



جامعة الجبالي بونعامه بخميس مليانة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير



العنوان :

دور نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية

دراسة ميدانية في ملبنة ونيس-بئر ولد خليفة-

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير

تخصص : إدارة الأعمال

إعداد الطلبة :

- قداري كريم
- بصال فاطمة الزهراء

إشراف: د/قسول فاطمة الزهراء

نوقشت أمام اللجنة المكونة من:

رئيسا	"
مشرفا	د/ قسول فاطمة الزهراء
ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/ 2021

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة
والسلام على أشرف المرسلين
نهدي ثمرة عملنا هذا
إلى كل أهلنا وأقاربنا من بعيد أو
قريب
إلى كل أصدقائنا وزملائنا في
الجامعة
إلى كل من كان له دور في إكمال
هذا العمل.

الشكر

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا
لنهدى لولا أن هدانا الله

الحمد لله الذي يسرنا إتمام هذا العمل
بخير والبركة

نشكر أستاذتنا المشرفة قسول فاطمة
الزهراء لصبرها علينا في توجيهنا
ونصحها لنا لإكمال هذا العمل.

نشكر كل أساتذتنا في جامعة الجيلالي
بونعامة

نشكر كل من ساعدنا لإكمال هذا العمل

الملخص :

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر نظام المعلومات على الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية. والتعرف على طبيعة العلاقة بين نظام المعلومات والميزة التنافسية، ومحاولة إبراز دور نظام المعلومات في المؤسسة.

يستند هذا البحث إلى المنهج الوصفي والتحليلي الذي يعتبر من أنسب المناهج لدراسة هذه المواضيع من خلال الفصول النظرية لعرض المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة ، كما تم استخدام أداة الاستبانة لجمع المعلومات المتعلقة بالموضوع قصد التعرف على دور نظام لمعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و أبعاد الميزة التنافسية (تقليل التكلفة، الجودة، التميز) في ملبنة ونيس -بئر ولد خليفة-.

الكلمات المفتاحية: نظام المعلومات ، الميزة التنافسية.

Summary :

The study aimed to identify the impact of the information system on the competitive advantage in Algerian enterprises. And to identify the nature of the relationship between the information system and the competitive advantage. And try to highlight the role of the information system in the institution.

This research is based on the descriptive and analytical approach, which is considered one of the most appropriate approaches to studying these topics through theoretical chapters to present the concepts related to the study variables. The questionnaire tool was also used to collect information related to the topic in order to identify the role of an information system in achieving competitive advantage.

The study concluded that there is a statistically significant relationship between the information system and the dimensions of competitive advantage (reducing cost, quality, excellence) in the Weiss dairy - Bir Ould Khalifa -.

Keywords: information system, competitive advantage.

فارس المصطفى

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
	الإهداء
	الشكر
	الملخص (العربية / الأجنبية)
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	قائمة الملاحق
أ	المقدمة
الفصل الأول: النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية	
02	مقدمة الفصل
03	المبحث الأول: الأدبيات النظرية لنظام المعلومات والميزة التنافسية
03	المطلب الأول : مفاهيم عامة حول نظام المعلومات
03	أولاً : تعريف النظام
03	ثانياً: تعريف نظام المعلومات
04	ثالثاً: مكونات النظام المعلومات
04	رابعاً: مستويات نظام المعلومات
05	خامساً: أنواع نظام المعلومات
07	المطلب الثاني: أهداف و أهمية نظام المعلومات
07	أولاً: أهداف نظام المعلومات
07	ثانياً: أهمية نظام المعلومات
08	ثالثاً: مقاييس نجاح نظم المعلومات

فهرس المحتويات

10	المطلب الثالث: عموميات حول الميزة التنافسية
10	أولاً: تعريف الميزة التنافسية
11	ثانياً : خصائص الميزة التنافسية
12	ثالثاً: محددات الميزة التنافسية
14	رابعاً: مظاهر الميزة التنافسية
14	خامساً: أبعاد الميزة التنافسية
15	سابعاً: مصادر الميزة التنافسية
16	المطلب الرابع: مقومات بناء الميزة التنافسية
18	المبحث الثاني العلاقة بين نظام المعلومات والميزة التنافسية
20	المطلب الأول: تأثير نظام المعلومات على التنافسية
20	المطلب الثاني: تأثير نظام المعلومات على الصناعة
22	المطلب الثالث: تأثير نظام المعلومات على قوى التنافس
23	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
26	المطلب الأول: الدراسات السابقة حول نظام المعلومات
26	المطلب الثاني: الدراسات السابقة حول الميزة التنافسية
29	المطلب الثالث: القيمة المضافة للدراسة
35	خلاصة الفصل
	أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس
37	المبحث الأول : تقديم عام لملبنة ونيس

فهرس المحتويات

37	المطلب الأول: تعريف ملبنة ونيس .
37	المطلب الثاني: إمكانيات الملبنة و قدرتها الإنتاجية
38	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لملبنة ونيس
41	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية وعرض وتحليل نتائج الدراسة
47	المطلب الأول :الإطار المنهجي للدراسة
47	الفرع الأول : منهجية الدراسة المتبعة
47	الفرع الثاني: حدود الدراسة
47	الفرع الثالث : مجتمع، عينة، متغيرات الدراسة و أدوات الدراسة
48	الفرع الرابع : الأساليب الإحصائية المستخدمة
50	المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة
51	الفرع الأول عرض النتائج المتعلقة بالمعلومات الشخصية
55	الفرع الثاني : تحليل محاور الاستبانة
60	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات
63	خلاصة الفصل
65	الخاتمة
69	قائمة المراجع
72	قائمة الملاحق

الله الحاد والوال والاسم

قائمة الجداول و الأشكال

ا. قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
32	أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة والحالية	01-01
48	معامل ثبات الاستبيان	01-02
51	توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي	02-02
52	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	03-02
53	توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	03-02
54	توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة	04-02
55	توزيع إجابات أفراد العينة حسب المحور الأول	05-02
57	توزيع إجابات أفراد العينة حسب البعد الأول	06-02
58	توزيع إجابات أفراد العينة حسب البعد الثاني	07-02
59	توزيع إجابات أفراد العينة حسب البعد الثالث	08-02
60	اختبار الفرضية الفرعية الأولى	09-02
61	اختبار الفرضية الفرعية الثانية	10-02
62	اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	12-02

قائمة الجداول و الأشكال

ii. قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
47	نموذج الدراسة	01-02
51	توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي	02-02
52	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	03-02
53	توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	03-02
54	توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة	04-02

الله

توطئة:

يرى بعض الخبراء في الاقتصاد أننا نعيش الآن في الثورة الصناعية الرابعة وهي الثورة التي حدثت فيها تطورات تكنولوجية كبيرة ، فالمؤسسات الاقتصادية أصبحت تواجه العديد من التحديات نتيجة التطورات السريعة في مختلف المجالات التي تفوق توقعاتها وقدرتها على التأقلم مع الوضع الجديد، فالعالم يعيش عصرا جديدا يسمى بعصر المعرفة ، الذي أصبح فيه من يمتلك المعلومات هو من له القدرة على النجاح في هذه البيئة المتغيرة ، فنظم المعلومات أصبح لها دور أساسي وجوهري في جعل المؤسسات تتأقلم مع هذه التغيرات ، فالمؤسسة مكونة من عدة أنظمة معلومات تعمل في تناسق تام من خلال ضمان كافة العمليات والأنشطة والسيطرة على كم هائل من المعلومات من أجل تزويد المسيرين بالمعلومات المناسبة في الوقت المناسب لاتخاذ القرارات المناسبة ، ومن هنا أصبح على المؤسسات تبني نظام معلوماتي مناسب يساعدها على اكتساب ميزة تنافسية تحسن من قدرتها على المنافسة حتى تعزز من موقعها في السوق وتواجه ضغوط المنافسين ، فاستمرارية المؤسسة مرهون بامتلاك مزايا تنافسية غير قابلة للتقليد في ظل المنافسة الشديدة وتغير أذواق المستهلكين ، بغية تحقيق مكانة في السوق تحت وطأة التغيرات في البيئة الخارجية التي تفرض على المؤسسة اليقظة ومتابعة التغيرات من خلال معرفة نقاط قوة وضعف المنافسين .

الإشكالية :

ما الدور الذي يلعبه نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية ؟

الأسئلة الفرعية:

- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات وتقليل التكلفة ؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و الجودة ؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات التميز ؟

الفرضيات :

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات وتقليل التكلفة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و الجودة .
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات التميز .

أسباب اختيار موضع الدراسة:

- توافق موضوع الدراسة مع تخصصي الأكاديمي.

المقدمة

- الانفتاح الاقتصادي وبروز مفاهيم جديدة بين المؤسسات كالميزة التنافسية و غيرها.
- تزايد الاهتمام بنظم المعلومات على المستوى العالمي باعتباره عاملا فعالا في تحقيق التميز والتفوق وقدرة المؤسسات على التطوير.
- الفضول الشخصي في دراسة مثل هذه الموضوعات.
- امكانية إجراء هذا البحث والوصول إلى النتائج المطلوبة من خلال المصادر والأدوات المتاحة.

أهداف الدراسة :

- التعرف على أثر نظام المعلومات على الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية.
- التعرف على طبيعة العلاقة بين نظام المعلومات والميزة التنافسية.
- محاولة إبراز دور نظام المعلومات في المؤسسة.
- عرض جوانب المتعلقة بنظام المعلومات في المؤسسة.
- إلقاء الضوء على المفاهيم المتعلقة بالميزة التنافسية .
- التوصل إلى نتائج تجيب على تساؤلات الطلاب حول نظام المعلومات والميزة التنافسية.

أهمية الدراسة :

تبرز أهمية الدراسة في كون موضوع نظام المعلومات من المواضيع المتجددة بالنسبة للباحثين من خلال كشف عن المتغيرات المستمرة في محيط المؤسسة، فهو يقيس بذلك موقف وموقع المؤسسة وفقا للتغيرات والتطورات الحاصلة في بيئتها ، إضافة لكونه مزودا بكافة المعلومات التي تحتاجها المؤسسة لبناء ميزة تنافسية ملائمة تمكنها من تحقيق أهدافها .

حدود الدراسة :

- الحدود المكانية : أجريت الدراسة في مؤسسة ملبنة ونيس - بئر ولد خليفة-.
- الحدود الزمانية : أجريت الدراسة من شهر فيفري 2022 إلى غاية شهر أبريل 2022
- الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة موضوع دور نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

منهج الدراسة :

يستند هذا البحث إلى المنهج الوصفي والتحليلي الذي يعتبر من أنسب المناهج لدراسة هذه المواضيع من خلال الفصول النظرية لعرض المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة ، كما تم استخدام أداة الاستبانة لجمع المعلومات المتعلقة بالموضوع قصد التعرف على دور نظام لمعلومات في تحقيق الميزة التنافسية .

هيكل الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى فصلين كالتالي :

الفصل الأول : تناولنا فيه الجانب النظري الذي تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث في المبحث الأول تطرقنا فيه إلى أهم المفاهيم المتعلقة حول نظام المعلومات والميزة التنافسية ، وفي المبحث الثاني تطرقنا فيه إلى العلاقة النظرية بين نظام المعلومات والميزة التنافسية ، وفي المبحث الثالث تطرقنا فيه إلى الدراسات السابقة التي تطرقت إلى نظام المعلومات والميزة التنافسية .

الفصل الثاني : تطرقنا فيه إلى الجانب التطبيقي حيث قسمناه إلى ثلاث مباحث ، في المبحث الأول قمنا بتقديم عام للمؤسسة محل الدراسة ، وفي المبحث الثاني قمنا بعرض المنهجية والأدوات المستخدمة في الدراسة ، وفي المبحث الثالث قمنا بعرض ومناقشة نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات .

الفصل الأول:

الإطار النظري لنظم المعلومات والميزة التنافسية

مقدمة الفصل:

في ظل التطورات السريعة التي يشهدها العالم في شتى المجالات جعل المؤسسات تواجه العديد من التحديات، فأصبح العالم يعيش عصرا جديدا يسمى بعصر المعرفة ، التي أصبح المعرفة تشكل قوة ، فأدرت المؤسسات أهمية المعلومات فسعت إلى تحسين من نظم معلومات لديها من أجل معالجة البيانات بطريقة سريعة تساعد على اتخاذ قرارات وبناء ميزة تنافسية تحسن من قدرتها على المنافسة .

المبحث الأول: الأدبيات النظرية لنظام المعلومات والميزة التنافسية

يعتبر نظام المعلومات من المصطلحات الشائعة في مختلف المجالات في هذا العصر الذي أصبحت المعرفة عنصراً أساسياً في نشاط ، فنظم المعلومات تجعل المؤسسة تملك كل المعلومات المتعلقة بها وبالتالي قدرتها على تحسين والتطوير من أجل بناء تحقيق ميزة تنافسية تحسن من مكانتها في السوق .

المطلب الأول: مفاهيم عامة حول نظام المعلومات

أولاً: تعريف النظام

هو مجموعة من العناصر المرتبطة التي تعمل معا لتحقيق هدف محدد¹.

هو مجموعة أجزاء أو عناصر أو أقسام ترتبط مع بعضها البعض بعلاقات منطقية أي أنها تتكامل و تتفاعل مع بعضها البعض بغرض أداء أهداف معينة و ذلك عن طريق تحويل المدخلات إلى مخرجات².

هو مجموعة من العناصر المترابطة و المتناسقة التي تعمل على تحقيق أهداف مشتركة ثم وضعها مسبقاً في ظل ظروف خارجية تحيط بالنظام حيث أن كل نظام يحصل على مدخلات يقوم بتحويله إلى مخرجات³.

و من خلال التعريفات السابقة نعرفه على انه مجموعة مرتبة و منظمة لعناصر و أجزاء منفصلة تعتمد على بعضها البعض بغرض تحديد هدف محدد.

ثانياً: تعريف نظام المعلومات

النظم التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات لنقل المعلومات وتخزينها ومعالجتها و عرضها في عملية أو أكثر⁴.

هو مجموعة من الأجزاء و المكونات التي تتفاعل و تتربط من اجل تحقيق أهداف معينة⁵.

¹عاشي جمال الدين ، دور نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، مذكرة لنيل

شهادة ماستر ، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2014-2015، ص 3

² موسى بن عيسى ، بومدين مكي ، دور نظام المعلومات المحاسبي في تعزيز الرقابة الداخلية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ،

تخصص تدقيق ومراقبة التسيير ، جامعة محمد وبصياف ، المسيلة ، 2018-2019، ص 10

³ أفاق بوسكار ، دور نظام المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية ، مذكرة لنيل شهادة

ماستر ، تخصص فحص محاسبي ، جامعة محمد يضر ، بسكرة ، 2014-2015، ص3.

⁴ الحارث عبد المنعم أحمد حمد النيل، نظم المعلومات الإدارية، دون طبعة، دون دار النشر، 2019، ص44.

⁵ ناصر بوراس ، نفس المرجع السابق ، ص 08.

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

هو مجموعة من الموارد والوسائل و البرامج والأفراد و المعطيات و الإجراءات التي تسمح بجمع و معالجتها و إيصال المعلومات على شكل نصوص صور رموز المؤسسة.¹

هو مجموعة عناصر (موارد بشرية مادية) تسمح بالمعالجة و التخزين و إيصال المعلومات و يمكن أن يكون شاملا لنشاطات المؤسسة كما يمكن أن يكون أحيانا نظاما جزئيا مقتصرًا على بعض النشاطات فقط.² و من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن النظام المعلومات يقوم بتجميع البيانات والمعلومات و حفظها و تحليلها ووضعها في قاعدة متكاملة للمعلومات

ثالثا: مكونات النظام المعلومات

يقصد بها الأجزاء المادية للنظام التي تساعده على القيام بمهامه، و تتضمن ما يلي:³

01 . الأجهزة: و تشمل كل من الهاتف، الفاكس، الآلات الحاسبة، الكمبيوتر... الخ .

02 . وسائل حفظ وتخزين البيانات: تتكون أساسا من الملفات والمستندات و الأسطوانات الممغنطة.

03 . البرامج: و هي خاصة بنظام المعلومات الذي يستجد الحاسبات الالكترونية فقط و هناك برامج خاصة بتشغيل الحاسب نفسه، و برامج تطبيقية للوظائف المختلفة، مثل برامج المخزونات، الأجور... الخ .

04 . الأفراد: أي العنصر البشري و الذي يعتبر أهم جزء مادي للنظام المعلومات.

05 . قاعدة البيانات: هي المادة الأولية الأساسية التي يتم من خلالها تنفيذ تعليمات البرامج التطبيقية للحصول على معلومات.

06 . إجراءات التشغيل: هي جزء من الأجزاء المادية للنظام ، عادة ما تكون على شكل كتاب صغير دليل تشغيل تتضمن العمليات الخاصة بإعداد البيانات و كيفية إدخالها و التعليمات الخاصة باستخدام و تشغيل الحاسب .

¹ أفاق بوسكار ، نفس المرجع السابق ، ص 3

² عايشي جمال الدين ، نفس المرجع السابق ، ص 3.

³ أفاق بوسكار ، نفس المرجع السابق ، ص 07.

رابعاً: مستويات نظام المعلومات

يمكن تحديد مستويات النظام داخل المؤسسة بشكل عام إلى ثلاث مستويات:¹

المستوى التنفيذي: يختص هذا المستوى بالخطة الموضوعية من قبل الإدارة حيث يقوم بترجمتها من العموميات إلى التفاصيل بالاستفادة بالموارد المتاحة بغية تحقيق الأهداف المستهدفة ، و معظم معاملات و تفاعلات هذا المستوى تتصل مع البيئة حيث يستقبل منها الموارد التي يحتاج إليها كما يرسل إليها مخرجاته من الخدمات أو المنتجات و المعلومات المتعلقة بأي منها .

