



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ميسان / كلية الادارة والاقتصاد
قسم إدارة اعمال
الدراسة / الصباحية



إثر نظم المعلومات الاستراتيجية في الميزة التنافسية
(دراسة أستطلاعية لشركة اسيا سيل للاتصالات)

بحث تخرج مقدم إلى/ مجلس كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة ميسان كجزء
من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس في إدارة الأعمال.

بإشراف

م. ريم صباح محمد

إعداد الباحثان

عبد الله إبراهيم جبار

حسين حسان حافظ

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
-	الاهداء
-	شكر و عرفان
أ-ب-ج	قائمة المحتويات
ج	قائمة الاشكال
ج	قائمة الجداول
د	قائمة الملاحق
هـ	المستخلص
١	المقدمة
	الفصل الأول (المبحث الأول)
٣	مشكلة البحث
٣	أهمية البحث
٣-٤	اهداف البحث
٤	فرضيات البحث
٤	المخطط الفرضي للبحث
٥	التعريفات الاجرائية
٥	مجتمع وعينة البحث
٥	نطاق وحدود البحث
٥	منهج البحث
	الفصل الأول (المبحث الثاني)

٦-٧	الدراسات العربية
٧-٨	الدراسات الأجنبية
الفصل الثاني (المبحث الأول)	
١٠-١١	مفهوم نظم المعلومات الاستراتيجية
١١	اهداف نظم المعلومات الاستراتيجية
١٢	أهمية نظم المعلومات الاستراتيجية
١٣-١٤	عناصر نظم المعلومات الاستراتيجية
١٤	خصائص نظم المعلومات الاستراتيجية
١٥	معوقات نظم المعلومات الاستراتيجية
١٥-١٦	العوامل الرئيسية لنجاح نظم المعلومات الاستراتيجية
١٦	ابعاد نظم المعلومات الاستراتيجية
١٦-١٧	ادوار نظم المعلومات الاستراتيجية
١٧	استخدام نظم المعلومات الاستراتيجية
الفصل الثاني (المبحث الثاني)	
١٩	مفهوم الميزة التنافسية
١٩-٢٠	أهمية الميزة التنافسية
٢٠	اهداف الميزة التنافسية
٢٠	خصائص الميزة التنافسية
٢١	مصادر الميزة التنافسية
٢١-٢٢	ابعاد الميزة التنافسية
٢٢	مؤشرات الميزة التنافسية

٢٢-٢٣	استراتيجيات الميزة التنافسية
٢٣	معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية
٢٣-٢٤	دور سلسلة القيمة بتحقيق الميزة التنافسية
	الفصل الثاني (المبحث الثالث)
٢٦	نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية
٢٧	المزايا التنافسية التي تحققها نظم المعلومات الاستراتيجية في المنظمات
٢٧	الأدوار الاستراتيجية التي تلعبها نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية
	الفصل الثالث
٢٨-٣٦	الجانب العملي
	الفصل الرابع
٣٧-٣٨	الاستنتاجات والتوصيات

قائمة الاشكال

رقم الصفحة	الموضوع
٤	المخطط الفرضي للبحث
١٣	عناصر نظم المعلومات الاستراتيجية
١٧	الادوار الاستراتيجية لنظم المعلومات الاستراتيجية

قائمة الجداول

رقم الصفحة	الموضوع
٢٨	توزيع عينة الدراسة
٢٩	المعلومات التعريفية لعينة الدراسة
٣٠-٣١	الأوساط الحسابية والانحراف المعياري لفقرات المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية)
٣٢-٣٣	الأوساط الحسابية والانحراف المعياري لفقرات المتغير التابع (الميزة التنافسية)
٣٤	نتائج معامل الارتباط (Pearson) للفرضية الرئيسية الأولى
٣٥	النتائج الاحصائية لاختبار دلالة نموذج الانحدار للفرضية الرئيسية الثانية
٣٥	النتائج الاحصائية لاختبار دلالة نموذج الانحدار للفرضية الرئيسية الثانية
٣٦	النتائج الاحصائية لاختبار دلالة نموذج الانحدار للفرضية الرئيسية الثانية
٣٦	علاقات تأثير المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية) في المتغير التابع (الميزة التنافسية)

قائمة الملاحق

رقم الصفحة	الموضوع
٤٤	طلب تسهيل مهمة
٤٥-٤٦	الاستبانة

المستخلص

تم إجراء هذا البحث الاستطلاعي لقياس مستوى تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في الميزة التنافسية لشركة اسيا سيل، ويهدف هذا البحث إلى تحديد مستوى الادراك لمدى كفاءة وفاعلية نظم المعلومات الاستراتيجية في شركة اسيا سيل، وتحديد مستوى الميزة التنافسية التي وصلت إليها شركة اسيا سيل، وتقديم مجموعة توصيات التي من شأنها تعزيز مستوى استخدام نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في شركة اسيا سيل.

وليتم تحقيق هذه الأهداف تمت صياغة فرضيتان تخص عينة البحث التي تتكون من المديرين ورؤساء الأقسام والمديرين التنفيذيين واختيرت عينة حجمها (٣٠) من عينة الدراسة وتم استرجاع منها (٣٠) استبانة، وخضعت جميع الاستبانات الموزعة الى التحليل الاحصائي حيث استخدم برنامج SPSS لاجراء هذا التحليل.

وبعد إجراء الدراسة، تم الوصول إلى بعض النتائج الهامة، تبين من النتائج أن المستجيبين أكدوا وجود نظم المعلومات الاستراتيجية في مراكز العينة التي شملها البحث، وأن هذه النظم تحفز المدراء وتزيد من كفاءتهم في العمل. كما تبين أن المراكز المدروسة تتمتع بالميزة التنافسية، وأن معظم المشاركين في الدراسة يشعرون بالرضا تجاه عمليات الميزة التنافسية في الشركة. يمكن الاستنتاج من ذلك أن المراكز التي تم تحليلها تتمتع بميزة تنافسية وهذا يمثل ميزة تجارية قوية للشركة.

كما إن نتائج هذا البحث تشير إلى أن نظم المعلومات الاستراتيجية تلعب دورًا حاسمًا في تحقيق الميزة التنافسية لشركة اسيا سيل، وهو ما يمكن استخدامه كدافع لتعزيز استخدام هذه النظم في المستقبل. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام هذه النتائج لتوجيه الجهود والموارد نحو تحسين وتعزيز نظم المعلومات الاستراتيجية في الشركة، مما يساهم في تحقيق المزيد من النتائج الإيجابية والميزات التنافسية في المستقبل.

المقدمة

تعد نظم المعلومات الاستراتيجية مجموعة من الاستراتيجيات التي تساعد المنظمات او وحدات الاعمال على تقديم قيمة للعملاء من خلال المنتجات والخدمات التي تقدمها وتستخدمها المنظمات او وحدات الاعمال من اجل خلق الميزة التنافسية وقد تقدم نظم المعلومات الاستراتيجية خدمة او منتج ذات تكلفة قليلة او متميزة او مركزة على شريحة معينة من الأسواق.

ونظم المعلومات الاستراتيجية هي ميزة بارزة في عالم تكنولوجيا المعلومات وباختصار فهي تكون مساعدة للشركات والمنظمات على تخزين وتنسيق وعملية ونقل المعلومات التي يتم خلقها وابتكارها كما انها تقدم الأدوات المساعدة للشركات على تطبيق المقاييس والأدوات التحليلية للبيانات والمعلومات الخاصة بها، لم يقتصر استخدام نظم المعلومات الاستراتيجية على المستوى التقني فقط بل تعداه الى المستوى الإداري ومن ثم الى المستوى الاستراتيجي والذي يلعب دورا مهم في تحديد القوة والميزة التنافسية للمنظمات ووحدات الاعمال حيث يضمن البقاء والاستمرار والمنافسة لهذه المنظمات في ظل بيئة معقدة ومتغيرة ومليئة بالتحديات. ويعد الهدف من نظم المعلومات الاستراتيجية هو ان المنظمات ووحدات الاعمال التي تعمل في بيئات صعبة وتكون المنافسة شديدة فيها ومن خلال نظم المعلومات الاستراتيجية تسعى كل من هذه المنظمات الى البحث عن مصادر وسبل التمييز والنجاح وهناك العديد من المصادر والسبل التي تتبعها تلك المنظمات لهذا الهدف واحد هذه السبل المهمة وتكون اهمها هي الاهتمام بمستوى جودة المنتجات والخدمات التي تقدمها.

ولم يعد الاهتمام بمستوى جودة المنتجات والخدمات مقتصرًا على القطاع الخاص بل أصبح في مختلف الشركات والمنظمات ووحدات الاعمال على أنواعها. ومن هنا ظهرت لنا أدوار واهمية وجود نظام المعلومات الاستراتيجية بشكل فعال لانه يمثل سلاحا استراتيجيا مهم لوحدات الاعمال والمنظمات في مواجهه الظروف التنافسية والتحديات من خلال توفير البيانات والمعلومات لعمليات التخطيط الاستراتيجي. وتتبع أهمية نظم المعلومات الاستراتيجية من خلال دورها البارز والمهم في توفير المعلومات التي تساعد وحدات الاعمال والمنظمات على الابداع وتحقيق الميزة التنافسية وتكوين المعرفة وتحقيق أهدافها في ظل التغيرات والظروف في البيئة الداخلية والخارجية.

الفصل الأول

منهجية البحث والدراسات السابقة

المبحث الأول

أولاً: مشكلة البحث

ثانياً: أهمية البحث

ثالثاً: أهداف البحث

رابعاً: فرضيات البحث

خامساً: المخطط الفرضي للبحث

سادساً: التعريفات الإجرائية

سابعاً: مجتمع وعينة البحث

ثامناً: نطاق وحدود البحث

تاسعاً: منهج البحث

المبحث الثاني

أولاً: الدراسات العربية

ثانياً: الدراسات الأجنبية

أولاً: مشكلة البحث

يواجه قطاع الأعمال بشكل عام ، وصناعة الخدمات بشكل خاص ، سلسلة من التحديات المهمة ، تتجلى في زيادة عدد المنافسين وظهور نماذج منافسة جديدة تتمثل في الابتكارات والاختراعات الجديدة والتطورات التكنولوجية والاندماجات والتحالفات ، إلخ ، كل هذا سيؤثر بلا شك على الوضع التنافسي لأي منظمة. وبالتالي، فإن العديد من المزايا التنافسية التي عرفناها تاريخياً، مثل الموقع والأصول والمادية وتوافر رأس المال، لم يتم التعرف عليها باعتبارها موارد مهمة يمكن الاعتماد عليها في رأس المال، مما يقلل من أهمية الموقع. وتعويض الأصول المادية العديدة للمنظمة. وفي هذا السياق يمكن ايجاز مشكلة البحث من خلال طرح السؤال التالي:

ما هو أثر استخدام نظم المعلومات الاستراتيجية وتطبيقاتها في تحقيق الميزة التنافسية لشركة اسيا سيل؟

ثانياً: أهمية البحث

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال مناقشتها لقضايا نظم المعلومات الاستراتيجية بابعادها وتأثيرها على تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الأعمال المهم هذا. كما تتبع أهمية هذه

الدراسة من المعرفة الحديثة بأن هذه الدراسة يمكن أن تزيد من دور الباحثين والمكتبات والمعرفة العربية. وعليه فإن هذه الدراسة جاءت أهميتها من خلال مجموعة من الاعتبارات التالية:

- 1- طريقة توظيف نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في شركة اسيا سيل.
- 2- كيفية استخدام نظم المعلومات الاستراتيجية لتعزيز القدرة لدى شركة اسيا سيل للحصول على اقوى المراكز التنافسية.
- 3- محاولة إيضاح أهمية نهج نظم المعلومات الاستراتيجية والذي اثبت كفاءته وفاعليته في العديد من بلدان العالم كواحد من اهم مداخل نظم المعلومات المعاصرة خاصة فيما يتعلق بتحقيق الميزة التنافسية.

ثالثاً: اهداف البحث

يهدف هذا البحث الى قياس مستوى التأثير لنظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية لشركة اسيا سيل ويسعى هذا البحث الى تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

١- تحديد مستوى الادراك لمدى كفاءة وفاعلية نظم المعلومات الاستراتيجية في شركة اسيا سيل.

٢- تحديد مستوى الميزة التنافسية التي وصلت اليها شركة اسيا سيل.

٣- تحديد مستوى التأثير لنظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في شركة اسيا سيل.

٤- تقديم مجموعة توصيات التي من شأنها تعزيز مستوى استخدام نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في شركة اسيا سيل.

رابعاً: فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية الأولى

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين نظم المعلومات الاستراتيجية والميزة التنافسية في شركة اسيا سيل.

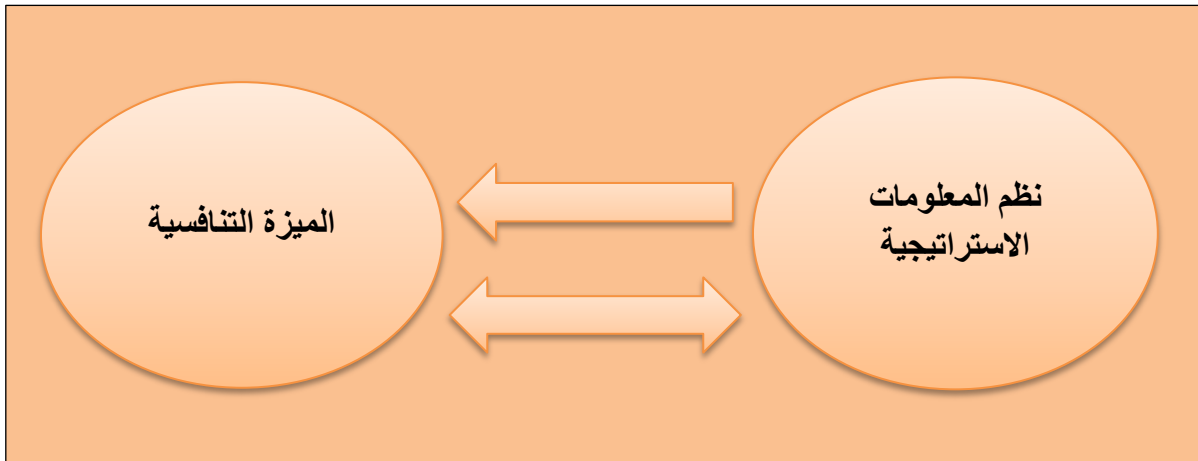
الفرضية الرئيسية الثانية

يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمتغير نظم المعلومات الاستراتيجية في الميزة التنافسية لشركة اسيا سيل.

خامساً: المخطط الفرضي للبحث

يفترض الباحثان مخططاً فرضياً للبحث، ويبين الشكل ادناه طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية) والمتغير التابع (الميزة التنافسية)

الشكل: (٠١) طبيعة العلاقة بين نظم المعلومات الاستراتيجية والميزة التنافسية



المصدر: اعداد الباحثان

← يشير الى علاقة تأثير

↔ يشير الى علاقة ارتباط

سادسا: التعريفات الإجرائية

تعريف نظم المعلومات الاستراتيجية اجرائيا:- تلك النظم التي ترفد الشركة بالمعلومات المتعلقة بطبيعة المنتجات

والخدمات والقدرات التي تعطيها الميزة الإستراتيجية على منافسيها في سوق الأعمال، وتشجع على ابتكار الأعمال

وتحسين عملياتها وتساهم في بناء موارد معلوماتية استراتيجية للشركة. (O'Brien et al, ٢٠٠٢)

تعريف الميزة التنافسية اجرائيا: - هي مقدرة الشركات على تقديم منتج ذو خصائص متمثلة بالتمايز وبتكاليف أقل وبشكل

مبتكر، وأن تكون قادرة على استقطاب المزيد من طلبات الشراء لمنتجاتها وعمل تحالفات وشراكات مع الشركات

الصناعية العالمية في مجالات التعدين، بما يعكس على ثقة المستهلك وجودة المنتج، وأن يكون لتلك الميزة تحسين في مستوى الدخل القومي. (التلباني واخرون، ٢٠١٢)

سابعا: مجتمع وعينة البحث

يتمثل مجتمع وعينة البحث من القيادات الإدارية والفنية لكل من الإدارة العليا والوسطى في شركة اسيا سيل والمتمثل

بمدراء الإدارات ونائبيهم ورؤساء الأقسام ومساعديهم.

