



مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية



www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/313/

موقع المجلة:

تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحقيق الميزة التنافسية

Information technology and its role in achieving competitive advantage

فتيحة علوط، Allout Fatiha^{1*}، alloutf@yahoo.fr

¹ استاذة محاضرة ب، مخبر الطرق الكمية في العلوم الاقتصادية وعلوم إدارة الأعمال وتطبيقاتها من أجل التنمية المستدامة « MQEMADD »، جامعة زيان عاشور (الجزائر)

الكلمات المفتاحية	تاريخ الإرسال: 2021/09/01	تاريخ القبول: 2021/11/05	تاريخ النشر: 2021/12/31
ملخص	<p>جاءت هذه الدراسة لأجل معرفة دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، إذ أن لهذه التكنولوجيا عناصر جوهرية تساهم في مساعدة المؤسسة لاكتساب عدة مزايا تنافسية، كالحصول على أفضل الاستراتيجيات، السرعة في أداء الأعمال، كسر الروتين، دقة ووضوح المعلومات لأجل الحصول على أفضل وأنجع القرارات والاستراتيجيات التي تعمل على رفع أداء المؤسسة وبالتالي التميز في مجال عملها.</p>		
	<p>تصنيف JEL: M15 ؛ M150 ؛</p>		

Abstract	Keywords
<p>This study came in order to know the role of information technology in achieving a competitive advantage for the organization, as this technology has essential elements that contribute to helping the organization to gain several competitive advantages, such as obtaining the best strategies, speed in doing business, breaking routine, accuracy and clarity of information in order to obtain the best and most effective Decisions and strategies that raise the performance of the institution and thus excellence in its field of work.</p>	<p>information technology ; competitive advantage ;</p>
<p>JEL Classification Codes : M15 ; M150 ;</p>	

* البريد الإلكتروني للباحث المرسل : alloutf@yahoo.fr

1. مقدمة:

منذ القدم او بالأحرى منذ نشأت البشرية والإنسان يحاول وهذا انطلاقا من سجيته أن يكتسب معلومات تساعده على مواجهة الحياة وصعوباتها، ومع مرور الوقت بدأت هذه المعلومات في التراكم لتكوّن ما يعرف الان بالمعرفة. وبدأ الإنسان يفكر في كيفية إدارة هاته الأخيرة والاستفادة منها في شتى المجالات، لينشأ ما يعرف بإدارة المعرفة، والتي هي عبارة عن عملية تعمل على اكتساب المعرفة وتخزينها ونقلها عن طريق آليات ووسائل مخصصة لذلك، ومن ثم تطبيقها. ولأجل ذلك تحتاج المنظمة أن تتوفر على بنى تحتية قوية خاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

إن ما يميز الثورة الصناعية ليس مجرد ظهور تكنولوجيا جديدة، لأنه يحدث تقريبا في كل لحظة، وبطبيعة عميقة لاقتصاد السوق لتوليد التكنولوجيات الجديدة والمنتجات الجديدة، بل إن ما يعرف الثورة هو التغيير في انتشار التكنولوجيا في طريقة الإنتاج والاستهلاك، أو في علاقات العمل، أو في التخطيط المكاني والتنمية الحضرية، تماما مثل الطاقة (المحرك البخاري ثم الكهرباء)، هذا ما جعل من الممكن ظهور المصنع، ثم إلى الشركة العملاقة الرائدة وتركيز الوظائف في المدن والضواحي، وشبكة الانترنت، والثورة الرقمية التي تقوم تدريجيا بإرساء الأساس التنظيمي ل "اقتصاد جديد" قائم على الشبكة.

ومع التطور الذي يشهده عالم اليوم نجد أن مؤسسات اليوم تهتم بما يسمى بالميزة التنافسية التي أصبحت تتيح لها التفوق على منافسيها وبالتالي تحقيق أعلى المستويات من العائد أو الربحية. كما أن حتمية إتباع تكنولوجيا المعلومات والعمل بألياتها تكسب المؤسسة من خلالها ميزة تنافسية.

