوتة.

تنشط شركة الإسمنت عين التوتة الرائدة وطنيا في سوق شديدة التنافس حيث أنها تسعى باستمرار إلى إيجاد مزايا تنافسية وتعمل على تطويرها لمواكبة مجريات السوق حتى تتمكن من تحقيق البقاء والتميز .

1 دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة المنتجات في شركة الإسمنت عين التوتة :

تسعى شركة الإسمنت عين التوتة S' CIMAT إلى تحقيق رغبات عملائها وذلك بتوفير منتجات (الإسمنت , الحصى ...) وخدمات أقل سعرا وبجودة عالية تميزها عن باقي منافسيها حيث أنها ترجع سبب رضا العميل وتميز منتجاتها إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال والتي بدورها ساعدت الشركة في إحتلالها مكانة مهمة في سوق المنافسة .

2 دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السيطرة على الأسواق في شركة الإسمنت عين التوتة :

تحل شركة الإسمنت عين التوتة S' CIMAT المرتبة الأولى في السوق المحلية والتي ينشط فيها 3 متعاملين إقتصاديين غيرها بحيث يأتي بعدها المتعامل الأجنبي لافارج هولسيم متبوعا بمتعاملين جزائريين من الخواص و ذلك بقدرة إنتاجية تتراوح بين 25 و 30 مليون طن سنويا في حين أنها تسعى إلى إنتاج ما لا يقل عن 40 مليون طن سنويا من مادة الإسمنت في أفق سنة 2020 وذلك من أجل البقاء في السوق وهنا يظهر الدور الفعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والذي ساعدها في تطوير تقنيات الإنتاج و الإستراتيجيات التي تتبعها الشركة من أجل معرفة الأسواق و نقاط ضعف المنافسين وقوتهم للعمل على تنمية ميزتها التنافسية .

3 دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الإبداع والتطوير في شركة الإسمنت عين التوتة:

بعد تحقيق شركة الإسمنت عين التوتة الأهداف الإنتاجية المسطرة وضمن ديناميكية مجهودات التطوير المبنية في جميع المخططات الموضوعية تشرع الشركة قريبا في إنتاج الإسمنت البترولي ولأول مرة وطنيا بعد نجاح التجارب والتحليل الخاصة بهذا النوع من الإسمنت وهذا يدل على قدرة الشركة على الإبداع والتطوير وذلك بتوفير تكنولوجيا حديثة ساعدت إطارات وعمال ومخبري المصنع في رفع التحدي وتكامل مجهوداتهم بنجاح باهر وطنيا .

4 دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق كفاءة العمليات في شركة الإسمنت عين التوتة:

تعمل شركة الإسمنت عين التوتة على جعل عملياتها الإنتاجية أكثر كفاءة و مرونة لتواكب التطورات التكنولوجية حيث ان سعر إسمنت هذه الشركة هو الأقل على المستوى الوطني مقارنة بأسعار بعض شركات الإسمنت الأخرى العمومية والخاصة غير أن الفرق يكمن في الجودة العالية والنوعية الجيدة لإسمنت عين التوتة الأمر الذي جعل الشركة قبلة وطنية لكل المستثمرين والزبائن .

المبحث الثاني : الإطار المنهجي للدراسة .

سننظر في هذا المبحث على أهم الخطوات التي يجب المرور بها لمعالجة الظاهرة التي نقوم بدراستها وذلك من خلال معرفة المجالات التي حددت للدراسة , عينة الدراسة وخصائصها ، الأدوات المنهجية المستعملة في جمع البيانات.

المطلب الأول : مجالات ومتغيرات الدراسة .

وسنحاول في هذا المطلب معرفة كل من المجال المكاني , المجال البشري والمجال الزمني التي تمت خلاله الدراسة ومتغيراتها :

1 مجالات الدراسة :

(أ) المجال المكاني :

وهو الموقع الجغرافي الذي يضم مجتمع البحث الذي يستخدمه الباحث في دراسته ويتمثل في : شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة .

(ب) المجال البشري :

وهم الأفراد الذين تمت عليهم الدراسة و بالنسبة لهذه الدراسة فان مجتمع البحث الذي قمنا بدراسته يتمثل في مجموعة من الإطارات و العاملين داخل شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة .

(ت) المجال الزمني :

وهو الفترة التي يتم فيها اجراء البحث وتوزيع الاستثمارات حيث كان المجال الزمني للدراسة مقسم كما يلي:
فالفترة الزمنية لهذا البحث بدأت يوم 2018/11/17 أين أخذت الفكرة حول الموضوع والذي كان بعنوان " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية" حيث أعقبت هذه الفترة جمع المادة العلمية التي تدور حول الموضوع وبدأت هذه العملية تتبلور في الجانب النظري للدراسة وقد أنهيت يوم 2019/04/27 أما الدراسة الميدانية تمت خلال فترتين:

- الفترة الأولى : وقد تم فيها التعرف على مدير شركة الاسمنت وكذلك مساعده وكان ذلك

بتاريخ 2018/12/11 بهدف التعرف على مكان الدراسة "موقع المؤسسة" و اذا كان بإستطاعتنا أن نزور المؤسسة ليتم تطبيق الدراسة عليها .

- أما الفترة الثانية : فكانت من 2019/05/30 إلى غاية 2019/06/13 حيث تم النزول الرسمي

للميدان من خلال توزيع الاستثمارات على أفراد العينة بهدف الحصول على المعلومات والبيانات التي تخدم موضوع البحث.

2 متغيرات الدراسة:

(أ) المتغير المستقل : هو الذي يعتبر المؤثر الأساسي في الظاهرة والمتغير المستقل في هذه

الظاهرة هي :تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

(ب) المتغير التابع : يسمى هذا النوع من المتغيرات بمتغير الاستجابة وهو ما ينتج عن أثر المتغير

المستقل والمتغير التابع في هذه الدراسة هي : الميزة التنافسية .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

المطلب الثاني : العينة وكيفية إختيارها .

تعتبر العينة في البحوث الوصفية أساس عمل الباحث حيث أنها تسمح بالحصول في حالات كثيرة على المعلومات المطلوبة دون أن يؤدي ذلك إلى الابتعاد عن الواقع المراد معرفته .
العينة هي جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزءا من الكل بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث .
و لقد قمنا باختيار هذه العينة بطريقة مسحية حيث تمثل عينة البحث في هذه الدراسة مجموعة من إطارات و عمال شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة وتم توزيع عليهم (45) استمارة وقد استرجعت (40) استمارة وتم الغاء (4) منها لنقص الإجابات فيها وعدم الإجابة على كامل العبارات و بهذا سنعتمد على (36) استمارة كنموذج للدراسة .

المطلب الثالث : أدوات جمع البيانات والأساليب المستخدمة .

1 أدوات وتقنيات جمع البيانات المستخدمة في الدراسة:

تعرف أداة الدراسة على انها الوسيلة المعتمدة لجمع البيانات والمعلومات أو الحقائق عن مشكلة ما أو ظاهرة معينة وفي دراستنا هذه اعتمدنا على مجموعة من الأدوات لجمع البيانات والتي تكمل بعضها البعض وتتمثل في:

(أ) الملاحظة :

تسمح الملاحظة بتسجيل الظواهر فور حدوثها دون تدخل الملاحظ أو تأثيره على من تتم ملاحظته كما تقل احتمالات التحيز لمضي وقت قصير بين حدوث الظاهرة و وقت تسجيلها و في بحثنا عن مستوى تبني الشركة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال و استعمالاتها المختلفة اعتمدنا على أسلوب الملاحظة أثناء تواجدها بالشركة لتسجيل بعض الملاحظات التي قد تفيدنا في بحثنا.

(ب) المقابلة :

هي وسيلة أخرى لجمع البيانات والمعلومات حيث تتم بتواجد الباحث مع المستقصى منه في مكان واحد و يتم توجيه الأسئلة المعدة مسبقا لهذا الأخير¹ و عليه اعتمدنا هذا الأسلوب و قد تم إجراء مقابلة مع مسؤول في الشركة " كيجل سمير " وكان ذلك بتاريخ 2019/06/10 على الساعة 10:05 صباحا حيث أعدنا له مجموعة من الأسئلة المرتبة ترتيبا منهجيا بهدف الحصول على بيانات ومعلومات عن المؤسسة وكانت الأسئلة كالتالي:

س1 : كم هو عدد أجهزة الحاسوب المتوفرة في الشركة ؟

ج1 : يوجد (26) جهاز إعلام آلي .

س2 : ماهي البرمجيات التي تستعملونها ؟

ج2 : لدينا (4) برمجيات مقسمة على مصالح الشركة وهي :

¹ بن بوزيد شهرزاد , دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة- دراسة حالة الشركة ذ م م للخدمات العامة والتجارة آل دوداح , مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير , تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة , جامعة أحمد بوقرة , بومرداس , 2012/2011 , ص 169 .

- المالية والمحاسبة Sysnet .
- التجارة etat commercial .
- التمويل winfact , coswin .
- الموارد البشرية grhs .

س3: هل توفر لدى المؤسسة شبكة اتصال داخلية (الانترنت) ؟

ج3 : وتتمثل في Outlook , sisco .

س4 : هل يتوفر لدى المؤسسة شبكة اتصال خارجية (الاكسترنانت) ؟

ج4 : وتتمثل في Outlook , sisco .

س5 : هل لدى العمال إهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ؟

ج5 : نعم يوجد إهتمام كبير لدى العمال بتكنولوجيا المعلومات والاتصال .

س6 : هل يتم ترقية العمال بالشركة ؟

ج6 : نعم توجد ترقيات للعمال من حين إلى آخر .

س7 : هل توجد منتجات منافسة في السوق ؟

ج7 : هناك العديد من المنتجات المنافسة على سبيل المثال البسكرة للإسمنت ولافارج للإسمنت .

ت) الإستمارة :

تعتبر الاستمارة من أهم أدوات جمع البيانات التي تم اعتمادها وهي مجموعة أسئلة تطرح لأفراد عينة البحث والتي تعطينا إجابات قابلة للتحليل والتفسير للوصول إلى نتائج تجيب على تساؤلات الإشكالية، فرضيات البحث، كما تخدم هدف البحث وقد تمت صياغة أسئلة الاستمارة بشكل يعكس مضمون الإشكالية والفرضيات أين تضمنت (42) سؤالاً موزعاً على قسمين كالتالي :

القسم الأول : يتضمن البيانات الشخصية والتي تتمثل في الجنس , السن , المستوى التعليمي والخبرة.

القسم الثاني : يتضمن على محورين كالتالي :

✓ المحور الأول : عبارات متعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ويتكون من خمسة أبعاد :

- البعد الأول : المكونات المادية ويتكون من (04) فقرات .
- البعد الثاني : البرمجيات وتتكون من (04) فقرات.
- البعد الثالث : الأفراد ويتكون من (05) فقرات .
- البعد الرابع : قواعد البيانات ويتكون من (05) فقرات .
- البعد الخامس : الشبكات ويتكون من (05) فقرات.

✓ المحور الثاني : عبارات المتعلقة بالميزة التنافسية إذ تتكون من أربعة أبعاد:

- البعد الأول : جودة الخدمات/المنتجات ويتكون من (05) فقرات .
- البعد الثاني : السيطرة على الأسواق ويتكون من (05) فقرات .
- البعد الثالث : الإبداع والتطوير ويتكون من (04) فقرات .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

- البعد الرابع :كفاءة العمليات ويتكون من (05) فقرات .

وقد تم استخدام مقياس ليكارت لقياس الاستبيان حسب مايبينه الجدول أدناه:

جدول رقم (01) يوضح مقياس ليكارت الخماسي

| الدرجة | عبارة القياس | المتوسط المرجح |
|--------|----------------|------------------|
| 1 | غير موافق بشدة | من 1 إلى 1.79 |
| 2 | غير موافق | من 1.80 إلى 2.59 |
| 3 | محايد | من 2.60 إلى 3.39 |
| 4 | موافق | من 3.40 إلى 4.19 |
| 5 | موافق بشدة | من 4.20 إلى 5 |

المصدر : من إعداد الطالبة .