ثامنا: نطاق وحدود البحث

الحدود المكانية: تمثلت الحدود المكانية للبحث في شركة اسيا سيل للاتصالات في محافظة ميسان

الحدود الزمنية: بدأت من ٢٠٢٣/٠٢/١٩ ولغاية فترة إنجازه ٢٠٢٣/٠٥/١٩

تاسعا: منهج البحث

يعتمد هذا البحث المنهج الاستطلاعي ويركز على استطلاع آراء المديرين في الإدارات العليا للشركة المبحوثة وهذا

البحث هو ارتباطي وغير سببي يقوم باستكشاف تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية.

المبحث الثاني

أولاً: الدراسات العربية

ت	(الباحث، السنة) عنوان الدراسة	هدف الدراسة	عينة الدراسة	أبرز النتائج
١	(الزعيبي، ١٩٩٩) إثر نظام المعلومات الاستراتيجية في بناء وتطوير المزايا التنافسية وتحقيق التفوق التنافسي: دراسة تطبيقية في المصارف الأردنية المدرجة في سوق عمان الدولي	تحديد وتشخيص البيئة التنافسية للمصارف التجارية في الاردن، وتشخيص تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في بناء وتحقيق الميزة التنافسية	تم اجراء البحث على (١٤) مصرف تجاري وتم اعتماد الاستبانة في جمع المعلومات من (١٨٠) فرداً مديراً فيها.	اهمية توفير المعلومات الحديثة عن المتغيرات للبيئة الداخلية في المصارف المبحوثة يعمل على اتاحة الفرص للمصارف في بناء وتحقيق الميزة التنافسية وعلى وجهه الخصوص الابداع وقيادة الكلفة في تقديم الخدمات المصرفية.
٢	(الطائي والمعاويدي، ٢٠٠٣) الاثر التتابعي لتقانة المعلومات ونظام المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف العاملة في تركيا	يدرس التأثير المستمر لتكنولوجيا المعلومات وأنظمة المعلومات الاستراتيجية على اكتساب الميزة التنافسية ويقترح إطاراً مفاهيمياً ومجالاً يربط بين المتغيرات الثلاثة ويختبرها تجريبياً في البيئة المناسبة.	عينة البحث التي تم اجراء الدراسة عليها تتضمن (٧٠) مديراً من المدراء التنفيذيين في المصارف العاملة في تركيا.	يبين أن نظم المعلومات المذكورة تساهم في بناء العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية التنظيمية، وأن تكنولوجيا المعلومات هي أيضاً متغير رئيسي لدعم تطبيق نظم المعلومات الاستراتيجية.
٣	(بني احمد والعاودة، ٢٠١١) العلاقة بين نظام المعلومات الاستراتيجية والميزة التنافسية: دراسة حالة في شركة مناجم الفوسفات الأردنية العاملة في السوق الدولي.	التعرف على العلاقة بين نظام المعلومات الإستراتيجي والميزة التنافسية لشركة تعدين الفوسفات الأردنية العاملة في السوق الدولية.	تم توزيع ٣٥ استبانة على رؤساء الأقسام والوحدات الإدارية في الشركات المبحوثة، وتم إعادة ٣١ استبانة.	تمتلك الشركات نظام معلومات إستراتيجي يمنحها ميزة تنافسية، لذلك من المهم والمفيد اتخاذ القرارات بأن الإدارات والوحدات الإدارية للشركات الخاضعة للبحث تلعب دوراً مهماً في توجيه الموظفين لاستخدام نظام المعلومات الإستراتيجية ومتابعة تطوره.

٤	(أبو بكر، ٢٠١٢) دور نظم المعلومات الاستراتيجية في دعم وتحقيق الميزة التنافسية في شركات التأمين المصرية	تشخيص دور نظام المعلومات الاستراتيجية الذي يقوم به وتأثيره في الاستراتيجيات التنافسية التي تستخدمها شركات التأمين والتي تحقق من خلالها المزايا التنافسية.	جمعت المعلومات من شركات التأمين في مصر والتي بلغ عددها (٦٤) استبانة.	هنالك علاقة تأثير ايجابية معنوية ذات دلالة إحصائية بين ابعاد نظم المعلومات الاستراتيجية (العمليات، والمتطلبات، وخصائص المخرجات) وابعاد دعم وتحقيق الميزة التنافسية (قيادة الكلفة، التميز، النمو، الابداع، والتحالفات الاستراتيجية) في شركات التأمين المصرية.
---	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ثانيا: الدراسات الأجنبية

ت	(الباحث، السنة) عنوان الدراسة	هدف الدراسة	عينة الدراسة	أبرز النتائج
١	(Rishi & Goyal, ٢٠٠٨) Success factors in the implementation of strategic information systems: an empirical investigation of public sector undertakings in India	فحص العوامل التي تؤثر على تنفيذ نظم المعلومات الاستراتيجية.	تم اختيار كل من شركة (Hindustan & machine tools Bharat limited & Electricals heavy limited) لتمثيل مؤسسات القطاع العام بلغ عددهم (٨٩٠) شخصا وبعينة محدده بلغ عددها (٢١٦) مبحوثا واستجاب (١٦٤) مبحوثا	أصبحت الثقافة التنظيمية، ودوران المهنيين العالي، ومشاركة الإدارة، والتعاون، والموارد المتاحة، ومنافسة السوق، والبيروقراطية التنظيمية والاستبدال التنظيمي عوامل النجاح التي يجب الاهتمام بها في تنفيذ أنظمة المعلومات الاستراتيجية في مشاريع القطاع العام الهندي.
٢	(Kumar & Palvia, ٢٠٠١) Key Data Management Issues in a Global Executive Information System	اكتشف أهمية استخدام المدراء التنفيذيين لأنظمة المعلومات في عملية اتخاذ القرار، خاصة في ظل العولمة وانتشار الشركات وفروعها في جميع أنحاء العالم.	تشمل العينة الشركات الدولية الموجودة في الولايات المتحدة وفي مناطق مختلفة من العالم. من إجمالي ٤٨ رداً صالحاً للاستعمال اي ما يقرب من ٩٪ منها، ٨٦٪ من الشركات مقرها في الولايات المتحدة و ١٤٪ في بلدان أخرى.	اهمية نظم المعلومات ومن الضروري توفيرها للمدراء التنفيذيين في عملية اتخاذ القرارات، واضهار اهمية لنظم المعلومات التي تطلبها الشركات العالمية والشركات متعددة الجنسيات، والتأكيد على ضرورة تنظيم البيانات التي تغطي احتياجات المدراء التنفيذيين من المعلومات المحلية والعالمية.

<p>يُظهر التحليل المتعمق لخمس حالات أن دعم الإدارة العليا لهذه الأنظمة هو ظاهرة متعددة الأبعاد تميل إلى التغيير بمرور الوقت</p>	<p>تم تصميم دراسة الحالة العامة متعددة الاستخدامات لتحديد وتصنيف إجراءات الإدارة العليا المحتملة.</p>	<p>الفصح عن أسباب دعم الإدارة العليا أو رفضها لدعم مشاريع نظم المعلومات الاستراتيجية.</p>	<p>(Boonstra, ٢٠١٣) How do top managers support strategic information system projects and why do they sometimes withhold this support?</p>	<p>٣</p>
<p>لا يمكن أن تكون أنظمة المعلومات أداة مفيدة لإعادة صياغة نماذج الأعمال فحسب، بل يمكن أن تكون أيضًا بمثابة ديناميت لتمييز الصناعات بأكملها.</p>	<p>تم اختيار Yoox كمنصة للتجارة الإلكترونية وسعت إلى إيجاد قنوات توزيع جديدة عبر الإنترنت في قطاعات الأزياء المقترحة للمعاملات التجارية العالمية مثل ارماني.</p>	<p>توسيع منظور الشركات وإعادة تصور نظم المعلومات الاستراتيجية للعوامل التي تشكل نظام العمل بأكمله.</p>	<p>(Resca & D'Atri, ٢٠١٢) Strategic information systems and the reconfiguration of value space: a case study of Yoox</p>	<p>٤</p>

من خلال الدراسات السابقة توصل الباحثان الى مجموعة من الاستنتاجات

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة يرى الباحثان ان أنظمة المعلومات الإستراتيجية تلعب دور مهم وأساسي في دعم الإدارة الإستراتيجية وإتاحة الفرص للمنظمات لأداء وظائفها الأساسية بأقصى قدر من الكفاءة والفعالية، سواء كانت هذه الوظائف تتبع بالقيام في عمليات التخطيط الاستراتيجي أو اتخاذ القرار. وايضا ان نظم المعلومات الاستراتيجية تساهم في بناء العلاقة مع تكنولوجيا المعلومات لتقديم العديد من المنتجات والخدمات الحديثة والمتطورة، مما يجعل المنظمات استراتيجية ومنافسة في العديد من جوانب الخبرة التقنية، على المستويين المحلي والدولي. ويرى الباحثان إن الدور الاستراتيجي لأنظمة المعلومات هو توفير البيانات المناسبة والحديثة للمديرين الذي يخلق خبرة وميزة تنافسية مهمة للمنظمات ومنشات الاعمال ويوصي الباحثان على ضرورة زيادة الاهتمام بانظمة المعلومات الاستراتيجية وتوفير البيانات الحديثة للمديرين التنفيذيين في المنظمة لما لها من تأثير على الميزة التنافسية والتفوق في الأسواق العالمية والحرص على استخدام أحدث المعدات التكنولوجية للتمييز بين المنظمات المنافسة في السوق.

الفصل الثاني

المبحث الأول

نظم المعلومات الاستراتيجية

المقدمة

أولاً: مفهوم نظم المعلومات الاستراتيجية

ثانياً: اهداف نظم المعلومات الاستراتيجية

ثالثاً: أهمية نظم المعلومات الاستراتيجية

رابعاً: عناصر نظم المعلومات الاستراتيجية

خامساً: خصائص نظم المعلومات الاستراتيجية

سادساً: معوقات نظم المعلومات الاستراتيجية

سابعاً: العوامل الرئيسية لنجاح نظم المعلومات الاستراتيجية

ثامناً: ابعاد نظم المعلومات الاستراتيجية

تاسعاً: ادوار نظم المعلومات الاستراتيجية

عاشراً: استخدام نظم المعلومات الاستراتيجية

المقدمة

يعد موضوع نظم المعلومات الاستراتيجية من الموضوعات المهمة التي لا غنى عنها في عالم يتسم بالمنافسة الشديدة والتغير المستمر في أذواق ورغبات الزبائن لانه يرفد الشركة بالسلع والخدمات التي تعطيها الميزة التنافسية فضلاً عن كونه يشجع على تحسين العمليات.

باتت نظم المعلومات في ظل معطيات ثورة المعلومات والاتصالات على نحو لم تعد فيه مجرد مجموعه تقنيات وأدوات تدعم إدارة المنظمه في ممارسة أنشطتها أو دعم قراراتها بكفاءة وفاعلية. (النعمة، ٢٠٠٧، ٥)

كما أنه نظام محوسب يسهم في تنفيذ استراتيجيات المنظمة لتوفير المعلومات الاستراتيجية لاستغلال الفرص بطريقة تؤثر على عمل المنظمات فضلاً عن استخدامها لتحقيق الكفاءة والفاعلية من أجل تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في المستقبل. (Laudon and Laudon, ٢٠١٨, ٣٥)

وهناك من أطلق على نظم المعلومات الاستراتيجية مصطلحات " نظم المعلومات منفعي الإدارة العليا " أو "نظم دعم الإدارة العليا " أو " نظم المعلومات التنفيذية " وهذا التعدد في المصطلحات جاء نظراً للالتباس الحاصل في ترجمة المصطلح (Executive) أو خشية أن يظن البعض بأن هذا النوع من نظم المعلومات تقع بالمستويات الإدارية التنفيذية (الدنيا) فجاء التأكيد باستخدام لفظة الأداة العليا (مكليود، ٢٠٠٩: ٧٩١).

أولاً: مفهوم نظم المعلومات الاستراتيجية

قدم العديد من الباحثين والممارسين تعريفات عديدة لنظم المعلومات الاستراتيجية وهي تعبر عن تباين وجهات نظرهم ومنطلقاتهم الفكرية من مفهوم وإبعاد وأهمية هذه النظم الاستراتيجية ، تلعب نظم المعلومات الاستراتيجية دوراً مهماً وأساسياً في مساندة الإدارة العليا على القيام بوظائفها الأساسية على أعلى مستوى من الكفاءة والفاعلية ونلاحظ من خلال الاطلاع على الأدبيات الإدارية مدى تعدد وجهات النظر في تعريف نظم المعلومات الاستراتيجية والتي كانت من بينها :-

-فقد عرفها (٩٢:١٩٩٦، Turban et.al) (Charles Wiseman) ببيان أن نظم المعلومات الاستراتيجية هو النظام الذي يدعم أو يصيغ الاستراتيجية التنافسية لوحدة الأعمال).

-كما عرفها كل من (العباري والعارضى، ٢٠٠١) وذلك حسب Laudon-Laudon: بأنه نظام محوسب يخدم الإدارة العليا ويكون قادر على تغيير اهداف أو العمليات أو المنتجات أو الخدمات او العلاقات البيئية لتمكين المؤسسة من الحصول على سبق تنافسي.

-أما تعريف Gupta (فكرون، ٢٠١٦-٢٠١٧، ٨٧): أنها النظم التي تمدنا بالمعلومات عن الخدمات والمنتجات التي تلعب دوراً هاماً ومباشراً في مساعدة المنظمات على تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

- نظم المعلومات الاستراتيجية: هي تلك النظم التي ترفد الشركة بالمعلومات المتعلقة بطبيعته المنتجات والخدمات والقدرات التي تعطيها الميزة الاستراتيجية وتحسين عملياتها. (المبيضن، ٢٠١٥، ٤٨٣)

كما يمكن تعريف نظم المعلومات الاستراتيجية من وجهة نظر الباحثين: -

أن نظم المعلومات الاستراتيجية تلعب دوراً مهماً وأساسياً في تسهيل مهمة الإدارة العليا في التخطيط الاستراتيجي وتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمات المتمثلة بالبقاء والنمو وتحقيق الميزة التنافسية، يقوم بتزويد الإدارة العليا بالمعلومات الداخلية المتمثلة بنقاط القوة والضعف والمعلومات الخارجية المتمثلة بالفرص والتهديدات وكذلك دعم قراراتها بالكفاءة والفاعلية من أجل تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمات.

من خلال التعريف أعلاه نلاحظ أن نظم المعلومات الاستراتيجية تتمركز على النقاط الآتية: (البكري، ١٩٩٩، ١٩٦)

- ١- ان نظم المعلومات الاستراتيجية تزود الإدارة العليا بالمعلومات الاستراتيجية الخاصة بالخدمات والمنتجات ومعلومات عن البيئة الخارجية (الموردين والمنافسين والعملاء)
- ٢- ان الهدف من نظم المعلومات الاستراتيجية هو التطوير والتقديم للمنتجات والخدمات التي تعطي الميزة التنافسية للمنظمة وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات.
- ٣- ان نظم المعلومات الاستراتيجية يتم اعتمادها في مختلف مستويات الإدارة داخل المنظمة وذلك لدعم القرارات الاستراتيجية للمنظمة.