المستوى التكتيكي: يهتم هذا المستوى بخطط المنظمة المتوسطة أو القصيرة الأمد التي تتراوح بين سنة و ثلاث سنوات، و يترجم هذا المستوى الخطط و الأهداف طويلة الأمد التي يحصل عليها من المستوى الاستراتيجي إلى خطط قابلة للتنفيذ و يقوم هذا المستوى بتنسيق أنشطة و مهام المستوى التنفيذي أو الإجرائي حيث توجه كل أنشطة المنظمة نحو هدف مشترك واحد كما يستقبل هذا المستوى التقارير التفصيلية من الأنشطة المختلفة من المستوى التنفيذي و تحلل المعلومات التي تتضمنها التقارير التنفيذية و تستخلص منها ما يهم أغراض الرقابة و يفيد التخطيط الاستراتيجي بما يحقق الأهداف.

المستوى الاستراتيجي: هذا المستوى يدخل في اهتمامات الإدارة العليا المتعلقة بوضع التخطيط طويلة الأجل و الاستراتيجيات المختلفة للإنتاج، الميزانيات التقديرية، تخطيط الأرباح، القوى العاملة، الطاقة الإنتاجية، التكلفة في القطاع الصناعي ، لوحة القيادة و المؤشرات العامة لتسيير المؤسسة.

خامساً : أنواع نظام المعلومات

تصنف نظم المعلومات حسب عدة معايير ويعتبر التصنيف حسب الوظائف الموجودة في المؤسسة تتمثل أهم أنظمة المعلومات فيما يلي:

01 . نظام معلومات الموارد البشرية: يزود إدارة الموارد البشرية و الإدارة العليا و غيرها من الأنظمة المرتبطة بها بالبيانات و الحقائق الخاصة بالعنصر البشري في المؤسسة ، من اجل مساعدة هذه الإدارة على اتخاذ قراراتها المتعلقة بنشاطاتها المختلفة، مثل التوظيف، دفع الأجور، المراقبة، التحفيز، و التكوين... الخ.

02 . نظام المعلومات الإنتاجي: هو ذلك النظام الذي يزود إدارة الإنتاج و الإدارة العليا و غيرها من الأنظمة المرتبطة به بالبيانات المختلفة، و ذلك من اجل المساعدة على اتخاذ القرارات المتعلقة بنشاطاتهم المختلفة ، كتصميم المنتج ، تخطيط وتنفيذ العمليات الإنتاجية، مراقبة عمليات.

¹ الحارث عبد المنعم أحمد حمد النيل، نفس المرجع السابق، ص 44.

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

03 . نظام المعلومات التسويقي: يقوم هذا النظام المعلوماتي بتخزين معالجة المعلومات و تقديم التقارير المتعلقة بتلقي الطلبات و تخطيط المبيعات و دراسة السوق للتعرف إلى الوضع التنافسي للمؤسسة و دراسة رغبات و أذواق المستهلكين و الترويج للمنتجات . وبذلك فان نظام معلومات التسويق هو عبارة عن مجموعة من العناصر مثل الأفراد ، المعدات ، و الإجراءات لتجميع وتخزين و تحليل و تقديم المعلومات في الوقت المناسب من اجل القيام بعمليات تخطيط و تنفيذ المبيعات .

04 . نظام معلومات المشتريات: يلعب نظام معلومات المشتريات دورا هاما في المؤسسة لأنه يؤدي إلى زيادة حجم المواد الأولية و الأجزاء المصنعة المشتريات وهذا بدوره يؤدي إلى ازدياد كمية الأموال الموظفة في المخزون من المواد الأولية و الأجزاء المصنعة

05 . نظام معلومات الأفراد: يقوم نظام معلومات الأفراد بتخزين و معالجة البيانات اللازمة لعمليات تخطيط و تنظيم الوظائف التقنية المتعلقة باستخدام وتطوير العنصر البشري في المؤسسة و المحافظة عليه.

06 . نظم معلومات المحاسبي: يقوم نظام المعلومات المحاسبي بتسجيل و معالجة البيانات المالية التي تتعلق بأصول و خصوص المؤسسة، داخل المؤسسة وبينها وبين المحيط، لذلك يستخدم البيانات الموجودة في نظم المعلومات الأخرى.

كما يقوم نظام المعلومات التمويل بمساعدة المديرين في اتخاذ القرارات المتعلقة بإمداد المؤسسة بالأموال الضرورية لإنجاز أهدافها، بالتالي الحصول على الأموال اللازمة بالطرق الأكثر مناسبة و بأفضل الشروط الممكنة لتسديد التزامات المؤسسة و لدعم برامجها، و السعي إلى استخدام مواردها بشكل فعال¹.

المطلب الثاني: أهداف و أهمية نظام المعلومات

أولاً: أهداف نظام المعلومات

هناك عدة مزايا تحقق للمنظمة من توافر نظام جيد للمعلومات بها من أهمها² :

1 . تحقيق الكفاءة: تشير الكفاءة إلى أداء المهام بصورة أسرع أو بأقل تكلفة ، مثال ذلك تقليل تكاليف العمالة من خلال إحلال الحاسب الآلي محل الأفراد ، و أيضا في مجال الرقابة يمكن تخفيض تكاليف التخزين من خلال استخدام النماذج الرياضية التي تحدد المستويات المثلى للمخزون .

¹ أفاق بوسكار ، نفس المرجع السابق ، ص16

² العيد فرحاتية، دور نظام المعلومات التسويقية في التخطيط للنشاط التسويقي والرقابة عليه ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، تخصص تسويق ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، 2006-2005، ص 68.

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

2 . الوصول إلى الفاعلية: تشير الفاعلية إلى مدى تحقيق أهداف المنظمة، و تحقيق الفاعلية في اتخاذ قرارات ذات جودة أفضل.

3 . تحسين أداء الخدمة: تهدف نظم المعلومات إلى تقديم خدمة ذات مستوى أفضل لعملاء المنظمة و ليس هناك مثال أفضل من استخدام آلات المصرف السريع في البنوك حيث يمكن للعملاء السحب من أرصدتهم على مدار اليوم.

4 . تطوير المنتج: تلعب المعلومات دورا هاما في خلق و تطوير في بعض الصناعات مثل: البنوك وشركات التأمين و الوكالات السياحية.

5 . التعرف على الفرص و استغلالها: تعيش المنظمات في مناخ سريع التغيير الأمر الذي يتطلب منها ضرورة التكيف مع هذا التغيير ، و ليس هناك وسيلة أفضل من الحاسب الآلي لتحديد التغييرات الطفيفة أو الاتجاهات غير المركبة في البيئة ، و مساعدة المنظمة في اتخاذ القرارات التي تمكنها من استغلال الفرص الجديدة بسرعة .

ثانيا: العملاء بالشركة: يمكن لكل من الشركة و عملائها الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات فيمكن للشركة جعل عملائها أكثر قربا و ارتباطا بها من خلال تحسين مستوى الخدمات التي تقدمها لهم و من ثم كسب رضاهم عن خدماتها ، و بالشكل الذي يجعل من الصعب على هؤلاء العملاء التحول إلى الشركات المنافسة ، فعلى سبيل المثال أقامت شركة سنجر نظام المعلومات يسمح لعملائها بالاتصال بالحاسب الآلي للشركة و وضع الأوامر عليه والتحقق من تنفيذ أوامرهم و مراجعة الأسعار وغيرها من المعلومات التي يحتاجها العملاء .

ثانيا : أهمية نظام المعلومات

تتلخص أهمية نظام المعلومات في ثلاث عناصر هي: ¹

01: يساعد في عملية اتخاذ القرار:

عادة ما يجد الإداري أو المسير نفسه إمام مشكلة تتطلب حلا و اتخاذ تدابير اتجاهها ، الشيء الذي يتطلب بيانات و حقائق عن مسببات ظهور المشكلة و أثرها و أبعادها و الحلول البديلة الممكنة ، و منه فان متخذ القرار بحاجة إلى توفر جملة من المعلومات الدقيقة و الصحيحة لاختيار البديل الأفضل واتخاذ القرار المناسب ، و نظم المعلومات يضمن توفر هذه المعلومات المطلوبة بدرجة عالية من الصحة والدقة و كذا التوقيت المناسب .

¹ عايشي جمال الدين، نفس المرجع السابق، ص 20.

02 : يساعد في عملية الرقابة:

إذ بعد وضع الخطط والاستراتيجيات اللازمة لتحقيق الأهداف ، تكون مرحلة تنفيذ الخطط وبرامج العمل و تحتاج إلى رقابة و متابعة مستوى الاداء من اجل بلوغ الأهداف المسطرة ن و لتحقيق الرقابة، المدير أو المسير بجله معلومات عن المستوى الأداء، الوقت اللازم لتنفيذ البرامج، المشاكل التي يمكن إن تعرقل مسار العمل ... إلى غيرها من المعلومات التي يمكن إن تحصل عليها من النظام المعلومات، طالما إن هذا الأخير يعتبر كوسيلة داخل المؤسسة التي تضمن تربط مختلف الوظائف فيما بينها.

03 . يساعد في عملية التنسيق:

حجم و نشاط المؤسسة تكثر المعلومات التي يحتاجها كل نشاط عن نشاط آخر ، فمثلا وظيفة الإنتاج بحاجة إلى معرفة معلومات عن إمكانيات وظيفة التخزين، و بهذا فان نظام المعلومات يصبح المحور الأساسي الذي تتجمع حوله مختلف الوظائف بما أنها تستمد منه ما تحتاج إليه من معلومات، وهكذا يكون تحقيق التنسيق و الانسجام .

ثالثا: مقاييس نجاح نظم المعلومات.

تتوفر درجة تحقيق نظام المعلومات لهدفه على وجهة نظر مستخدميه و هناك ثلاث مقاييس تحدد مدى نجاح تطبيق نظام المعلومات و هي:¹

- مقاييس أداء النظام: النظام يجب إن يكون مستخدما لكي يصبح مؤثرا و مدى ايجابية أو سلبية النتيجة تتوقف على خصائص النظام نفسه ، فالاستخدام الاختياري للنظام يعتبر أكثر تعبيرا عن نجاح من الاستخدام الإجباري .
- مقاييس درجة استخدام مخرجات النظام : يشير الاستخدام إلى مقدار استهلاك المستخدمين لمخرجات نظام المعلومات و هو يعتبر الأداة التي يؤثر المستخدم من خلالها على أداء المعلومات .
- مقاييس درجة الرضا عن النظام: فيشير إلى قدرته على توفير احتياجات المستخدمين من المعلومات و الذي يمكن إن يعكس في تحسين مستوى الأداء الناتج عن استخدام تلك المعلومات في اتخاذ القرارات.

محددات نجاح تطبيق نظم المعلومات: تصنف هذه المحددات إلى:

- عوامل تنظيمية : تشمل متغيرات مثل تدعيم الإدارة العليا للنظام ، درجة النضج التنظيمي لنظم المعلومات ، درجة مشاركة المستخدمين في بناء و تطوير النظام و المناخ التنظيمي.

¹الحارث عبد المنعم أحمد حمد النيل، نفس المرجع السابق، ص 4.

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

- عوامل بيئية: تشمل متغيرات مثل: درجة تغير و تعقيد بيئة العمل.
- عوامل فردية: تشمل متغيرات مثل: السن، مستوى التدريب، مستوى الوظيفي، نمط اتخاذ القرار.
- عوامل تكنولوجيا: تشمل متغيرات مثل: درجة التعقيد الفني للنظام و سهولة الاستخدام.

المطلب الثالث:عموميات حول الميزة التنافسية

أولاً: تعريف الميزة التنافسية

هي قدرات المؤسسة التي تسمح لها بالصمود و المجابهة في السوق، هذه القدرة تنعكس في احتلال أو المحافظة وتطوير موقعها التنافسي لأطول فترة ممكنة.¹

تعرف التنافسية بأنها مفهوم متعدد الأبعاد، تجتهد المؤسسة لتحقيقه قصد الحصول على موقع تنافسي مستمر في السوق ، فهي حالة اهنية تدفع إلى التفكير في الكيفية التي تجعل المؤسسة تحافظ وتطور موقعها في السوق لأطول فترة ممكنة.²

كذلك تعرف على أنها قدرة المؤسسة على تزويد المستهلك بسلع و خدمات بشكل أفضل مقارنة بالمنافسين الآخرين في السوق في ظل غياب الدعم و الحماية من قبل الحكومة.³

كما تعرف هي عبارة عن الصراع القائم بين المؤسسات المنتجة لسلع وخدمات تمثل بدائل قوية لبعضها البعض في نفس السوق، فهي تتمحور أساسا حول تحقيق التفوق على المنافسين والحصول على حصة سوقية اكبر. يمكن أن يتم هذا الصراع باستخدام أساليب مختلفة كالتركيز على الأداء، الجودة، السعر، التصميم، خدمات ما بعد البيع... الخ.⁴

¹وسيلة بوزايد ، مقارنة الموارد الداخلية و الكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة استراتيجية ، جامعة سطيف ، 2011-2012 ، منشورة ، ص 9.

²أحمد بخوش ، دور اليقظة و طرح المنتجات الجديدة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة ، رسالة ماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق ، جامعة الجزائر ، 2006 . 2007 منشورة ، ص 23 .

³ عبد الحميد برحومة ، الجودة الشاملة و مواصفات الأيزو ، كأداة لتفعيل تنافسية المؤسسات الاقتصادية ، مجلة الابحاث الاقتصادية و الادارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، عدد 03 جوان 2008 ص 142 .

⁴وسيلة بوزايد ، مقارنة الموارد الداخلية و الكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة استراتيجية ، جامعة سطيف ، 2011-2012 ، منشورة ، ص 11.

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

وتعرف ذلك هي القدرة التي تتفوق بها المنظمة على بقية المنظمات ، و تسمح لها بأداء أنشطتها أكثر فاعلية مقارنة بالمنافسين، و بالتالي جني الأرباح، و تحقيق البقاء في عالم الأعمال، و جوهرها هو الإبداع ، وخلق القيمة للزبون تفوق القيم التي يحققها المنافسون .¹

تحقيق قيمة مضافة بفضل الاستراتيجية التي تتبناها الميزة التنافسية، و التي تعكس تفوقها النسبي مقارنة بمنافسيها في فترة زمنية معينة، و يتجلى ذلك من خلال مستوى التكلفة، جودة المنتجات، أو مرونة عملياتها... الخ، أي تقديم المؤسسة لقيمة مضافة أو منفردة عن منتجات المنافسين والتي تكسبها ميزة التكلفة الأقل ميزة التميز.²

ثانيا : خصائص الميزة التنافسية

تتمثل خصائص الميزة التنافسية فيما يلي :³

- تشتق من رغبات وحاجات الزبون .
- تبنى على الاختلاف وليس التشابه .
- طويلة الأمد و صعبة التقليد من قبل المنافسين .
- تقدم قاعدة للتحسينات اللاحقة و كذلك تقدم التوجه و التحفيز لكل مؤسسة .
- يكون أثرها ملموسا وملحوظا.

إن تحقيقها يتطلب ضرورة توافر مهارات وقدرات من المستوى مرتفع، مثل الأفراد المدربون تدريباً خاصاً، القدرات الفنية الداخلية و العلاقات الوطيدة مع العملاء.

¹أفرحاتي لويذة ، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة ، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير تخصص تنظيم الموارد البشرية ، جامعة بسكرة 2015-2016 ، ص 68.

²أسيا رحيل ، دور الكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية ، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص ادارة اعمال ، جامعة بومرداس ، 2010 - 2011 ، منشورة ، ص 45 .

³ طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر، عمان، 2007، ص:30

ثالثاً: محددات الميزة التنافسية

تحدد الميزة التنافسية للمؤسسة انطلاقاً من بعدين مهمين هما:¹

حجم الميزة التنافسية: حيث تمر الميزة التنافسية بنفس دورة حياة المنتج كما يلي:

- **مرحلة التقديم:** تعد أطول المراحل بالنسبة للمؤسسة المنشئة للميزة التنافسية لكونها تحتاج الكثير من التفكير و الاستعداد البشري و المادي و المالي، و تعرف الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشاراً أكثر فأكثر ، و يؤدي ذلك إلى قبول الذي تختص بت من قبل عدد متزايد من العملاء .
- **مرحلة التبنى:** تعرف الميزة هنا بالاستقرار نسبياً من حيث الانتشار، باعتبار أن المنافسين بدؤوا يركزون عليها .
- **مرحلة التقليد:** يتراجع حجم الميزة و تتجه شيئاً فشيئاً إلى الركود. لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة المؤسسة.
- **مرحلة الضرورة :** تأتي هنا ضرورة تحسين الميزة الحالية و تطويرها بشكل سريع ، أو إنشاء ميزة جديدة على أسس تختلف تماماً على أسس الميزة الحالية ، و إذا لم تتمكن المؤسسة من التحسين أو الحصول على ميزة جديدة فإنها تفقد قيمتها تماماً ، و عندها يكون من الصعوبة العودة إلى التنافس من جديد .

و باعتبار انه لا يمكن إن تحوز المؤسسة على ميزة تنافسية إلى الأبد، و بالتالي فهي مطالبة بمتابعة دورة حياة النشاط فيها.

يتحقق الميزة التنافسية سمة الاستمرارية، إن أمكن المؤسسة المحافظة عليها من التقليد من قبل المؤسسات المنافسة، و بشكل عام كلما كانت الميزة اكبر كلما تطلبت جهوداً اكبر.

للميزة التنافسية دورة حياة ، حيث تستمر هاه الميزة ما دام المنافسين غير قادرين على تقليدها أو تجاوزها لكن في ظل التغير السريع و المعقد للبيئة أصبح من الصعب حماية المزايا ، و في حالة ما ١١ قادت أو تجاوزت من قبل المنافسين تصبح مكلفة ، و منه المبدع لا يستفيد من الميزة إلا لوقت محدد ، إلى حين إطلاق المنافس لسياسة هجومية ، فتبدأ هاه الأخيرة بالزوال ومنه عليه خلق ميزة جديدة أو القيام بتجديد الميزة التنافسية الحالية بإحداث تعديلات عليها .