وفي ظل شدة التنافس السائد في السوق، فإن المؤسسات تواجه تحديات كبيرة من بينها كيف تصل إلى بناء وتعزيز ميزة تنافسية تعطئها مركز تنافسي قوي ومحاولة المحافظة عليه وتعظيمه.

من خلال هذه التوطئة فإن الاشكالية المطروحة في هذه الدراسة تكمن في معرفة أدوار تكنولوجيا المعلومات التي تعمل على تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة. ويمكن تقسيم هذه الاشكالية لعدة تساؤلات تتمثل في:

- ما هي أهم أبعاد تكنولوجيا المعلومات المتفق عليها من أغلب الباحثين في المعلوماتية؟
- فيما تتمثل محددات الميزة التنافسية لأي مؤسسة؟

- ما هو الدور الذي تلعبه أبعاد تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة؟

ومحاولة منا إعطاء إجابات مسبقة لهذه التساؤلات قمنا بوضع جملة من الفرضيات على النحو التالي:

- اتفق أغلب الباحثين على أن لتكنولوجيا المعلومات ثلاث أبعاد أساسية هي: بعد المعلومات، بعد التكنولوجيا والمتمثل في جانبين ملموس كالحواسيب وغير ملموس كالبرامج، وبعد الاتصالات؛
- إن لكل بعد من أبعاد تكنولوجيا المعلومات دور فعال في تحقيق ميزة تنافسية وهذا من خلال أتمتة الأعمال، كسر الروتين وسرعة القيام بالمهام، دقة المعلومات وموثوقيتها لاتخاذ أنجع القرارات وغيرها من المزايا؛

II. الإطار النظري للدراسة:**1. مدخل إلى تكنولوجيا المعلومات:**

تعلم المعلومات دور حيوي في قيام وبقاء المنظمات مهما كان نوعها، وتعد المورد الأساسي لها لضمان استمرارها، كما تعد الشريان الذي تتحرك به كافة أنشطتها. وحاليا نرى أن عالم اليوم يشهد ظاهرة تفجر المعلومات وظهور ثورة المعلومات التي أصبح من يمتلكها ويسيطر عليها تصبح لديه القدرة على التحكم في القواعد والموازين الاقتصادية العالمية.

أ. ماهية تكنولوجيا المعلومات:

نجد أن التكنولوجيا كمصطلح يواجه الكثير من الالتباس، بحيث يستخدمها البعض كمفهوم مرادف للتقنية، والبعض الآخر يرى انها تختلف كل الاختلاف عن هذا الأخير. وفي الاصل تعود جذور هذه الكلمة (تكنولوجيا) الى الاصل اليوناني اذ تنقسم لكلمتين هما: Techno والتي تعني التشغيل الصناعي، و Logos بمعنى العلم، وعند جمع هاذين الجزئين يتكون لنا معنى كلمة تكنولوجيا وهي: علم التشغيل الصناعي (الصيرفي، 2009، صفحة 13). ويعرف معجم WEBSTER التكنولوجيا بأنها اللغة التقنية والعلم التطبيقي والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي فضلا عن كونها مجموعة من الوسائل المستعملة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم (كاجوة، 2013/2012، صفحة 4). ومنه يمكن القول بأن التكنولوجيا عبارة عن جملة من القواعد المعرفية والتقنية والمنهجية التي تعمل على إنتاج جميع الآلات والمعدات وكل الانشاءات الهندسية والفنية المتنوعة لأجل تحسين وتوفير مستوى أفضل للمعيشة الخاصة بالمجتمع.