وفقا لمقياس ليكارت الخماسي تم تحديد درجة الأهمية حيث منحنا الدرجة 5 (موافق بشدة) والدرجة 4 (موافق) والدرجة 3 (محايد) والدرجة 2 (غير موافق) والدرجة 1 (غير موافق بشدة) بحيث كلما ازدادت الدرجة إزداد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية في شركة الإسمنت عين التوتة والعكس صحيح.

2 الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات :

أ) التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS :

بعد تصميم الاستمارة واختبارها وتعديلها و تعميمها على العينة المستهدفة من الدراسة و بعد ذلك يتم جمعها من المبحوثين و سيتم تحليلها بإستخدام برنامج SPSS وهو اختصار لعبارة Statistical Package For the Social Sciences وتعني المجموعة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ويسهل لنا البرنامج صنع القرار حيال موضوع الدراسة من خلال إدارته للبيانات وتحليله الإحصائي السريع للنتائج وفيما يلي سنحلل استبيان باستخدام البرنامج بالإضافة إلى بعض الأساليب الإحصائية وهي كالتالي:

ب) معامل الثبات ألفا كرونباخ والتوزيع الطبيعي لدراسة مصداقية فقرات الإستبيان.

ت) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من أجل الكشف عن إتجاه أفراد العينة .

ث) التباين والانحدار الخطي البسيط لمتغيرات الدراسة .

ج) النسب المؤوية والتكرارات من أجل معرفة تكرار ونسبة كل متغير.

المطلب الرابع : ثبات وصدق أداة الدراسة .

بعد ماتم تحكيم الإستمارة من طرف الأستاذة (صدق المحكمين) وأخذ الملاحظات بعين الإعتبار سننتقل إلى مدى اتساق جميع فقرات الاستمارة مع المحور الذي تنتمي إليه وذلك بحساب معامل ألفا كرونباخ .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

جدول رقم (02) : يوضح معامل ثبات و صدق الإستمارة (ألفا كرونباخ) .

| المحاور | عدد العبارات | معامل الثبات ألفا كرونباخ |
|-------------------------------|--------------|---------------------------|
| تكنولوجيا المعلومات و الإتصال | 23 | 0.904 |
| الميزة التنافسية | 19 | 0.885 |
| المجموع | 42 | 0.935 |

*تقبل النتائج إحصائيا ابتداء من (0.70)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج spss

التفسير: من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ ان عدد عبارات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي 23 عبارة و معامل الثبات ألفا كرونباخ مقبول وبلغ (0.904) وهي اعلى من (0.70) كما نلاحظ ان عدد عبارات محور الميزة التنافسية هي 19 عبارة و معامل الثبات لعبارات محور الميزة التنافسية مقبولة (0.885) وهي اعلى من (0.70) وعليه فان معامل الثبات لكل عبارات الاستبيان والتي بلغ عددها 42 عبارة تفوق (70%) حيث بلغت نسبتها (93.5%) وعليه فان ثبات هذه العبارات والممثلة لهذا الاستبيان جيدة .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

في هذا المبحث سوف نتأكد من ان كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي ام لا ثم بعد ذلك نقوم بتحليل محاور الاستبيان واختبار الفرضيات.

المطلب الأول : اختبار التوزيع الطبيعي.

اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف- سمرنوف Kolmogorov- Smirnov) يستخدم هذا الاختبار لمعرفة ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا وذلك قبل البدء في تطبيق اختبار فرضيات الدراسة فقد تم التأكد من إتباع بيانات التوزيع الطبيعي (Normal Distribution) باستخدام اختبار (One Sample Kolmogorov) والجدول التالي يبين النتائج التي تم التوصل إليها:

جدول رقم (03): اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار Kolmogorov- Smirnov One Sample)

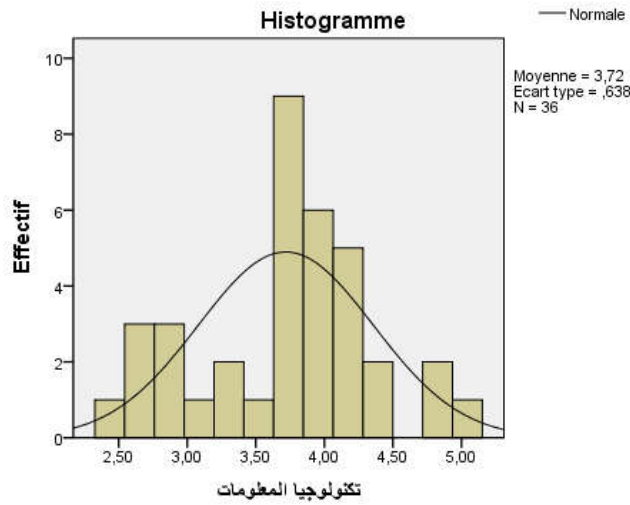
| قيمة مستوى الدلالة (sig) | قيمة z | المحور |
|--------------------------|--------|---------------------|
| 0,737 | 0,684 | المكونات المادية |
| 0,381 | 0,908 | البرمجيات |
| 0,031 | 1,444 | الأفراد |
| 0,542 | 0,801 | قواعد البيانات |
| 0,569 | 0,785 | شبكات الإتصال |
| 0,369 | 0,918 | المجموع |
| 0,823 | 0,630 | جودة الخدمات |
| 0,189 | 1,086 | السيطرة على الأسواق |
| 0,538 | 0,804 | الإبداع والتطوير |
| 0,637 | 0,744 | كفاءة العمليات |
| 0,481 | 0,840 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج spss v.23

ويوضح الجدول (03) نتائج الاختبار حيث أن قيمة مستوى الدلالة لكل محور أكبر من (0.05)

(أي $sig. > 0.05$) وهذا يدل على أن بيانات الظاهرة المدروسة تخضع للتوزيع الطبيعي.

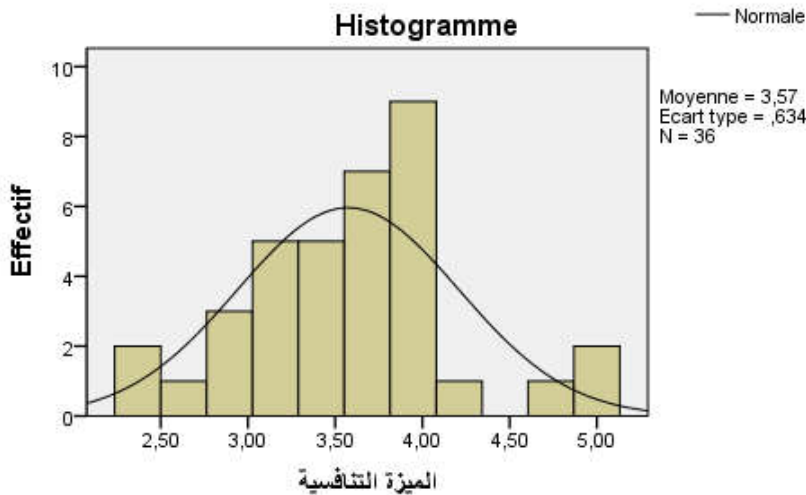
الشكل رقم (13) : يوضح طبيعة العلاقة لتكنولوجيا المعلومات والإتصال .



المدرج التكراري لتوزيع بيانات تكنولوجيا المعلومات والإتصال .

المصدر : مخرجات البرنامج الإحصائي Spss

الشكل رقم (14) : يوضح طبيعة العلاقة للميزة التنافسية .



المدرج التكراري لتوزيع بيانات الميزة التنافسية

يلاحظ من خلال المدرج التكراري رقم (13) و المدرج التكراري رقم (14) ان جل النقاط تتوزع داخل المجال

{2.50-5.00} مما يجعلنا نقبل بأن التوزيع طبيعي .

المطلب الثاني : تحليل وتفسير البيانات .

فيما يلي سنقوم بتحليل النتائج المتحصل عليها اعتمادا على الإجابات المقدمة من طرف المبحوثين فيما يخص أسئلة الاستبيان.

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

1 تحليل وتفسير البيانات الشخصية :

وتتمثل البيانات الشخصية لهذه الدراسة في كل من الجنس , السن , المستوى التعليمي و الأقدمية في العمل أو مايسمى بالخبرة .

جدول رقم (04) : يوضح الخصائص العامة لعينة الدراسة

| المتغير | فئات المتغير | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|-------------------|---------|----------------|
| الجنس | ذكر | 35 | % 97,2 |
| | أنثى | 1 | % 2,8 |
| | المجموع | 36 | % 100 |
| الفئة العمرية | من 20 إلى 29 سنة | 5 | % 13,9 |
| | من 30 إلى 39 سنة | 16 | % 44,4 |
| | من 40 إلى 49 سنة | 12 | % 33,3 |
| | من 50 سنة فما فوق | 3 | % 8,3 |
| | المجموع | 36 | % 100 |
| المستوى التعليمي | ثانوي | 2 | % 5,6 |
| | تقني سامي | 4 | % 11,1 |
| | ليسانس | 5 | % 13,9 |
| | ماستر | 16 | % 44,4 |
| | ماجستير | 3 | % 8,3 |
| | أخرى | 6 | % 16,7 |
| | المجموع | 36 | % 100 |
| الخبرة المهنية | اقل من 5 سنوات | 7 | % 19,4 |
| | من 5 إلى 9 سنوات | 17 | % 47,2 |
| | من 10 إلى 19 سنة | 10 | % 27,8 |
| | من 20 سنة فما فوق | 2 | % 5,6 |
| | المجموع | 36 | % 100 |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج spss v.22

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

أ) تحليل وتفسير نتائج الجنس لأفراد العينة :

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن الذكور يمثلون النسبة الأكبر من مجتمع البحث بنسبة (97.2%) أما نسبة الإناث فقد بلغت (2.8%) وعليه فإن أغلبية عمال الشركة هم ذكور وذلك بحكم طبيعة نشاطهم كما أن هذا التباين يبين أن أعمال الشركة تتطلب القدرة على تحمل المسؤولية إذ لا يمكن للمرأة أن تتحمل ذلك و كذلك يعود إلى خصوصية المرأة بالمجتمع الجزائري .

شكل رقم (15) : الدائرة النسبية لأفراد العينة حسب الجنس .

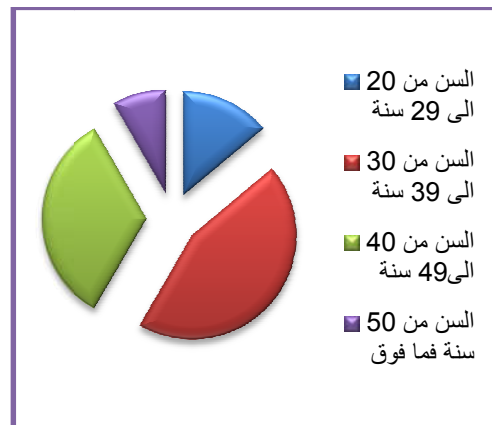


المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان و Excel

ب) تحليل نتائج سن لأفراد :

يتبين من الجدول أعلاه سجلنا نسبة (44.4%) كأعلى نسبة وهي تمثل الفئة العمرية من 30 إلى 39 سنة تليها الفئة العمرية من 40-49 سنة بنسبة (33.3%) بالنسبة فيما بعد الفئة العمرية بين 20-29 سنة بلغت نسبتها (13.9%) وأخيرا الفئة العمرية أكبر من 50 فنسبتهم (8.3%) وعليه يمكن تفسير هذا أن أغلبية العمال هم شباب وذلك باعتبار أن الشباب لهم إمكانيات وقدرات للعمل والاجتهاد والمثابرة إضافة إلى أن الوقت الراهن يتطلب العمل من أجل توفير احتياجاتهم والشباب يعتبرون ركيزة للمؤسسة ويبنى على أساسهم مستقبل الشركة.

شكل رقم (16) : الدائرة النسبية لأفراد العينة حسب السن .



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان و Excel

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

ت) تحليل نتائج المستوى التعليمي لأفراد العينة :

من خلال نتائج الجدول السابق يظهر لنا النسبة الغالبة في متغير المستوى التعليمي عادت إلى ماستر وذلك بنسبة (44.4%) فيما سجلت نسبة (16.72%) لمستويات اخرى و يأتي بعدها كل من المستويين ليسانس بنسبة (13.9%) و حاملي شهادة تقني سامي بنسبة (11.14%) في حين بلغت نسبة المستوى التعليمي ماجستير (8.35%) ليأتي في المرتبة الأخيرة ثانوي بنسبة (5.6%) وهذا ما يفسر أن العمال مثقفون والعمل داخل الإدارة يتطلب مستوى عالي من المعرفة والقدرة على العمل وخصوصا أنها تعتمد على أحدث التكنولوجيات المتطورة التي تتطلب بدورها عمالا ذوي اختصاصات ومهارات عالية .