ثانياً: اهداف نظم المعلومات الاستراتيجية

يمكن تحديد أهداف نظم المعلومات الاستراتيجية من خلال الدور الذي تؤديه المخرجات في دعم الإدارة العليا بالمنظمة والذي يؤكد الباحثين في أطروحاتهم (الصباغ، ٢٠٠٢، ١٥٤، ١٥٥) (ياسين، ٢٠٠٢، ٧٩)، (برهان ورحوا، ٢٠٠٣، ٣٣٠)، (النجار، ٢٠٠٥، ١٢٩)، (ياسين، ٢٠٠٦، ١١٦) وكما يلي: -

- تمكن قاعدة نظم المعلومات الاستراتيجية من تزويد الاداره العليا بالمعلومات لعمليات التخطيط والسيطرة واتخاذ القرارات كما أنها توفر فرصه لإدارة المعلومات بكفاءة وفاعلية.
- تقديم معلومات عن عوامل النجاح والتي وصفت بأنها " المجالات المحدودة في نشاطات المنظمة والتي إذا كانت مرضية ستحقق اهدافها ".
- تعزيز قدرات الاداره العليا في الدخول إلى معلومات مفصله لأغراض اتخاذ القرارات وبتقديم ملخصات عن تلك المعلومات.
- تساعد المنظمات في تحقيق مايعرف بمفهوم التقدم التنافسي وهو مفهوم يمكن أن يأخذ أكثر من معنى حيث يعد من مفاهيم المرونة، فقد نعني به زيادة ارقام المبيعات، اكتساب زبائن جدد، نمو بالحصة السوقية أو غيرها، وتحقيق هذه الأمور من اختصاص الاداره العليا.
- مساعدة الاداره العليا في المنظمة على مواجهة المشكلات وتقديم الحلول لها أثناء حدوثها من خلال إسنادها بالمعلومات الاستراتيجية.
- توفر المدخلات المعلومات التي تطلبها الإدارة في اتخاذ وصنع القرار الاستراتيجي من خلال بيانات هذه النظم والتي تضمن معلومات البيئة الخارجية (فرص وتهديدات) ومعلومات البيئة الداخلية (نقاط القوة والضعف).

ثالثاً: أهمية نظم المعلومات الاستراتيجية

لقد شهد عقد التسعينات من القرن العشرين اهتماماً بالغاً في نظم المعلومات الاستراتيجية فقد استخدمت نظم المعلومات في الماضي كأداة محددة باتخاذ القرارات في بيئة الأعمال المعاصرة بعدها حدثت التغيرات في نظم المعلومات الاستراتيجية فأصبحت تمثل سلاحاً المنافس ومواردها الاستراتيجية (الخفاجي ، الطائي ، ٢٠٠٩ : ١٨٢-١٨٤)

وفي رأينا أن نظم المعلومات الاستراتيجية هي إدراكيا أكثر من نوع معين من أنواع تطبيقات نظم المعلومات فإن نظم المعلومات الأخرى تمثل أسلوب جديد تماماً في الدور والمهام عن دور نظم المعلومات الخاصة في عملية التخطيط الاستراتيجي فإن نظم المعلومات الاستراتيجية ليس مجرد سلاح تنافسي إنما هو ذلك النظام الذي يسهم في إنجاز العديد من الأدوار الاستراتيجية التي تسهل مهمة الإدارة العليا في المنظمة بعملية التخطيط الاستراتيجي (الرازم ، ١٩٩٥ : ٣-٦)

يمكن تلخيص أهمية نظم المعلومات الاستراتيجية بالآتي:

١- نظم تساعد المنظمة على التكيف مع الظروف المحيطة بها والانتقال بسلاسة من الماضي إلى الحاضر ثم المستقبل إذ يساعد المنظمة على التعامل مع حالة عدم التأكد والاضطرابات المحيطة بالمنظمة مما يخلق للمنظمة الميزة التنافسية المستدامة. (Laudon and Laudon, ٢٠١٠: ١٥)

٢- لها دور واضح في دعم استراتيجية منظمة الأعمال وموقعها التنافسي من خلال ماتقدمة من معلومات ذات الطبيعة استراتيجية لدعم عملية التخطيط الاستراتيجي وبهذا الاتجاه بعد نظم المعلومات الاستراتيجية سلاحاً بيد المنظمة لمواجهة التحديات وتعزيز موقعها التنافسي. (العمرى والسامرائي، ٢٠١٠: ٩)

٣- أن اكتساب الميزة التنافسية إلى نظم المعلومات الاستراتيجية يتطلب توظيفاً استراتيجياً للمعلومات في استثمار الفرص وتجنب التهديدات عبر المهارات التقنية والبنية التحتية. (Dehning & Stratopolous, ٢٠٠٣, ٢٢)

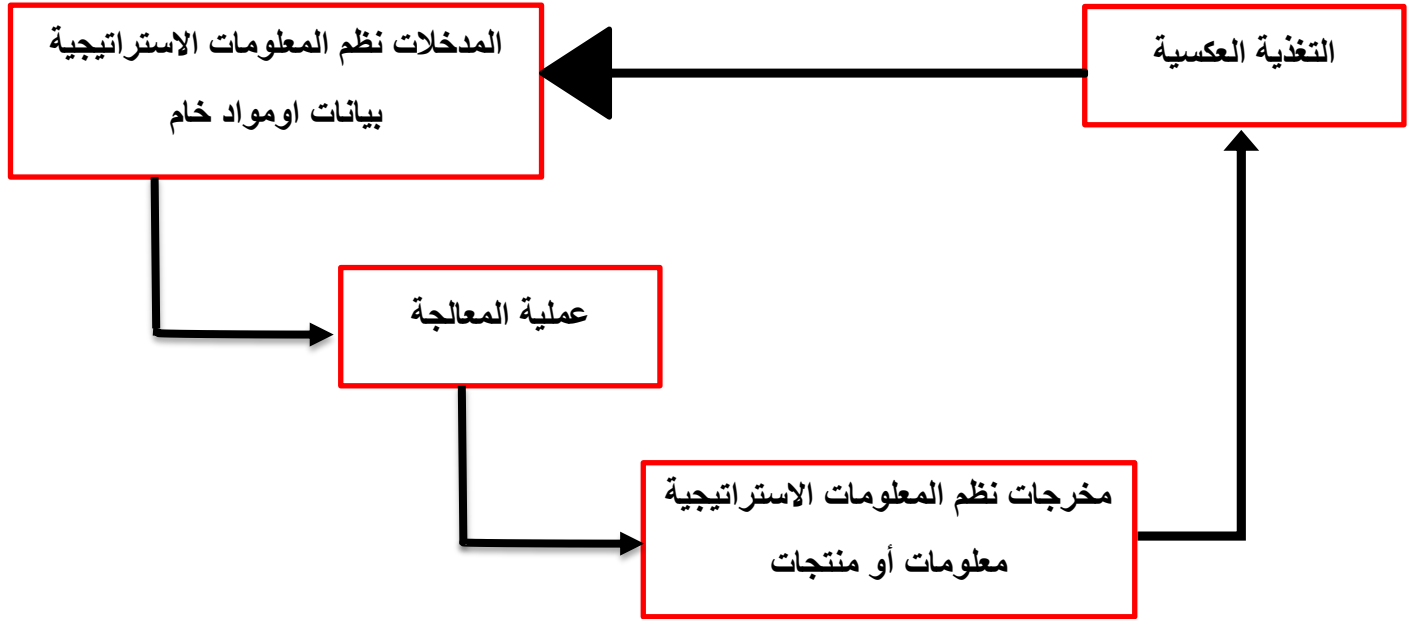
٤- أن ميزة نظم المعلومات الاستراتيجية تتجسد في رفع موارد الأعمال والموارد الغير ملموسة والثقافات الإبداعية بالتكامل مع منظومة التخطيط الاستراتيجي وإدارة سلسلة التوريد. (Powell & Micallef, ١٩٩٧, ٩)

وعلى ضوء ما تقدم يرى الباحثان أن أهمية نظم المعلومات الاستراتيجية تتمثل بدعم وإسناد الإدارة العليا للمنظمة بعملية صنع واتخاذ القرارات بجميع مستويات المنظمة وخاصة المستوى في الإدارة العليا (المستوى الاستراتيجي) من خلال دعم أنشطتها الداخلية وتوفير المعلومات لصناع القرارات الاستراتيجية.

رابعاً: عناصر نظم المعلومات الاستراتيجية

تتشكل نظم المعلومات الاستراتيجية من أربعة عناصر (المدخلات، عمليات المعالجة، المخرجات، التغذية العكسية) وكما موضح بالشكل (٠٢)

الشكل (٠٢) عناصر نظم المعلومات الاستراتيجية



المصدر: اعداد الباحثان

سوف نتعرف على عناصر نظم المعلومات الاستراتيجية بالآتي:

١- **المدخلات:** هي سلسلة من البيانات من مصادر داخلية عن كافة الأنشطة والعمليات التي تقوم بها المنظمة (الشمري ، ٢٠٠٨،٦٤) ويتفق كل من (Laudon and Laudon , ٢٠١٢ , ٦٠) على أن المدخلات تتمثل بمجموعه من البيانات التي يتم تجميعها من البيئة الخارجية والداخلية وتزويد المنظمة بها ، إذ يعرفها كل من (ابو حطب ، بصير ٢٠٠٩،٦) البيانات هي مادة الخام في نظم المعلومات وهي تعبر عن حقائق أولية ثم تلقيها وتسجلها عن احداث معينه وهذه البيانات يتم إدخالها في النظام لكي تعالج لغرض انتاج المعلومات فهي تمثل مدخلات النظام ويمكن تقسيم مصادر المدخلات الى نوعين مصادر خارجية ومصادر الداخلية.

٢- **المعالجة:** يقصد بها كافة الأنشطة التي تتم على مدخلات نظم المعلومات بهدف تحويل المدخلات (البيانات) إلى مخرجات (معلومات استراتيجية) يؤكد (الزعبي ، ٢٠٠٥،٤٣) أن المعالجة هي عملية تحويل وتحليل المدخلات من هينتها الأولية إلى معلومات الاستراتيجية ذات معنى وقيمة وهذه العملية تشمل تصنيف البيانات ، تلخيصها ، ترتيبها ، ومعالجتها حتى تكون جاهزة للاستخدام في الوقت المناسب.

هنالك مجموعه من الأنشطة التي تقوم بها عملية المعالجة المتمثلة بالآتي (النجار، ٢٠٠٥، ٢٦، ٣٠):

- معالجة البيانات: - هي تصفية البيانات واستبعاد الغير مفيد منها ثم تصنيفها وترتيبها لتحويلها إلى معلومات الاستراتيجية ذات قيمة ومعنى.

- تخزين المعلومات: - المعلومات الناتجة عن المدخلات تستخدم بشكل مباشر من قبل المستفيدين أو خزنها إلى حين الحاجة إليها من الأخذ بالحسبان أن الحاجة إلى المعلومات لا تنتهي بمجرد استخدامها لذا يتوجب خزنها بطريقة يمكننا التعديل والتحديث عليها.

- استرجاع المعلومات: - تشير إلى امكانيه استرجاع المعلومات المتراكمة وذلك على وفق متطلبات المنظمة مع عدم إغفال عامل الوقت عند استرجاع المعلومات حتى لا تفقد فائدتها.

٣- المخرجات: هي كل ما ينتج عن عملية المعالجة المنظمة وقد تكون المخرجات سلع أو خدمات أو معلومات ، يعرف (سايفي، ٢٠٠٩، ٤٥) المخرجات هي كل ما ينتج من النظام نتيجة الأنشطة التحويلية أو الإنتاجية التي أجريت على المدخلات سواء كانت مرغوبة أو غير مرغوبة تذهب هذه المخرجات إلى نظام آخر أو إلى البيئة الخارجية المحيطة وتكون عبارة عن منتجات أو خدمات أو معلومات ، ولا بد هنا من الالتفات إلى مفهوم المعلومات كونها تمثل مرتكز المخرجات نظم المعلومات الاستراتيجية فهي معلومات مهمة وضرورية في دعم قراراتها الاستراتيجية للمنظمة. (صادق، ٢٠١١، ٦)

٤- التغذية العكسية: تتعلق بالمعلومات المرتدة عن النظام من البيئة الخارجية والداخلية أو الرقابة على النظام ومدى تحقيق أهداف النظام التي صمم لأجلها ويصفها (الداية، ٢٠٠٩، ٢٠) أنها إعادة تقييم العمل الذي يقوم به النظام وتحديد أي قصور في المدخلات أو العمليات أو المخرجات على أن يكون هدفها هو الوصول إلى النتائج السليمة.

مما تقدم يمكن تعريف التغذية العكسية من وجهة نظر الباحثين على أنها هي عملية تكشف لنا الانحرافات في المعلومات (المخرجات) وتصحيحها من خلال مطابقة المخرجات المخططة مع المخرجات الفعلية بالطريقة المناسبة لرفع مستوى أداء المنظمة.

خامساً: خصائص نظم المعلومات الاستراتيجية

رغم قلة الكتابات التي تناولت خصائص نظم المعلومات الاستراتيجية والتي يمكن تلخيصها بالآتي: - (ايوب، ١٩٩٦، ١٢٥، ١٢٤)

- تحوي نظم المعلومات الاستراتيجية على المعلومات ومعالجتها بانتظام وفق إجراءات معينة ويقوم بتقديمها على شكل تقارير للإدارة ويحوي أيضا على جزء رسمي يعمل على تقديم المعلومات التي تعمل على دعم بكفاءة الفكر الاستراتيجي في الإدارة.

- يعد الكمبيوتر عنصر مهم من عناصر نظم المعلومات الاستراتيجية.

- ان نظم المعلومات الاستراتيجية هو نظام متكامل يحوي المعلومات الكاملة يكون البعض منها ذو خصائص كمية يتم تحليلها باستخدام أساليب التحليل الكمي والبعض الآخر ذو خصائص وصفية تعتمد على الآراء الشخصية.

- ان نظم المعلومات الاستراتيجية هو نظام متكامل تعتمد على المعلومات والتقارير المتعلقة بأوضاع المنظمة الداخلية، وتعتمد على المعلومات التي تنشأ بالبيئة الخارجية بصورة أكبر. والتي تعمل على التنبؤ المتعلق بالمستقبل أكثر ارتباطاً

بالماضي.

سادساً: معوقات نظم المعلومات الاستراتيجية

يرى **Mason** أن نظم المعلومات الاستراتيجية تواجه العديد من الشكوك نحو امكانياتها وقدراتها في تحقيق أهدافها وأداء الأدوار والوظائف الاستراتيجية ومن أهم هذه المعوقات (الصادق, ٢٠٠١, ٢٨-٢٩)

نحول الميزة التنافسية الى ضرورة حتمية استراتيجية: - قيام نظم المعلومات الاستراتيجية بتوفير الميزة التنافسية يمكن دعمها والحفاظ عليها حيث يرى العميل أن مايميز خدمة المنظمة عن غيرها أصبح متاحا لدى المنافسين عند المستوى نفسه من الأسعار.

المخاطر المترتبة بتصميم وتنفيذ نظم المعلومات الاستراتيجية: - نظم المعلومات الاستراتيجية تواجه مجموعه من المخاطر في مرحلة تصميمها وتنفيذها والتي تتمثل بالتالي: -

- **المخاطر المرتبطة بإدارة النظم الضخمة:** تتسم بعدد من المستخدمين وانخفاض الرقابة الرسمية المباشرة مما يؤدي إلى زيادة بالأخطاء المحتممة، وتكون نتائجها كارثية على المنظمات والمؤسسات بل تكون أعمال تخريبية بفعل فاعل التي مازالت لم تحضي بالتكيف أو المعالجة حتى الآن.

- **المخاطر المرتبطة بتقليد نظم المعلومات الاستراتيجية للمؤسسات:** - ينشأ هذا النوع من المخاطر عند القيام بنسخ المعلومات الاستراتيجية من قبل أحد المنافسين الذي يكون من المحتمل أنه يمتلك القدرة والإمكانية والموارد أكبر مما لدى هذه المؤسسة مما يؤدي إلى فقدانها الميزة التنافسية التي بادرت المؤسسة على الحصول عليها.

- **رضا الإدارة العليا عن وظائف نظم المعلومات التنفيذية:** - أن مدراء بعض الإدارات للمؤسسات المختلفة في حوالي خمسة مئة منظمة التي شملتهم دراسة قام بها **Mason** سنة ١٩٩١ عن العلاقة التي تربط بين نظم المعلومات الاستراتيجية واستراتيجية العامة للمؤسسة من بين هؤلاء لديهم نسبة ٩٨٪ من الرضا عن الوظائف التي تقوم بها نظم المعلومات الاستراتيجية التي نجح منها كانت خمس حالات فقط وقد أظهرت نتائج الفشل وذلك لأسباب إدارية وتنظيمية وليست لأسباب تكنولوجيا.