كما تعتبر المعلومات من أهم الموارد التي تعتمد عليها المنظمات، فنلاحظ أن الوقت الحالي يتميز بعصر المعلومات كون أن هاته الأخيرة لعبت دور حيوي في تغيير قواعد وأسس المنظمات. فنجد انه في الحياة اليومية للأشخاص يشار إلى مصطلح كل من البيانات والمعلومات والمعرفة على أنها ذات الشيء، غير أن الواقع العلمي والعملي يظهر بأن هناك اختلاف بين المصطلحات السابقة، وأن ما يربطها ببعضها البعض هو وجود علاقة تكاملية اعتمادية تعمل على تسلسل مضمون هذه المعاني، إذ تبدأ بالعام فالخاص فأكثر لتقود في الأخير إلى فهم الظاهرة المطلوب اتخاذ القرار بشأنها (صباح، 2013/2012، صفحة 131). فالبيانات عبارة عن جملة من الحقائق أو الأفكار أو المشاهدات المتمثلة في صور، أعداد، رموز ومفردات غير مبنوية لا يمكن من خلالها اتخاذ القرار دون معالجتها، فهي تعتبر المادة الخام يعتمد عليها لإنتاج المعلومات. في حين تتمثل هذه الأخيرة في جملة من حقائق ذات معنى يمكن على أساسها اتخاذ القرار، فهي بيانات تمت معالجتها وفق عمليات تشغيلية محددة لتُصبح مبنوية ذات مدلول مفيد في عملية صنع واتخاذ القرارات. أما المعرفة فهي حصيلة ما يمتلكه الشخص من معلومات وثقافة علم في وقت معين من أجل الحكم على جودة القرارات، وقدرته في المفاضلة على اختيار البديل المناسب من بين البدائل المتاحة لحل مشكلة معينة (العتيبي، 2010، صفحة 11، 12). في دراسة لديفنبورت Devenport، عرف المعرفة على أنها "اجتماع المعلومات والخبرة والتفسير والانطباع، مما يجعلها شكلا ذا قيمة عالية من المعلومات القابلة للتطبيق" أي أن الكاتب هنا تعامل مع مصطلح المعرفة على أنه مرحلة متقدمة من المعلومات.

من خلال ما سبق يكمن أن نضع بعض من التعريفات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات على النحو التالي:

عرف الكاتب Robbey تكنولوجيا المعلومات بأنها كافة أنواع البرمجيات والأجهزة والمعدات المتعلقة بالحاسوب والاتصال سواء اكان حاسوباً شخصياً او هاتفياً أو عن طريق نظم المعلومات الادارية (Clément, 2000, p. 5). كما يمكن تعريفها بأنها جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل، نقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بكثرة في الاتصالات (Clément, 2000). في حين تعرف تكنولوجيا المعلومات على انها مجموعة من الحواسيب والمعدات الداعمة والبرامج والخدمات والموارد المرتبطة والمطبقة لدعم مراحل العمل، التي تجعل المعلومات الرقمية التي تم توليدها وتخزينها من السهل استخدامها والمشاركة فيها (علوطي، 2008/2007، صفحة 7، 8). ونجد تعريف اكثر شمولا لتكنولوجيا المعلومات حيث يعتبر أنها حصيلة تزاوج وتفاعل ثلاث تكنولوجيايات متمثلة في: تكنولوجيا الحاسبات وذلك بما تقدمه من حواسب فائقة القدرة وتجهيزات متنوعة تيسر للإنسان إمكانية التماور معها، وتكنولوجيا البرمجيات التي تشمل نظم تصميم وتنفيذ وإدارة قواعد البيانات ونظم استخدام الحاسبات في التطبيقات المختلفة ونظم التخطيط وتنفيذ واختبار البرمجيات بمساعدة الحاسب، وأخيرا تكنولوجيا الاتصالات بما تقدمه من أساليب وتقنيات تساعد على ربط الحاسبات ونظم المعلومات مع بعضها البعض في شكل أنظمة متكاملة على كافة المستويات (الشوابكة، 2011، صفحة 84).