شكل رقم(17) : الدائرة النسبية لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي .

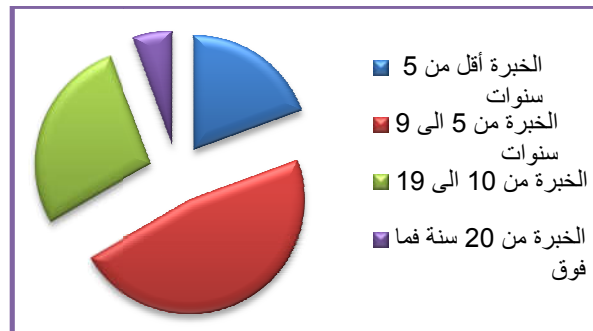


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان و Excel

ث) تحليل نتائج الخبرة لأفراد العينة :

من خلال الجدول أعلاه نجد أن نسبة (19.4%) تقل خبرتهم عن 05 سنوات في حين سجلنا نسبة (47.2%) للأفراد الذين تراوحت خبرتهم من 05 إلى 09 سنوات وتليها نسبة (27.8%) لذوي الخبرة من 10 إلى 19 سنة وفي الأخير نجد نسبة (5.6%) للأفراد الذين خبرتهم تفوق 20 سنة وعليه فإن غالبية موظفي الشركة لديهم خبرة تتجاوز 05 سنوات وصولا الى 20 سنة و اكثر وذلك باعتبار أن أغلبهم شباب حديثي التوظيف وهذا ما تم توضيحه في متغير السن كما أنها تسعى إلى تكوينهم من أجل إكسابهم المهارة والخبرة المطلوبة بطريقتها الخاصة عن طريق التكنولوجيا التي تستخدمها فهي تعمل على هندستهم حسب احتياجاتهم الخاصة .

شكل رقم(18) : الدائرة النسبية لأفراد العينة حسب الخبرة .



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان و Excel

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

2 تحليل عبارات أبعاد الدراسة :

خلال هذا الجزء سنقوم بتحليل عبارات كل من مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمتمثلة في المكونات المادية ، البرمجيات، الأفراد، قواعد البيانات و شبكات الإتصال وأبعاد الميزة التنافسية وهي جودة الخدمات والمنتجات ، السيطرة على الأسواق ، الإبداع والتطوير و كفاءة العمليات وذلك من بحساب بعض مقاييس الاحصاء الوصفي مثل : المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري لكل عبارة من العبارات مع تحديد الأهمية النسبية و مستوى القبول من وجهة نظر مسيري وإطارات الشركة.

أ) أبعاد تكنولوجيا المعلومات والإتصال :

جدول رقم (05): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاه آراء المبحوثين حول أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

| رقم | العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى القبول |
|-------------------------------|--|-----------------|-------------------|-----------------|--------------|
| البعد الأول: المكونات المادية | | | | | |
| 01 | تساهم أجهزة الحاسوب في أداء أنشطة المؤسسة | 4.56 | 0.773 | 1 | موافق بشدة |
| 02 | يتناسب عدد أجهزة الحاسوب مع حجم عمل المؤسسة | 4.36 | 0.723 | 2 | موافق بشدة |
| 03 | يتناسب عدد أجهزة الحاسوب مع طبيعة عمل المؤسسة | 4.36 | 0.723 | 2 | موافق بشدة |
| 04 | أجهزة الحاسوب المستخدمة من أفضل و أحدث التقنيات المتاحة | 3.83 | 1.108 | 3 | موافق |
| البعد الثاني: البرمجيات | | | | | |
| 01 | تسعى المؤسسة لاستخدام برمجيات حديثة و مواكبة التطورات في هذا المجال | 3.89 | 1.036 | 1 | موافق |
| 02 | تساعد البرمجيات المستخدمة في تبادل المعلومات داخل المؤسسة | 3.39 | 1.248 | 4 | موافق |
| 03 | تسرع البرمجيات التي تستخدمها المؤسسة في أداء العمليات وتقديم الخدمة للزبون في أحسن شكل | 3.50 | 1.082 | 3 | موافق |
| 04 | توفر المؤسسة أنظمة حماية متطورة لحماية بيانات المؤسسة | 3.58 | 1.079 | 2 | موافق |
| البعد الثالث: الأفراد | | | | | |
| 01 | يوجد داخل المؤسسة أفراد مختصين في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصال | 3.75 | 1.156 | 2 | موافق |
| 02 | يوجد داخل المؤسسة أفراد مختصين في توفير أفضل | 3.78 | 1.124 | 1 | موافق |

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

| | | | | خدمة لزيائن | |
|----|--|-------|-------|-------------|-------|
| 03 | توجد مصلحة أو جهة مسؤولة عن شكاوي الزيائن | 3.53 | 1.108 | 5 | موافق |
| 04 | تعمل المؤسسة على تقديم تحفيزات معنوية ومادية لعمالها . | 3.56 | 1.229 | 4 | موافق |
| 05 | تقوم المؤسسة بدورات تدريبية لتكوين إطاراتها و كفاءاتها على التقنيات المستحدثة و المتطورة | 3.64 | 1.246 | 3 | موافق |
| | البعد الرابع: قواعد البيانات | | | | |
| 01 | تستخدم المؤسسة قاعدة بيانات منطوية | 3.58 | 1.105 | 3 | موافق |
| 02 | يوجد لدى المؤسسة قاعدة بيانات مفصلة عن عملائها (زيائنها) | 3.33 | 1.146 | 5 | محايد |
| 03 | توجد لدى المؤسسة قاعدة بيانات مفصلة عن منافسيها | 3.50 | 0.941 | 4 | موافق |
| 04 | توجد لدى المؤسسة قاعدة بيانات مفصلة عن مورديها | 3.61 | 1.022 | 2 | موافق |
| 05 | وجود تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يسهل على المؤسسة الوصول إلى أي قاعدة بيانات مطلوبة عند الحاجة | 3.69 | 1.261 | 1 | موافق |
| | الشبكات | | | | |
| 01 | تساهم شبكات الإتصال في تبادل المعلومات بين العاملين داخل المؤسسة | 3.75 | 1.251 | 2 | موافق |
| 02 | استخدام شبكة الانترنت يساهم في سرعة وسهولة الحصول على المعلومات | 3.72 | 1.279 | 3 | موافق |
| 03 | استخدام شبكة الانترنت تساعد في تلبية احتياجات العاملين داخل المؤسسة | 3.78 | 1.124 | 1 | موافق |
| 04 | توفر المؤسسة موقع الكتروني على شبكة الانترنت | 3.56 | 1.319 | 4 | موافق |
| 05 | استخدام وسائل الاتصال الحديثة يساهم في تحسين الخدمة المقدمة للزبون | 3.28 | 1.427 | 5 | محايد |
| | المجموع | | | | |
| | | 3.719 | 0.637 | 1 | موافق |

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS v.22

❖ تحليل وتفسير النتائج :

من خلال عبارات محور تكنولوجيا المعلومات والإتصال ظهرت النتائج التالية :

أ) المكونات المادية :

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة كانت كافة إجاباتهم المتعلقة بالمكونات المادية تقع في المجال " موافق بشدة " ماعدا العبارة رقم (5) حيث تنص العبارة الأولى على أن أجهزة الحاسوب تساهم في أداء أنشطة الشركة حيث بلغ متوسطها الحسابي (4.56) وانحراف معياري يقدر ب(0.773) وهو أكبر متوسط حسابي فيما كان المتوسط الحسابي لكل من العبارة الثانية والثالثة متساويا حيث بلغ (4.36) وانحراف معياري يقدر ب(0.723) وفي المرتبة الاخيرة كانت العبارة تنص على أن أجهزة الحاسوب المستخدمة من أفضل و أحدث التقنيات كانت تقع في المجال " موافق " بمتوسط حسابي (3.83) وانحراف معياري يقدر ب(1.108) وعلى العموم فقد قدر المتوسط الحسابي لمجموع عبارات المكونات المادية ب(3.736) والذي يعكس درجة موافقة يمكن تفسيرها بأن الشركة تهتم بالتقنيات المتطورة لأجهزة الحاسوب كما أن بعد المكونات المادية جاء في الترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية .

ب) البرمجيات :

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) أن عبارات هذا البعد جاءت كلها في مجال " موافق " اذ بلغ مجموع المتوسط الحسابي للإجابات في هذا البعد (3.59) بانحراف معياري قدره (0.834) و وقد جاءت البرمجيات في الترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية حيث كانت عبارات هذا البعد مرتبة حسب الأهمية النسبية كالتالي : في المرتبة الاولى كانت العبارة التي تنص على ان الشركة تسعى لإستخدام برمجيات حديثة حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.89) و بانحراف معياري (1.036) تليها العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي بلغ (3.58) و إنحراف معياري(1.079) ثم العبارة رقم 03 حيث أن المتوسط الحسابي يقدر ب (3.50) و انحراف معياري مقدر ب (1.082) و أخيرا كانت العبارة الثانية بمتوسط حسابي (3.39) و إنحراف معياري قدره (1.248) وهذا مايفسر نقص استخدام البرمجيات التي تعمل على توفير المعلومات وتبادلها داخل الشركة .

ت) الأفراد :

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) أن بعد الأفراد جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.650) بانحراف معياري قدره (0.803) ووفقا لمقياس الدراسة فإن عبارات هذا البعد يقع في مجال "موافق" كما نلاحظ أن إجابات أفراد عينة البحث على عبارات هذا البعد مرتبة حسب الأهمية النسبية حيث كانت العبارة الثانية تحتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقدر ب(3.78) و انحراف معياري بلغ (1.124) و تليها في المرتبة الثانية العبارة الأولى اذ بلغ المتوسط الحسابي (3.75) و بانحراف معياري (1.156) ثم العبارة 05 بمتوسط حسابي مقدر ب(3.64) و إنحراف معياري(1.246) بعدها العبارة 04 في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي(3.56) و بانحراف معياري(1.229) و جاءت العبارة 03 في المرتبة الأخيرة بلغ متوسط حسابها (3.53) و إنحراف معياري (1.108) وهذا ما يدل أن شركة الإسمنت عين التوتة تهتم بالعنصر البشري بدءا باستقطاب الكفاءات العلمية وذوي الاختصاص من أجل النهوض بالشركة كما انها تقوم بإقامة دورات تكوينية لإطارتها وعمالها من أجل مواكبة ما هو جديد كذلك تقدم تحفيزات لهم من أجل حثهم على العمل أحسن إلا أنها لا تهتم كثيرا بشكاوي الزبائن لهذا يتطلب من الشركة الاهتمام أكثر بهذا الجانب .

ث) قواعد البيانات :

أن بعد " قواعد البيانات " جاء بالترتيب الأخير من حيث الأهمية النسبية حيث بلغ مجموع المتوسط الحسابي له (3.542) و بانحراف معياري (1.095) و يتبين من خلال إجابات أفراد العينة أن غالبيتهم كانت إجاباتهم المتعلقة بقواعد البيانات تقع في المجال " موافق " ماعدا العبارة رقم 02 وكانت في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية النسبية حيث بلغ متوسطها الحسابي(3.33) و بانحراف معياري يقدر ب(1.146) وهو أقل متوسط حسابي فيما كان المتوسط الحسابي للعبارة رقم 05 هو (3.69) و بانحراف معياري يقدر ب (1.261) وبهذا يحتل المرتبة الأولى تليها العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي(3.61) و بانحراف معياري(1.022) وفي المرتبة الثالثة كانت العبارة رقم 01 وبعدها العبارة رقم 03 وكان المتوسط الحسابي لهما هو (3.58) و(3.50) على الترتيب و بانحراف معياري مقدر ب (1.105) و(0.941) وهذا ما يفسر أن الشركة لا تهتم بهذا البعد كثيرا لكنها يجب العمل على توفيره لأنه يساعد المسيرين ومتخذي القرار الوصول إلى المعلومات الضرورية بشكلها الصحيح وفي الوقت المطلوب.