سابعاً: العوامل الرئيسية لنجاح نظم المعلومات الاستراتيجية

إن نجاح نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق المراد منه لايد من توافر عوامل رئيسية تساعد في الوصول إلى الأهداف لتعزيز أولويات التنافسية على مستوى المنظمة ، ومن بين هذه العوامل ما يلي :-

- **التركيز الداخلي والخارجي:** - تركز على بيئة المنظمة الخارجية وتطوير علاقاتها مع العملاء الموردين والمنافسين وترتكز على المسائل الداخلية. (السامرائي، الزعبي، ٢٠٠٤)

- **إضافة القيمة لا تقليل القيمة:** -ان إنجاز الأعمال بكلفة أقل يعد مهم في بيئة الأعمال كطريقة لزيادة الكفاءة وهذا ينسجم مع احتياجات المنظمة لتمييز نفسها بين المتنافسين وتحقيق النجاح. (Ward and Griffiths , ١٩٩٦)

- **إبداع المديرين:** - تقديم المخاطر والمنافع لنظم المعلومات الاستراتيجية والتخطيط الجيد والسليم للمحافظة عليها وامتلاك مثل هذه النظم. (الزعبي, ١٩٩٩)

- **اقتسام المنافع:** - يتم من خلال تقسيم المنافع التي تم تحقيقها ما بين المجهزين والموردين وحتى المنافسين. (الزعبي، ٢٠٠٥، ٧٨-٨١)

- فهم العملاء: - يتم فهم عن طريق معرفة اتجاهات المستهلكين نحو السلع والخدمات وكيفية الحصول على قيمة الخدمة أو المنتج وماهي المشاكل التي يواجهونها، استخدم هذا المبدأ من قبل (McKesson) وذلك من خلال تقديم مجموعه من الخدمات المستندة إلى معلومات بدأ من مشكلة بسيطة بالسيطرة على التخزين والتي تم حلها بطريقة تسليم المنتجات بدفعات مساوية لحجمها. (الزغبى، ٢٠٠٥، ٧٨-٨١)

ثامناً: ابعاد نظم المعلومات الاستراتيجية

الابعاد الرئيسية لنظم المعلومات الاستراتيجية تتمثل بالآتي: -

- استراتيجية الأعمال الإلكترونية: هي الاستراتيجية التي يتم من خلالها استخدام تطبيقات شبكات الإنترنت والانترنت مما يؤدي إلى دعم استراتيجية المنظمة. (Doherty , ٢٠٠٢ , ١٥٩)

- تقنيات نظم المعلومات الاستراتيجية: هي الوسيلة التي تقوم على تبويب البيانات وحفظها و تخزينها واسترجاعها باستخدام (الأجهزة والمعدات، والبيانات، والشبكات، والموارد البشرية، والبرامج، والشبكات) والتي تستخدمها المنظمة لتحسين في أداء أعمالها وتحقيق أهدافها الاستراتيجية التي تسعى إليها. (الشموس، ٢٠١٩، ٥١)

- المعلومات الاستراتيجية: المعلومات الاستراتيجية تحتل مكان خاص لما تؤديه من أدوار في حياة المنظمات والمؤسسات لكونها توفر المعلومات التي تساعد باتخاذ القرارات المتعلقة بالأنشطة المختلفة المنظمة ولاسيما القرارات المتعلقة بالبيئة التنافسية. (هواري وبنتن، ٢٠٠٤، ٢٧)

تاسعاً: ادوار نظم المعلومات الاستراتيجية

إن الأدوار التي تقوم بها نظم المعلومات الاستراتيجية هي ليست ادوار تقليدية بل ذات طبيعة استراتيجية يكون لها تأثير على أعمال المنظمة من أجل أن تحقق تفوق تنافسي من خلال تقديم خدمات جديدة بمستوى عالي من الجودة، ومن بين هذه الأدوار الآتي (العمرى والسامرائي، ٢٠٠٨)، (ابو بكر، ٢٠١٢، ٦١٨، ٦١٧):-

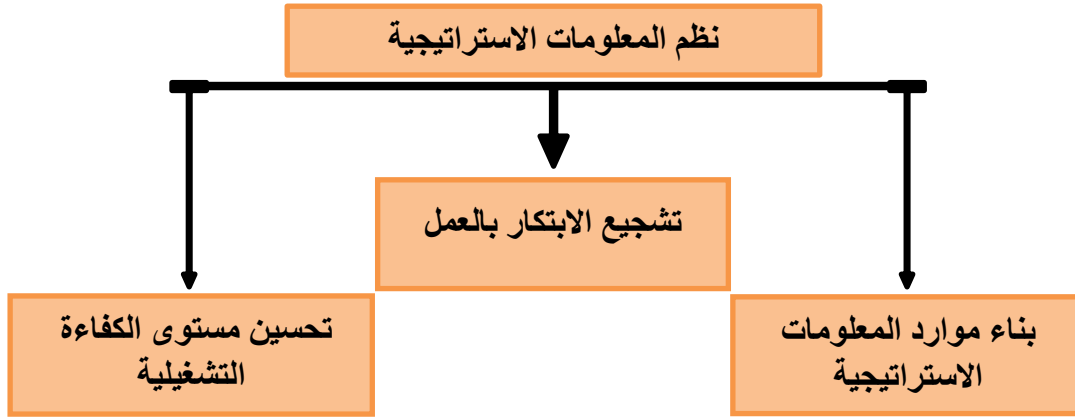
- تحسين مستوى الكفاءة التشغيلية: - هي تأدية للعمليات بأقل كلفة داخل المنظمة على أن يتم الحفاظ على أفضل النوعية والأداء مما ي أهل المنظمة على تبني استراتيجية التكلفة ورفع مستوى خدماتها ومنتجاتها.

- تشجيع الابتكار بالعمل: - مساهمة نظم المعلومات الاستراتيجية الابتكار في العمل لخفض التكاليف المختلفة وتقديم الخدمات والمنتجات الجديدة والمتطورة أن هذا الابتكار يساعد ارتباط العملاء بالمنظمات ويحافظون على تعاملهم معها.

- بناء موارد المعلومات الاستراتيجية: - يتحقق عندما تتبنى المنظمة الاستثمار في نظم المعلومات الاستراتيجية التي تساعد في بناء قاعدة بيانات استراتيجية إذ يفيد المنظمة في بناء مواردها المعلوماتية والتي تمكنها من أخذ الفرص بتطوير السلع والخدمات الجديدة.

والشكل الآتي يوضح الأدوار الرئيسية لنظم المعلومات الاستراتيجية:

الشكل (٠٣) الادوار الاستراتيجية لنظم المعلومات الاستراتيجية



المصدر: اعداد الباحثان

عاشرا: استخدام نظم المعلومات الاستراتيجية

تتمثل اهم الاستخدامات فيما يلي (الطائي، ٢٠٠٤، ٢٦): -

- الربط بين العملاء والموردين: تستخدم لتضييق الفجوة بين المنظمة وأطرافها الخارجية بهدف تسريع عملياتها وتوفير الوقت والجهد.

- السلع والخدمات المعتمدة على المعلومات: تقوم بتجميع المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات من مختلف النواحي منها ما يتعلق بالموردين والموزعين ومنها ما يتعلق بالأسواق ومنها ما يتعلق بالمستهلكين والعملاء ومنها ما يتعلق بالمنتجات نفسها وغيرها من المعلومات.

- نظم المعلومات الادارة العليا: تستخدم في تزويد ودعم الإدارة العليا بالمعلومات اللازمة لإعداد الخطط والتنبؤات الطويلة المدى وتسقى معلوماتها من مصادر خارجية وداخلية.

- التكامل المطور لعمليات المنظمة الداخلية: تستخدم للتكامل الداخلي في إدخال المعلومات داخل المنظمة وتحقيق أكبر مشاركة للمعلومات.

الفصل الثاني

المبحث الثاني

الميزة التنافسية

المقدمة

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية

ثانياً: أهمية الميزة التنافسية

ثالثاً: اهداف الميزة التنافسية

رابعاً: خصائص الميزة التنافسية

خامساً: مصادر الميزة التنافسية

سادساً: ابعاد الميزة التنافسية

سابعاً: مؤشرات الميزة التنافسية

ثامناً: استراتيجيات الميزة التنافسية

تاسعاً: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

عاشراً: دور سلسلة القيمة بتحقيق الميزة التنافسية

المقدمة

الميزة التنافسية تأتي عندما تقوم المنظمة بالحصول أو التطوير على إجراءاتها التي تسمح لها بتحقيق التفوق التنافسي. (wang, ٢٠١٤, ٣٣)

تعد الميزة التنافسية واستدامتها محور نشاط المؤسسات ومركز اهتمامها حيث تأتي الميزة التنافسية عندما تقوم المنظمة بالحصول أو التطوير على إجراءاتها التي تسمح لها بتحقيق التفوق التنافسي (wang, ٢٠١٤, ٣٣) وتعتبر من أهم سمات في بيئات الأعمال على اعتبارها سر تفوقها وصمودها في مواجهة المنافسين في ظل بيئة شديدة التنافس، فالمنافسة تعبر عن حالة نزاع بين الأفراد أو الجماعات نحو التفوق واكتساب العملاء، المنافسة تقوم على خاصية جوهرية هي الابتكار والتميز ونتيجتها الحتمية هي جذب الزبائن. (عمر، ١٩٩٦، ٧)

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية

لقد تعددت تعاريف المنافسة بتعدد وجهات نظر الباحثين ولا يوجد تعريف متفق عليه ومن بينها مايلي:

تعرف الميزة التنافسية: على أنها القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالسعر المناسب والوقت المناسب وهو تلبية لحاجات المستهلكين أكثر كفاءة من المنشآت المنافسة الأخرى. (ابو بكر، ٢٠٠٦، ١٣)

يؤكد (مصطفى، ٢٠٠٦، ٤١٦) أن الميزة التنافسية هي تميز المؤسسة عن منافسيها مما يتيح لها تقديم منتجات مميزة وبأسلوب ناجح ومربح.

وعرفها أيضا بورتر بأنها هدف استراتيجي يتصف بميزة الكلفة والاختلاف وينبع من داخل المنظمة ويحقق لها القيمة لفترات طويلة. (الطائي، ٢٠١٢)

أما (السلام، ٢٠١٠) فقد عرف الميزة التنافسية على أنها مجموع خصائص وكفاءات وقدرات التي تتمتع بها المنظمة وتميزها عن منافسيها في الأسواق.

ويرى الباحثين على أن الميزة التنافسية: هي ليست شئ مادي أو غير مادي تمتلكه المنظمة وانما هي قدرة المنظمة على إنتاج السلع والخدمات بكفاءة وجودة والاسعار التي تكون أفضل مما يقدمها منافسيها وهي السمة التي تتيح للمنظمة التفوق على منافسيها.

ثانياً: أهمية الميزة التنافسية

تتمثل بالامتلاء والتطوير الميزة التنافسية هدف تسعى المنظمة إلى تحقيقه في ظل التحديات التنافسية إذ ينظر للميزة التنافسية على أنها هي قدرة المنظمة على تحقيق حاجات العملاء أو القيمة التي يحصل عليها من الخدمة أو المنتج ، ويمكن تلخيص أهمية الميزة التنافسية في الآتي :-

١- تعد الميزة التنافسية مؤشر إيجابي نحو المنظمات لاحتلالها موقع قوي في السوق وذلك لامتلاكها حصة سوقية أكبر من حصة منافسيها وهذا يعني أن سيكون لها زبائن أكثر ولاء ورضا قياسا بمنافسيها وتكون أقل تعرض لهجمات المنافسين من جهة وزيادة أرباحها من جهة أخرى (Hill & Jones, ٢٠٠١, ٢٠٩)

٢- الميزة التنافسية تمثل سلاح لمواجهة تحديات السوق والمنظمات المنافسة ويأتي من خلال قدرتها على تلبية حاجات زبائنها عن طريق خلق مهارات وتقنيات إنتاجية بصورة تمكنها من التكيف مع بيئة سريعة التغير (White Hill ٦٢٥, ١٩٩٧,)

٣- تكون معيار مهم لتحديد نجاح المنظمات عن غيرها لان المنظمات الناجحة تتميز بصعوبة تقليدها (Macmillan & ٨٩, ٢٠٠٠, Tampot)

ثالثا: اهداف الميزة التنافسية

الميزة التنافسية اهداف عديدة أهمها (مربعي، ٢٠١١-٢٠١٢، ٦٠):

- ١- جذب العملاء وذلك بقدرتها على إقناع الزبائن بالمنتجات المتميزة وخلق فرصة تسويقية.
- ٢- الحصول على حصة سوقية أكبر من حصة منافسيها وهذا سينعكس على زيادة الأرباح والعوائد.
- ٣- خلق ولاء خارجي للمنظمة من خلال خلق قيمة للعملاء مما يؤدي إلى ضمان رضا العميل وبقاءه في السوق الحالي.
- ٤- الرؤية المستقبلية للأهداف المراد الوصول إليها والفرص التي يرغب باقتناصها، إضافة إلى الدخول الى مجال تنافسي جديد من سوق أو عملاء أو سلع وخدمات جديدة.
- ٥- الميزة التنافسية هي معيار لتحديد نجاح المنظمات وتميزها بنموذج يصعب تقليديه.

رابعا: خصائص الميزة التنافسية

نظرا لحساسية الميزة التنافسية وأثرها في تحقيق النجاح المرغوب فإن تحقيق الفائدة المرجوة من امتلاكها عدد من الخصائص.

ومن هذه الخصائص التي يجب أن تتميز بها التنافسية المنظمة نجد مايلي: (الغالبي، ادريس، ٢٠٠٩، ٣٠٩): -

- ١- النسبية: أي تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة هذه الصفة تجعل فهم المميزات في إطار مطلق.
- ٢- مستمرة: تكون مستمرة وتحقق السبق للمنظمات على المدى البعيد باعتبارها تختص باغتنام الفرص في المستقبل.
- ٣- المرونة: ويقصد بها يمكن إحلال الميزات التنافسية بأخرى وبسهولة وفق اعتبارات في البيئة الخارجية والتي تتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تحققها المنظمة.
- ٤- التجديد: تكون متجددة وفق قدرات الداخلية للمنظمة من جهة وتغيرات البيئة الخارجية من جهة أخرى.

خامسا: مصادر الميزة التنافسية

هنالك انواع عدة لمصادر الميزة التنافسية ومن أهمها التي حدد كل من (Pitts and lei , ١٩٩٦ , ٧٠) و (دهام ٢٠١٦ ، ٣٢) مصادر الميزة التنافسية بالآتي:

- ١- **المصادر الميزة التنافسية الداخلية:** تتمثل بموارد المنظمة الملموسة تتمثل ب (المواد الأولية، الموجودات وغيرها) والغير ملموسة تتمثل ب (الطاقة وغيرها) وكذلك الميزة التنافسية تأتي من نظم الإدارية المطورة ومردودات البحث والتطوير.
- ٢- **المصادر الميزة التنافسية الخارجية:** تتمثل من تغيرات البيئة الخارجية وهي كثيرة ومتعددة يمكن أن تستغلها المنظمة والاستفادة منها مما يؤدي إلى خلق الفرص مظروف العرض والطلب على المواد الأولية والبشرية وغيرها.
- ٣- **الخيارات الاستراتيجية:** تستطيع الشركة تبني الميزة التنافسية من خلال خياراتها الاستراتيجية وخاصة بالتكامل العمودي الأفقي والتحالف والعلاقة مع الآخرين.

سادسا: ابعاد الميزة التنافسية

هي الخصائص التي تختارها المنظمة بتقديم منتجاتها وتلبية طلبات السوق لتحقيق التفوق على منافسيها، تسعى المنظمة لتعزيز حصتها السوقية والتميز التنافسي، الجودة العالية والتكاليف المنخفضة هي من الخصائص التي أخذت البحث عنها فتوصلت إلى الابعاد حتى أصبحت المنظمة تتميز عن بنافسيها باكثر من بعد.

فقد تعددت وجهات النظر في تحديد ابعاد الميزة التنافسية في مجال إدارة الإنتاج والعمليات ومن خلال الاطلاع على مجموعه مصادر تبين هنالك تطابق اراء لعدد من الباحثين حول الابعاد والاكثر شيوعا التي سنتطرق إليها على النحو الآتي :- (لحول ، ٢٠٠٧-٢٠٠٨ ، ٦٨-٦٩) (سالم ، ٢٠١٧ ، ٣٤-٣٥) و (ابو رمضان، ٢٠١٧ ، ٣١) و (نعمة وحسن، ٢٠١٩ ، ٢):

١- **خفض الكلفة:** تعد الكلفة الأدنى هي البعد التنافسي الأقدم التي سعت لاعتقاد الكثير من المنظمات هي قدرة المنظمة على الإنتاج والتسويق بأقل التكاليف مقارنة بتكاليف منتجات التي يقدمها منافسيها مما يؤدي إلى تحقيق الأرباح العالية وان خفض الكلفة يؤدي إلى الحصول على فرصة للبيع بأقل من كلفه المنافسة، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق معرفة المصادر الرخيصة للحصول على الموارد الأولية أو تقسيم الكلفة الثابتة إلى أكبر عدد من حجم الإنتاج.