وتتميز تكنولوجيا المعلومات بخصائص عدة أهمها (الشوابكة، 2011، صفحة 102):

- تقليص الوقت: فالتكنولوجيا جعلت كل الأماكن - إلكترونيا - متجاوزة؛
- تقليص المكان: تتيح هذه التكنولوجيا وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بسهولة؛
- قسّام المهام الفكرية مع الآلة: نتيجة للتفاعل بين الباحث والنظام؛
- النمّنة: بمعنى آخر أسرع، أرخص... الخ، وتلك هي وثيرة تطور منتجات تكنولوجيا المعلومات؛
- الذكاء الاصطناعي: أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج؛
- تكوين شبكات الاتصال: تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين، وكذا منتجي الآلات، ويسمح بتبادل المعلومات مع باقي النشاطات الأخرى؛
- التفاعلية: أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة؛
- اللاتزامنية: وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت؛
- اللامركزية: وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالإنترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم؛
- قابلية التوصليل: وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع؛
- قابلية التحرك والحركية: بمعنى أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة مثل الحاسب الآلي النقال، الهاتف النقال... الخ؛

- قابلية التحويل: وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال؛
 - اللامهيرية: تعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معنية بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك، كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة للاتصالات، سواء من شخص واحد أو من جهة واحدة إلى مجموعات، أو من مجموعة إلى مجموعة؛
 - الشبوع والانتشار: وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمطها المرن؛
 - العالمية: أي المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونيا خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي فيسمح لها بتخطي عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية؛
- ب. وظائف تكنولوجيا المعلومات:**

- تساعد تكنولوجيا المعلومات على توفير المعلومات المطلوبة للمستفيد بالدقة وفي الوقت المناسب، ومن أهم الوظائف الأساسية لهذه التكنولوجيا (أشنتيه، 2004/2003، صفحة 23):
- الحصول على البيانات وتكون من خلال تخزين البيانات لأجل التعامل معها لاحقا؛
 - المعالجة : وهي تحويل أشكال البيانات والمعلومات وتحليلها نتيجة ارتباطها مع الحاسوب وتشمل المعالجة على عدة عمليات ومنها: معالجة البيانات كالموز، أرقام خام، رسائل وتحويلها الى معلومات ذات فائدة. هناك أيضا معالجة المعلومات وهي تحويل أي من المعلومات الى أشكال مختلفة أكثر تفصيلا وتنوعا ودقة، إذ تكون معلومات نهائية واضحة وهادفة. نجد كذلك معالجة النصوص التي تعني صياغة وثائق نصية كالتقارير والنشرات الإخبارية وغيرها، تعمل على المساعدة في إدخال البيانات والنصوص والأشكال وعرضها بصورة جذابة. إضافة إلى معالجة الأصوات بمعنى معالجة المعلومات الضوئية ، إذ شهدت هذه المعالجات تطورا نوعيا فقد وجدت نظما تسمح للأفراد بالتحدث مباشرة الى نظام الحاسوب لتوجيهه ولتنفيذ إجراءات محددة. وأخيرا من نظم المعالجة نجد معالجة الصورة أي تحويل المعلومات المرئية والرسوم والصور الى أشكال يمكن إدارتها ضمن الحاسوب أو تحويلها بين الأفراد والحواسيب الأخرى؛
 - خلق وتوليد المعلومات: تستخدم تكنولوجيا المعلومات دائما لخلق المعلومات من خلال المعالجة. ويقصد به معالجة البيانات وتنظيم المعلومات بشكل مفيد سواء على شكل أرقام، أو نصوص أو صور أو أصوات، وأحيانا إعادة توليد المعلومات بشكل أصلي وفي أحيان أخرى يجري توليدها بشكل جديد؛
 - خزن البيانات والمعلومات: من خلال هذه الخطوة تحافظ الحواسيب أو الأجهزة الأخرى لتكنولوجيا المعلومات لاستخدام المعلومات والبيانات في وقت لاحق عند الحاجة لها؛
 - الاسترجاع: ويعني وضع واستنساخ البيانات والمعلومات من أجل معالجة مستقبلية أو لنقلها إلى مستخدم آخر ولهذا يجب على مستخدم الحاسوب أن يحتفظ بعنوانين الأوساط التي خزنت المعلومات عليها وجعلها جاهزة للاسترجاع والمعالجة؛