ج) الشبكات :

يتضح من الجدول (05) ان بعد "الشبكات" جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية حيث بلغ مجموع المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.619) بانحراف معياري قدره(0.822) ووفقا لمقياس الدراسة فإن عبارات هذا البعد يقع في مجال "موافق" غير أن العبارة رقم 05 كانت تقع في مجال " محايد " وتعتبر هذه العبارة أصغرهم وذلك بمتوسط حسابي بلغ (3.28) و إنحراف معياري (1.427) أما باقي إجابات أفراد عينة البحث كانت تقع في مجال " موافق " وكانت مرتبة حسب الأهمية النسبية بحيث احتلت العبارة الثالثة المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقدر ب (3.78) وانحراف معياري بلغ (1.124) تليها في المرتبة الثانية العبارة الأولى اذ بلغ المتوسط الحسابي (3.75) و بانحراف معياري (1.251) ثم العبارة 02 بمتوسط حسابي مقدر ب (3.72) و إنحراف معياري (1.279) بعدها العبارة 04 في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.56) و بانحراف معياري (1.319) وهذا ما يدل أن شركة الإسمنت عين التوتة أعطت أهمية للشبكات وذلك لمدى معرفتها أن استخدام هذه الشبكات يساعد في تلبية حاجيات العاملين داخل الشركة وتسهل عملية الإتصال تبادل البيانات و المعلومات بينهم .

نستنتج ان تصورات المبحوثين لمستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشركة الإسمنت جاءت مقبولة " موافق " لمقياس الدراسة اذ بلغ متوسط إجابات أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال (3.719) بانحراف معياري قدره (0.637) و وهذا ما يفسر مدى توفر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال اللازمة في الشركة لوعي أفراد ادارة الشركة بأن توفر هذه التكنولوجيا له دور في تحقيق التميز .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

(ب) تحليل أبعاد الميزة التنافسية :

جدول رقم (06): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاه آراء المبحوثين حول أبعاد الميزة التنافسية.

| الرقم | العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | مستوى القبول |
|--|--|-----------------|-------------------|-----------------|--------------|
| البعد الاول: جودة الخدمات | | | | | |
| 01 | تتميز منتجات و خدمات المؤسسة بخصائص تتوافق مع رغبات وتطلعات العملاء | 3.58 | 1.360 | 2 | موافق |
| 02 | يكن تميز خدمات ومنتجات المؤسسة في طريقة عمل الأفراد العاملين بها | 3.50 | 1.000 | 3 | موافق |
| 03 | تمتاز خدمات ومنتجات المؤسسة بالمرونة المطلوبة لتلبية مطالب الزبائن المتغيرة | 3.61 | 1.225 | 1 | موافق |
| 04 | تهتم المؤسسة بتقليل وقت انجاز معاملات الزبائن لتحقيق رضاهم | 3.44 | 1.252 | 4 | موافق |
| 05 | يوجد رضا عام لدى الزبائن المستفيدين من خدمات المؤسسة | 3.33 | 1.069 | 5 | محايد |
| البعد الثاني: السيطرة على الأسواق | | | | | |
| 01 | تتمتع المؤسسة بقدرة وكفاءة على ترويج و توزيع منتجاتها وخدماتها في الأسواق | 3.53 | 1.055 | 3 | موافق |
| 02 | تعمل المؤسسة باستمرار على زيادة الحصة السوقية من خلال فتح أسواق جديدة وتعزيز الأسواق الحالية | 3.69 | 1.091 | 2 | موافق |
| 03 | تشكل الحصة السوقية للشركة مصدرا أساسيا لثقة الزبائن بها | 3.42 | 1.156 | 5 | موافق |
| 04 | تعمل المؤسسة على تنمية حصتها السوقية باستمرار | 3.47 | 1.183 | 4 | موافق |
| 05 | تقوم المؤسسة بتقديم تخفيضات وامتيازات بشكل مستمر من أجل جذب الزبائن الجدد وكسب ثقتهم | 3.75 | 0.996 | 1 | موافق |
| البعد الثالث: الابداع والتطوير | | | | | |
| 01 | تهتم الإدارة العليا بإزالة القيود و إعادة الهيكلة التي تساعد في التطوير والتغيير | 3.83 | 1.082 | 1 | موافق |
| 02 | تتبع المؤسسة خطوات منهجية واضحة تساهم في الابتكار والتطوير | 3.50 | 0.971 | 4 | موافق |
| 03 | تأخذ المؤسسة برأي العاملين في عمليات التطوير | 3.58 | 0.967 | 2 | موافق |
| 04 | تعمل المؤسسة على ابتكار حلولاً لمشاكلها الادارية | 3.56 | 1.132 | 3 | موافق |

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

| موافق | 1 | 0.684 | 3.622 | البعد الرابع : كفاءة العمليات | |
|-------|---|-------|-------|-------------------------------|--|
| محايد | 5 | 1.271 | 3.39 | 01 | تقوم المؤسسة بإنجاز عملياتها في وقت مختصر |
| موافق | 4 | 1.182 | 3.44 | 02 | تمتاز المؤسسة بالقدرة على إنجاز كل العمليات على الرغم من تنوعها وتزايد حجمها |
| موافق | 3 | 1.028 | 3.50 | 03 | تسعى المؤسسة إلى تدعيم التكامل و التنسيق بين مختلف العمليات في الوحدات والأقسام المختلفة |
| موافق | 2 | 0.951 | 3.81 | 04 | تسعى المؤسسة دوما للتخلص من العمليات غير الضرورية |
| موافق | 1 | 1.028 | 3.97 | 05 | تقوم المؤسسة بتقليل تكلفة تشغيل العمليات |
| موافق | 2 | 0.634 | 3.575 | المجموع | |

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

❖ تحليل وتفسير النتائج :

من خلال عبارات محور الميزة التنافسية ظهرت النتائج التالية :

أ) جودة الخدمات :

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن جودة المنتجات جاءت بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية إذ نجد أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ (3.491) بانحراف معياري قدره (0.738) و وفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يقع في مجال "موافق" كما نلاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على أن عبارات هذا البعد تقع في مجملها في المجال " موافق " ماعدا العبارة رقم 05 جاءت "محايد" بمتوسط حسابي بلغ (3.33) و بانحراف معياري (1.069) في حين ان باقي العبارات فقد تراوح متوسط حسابها بين (3.61-3.44) وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (1.000-1.360) وكانت العبارة رقم 03 لها أعلى متوسط مقدر ب(3.61) بانحراف معياري قدره (1.225) فيما كانت العبارة رقم 04 أقل متوسط بلغ (3.44) بانحراف معياري قدره (1.252) ونفسر هذه النتيجة أن شركة الإسمنت تهتم بهذا البعد من خلال تميز منتجاتها بالمرونة و بخصائص تتوافق مع تطلعات عملاءها لكي تلبى رغباتهم هذا من جهة وكذا أنها تمتاز بطريقة عمل أفرادها وذلك لإنجازهم معاملات الزبائن في وقت قليل ليحققوا رضاهم من جهة أخرى.

ب) السيطرة على الأسواق:

يتبين من خلال الجدول رقم (06) أن هذا البعد جاء في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية النسبية إذ نجد أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ (3.572) بانحراف معياري قدره (0.772) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يقع في المجال " موافق " كما نلاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على عبارات هذا البعد أنها تقع في مجال " موافق " حيث تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (3.42-3.75) وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (0.996-1.183) وكان أعلى متوسط للعبارة رقم 05 وبلغ (3.75) و بانحراف معياري قدره (0.996) بينما كان أقل متوسط للعبارة الثالثة بالنسبة لهذا البعد وبلغ (3.42) بانحراف معياري

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

قدره(1.156) وهذا مايدل أن الشركة تقوم بجذب العملاء عن طريق تقديم نخيفضات وامتيازات كما أنها تعمل فتح أسواق جديدة لتعزز مكانتها في السوق من جهة ومن جهة أخرى فإن الشركة تتمتع بقدرة وكفاءة على الترويج والتوزيع لخدماتها ومنتجاتها وبالإعتماد على العديد من الموزعين ونقاط البيع من أجل تنمية حصتها السوقية.

ت) الإبداع والتطوير :

من خلال الجدول رقم (06) أن بعد الإبداع والتطوير جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية إذ نجد أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ (3.618) بانحراف معياري قدره(0.775) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى المجال " موافق " كما أن جميع إجابات أفراد عينة البحث كانت تقع في المجال "موافق" على حيث تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين(3.50-3.83) وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (1.082-0.967) وكان أعلى متوسط للعبارة رقم 01 اذ بلغ (3.83) بانحراف معياري قدره(1.082) بينما كان اقل متوسط للعبارة الثانية بالنسبة لهذا البعد فبلغت(3.50) بانحراف معياري قدره(0.971) وعليه فإن شركة الإسمنت تهتم بعنصر الإبداع والتطوير حيث عملت على التطوير والتغيير وذلك من خلال إزالة القيود وإعادة الهيكلة كما أن الشركة تأخذ برأي العاملين لكي تقوم بعملية التطوير والابداع هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن الشركة تعمل على ابتكار حلول لمشاكلها الإدارية وذلك بإتباع خطوات منهجية واضحة .

ث) كفاءة العمليات:

يتبين أن بعد كفاءة العمليات جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية إذ نجد أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ(3.622) بانحراف معياري قدره(0.684) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى المجال " موافق " غير أن العبارة الأولى كانت تقع ضمن المجال " محايد " بمتوسط حسابي (3.39) و بانحراف معياري (1.271) أما العبارات الباقية فنلاحظ أن متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على عبارات هذا البعد كانت تقع في المجال " موافق " حيث تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (3.44-3.97) وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين(1.028-0.951) وكان أعلى متوسط للعبارة رقم (05) وبلغ (3.97) وبانحراف معياري قدره(1.028)بينما كان اقل متوسط للعبارة رقم (02) لهذا البعد وبلغ (3.44) معياري قدره (1.182) وهذا مايدل أن شركة تمتاز بالكفاءة العالية في أداء عملياتها وذلك من خلال تقليص تكاليف تشغيلها عن طريق التخلص من العمليات غير الضرورية بالإضافة إلى تدعيم التناسق بين جميع الوحدات و قدرتها على إنجاز العمليات رغم تنوعها و تزايد حجمها في وقت مختصر .

وإستنادا على ماسبق نستنتج أن تصورات المبحوثين لمستوى تحقيق الميزة التنافسية في شركة الإسمنت جاءت مقبولة أي في المجال " موافق " وفقا لمقياس الدراسة إذ بلغ متوسط إجاباتهم عن أبعاد الميزة التنافسية مجتمعة (3.575) و بانحراف معياري (0.634) و هذه النتيجة تفسر السعي الدائم لشركة الإسمنت نحو تحقيق ميزة تنافسية.

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

المطلب الثالث : طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة .

لتوضيح طبيعة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و الميزة التنافسية علينا معرفة طبيعة الارتباط بين مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع أبعاد الميزة التنافسية وذلك باستخدام مصفوفة الارتباط وهذا ما يوضحه الجدول الموالي :

جدول رقم (07) يوضح مصفوفة الارتباط بين مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تحقيق الميزة التنافسية.

| الميزة التنافسية | كفاءة العمليات | الابداع والتطوير | السيطرة على الاسواق | جودة الخدمات | | |
|------------------|----------------|------------------|---------------------|--------------|----------------|------------------------------|
| 0,455** | 0,423* | 0.282 | 0.323 | 0,516** | معامل الارتباط | المكونات المادية |
| 0.005 | 0.010 | 0.095 | 0.054 | 0.001 | مستوى الدلالة | |
| 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | العدد | |
| 0,637** | 0,562** | 0,380* | 0,482** | 0,734** | معامل الارتباط | البرمجيات |
| 0.000 | 0.000 | 0.022 | 0.003 | 0.000 | مستوى الدلالة | |
| 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | العدد | |
| 0,523** | 0,410* | 0.256 | 0,520** | 0,568** | معامل الارتباط | الافراد |
| 0.001 | 0.013 | 0.132 | 0.001 | 0.000 | مستوى الدلالة | |
| 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | العدد | |
| 0,686** | 0,553** | 0,528** | 0,666** | 0,584** | معامل الارتباط | قواعد البيانات |
| 0.000 | 0.000 | 0.001 | 0.000 | 0.000 | مستوى الدلالة | |
| 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | العدد | |
| 0,587** | 0,518** | 0.288 | 0,525** | 0,645** | معامل الارتباط | الشبكات |
| 0.000 | 0.001 | 0.088 | 0.001 | 0.000 | مستوى الدلالة | |
| 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | العدد | |
| 0,692** | 0,586** | 0,412* | 0,615** | 0,725** | معامل الارتباط | تكنولوجيا المعلومات والاتصال |
| 0.000 | 0.000 | 0.013 | 0.000 | 0.000 | مستوى الدلالة | |
| 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | العدد | |

** La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على برنامج spss

* La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

❖ تحليل نتائج مصفوفة الارتباط :

- من خلال الجدول رقم (07) أظهرت النتائج أن المكونات المادية لها علاقة مرتفعة مع جودة الخدمات حيث بلغ معامل الارتباط (0.516) عند مستوى الدلالة ($P \leq 0.01$) كما أنها توجد علاقة متوسطة مع كفاءة العمليات وبلغ معامل الارتباط ب (0.423) عند مستوى الدلالة ($P \leq 0.01$) في

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

- حين لا نسجل علاقة إرتباط مع بعد السيطرة على التكاليف والإبداع والتطوير و عليه فإن هذه النتائج تؤكد أن المكونات المادية لها أهمية تأثير و أهمية كبيرة على جودة الخدمات والمنتجات وكفاءة العمليات ولكن لا يظهر هذا التأثير بشكل مباشر على كل من البعدين السيطرة على الأسواق و الإبداع والتطوير وبالنظر إلى المكونات المادية وتأثيرها على الميزة التنافسية ككل نجد أن معامل الإرتباط ذو قيمة مقبولة وبلغت (0.455) عند مستوى الدلالة (0.005) وهذا مايدل أن الشركة تسعى إلى تحقيق جودة في الخدمات والمنتجات التي تقدمها وذلك بتحسين كفاءة أداء عملياتها .
- وبالنسبة للبرمجيات فقد أظهرت النتائج أن لها علاقة إرتباط مرتفعة مع كل من جودة الخدمات و السيطرة على الأسواق وكفاءة العمليات وقد بلغ معامل الإرتباط لهم على التوالي (0.734) , (0.482) (0.562) عند المستوى الدلالة ($P \leq 0.01$) في حين أنه سجلت علاقة إرتباط متوسطة مع بعد الإبداع والتطوير وبلغ معامل الإرتباط (0.380) عند مستوى الدلالة (0.022) و عليه فإن هذه النتائج تؤكد أن البرمجيات لها تأثير كبير على كل أبعاد الميزة التنافسية ولكن بقيم متفاوتة وقد بلغ معامل الإرتباط الكلي للبرمجيات على الميزة التنافسية (0.637) عند مستوى الدلالة (0.000) ويعتبر قيمة مقبولة جدا مقارنة بقيم الأخرى وقد إحتلت المرتبة الثانية لما لها من تأثير وأهمية .
- أما بالنسبة للأفراد فإنه توجد علاقة إرتباط مرتفعة بينها وبين جودة الخدمات والمنتجات والسيطرة على الأسواق حيث بلغ معامل الإرتباط لكل منهما على الترتيب كما يلي (0.568) (0.520) عند مستوى الدلالة ($P \leq 0.01$) في حين أظهرت النتائج أن علاقة الإرتباط بين الأفراد و كفاءة العمليات متوسطة وبلغت (0.410) (0.013) كما أظهرت أنه لا توجد علاقة إرتباط مع بعد الإبداع والتطوير حيث بلغ معامل الإرتباط (0.256) عند مستوى الدلالة (0.132) وبالنظر إلى معامل الإرتباط الكلي بين الأفراد و الميزة التنافسية ككل قد بلغ (0.523) عند مستوى الدلالة (0.001) وهذا مايدل أن العنصر البشري مشارك وبصفة كبيرة في احتلال الشركة الصدارة في مجال عملها .
- تبين النتائج المتعلقة بعنصر قواعد البيانات أنه توجد علاقة إرتباط مرتفعة بينها وبين جميع أبعاد الميزة التنافسية حيث جاء معامل الإرتباط بينها وبين البعد الأول (0.584) عند مستوى الدلالة (0.000) وبلغ معامل الإرتباط بينها وبين بعد السيطرة على التكاليف (0.666) عند مستوى الدلالة (0.000) وكان معامل الإرتباط بينها وبين بعد الإبداع والتطوير (0.528) عند مستوى الدلالة (0.001) وأخير معامل الإرتباط بينها وبين بعد كفاءة العمليات فقد كان (0.553) عند مستوى الدلالة (0.000) . و عليه توضح هذه النتائج أن قواعد البيانات تساهم ولها تأثير مرتفع على أبعاد الميزة التنافسية وهذا ماجعل قواعد البيانات تحتل المركز الأول من حيث الأهمية حيث بلغ معامل الإرتباط الكلي (0.686) عند مستوى الدلالة (0.000) .
- أظهرت النتائج أن شبكات الإتصال لها علاقة إرتباط مرتفعة مع كل من جودة الخدمات والمنتجات , سيطرة على الأسواق وكفاءة العمليات حيث كان معامل ارتباط كل منهم على الترتيب (0.645) , (0.525) و (0.518) في حين لم نسجل علاقة إرتباط بين الشبكات و بعد الإبداع والتطوير و عليه فإن

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

النتائج تدل على أن الشبكات لها تأثير مباشر على جميع الأبعاد ماعدا الإبداع والتطوير وبالنظر إلى الميزة التنافسية ككل نجد أن الشبكات لها علاقة إرتباط معها حيث بلغ معامل إرتباطهما (0.587) عند مستوى الدلالة (0.000) .

و إجمالاً يمكننا القول بأن تكنولوجيا المعلومات والإتصال لها علاقة إرتباط ذو قيمة عالية وبلغ معامل الإرتباط بينهما (0.692) عند مستوى الدلالة (0.000) .

المطلب الرابع : إختبار فرضيات الدراسة .

ونسعى من خلال هذا الجزء إلى إختبار فرضيات الدراسة وسنعرف الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحقيق الميزة التنافسية ومدى صحة أو نفي هذه الفرضيات .

ومن أجل إختبار فرضيات الدراسة وطبيعة الدور تم إستخدام الإنحدار الخطي المتدرج متبعين في ذلك طريقة (Stepwise Regression) لإستبعاد المتغيرات المستقلة التي لا تساهم في تفسير المتغير التابع عند وجود بقية المتغيرات و حتى تلك التي يكون لها أثر مباشر ضعيف في ظل وجود بقية العناصر وحتى تكون النتائج أكثر مصداقية فإننا ننطلق من تأثير كل عنصر من مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أبعاد الميزة التنافسية.

بمعنى أن المتغيرات المستقلة الداخلة هي مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتمثلة في المكونات المادية ,البرمجيات ,الأفراد ,قواعد البيانات والشبكات بينما المتغير التابع متمثل في أبعاد الميزة التنافسية والمتمثلة في جودة الخدمات والمنتجات ,السيطرة على الأسواق ,الإبداع و التطوير، كفاءة العمليات .

ومن أجل إختبار صحة الفرضية الرئيسية تم تقسيمها إلى أربع فرضيات فرعية وتم إختبار كل واحدة كما يلي :

(أ) إختبار الفرضية الفرعية الأولى :

يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق جودة الخدمات والمنتجات .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

جدول رقم (08-1) يوضح الإنحدار المتدرج لبعده جودة الخدمات مع البرمجيات والشبكات .

| مستوى الدلالة | قيمة F | معامل التحديد المصحح R-deux ajusté | معامل التحديد R-deux | معامل الارتباط R | النموذج |
|--------------------|---------|---------------------------------------|-------------------------|---------------------|---------|
| 0,000 ^b | 39,8030 | 0,526 | 0,539 | 0,734 ^a | 1 |
| 0,000 ^c | 23,909 | 0,567 | 0,592 | 0,769 ^b | 2 |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج Spss

a. Valeurs prédites : (constantes), البرمجيات

b. Valeurs prédites : (constantes), الشبكات

جدول رقم (08-2) : يوضح نتيجة تحليل الإنحدار المتدرج

| مستوى الدلالة | T | المعلومات غير المعيارية | | النموذج | |
|---------------|-------|-----------------------------|----------------------|-------------|----|
| | | المعلومات المعيارية Bêta | Erreur standard A | | |
| 0,004 | 3,066 | | 0,379 | الثابت | 01 |
| 0,000 | 6,309 | 0,734 | 0,103 | البرمجيات | |
| 0,056 | 1,984 | | 0,403 | (Constante) | 02 |
| 0,001 | 3,762 | 0,544 | 0,128 | البرمجيات | |
| 0,048 | 2,057 | 0,298 | 0,130 | الشبكات | |

المصدر : نتائج التحليل الاحصائي

*a :variable dépendant : جودة الخدمات

❖ تحليل وتفسير نتائج الإنحدار المتدرج :

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (08-1) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية للبرمجيات و الشبكات مع جودة الخدمات والمنتجات حيث بلغ معامل ارتباط مرتفع ($R=0.769$) عند مستوى الدلالة (0.000) .

كما يبين الجدول أن البرمجيات والشبكات يفسران ما قيمته ($R\text{-deux}=0.592$) أي (59.2%) من التباين وهذا يعني أنهما يؤثران على جودة الخدمات والمنتجات في حين غياب تأثير البقية على هذا البعد وهذا ما يؤكد ANOVA والذي جاءت قيمته ($F=23.909$) عند مستوى الدلالة (0.000) .

ونجد من خلال الجدول رقم (08-1) أن البرمجيات والشبكات لهما تأثير بشكل مباشر إيجابي على جودة الخدمات والمنتجات حيث أن البرمجيات تؤثر بشكل كبير على بعد جودة الخدمات والمنتجات ($P=0.001$) و ($Bêta = 0.544$) .

و أن الشبكات كذلك تؤثر بشكل كبير على بعد جودة الخدمات والمنتجات ($P=0.05$) و ($Bêta = 0.544$) . وعليه يمكننا أن نؤكد الدور الذي تلعبه كل من البرمجيات والشبكات لها أثر إيجابي على جودة الخدمات والمنتجات فيما ينعدم تأثير باقي مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على هذا البعد .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

وبناء عليه فإننا نقبل الفرضية الفرعية الأولى القائلة " يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق جودة الخدمات والمنتجات عند مستوى المعنوية (0.05) وهذا ما يدل أن استخدام برمجيات متطورة وتوفر شبكات إتصال تساعد في وصول المعلومات في الوقت المحدد وهذا ما يساعد الشركة على تقديم خدمات أفضل من المنافسين و إنتاج منتجات عالية الجودة وغير قابلة للتقليد .

(ب) إختبار الفرضية الفرعية الثانية :

يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق السيطرة على الأسواق.

جدول رقم (1-09) يوضح الإنحدار المتدرج لبعد السيطرة على السوق مع قواعد البيانات .

| النموذج | معامل الارتباط R | معامل التحديد R-deux | معامل التحديد المصحح R-deux ajusté | قيمة F | مستوى الدلالة |
|---------|--------------------|----------------------|------------------------------------|--------|--------------------|
| 1 | 0,666 ^a | 0,443 | 0,427 | 27,072 | 0,000 ^b |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج Spss

a. Valeurs prédites : (constantes), قواعد البيانات,

جدول رقم (2-09) : يوضح نتيجة تحليل الإنحدار المتدرج

| النموذج | المعلومات غير المعيارية | | المعلومات المعيارية | | مستوى الدلالة |
|----------------|-------------------------|-----------------|---------------------|-------|---------------|
| | A | Erreur standard | Bêta | T | |
| الثابت | 1,149 | 0,476 | 2,414 | 0,021 | 01 |
| قواعد البيانات | 0,684 | 0,131 | 0,666 | 5,203 | |

المصدر : نتائج التحليل الاحصائي

*a :variable dépendant : السيطرة على الأسواق

❖ تحليل وتفسير نتائج الإنحدار المتدرج :

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (1-09) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية لقواعد البيانات مع السيطرة على الأسواق حيث بلغ معامل ارتباط مرتفع ($R=0.666$) عند مستوى الدلالة (0.000) . كما يبين الجدول أن قواعد البيانات تفسر ما قيمته ($R\text{-deux}=0.427$) أي (42.7%) من التباين وهذا يعني أنها تؤثر على بعد السيطرة على الأسواق في حين غياب تأثير البقية على هذا البعد كما سجل ANOVA أن قيمته ($F=27.072$) عند مستوى الدلالة (0.000) .