¹ نادية طيفور عبد الدائم طه ، الدور المعدل للتغيير التنظيمي في العلاقة بين استراتيجيات الموارد البرية وتحقيق الميزة التنافسية ، أطروحة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا ، 2019 ، ص

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

نطاق التنافس: يعبر نطاق التنافس عن مدى اتساع أنشطة وعمليات المؤسسة بغرض تحقيق مزايا تنافسية، و يتشكل نطاق التنافس من أربع أبعاد وهي: القطاع السوقي، النطاق الراسي، النطاق الجغرافي ونطاق الصناعة.¹

01 _ نطاق القطاع السوقي: يعكس مدى تنوع مخرجات المؤسسة، و العملاء الذين يتم خدمتهم، و هنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.

02 _ النطاق الراسي: يعبر عن مدى أداء المؤسسة أنشطتها داخليا أو خارجيا، فالتكامل الراسي المرتفع بالمقارنة مع المنافسين قد يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التميز.

03 _ النطاق الجغرافي: يعكس عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تتنافس فيها المؤسسة ، و يسمح النطاق الجغرافي للمؤسسة بتحقيق مزايا تنافسية من خلال المشاركة في تقديم نوعية واحدة من الأنشطة و الوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة ، و تبرز مدى أهمية هذه الميزة للمؤسسة التي تعمل حاليا على نطاق عالمي ، حيث تقدم منتجاتها في أنحاء العالم .

04 _ نطاق الصناعة: يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها المؤسسة ، إذ أن وجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات من شأنه خلق فرص لتحقيق مزايا التنافسية عديدة ، فقد يمكن استخدام نفس التسهيلات أو التكنولوجيا أو الأفراد أو الخبرات عبر الصناعات المختلفة التي تنتمي إليها المؤسسة .²

أي مدى اتساع أنشطة وعمليات المؤسسة التي تساهم في تحقيق مزايا تنافسية ، وذلك بتحقيق وفورات في التكلفة مقارنة بالمنافسين ، كالاستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة ، خبرة فنية واحدة ، استخدام نفس منافذ التوزيع لخدمة قطاعات سوقية أو مناطق أو صناعات مختلفة مما يساهم في تحقيق اقتصاديات المدى ، الحجم ، كما يمكن أيضا للنطاق الضيق تحقيق ميزة تنافسية، من خلال التركيز على قطاع سوقي معين و خدمته بأقل تكلفة ، أو تقديم منتج مميز له (أهمية رضا العميل).

¹ رباح عرابة ، أهمية القدرة التكنولوجية في تعزيز القدرة التنافسية لدى المؤسسات الصناعية ، الملتقى الدولي الرابع حول : المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ن جامعة الشلف ، 2010 ، ص : 7 .

² هلاي الوليد ، الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية ودورها في خلق القيمة ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير ، تخصص علوم تجارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، السنة الجامعية 2009/2008 ، ص 35

رابعاً: مظاهر الميزة التنافسية

تبدو الميزات التنافسية في مظاهر متعددة نذكر منها ما يلي:¹

- الجودة الاعلى للسلع و الخدمات التي تقدمها مؤسسة دون غيرها.
- سرعة الاستجابة لرغبات العملاء، و قصر الوقت المستغرق في دورات الإنتاج، و في مشروعات تطوير المنتجات.
- الحرص على تقديم خدمات للعملاء، قبل البيع في صورة معلومات و إرشادات، ومساعدات و التي تسمح له بتحديد رغباته، و اختيار أفضل البدائل.
- تيسير الوصول إلى السلع و تشكيل ما يريده العميل في اقل وقت و ادني مجهود.
- خدمات ما بعد البيع مثل: أعمال الإصلاح و الصيانة المجانية أو منخفضة التكاليف و تيسير الحصول على قطع الغيار في كل وقت و قبول رد المشتريات دون معاناة و غيرها من الخدمات التي توفر للعملاء الوقت و الجهد.
- تشمل كذلك الميزات التنافسية إشكال التنظيم المرنة العالية الكفاءة، و نظم العمل المسيرة، و التي تعتمد على تقنيات المعلومات و الاتصالات.
- إقامة علاقات تحالفية مع الموردين، مما ييسر لها الحصول على احتياجاتها منهم بطرق أكثر مرونة وسرعة و كفاءة، و اقل تكلفة مما ييسر لمنافسيها مثل العلاقات القائمة على أسلوب Just in time
- تخفيض تكاليف الإنتاج، و التسويق مع المحافظة على مستوى جودة السلع والخدمات يعتبر ميزة تنافسية هائلة.

خامساً : أبعاد الميزة التنافسية.

يرتبط تحقيق الميزة التنافسية ببعدين أساسيين هما :²

- 1 _ **القيمة المدركة لدى العميل** : بمعنى قيام المؤسسات باستغلال الإمكانيات المختلفة في تحسين القيمة التي يدركها العميل للسلع و الخدمات التي تقدمها تلك المؤسسات ، مما يساهم في بناء الميزة التنافسية لها ، حيث يتضمن مفهوم القيمة بالإضافة إلى السعر و الجودة ، مدى الاقتناع بالمنتج أو الخدمة و خدمات ما بعد البيع .

¹ ناصر بوراس ، نفس المرجع السابق ، ص 47

² آفاق أوسكار ، نفس المرجع السابق ، ص 33

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

و تؤدي إدارة رأس المال الفكري دورا مهما في تدعيم مفهوم القيمة لدى العميل الذي يعد من الدعائم الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية من خلال التركيز على مكوناتها و الذي يتمثل في رأس مال العلاقات .

2 _ التمييز: يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال عرض سلعة أو خدمة لا يستطيع المنافسون تقليدها أو عمل نسخة منها وصولا إلى التميز من أهمها الموارد المالية و رأس المال الفكري.

سادسا : أنواع الميزة التنافسية تصنف التنافسية إلى صنفين ¹ :

أولا _ التنافسية بحسب الموضوع : و تتضمن نوعين:

ا _ **تنافسية المنتج:** تعتبر تنافسية المنتج شرطا لازما لتنافسية المنظمة، لكنه ليس كاف و كثيرا ما يعتمد على سعر التكلفة كمعيار وحيد لتقويم تنافسية منتج معين، و بعد ذلك امرأ غير صحيحا.

ب _ **تنافسية المنظمة:** يتم تقويمها على أساس اشمل من تلك المتعلقة بالمنتج ، حيث لا يتم حسابها من الناحية المالية في نفس المستوى من النتائج في حين يتم تقويم المالي للمنتج بالاستناد إلى الهامش الذي ينتجه هذا الأخير ، إما تنافسية المنظمة يتم تقويمها اخذين بعين الاعتبار هامش كل المنتجات من جهة الأعباء الإجمالية .

ثانيا: **التنافسية وفق الزمن:** تتمثل في التنافسية اللحظية و القدرة التنافسية:

التنافسية اللحظية : تعتمد هذه التنافسية على النتائج الإيجابية المحققة من خلال دورة محاسبية ، غير انه يجب ألا نتفائل بهذه النتائج ، لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق ، أو عن ظروف جعلت المنظمة في وضعية احتكارية ، فالنتائج الايجابية في المدى القصير قد لا تكون كذلك في المدى الطويل .

ب _ **القدرة التنافسية :** يبين استطلاع الرأي إن القدرة التنافسية تستند إلى مجموعة معايير ، حيث إن هذه الأخيرة تربطها علاقات متداخلة فيما بينها ، مكل معيار يعتبر ضروري ، لأنه يوضح جانبا من القدرة التنافسية ، و يبقى للمنظمة صامدة في بيئة مضطربة ، و لكنه لا يكفي بمفرده .

وعلى خلاف التنافسية اللحظية، فان القدرة التنافسية تختص بالفرص المستقبلية، و بنظرة طويلة المدى من خلال عدة دورات استغلال.

¹ عايشي جمال الدين ، نفس المرجع السابق ، ص 53

سابعاً : مصادر الميزة التنافسية .

تعتمد المؤسسات المعاصرة في بناء القدرات التنافسية على:¹

استيعاب التقنيات الجديدة، و في مقدمتها تقنيات المعلومات و الاتصالات.

تطوير هيكلها التنظيمية لاكتساب المرونة و الفعالية لعناصر التنظيم المختلفة ، لتنمية الطاقات الإنتاجية ، و إتباع أنماط الإنتاج المرن التي تتيح لها الاستجابة إلى طلبات العملاء المتميزة في أسرع وقت ، بأقل تكلفة إضافية دون تضحية بمزايا الإنتاج الكبيرة .

تدبير مصادر التمويل الرخيص و المستمر، يعتبر من أهم مصادر القدرة التنافسية التي تميزها عن منافسيها و تفرقها عنهم.

الابتكارات في الأنماط و التقنيات التسويقية و تجديد في آليات البيع و التوزيع و الوصول إلى العملاء بأسرع وقت، كما هو الحال في التجارة الالكترونية، أو إتباع أسلوب الامتياز التجاري و غيرها من الابتكارات التسويقية.

ومن أهم مصادر اكتساب ميزات تنافسية، ما يتوفر للمؤسسة من عناصر قيادية و موارد بشرية متميزة كفاءات محورية.

تطوير وتفعيل العمليات باستخدام تقنيات إعادة الهندسة ، إعادة الهيكلة ، إدارة الجودة الشاملة الايزو .

التعامل المباشر مع المنافسين في البيئة التنافسية مثل محاولة بعض المؤسسات إضعاف المنافسين التحالف ، الاستيعاب و الالتحام بالموردين أو تغيير طبيعة المنافسة ، و ذلك بتعديل الصناعة كما فعلت مجموعة الشركات السويسرية في صناعة الساعات ، ولمواجهة المنافسة اليابانية الشديدة و الكاسحة تعاونت تلك الشركات في ابتكار مفهوم جديد بغير النظر إلى الساعة من آلة لتعرف الوقت إلى قطعة حلي يتزين بها الشباب وغيرهم ، ومن ثم الخروج من صناعات الساعات التقليدية و الدخول في صناعة جديدة تمزج بين صناعة الحلي و قطع الزينة و الصناعات الالكترونية .

و تشير إحدى الدراسات في مجال إدارة الأعمال إلى إن القدرة على التنافس بشأن الفرص المستقبلية و ليس الفرص الحالية في السوق ، هي من أهم العوامل التي تحدد مدى نجاح مؤسسة الأعمال في المستقبل و يتحقق ذلك مكن خلال إيجاد طرق سريعة و موصلة إلى الفرص المستقبلية فيما يطلق عليه بالكفاءات المحورية أو الكفاءات المتميزة و التي تحقق للمؤسسة مركز القيادة أو الريادة فيما تقدمه من سلع أو خدمات

¹ آسيا ناصري، أهمية الرضا العميل في تدعيم الميزة التنافسية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص مالية وبنوك ، جامعة

العربي بن مهدي ، أم البواقي ، 2014-2015، ص 13

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

و يعرف ليوغل ، الكفاءات المحورية على أنها تلك المهارات الناجمة عن تضافر و تداخل مجموعة من أنشطة المؤسسة ، حيث تسمح هذه الكفاءات الجماعية بإنشاء موارد جديدة للمؤسسة فهي لا تحل محل الموارد بل تسمح بتطويرها و تراكمها .

و هي تتصف بخاصيتين أساسيتين هما: ¹

_ خلق القيمة للعميل ، بمعنى خلق منفعة أساسية و مباشرة للعميل .

_ التميز عن المنافسين بشرط إن تكون الكفاءة المحورية فريدة من نوعها و أفضل من المؤسسات المنافسة.

لكن هذا غير كافي حيث يجب على المؤسسة أن تمتلك ميزة تنافسية صعبة التقليد و المحاكاة تسمى بالميزة التنافسية المستدامة ، فإذا كان هذا الأداء المتميز يتطلب من المؤسسة ضرورة قهر المنافسة ، فان المشكلة الكبرى هي إن المنافسين يعرفون ذلك أيضا ، فالابتكار يولد الابتكار ، و تبقى دائما حقيقة قائمة هي وجود ثلاث نقاط تنافسية ساخنة ، تفرض نفسها دائما ب : ²

1 _ الإبداع التكنولوجي:

يحتل الإبداع التكنولوجي موقعا مهما في التفكير الاستراتيجي للمؤسسة باعتباره تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الايجابية و التي تخص المنتجات بمختلف أنواعها ، و كذلك أساليب الإنتاج ، و من ثم أفاق التطور والنمو في المستقبل أكثر تعقيدا و من أهم مصادر الإبداع التكنولوجي ، البحث و التطوير حيث يعد هذا الأخير المغذي الرئيسي للإبداعات التكنولوجية ، خاصة للمؤسسات الكبيرة التي تتوفر على مخابر وإمكانيات مادية و بشرية معتبرة أما المؤسسات الصغيرة و المتوسطة فهي تنتج التكنولوجيا من خلال اعتمادها على الأفكار المسقاة لدى العملاء، لأنها تنشط بالقرب منهم من جهة، و لا تملك الإمكانيات من جهة أخرى و لا يعد الإبداع التكنولوجي مفيد و ايجابي للمؤسسة ما لم يعد عليها ب:

_ ربح حتى تؤمن استمراره .

_ يعود على العملاء، حيث يكون بمقدورهم اقتناء منتجات تتوفر على شروط السلامة، و كذا على المؤسسة الاعتماد على:

_ اليقظة التكنولوجية: و هي تشير إلى الجهود المبذولة من قبل المؤسسة و كذا الوسائل المسخرة بهدف الكشف عن كل التطورات و المستجدات الحاصلة في ميدان التقنيات و التكنولوجيات ، و التي تهم المؤسسات حاليا و يمكن إن تهمها مستقبلا .

المرجع نفسه، ص 14.1

المرجع نفسه، ص 15.2

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

ـ **اليقظة التنافسية:** من المتابعة الدقيقة و الصارمة لتحركات المنافسين حتى يتم فهم سلوكهم و استباق المستقبل ، و يتم ذلك من خلال جمع المعلومات .

ـ **اليقظة التجارية:** تركز على تطور احتياجات العملاء على المدى الطويل و تتبع تطور و عرض المنتجات الجديدة، و كذا على تطور العلاقة بين العملاء و الموردين و المؤسسة و هذا يعني التعرف على الحاجيات المتطورة للعملاء و التعرف على الموردين الجدد.

2 ـ الإبداع التنظيمي:

يتعلق الأمر بإدخال إجراءات و تطبيقات جديدة للتسيير ، أو التخلي عن إجراءات و تطبيقات قديمة في المؤسسة ، و يهدف الإبداع التنظيمي أساسا إلى تحويل أو إعادة تنظيم الطرائق والكيفيات و المعارف المكتسبة حتى يكون سلوك وعمليات المؤسسة و الأفراد أكثر ايجابية و ذات مردودية، و يضم الإبداع التنظيمي :

ـ **التعلم التنظيمي:** يعرف التعلم التنظيمي على انه مجموعة من العمليات المرتبة و المعروفة، و التي تتكرر بشكل منظم، للحيازة و إعداد المعارف و التطبيقات التي تساهم في التعديل الدائم للتنظيم.

ـ **المرونة:** و تعني الاستعداد للتصرف إزاء حادث غير متوقع و التكيف معه، و تدفع المؤسسة مقابل هذا التكيف ثمنا في شكل موارد و قدرات إضافية، حيث يمكنها ذلك من الحفاظ على حرية الاختيار مستقبلا.

3 ـ الإبداع التسويقي:

باعتبار التسويق حالة ذهنية، والذهن مصدر للأفكار ومن ثم فان هذه الأخيرة مصدر للإبداع، و المقصود بالإبداع هنا البحث عن الكيفيات الجديدة و المتجددة لتلبية حاجات العملاء و إشباع رغباتهم بل يتعداه في بعض الأحيان إلى توليد الحاجة و الرغبة لدى العملاء و الجدول التالي يوضح بعض الأمثلة عن المزايا التنافسية المتواصلة .

المطلب الرابع: مقومات بناء الميزة التنافسية

تتمثل مقومات بناء الميزة التنافسية فيما يلي :¹

الكفاءة: كفاءة في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة و تقاس بكمية المستخدمة لإنتاج مخرجات محددة ، باعتبار المؤسسة أداة لتحويل المدخلات إلى مخرجات ، فالمدخلات هي العوامل الأساسية لإنتاج ، إما المخرجات فتتمثل في السلع و الخدمات فكما كنت المؤسسة أكثر كفاءة كلما قل مقدار المدخلات المطلوبة

¹الحارث عبد المنعم أحمد حمد النيل، نفس المرجع السابق، ص 45.

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

إنتاج مخرجات معينة ، فالمؤسسة تتميز بتكاليفها بالانخفاض كلما كانت تستحوذ على كفاءة إنتاجية عالية مقارنة بمنافسيها ، مما يسمح لها ببناء مزايا تنافسية ، إلا أن تحقيق الكفاءة يقتضي التزام واسع النطاق على مستوى المؤسسة و القدرة على تحقيق تعاون وثيق بين الوظائف المختلفة .

الجودة : يقال عن المنتج والخدمة انه ذو جودة ، عندما يدرك المستهلكون انه ذو قيمة اكبر من صفات منتج معين ، مقارنة بنفس الصفات في منتجات منافسة ، فأى منتج هو مجموعة صفات ، كما يمكن أن نقول أن هناك منتجات ذو جودة عالية و أخرى قصيرة الجودة ، و نتيجة للتغيرات السريعة والتطورات المتعاقبة زاد اهتمام المؤسسة بتلبية رغبات المستهلكين و الحرص على رضاهم ن إذ لم يعد السعر المعامل المحرك لسلوك المستهلك بل أصبحت الجودة هي الاهتمام الأول و القيمة التي يسعى للحصول عليها و هذا ما اوجب على المؤسسات التي ترغب في البقاء في المنافسة أن تصنع منتجات بجودة عالية.

التجديد المستمر: يمثل احد أهم الأسس لبناء الميزة التنافسية ، فعلى المدى الطويل يمكن النظر إلى المنافسة باعتبارها عملية موجهة بواسطة التجديد ، يمكن تعريف التجديد على انه إي شيء جديد أو حديث يتعلق بطريقة إدارة المؤسسة أو المنتجات التي تنتجها أو الخدمات التي تقدمها.