من أبرز العوامل التي تؤدي إلى خفض الكلفة هي :-

- اعتماد سياسة التوزيع بما يتطابق مع خصوصية المنتجات والحفاظ عليها من التلف.
- استغلال الطاقات المتاحة في موجودات المنظمة لتقليل من نسبة تأثير الكلف الثابتة على الكلف الكلية.
- الاستثمار الأقل للمواد وخاصة الموارد الأولية مع زيادة منحى الخبرة لدى العاملين.

٢- **الابداع:** ويقصد به التجديد والذي يعتمد بالشكل الأساسي على الأفكار الجديدة ومن تلك الأفكار هي تكوين اشياء جديدة ومبتكرة لم تكن موجودة سابقا وان هذه العملية تتطلب التعاون والتنسيق بين مجموعه أنشطة التي يتم أداءها داخل المنظمة لغرض تبني الأفكار الجديدة واعتماد الأساليب نظامية لغرض تقديم الخدمات والمنتجات أو تطويرها بهدف تحقيق أهداف المنظمة من البقاء والنمو واكتساب الميزة التنافسية يجعلها أكثر قدرة على التنافس.

٣- التمايز: هو السمة التي تسعى الشركات في الحصول عليها من خلال بعض الأبعاد التي تكون لها قيمة أكبر من العملاء، تتميز الشركة ببيع خدماتها ومنتجاتها الفريدة من نوعها في السوق المستهدف ويمكن للمنظمة تحقيق التمايز عن طريق نظام تخطيط الموارد بمعنى أن التمايز يكون عن طريق تقديم المنتجات والخدمات التي تكون مميزة عن منتجات وخدمات المنظمة المنافسة مثل طول عمر المنتج، قدرة الصيانه، توفير قطع غيار، إمكانية الإصلاح، وكسب الثقة مما يؤدي إلى تحقيق التمايز.

سابعاً: مؤشرات الميزة التنافسية

هنالك العديد من المؤشرات التي تستخدمها المنظمة للدلالة على امتلاكها للتمايز التنافسي مثل الربحية، الحصة السوقية، حجم المبيعات، رضا المستهلكين، القدرة على التصدير والفاعلية، قيمة السهم، (Silva & Tadahsi, ٦٧-٦٨)، (٢٠٠٥)، و (Chang & Sinclair, ٢٠٠٣) إلا أن الأكثر شيوعاً واستخداماً هي مؤشرات الربحية والحصة السوقية وحجم المبيعات لما تتمتع بها من مزايا مثل توفر المعلومات وسهولة الحصول عليها وجميعها تكون كمية أي سهولة حسابها. (Day and Wensley ١٩٨٩، ٤).

ويمكن اختصار المؤشرات كما يلي:

- ١- الربحية:** المعروف أيضاً باسم نسبة الاستثمار في الأرباح ونسبة الاستثمار في القيمة هي المقياس التي يتم من خلاله تقييم أداء المشروعات عن طريق حساب نسبة صافي الدخل إلى الاستثمارات ويمكن تعظيم ربحية المنظمة من خلال استخدام التقنيات الحديثة واستغلال الموارد بشكل الأمثل (الوقفي، ١٩٩٩، ٨٦)
- ٢- الحصة السوقية:** تعني النسبة المئوية التي تستحوذ عليها الشركة من إجمالي المبيعات فيما يتعلق بالسوق أو المجال التجاري الذي تعمل فيه، ويستخدم للتمييز بين الربحين والخاسرين والمقارنة مع المنافسين الرئيسيين، (Day and Wensley, ١٩٨٩، ١١) ويمكن قياس الحصة السوقية بثلاث طرق (Kottler, ٢٠٠٠، ٢١٤):
 - الحصة السوقية النسبية: تتم من خلال قسمة المبيعات الكلية للمنظمة على مبيعات أكبر المنافسين في السوق.
 - الحصة السوقية الإجمالية: تتم من خلال قسمة مبيعات المنظمة على إجمالي المبيعات الكلية للسوق.
 - الحصة السوقية المخدوم: يتم من خلال قسمة مبيعات المنظمة على المبيعات الإجمالية للسوق المخدوم.
- ٣- حجم المبيعات:** يعتبر حجم المبيعات مؤشراً علي نجاح أعمال المنظمة وعلى الحصة السوقية لها تقوم العديد من المنظمات إلى وضع هدف محدد لحجم المبيعات المراد تحقيقها ومتابعة الأداء.

ثامناً: استراتيجيات الميزة التنافسية

تعتمد المنظمات استراتيجية معينة الغرض منها التنافس لضمان نمو وبقاء المنظمة، تكون الإستراتيجية على مستوى الأعمال هي الطريقة العامة التي تنظم بها الشركة أنشطتها للتنافس ضد المنافسين في صناعة منتجاتها ومم أجل ضمان ميزة التنافسية صعبة التقليد لا بد من اتباع ثلاث استراتيجيات عامة على مستوى الأعمال والتي تتمثل بالتالي (سويسو الخفاجي، ٢٠١٥):

- ١- استراتيجية قيادة الكلفة:** يصعب تنفيذ إستراتيجية قيادة الكلفة للشركات الصغيرة لأنها تتضمن الالتزام طويل الأمد بتقديم المنتجات والخدمات بأسعار منخفضة في السوق. لهذا الغرض، تحتاج الشركات إلى إنتاج منتجات بتكلفة منخفضة إضافة إلى الاهتمام بمواكبة التكاليف الإدارية والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة.

٢- استراتيجية التمايز: إن تحديد سمة منتج فريد من نوعه عن المنافسين في الصناعة هو العامل الدافع في استراتيجية التمايز ويقصد به التفرد بخصائص يصعب تقليدها ويؤكد أن أفضل المنتجات هي التي تمتلك الصفات الفريدة والقيمة الكبيرة لدى العملاء ويكون المنتج قادراً على تمييز نفسه عن المنتجات أو الخدمات المماثلة الأخرى في السوق.

٣- استراتيجية التركيز: هذه الإستراتيجية تشبه إلى حد بعيد استراتيجية قيادة التكلفة؛ إلا أن الاختلاف الرئيسي هو أن استراتيجية التركيز تستهدف شريحة معينة داخل السوق ويتم تقديم هذا الجزء بأقل سعر للمنتج أو الخدمة أي القيام بتكثيف نشاط المنظمة على جزء معين من السوق واستبعاد الآخرين ويشير **wheelen** أن إستراتيجية التركيز تعتمد على منتج معين أو سوق معين.

تاسعا: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

تحدد نوعية ومدى وجودة الميزة التنافسية بثلاث ظروف المتمثلة بالآتي: (وديع، ٢٠٠٣، ١١)

أولاً/ مصدر الميزة: يمكن ترتيب الميزة وفق هذا المعيار الى نوعين هما:

-الميزة التنافسية المرتفعة: تستند إلى تميز المنتج أو الخدمة من خلال تقديم المنتجات المتميزة عن منتجات منافسيها وتتطلب هذه المزايا توافر مهارات وقدرات عالية المستوى مثل تدريب العمال.

- التنافسية المنخفضة: تعتمد على التكلفة الأقل لقوة العمل والمواد الخام، وهي سهلة التقليد نسبياً من قبل الشركات المنافسين

ثانياً/ عدد مصادر الميزة التنافسية: إن اعتماد المؤسسة على ميزة تنافسية واحدة مثل تصميم منتج بأقل كلفة أو القدرة على شراء مواد لخاص الرخيصة يعرضها إلى خطر سهولة تقليدها من قبل المنافسين، لذا يستحسن تعدد مصادر الميزة التنافسية لكي تصعب على المنافسين تقليدها.

ثالثاً/ درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة: تقوم المؤسسات بخلق مزايا جديدة وبشكل أسرع لتفادي قيام المؤسسات المنافسة بتقليد أو محاكاة ميزتها التنافسية الحالية لذا يتطلب الأمر القيام بالتغيير على المزايا القديمة وخلق مزايا تنافسية جديدة.

عاشراً: دور سلسلة القيمة بتحقيق الميزة التنافسية

من طرق دراسة الميزة التنافسية للمؤسسة هناك ما يسمى "سلسلة القيمة"، الذي قدمه بورتر وهو تكتيك لتحليل الأنشطة الرئيسية والداعمة حيث تحاول تفكيك المؤسسة إلى مجموعة من النشاطات من القيمة والتكلفة للوصول لمعرفة مصادر التكلفة والميزة التنافسية في كل عملية من العمليات التي تؤديها المؤسسة، ومن ثم التفوق على المنافسين. وتحقق المنظمة أرباحاً عندما تكون المخرجات حصيللة القيمة المضافة لكل الأنشطة أكبر من التكاليف التي تتحملها المنظمة مقابل أنشطة سلسلة القيمة. (Fahey, ٢٠٠١, ٤٥) يتكون نموذج سلسلة القيمة من الأنشطة الرئيسية والأنشطة الداعمة (shoer, ٢٠٠٩, ٦٣)

أولاً/ الأنشطة الرئيسية: هي الأنشطة التي تسهم بصورة مباشرة في عملية الإنتاج والبيع وهي خمسة أنشطة: -

- الإمدادات الداخلية: مجموعه أنشطة مرتبطة بتخزين وتوصيل المدخلات اللازمة للعملية الإنتاجية

- **العمليات:** هي الأنشطة المرتبطة بعملية الإنتاج وتقوم على تحويل المدخلات الى مخرجات في شكلها النهائي
- **التسويق والمبيعات:** هي مجموعه من الأنشطة المرتبطة بالتزويد بالوسائل التي يتم من خلالها تحفيز المستهلك على شراء منتجات المنظمة
- **الخدمات:** هي مجموعه أنشطة مرتبطة بالخدمات التي تقدم مع المنتجات وذلك للحفاظ على قيمة المنتج والتي يطلق عليها خدمات ما بعد البيع.
- **الإمداد الخارجي:** مجموعه أنشطة تقوم على جمع وتخزين والتوزيع من المنتج الى المستهلك.
- **ثانيا/ الأنشطة الداعمة:** تتمثل بجميع الأنشطة الإدارية الداعمة لعمل نظم الأعمال في المنظمات وهي أنشطة تساعد الأنشطة الرئيسية والتي تتمثل بما يلي: -
- **تطور تكنولوجيا:** أنشطة متعلقة بتصميم المنتج وتحسين اداء الأنشطة المختلفة ومعرفة إجراءات العمل الضرورية لكل نشاط في المنظمة.
- **شراء الموارد:** أنشطة متعلقة بالحصول على المدخلات (موارد، طاقة، الآلات، وخدمات).

الفصل الثاني

المبحث الثالث

أثر نظم المعلومات الاستراتيجية في الميزة التنافسية

أولاً: نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية

ثانياً: المزايا التنافسية التي تحققها نظم المعلومات الاستراتيجية في المنظمات

ثالثاً: الأدوار الاستراتيجية التي تلعبها نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية

أولاً: نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية

في هذا العصر تواجه منظمات الأعمال تحديات وصعوبات عديدة التي فرض عليها بان يكون لديها منهجا استراتيجيا في ظل عملها باتجاه تحقيق اهدافها، ومن ضمان البقاء والاستمرار في البيئة المتغيرة والمعقدة مليئة بالتحديات. بذلك تبرز دور واهمية وجود نظم معلومات استراتيجي ليمثل سلاحا استراتيجيا للمنظمات لتواجه هذه الصعوبات، من خلال اعتماده كأداة توفير معلومات للتخطيط الاستراتيجي.

توفر الإدارة الاستراتيجية النظرة المستقبلية للمنظمة عن البيئة الخارجية من خلال الفرص والتهديدات المتوقعة وعن البيئة الداخلية من خلال دراسة نقاط القوة والضعف وذلك لتمكين المنظمة من تحقيق الأهداف وتبني نظام إستراتيجي يسمح لها على مواجهة التهديدات واستغلال الفرص للحصول على الميزة التنافسية (Galliers , et,al , ٢٠٠٦ ، ١٦) ، وحسب ما تناول (بورتر) توجد ثلاث استراتيجيات تحقق الميزة التنافسية ويعتمد تطبيق المنظمة لاي من البدائل الاستراتيجية اي نقاط القوة التي تتمتع بها المنظمة ونقاط الضعف التي تعاني منها (القادر ، ٢٠١٠-٢٠١١ ، ٨٠-٨١) . وكما يلي: -

أولاً: نظم المعلومات الاستراتيجية واستراتيجية قيادة الكلفة

تستخدم هذه الاستراتيجية لغرض خفض الكلفة التي تتحملها المنظمة أقل من منافسيها من خلال الحصول على عمالة وموارد أولية أرخص وهذا الأمر يحققه نظم المعلومات الاستراتيجية من خلال توفير معلومات داخلية (المتعلقة بالأداء) وخارجية (المتعلقة بالأسواق والمنافسين) للمنظمة.

ثانياً: نظم المعلومات الاستراتيجية واستراتيجية التميز

هي إحدى الاستراتيجيات الثلاث لبورتر في التسويق، وتعد سر نجاح الكثير من العلامات التجارية وتميزها. إذ تهدف استراتيجية التمايز إلى إضافة ميزة تنافسية للمنتج أو الخدمة، لتميزها عن غيرها من المنتجات المنافسة من ناحية تصميم العلامة التجارية والمنتج وجودتها وخدمة العملاء استراتيجية تستخدمها المنظمة لتحقيق التميز بمنتجاتها عن منتجات منافسيها ويمكن تحقيق التمايز من خلال التفرد.

وعلى هذا الأساس لا يمكن لأي منظمة النجاح بتحقيق التمايز دون توفير معلومات في الوقت المناسب عن (الكلفة، المنافسين، الأداء) وغيرها من المتغيرات التي تؤثر على الموقع التنافسي وهذا يحقق نظم المعلومات الاستراتيجية.

ثالثاً: نظم المعلومات الاستراتيجية واستراتيجية التركيز

هي إحدى استراتيجيات بورتر العامة، التي تقوم المؤسسة باستخدامها لاكتساب ميزة تنافسية في القطاع أو الصناعة بحيث يمكنها أشبع حاجات ورغبات قطاع معين بصورة أفضل من منافسيها مما يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية.

ثانياً: المزايا التنافسية التي تحققها نظم المعلومات الاستراتيجية في المنظمات

وتحقق نظم المعلومات الاستراتيجية العديد من المزايا التنافسية لمنظمات الأعمال ومنها مايلي (غراب والحجازي، ١٩٩٩):-

- نظام يساهم في صياغة الاستراتيجية وتطبيقها ومتابعتها.
 - وضع تكلفة عالية لتحويل العميل إلى منتج المنافسين.
 - التغيير الكامل بنظام العمليات مما يؤدي إلى التغيير في بيئة الأعمال في المنظمات.
 - السماح للمنظمات باختيار استراتيجيات جديدة لتحديد اسعار منتجاتها وخدماتها.
 - تقديم منتجات وخدمات ومعلومات جديدة لا يوفرها المنافسين مما يؤدي إلى التغيير الكامل في أساس المنافسة.
 - نظام معلومات يساهم في تحقيق ميزات تنافسية مستدامة للمؤسسة وخلق موضع لدخول المنافسين إلى السوق.
- ومن خلال المزايا التي يحققها نظم المعلومات الاستراتيجية نرى أن الهدف الأساسي من هذه النظم هو إسناد للإدارة العليا في اتخاذ القرارات الاستراتيجية والخطط الاستراتيجية التي تحقق الميزة التنافسية (القادر، ٢٠١٠-٢٠١١)

ثالثاً: الأدوار الاستراتيجية التي تلعبها نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية

من أهم التحديات التي تواجهها المنظمات هي البقاء على ميزتها التنافسية.