ونجد من خلال الجدول رقم (2-09) أن قواعد البيانات لها تأثير بشكل مباشر إيجابي على السيطرة على الأسواق حيث أن قواعد البيانات تؤثر بشكل كبير على بعد السيطرة على الأسواق ($P=0.000$) و

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

($B\hat{e}ta = 0.666$).

وعليه فإننا نقر بالدور الذي تلعبه قواعد البيانات على بعد السيطرة على الأسواق فيما ينعدم تأثير باقي مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على هذا البعد .

وبناء عليه فإننا نقبل الفرضية الفرعية الثانية القائلة " يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق السيطرة على الأسواق " عند مستوى الدلالة (0.05) وهذا مايدل ان إستخدام قواعد بيانات يساعد مسيري الشركة في معرفة حجم وقوة المنافسة ومعلومات المفصلة عن عملائها ومنافسيها وهذا مايجعل الشركة تحسن من تنافسيتها وسيطرتها على السوق الذي تعمل فيه .

(ت) إختبار الفرضية الفرعية الثالثة :

يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الإبداع والتطوير .
جدول رقم (10-1) يوضح الإنحدار المتدرج لبعء الإبداع والتطوير مع قواعد البيانات .

| النموذج | معامل الارتباط R | معامل التحديد R-deux | معامل التصحح R-deux ajusté | قيمة F | مستوى الدلالة |
|---------|--------------------|----------------------|----------------------------|--------|--------------------|
| 1 | 0,528 ^a | 0,279 | 0,258 | 13,148 | 0,001 ^b |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج Spss

a. Valeurs prédites : (constantes), قواعد البيانات

جدول رقم (10-2) : يوضح نتيجة تحليل الإنحدار المتدرج

| النموذج | المعاملات غير المعيارية | | المعاملات المعيارية | | مستوى الدلالة |
|----------------|-------------------------|-----------------|---------------------|-------|---------------|
| | A | Erreur standard | Bêta | T | |
| الثابت | 1,688 | 0,544 | | 3,104 | 0,004 |
| قواعد البيانات | 0,545 | 0,150 | 0,528 | 3,626 | 0,001 |

المصدر : نتائج التحليل الاحصائي

*a :variable dépendant : الإبداع والتطوير

❖ تحليل وتفسير نتائج الإنحدار المتدرج :

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (10-1) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية لقواعد البيانات مع بعد الإبداع والتطوير حيث بلغ معامل ارتباط مرتفع ($R=0.528$) عند مستوى الدلالة (0.001) .
كما يبين الجدول أن قواعد البيانات تفسر ما قيمته ($R\text{-deux}=0.279$) أي (27.9%) من التباين وهذا يعني أنها تؤثر على الإبداع والتطوير في حين غياب تأثير البقية على هذا البعد كما سجل ANOVA أن قيمته ($F=13.148$) عند مستوى الدلالة (0.001) .

ونجد من خلال الجدول رقم (10-2) أن قواعد البيانات لها تأثير بشكل مباشر إيجابي على الإبداع والتطوير حيث يظهر وجود تأثير بشكل كبير على البعد ($P=0.001$) و ($B\hat{e}ta = 0.528$) .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

وعليه يمكننا القول بأن قواعد البيانات لها دور على بعد الإبداع والتطوير في حين ينعدم تأثير باقي مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على هذا البعد .
وعليه فإننا نقبل الفرضية الفرعية الثالثة القائلة " يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الإبداع والتطوير " عند مستوى المعنوية (0.05) وهذا مايدل أن وجود أفراد متخصصين ومؤهلين لعمل قواعد بيانات متطورة تساعد الشركة في الحصول على أي معلومات تحتاجها ووجود هذه التكنولوجيا يسهل الوصول إلى أي قاعدة بيانات عند الحاجة .

(ث) إختبار الفرضية الفرعية الرابعة :

يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق كفاءة العمليات.
جدول رقم (1-11) يوضح الإنحدار المتدرج لبعء كفاءة العمليات مع البرمجيات .

| مستوى الدلالة | قيمة F | معامل التحديد المصحح R-deux ajusté | معامل التحديد R-deux | معامل الارتباط R | النموذج |
|--------------------|--------|------------------------------------|----------------------|--------------------|---------|
| 0,000 ^b | 15,668 | 0,295 | 0,315 | 0,562 ^a | 1 |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج Spss

a. Valeurs prédites : (constantes), البرمجيات

جدول رقم (2-11) : يوضح نتيجة تحليل الإنحدار المتدرج

| مستوى الدلالة | T | المعلومات غير المعيارية | | النموذج |
|---------------|-------|-------------------------|-----------------|-----------|
| | | Bêta | Erreur standard | |
| 0,000 | 4,599 | | 0,428 | الثابت |
| 0,000 | 3,958 | 0,562 | 0,116 | البرمجيات |

المصدر : نتائج التحليل الاحصائي

*a :variable dépendant : كفاءة العمليات

❖ تحليل وتفسير نتائج الإنحدار المتدرج :

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (1-11) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية للبرمجيات مع كفاءة العمليات حيث بلغ معامل ارتباط مرتفع ($R=0.562$) عند مستوى الدلالة (0.000) .
كما يبين الجدول أن البرمجيات تفسر ما قيمته ($R\text{-deux}=0.315$) أي (31.5%) من التباين وهذا يعني أنها تؤثر على كفاءة العمليات في حين غياب تأثير البقية على هذا البعد كما سجل ANOVA أن قيمته ($F=15.668$) عند مستوى الدلالة (0.000) .
ونجد من خلال الجدول رقم (2-11) أن البرمجيات لها تأثير بشكل مباشر إيجابي على كفاءة العمليات حيث أن البرمجيات تؤثر بشكل كبير على هذا البعد ($P=0.000$) و ($Bêta =0.562$) .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

وعليه يمكننا أن نؤكد الدور الذي تقوم به البرمجيات على تحقيق كفاءة عمليات شركة الإسمنت فيما ينعدم تأثير باقي مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على هذا البعد .

وبناء عليه فإننا نقبل الفرضية الفرعية الرابعة القائلة " يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق كفاءة العمليات" عند مستوى الدلالة (0.05) وهذا مايدل أن البرمجيات المستعملة حديثة ومواكبة للتطورات والتي ساعدت الشركة في أداء عملياتها وتقديم خدمة متطورة للعملاء في وقت مختصر وبتكاليف منخفضة عن منافسيها .

❖ إختبار الفرضية الرئيسية :

يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة في تحقيق ميزة تنافسية للشركة محل الدراسة .

جدول رقم (1-12) يوضح الإنحدار المترج لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مع الميزة التنافسية.

| النموذج | معامل الارتباط R | معامل التحديد R-deux | معامل التصحح R-deux ajusté | قيمة F | مستوى الدلالة |
|---------|--------------------|----------------------|----------------------------|--------|--------------------|
| 1 | 0,692 ^a | 0,478 | 0,463 | 31,175 | 0,000 ^b |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج Spss

a. Valeurs prédites : (constantes), تكنولوجيا المعلومات والاتصال

جدول رقم (2-12) : يوضح نتيجة تحليل الإنحدار المترج

| النموذج | المعلومات غير المعيارية | | المعلومات المعيارية | | مستوى الدلالة |
|---------------------------------|-------------------------|-----------------|---------------------|-------|---------------|
| | A | Erreur standard | Bêta | T | |
| الثابت | 1,017 | 0,465 | 2,189 | 0,036 | |
| 01 تكنولوجيا المعلومات والاتصال | 0,688 | 0,123 | 0,692 | 5,584 | 0,000 |

المصدر : نتائج التحليل الاحصائي

*a :variable dépendant : الميزة التنافسية

❖ تحليل وتفسير نتائج الإنحدار المترج :

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم(1-12) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية تربط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و الميزة التنافسية لشركة الإسمنت عين التوتة وقد بلغ معامل الارتباط (0.692) عند مستوى الدلالة (0.000) .

كما يبين الجدول أن الميزة التنافسية تفسر ما مقداره معامل التحديد (R-deux=0.478) وهو ما يعني نسبة (47.8%) من التباين كما نلاحظ من تحليل التباين ANOVA و قيمة (F=31.175) عند مستوى الدلالة (0.000) .

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S'CIMAT وحدة بسكرة

و من خلال الجدول رقم (12-2) أن نتائج تحليل الانحدار تبين بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها تأثير إيجابي على الميزة التنافسية ($P=0.000$) و ($B\hat{e}ta =0.692$) .
وعليه فإننا نقبل الفرضية الرئيسية القائلة "يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية وهذا ما تم توضيحه من خلال قبول الفرضيات الفرعية الخاصة بهذه الفرضية

الفصل الثاني : دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة S' CIMAT وحدة بسكرة

خلاصة الفصل :

حاولنا من خلال هذا الفصل أن نسقط جانبا من الجزء النظري على الدراسة الميدانية مستعينين بذلك على ما حصلنا عليه من معلومات من خلال تحليل ومناقشة الاستبيان الموجه لعمال و إطارات شركة الإسمنت S' CIMAT حيث اتضح لنا أن الشركة تستعمل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال لتحقيق ميزة تنافسية ومحافظة على مكانتها في السوق .

حيث كانت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال لها دور كبير في السيطرة على الأسواق و جودة الخدمات والمنتجات تليها كفاءة العمليات و الإبداع والتطوير بدور أقل مقارنة بأبعاد الميزة التنافسية الأخرى .

الخطمة

خاتمة

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال إحدى أهم القطاعات في الوقت الراهن خاصة في ظل المنافسة وانفتاح الأسواق حيث أصبحت كل دول العالم تولي اهتماما بالغا لهذا القطاع ومن خلال المفاهيم التي تم التطرق بعد الدراسة النظرية لمتغيرات الدراسة و المتمثلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال والميزة التنافسية ومعرفة العلاقة التي تربط بينها وذلك من خلال دراسة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أبعاد الميزة التنافسية والتي تبين بأنه على المؤسسة تطوير إستخدام عنصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال لضمان بقاءها و إستمرارها في سوق المنافسة حيث أصبحت هذه التكنولوجيات ضرورة حتمية في الوقت الحالي وقد قمنا بتطبيق هذه الدراسة على المجمع الوطني للإسمنت عين التوتة S' CIMAT حيث تبين لنا أن مستوى تبني الشركة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مرتفع ويرجع ذلك إلى إدراك الشركة لأهمية إدخال هذا النوع من التكنولوجيا كما تبين أن مستوى الميزة التنافسية المحققة في الشركة محل الدراسة يعتبر مقبول ويعود ذلك لاهتمام الشركة بتحقيق التميز نظرا لاشتداد المنافسة في سوق الذي تعمل فيه .

وعليه سمحت لنا الدراسة بالتوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات إلى جانب مجموعة من الاقتراحات و الآفاق الناتجة عن هذه الدراسة و فيما يلي عرض لهذه العناصر.

❖ النتائج :

ومن خلال الجانب النظري نستخلص مايلي :

- تعتبر المعلومة من بين أهم مدخلات العملية الإنتاجية فهي تساعد المسؤولين على اتخاذ القرارات في وقت الحاجة لذلك ويجب أن تكون صحيحة وملائمة للمشكل الذي تستعمل لأجله.
- عنصر الاتصال ضروري ومحتم على المؤسسات القيام به، فمن خلاله يمكن إيصال المعلومات في الوقت المناسب ما بين مختلف أقسام المؤسسة .
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي تطبيق لمفهوم المعلومة و الاتصال عن طريق مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة .
- تعتبر الميزة التنافسية مفهوما جوهريا وهاما بالنسبة للمؤسسات في وقتنا الحالي، إذ أنها تمثل القاسم المشترك لاهتمام علماء التسيير.
- تكنولوجيا المعلومات و الاتصال تكسب المؤسسة ميزة تنافسية من خلال السيطرة على الأسواق والإبداع والتطوير لتجديد ومواكبة التطورات .
- إن الاستثمار في أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال (المكونات المادية، البرمجيات، الأفراد، قواعد البيانات , الشبكات) من شأنه أن يحقق العديد من المزايا للمؤسسة كتخفيض التكاليف، زيادة الأرباح، الحصول على الجودة والسيطرة على الأسواق وبالتالي تحقيق مزايا تنافسية.