الاستجابة لحاجات العميل : لتحقيق هذا العامل بشكل متفوق يتعين على المؤسسة أن تكون قادرة على أداء المهام بشكل أفضل مكن المنافسين في تحديد وإشباع احتياجات عملاءه وعند إذن سيولي العمالة قيمة اكبر لخدماتها أو منتجاتها ، مما يؤدي إلى خلق التميز القائم على المزايا التنافسية ، إن عملية تحسين جودة الخدمة أو المنتج يجب إن تتماشى مع تحقيق الاستجابة لحاجات العميل ، كما في حالة تطوير خدمات جديدة بمساهمات تقتر إليها الخدمات المتواجدة في المؤسسات الأخرى.

المبحث الثاني العلاقة بين نظام المعلومات والميزة التنافسية

أصبحت المعلومات تشكل مصدر بالنسبة للمؤسسات، فاستخدام نظم المعلومات يساعدها كثيرا في تحليل حالة المؤسسة التعرف نقاط قوتها وضعفها والعمل على التطوير من نفسها لبناء ميزة تنافسية تحسن من قدرتها التنافسية.

المطلب الأول: تأثير نظام المعلومات على التنافسية:

التأثير التنافسي لنظم المعلومات هو ذلك التأثير في قدرة المنافسين على التشغيل، هذه الطبقة من نظم المعلومات عادة ما تخلق تحالف مع العملاء، مثل هذا التحالف يجعل من الصعب على العملاء أو أن يتحولوا إلى المنافسين، أو يرفع التكلفة بالنسبة للمنافسين الجدد للدخول إلى السوق، ويساهم نظام المعلومات في تنافسية المؤسسة من خلال :¹

- **تطوير دورة حياة المنتج:** التصنع باستخدام الحاسب الآلي، و أيضا التصميم باستخدام الحاسب الآلي، يجعل من الممكن تطوير وتقديم منتجات جديدة، وتحسين المنتجات بسرعة، وبالتالي يمكن للمؤسسات، التغلب على المنافسين؛
- **دعم جودة المنتجات:** وذلك عن طريق توفير إمكانيات التشخيص المبكر للمشاكل، و الصيانة الوقائية بتوفير نماذج الاستبدال، و ذلك باستخدام الحاسبات الآلية، و أنظمة الذكاء الاصطناعي، فمثلا يمكن استخدام قواعد اتخاذ القرار، بالاعتماد على الحاسب الآلي، و التي تمكن من تخفيض الوقت المطلوب، و تزيد من دقة و صحة القرارات.
- **تدعيم البيع و قوة رجال البيع:** يمكن للمؤسسات أن تستخدم محطات الحاسب الآلي الطرفية، والقارئ الضوئي لرمز المنتجات و ذلك لمعرفة موقف المخزون، من الأصناف المختلفة، و تحديد نقطة إعادة الطلب في حالة انخفاض المخزون، كما يمكن لرجال البيع استخدام الحاسب الآلي، لنقل الأوامر ونقل المعلومات عن الأسعار، ومعلومات عن المنتجات، و مساعدة رجال البيع، للمشاركين في تطوير خطتهم، وخلق ولاء المستهلك للمؤسسة، وتوفير المعلومات لأنشطة المبيعات المستقبلية.
- **تخفيض تكلفة المكتب:** استخدام الوحدات الطرفية، ونظم الحاسبات، يمكن أن توفر في تكلفة المكاتب، و تخفيض وقت الأعمال الكتابية، لتطبيق التغير في الأسعار، وجمع وتحليل ملخصات المبيعات، واتخاذ قرارات التسعير فضلا عن تخفيض التكاليف، فإن هذه البيانات يمكن أن تعطى للمؤسسة من المبيعات إلى التصنيع والتوزيع، ويمكن تلخيص المبيعات و فقا للإقليم، أو حسب

¹ حسان بويغاية ، فعالية نظام المعلومات الاستراتيجية في ترشيد القرارات ودعم القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية ، جامعة مسيلة ، 2013-2014، ص 204.

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

تاريخ اليوم، أو الأسبوع، أو حسب العبوة، أو حسب الأسعار، وقد حول نظام نقاط البيع المؤسسة إلى معمل لبحوث التسويق، يغذي معلومات البيع لكل من أنشطة الإنتاج و أنشطة التوزيع.¹

- **إدخال الأتمتة على دورة الأوامر:** يمكن استخدام الحاسب الآلي لنقل البيانات الخاصة بأوامر الشراء، فمثلا يمكن في النظام البنكي ربط معلومات مباشرة لمراجعة منح الائتمان، بحيث يمكن لإدارة منح الائتمان مراجعة مواقف العملاء ، وإرسال المعلومات إلى محللين ماليين لمعالجة البيانات، و الإمداد بتقارير تفيد القرار الخاص بمنح الائتمان، و مثل هذا النظام قد يتم في حوالي عشرة دقائق، بحيث يمكن من اتخاذ قرار سريع.
- **إدارة المخزون وقنوات التوزيع:** يمكن عن طريق إدارة المخزون و قنوات التوزيع إضافة قيمة للمؤسسة، فيمكن لنظام مبني على الحاسب الآلي نقل المعلومات المتعلقة بحجم المخزون، و كذا القناة التوزيعية التي يطلبها أو المناسبة.
- **المطلب الثاني: تأثير نظام المعلومات على الصناعة:**

يقصد به التغيرات المستمرة في طريقة أداء المؤسسة في صناعة معينة، و هذا التأثير يشمل الصناعة ككل، و ليس فقط العلاقات بين منافسين معينين، أو أحد الموردين أو بعض المستهلكين أو العملاء، هذه التأثيرات تؤدي إلى إعادة تعريف المؤسسات، و الذي يأتي نتيجة لاندماج تكنولوجيا المعلومات مع المنتج أو الخدمات ، ويساهم نظام المعلومات في التأثير على صناعة المؤسسة من خلال:²

- **طبيعة المنتجات و الخدمات:** معظم المنتجات و الخدمات في عصر المنافسة لها مكونات مادية ومعلوماتية، قد تكون مفيدة في شراء أو استعمال أو إصلاح المنتجات، و المعلومات تدخل بصفة أساسية، في عملية المنتج أو الخدمة.

- **دورة حياة المنتج:** استخدام الأدوات المتحكم فيها بواسطة الحاسب الآلي، ومعدات التشغيل الإلكتروني، تستخدم لإضافة قيمة، قدرات، و طرق زيادة دورة حياة المنتجات، وذلك عن طريق توفير المرونة في المنتج، مثل إمكانية التحسين أو التصليح، أو التحديث، وكل هذه الأبعاد تزيد من فترة دورة حياة المنتج؛

- **المدى الجغرافي:** استخدام أجهزة الاتصال الآلي، جعلت توصيل المنتجات إقليميا و دوليا بكل سهولة وسرعة، كما يمكن لبعض البرامج التي تستخدم في مجال الشحن بالبريد أن تعرض المنتجات وتأخذ الأوامر و توزع المنتجات دون الحاجة إلى تأجير مساحة إضافية.

¹ المرجع نفسه ، ص 207

² عادل بن عطاء الله ، دور جودة نظم المعلومات في تحقيق تنافسية المؤسسة الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2019-2018، ص97

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

- اقتصاديات الحجم في الإنتاج: إن نظام الإنتاج المرن يجعل من الممكن اقتصاديا إنتاج منتجات في دفعات صغيرة، و يؤدي هذا بالتالي إلى أن الاحتفاظ بمخزون أقل، كما يساعد على التحول في الإنتاج من منتج إلى منتج آخر حسب الطلب، و سرعة الاستجابة لطلبات المستهلكين.

- تغير القيمة المضافة: من الممكن لنظم المعلومات أن تساعد المؤسسة في إضافة قيمة المنتجات بالتركيز على موضوعات جديدة أو إضافية.

- قوة مساومة الموردين: يمكن للمؤسسة مشاركة الموردين تبادل الأوامر آليا كما يمكن لها التحكم في الأسواق، عن طريق التحكم في الأسعار أو توفير المواد أو التسليم أو جودة المواد المشتراة.

- خلق مؤسسات جديدة: يمكن للمعلومات و تكنولوجيا المعلومات أن تساهم في خلق مؤسسات جديدة بجانب المتواجدة فعلا، فالمؤسسة التي تطور شبكة المعلومات لتحويل بياناتها قد تؤدي إلى إيجاد مؤسسات أو مجالات جديدة للاستثمار فيها.

المطلب الثالث: تأثير نظام المعلومات على قوى التنافس

تنشط المؤسسات في بيئة تتميز بالتغير المستمر، ومن ثم يكون من الضروري معرفة مكوناتها الرئيسية واتجاهاتها المستقبلية، حتى يمكن التأثير فيها وتحديد آثارها السلبية، فلم تعد المؤسسات تواجه منافسين ينشطون في نفس قطاع نشاطها فحسب، بل تعداه إلى قوى أخرى بمقدورها التأثير على مردودية القطاع، إيجابيا أو سلبيا، و تسمى هذه القوى بقوى التنافس، ويأتي دور نظم المعلومات من خلال البيانات التي يوفرها حول هذه القوى، وكذا التفاعل الذي يحدث، ويساهم نظام المعلومات في التأثير على قوى التنافسية المؤسسة من خلال :¹

أولا: تهديدات الداخلون الجدد:

يحمل الداخلون الجدد إلى القطاع قدرات جديدة، حيث تكون لديهم الرغبة في اقتحام السوق، بهذا يؤثرون على مردودية قطاع النشاط من خلال تخفيض أسعار العرض، أو ارتفاع تكاليف المؤسسات المتواجدة في القطاع، وتتجدد درجة خطورة الداخلين الجدد من خلال نوعية حواجز الدخول التي يفرضها قطاع النشاط، وبناءا على ذلك نجد ستة عوامل كبرى تمثل حواجز فيما يلي :

¹ المرجع نفسه، ص 98.

1- اقتصاديات الحجم .

2- تمييز المنتج.

3- الاحتياج إلى رأس المال .

4- تكاليف التبديل.

5- الوصول إلى قنوات التوزيع .

6- السياسة الحكومية.

ثانيا : المزاحمة بين المنافسين الحاليين :

تأخذ المزاحمة بين المنافسين النشطين في القطاع، أشكالا من المناورات للحيازة على موقع متميز في السوق، بالاعتماد على خطط مبنية على المنافسة، من خلال الأسعار والترويج وتحسين الخدمات والضمانات الملائمة للزبون، و يرجع إطلاق منتجات جديدة، و وجود المزاحمة إلى أن هناك عدد من المنافسين يشعرون بأنهم مدفوعين إلى تحسين موقعهم، والذين يرون إمكانية ذلك و للعمليات التي تعتمد عليها المؤسسات ضد المنافسة، أثارا مهمة على المنافسين، حيث تدفعهم إلى بذل الجهود للرد على هذه العمليات، وتوصف المزاحمة في بعض القطاعات بأنها قوية، بينما توصف في قطاعات أخرى على أنها هادئة، و تتجم المزاحمة الشديدة عن تضافر عدد من العوامل الهيكلية و المتمثلة فيما يلي :¹

1- عدد المنافسين في القطاع .

2- بطء نمو قطاع النشاط .

3- التكاليف الثابتة.

4- غياب التميز .

5- الرفع من الطاقة الإنتاجية .

6- منافسون مختلفون في التصور .

7- حواجز الخروج.

¹ المرجع نفسه، ص 99

ثالثا: تهديدات المنتجات البديلة:

تدخل المؤسسات في منافسة مع مؤسسات أخرى، تنتج منتجات بديلة، حيث تقلص هذه الأخيرة من المردودية المحتملة للقطاع، ويمكن التعرف على المنتجات البديلة من خلال البحث عن المنتجات التي بإمكانها تأدية نفس وظيفة منتج القطاع، وتتطلب هذه المهمة الكثير من البراعة، حتى يتم تفادي الابتعاد عن قطاع النشاط المستهدف، قد تكون وضعية القطاع إزاء المنتجات البديلة مرتبطة بعمليات جماعية من قبل القطاع، فمثلا إذا لم تتمكن عملية الترويج المعتمدة من قبل مؤسسة واحدة الحفاظ على وضعية القطاع إزاء المنتجات البديلة، فإن الترويج المكثف والمدعم من قبل مجمل مؤسسات القطاع قادر على تحسين الوضعية، و نفس الأمر ينطبق على مجالات التحسين الأخرى كالجودة، وجهود الاتصال، و المحاولات الرامية إلى ضمان انتشار، واسع للمنتج، أما المنتجات التي يجب أن تكون محل مراقبة هي تلك التي يتجه تطورها نحو تحسين العلاقة جودة/سعر، مقارنة بمنتج القطاع أو تلك المنتجات التي تصنع من قبل قطاعات حيث الربحية مرتفعة.

رابعا : قوة التفاوض لدى الزبائن :

يجتهد الزبائن لتخفيض أسعار القطاع والتفاوض بشأن خدمات جيدة، أو منتجات بأحسن جودة، و تكون هذه العملية على حساب مردودية القطاع، و ترتبط قوة المساومة لدى الزبائن في القطاع، بعدد من الخصائص المتعلقة بوضعيتهم في السوق، و كذا بالأهمية النسبية لمشترياتهم من القطاع ، وتتأثر قوة الزبائن التفاوضية بالعناصر التالية :

- حجم المشتريات من القطاع .
- منتجات القطاع .
- نمطية المنتجات.
- ضعف ربحية الزبائن .
- امتلاك الزبائن لمعلومات كاملة .

خامسا : قوة التفاوض دلى الموردين :

يحدث أن يهدد الموردون مؤسسات القطاع المشتري، إذا كان بمقدورهم رفع أعار المنتجات أو الخدمات، وتزداد قوة تفاوض الموردين إذا توفرت الشروط التالية:¹

- درجة تركيز الموردين مقارنة بالزبائن
- غياب المنتجات البديلة.
- القطاع المشتري لا يمثل زبونا مهما.
- يمثل المنتج وسيلة إنتاج مهمة للقطاع المشتري .
- تمييز المنتج أو جودة تكلفة التبديل.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة:

أصبحت المعلومات عنصرا جوهريا ومصدر قوة للمؤسسات ، لهذا تسعى المؤسسات إلى استخدام نظم معلومات تساعد على التأقلم والنجاح في هذه البيئة المتغيرة الصعبة ، وفي ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها ، ولهذا أصبح موضوع نظم المعلومات والميزة التنافسية من المواضيع المتجددة والتي تحظى بالعديد من الاهتمام من قبل الباحثين في دراستهما ، بغية الوصول إلى النتائج التي من شأنها تبين دورهما في المؤسسة ، وسوف نعرض لكم بعض الدراسات التي تناولت هذا الموضوعين .

المطلب الأول: الدراسات السابقة حول نظام المعلومات

الدراسة الأولى:

قام بها أولاد حسيني يوسف ، بوكرزازة كمال ، تحت عنوان نظام المعلومات الأرشيفية بالمديرية العامة لسوناطراك ، مقال علمي ، مجلة آفاق علمية ، المجلد13، العدد 04، سنة 2021.

هدفت الدراسة إلى وصف الإجراءات الأرشيفية التي تحيط بنظام المعلومات الأرشيفية بالمديرية العامة للمؤسسة الوطنية سوناطراك وتقديم ظروف الانتقال من نظام الأرشفة التقليدي إلى نظام الأرشفة الإلكترونية، انطلاقا من أساليب المقابلة والملاحظة ضمن نظام المعلومات الأرشيفية بالمديرية العامة لسوناطراك، التي شملت زيارة ثلاث محلات حفظ للوثائق الأرشيفية وثلاث مقابلات لمسيرى نظام المعلومات الأرشيفية .

تمثلت إشكالية الدراسة فيما يلي : ما هي التحولات التي طرأت على نظام المعلومات الأرشيفية بالمديرية العامة سوناطراك؟

¹ المرجع نفسه ، ص 100

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

من خلال الإشكالية التالية يمكن استقراء مجموعة من التساؤلات التي تتمثل في النقاط التالية:

ماذا يمثل نظام المعلومات الأرشيفية بالمديرية العامة سوناطراك؟

- فيما تتمثل الإجراءات التقليدية بنظام المعلومات الأرشيفية بالمديرية العامة سوناطراك؟ -

ما هي الظروف التي أدت إلى الانتقال نحو نظام المعلومات الأرشيفية الإلكترونية؟

في ما هي التحولات التي طرأت على نظام المعلومات الأرشيفية بالمديرية العامة سوناطراك؟

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعد من أنسب المناهج المناسبة لطبيعة موضوع الدراسة .

توصلت نتائج الدراسة أن العوامل التنظيمية لها تأثير كبير في قصور نظام المعلومات الأرشيفية، كما أن ظروف الانتقال الجزئي نحو نظام الأرشفة الإلكترونية لم يرافقه انتقال في الجانب الإجرائي لتسيير الوثائق الإلكترونية بين الهياكل، ولتأمين فعالية أكثر لهذا الانتقال في نظام المعلومات الأرشيفية فقد تم انطلاقاً من نتائج الدراسة تقديم مجموعة من الاقتراحات للمديرية العامة لسوناطراك.

الدراسة الثانية:

قام بها الشكير ايوب ، تحت عنوان **تقييم فعالية نظام المعلومات الموارد البشرية في الإدارة العمومية** ، دراسة حالة وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات ، مقال علمي ، مجلة ابن خلدون للإبداع والتنمية ، المجلد 03، العدد02، 2021.

هدفت الدراسة لتقييم فعالية نظام معلومات إدارة الموارد البشرية الحديث المستخدم في وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات.

انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية: ما مدى فعالية نظام معلومات إدارة الموارد البشرية الحديث المستخدم في وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات؟

وتندرج تحتها الأسئلة الفرعية التالية :

ما هو واقع نظام معلومات إدارة الموارد البشرية المستخدم في وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات؟

هل نظام معلومات إدارة الموارد البشرية الحديث المستخدم في وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات فعال؟

تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي ، ولتحقيق ذلك تم الاستعانة بالاستبيان كأداة لجمع البيانات من خلال توزيعه على عينة مسيرة من الموارد البشرية لهطا النظم في وزارة الصحة .