و عرف (Hichs , ١٩٩٣) الميزة التنافسية الناتجة عن نظم المعلومات: هي تطبيق لتكنولوجيا المعلومات بالشكل الذي يؤدي إلى تحقيق التفوق التنافسي.

ويقصد بها أن نظم المعلومات الاستراتيجية تعد الوسيلة التي تمد المنظمة بالمعلومات الاستراتيجية التي تحتاج لها لتحقيق الميزة التنافسية. تعد نظم المعلومات التي تم الإشارة عليها في الكثير من الأدبيات بنظم المعلومات الاستراتيجية أنها نظم مساندة للأنشطة التي تقوم بها المنظمات ومساعدتها بالوصول إلى الأفضل من خلال المعلومات الاستراتيجية التي تقوم بتزويدها للإدارة العليا. (احمد والعواد، ٢٠١١)

الفصل الثالث

الجانب العملي

أولاً: مجتمع وعينة البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر نظم المعلومات الاستراتيجية على الميزة التنافسية. ويتضمن مجتمع البحث المدير العام والمدراء التنفيذيين ومجموعة من الإداريين في شركة أسيا سيل في محافظة ميسان. وتم توزيع ٤٠ استمارة استبيان، وتم جمع ٣٠ من هذه الاستمارات لتحليل النتائج.

ومن خلال هذا البحث، يهدف الباحثون إلى تحليل تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية على الميزة التنافسية وتحديد مدى استخدام هذه النظم في شركة أسيا سيل، وذلك لتحديد مدى أهمية هذه النظم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية وتحسين الأداء التنافسي للشركة. وتتكون هذه الاستبانة من قسمين:

القسم الأول: - وهو القسم المتعلق بالمتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية) حيث يحتوي هذا المحور على ٣ ابعاد وكل بعد يحتوي على ٥ أسئلة بمجموع ١٥ سؤال للمتغير المستقل.

القسم الثاني: - ويشمل المتغير التابع (الميزة التنافسية) حيث يحتوي هذا المتغير على ٣ ابعاد وكل بعد يحتوي على ٥ أسئلة بمجموع ١٥ سؤال للمتغير التابع.

مقياس البحث: - تم اعداد استمارة الاستبيان بالاعتماد على مقياس (ليكرت) الخماسي (اتفق بشدة-اتفق-محايد-لا اتفق-لا اتفق بشدة) وتم تحليل البيانات بالاعتماد على برنامج التحليل الاحصائي ٢٧ IBM SPSS Statistics.

جدول (١) توزيع عينة الدراسة

التسلسل	العدد الموزع من الاستثمارات	المسترجع من الاستثمارات	المستبعد من الاستثمارات	غير المسترجع من الاستثمارات	الصالح من الاستثمارات	نسبة الاسترجاع
١	٣٠	٣٠	٠	١٠	٠	١٠٠%

المصدر: - اعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الجانب الميداني

المعلومات التعريفية للأفراد المبحوثين في الشركة

جدول رقم (٢) المعلومات التعريفية لعينة الدراسة

النوع الاجتماعي							
انثى				ذكر			
النسبة		التكرار		النسبة		التكرار	
٢٧%		٨		٧٣%		٢٢	
العمر							
٥٠ سنة فأكثر		٤٩-٤٠ سنة		٣٩-٣٠ سنة		٢٩ سنة فأقل	
النسبة		التكرار		النسبة		التكرار	
٠%		٠		٤٧%		١٤	
٦%		٢		٤٧%		١٤	
مدة الخدمة في الشركة							
١٦ سنة فأكثر		١٥-١١ سنة		١٠-٥ سنوات		٥ سنوات فأقل	
النسبة		التكرار		النسبة		التكرار	
٢٧%		٨		٣٠%		٩	
١٣%		٤		٣٠%		٩	

المصدر: - اعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الجانب الميداني

تم جمع البيانات من عينة دراسة تضم ٣٠ موظفا يعملون في شركة اسياسيل

بالنسبة للنوع الاجتماعي فان ٧٣% من المشاركين كانوا ذكورا (٢٢) بينما كان ٢٧% منهم اناثا (٨ مشاركين).

بالنسبة للعمر فان ٤٧% من المشاركين كانوا تحت سن ال ٢٩ سنة (١٤ مشاركا) بينما كان ٤٧% منهم في الفئة العمرية ٣٠-٣٩ سنة (١٤ مشاركا) وكان هناك (٢ مشاركا) فقط في الفئة العمرية ٤٩-٤٠ سنة (٦%) ولم يكن هناك أي مشاركين في الفئة العمرية ٥٠ سنة فأكثر.

وفيما يتعلق بمدة الخدمة في الشركة، فان ٣٠% من المشاركين كانوا يعملون في الشركة لمدة تقل عن ٥ سنوات (٩ مشاركين)، وكان هناك (٩ مشاركين) ٣٠% يعملون في الشركة لمدة ١٠-٥ سنوات، في حين كان هناك (٤ مشاركين) ١٣% يعملون في الشركة لمدة ١٥-١١ سنة، وكان هناك (٨ مشاركين) بنسبة ٢٧% يعملون في الشركة لمدة أكثر من ١٦ سنة.

وعلى أساس هذه البيانات يمكن اجراء تحليلات واستنتاجات حول التأثيرات المحتملة لنظم المعلومات الاستراتيجية في الميزة التنافسية لشركة اسياسيل.

ثانياً: - الوصف الاحصائي لمتغيرات البحث

في هذا الجزء، سنقوم بتحليل محاور الاستبانة للإجابة على أسئلة الدراسة، حيث تم استخدام مقاييس الإحصاء الوصفي، مثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي لأجوبة أفراد عينة البحث عن فقرات الاستبانة المتعلقة بالمحورين نظم المعلومات الاستراتيجية والميزة التنافسية.

القسم الأول (نظم المعلومات الاستراتيجية): المطلوب في هذا المتغير هو تحديد رأي عينة البحث في عمليات نظم المعلومات الاستراتيجية في الشركة.

جدول (٣) الأوساط الحسابية والانحراف المعياري لفقرات المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية)

المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية)				
ت	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
١	وتقوم على فكرة أتمته الأداء في العلاقة بين الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدمية.	٤.٤٠	٠.٧٢	اتفق بشدة
٢	تقوم بمد الشركة بمواردها وموظفيها وعمالها من أجل تسهيل وتبسيط كافة الأعمال التشغيلية التي تقوم بها الشركة.	٤.٤٣	٠.٦٢	اتفق بشدة
٣	تستخدم الشركة استراتيجية الأعمال الإلكترونية يؤدي إلى انخفاض تكاليف العمليات التشغيلية والمالية مما يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية.	٤.٢٣	٠.٦٧	اتفق بشدة
٤	استخدام استراتيجية الأعمال الإلكترونية يقود إلى تخفيض الوقت اللازم لإنجاز أي عملية تشغيلية أو تسويقية أو مالية أو حتى عملية تسليم.	٤.٢٦	٠.٧٣	اتفق بشدة
٥	إمكانية الاتصال الفعال توفر استراتيجية الأعمال الإلكترونية الانترنت للشركة بالصورة الفعالة وعلى نطاق أوسع.	٤.٦٠	٠.٤٩	اتفق بشدة
٦	تقوم تقنية نظم المعلومات الاستراتيجية على تقديم الدعم للعمليات والإدارة وصنع القرار.	٤.٣٠	٠.٧٠	اتفق بشدة
٧	تعمل تقنية نظم المعلومات الاستراتيجية على تحقيق إمكانية تخزين ومعالجة وتدقيق المعلومات داخل الشركة.	٤.٢٠	٠.٦٦	اتفق بشدة
٨	تركز تقنية نظم المعلومات الاستراتيجية على إدارة التكنولوجيا وتحسين استخدامها من أجل تحقيق الأهداف الشركة.	٤.٣٦	٠.٧٦	اتفق بشدة
٩	تقوم التقنيات على زيادة التنسيق بين مستويات الشركة وبين الشركات الأخرى مما يؤدي إلى تقليل الكلف الذي بدوره يحقق الميزة التنافسية.	٤.٤٦	٠.٦٨	اتفق بشدة
١٠	تساعد تقنية نظم المعلومات الاستراتيجية على إيجاد قنوات اتصال جديدة على مستوى المنظمة لزيادة تدفق ومعالجه وتبادل المعلومات.	٤.٣٣	٠.٧٥	اتفق بشدة

١١	تستخدم الشركة المعلومات الاستراتيجية في استباق المشكلة قبل حدوثها.	٤.٤٠	٠.٧٢	اتفق بشدة
١٢	تستخدم الشركة المعلومات الاستراتيجية لتحقيق هدف البقاء والنمو والربحية.	٤.٤٣	٠.٥٦	اتفق بشدة
١٣	يحقق استخدام المعلومات الاستراتيجية وصولاً إلى مستوى أداء مطلوب للشركة، وذلك مقارنة مع أداء منافسيهم على نحو يحقق لهم التفوق.	٤.٣٣	٠.٦٦	اتفق بشدة
١٤	وتسهم المعلومات الإستراتيجية في تعزيز مستوي الإبداع في الشركة سواء على مستوي ابتكار منتجات أو تطويرها.	٤.٤٣	٠.٦٢	اتفق بشدة
١٥	وجود المعلومات الاستراتيجية يسهم في خفض الكلفة وتحسين الجودة مما يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية.	٤.٣٠	٠.٦٥	اتفق بشدة
	نتيجة المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية)	٤.٣٦	٠.٦٦٦	اتفق بشدة

المصدر: - اعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج برنامج (SPSS)

نلاحظ ان معطيات الجدول (٣) تشير الى ان المستجيبين يجزمون على أن مراكز عينة البحث تمتلك نظم المعلومات الاستراتيجية ومن الجدول نرى معظم المديرين تحفزهم عمليات هذه النظم ويرون أنها تساهم في كفاءة عملهم وجاء هذا القسم بوسط حسابي (٤.٣٦) وانحراف معياري (٠.٦٦٦)

وكانت **اهم الفقرات ذات المساهمة** الجيدة في إثراء هذا القسم هي الفقرة (٥) والتي تنص (إمكانية الاتصال الفعال توفر استراتيجية الأعمال الإلكترونية الانترنت للشركة بالصورة الفعالة وعلى نطاق أوسع) والتي جاءت بوسط حسابي (٤.٦٠) وانحراف معياري (٠.٤٩)

وفقرة (٩) والتي تنص على (تقوم التقنيات على زيادة التنسيق بين مستويات الشركة وبين الشركات الأخرى مما يؤدي إلى تقليل الكلف الذي بدوره يحقق الميزة التنافسية) وجاءت هذه الفقرة بوسط حسابي (٤.٤٦) وانحراف معياري (٠.٦٨)

وفقرة (١٢) والتي تنص (تستخدم الشركة المعلومات الاستراتيجية لتحقيق هدف البقاء والنمو والربحية) يدعمها وسط حسابي (٤.٤٣) وانحراف معياري (٠.٥٦)

في نفس الوقت كانت **أقل الفقرات مساهمة** هي الفقرة (٧) والتي تنص على (تعمل تقنية نظم المعلومات الاستراتيجية على تحقيق إمكانية تخزين ومعالجة وتدقيق المعلومات داخل الشركة) ويدل على ذلك وسط حسابي بلغ (٤.٢٠) وانحراف معياري مقداره (٠.٦٦).

القسم الثاني (الميزة التنافسية): - وكان المطلوب في هذا المتغير هو تحديد رأي عينة البحث في ابعاد الميزة التنافسية في الشركة.

جدول (٤) الأوساط الحسابية والانحراف المعياري لفقرات المتغير التابع (الميزة التنافسية)

المتغير التابع (الميزة التنافسية)				
ت	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
١٦	تجري الشركة التغيرات في نشاطاتها المختلفة من أجل مواجهة منافسيها.	٤.٤٦	٠.٦٢	اتفق بشدة
١٧	إن الابداع يعتمد بالشكل الأساسي على الأفكار الجديدة والمبادرة.	٤.٣٦	٠.٦١	اتفق بشدة
١٨	تتمكن الشركة من الابداع بطريقة الإنتاج وذلك من خلال الحصول على المعلومات من نظم المعلومات الاستراتيجية.	٤.٤٣	٠.٦٧	اتفق بشدة
١٩	تسعى الشركة في الحصول على الافكار الجديدة لأجل تحسين العمل وتطوره.	٤.٤٠	٠.٧٢	اتفق بشدة
٢٠	تحاول الشركة التطور والتحديث في طرق العمل وتبني الأفكار المتطورة.	٤.٦٣	٠.٥٥	اتفق بشدة
٢١	إن توفير نظم المعلومات الاستراتيجية يساهم في تمايز خدمات ومنتجات الشركة في قطاع السوق المستهدف.	٤.٤٦	٠.٦٢	اتفق بشدة
٢٢	أن نظم المعلومات الاستراتيجية يساهم في الحصول على التكنولوجيا الأفضل.	٤.١٣	٠.٧٣	اتفق بشدة
٢٣	أن التمايز هو سعي الشركة لتكون مميزة فيما تقدمه من خدمات.	٤.١٦	٠.٥٩	اتفق بشدة
٢٤	أن نظم المعلومات الاستراتيجية يمكنها توفير معلومات إستراتيجية عن الموارد الأولية الجيدة وهذا بدوره سيحقق التمايز في الشركة.	٤.٢٠	٠.٤٨	اتفق بشدة
٢٥	تعمل الشركة على توفير الخدمات ذات كلفة منخفضة من خلال الدراسة المتواصلة حول تقليل المصروفات الغير ضرورية.	٤.٢٦	٠.٦٩	اتفق بشدة
٢٦	تقوم الشركة على التصميم والتصنيع والتسويق خدماتها بأقل كلفة مقارنة مع منافسيها.	٤.٣٠	٠.٦٥	اتفق بشدة
٢٧	أن نظم المعلومات الاستراتيجية يساهم بتوفير المعلومات الاستراتيجية التي تساعد بالحصول على الموارد الاقل كلفة مما يمكنه المساهمة في تحقيق الميزة التنافسية.	٤.١٦	٠.٦٤	اتفق بشدة
٢٨	أن نظم المعلومات الاستراتيجية يساعد على خفض التكاليف على مدار العملية الإنتاجية.	٤.٤٦	٠.٦٨	اتفق بشدة

٢٩	أن نظم المعلومات الاستراتيجية يمكنها توفير معلومات إستراتيجية عن الموارد البشرية الجيدة بأقل كلفة ممكنة مما يساهم بتحقيق الميزة التنافسية.	٤.٣٠	٠.٦٥	اتفق بشدة
٣٠	أن خفض الكلفة مفيدة بشكل خاص في السوق حيث يكون السعر عاملاً مهماً. الهدف الأساسي للشركة التي تهدف إلى تحقيق قيادة التكلفة هو أن تصبح المنتج الأقل تكلفة مقارنة بالمنافسين.	٤.٣٦	٠.٧١	اتفق بشدة
	نتيجة المتغير التابع (الميزة التنافسية)	٤.٣٣	٠.٦٤٠	اتفق بشدة

المصدر: - اعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج برنامج (SPSS)

نلاحظ ان معطيات الجدول (٤) تشير الى ان مراكز عينة البحث التي تم التحقق منها تمتلك الميزة التنافسية في النشاطات التي تقوم بها وهذا يدل على ان مراكز الشركة تحقق النتائج المطلوبة وجاء هذا القسم بوسط حسابي (٤.٣٣) وانحراف معياري (٠.٦٤٠).

وجاءت **اهم الفقرات ذات المساهمة** الجيدة في إثراء هذا القسم هي

الفقرة (١٦) والتي تنص الى (تجري الشركة التغييرات في نشاطاتها المختلفة من أجل مواجهة منافسيها) والتي جاءت بوسط حسابي (٤.٤٦) وانحراف معياري (٠.٦٢)

وفقرة (٢١) والتي تنص الى (إن توفير نظم المعلومات الاستراتيجية يساهم في تمييز خدمات ومنتجات الشركة في قطاع السوق المستهدف) وجاءت هذه الفقرة بوسط حسابي (٤.٤٦) وانحراف معياري (٠.٦٢)

وفقرة (٢٨) والتي تنص الى (أن نظم المعلومات الاستراتيجية يساعد على خفض التكاليف على مدار العملية الإنتاجية) يدعمها وسط حسابي (٤.٤٦) وانحراف معياري (٠.٦٢)

في نفس الوقت كانت **أقل الفقرات مساهمة** هي الفقرة (٢٢) والتي تنص على (أن نظم المعلومات الاستراتيجية تساهم في الحصول على التكنولوجيا الأفضل) ويدل على ذلك وسط حسابي بلغ (٤.١٣) وانحراف معياري مقداره (٠.٧٣).