و من خلال الجانب الميداني نستخلص النتائج التالية:

- المجمع الجزائري للإسمنت S' CIMAT يمتلك قواعد بيانات هامة عن عملائه مما يمكنه من تقديم الأفضل لهم كما يمتلك قواعد بيانات عن الأطراف المباشرين المتواجدين في بيئته من موردين ومنافسين، مما يساعدها على اتخاذ القرارات المناسبة.
- المجمع الجزائري للإسمنت يمتلك برمجيات حاسوبية حديثة لأداء عملياته ولديه أنظمة حماية آلية متطورة يستخدمها لحماية البيانات المختلفة.
- أظهرت الدراسة وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الميزة التنافسية مما يؤكد على أن شركة الإسمنت تدرك أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال و دورها في جعل الشركة تحتل مكانة في السوق المنافسة وتطوير قدرتها التنافسية في ظل التغيرات المتسارعة .
- يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والميزة التنافسية بالشركة محل الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05) وقد اتضح ذلك من خلال قبول أغلبية الفرضيات الجزئية الخاصة بهذه الفرضية:
- ✓ أظهرت الدراسة وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و جودة الخدمات والمنتجات و هذا يؤكد مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الشركة.
- ✓ أظهرت الدراسة وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال مع السيطرة على الأسواق و هذا يؤكد مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الشركة .
- ✓ أظهرت الدراسة وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال مع الإبداع والتطوير و هذا يؤكد مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الشركة .
- ✓ أظهرت الدراسة وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كفاءة العمليات و هذا يؤكد مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الشركة .

❖ الاقتراحات و التوصيات :

- العمل على إعداد البرامج و الدورات التدريبية و عقد ورشات العمل و الندوات لمختلف عمال الشركة و هذا لزيادة معرفتهم بها و بتأثيرها على عملهم
- العمل على مواكبة التغيرات و الحصول على أحدث تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بشكل دائم و مستمر و بما يتناسب مع طبيعة عمل الشركة .
- على الشركة أن تستثمر بشكل مستمر في مختلف مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

- الاعتماد على عدة سبل لكسب ميزة تنافسية متنوعة مما قد تساعد الشركة في كسب ميزة تنافسية أفضل و تجنب المخاطر التنافسية الموجودة في السوق و تكنولوجيا المعلومات و الاتصال إحدى هذه السبل الواجب العمل بها فهي تكسب الشركة مرونة و استجابة لتغيرات السوقية .

❖ آفاق الدراسة:

من خلال بحثنا في هذا الموضوع صادفتنا عدة نقاط لفتت انتباهنا والتي يمكن أن تكون مواضيع بحث في دراسات مستقبلية أهمها:

- مدى اهتمام المؤسسات الاقتصادية بتكنولوجيا المعلومات والاتصال .
- مدى توفر البنية التحتية التي تساعد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على العمل بتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات .
- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

قائمة المراجع

أولا : المراجع العربية .

(أ) الكتب :

1. إبراهيم بسيوني حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال وال أ ري العام، دار عالم الكتاب القاهرة، 2008 .
2. أحمد سيد مصطفى ، التنافسية في القرن الحادي والعشرين ، الطبعة الأولى ، المؤلف ، مصر ، 2003 .
3. اياد شماسنة ، الإدارة الدقيقة والقدرة التنافسية للموارد البشرية ، الطبعة الأولى ، فضاءات للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014 .
4. إيمان فاضل السامرائي ، عامر إبراهيم قندلجي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة 01 – 29 ، سنة 2009 .
5. العياشي زرزار، كريمة غياد ، استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 1437هـ-2016م .
6. بشير عباس العلاق ، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال ، دار الوراق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2012 .
7. هشام حريز ، بوشمال عبد الرحمان ، التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة ، الطبعة الأولى ، مكتبة الوفاء القانونية ، الاسكندرية ، 2014 .
8. مزهر شعبان العاني وآخرون ، ذكاء الأعمال وتكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 1433 هـ /2012م .
9. محمد الطائي، مدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن، 2115 .
10. منال محمد الكردي ، جلال إبراهيم ، مقدمة في نظم المعلومات الادارية ، الدار الجامعية الجديدة ،الاسكندرية ، 2000.
11. مصطفى أحمد حامد رضوان ، التنافسية كآلية من آليات العولمة الاقتصادية ، الطبعة الأولى ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2011 .
12. مصطفى يوسف كافي ، اقتصاد المعرفة وانعكاساته تحقيق الميزة التنافسية للبنوك ، الطبعة الأولى ، ألفا للوثائق ، قسنطينة ، 2017 .
13. مصطفى محمد أبو بكر، عبد الله بن عبد الرحمن البريدي، الاتصال الفعال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007 .
14. سهام كردودي ، صيرينة كردودي ، تدقيق الحسابات في بيئة تكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الأولى ، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع ، عمان ، 2017 .
15. عامر ابراهيم قنديلجي ، علاء الدين عبد القادر الجنابي ، نظم المعلومات الإدارية ، الطبعة الاولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 1425هـ/2005م .
16. عباس ابن تاج لحمر،تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، المنظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، 2015 .
17. عبد الوهاب حفيان، دور إدارة الموارد البشرية ، الطبعة العربية ، دار الأيام للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014
18. علاء فرحان طالب ، زينب مكي محمود البناء ، استراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة ، الطبعة الأولى ، دار حامد للنشر والتوزيع ،عمان،1433هـ/2012م.

19. فريد النجار ، التجارة والاعمال الالكترونية المتكاملة ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، 2006 .
20. فضيل دليو ، إتصال المؤسسة ، الطبعة الأولى ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2003 .
21. شوقي ناجي جواد ، مزهر شعبان العاني، العملية الادارية وتكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الاولى ، إثراء للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2008 .
22. غسان قاسم اللامي ، إدارة التكنولوجيا ، الطبعة الأولى ، دار المناهج ، عمان ، الأردن ، 2007 .

(ب) الرسائل الجامعية :

1. أحمد وليد أبو شكر ، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في المستشفيات الخاصة على جودة الخدمات-دراسة تطبيقية على عينة من المستشفيات الخاصة في مدينة عمان من وجهة نظر الموظفين والمرضى-، مذكرة مقدمة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في الأعمال الالكترونية ، كلية الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط ، كانون الثاني 2012م.
2. أحمد رسمي أحمد بعلوشة ، أثر الترويج الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة ميدانية على بنك فلسطين في قطاع غزة-، مذكرة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال ، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية ، جامعة الأزهر ، غزة ، 1437هـ/2016م .
3. أسية رحيل ، دور الكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة حالة المؤسسة الوطنية للهندسة المدنية والبناء-، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير ، تخصص إدارة الأعمال ، جامعة أمحمد بوقرة ، بومرداس ، 2011/2010م .
4. إسماعيل صبحي كحيل ، إدارة الجودة الشاملة وعلاقتها بالميزة التنافسية-دراسة تطبيقية على جامعة فلسطين-، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في القيادة والإدارة ، البرنامج المشترك بين أكاديمية الإدارة والسياسة للدارسات العليا وجامعة الأقصى ، فلسطين ، 1437هـ/2016م .
5. بشير كاوجة ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية-دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2013/2012 .
6. دانه خالد عمرو ، علاقة إدارة التصميم بتحقيق الميزة التنافسية-دراسة ميدانية لعينة من شركات الإنشاء والتعمير العاملة في الأردن-، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال ، كلية الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، الأردن ، 2009 .
7. هناء عبداوي ، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية - دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبليس - رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص تسيير المنظمات ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2015-2016م ، ص 107-111 .
8. وسام مهيبيل ، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تفعيل وظيفة ادارة الموارد البشرية-دراسة حالة مديرية الموارد البشرية بوزارة المالية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير ، تخصص تسيير عمومي ، جامعة الجزائر ، 3 ، الجزائر ، 2012/2011 .

9. زينب شطبية , دور التسويق الإلكتروني في دعم الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية-دراسة سوق الهاتف النقال في الجزائر -، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في علوم التسيير , تخصص تسويق , جامعة قاصدي مرباح , ورقلة , 2009/2008 .
10. حورية بولعوبات , استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية-دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل العاز بالشرق GRTG -، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة , كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية , جامعة منتوري, قسنطينة , 2008/2007 .
11. حسين العلمي , دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة - دراسة مقارنة بين ماليزيا تونس و الجزائر - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية , تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة , جامعة فرحات عباس 1 , سطيف , 2013/2012 .
12. ياسمينه ياسع , دراسة اقتصادية قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء الاقتصادي للمنظمة-دراسة حالة شركة القطن الممتص SOCOTHYD-، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية , تخصص تسيير المنظمات , جامعة أحمد بوقرة , بومرداس , 2011/2010 .
13. لمين علوطي , اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ادارة الموارد البشرية في المؤسسة , اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير , فرع ادارة الاعمال , جامعة الجزائر , 2008/2007 .
14. محمد إسماعيل سهاد رومي , إدارة المعرفة وعلاقتها بالميزة التنافسية لدى البنوك العاملة في مدينة الخليل , رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال , كلية الدراسات العليا , جامعة الخليل , فلسطين , 2016/2015 م .
15. محمد فوزي علي العتوم , رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة ميدانية على قطاع صناعة الأدوية الأردني-، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال , كلية إدارة الأعمال , جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا , الأردن , 2009 .
16. نسيمه ضيفة الله , استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال واثره على تحسين جودة العملية التعليمية - دراسة عينة من الجامعات الجزائرية -، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير , شعبة تسيير منظمات , جامعة الحاج لخضر 1، باتنة , 2017/2016 .
17. نشأت خليل قدورة عايش , مساهمة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عملية التنمية الاقتصادية-دراسة تطبيقية على الشركات الفلسطينية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في اقتصاديات التنمية , كلية التجارة , الجامعة الاسلامية , غزة , جمادي الثاني 1438هـ/ فبراير 2017م .
18. سمية بلحمري , بوشخي عائشة , الموارد البشرية ومدى استفادتها من تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجماعات المحلية-دراسة حالة بلدية ولاية الشلف-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تسيير المالية العامة , جامعة أبي بكر بلقايد , تلمسان , 2014/2013 .
19. عائشة سليمان , دور تسيير الموارد في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة حالة بالمطاحن الكبرى للظهرة مستغانم , رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير , تخصص تسيير الموارد البشرية , مدرسة الدكتوراه إدارة الأفراد وحوكمت الشركات , جامعة أبي بكر بلقايد , تلمسان , 2011/2010 .