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

توصلت الدراسة الى أن نظام معلومات الموارد البشرية المطبق من قبل وزارة الصحة متوسط العالوية بسبب مشاكل في التطبيق.

الدراسة الثالثة :

قام بها شيخ عبد القادر ، خشعي عفاف ، تحت عنوان دور نظام المعلومات المحاسبية في تحسين الكشوفات المالية ، مقال علمي، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت ، المجد 02، العدد 02، ديسمبر 2021.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور نظام المعلومات المحاسبية في تحسين من جودة الكشوفات المالية ، ودوافع استخدام بما يدعم المؤسسة للوصول غلى أهدافها التي تحققها لها العديد من المزايا جراء تفعيل نظم المعلومات .

تمثلت إشكالية الدراسة في ما هو دور نظام المعلومات المحاسبية في تحسين من جودة الكشوفات المالية ؟
فرضيات الدراسة :

تساهم نظم المعلومات المحاسبية في تحسين من جودة الكشوفات المالية من خلال بعد الموثوقية .

تساهم نظم المعلومات المحاسبية في تحسين من جودة الكشوفات المالية من خلال بعد الملائمة.

تساهم نظم المعلومات المحاسبية في تحسين من جودة الكشوفات المالية من خلال بعد القابلية للفهم.

تم استخدام المنهج الوصفي الذي يناسب الوصف للجانب النظري لدارسة من خلال جمع مصادر من الكتب والمجلات والمقالات ..لوصف أدق متغيرات الدراسة .

توصلت الدراسة إلى أن نظم المعلومات المحاسبية يؤثر على جودة الكشوفات المالية ومصداقيتها ، وأهدافه تتمثل في تقدين انطباع جيد عن المؤسسة ومساعدة مستخدمي الكشوفات المالية على اتخاذ القرارات المناسبة .

المطلب الثاني: الدراسات السابقة حول الميزة التنافسية

الدراسة الأولى:

قام بها فالي ياسين ، شنوفي نور الدين ، تحت عنوان دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية ، مقال علمي ، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية ، المجد 04، العدد 01، 2019.

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

انطلق الدراسة من الإشكالية التالية : ما دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة في ظل الاقتصاد التنافسي ؟

هدفت الدراسة إلى تحديد مختلف الوظائف و الأنشطة التي تقوم بها إدارة الموارد البشرية لتنمية و تطوير الموارد البشرية في المؤسسة من أجل استغلال طاقاتها استغلالاً أمثل بما يتيح تحقيق أهداف كل من الموظفين و المؤسسة على حد سواء و محاولة التأكد من دور الكفاءات كأحد أهم عوامل التفوق في الاقتصاد الجديد وهل هي مسؤولة عن تحقيق الميزة التنافسية.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي من أجل دراسة إشكالية موضوع الدراسة ، وتحليل أبعادها وجوانبها ونتائجها .

توصلت الدراسة إلى أن إدارة الموارد البشرية تكتسب أهمية بالغة في تحقيق الميزة التنافسية، إذ أن المورد البشري يشكل أهم عنصر أو مورد من موارد المنظمة الذي يسهم في نجاح عمل المنظمات، لذلك يتطلب من المنظمات العمل على تكييف هذا المورد بما يتلاءم مع تحقيق الأهداف و إيجاد الإدارة الملائمة له لتحقيق مركز تنافسي جيد.

الدراسة الثانية:

قام بها محمد جلد ، عفر بوعروري ، تحت عنوان ، أهمية إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة الرياضية ، مقال علمي ، مجلة العلوم الإنسانية ، المجلد 21، العدد02، 2021.

هدفت الدراسة إلى إبراز الدور الذي يلعبه مدراء الموارد البشرية في المؤسسات الرياضية من أجل تجسيد بعض الدعائم التقنية والتنظيمية ، وكذلك وضع كفاءات متخصصة تستطيع أن تضمن الميزة التنافسية في المؤسسات الرياضية ، هذه الأطارات التي لا بد ليا أن تحمل الكفاءة والرؤية المستقبلية وفق استراتيجية واضحة لإدارة الموارد البشرية.

تمحورت إشكالية الدراسة حول فيما تتمثل أهمية ادارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات؟ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال الاعتماد على مختلف المصادر من كتب ومجلات ومذكرات وأطروحات ..إلخ .

توصلت الدراسة إلى إن إدارة الجودة الشاملة والتسويق الرياضي تعتبر البوابة التي بإمكانها أن تحدث تغييرا جذريا في الثقافة التنظيمية داخل المنشأة وتحولها من الأسلوب الإداري التقليدي للأسلوب الحديث الذي يسعى إلى تحقيق مستوى جودة عالية للمنتج أو الخدمة.

الدراسة الثالثة:

قام بها كل من صديقي حياة ، حمو نادية ، تحت عنوان دور الذكاء التنافسي في تحقيق الميزة التنافسية ، دراسة حالة بنوك الجزائرية ، مقال علمي ، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة ، المجلد 04 ، العدد 1 ، 2022.

تبرز مشكلة الدراسة في : كيف يمكن أن يؤثر الذكاء التنافسي على الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية؟

وعلى ضوء هذه الإشكالية تم طرح الأسئلة الفرية التالية:

ما مستوى ممارسة الذكاء التنافسي في البنوك الجزائرية ؟

هل توجد علاقة للذكاء التنافسي مع الميزة التنافسية ؟

هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي على الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية ؟

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر الذكاء التنافسي بأبعاده (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) في تعزيز الميزة التنافسية بأبعادها (الجودة، الكفاءة، الإبداع، الاستجابة) بالتطبيق على البنوك الجزائرية في ولاية معسكر .

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعتمد على تحليل مفهوم الذكاء التنافسي بأبعاده ، وواقع البنوك الجزائرية لإمكانية تطبيقه لتحقيق الميزة التنافسية .والمنهج التحليلي في عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها واختبار علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة للوصول إلى النتائج المطلوبة .

توصلت الدراسة إلى أن مستوى تطبيق الذكاء التنافسي والميزة التنافسية كان متوسطا بشكل عام ، وأن هناك علاقة ارتباط موجبة بين كل من الذكاء التنافسي وأبعاد الميزة التنافسية ، كما أكدت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي على تحقيق الميزة التنافسية بالبنوك محل الدراسة .

المطلب الثالث: القيمة المضافة للدراسة

أولاً: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

بغرض الكشف عن أهم أوجه التشابه والاختلاف في الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

الجدول رقم (01-01) : أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية :

دراسة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
أولاد حسيني يوسف بوكرزاة كمال	المتغير مستقل نظام المعلومات	هدفت الدراسة إلى وصف الإجراءات الأرشيفية التي تحيط بنظام المعلومات الأرشيفية بالمديرية العامة للمؤسسة الوطنية سوناطراك وتقديم ظروف الانتقال من نظام الأرشفة التقليدي إلى نظام الأرشفة الإلكترونية.
الشكير ايوب	المتغير مستقل نظام المعلومات	هدفت الدراسة لتقييم فعالية نظام معلومات إدارة الموارد البشرية حديث المستخدم في وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات.
شيخ عبد القادر خشعي عفاف	المتغير مستقل نظام المعلومات	هدفت الدراسة إلى التعرف على دور نظام المعلومات المحاسبية في تحسين من جودة الكشوفات المالية ، ودوافع استخدام بما يدعم المؤسسة للوصول غلى أهدافها التي تحققها لها العديد من المزايا جراء تفعيل نظم المعلومات .
فالي ياسين شنوفي نور الدين	المتغير تابع الميزة التنافسية	هدفت الدراسة إلى تحديد مختلف الوظائف و الأنشطة التي تقوم بها إدارة الموارد البشرية لتنمية و تطوير الموارد البشرية في المؤسسة من أجل استغلال طاقاتها استغلالا أمثل بما يتيح تحقيق أهداف كل من الموظفين و المؤسسة على حد سواء
محمد جلد عفر بوعروري	المتغير تابع الميزة التنافسية	هدفت الدراسة إلى إبراز الدور الذي يلعبه مدراء الموارد البشرية في المؤسسات الرياضية من أجل تجسيد بعض الدعائم التقنية والتنظيمية، وكذلك وضع كفاءات متخصصة تستطيع أن تضمن الميزة التنافسية في المؤسسات الرياضية ، هذه الإطارات التي لا بد ليا أن تحمل الكفاءة والرؤية المستقبلية وفق استراتيجية واضحة لإدارة الموارد البشرية.
صديقي حياة حمو نادية	المتغير تابع الميزة التنافسية	هدفت الدراسة إلى اختبار أثر الذكاء التنافسي بأبعاده (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) في تعزيز الميزة التنافسية بأبعادها (الجودة، الكفاءة، الإبداع، الاستجابة) بالتطبيق على البنوك الجزائرية في ولاية معسكر

المصدر : من إعداد الطلبة

الفصل الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية

ثانيا : أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

مكنتنا الدراسات السابقة من الاستفادة منها في العديد من الجوانب منها:

- ساعدت في إعطاء صورة أولية ونظرة شاملة وكاملة لموضوع الدراسة مما سهل على الباحث في الانطلاق في الدراسة الحالية،
- المساعدة على الاطلاع على الأساليب والأداة الإحصائية المستخدمة في الدراسة السابقة مما ساعد الباحث على تحديد الأداة المناسبة لاختيار صحة فرضيات الدراسة الحالية،
- لاستفادة من المراجع الهامة للبحث مما يوفر على الباحث الكثير من الجهد والوقت.

ثالثا : القيمة المضافة :

تتميز الدراسة عن الدراسات السابقة لكونها اهتمت بموضوع نظام المعلومات ودوره في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الجزائرية ، وما نلاحظه أن جل الدراسات درست أثر متغير نظام المعلومات والميزة التنافسية مع متغيرات أخرى ، وعليه ستركز دراستنا على دراسة دور نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الجزائرية .

خلاصة الفصل :

إن التغيرات التي تحدث في هذا العصر تفرض على المؤسسات إيجاد سبل لتضمن قدرتها على البقاء والاستمرارية ، فالعالم الآن بتميز بعصر المعرفة وبالتالي على المؤسسات إتباع نظم معلومات تجعلها في موقع قوة بالنسبة لمنافسيها ، فنظم المعلومات تساعد على فهم حالتها وبالتالي يسهل عليها معرفة نقاط قوتها وضعفها مقارنة بالمنافسين ، فالبيئة التنافسية تمارس ضغوطات على المؤسسة لجعلها تكتسب ميزة تنافسية تجعلها أكثر قدرة المنافسة ، لتضمن بقاءها واستمراريتها ، فنظم المعلومات من بين العوامل التي تستند عليها المؤسسات في بناء ميزة تنافسية تجعلها أكثر قدرة على المنافسة في ظل المنافسة الشديدة .

الفصل الثاني :

أثر نظام المعلومات في تحقيق

الميزة التنافسية في بيئة وريث

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

مقدمة الفصل:

بعدها تناولنا في الجانب النظري إلى الإطار النظري لنظام المعلومات والميزة التنافسية وكذلك تقديم عرض لبعض الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع دراستنا، وإجراء مقارنة بينها وبين دراستنا، ومن أجل إسقاط الجانب النظري على التطبيقي نجد من الضروري أن نقوم بدراسة ميدانية لتحديد أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس -بئر ولد خليفة-، وكذا دراسة المؤسسة بغية استخلاص نتائج دقيقة توضح لنا الحقائق ولأجل ذلك سنتطرق فيه إلى استمارة استبتيانية وتحليلها بعد تفسير النتائج وسوف نتطرق في هذا الفصل إلى ما يلي :

المبحث الأول : تقديم عام لملبنة ونيس -بئر ولد خليفة-

المبحث الثاني : الإطار المنهجي للدراسة الميدانية وعرض وتحليل نتائج الدراسة.

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

المبحث الأول : تقديم عام لملبنة ونيس -بئر ولد خليفة-

المطلب الأول :تعريف لمبنة ونيس .

ملبنة ونيس هي مؤسسة اقتصادية ذات طابع إنتاجي اختص في إنتاج الحليب و مشتقاته، شركة ذات الشخص الوحيد لصاحبها مراد بوزكريني، ذات رأس مال 258 600 000.00 دج و تتربع على مساحة تقدر ب:9600م² وهي تابعة للقطاع الخاص و حسب الاتجاه الذي يأخذه الاقتصاد الوطني خاصة المؤسسات الإنتاجية موقعها. تقع ملبنة ونيس بأولاد سليمان ببئر ولد خليفة ولاية عين الدفلى، وهي تبعد عن مقر البلدية بحوالي 4 كلم وهي تتوسط بين بلديتي بئر ولد خليفة و خميس مليانة.

تم تخطيط المشروع في 09 ديسمبر 1999 و تم إنجاز هذا المشروع في 18 جوان 2002 و تم تمويل الملبنة بالآلات و التجهيزات خاصة بعملية الإنتاج و التخزين من طرف الشركة الفرنسية alpes industries services.

و في نفس التاريخ أي 18 جوان 2002 انطلقت عملية الأشغال و شرعت في إنتاج و في هذه الحالة عرض منتجاتها على المستهلك تتعامل الملبنة مع عدة ولايات و هي: عين الدفلى، شلف، غليزان، تيسمسيلت الحليب المدعم كيس 1 لتر

و باقي المنتجات المتعلقة بمشتقات الحليب العصائر و الأجبان في مختلف ولايات الجزائر .

المطلب الثاني : إمكانيات الملبنة و قدرتها الإنتاجية:

(1) الإمكانيات الوحدة:

أ - الإمكانيات المادية:

تبلغ المساحة الإجمالية لملبنة ونيس 9600 م²، منها 1380 م² مبنية و 8820 م² غير مبنية ، و أهم الهياكل و المنشآت للملبنة هي:

- مخبر مجهزة بأحدث التجهيزات.
- محطة لتصفية المياه الملوثة للحفاظ على البيئة.
- محطة لنزع الأملاح من المياه.
- مولد كهربائي من النوع الكبير.
- ورشة إنتاج الحليب و مشتقاته بكامل تجهيزاتها و معداتها.
- ورشة إنتاج الأجبان جبن ذو عجينة لينة بكامل تجهيزاتها و معداتها
- ورشة إنتاج مشتقات الحليب بكامل تجهيزاتها و معداتها

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

- مخازن الحفظ و التبريد.

ب-الإمكانات المالية:

يتم تقسيم الإمكانيات المالية لملبنة ونيس على النحو التالي:

- 1- قرض من (CPA) القرض الشعبي الوطني.
- 2- مساهمة شخصية لصاحب الملبنة.
- 3- تحصلت الملبنة عن قرض من "القرض الشعبي الجزائري" و الذي يمول من طرف بنك فرنسي
Agence française de ligne de crédit développement
(spécialisée en agroalimentaire)

ج-الإمكانات البشرية:

توفر الملبنة على إمكانيات بشرية، من يد عاملة فنية و أخرى بسيطة و عدد العمال يقدر بـ: 119 عامل و الجدولين الآتيين يوضحان عدد العمال في الملبنة و توزيعهم حسب المستوى و كذا حسب المناطق.

جدول يوضح عدد العمال حسب المستوى، جدول رقم (1)

درجة العمال	الإطارات العليا	الإطارات	تقنيين	المنفذون
العدد	6	09	28	76

احصائيات شهر أفريل 2022 (2022/04/18 على الساعة 10.38مصلحة المستخدمين)

(1) القدرات الإنتاجية:

إن ملبنة ونيس و إمكانياتها التي سبق ذكرها لها قدرة إنتاجية جيدة، حيث تلبي حاجيات عدة أسواق داخل و خارج الولاية:

فيما يخص الإنتاج الأكياس:

5 آلات كل واحدة تنتج 2500 ل/سا

- حليب مبستر كيس 1 لتر 45 ألف لتر يوميا
- حليب البقر مبستر كيس 1 لتر 5 آلاف لتر يوميا
- لبن مبستر كيس 1 لتر 15 ألف - 20 ألف يوميا يخضع للعرض من طرف الزبائن
- رائب مبستر كيس 1 لتر 15 ألف - 20 ألف يوميا يخضع للعرض من طرف الزبائن .