ثالثاً: - اختبار فرضيات البحث

يشير هذا المحور الى علاقة الارتباط بين المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) وكذلك أيضا توضيح علاقة التأثير بين متغيرات البحث والتي من خلالها سنحاول اختبار فرضيات البحث

أولاً: - تحليل علاقة الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع

استخدم الباحثان معامل ارتباط (Pearson) من خلاله يتم اختبار الفرضية الرئيسية الأولى والتي تتضمن الاتي:

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى: - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين نظم المعلومات الاستراتيجية والميزة التنافسية.

جدول (٥) نتائج معامل الارتباط (Pearson) للفرضية الرئيسية الأولى

Correlations			
		نظم المعلومات الاستراتيجية	الميزة التنافسية
نظم المعلومات الاستراتيجية	Pearson Correlation	١	.٥٢٣**
	Sig. (٢-tailed)		.٠٠٣
	N	٣٠	٣٠
الميزة التنافسية	Pearson Correlation	.٥٢٣**	١
	Sig. (٢-tailed)	.٠٠٣	
	N	٣٠	٣٠

**** . Correlation is significant at the ٠.٠١ level (٢-tailed).**

المصدر: - من اعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج SPSS

من الجدول (٥) أعلاه نلاحظ ان تحليل معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين نظم المعلومات الاستراتيجية والميزة التنافسية قد بلغت (٠.٥٢٣) وهذا يشير الى وجود علاقة ارتباط طردية قوية بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٠٣) أي وجود علاقة طردية قوية بين المتغيرين.

وهذا يثبت صحة الفرضية الرئيسية الأولى والتي تتضمن وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين نظم المعلومات الاستراتيجية والميزة التنافسية.

ثانياً: - تحليل علاقة الأثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: - يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمتغير نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية.

جدول (٦) النتائج الإحصائية لاختبار دلالة نموذج الانحدار للفرضية الرئيسية الثانية

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
١	.٥٢٣ ^a	.٢٧٣	.٢٤٧	.٢٧٩١٣
a. Predictors: (Constant) (نظم المعلومات الاستراتيجية)				

المصدر: - من اعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (٧) النتائج الإحصائية لاختبار دلالة نموذج الانحدار للفرضية الرئيسية الثانية

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
١	Regression	.٨٢١	١	.٨٢١	١٠.٥٣٢	.٠٠٣ ^b
	Residual	٢.١٨٢	٢٨	.٠٧٨		
	Total	٣.٠٠٢	٢٩			
a. Dependent Variable: الميزة التنافسية						
b. Predictors: (Constant), نظم المعلومات الاستراتيجية						

المصدر: - من اعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (٨) النتائج الاحصائية لاختبار دلالة نموذج الانحدار للفرضية الرئيسية الثانية

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
١	(Constant)	١.٩٤٣	.٧٤١		٢.٦٢٢	.٠١٤
	نظم المعلومات الاستراتيجية	.٥٤٩	.١٦٩	.٥٢٣	٣.٢٤٥	.٠٠٣

a. Dependent Variable: الميزة التنافسية

المصدر: - من اعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (٩) علاقات تأثير المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية) في المتغير التابع (الميزة التنافسية)

F		T		R ^٢	نظم المعلومات الاستراتيجية		المتغير المستقل
الجدولية	المحسوبة	الجدولية	المحسوبة		B _١	B _٠	المتغير التابع
٤.١٧٠	١٠.٥٣٢	١.٦٩٧	٢.٦٢٢	٠.٢٧٣	٠.٥٩٤	٠.٥٢٣	الميزة التنافسية

*P ≤ ٠.٠٥ d.f: (١, ٢٨) N= ٣٠

المصدر: - اعداد الباحثان لاختبار صحة الفرضية الرئيسية الثانية في الدراسة بالاستناد الى نتائج برنامج SPSS

يتبين من خلال الجداول السابقة التي توضح تأثير المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية) على المتغير التابع (الميزة التنافسية) في مراكز عينة الدراسة، حيث بلغ معامل التحديد (R^٢) قيمة (٠.٢٧٣)، والذي يشير إلى أن التغيير في الميزة التنافسية يفسره التغيير في نظم المعلومات الاستراتيجية في مراكز الدراسة. كما نلاحظ من خلال الاختبار الإحصائي ان قيمة F المحسوبة بلغت (١٠.٥٣٢)، وهي أكبر من القيمة الجدولية المقابلة (٤.١٧٠)، وبالإضافة إلى ذلك، بلغت قيمة الاختبار الإحصائي لقيمة T المحسوبة (٢.٦٢٢)، وهي أيضاً أكبر من القيمة الجدولية المقابلة (١.٦٩٧). وتدل هذا النتائج على تحقق الفرضية الرئيسية الثانية.

الفصل الرابع

أولاً: - الاستنتاجات

١- تشير النتائج إلى أن المستجيبين أكدوا وجود نظم المعلومات الاستراتيجية في مراكز العينة التي شملها البحث، كما أن معظم المدراء يرون أن هذه النظم تحفزهم وتزيد من كفاءتهم في العمل. وقد بلغ الوسط الحسابي لمتغير نظم المعلومات الاستراتيجية (٤.٣٦)، بانحراف معياري بلغ (٠.٦٦٦).

٢- يتضح من نتائج البحث ان المشاركين يؤكدون ان المراكز المدروسة تتمتع بالميزة التنافسية، وهذا يدعم الاستنتاجات التي تشير الى ان المراكز تحقق النتائج المطلوبة. كما بينت النتائج ان غالبية المشاركين في الدراسة يشعرون بالرضا تجاه عمليات الميزة التنافسية في الشركة، حيث بلغ الوسط الحسابي للمتغير الميزة التنافسية ٤.٣٣ والانحراف المعياري ٠.٦٤٠. يمكن الاستنتاج من ذلك ان المراكز التي تم تحليلها تتمتع بميزة تنافسية وهذا يمثل ميزة تجارية قوية للشركة.

٣- توضح النتائج ان هناك علاقة طردية قوية بين نظم المعلومات الاستراتيجية والميزة التنافسية حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (٠.٥٢٣) وكانت الدلالة الإحصائية (٠.٠٠٣).

٤- تميّزت بعض الفقرات بمساهمتها الجيدة في دراسة نظم المعلومات الاستراتيجية واهمها الفقرة (٥) والتي تنص (إمكانية الاتصال الفعال توفر استراتيجية الأعمال الإلكترونية الانترنت للشركة بالصورة الفعالة وعلى نطاق أوسع) والفقرة (٩) والتي تنص الى (تقوم التقنيات على زيادة التنسيق بين مستويات الشركة وبين الشركات الأخرى مما يؤدي إلى تقليل الكلف الذي بدوره يحقق الميزة التنافسية) والفقرة (١٢) والتي تنص الى (تستخدم الشركة المعلومات الاستراتيجية لتحقيق هدف البقاء والنمو والربحية) وكانت اقل الفقرات مساهمة هي الفقرة (٧) والتي تنص على (تعمل تقنية نظم المعلومات الاستراتيجية على تحقيق إمكانية تخزين ومعالجة وتدقيق المعلومات داخل الشركة) اما اهم فقرات الميزة التنافسية التي كانت ذو مساهمة جيدة هي الفقرة (١٦) والتي تنص الى (تجري الشركة التغييرات في نشاطاتها المختلفة من أجل مواجهة منافسيها) والفقرة (٢١) التي تنص الى (إن توفير نظم المعلومات الاستراتيجية يساهم في تمايز خدمات ومنتجات الشركة في قطاع السوق المستهدف) والفقرة (٢٨) والتي تنص الى (أن نظم المعلومات الاستراتيجية يساعد على خفض التكاليف على مدار العملية الإنتاجية) و اقل الفقرات مساهمة بالنسبة للميزة التنافسية كانت الفقرة (٢٢) والتي تنص الى (أن نظم المعلومات الاستراتيجية تساهم في الحصول على التكنولوجيا الأفضل).

٥- تبين أن نظم المعلومات الاستراتيجية لها تأثير على الميزة التنافسية في مراكز عينة البحث، حيث بلغ معامل التحديد R٢ (٠.٢٧٣)، مما يشير إلى أن التغييرات في نظم المعلومات الاستراتيجية التي تتبناها هذه المراكز تؤثر على الميزة التنافسية.

ثانياً:- التوصيات

بناء على النتائج السابقة توصل الباحثان الى مجموعة من التوصيات متمثلة بالاتي:

- ١- تشير النتائج التي تم الحصول عليها من مراكز البحث إلى فعالية نظم المعلومات الاستراتيجية في مراكز العينة المدروسة، ويوصي الباحثان بأن تستمر شركة اسياسيل في تحديث عمليات نظم المعلومات الاستراتيجية بشكل دوري لضمان الحفاظ على تفوقها على المنافسين في السوق.
- ٢- ضرورة استمرار شركة اسياسيل للاتصالات في تنمية نظم المعلومات الاستراتيجية التي تعزز التميز والإبداع وتقليل التكاليف ، والعمل على تطوير المزايا التنافسية والحفاظ عليها على المدى البعيد.
- ٣- يجب ان تعمل شركة اسياسيل للاتصالات اكثر على تطوير نظم المعلومات الخاص بتقنية التخزين ومعالجة تدفق المعلومات داخل الشركة، وذلك بهدف تحقيق المزيد من التميز التنافسي وتعزيز الاستدامة في السوق، مما سيساعد على تحسين كفاءة العمليات الداخلية وتوفير الوقت والجهد والتكاليف، وتعزيز قدرة الشركة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
- ٤- بناءً على النتائج التي حصلنا عليها، نرى أن نظم المعلومات الاستراتيجية تساهم في الحصول على التكنولوجيا الأفضل، وعلى الرغم من كونها لديها أقل مساهمة بالنسبة للميزة التنافسية، إلا أن هذه النقطة تبقى أهمية بشكل كبير وتساعد على تعزيز القدرات التكنولوجية للشركة.
وبناءً عليه، يوصى بأن تعمل شركة اسياسيل للاتصالات على تعزيز هذه النقطة من خلال تطوير استخدام تقنيات المعلومات الاستراتيجية لتحسين العمليات الداخلية وتطوير منتجاتها وخدماتها، مما يمكنها من تحسين قدراتها التكنولوجية وتعزيز موقعها التنافسي في السوق.

المصادر

المصادر العربية

- ١- ابو بكر ، عيد احمد ، ٢٠١٣ ، ٦١٧-٦١٨ ، دور نظم المعلومات الاستراتيجية في دعم وتحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين المصرية ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ، ذكاء الاعمار واقتصاد المعرفة ، جامعة الزيتونة الأردنية ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، عمان ، الاردن ، ٢٣-٢٦ نيسان.
- ٢- ابو بكر، مصطفى محمود، ٢٠٠٦، ١٣، الموارد البشرية، مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الاسكندرية، الدار الجامعية الجديدة.
- ٣- ابو حطب، محمد، بصير، لارا، ٢٠٠٩، ٦، " بحث نظري جانبية ونموذج معالجة المعلومات " كلية الدراسات العليا، جامعة بيرزيت.
- ٤- ابو رمضان، أية عماد الدين، ٢٠١٧، ٣١، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالميزة التنافسية دراسة ميدانية على البنوك التجارية العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الاداريه، جامعة الأزهر، غزة.
- ٥- احمد، عودة احمد بني، العواوده، وليد مجلي، ٢٠١١، العلاقة بين نظم المعلومات الاستراتيجية والميزة التنافسية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، مجلد ٣٣، العدد ٤.
- ٦- ايوب، نادية حبيبي، ١٩٩٦، ١٢٤، ١٢٥، نموذج عام لنظم المعلومات الاستراتيجية، مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الاداريه المجلد الثامن.
- ٧- برهان، محمد نور، رحوا، غازي ابراهيم، ٢٠٠٣، ٣٣٠، نظم المعلومات المحوسبة، ط٢، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن .
- ٨- البكري، سونيا محمد، ١٩٩٩، ١٩٦، نظم المعلومات الاداريه، مصر، الدار الجامعية.
- ٩- حسين عمر، ١٩٩٦، ٧، الموسوعة الاقتصادية، دار الفكر العربي، مصر.
- ١٠- الداية، منذر يحيى ٢٠٠٩، ٢٠، " إثر استخدام نظم المعلومات المحاسبية على جودة البيانات المالية " رسالة ماجستير منشورة الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- ١١- دهام، رقية، ٢٠١٦، ٣٢، تنمية الكفاءات وأثرها على الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانيه والاجتماعيه، جامعة العربي التبسي، الجزائر.
- ١٢- الزعبي، حسن، ١٩٩٩، إثر نظم المعلومات الاستراتيجية في بناء وتطوير المزايا التنافسية وتحقيق عوامل التفوق التنافسي: دراسة تطبيقية في المصارف الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة بغداد، العراق.
- ١٣- الزعبي، حسن، ٢٠٠٥، ٤٣، " نظم المعلومات الاستراتيجية "مدخل استراتيجي"، دار وائل للنشر، عمان، الاردن.
- ١٤- الزغبي، حسن علي، ٢٠٠٥، ٧٨-٨١، نظم المعلومات الاستراتيجية (مدخل الاستراتيجي)، دار وائل للنشر والتوزيع، الاردن

- ١٥- سالم، عمر طارق عمر، ٢٠١٧، ٣٤-٣٥، علاقة التسويق الالكتروني بتعزيز الميزة التنافسية دراسة ميدانية على شركات تزويد الانترنت في قطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة.
- ١٦- السامرائي، يمان، الزعبي، هيثم، ٢٠٠٤، نظم المعلومات الاداريه، عمان، الاردن، دار صفاء للنشر والتوزيع .
- ١٧- سايعي، فيصل، ٢٠٠٩، ٤٥، " أنظمة المعلومات واستخدامها وفوائدها وتأثيرها على تنافسية المؤسسات دراسة استطلاع على المؤسسات تبسه، "رسالة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير (منشورة)، جامعة الحاج خضر بتانه، الجزائر.
- ١٨- السلام، سليم احمد عبد، ٢٠١٠، الإدارة الاستراتيجية والميزة التنافسية، ط١، الإسكندرية، دار المكتب الجامعي.
- ١٩- سويسو، عز الدين علي، الخفاجي، نعيمة عباس، ٢٠١٥، الميزة التنافسية وفق منظور الاستراتيجيات التغير التنظيمي، ط١، عمان. الاردن. دار الايام.
- ٢٠- الشمري، مشعان ضيف، ٢٠٠٨، ٦٤، " تطوير نظم المعلومات الاداريه في إدارات التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية، أطروحة دكتوراه (منشورة) جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
- ٢١- الشموس، كزار خزعل ماجر، ٢٠١٩، ٥١، استخدام نظم المعلومات الاستراتيجية في ترشيح ادارة الموارد البشرية، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، / جامعة المستنصرية.
- ٢٢- صادق، دارمان، ٢٠١١، ٦، " دور خصائص المعلومات الاستراتيجية في صنع قرارات المزيج التسويقي دراسة استطلاعية لآراء المدراء في المنظمات صناعية مختارة في إنتاج المياه المعدنية إقليم كردستان العراق الموتر ١٧ الاختصاصي المعلومات في الاقتصاد المعرفة التحديات والفرص وسقط.
- ٢٣- الصادق، اسامة سعيد عبد، ٢٠٠١، ٢٨-٢٩، نظم المعلومات الاستراتيجية كأحد متطلبات المنشآت، مجلة المحاسبة، السنة السابعة، العدد ٢٨، جامعة الملك سعود، يناير.
- ٢٤- الصباغ، عماد عبد الوهاب، ٢٠٠٢، ١٥٥، ١٤٥، علم المعلومات، مكتب دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن
- ٢٥- الطائي، محمد عبد حسين، ٢٠١٢، نظم المعلومات الاستراتيجية (منظور الميزة التنافسية) الاصدار، ط١، المحرر، عمان، الاردن، دار الثقافة.
- ٢٦- الطائي، محمد عبد حسين آل فرج، ٢٠٠٤، ٢٣، نظم المعلومات الاداريه المتقدمة، دار وائل للنشر.
- ٢٧- عز الدين حسين الرازم، ١٩٩٥: ٣-٦، التخطيط للطوارئ وإدارة الأزمات في المؤسسات، عمان، دار مجولين للطباعة والنشر
- ٢٨- العمري، غسان، سلوى، سامرائي، ٢٠٠٨، نظم المعلومات الاستراتيجية، مدخل استراتيجي المعاصر، عمان، الاردن، دار المسرة.
- ٢٩- العمري، غسان، السامرائي، سلوى، ٢٠١٠: ٩، " نظم المعلومات الاستراتيجية " ط٢، المسيرة للنشر
- ٣٠- الغالبي، د. طاهر محسن منصور، ادريس، وائل محمد صبحي، ٢٠٠٩، ٣٠٩، الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل " دار وائل للنشر، ط٢، عمان، الاردن.
- ٣١- غراب، كامل السيد، الحجازي، فادية محمد، ١٩٩٩، نظم المعلومات الاداريه (مدخل اداري)، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ط١، القاهرة.