20. عامر بشير , دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك -دراسة حالة الجزائر- , أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية , تخصص نقود مالية وبنوك , جامعة الجزائر , الجزائر , 2011/2012 م .
21. عاصم فايز الزعائين , الميزة التنافسية في المنتجات الدوائية للشركات الوطنية و أثرها على زيادة الحصة السوقية من وجهة نظر الزبون في قطاع غزة , رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال , كلية التجارة , الجامعة الإسلامية , غزة , 1431هـ/2010م .
22. فاطمة الزهراء بن قايد, دور الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية-دراسة حالة مركب السيارات الصناعية برويبة 2008-2012 SNVI- , مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية , فرع تسيير المنظمات , كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير , جامعة أمحمد بوقرة , بومرداس , 2010/2011 م .
23. فاطمة طويهي, أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية-دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء بتيارت- , مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في ادارة الأعمال , تخصص تسويق , جامعة وهران 2 محمد بن احمد , وهران , 2014/2015 .
24. فيصل صايغي , أنظمة المعلومات إستخداماتها , فوائدها وتأثيراتها على تنافسية المؤسسة-دراسة إستطلاعية على مؤسسات منطقة تبسة- , رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير بتخصص إدارة الأعمال , جامعة الحاج لخضر , باتنة , 2008/2009 م .
25. صباح بلقيدم, اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية , رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير , شعبة علوم التسيير , جامعة قسنطينة 2 , 2012/2013 .
26. قواسم بن عيسى , استخدام البرلمانيين الجزائريين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقيق الحكم الراشد , أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال , كلية العلوم السياسية والاعلام , جامعة الجزائر 3 , الجزائر , 2012/2013 .
27. شهرزاد بن بوزيد , دور تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة الشركة ذ م م للخدمات العامة والتجارة آل دوداح , مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير , تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة , جامعة أمحمد بوقرة , بومرداس , 2011/2012 ,
28. شوقي شادلي, اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر- , مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية , تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة , جامعة قاصدي مرباح , ورقلة , 2007/2008 .
29. خالد أحمد عبد الحميد قشقس , إدارة رأس المال الفكري وعلاقته في تعزيز الميزة التنافسية-دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة- , رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال , كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية , جامعة الأزهر , غزة - فلسطين , 1435هـ/2014م .
30. خالد سحنون , تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك-دراسة حالة: مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية- , أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية , تخصص بنوك ومالية , جامعة ابو بكر بالقائد , تلمسان , 2015/2016 .

ت) مجالات :

1. الطيب داودي , حمزة بعلي , تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل لإدارة المعرفة , جامعة محمد خيضر , بسكرة .
2. هشام عثمان المبيضين , نظم المعلومات الإستراتيجية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية , المجلة الأردنية في إدارة الأعمال , جامعة مؤتة , الأردن , المجلد 11 العدد 2 , 2015م .
3. وهيبة داسي , دور إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية , مجلة الباحث , جامعة محمد خيضر , بسكرة - الجزائر , 2012/11 .
4. طه علي نايل , علاقة طرق التدريب بتحقيق الميزة التنافسية , مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية , جامعة الأنبار , كلية الإدارة والاقتصاد , فلوجة , المجلد 5 , العدد 10 , 2013م .
5. حلومي لامية , دروازي يسمين , دور اليقظة الإستراتيجية في خلق الميزة التنافسية , أبعاد إقتصادية , جامعة أمحمد بوقرة , بومرداس , ب ت , 2015 .
6. مراد عوده, سليمان عوده, واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعوائق استخدامها في التدريس لدى معلمي ومعلمات مدارس تربية لواء الشوبك , مجلة البلقان للبحوث و الدراسات , جامعة البلقان التطبيقية , المجلد 17 , العدد 1 , 2012 .
7. ندى اسماعيل جبوري , اثر تكنولوجيا المعلومات في الاداء المنظمي , مجلة كلية العلوم الاقتصادية , جامعة بغداد , العدد الثاني والعشرون , 2009 .
8. سليمان رحال , تكنولوجيا المعلومات والاتصال واستراتيجية المؤسسة الجزائرية بين غموض الاستخدام ومفارقة SOLOW , مجلة العلوم الانسانية , جامعة محمد خيضر , العدد 28/27 , نوفمبر 2012 .
9. فتحي نوي , عبد القادر بن سيدي, دور نظم المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات , مجلة البديل الإقتصادي , كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير , جامعة الجلفة , العدد الثاني .
10. خالدية بوجحيش , البشير عبد الكريم , دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير مخرجات الابتكار , مجلة اقتصاديات شمال افريقيا , جامعة حسيبة بن بوعلي , الشلف , العدد 17 , السادسي الثاني , 2017 .

ث) ملتقيات :

1. أحمد أبو بكر عيد , دور نظم المعلومات الاستراتيجية في دعم وتحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين المصرية , المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر نكاء الأعمال واقتصاد المعرفة , جامعة الزيتونة الأردنية , كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية , عمان , الأردن , 23-26 نيسان (إبريل 2012) .
2. أحمد مصنوعة, تنمية الكفاءات البشرية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمنتج التأميني , الملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية الواقع العملي وآفاق التطوير - تجارب الدول جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف , 03 - 04 ديسمبر 2012 .
3. يوسف مسعداوي , القدرات التنافسية ومؤشراته , المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات , جامعة سعد دحلب , البليلة , 09/08 مارس 2005 .
4. خديجة بلعلياء, معموري صورية , 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 .

ثانيا : المراجع الأجنبية .

1. Jean Brilmon ,Jacques Hérard , Les Meilleurs Pratiques du Management , sixieme edition ,d'organisation ,paris , 2003

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم : العلوم الاقتصادية .
تخصص : إقتصاد و تسيير المؤسسات .

إستبانة المذكرة

في إطار التحضير لمذكرة تحت عنوان:

"دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية دراسة حالة : شركة الإسمنت عين التوتة - وحدة بسكرة طريق طولقة - المنطقة الصناعية (ERCE)"

نود منكم المشاركة في هذه الدراسة وهذا بالإجابة على هذا الاستبيان، كما نعلم سيادتكم أن نتائج هذا الاستبيان لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط .
يرجى قراءة فقرات الإستبانة المرفقة واختيار الإجابة التي تعكس الواقع الفعلي .

تقبلوا منا فائق الاحترام

الأستاذ المشرف :

حمريط رشيد

الطالبة :

نواري هاجر

القسم الأول : المعلومات الشخصية .

أنثى

ذكر

1. الجنس :

2. السن :

| | | | |
|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
| من 20 سنة إلى 29 سنة | من 30 سنة إلى 39 سنة | من 40 سنة إلى 49 سنة | من 50 سنة وما فوق |
| | | | |

3. المستوى التعليمي :

ماستر

ليسانس

تقني سامي

ثانوي

أخرى

ماجستير

4. الأقدمية في العمل داخل المؤسسة (الخبرة) :

من 20 سنة فأكثر

من 10 إلى 19 سنة

من 05 إلى 09 سنوات

أقل من 05 سنوات

القسم الثاني : محاور الإستبيان .

المحور الأول : الأسئلة المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات و الإتصال .

❖ المكونات المادية :

| غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة | الأسئلة |
|----------------|-----------|-------|-------|------------|--|
| | | | | | 1. تساهم أجهزة الحاسوب في أداء أنشطة المؤسسة |
| | | | | | 2. يتناسب عدد أجهزة الحاسوب مع حجم عمل المؤسسة |
| | | | | | 3. يتناسب عدد أجهزة الحاسوب مع طبيعة عمل المؤسسة |
| | | | | | 4. أجهزة الحاسوب المستخدمة من أفضل و أحدث التقنيات المتاحة |

❖ البرمجيات :

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | | | 1. تسعى المؤسسة لإستخدام برمجيات حديثة و مواكبة التطورات في هذا المجال |
| | | | | 2. تساعد البرمجيات المستخدمة في تبادل المعلومات داخل المؤسسة |
| | | | | 3. تسرع البرمجيات التي تستخدمها المؤسسة في أداء العمليات وتقديم الخدمة للزبون في أحسن شكل |
| | | | | 4. توفر المؤسسة أنظمة حماية متطورة لحماية بيانات المؤسسة |

❖ الأفراد :

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | | | 1. يوجد داخل المؤسسة أفراد مختصين في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال |
| | | | | 2. يوجد داخل المؤسسة افراد مختصين في توفير أفضل خدمة لزيائن |
| | | | | 3. توجد مصلحة أو جهة مسؤولة عن شكاوي الزبائن |
| | | | | 4. تعمل المؤسسة على تقديم تحفيزات معنوية ومادية لعمالها |
| | | | | 5. تقوم المؤسسة بدورات تدريبية لتكوين إطاراتها و كفاءاتها على التقنيات المستحدثة و المتطورة |

❖ قواعد البيانات :

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | | | 1. تستخدم المؤسسة قاعدة بيانات متطورة |
| | | | | 2. يوجد لدى المؤسسة قاعدة بيانات مفصلة عن عملائها (زيائنها) |
| | | | | 3. توجد لدى المؤسسة قاعدة بيانات مفصلة عن منافسيها |
| | | | | 4. توجد لدى المؤسسة قاعدة بيانات مفصلة عن مورديها |
| | | | | 5. وجود تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يسهل على المؤسسة الوصول إلى أي قاعدة بيانات مطلوبة عند الحاجة |

❖ الشبكات :

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | | | 1. تساهم شبكات الإتصال في تبادل المعلومات بين العاملين داخل المؤسسة |
| | | | | 2. استخدام شبكة الانترنت يساهم في سرعة وسهولة الحصول على المعلومات |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | 3. استخدام شبكة الانترنت تساعد في تلبية احتياجات العاملين داخل المؤسسة |
| | | | | | 4. توفر المؤسسة موقع الكتروني على شبكة الانترنت |
| | | | | | 5. استخدام وسائل الاتصال الحديثة يساهم في تحسين الخدمة المقدمة للزبون |

المحور الثاني : الأسئلة المتعلقة بأبعاد الميزة التنافسية :
❖ جودة الخدمات :

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | 1. تتميز منتجات و خدمات المؤسسة بخصائص تتوافق مع رغبات وتطلعات العملاء |
| | | | | | 2. يكمن تميز خدمات ومنتجات المؤسسة في طريقة عمل الأفراد العاملين بها |
| | | | | | 3. تمتاز خدمات ومنتجات المؤسسة بالمرونة المطلوبة لتلبية مطالب الزبائن المتغيرة |
| | | | | | 4. تهتم المؤسسة بتقليل وقت انجاز معاملات الزبائن لتحقيق رضاهم |
| | | | | | 5. يوجد رضا عام لدى الزبائن المستفيدين من خدمات المؤسسة |

❖ السيطرة على الأسواق

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | 1. تتمتع المؤسسة بقدرة وكفاءة على ترويج و توزيع منتجاتها وخدماتها في الأسواق |
| | | | | | 2. تعمل المؤسسة باستمرار على زيادة الحصة السوقية من خلال فتح أسواق جديدة وتعزيز الأسواق الحالية |
| | | | | | 3. تشكل الحصة السوقية للشركة مصدرا أساسيا لثقة الزبائن بها |
| | | | | | 4. تعمل المؤسسة على تنمية حصتها السوقية باستمرار |
| | | | | | 5. تقوم المؤسسة بتقديم تخفيضات وامتيازات بشكل مستمر من أجل جذب الزبائن الجدد وكسب ثقتهم |

❖ الإبداع والتطوير

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | 1. تهتم الإدارة العليا بإزالة القيود و إعادة الهيكلة التي تساعد في التطوير والتغيير |
| | | | | | 2. تتبع المؤسسة خطوات منهجية واضحة تساهم في الابتكار والتطوير |
| | | | | | 3. تأخذ المؤسسة برأي العاملين في عمليات التطوير |

4. تعمل المؤسسة على ابتكار حلولاً لمشاكلها الإدارية

❖ كفاءة العمليات

1. تقوم المؤسسة بإنجاز عملياتها في وقت مختصر

2. تمتاز المؤسسة بالقدرة على إنجاز كل العمليات على الرغم من تنوعها وتزايد حجمها

3. تسعى المؤسسة إلى تدعيم التكامل و التنسيق بين مختلف العمليات في الوحدات والأقسام المختلفة

4. تسعى المؤسسة دوماً للتخلص من العمليات غير الضرورية

5. تقوم المؤسسة بتقليل تكلفة تشغيل العمليات

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

الملحق رقم (02) :

| الرقم | اللقب العلمي | اسم المحكم | المكان الوظيفي |
|-------|-----------------|----------------|---|
| 1 | أستاذ محاضر (أ) | نصيرة عقبة | قسم العلوم الإقتصادية - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة بسكرة. |
| 2 | أستاذ محاضر (أ) | عبد نجوى | قسم العلوم الإقتصادية - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة بسكرة. |
| 3 | أستاذ محاضر (أ) | مياح عادل | قسم العلوم الإقتصادية - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة بسكرة. |
| 4 | أستاذ مساعد (أ) | مناصرة إسماعيل | قسم علوم التسيير - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة بسكرة. |