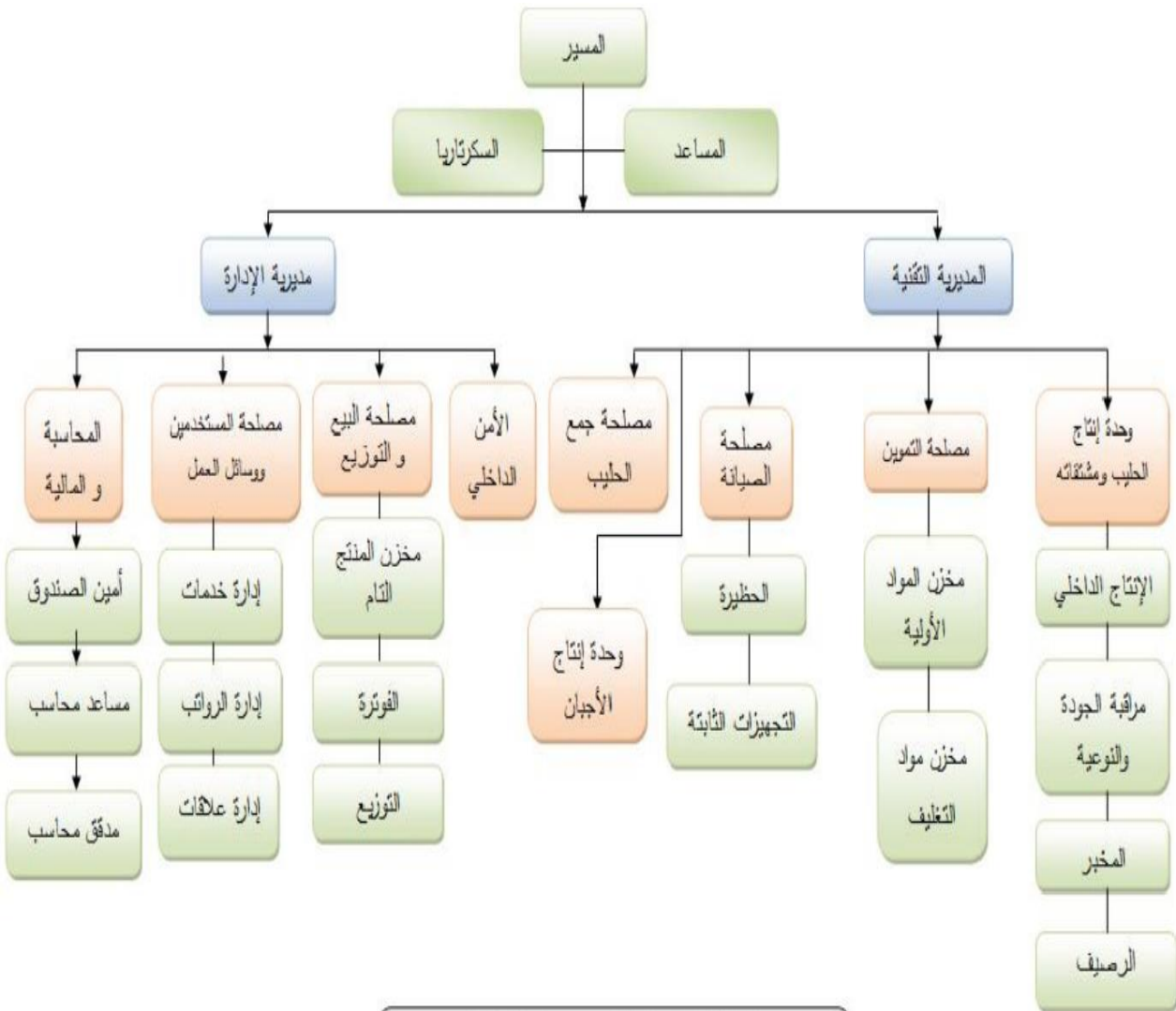
الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

- عصير (شاربات) مبستر كيس 1 لتر 15 ألف لتر يوميا

فيما يخص القارورات هناك آلتين:

- الأولى تنتج 3000 وحدة/ سا.
- الثانية تنتج 6000 وحدة/ سا.
- جبن ذو عجينة لينة 5000 لتر يوميا

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لمؤسسة ونيس



الهيكل التنظيمي لمبنة ونيس-بيئر ولد خليفة

المصدر : بالاعتماد على معلومات من إدارة الموارد البشرية.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

شرح الهيكل التنظيمي:

- 1) قسم التموين: حيث يوجد بها حسب الرتبة
 - رئيس مصلحة: المسؤول عن التوقعات و إعطاء التوجيهات
 - رئيس مخزن رئيسي: يقوم بتوزيع الأعمال
 - أمين مخزن: المكلف بالمتابعة اليومية
 - عاملين

حيث يقومون بالأعمال التالية:

يقوم قسم التموين بالتعامل مع الشركات الأجنبية و الوطنية

- مثال: يجب اختيار ممولين لتقادي وقوع أي حالة من حالات العجز ويكون الاختيار على أساسين:
- السعر: يكون منخفض أو مرتفع أو متوسط أحيانا حسب جودة المواد الأولية المستعملة.
 - النوعية: و تكون الجودة في المادة الأولية (اختيار الجودة العالية).

مراحل هذا القسم:

- مرحلة شراء المواد الأولية: حسب مواصفات المادة المقصودة استعمالها و على هذا الأساس تختار المادة المشرية.
- فاتورة الطلب: يكون حسب مواصفات المادة المطلوبة على الشراء.
- فاتورة الشراء الصحيحة لهذا الطلب.

الفاتورة النهائية:

- السيولة النقدية؛
- شيك بنكي (صك بنكي)؛
- تحويل من حساب المؤسسة إلى حساب الممول؛
- أما بالنسبة إلى نقل البضاعة أو المواد الأولية تكون حسب التقاهم القائم بني الممول و المؤسسة.

و بعد ذلك تحول المادة الأولية إلى المخازن مصحوبة ببطاقة التخزين و تستعمل ملبنة ونيس طريقة ما دخل أولا خرج اولاً (FIFO) لان المواد الموجودة هي مواد استهلاكية لا تتحمل التخزين بسبب فسادها بسرعة و لا تتحمل مدة طويلة في التخزين، و تقوم هذه الأخيرة بتموين الورشات بالمادة الخام و كذلك بتجهيزات الإنتاج و توفير متطلبات المؤسسة و كذلك وفق الاحتياجات المطلوبة.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

(2) مصلحة جمع الحليب: حيث يوجد بها حسب الرتبة:

- رئيس مصلحة؛
- عون إداري.

يقومون بالأعمال التالية:

- عقد اتفاقيات لسنة واحدة قابلة للتجديد مع الممونين "جامعي الحليب" و الفلاحين "مربي الأبقار"؛ هذا العقد يربط بين الديوان الوطني المهني للحليب و الملبنة و مديرية المصالح الفلاحية

حيث يبلغ عددهم على النحو التالي:

- مربي الأبقار: 75 فلاح يملكون 1363 بقرة؛
- الممونين: 12 ممون.

(3) قسم الإنتاج: حيث يتكون هذا القسم من:

- رئيس قسم: يسير فوجين

- فوج الرصيف: يحتوي على 8 عمال
- فوج الإنتاج: يحتوي 35 عامل منهم 15 عامل موزعين على 24 ساعة يشرفون على آلات تعبئة الأكياس اما فيما يخص ورشة تعبئة العلب (800غ، 400غ، 380غ، 100غ) والقار ورات بها من 8 إلى 15 عامل

بالإضافة إليهم يوجد 4 منظمين و 6 مهندسين 3 منهم لمراقبة الجودة و النوعية و 3 الباقون لمراقبة كافة مراحل الانتاج.

(4) مصلحة البيع و التوزيع:

حيث يشرف عليها 3 موظفين رئيس مصلحة و عونين تجاريين يسيران ما يلي:

- 5 أمناء مخزن
- 5 موزعين
- 7 سائقين شاحنة

أما في ما يخص الزبائن يتم التعامل معهم كما يلي:

- ارسال طلبات عبر الفاكس او البريد الالكتروني، الهاتف او مباشرة.
- المصلحة تكون مسئولة على المنتج عند دخوله عرف التبريد.
- تقديم تقرير حول كمية المبيعات الى مديرية التجارة.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

- القيام بالإشهار .

حيث تقوم هذه المصلحة بالتسويق للمنتج تمهيدا لفتح قسم للتسويق

(5) مصلحة المحاسبة و المالية: حيث أن بها:

- رئيس مصلحة.
- أمين الصندوق
- عون أمين الصندوق.
- عون مراقبة التسيير.

اما خارجيا تتعامل مع محافظ الحسابات.

تقوم هذه المصلحة بالعمليات التالية:

1- الحساب البنكي للإيرادات: في هذه المرحلة يقوم باستلام الإيرادات من البيع ثم تحويلها إلى الحسابات الموجودة في البنك المتعامل معه (قرض الشعبي CPA).

2- الصندوق:

- خاصب المصاريف المختلفة داخل المؤسسة
- شراء البضائع
- دفع أجور العمال نقدا

3- مصلحة المحاسبة: و تقوم هذه المصلحة بالعمليات التالية:

- السهر على مطابقة الوثائق المحاسبية
- السهر على مسك سجلات البنوك و الخزينة
- التسجيل المحاسبي و القيام بالجرد و المراقبة البنكية

(6) قسم الصيانة:

يحتوي على 8 عمال :

- رئيس ورشة
- عون كهرباء معمارية
- عون إلكترو تقني و أوتوماتيكي
- عون كهرباء صناعية و عون كهرباء ميكانيكية
- لحام
- 02 ميكانيكيين.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

(7) مصلحة الامن و الوقاية:

بها 4 عمال يعملون بالتناوب من اجل:

- السهر على ممتلكات الوحدة
- السهر على حماية عمال الوحدة
- أمن المؤسسة من الحريق او ما شبه

(8) مصلحة المستخدمين:

تشرف هذه المصلحة على الحياة المهنية لـ119 عاملطة مدة عملهم بالوحدة حيث تقوم بتسيير الملفات الإدارية للعمال بصفة عامة و تقوم على وجه الخصوص بـ:

- إحصاء المناصب الشاغرة و العمل على إيجاد الشخص المناسب لها لما تقتاضيه الميزانية سواء كان ذلك بالتوظيف الداخلي أو الخارجي؛
- مسك السجلات أهمها:

1- سجل الوقاية و الأمن و طب العمل.

2- سجل إنذار مفتشية الشغل.

3- سجل العطل السنوية.

4- سجل الموارد البشرية.

5- سجل أجور العمال.

6- سجل عقود العمل.

7- سجل حوادث العمل.

8- سجل التأمين الشامل.

متابعة المسار المهني للموظف من بداية إلى نهاية التوظيف

تسيير ملفات المستخدمين حسب الآتي:

• إنجاز قرارات التربص للموظفين المعينين الجدد .

• إنجازات قرارات الترسيم.

• إنجاز مقررات الترقية في الدرجة.

• إنجاز قرارات العطل المرضية الطويلة المدى.

• إنجاز قرارات العطل السنوية.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

- إنجاز مقررات التكفل، الشطب، الانتداب، الإحالة على الاستيداع .
- الإجازات و العقوبات.
- إنجاز القوائم الإسمية لجميع المستخدمين موقوفة إلى غاية :31 ديسمبر من كل سنة. ملفات التقاعد على مستوى الصندوق.
- إنجاز حصيلة الشغل للموظفين.
- استقبال البريد ودراسته والرد على ما يستوجب ذلك.
- تحضير ملفات المستخدمين المحالين على التقاعد بالتنسيق مع صندوق التقاعد و المعاشات.
- التكفل بمتابعة مختلف القضايا محل المنازعات.
- التكفل بإعداد ومتابعة ملفات المستخدمين المحالين على مجالس التأديب.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

المبحث الثاني : الإطار المنهجي للدراسة الميدانية وعرض وتحليل نتائج الدراسة

من أجل تشخيص موضوع الدراسة قمنا بتحديد مجتمع الدراسة، المنهج بالإضافة إلى أسلوب جمع البيانات على النحو التالي .

المطلب الأول : الإطار المنهجي للدراسة

الفرع الأول : منهجية الدراسة المتبعة

1- فرضيات الدراسة الميدانية :

من أجل التعرف على أثر نظام المعلومات على الميزة التنافسية تم طرح الفرضيات التالية :

البيان	الإستمارات الموزعة	الإستمارات الملقى	الإستمارات الصالحة
--------	--------------------	-------------------	--------------------

- الفرضية الفرعية الأولى: هل توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات وتقليل الكلفة في المؤسسة.

- الفرضية الفرعية الثانية: هل توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات والجودة في المؤسسة.

- الفرضية الفرعية الثالثة: هل توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات والتميز في المؤسسة.

الفرع الثاني: حدود الدراسة

لقد سبق وأن أشرنا في مقدمة الدراسة أن هذه الدراسة تمت وفقاً للحدود التالية:

- حدود موضوعية : تناولت هذه الدراسة موضوع دور نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.
- حدود مكانية : اقتصرت الدراسة الحالية على ملبنة ونيس-بئر ولد خليفة-
- حدود بشرية :اقتصرت هذه الدراسة على عمال ملبنة ونيس-بئر ولد خليفة-
- حدود زمنية : تمتد هذه الدراسة من 02 / 01 / 2022 إلى غاية 30 / 03 / 2022 .

الفرع الثالث : مجتمع، عينة، متغيرات الدراسة و أدوات الدراسة

1-مجتمع الدراسة : يتكون مجتمع الدراسة الذي شملته الدراسة الميدانية من كافة عمال ملبنة ونيس-بئر ولد خليفة-

2-عينة الدراسة : تم إجراء الدراسة على عينة عشوائية من عمال ملبنة ونيس-بئر ولد خليفة- بسبب ارتفاع التكلفة والوقت والجهد، حيث تم توزيع 60 استمارة وهذا ما سنوضحه في الجدول الموالي:

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

العدد	60	0	50
النسبة	%100	%0	%100

جدول رقم (01-02) : عدد الاستثمارات الموزعة و المستوردة

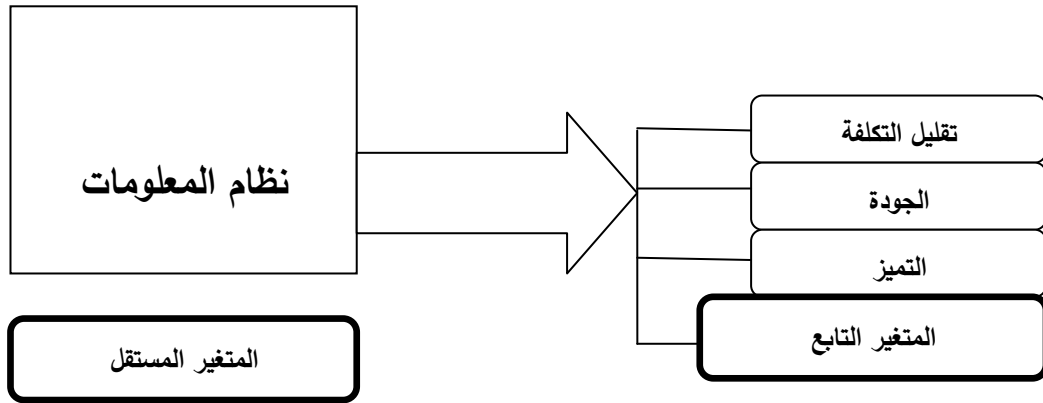
المصدر: من إعداد الطلبة

3- متغيرات الدراسة: تشمل دراستنا على متغيرين هما كالتالي:

أ- المتغير المستقل: يتمثل في نظام المعلومات.

ب- المتغير التابع : يتمثل في الميزة التنافسية .

شكل رقم (01-02) : نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطلبة

1- أدوات الدراسة : لقد اعتمدنا في دراستنا على المسح الميداني للعينة المستهدفة وهي عمال مؤسسة

ملبنة ونيس-بئر ولد خليفة-.

وقد كانت الأداة المستخدمة الرئيسية للمسح هي استمارة استبيان، حيث قمنا بتصميمها بالاعتماد على

الدراسة السابقة حيث قسمناه إلى جزئيين وهما كالتالي :

الجزء الأول : والذي قسمناه بدوره إلى قسمين :

القسم الأول : عبارة عن البيانات الشخصية والتي شملت : النوع الاجتماعي ، الفئة العمرية، المؤهل العلمي

، الخبرة.

أما القسم الثاني فكان يحتوي على البيانات الأساسية والتي تمثلت في 22 سؤال كانت متعلقة ما بين أسئلة

حول نظام المعلومات والميزة التنافسية وقد احتوى الجزء الثاني على محورين :

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

المحور الأول وهو عبارة عن مؤشرات تخص نظام المعلومات تتضمن 10 سؤال .

المحور الثاني احتوى على أسئلة تخص الميزة التنافسية تضمن 12 سؤال .

اختبار ثبات أداة الدراسة (معامل الثبات ألفا كرونباخ) :

يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي نفس النتيجة لو تم توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أي الاستقرار في النتائج وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة . وقد تحققنا من ثبات استبيان هذه الدراسة من خلال استعمال معامل ألفا كرونباخ.

جدول رقم (02-02) : معامل ثبات الاستبيان

معايير الثبات	عدد العبارات	معايير الاستبيان
0.954	10	نظام المعلومات
0.961	12	الميزة التنافسية
0.979	22	الاستبيان ككل

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS 25.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للاستبيان ككل يساوي 0.976 أي بنسبة 97.6% وهي تعتبر نسبة مرتفعة تقترب من الواحد، وهي مقبولة لأنها أكبر من 60%، كما نلاحظ قيمة ألفا كرونباخ لمحور نظام المعلومات 0.954 أي بنسبة 95.6%، وبالنسبة لمعامل الثبات لمحور الميزة التنافسية 0.961 أي بنسبة 96.1%، مما يوضح لنا أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات بالنسبة لعبارات الاستبيان، وهذا ما يدل على أنه هناك درجة عالية من المصادقية في الإجابات.

الفرع الرابع : الأساليب الإحصائية المستخدمة

من أجل التحليل قمنا باستعمال برنامج وذلك لتفريغ وترميز الإجابات، وكذا التحليل الإحصائي للبيانات ومن خلاله اعتمدنا على الأساليب الإحصائية التالية :

- معامل الثبات ألفا كرونباخ من أجل قياس درجة مصادقية الإجابات في فقرات الاستبيان .
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكذلك التباين من أجل الكشف على اتجاه أفراد العينة اتجاه الأسئلة.
- اختبار (test-2Tailed t) من أجل اختبار فرضيات الدراسة الميدانية.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

• المطلب الثاني : عرض وتحليل نتائج الدراسة

سنقوم من خلال هذا المطلب بتحليل نتائج الدراسة الميدانية، حيث سنقوم بعرض خصائص العينة المدروسة، وكذا عرض نتائج الدراسة، كما سيشمل هذا المطلب على اختبار الفرضيات وبالتالي التعرف على العلاقة الموجودة بين نظام المعلومات و الميزة التنافسية لدى عمال ملبنة ونيس-بئر ولد خليفة-

أولاً: تحليل المعلومات الشخصية.