- ٣٢- القادر، شارف عبد، ٢٠١٠-٢٠١١، ٨٠-٨١، دور نظم المعلومات الاستراتيجية في تدعيم الميزة التنافسية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر ٣.
- ٣٣- القادر، شارف عبد، ٢٠١٠-٢٠١١، دور نظم المعلومات الاستراتيجية في تدعيم الميزة التنافسية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر ٣.
- ٣٤- لحول، سامية، ٢٠٠٧-٢٠٠٨، ٦٨-٦٩، التسويق والمزايا التنافسية حالة مجمع صيدال الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في تسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة باتنة، الجزائر.
- ٣٥- المبيض، هاشم عثمان، ٢٠١٥: ٤٨٣، نظم المعلومات الاستراتيجية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في شركة البوتاس العربية في المملكة الأردنية الهاشمية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد ١١، العدد ٢، الأردن.
- ٣٦- محمد عبدحسين الطائي، نعمة عباس خضير الخفاجي، ٢٠٠٩: ١٨٢-١٨٤، نظم المعلومات الاستراتيجية، منظور الميزة التنافسية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ٣٧- محمود. خ، ٢٠١٩، ٣٥٥، التسويق الاستراتيجي في إطار التنافسية العربية، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي.
- ٣٨- مربعي، وهيب، ٢٠١١-٢٠١٢، ٦٠، دور التسويق الابتكاري على الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد تطبيقي وإدارة المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة الحاج لخضر.
- ٣٩- مصطفى، احمد، ٢٠٠٦، ٤١٦، نحو قيادة إبداعية لموارد بشرية تنافسية، القاهرة، الشركة العربية، للتنمية الإدارية.
- ٤٠- مكيلود، رايوند، ٢٠٠٩: ٧٩١، نظم المعلومات الادارية، تقديم: عبد المنعم بن ابراهيم العبد المنعم، ترجمة: سرور علي ابراهيم سرور - محمد يحيى عبد الرحمن، ط١، دار المريخ للطباعة والنشر، الرياض.
- ٤١- النجار، فائز جمعة، ٢٠٠٥، ١٢٩، نظم المعلومات الاستراتيجية، ط١، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ٤٢- النجار، فائز جمعة، ٢٠٠٥، ٢٦-٣٠، نظم المعلومات الاداريه، ط١، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ٤٣- نسرين فكرون، ٢٠١٦-٢٠١٧: ٨٧، دور نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق تميز المؤسسة الصناعية الكوبل الكهربائية - فرع جنرال كوبل - بسكرة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة خيضر، بسكرة.
- ٤٤- نعمة، عماد صالح، حسن، مصطفى صالح، ٢٠١٩، ٢، تفعيل موثوقية نظام تخطيط موارد المنشأة ERP عبر استخدام التدقيق المستمر دراسة استطلاعية في العراق، مجلة تكريت للعلوم الاداريه والاقتصادي، المجلد ٥١، العدد ٤٦، الجزء ٢.
- ٤٥- النعمة، عادل ذاكر ٢٠١٧: ٥٠، أثر مخرجات نظم المعلومات الاستراتيجية في متطلبات التصنيع الاخضر، دراسة في عينه من الشركات الصناعية في مدينة الموصل"، (أطروحة الدكتوراه غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الموصل.
- ٤٦- هاشم فوزي العبادي، خليل كاظم العارضي، ٢٠٠١، نظم إدارة المعلومات منظور استراتيجي، دار الصفاء للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن.
- ٤٧- هوارى، معراج، بنتن، يوسف، ٢٠٠٤، ٢٧، دور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية دراسة في قطاع الصناعة الجزائرية، RIST، مجلد ١٤، العدد ٣.

- ٤٨- وديع، محمد عدنان، ٢٠٠٣، ١١، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية، منشورات المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد ٢٤.
- ٤٩- الوقفي، عوض عبد الله، ١٩٩٩، ٨٦، تقييم الأداء الاستراتيجي في شركات الملاحة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
- ٥٠- ياسين، سعد غالب، ٢٠٠٢، ٧٩، تحليل وتصميم نظم المعلومات، ط١، دار المنهاج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
- ٥١- ياسين، سعد غالب، ٢٠٠٦، ١١٦، نظم مساندة القرارات، ط١، دار المنهاج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .

المصادر الأجنبية

- ١- Chang, H, & Siclair, D, ٢٠٠٣, " Assessing workforce perception of Total Quality management TQM Excellence,"(On Line), available: <http://www.emeralinsight.com>
- ٢- Day, s, and Wensley, r, ١٩٨٩, ٤, Assessing advantage: a frame work for diagnosing competitive superiority, Journal of Marketing, April, vol, ٥٢, pp ١-٢٠.
- ٣- Day, S. & Wensley, R. (١٩٨٩). Assessing advantage: a frame work for diagnosing competitive superiority, Journal of Marketing, April, vol. ٥٢, pp١-٢٠.
- ٤- Dehning, B& Stratopolous T ٢٠٠٣ ,٢٢, " Determinants of A Sustainable Competitive Advantage due to It -enabled Strategy " Journal of Strategic Information Systems.
- ٥- Doherty, N., & Mc Aulay, L., ٢٠٠٢, ١٥٩, Toward the information of a comprehensive frame work For the evaluation of investment in sell – side e-commerce Evaluation & program planning ,٢٥.
- ٦- Evans, james R, ١٩٩٧, ٦٢٥, Applied production and operations management ٥th, ed,west , publishing company , new York
- ٧- Galliers, R. D. et al, (٢٠٠٦), Strategic Information Systems Planning: Deriving Comparative Advantage From EDI., Journal Of Information Technology, Vol. (١٠), No. (٣).
- ٨- Hill, Jones, ٢٠٠١ ,٢٠٩, Strategic Management Theory, ٥th ed., Houghton Mifflin Company, Boston New York.
- ٩- Kottler, P., (٢٠٠٠). Marketing management, The millenium edition, Prentice Hall International.
- ١٠- Laudon, Kenneth C., Laudon, Jane, ٢٠١٨:٣٥, Management Information Systems: ١ edition New York University

- ١١- Laudon. Kenne, Laudon Janne, ٢٠١٢, ٦٠, " Management Information Systems management the digital firm Hill U.S.A
- ١٢- Laudon.Kenne, Laudon. Janne, ٢٠١٠, ١٥, "Management Information Systems, management, the digital firm, Hill, U, S, A
- ١٣- Macmillan & Tampot, ٢٠٠٠, ٨٩, Strategic Management process, content and Implementation, oxford University press Inc.,
- ١٤- Pitts, R.and lei, D., ١٩٩٦, ٧٠, Strategic management: building and sustaining competitive advantages, USA, West Publication.
- ١٥- Powell, T, Micallef, A. ١٩٩٧:٩, Information Technology as Competitive Advantage " Strategic Management Journal ١٨(١٥)
- ١٦- Shore, Barry, (٢٠٠٩), Using Information Technology To Achieve Competitive: A Study Of Current And Future Trends; Journal of Computer Information Systems, Vol. (٢٤), No. (٢).
- ١٧- Silva, J., Tadashi O.& Kikno N. ٢٠٠٥, ٦٧-٦٨, Looking, through and beyond the TQM horizon, The TQM Magazine, vol ١٧.
- ١٨- Source: Fahey, Liam, (٢٠٠١), "The Strategic Planning Management Reader", Prentice – Hall, Inc., New Jersey. P. ٤٦
- ١٩- Turban, E Fraim et al., ١٩٩٦ :٩٢, " Information Technology For Management: Improving Quality And Productivity", John Wiley& Sons, Inc., Canada.
- ٢٠- Ward, J., and Griffiths, P, ١٩٩٦, Strategic Planning for Information Systems, ٢Ed, London
- ٢١- Wangg, H. ٢٠١٤, ٣٣, "Theories for competitive advantage ", in, Hasan, H. (Ed), Being practical with Theory: A Window into Business Research Wollongong, Australia: THEORI, Australia, pp,٣٣-٤٣

الملاحق

طلب تسهيل مهمة

Ministry of Higher Education and
Scientific Research

Mis an University

College of Administration &
Economics

Higher Studies & Scientific Affairs

بسمه تعالى
جمهورية العراق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ميسان

كلية الإدارة والاقتصاد

الشؤون العلمية والدراسات العليا

العدد : ١٤٥/٤٧/٤
التاريخ : ٢٠٢٣/٤/١٦

إلى / شركة اسياسيل في ميسان
م / تسهيل مهمة



نهديكم أطيب التحيات . . .

يرجى تسهيل مهمة الطلبة المدرجة أسمائهم أدناه ، قسم إدارة الأعمال / المرحلة الرابعة - الدراسة الصباحية ، وذلك من خلال تزويدهم بالمعلومات اللازمة لإكمال مشروع بحث التخرج الموسوم (اثر نظام المعلومات الإستراتيجية في الميزة التنافسية) ، شاكرين لتعاونكم معنا خدمة لبلدنا العزيز ... مع التقدير .

- ١- عبد الله إبراهيم جبار
- ٢- حسنين حسان حافظ

المدرّس الدكتور

علي خالد عبد الله
معاون العميد للشؤون العلمية والدراسات
٢٠٢٣/٤/١٦



نسخة منه إلى :

- ❖ مكتب السيد العميد / للحفاظ ... مع التقدير .
- ❖ مكتب السيد معاون العميد للشؤون العلمية / للتفضل بالإطلاع ... مع التقدير .
- ❖ قسم إدارة الأعمال / إشارة إلى الطلب المقدم من قبل الطلبة أعلاه بتاريخ ٢٠٢٣/٣/٣٠ ... مع التقدير .
- ❖ الشؤون العلمية ... مع الأولويات .

رحمن

Misan / Alamara-Alkahla Street
Po.Box: 151
E-mail :ad_economics@yahoo.com
WWW.admineco-misan.com

ميسان / العمارة - طريق الكفلا
صندوق البريد : 151
البريد الإلكتروني
الموقع الإلكتروني

الفقرات

أولاً: نظم المعلومات الاستراتيجية: هي تلك النظم التي ترفد الشركة بالمعلومات المتعلقة بطبيعته المنتجات والخدمات والقدرات التي تعطيها الميزة الاستراتيجية وتحسين عملياتها.

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
١	وتقوم على فكرة أتمته الأداء في العلاقة بين الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدمية					
٢	تقوم بمد الشركة بمواردها وموظفيها وعمالها من أجل تسهيل وتبسيط كافة الأعمال التشغيلية التي تقوم بها الشركة.					
٣	تستخدم الشركة استراتيجية الأعمال الإلكترونية يؤدي إلى انخفاض تكاليف العمليات التشغيلية والمالية مما يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية.					
٤	استخدام استراتيجية الأعمال الإلكترونية يقود إلى تخفيض الوقت اللازم لإنجاز أي عملية تشغيلية أو تسويقية أو مالية أو حتى عملية تسليم.					
٥	إمكانية الاتصال الفعال توفر استراتيجية الأعمال الإلكترونية الانترنت للشركة بالصورة الفعالة وعلى نطاق أوسع.					
٦	تقوم تقنية نظم المعلومات الاستراتيجية على تقديم الدعم للعمليات والإدارة وصنع القرار.					
٧	تعمل تقنية نظم المعلومات الاستراتيجية على تحقيق إمكانية تخزين ومعالجة وتدقيق المعلومات داخل الشركة.					
٨	تركز تقنية نظم المعلومات الاستراتيجية على إدارة التكنولوجيا وتحسين استخدامها من أجل تحقيق الأهداف الشركة.					
٩	تقوم التقنيات على زيادة التنسيق بين مستويات الشركة وبين الشركات الأخرى مما يؤدي إلى تقليل الكلف الذي بدوره يحقق الميزة التنافسية.					
١٠	تساعد تقنية نظم المعلومات الاستراتيجية على إيجاد قنوات اتصال جديدة على مستوى المنظمة لزيادة تدفق ومعالجه وتبادل المعلومات.					
١١	تستخدم الشركة المعلومات الاستراتيجية في استباق المشكلة قبل حدوثها.					
١٢	تستخدم الشركة المعلومات الاستراتيجية لتحقيق هدف البقاء والنمو والربحية.					
١٣	يحقق استخدام المعلومات الاستراتيجية وصولاً إلى مستوى أداء مطلوب للشركة، وذلك مقارنة مع أداء منافسيهم على نحو يحقق لهم التفوق.					
١٤	وتسهم المعلومات الاستراتيجية في تعزيز مستوي الإبداع في الشركة سواء على مستوي ابتكار منتجات أو تطويرها.					
١٥	وجود المعلومات الاستراتيجية يسهم في خفض الكلفة وتحسين الجودة مما يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية.					

ثانياً: الميزة التنافسية

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
١٦	تجري الشركة على التغييرات في نشاطاتها المختلفة من أجل مواجهة منافسيها.					
١٧	إن الإبداع يعتمد بالشكل الأساسي على الأفكار الجديدة والمبادرة.					
١٨	تتمكن الشركة من الإبداع بطريقه الإنتاج وذلك من خلال الحصول على المعلومات من نظم المعلومات الاستراتيجية.					
١٩	تسعى الشركة في الحصول على الافكار الجديدة لأجل تحسين العمل وتطوره.					
٢٠	تحاول الشركة التطور والتحديث في طرق العمل وتبني الأفكار المتطورة.					
٢١	إن توفير نظم المعلومات الاستراتيجية يساهم في تمييز خدمات ومنتجات الشركة في قطاع السوق المستهدف.					
٢٢	أن نظم المعلومات الاستراتيجية يساهم في الحصول على التكنولوجيا الأفضل.					
٢٣	أن التمايز هو سعي الشركة لتكون مميزة فيما تقدمه من خدمات.					
٢٤	أن نظم المعلومات الاستراتيجية يمكنها توفير معلومات إستراتيجية عن الموارد الأولية الجيدة وهذا بدوره سيحقق التمايز في الشركة.					
٢٥	تعمل الشركة على توفير الخدمات ذات كلفة منخفضة من خلال الدراسة المتواصلة حول تقليل المصروفات الغير ضرورية.					
٢٦	تقوم الشركة على التصميم والتصنيع والتسويق خدماتها بأقل كلفة مقارنة مع منافسيها.					
٢٧	أن نظم المعلومات الاستراتيجية يساهم بتوفير المعلومات الاستراتيجية التي تساعد بالحصول على الموارد الاقل كلفة مما يمكنه المساهمة في تحقيق الميزة التنافسية					
٢٨	أن نظم المعلومات الاستراتيجية يساعد على خفض التكاليف على مدار العملية الإنتاجية.					
٢٩	أن نظم المعلومات الاستراتيجية يمكنها توفير معلومات إستراتيجية عن الموارد البشرية الجيدة بأقل كلفة ممكنه مما يساهم بتحقيق الميزة التنافسية.					
٣٠	أن خفض الكلفة مفيدة بشكل خاص في السوق حيث يكون السعر عاملاً مهماً. الهدف الأساسي للشركة التي تهدف إلى تحقيق قيادة التكلفة هو أن تصبح المنتج الأقل تكلفة مقارنة بالمنافسين.					