لقد تم توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة العملية، كما يلي:

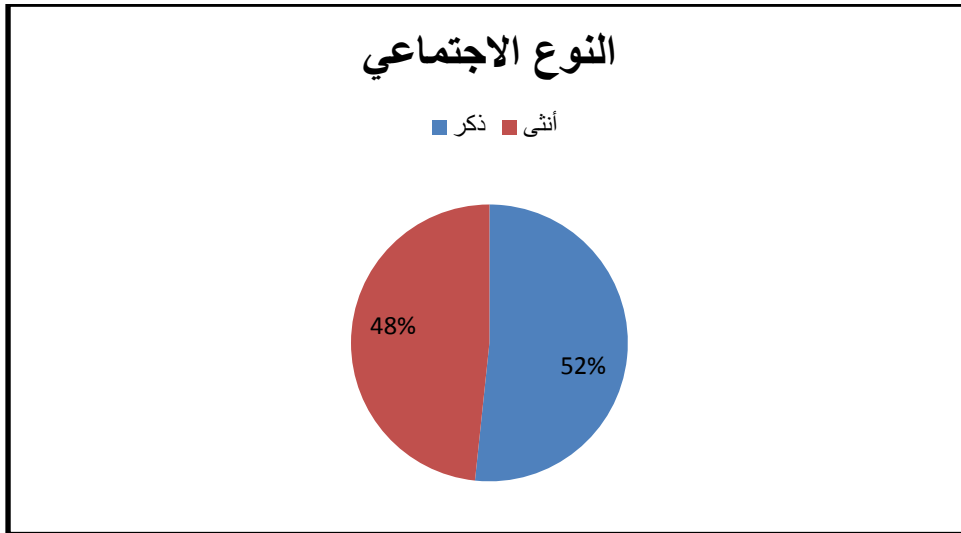
1-النوع الاجتماعي: من مجموع 60 استمارة معالجة تم الحصول على النتائج التالية:

الجدول رقم(02-03) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
النوع الاجتماعي	ذكر	31	52%
	أنثى	29	48%
	المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS 25.

الشكل رقم (02-02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي



المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS 25.

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 52% من أفراد العينة هم ذكور في حين مثلت نسبة 48% نسبة الإناث، ونستنتج أن المؤسسة تساوي بين الجنسين في عملية التوظيف.

2-السن: من مجموع 60 استمارة معالجة تم الحصول على النتائج التالية

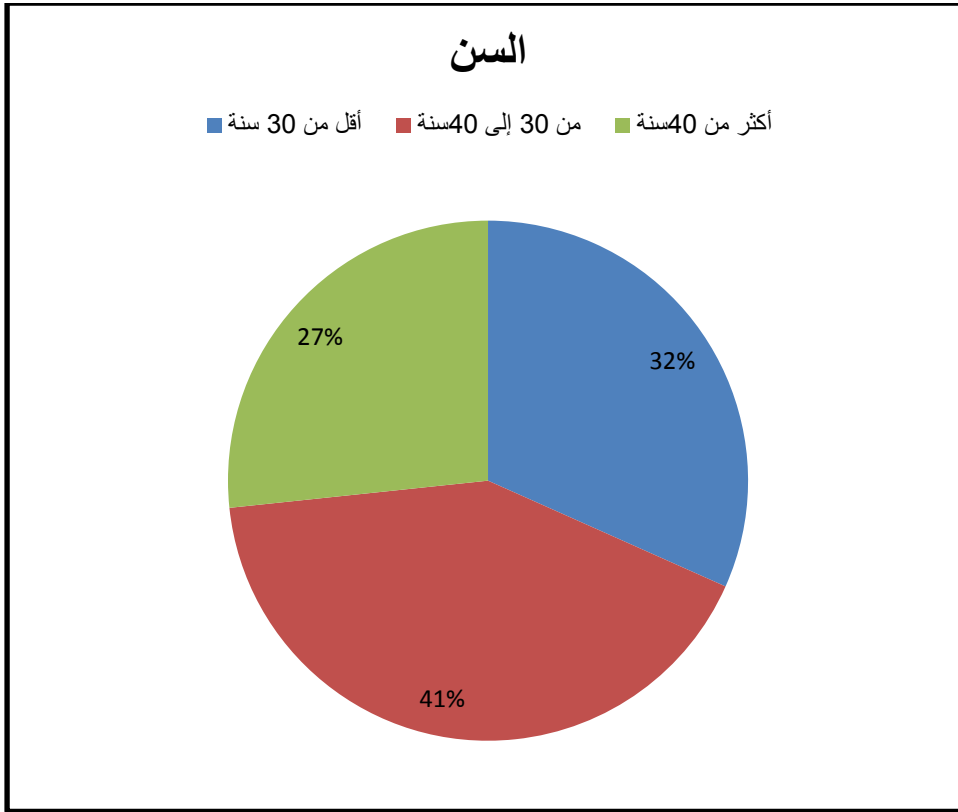
الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

الجدول رقم (02-04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
السن	أقل من 30 سنة	19	32%
	من 30 إلى 40 سنة	25	42%
	أكثر من 40 سنة	16	26%
	المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS 25.

الشكل رقم (02-03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS 25.

من خلال الجدول يتبين لنا أن أفراد العينة موزعون بنسبة 42% لفئة التي يتراوح عمرها من 30 إلى 40 سنة ، ثم تليها الفئة التي عمرها أقل من 30 سنة بنسبة 32%، ثم تليها فئة التي عمرها أكثر من 40 سنة بنسبة 26% ، و منه يمكن أن نستنتج أن المؤسسة تمتلك عاملين أغلبهم في سن الشباب لديهم القدرة على العمل بقدرة عالية .

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

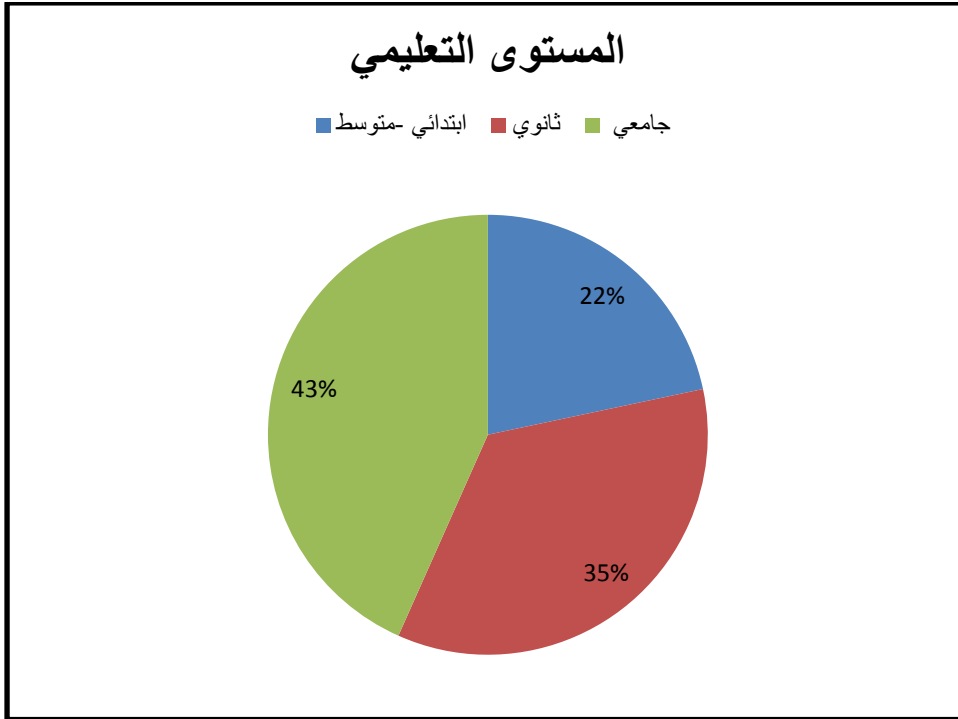
3-المؤهل العلمي: من مجموع 60استمارة معالجة تم الحصول على النتائج التالية:

الجدول رقم (02-05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
المؤهل العلمي	ابتدائي -متوسط	13	22%
	ثانوي	21	35%
	جامعي	26	56%
	المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

الشكل رقم (02-04) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

من خلال الجدول نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لأصحاب مستوى جامعي بنسبة 56 % ، ثم تليها فئة أصحاب المستوى ثانوي بنسبة 35%، ثم تأتي فئة أصحاب المستوى التعليمي ابتدائي ومتوسط بنسبة 22%، ويمكن أن نقول أن المؤسسة تحتاج لعمال ذوي مستوى علمي عالي يكون في مستوى المهام المولكة إليهم.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

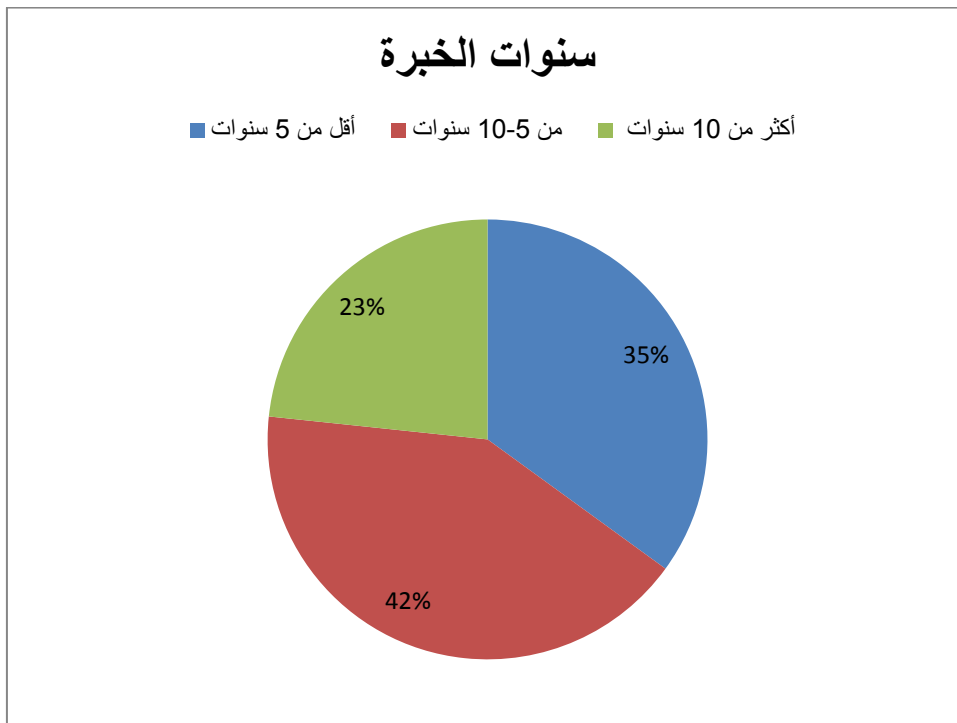
4-الخبرة العملية: من مجموع 60استمارة معالجة تم الحصول على النتائج التالية:

الجدول رقم (02-06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة العملية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
الخبرة العملية	أقل من 5 سنوات	21	35%
	من 5-10 سنوات	25	42%
	أكثر من 10 سنوات	14	23%
	المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS 25.

الشكل رقم(02-05) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مستوى الخبرة العملية



المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS 25.

من خلال الجدول نلاحظ أن الفئة ذات النسبة الأعلى هي الفئة التي لها خبرة من 5 إلى 10 سنوات بنسبة 42%، ثم تليها فئة أصحاب الخبرة القصيرة الأقل من 5 سنوات بنسبة 35%، ثم تليها فئة أصحاب الخبرة الطويلة الأكثر من 10 سنوات بنسبة 23%، ويمكن أن نلاحظ أن المؤسسة تملك موظفين ذو خبرة جيدة تساعدهم على أداءهم بشكل جيد .

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

ثانيا : تحليل محاور الاستبانة

المحور الأول: نظام المعلومات

الجدول رقم (02-07): توزيع إجابات أفراد العينة حسب المحور الأول

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرقم
1.28	3.25	تعتبر المعلومات مصدر أساسيا في دعم عملية اتخاذ القرارات في المؤسسة	01
1.35	3.36	يساهم الموظفون في تصميم وتطوير نظم المعلومات في المؤسسة	02
0.97	4.16	تملك المؤسسة أجهزة وبرمجيات تفر لها السرعة في دخول وخروج المعلومات .	03
0.92	3.60	تملك المؤسسة برمجيات تستند عليها في الحصول على المعلومات التي تساعد في اتخاذ القرارات	04
1.13	3.96	تمتاز البيانات التي يجمعها نظام المعلومات الحالي بأنها كاملة وغير ناقصة	05
0.93	3.73	يتم الاعتماد كثيرا في المؤسسة على نظام المعلومات الحالي في إنجاز العمل	06
0.72	3.66	يتسم نظام المعلومات الحالي بقدرته على تلبية حاجات مستخدميه مع المعلومات في الوقت المناسب	07
1.28	3.18	يتميز مستخدمو نظام المعلومات بالكفاءة	08
1.12	3.41	يتم تخصيص ميزانية كافية لبناء وتطوير نظام المعلومات	09
1.50	3.11	يساعد نظام المعلومات المستخدمين على توفير المعلومات بالرغم من تزايد حجم العمليات المختلفة وتنوعها	10
0.96	3.54	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

تحليل العبارات :

1. من خلال الجدول يتبين لنا أن المعلومات تعتبر مصدر أساسيا في دعم عملية اتخاذ القرارات في المؤسسة ، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.25 والانحراف المعياري 1.28 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول اعتبار المعلومات مصدر أساسيا في دعم عملية اتخاذ القرارات في المؤسسة.
2. من خلال الجدول يتبين لنا أن الموظفون يساهمون في تصميم وتطوير نظم المعلومات في المؤسسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.36 والانحراف المعياري 1.35 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول مساهمة الموظفون في تصميم وتطوير نظم المعلومات في المؤسسة.
3. من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تملك أجهزة وبرمجيات تفر لها السرعة في دخول وخروج المعلومات، حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.16 والانحراف المعياري 0.97 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول امتلاك المؤسسة أجهزة وبرمجيات تفر لها السرعة في دخول وخروج المعلومات.
4. من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تملك برمجيات تستند عليها في الحصول على المعلومات التي تساعد في اتخاذ القرارات ، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.60 والانحراف المعياري 0.92 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول امتلاك المؤسسة برمجيات تستند عليها في الحصول على المعلومات التي تساعد في اتخاذ القرارات.
5. من خلال الجدول يتبين لنا أن البيانات تمتاز التي يجعلها نظام المعلومات الحالي بأنها كاملة وغير ناقصة، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.96 والانحراف المعياري 1.13 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول أن البيانات تمتاز التي يجعلها نظام المعلومات الحالي بأنها كاملة وغير ناقصة.
6. من خلال الجدول يتبين لنا أن، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.73 و الانحراف المعياري 0.93 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول
7. من خلال الجدول يتبين لنا أنه يتم الاعتماد كثيرا في المؤسسة على نظام المعلومات الحالي في إنجاز العمل، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.66 والانحراف المعياري 0.72 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول أنه يتم الاعتماد كثيرا في المؤسسة على نظام المعلومات الحالي في إنجاز العمل.
8. من خلال الجدول يتبين لنا أن نظام المعلومات الحالي يتسم بقدرته على تلبية حاجات مستخدميه مع المعلومات في الوقت المناسب، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.18 والانحراف المعياري 1.28 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول أن نظام المعلومات الحالي يتسم بقدرته على تلبية حاجات مستخدميه مع المعلومات في الوقت المناسب.
9. من خلال الجدول يتبين لنا أن مستخدمو نظام المعلومات يتميز بالكفاءة، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.41 والانحراف المعياري 1.12 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول أن مستخدمو نظام المعلومات يتميز بالكفاءة.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

10. من خلال الجدول يتبين لنا أن نظام المعلومات المستخدمين يساعد على توفير المعلومات بالرغم من تزايد حجم العمليات المختلفة وتنوعها ،حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.11 و الانحراف المعياري 1.50 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول مساعدة نظام المعلومات المستخدمين على توفير المعلومات بالرغم من تزايد حجم العمليات المختلفة وتنوعها.

المحور الثاني: الميزة التنافسية

الجدول رقم (02-08): يمثل إجابات الأفراد نحو البعد الأول (تقليل التكلفة) في المؤسسة محل الدراسة.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	تستخدم المؤسسة وسائل تكنولوجية حديثة لتخفيض التكاليف	3.38	1.22
02	تحرص المؤسسة على تقديم منتجات بأسعار أقل من المنافسين	3.53	1.08
03	يساهم تخفيض التكاليف في زيادة رضا العملاء	3.90	1.00
04	تمارس المؤسسة رقابة مالية صارمة وفعالة على بقاءها	4.51	0.50
	المجموع	3.83	0.69

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات

تحليل العبارات :

1. من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تستخدم وسائل تكنولوجية حديثة لتخفيض التكاليف، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.38 والانحراف المعياري 1.22 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول استخدام المؤسسة وسائل تكنولوجية حديثة لتخفيض التكاليف.
 2. من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تحرص على تقديم منتجات بأسعار أقل من المنافسين، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.53 والانحراف المعياري 1.08 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول حرص المؤسسة على تقديم منتجات بأسعار أقل من المنافسين.
 3. من خلال الجدول يتبين لنا أن تخفيض التكاليف يساهم في زيادة رضا العملاء ،حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.90 والانحراف المعياري 1.00 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول مساهمة تخفيض التكاليف في زيادة رضا العملاء
 4. من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تمارس رقابة مالية صارمة وفعالة على بقاءها، حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.51 والانحراف المعياري 0.50 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول ممارسة المؤسسة رقابة مالية صارمة وفعالة على بقاءها.
- الجدول رقم (02-09): يمثل إجابات الأفراد نحو البعد الثاني (الجودة) في المؤسسة محل الدراسة.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	تعمل المؤسسة على تحسين وتطوير الخدمات التي تقدمها بشكل مستمر	3.60	1.26
02	تقوم المؤسسة بضبط الجودة في جميع مراحل الإنتاج	3.83	1.01
03	يوجد لدى المؤسسة نظام تسيير ومراقبة جودة منتجاتها	3.30	1.42
04	تسعى المؤسسة لجعل مواصفات منتجاتها تطابق المواصفات القياسية الدولية	3.18	1.53
	المجموع	3.47	1.20

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات

تحليل العبارات:

- 1 من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تعمل على تحسين وتطوير الخدمات التي تقدمها بشكل مستمر، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.60 والانحراف المعياري 1.26 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول عمل المؤسسة على تحسين وتطوير الخدمات التي تقدمها بشكل مستمر.
- 2 من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تقوم بضبط الجودة في جميع مراحل الإنتاج، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.83 والانحراف المعياري 1.01 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول قيام المؤسسة بضبط الجودة في جميع مراحل الإنتاج.
- 3 من خلال الجدول يتبين لنا أنه يوجد لدى المؤسسة نظام تسيير ومراقبة جودة منتجاتها، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.30 والانحراف المعياري 1.42 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول أن المؤسسة لديها نظام تسيير ومراقبة جودة منتجاتها.
- 4 من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تسعى لجعل مواصفات منتجاتها تطابق المواصفات القياسية الدولية، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.18 والانحراف المعياري 1.53 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول سعي المؤسسة لجعل مواصفات منتجاتها تطابق المواصفات القياسية الدولية.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

الجدول رقم (02-10): يمثل إجابات الأفراد نحو البعد الثالث (التميز) في المؤسسة محل الدراسة.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	تلمي المؤسسة طلبات الزبائن في الوقت المناسب	3.55	1.19
02	يساهم تميز منتجات المؤسسة على مواجهة تهديدات المؤسسات المنافسة	3.31	1.45
03	تقدم المؤسسة منتجات متعددة الاستخدام تميزها عن منافسيها	3.60	1.26
04	تقدم المؤسسة خدمات ما بعد البيع للزبائن	3.73	1.11
	المجموع	3.55	1.22

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات

تحليل العبارات :

5. من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تلمي طلبات الزبائن في الوقت المناسب، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.55 والانحراف المعياري 1.19 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول تلبية المؤسسة طلبات الزبائن في الوقت المناسب

6. من خلال الجدول يتبين لنا أن تميز منتجات المؤسسة يساهم على مواجهة تهديدات المؤسسات المنافسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.31 والانحراف المعياري 1.45 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول مساهمة تميز منتجات المؤسسة على مواجهة تهديدات المؤسسات المنافسة

7. من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تقدم منتجات متعددة الاستخدام تميزها عن منافسيها، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.60 والانحراف المعياري 1.26 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول تقديم المؤسسة منتجات متعددة الاستخدام تميزها عن منافسيها .

8. من خلال الجدول يتبين لنا أن المؤسسة تقدم خدمات ما بعد البيع للزبائن، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.73 والانحراف المعياري 1.11 أي يدل هذا على عدم تشتت آراء العينة حول المؤسسة تقدم خدمات ما بعد البيع للزبائن.

المطلب الأول : اختبار الفرضيات.

بعد تحليل ومناقشة نتائج إجابات عينة الدراسة سوف نتطرق إلى اختبار قابلية النتائج للتعميم على مجتمع الدراسة على أنها نتائج معنوية تعكس فعلا الواقع محل الدراسة ولتحقيق هذا الهدف قمنا بتحويل كل محور لبعد إحصائي بجمع عباراته عن طريق المتوسطات الحسابية وتحويلها لعبارة وحيدة تمثل المحور وبعد الحصول على الأبعاد الأربعة التي تمثل المحاور قمنا بتطبيق اختبار T للعينة الواحدة One Sample T Test لاختبار كل بعد والبحث عن إمكانية وجود فروقات ذات دلالة إحصائية.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

$$.t = \frac{\bar{x} - u}{s/\sqrt{n}}$$

حيث: \bar{x} المتوسط الحسابي

u الوسط الحسابي للمجتمع

s الانحراف المعياري للعينة ، n حجم العينة

*اختبار الفرضيات باستخدام T عند مستوى دلالة $Sig(\alpha)$ 5% الذي يدل على أن احتمال الخطأ المسموح به يكون في حدود 5% مما يعكس مجال الثقة بين 95% وهذا على أساس قاعدة القرار التالية:

– قبول الفرضية الصفرية H_0 إذا كانت فيه $Sig(\alpha) > 5\%$.

– قبول الفرضية البديلة H_1 إذا كانت قيمة $Sig(\alpha) < 5\%$.

وعليه إذا كان $Sig(\alpha) < 5\%$ فهذا يعني و يبين أن إجابات أفراد العينة بعيدة عن مركز الحياد.

❖ اختبار الفرضية الفرعية الأولى : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و تقليل التكلفة في المؤسسة.

❖ الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و تقليل التكلفة في المؤسسة.

❖ الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و تقليل التكلفة في المؤسسة.

الجدول رقم (02-11) : اختبار الفرضية الفرعية الأولى :

المتغيرات	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة R المحسوبة	Sig مستوى المعنوية
نظام المعلومات	60	3.54	0.96	0.889	0.000
تقليل التكلفة		3.83	0.69		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (02-11) نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بيرسون المحسوبة بين درجات الأفراد

على مقياس نظام المعلومات وبين درجاتهم على البعد الأول (تقليل التكلفة) من مقياس الميزة التنافسية

إجابات لدى أفراد العينة قدرت ب0.889 وهي قيمة دالة عند مستوى الدلالة (0.05) ، وعليه يمكن أن نقبل

بالفرضية البديلة التي تنص بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و تقليل التكلفة في

المؤسسة، نرفض الفرضية الصفرية ،أي أن الباحث متأكد بنسبة 95% من نتائج الدراسة مع الوقوع في

الخطأ بنسبة 5%.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

- ❖ اختبار الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و الجودة في المؤسسة.
 - ❖ الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و الجودة في المؤسسة.
 - ❖ الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و الجودة في المؤسسة.
- الجدول رقم (02-12) : اختبار الفرضية الفرعية الثانية :

المتغيرات	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة R المحسوبة	Sig مستوى المعنوية
نظام المعلومات	60	3.54	0.96	0.918	0.000
الجودة		3.47	1.20		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (02-12) نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بيرسون المحسوبة بين درجات الأفراد على مقياس نظام المعلومات وبين درجاتهم على البعد الثاني (الجودة) من مقياس الميزة التنافسية إجابات لدى أفراد العينة قدرت ب 0.918 وهي قيمة دالة عند مستوى الدلالة (0.05) ، وعليه يمكن أن نقبل بالفرضية البديلة التي تنص بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و الجودة في المؤسسة نرفض الفرضية الصفرية، أي أن الباحث متأكد بنسبة 95% من نتائج الدراسة مع الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

- ❖ اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و التميز في المؤسسة.
- ❖ الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و التميز في المؤسسة.
- ❖ الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و التميز في المؤسسة.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

الجدول رقم (02-13) : اختبار الفرضية الفرعية الثالثة :

المتغيرات	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة R المحسوبة	Sig مستوى المعنوية
نظام المعلومات	60	3.54	0.96	0.862	0.000
التميز		3.55	1.22		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج برنامج spss

من خلال الجدول رقم (02-13) نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بيرسون المحسوبة بين درجات الأفراد على مقياس نظام المعلومات وبين درجاتهم على البعد الثالث (التميز) من مقياس الميزة التنافسية إجابات لدى أفراد العينة قدرت ب 0.962 وهي قيمة دالة عند مستوى الدلالة (0.05) ، وعليه يمكن أن نقبل بالفرضية البديلة التي تنص بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و لتمييز في المؤسسة، نرفض الفرضية الصفرية، أي أن الباحث متأكد بنسبة 95% من نتائج الدراسة مع الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

الفصل الثاني : أثر نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في ملبنة ونيس

خلاصة الفصل :

أسقطنا في هذا الفصل الجانب النظري على الميداني، وأجرينا عدة اختبارات تبعا للمعلومات المسترجعة عن طريق أدوات الدراسة متخذين المنهج العلمي أساس لذلك وفق الأساليب اللازمة لمثل هاته الدراسات العلمية ، حيث بعد تقديم لواقع نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة، تمكنا من اختبار الفروض المقدمة ، وبعد عرض وتحليل نتائج الاستبيان تبين لنا صحة الفرضيات التي تنص بوجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و أبعاد الميزة التنافسية (تقليل التكلفة ، الجودة، التميز) في المؤسسة .

الله

الخاتمة :

لقد حاولنا من خلال دراستنا في شقيها النظري والتطبيقي تسليط الضوء على دور نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية ،ومن خلال دراستنا النظرية توصلنا أن نظام المعلومات الفعال يخلق ميزة تنافسية للمؤسسة كتقليل التكلفة والوقت والتميز والجودة تساعد على التفوق على قدرات المنافسين والتأقلم مع الديناميكية المتصاعدة للبيئات التنافسية التي تعمل فيها . و على مستوى الجانب التطبيقي توصلنا أن المؤسسة تملك نظام معلومات فعال يساعدها على تحقيق ميزة تنافسية.

نتائج الدراسة :

- تقدم المؤسسة منتجات متعددة الاستخدام تميزها عن منافسيها.
- تقدم المؤسسة خدمات ما بعد البيع للزبائن.
- تقوم المؤسسة بضبط الجودة في جميع مراحل الإنتاج.
- تمارس المؤسسة رقابة مالية صارمة وفعالة على بقاءها.
- يساهم تخفيض التكاليف في زيادة رضا العملاء.
- يتسم نظام المعلومات الحالي بقدرته على تلبية حاجات مستخدميه مع المعلومات في الوقت المناسب.
- تملك المؤسسة أجهزة وبرمجيات تفر لها السرعة في دخول وخروج المعلومات.
- تمتاز البيانات التي يجعلها نظام المعلومات الحالي بأنها كاملة وغير ناقصة.

النتائج المتعلقة باختبار الفرضيات :

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات وتقليل التكلفة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و الجودة .
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات و التميز.

توصيات الدراسة :

- ضرورة توفير متطلبات تنظيمية وتكنولوجية لازمة لأي معلومات تعتبر منطلق أساسي لتحقيق الميزة التنافسية.
- ضرورة استغلال البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات من أجهزة وبرمجيات وشبكات اتصال لبناء قواعد بيانات للمؤسسة.
- ضرورة وجود برامج محددة تضعها الإدارة العليا لضمان مساهمة نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.
- ضرورة البحث والتطوير المستمر لأنظمة المعلومات المستخدمة في الشركات والمؤسسات.

- ضرورة خلق ميزة تنافسية لأنها السبيل الوحيد لاستمرارها في بيئة شديدة المنافسة.

آفاق الدراسة :

- دور نظام المعلومات التسويقية في تحقيق رضا الزبائن.
- دور الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية.
- أهمية إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية.
- الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

الكتب :

1. الحارث عبد المنعم أحمد حمد النيل ، نظم المعلومات الإدارية ،دون طبعة ، دون دار النشر ،2019،
2. طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر،عمان،2007.

الرسائل الجامعية:

1. عايشي جمال الدين ، دور نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2014-2015.
2. موسى بن عيسى ، بومدين مكي ، دور نظام المعلومات المحاسبي في تعزيز الرقابة الداخلية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص تدقيق ومراقبة التسيير ، جامعة محمد وبضيف ، المسيلة ، 2018-2019.
3. أفاق بوسكار ، دور نظام المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص فحص محاسبي ، جامعة محمد يضر ، بسكرة ، 2015-2014.
4. العيد فرحاتية ، دور نظام المعلومات التسويقية في التخطيط للنشاط التسويقي والرقابة عليه ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، تخصص تسويق ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، 2006-2005.
5. وسيلة بوزايد ، مقارنة الموارد الداخلية و الكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة استراتيجية ، جامعة سطيف ، 2011-2012 ، منشورة .
6. احمد بخوش ، دور اليقظة و طرح المنتجات الجديدة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة ، رسالة ماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق ، جامعة الجزائر ، 2006 . 2007 منشورة .
7. وسيلة بوزايد ، مقارنة الموارد الداخلية و الكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة استراتيجية ، جامعة سطيف ، 2011-2012 ، منشورة .

قائمة المراجع

- فرحاتي لويزة ، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة ، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير تخصص تنظيم الموارد البشرية ، جامعة بسكرة 2015-2016 .
8. أسيا رحيل ، دور الكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية ، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص ادارة اعمال ، جامعة بومرداس ، 2010 -2011 ، منشورة .
9. نادية طيفور عبد الدائم طه ، الدور المعدل للتغيير التنظيمي في العلاقة بين استراتيجيات الموارد البرية وتحقيق الميزة التنافسية ، أطروحة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا ، 2019 .
10. رباح عرابية ، أهمية القدرة التكنولوجية في تعزيز القدرة التنافسية لدى المؤسسات الصناعية ، الملتقى الدولي الرابع حول : المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ن جامعة الشلف ، 2010 .
11. هلالى الوليد ، الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية ودورها في خلق القيمة ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير ، تخصص علوم تجارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، السنة الجامعية 2008/2009 .
12. آسيا ناصري، أهمية الرضا العميل في تدعيم الميزة التنافسية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص مالية وبنوك ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، 2014-2015.
13. حسان بوبعاية، فعالية نظام المعلومات الاستراتيجية في ترشيد القرارات ودعم القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية ، جامعة مسيلة ، 2013-2014.
14. عادل بن عطاء الله ، دور جودة نظم المعلومات في تحقيق تنافسية المؤسسة الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2019-2018.
- المجلات العلمية :**

1. أولاد حسيني يوسف ، بوكرزازة كمال ، نظام المعلومات الأرشيفية بالمديرية العامة لسوناطراك ، مقال علمي ، مجلة آفاق علمية ، المجلد13، العدد 04، سنة 2021.

2. الشكير ايوب ، تقييم فعالية نظام المعلومات الموارد البشرية في الإدارة العمومية " ، دراسة حالة وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات ، مقال علمي ، مجلة ابن خلدون للإبداع والتنمية ، المجلد 03، العدد02، 2021.
3. شيخ عبد القادر ، خشعي عفاف ، دور نظام المعلومات المحاسبية في تحسين الكشوفات المالية ، مقال علمي، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت ، المجلد 02، العدد 02، ديسمبر 2021.
4. فالي ياسين ، شنوفي نور الدين ، دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية ، مقال علمي ، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية ، المجلد 04، العدد01، 2019.
5. محمد جلد ، عفر بوعروري ، أهمية إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة الرياضية ، مقال علمي ، مجلة العلوم الإنسانية ، المجلد 21، العدد02، 2021.
6. صديقي حياة ، حمو نادية ، دور الذكاء التنافسي في تحقيق الميزة التنافسية ، دراسة حالة بنوك الجزائرية ، مقال علمي ، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة ، المجلد 04، العدد 1، 2022.
7. عبد الحميد برحومة ، الجودة الشاملة و مواصفات الأيزو ، كأداة لتفعيل تنافسية المؤسسات الاقتصادية ، مجلة الابحاث الاقتصادية و الادارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، العدد 03 جوان 2008

قل لله الملاح



جامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير

قسم علوم التسيير

استمارة استبائية

في إطار تحضير مذكرة لنيل شهادة ماستر علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، تحت عنوان " دور نظام المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية" نضع بين أيديكم هذه الاستمارة راجين منكم التعاون بغرض إفادتنا في جمع البيانات ذات الصلة ببحثنا . فالرجاء التكرم بالإجابة على عبارات هذه الاستمارة وذلك بوضع علامة

(X) مكان الإجابة التي ترونها مناسبة.

ونحيطكم علما أن المعلومات المتضمنة في هذا الاستبيان ستحاط بالسرية التامة ولن تستخدم

إلا لأغراض البحث العلمي

مع خالص الشكر على تعاونكم معنا

قائمة الملاحق

1. المعلومات الديمغرافية :

الرجاء وضع إشارة (x) داخل مربع الإجابة المناسبة:

1.الجنس:

ب. أنثى

أ. ذكر

2. العمر:

من 30 . 40 سنة

أقل من 30 سنة

أكثر من 41 سنة

3_ المؤهل العلمي:

ب. ثانوي

أ. جامعي

ج.متوسط -ابتدائي

4_ الخبرة العملية :

د . أكثر من 10 سنوات

أ- أقل من 5 سنوات

ب-ج. من 5 إلى 10 سنوات

قائمة الملاحق

المحور الأول: نظام المعلومات

نرجو منكم بوضع إشارة (X) عند الاختيار المناسب:

العبرة	غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا
1. تعتبر المعلومات مصدر أساسيا في دعم عملية اتخاذ القرارات في المؤسسة					
2. يساهم الموظفون في تصميم وتطوير نظم المعلومات في المؤسسة					
3. تملك المؤسسة أجهزة وبرمجيات تفر لها السرعة في دخول وخروج المعلومات.					
4. تملك المؤسسة برمجيات تستند عليها في الحصول على المعلومات التي تساعدها في اتخاذ القرارات					
5. تمتاز البيانات التي يجمعها نظام المعلومات الحالي بأنها كاملة وغير ناقصة					
6. يتم الاعتماد كثيرا في المؤسسة على نظام المعلومات الحالي في إنجاز العمل					
7. يتسم نظام المعلومات الحالي بقدرته على تلبية حاجات مستخدميه مع المعلومات في الوقت المناسب					
8. يتميز مستخدمو نظام المعلومات بالكفاءة					
9. يتم تخصيص ميزانية كافية لبناء وتطوير نظام المعلومات					
10. يساعد نظام المعلومات المستخدمين على توفير المعلومات بالرغم من تزايد حجم العمليات المختلفة وتنوعها					

قائمة الملاحق

المحور الثاني: الميزة التنافسية

نرجو منكم التكرم بوضع إشارة (X) تحت التقييم المناسب:

العبرة	غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا
أولا : التكلفة الأقل					
1. تستخدم المؤسسة وسائل تكنولوجية حديثة لتخفيض التكاليف					
2. تحرص المؤسسة على تقديم منتجات بأسعار أقل من المنافسين					
3. يساهم تخفيض التكاليف في زيادة رضا العملاء					
4. تمارس المؤسسة رقابة مالية صارمة وفعالة على نقاطها					
ثانيا: الجودة					
1. تعمل المؤسسة على تحسين وتطوير الخدمات التي تقدمها بشكل مستمر					
2. تقوم الشركة بضبط الجودة في جميع مراحل الإنتاج					
3. يوجد لدى المؤسسة نظام تسيير ومراقبة جودة منتجاتها					
4. تسعى المؤسسة لجعل مواصفات منتجاتها تطابق المواصفات القياسية الدولية					
ثالثا: التميز					
1. تلبي المؤسسة طلبات الزبائن في الوقت المناسب					
2. يساهم تميز منتجات المؤسسة على مواجهة تهديدات المؤسسات المنافسة					
3. تقدم المؤسسة منتجات متعددة الاستخدام تميزها عن منافسيها					
4. تقدم المؤسسة خدمات ما بعد البيع للزبائن					