- النقل: إرسال المعلومات من موقع إلى آخر فعلى سبيل المثال يقوم جهاز الهاتف أو الحاسوب المربوط مع الشبكة بنقل المحادثات والمعلومات من موقع الى آخر ويتم ذلك من خلال اعتماد أوساط مختلفة كالأقمار الصناعية والألياف الضوئية.... الخ؛
 - ت. **البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات:** تتمثل في (العتيبي، 2010، صفحة 17، 18):
 - **تقنيات المعالجة:** يقصد بها مختلف الوسائل والآلات التي تسمح بمعالجة البيانات والمعلومات، ويندرج ضمنها ما يلي: الحاسوب، البرمجيات من بين هذه البرامج نجد **التطبيقات القاعدية** التي تضم البرامج المشغلة للآلة و**التطبيقات العامة** التي تمثل جميع البرامج التي يستعملها الإنسان لإنجاز عمل معين بواسطة الحاسوب، أو كتابة النصوص أو إنشاء برامج أو إعداد جدول... الخ. كذلك هناك **التطبيقات المفيدة** وهي جميع التطبيقات العلمية، والمتمثلة في التطبيقات المعدة لأغراض تعليمية.
 - **تقنيات التخزين والاسترجاع:** تتمثل في: **القرص الصلب:** وهي وحدة التخزين الرئيسية في الحاسوب، **الاقراص الرقمية:** هي أقراص تسمح بتخزين معلومات أكبر بكثير من القرص المدمج وأسرع منه؛ **الاقراص المدمجة:** تتميز بقدرتها على تخزين الصوت والصورة و الحركة متعددة الوسائط؛ و**الاقراص المرنة:** وهي وسط تخزين مغنط ومغلف بعلبة بلاستيكية يستخدم لنقل الملفات من حاسب لآخر؛ إضافة إلى **الاقراص الضوئية:** وهي القرص المضغوط يستخدم أشعة الليزر في قراءة المعلومات يستخدم لتخزين برامج تعدد الوسائط لصوت، صورة، نص، حركة وفيديو، والأقراص الضوئية نوعان: أقراص ضوئية قابلة للتسجيل مرة واحدة ولا يمكن التسجيل مرة أخرى عليها وتدعى CD-R واقراص يمكن مسحها وإعادة الكتابة عليها فتدعى CD-RW؛ و**البطاقة الذكية:** لها نفس حجم و شكل بطاقة الائتمان ، تحتوي دائرة حاسوب فيها ذاكرة ومعالج وموقع تخزين دائم عند إدخاله في قارئ أو مشغل خاص، تسترجع البيانات المخزنة فيها حيث يتم عرضها أو التعديل عليها، ويمكن إعادة تعبئتها مرة أخرى؛
- وهناك عدة وسائل للتخزين نذكر منها بشكل سريع USB Flash Drives، أقراص Jaz و Zip... الخ.
- **تقنيات الاتصال:** تعرف عادة الاتصالات على أنها تلك العملية التي يتم بموجبها نقل وتبادل المعلومات بين طرفين أو أكثر، في موقع جغرافي أو مكان محدد، أما الاتصالات عن بعد ونتيجة لارتباط الحواسيب بالاتصالات، فقد توسع المفهوم ليشمل تناقل المعلومات وتبادلها عبر المسافات البعيدة، وبغض النظر عن المكان أو الموقع الجغرافي، وبالاعتماد على تكنولوجيا الاتصالات المتمثلة في الوسائل السلكية واللاسلكية الإلكترونية، والشبكات بأنواعها المختلفة، وأبرز تقنيات الاتصالات نجد **الوسائل السلكية واللاسلكية للاتصالات.**

2. الميزة التنافسية:

- أ. **مفهوم الميزة التنافسية:** يعتبر مايكل بورتر Porter أول من وضع نظرية الميزة التنافسية، إذ صمم لها نموذج لقياسها يعتمد على المتغيرات الجزئية للاقتصاد، معتبرا أن التنافس إنما يتم بين المؤسسات نفسها، وقد عرفها على أنها: " تنشأ أساسا من القيمة التي تستطيع مؤسسة ما أن تخلقها لزبائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع منافسة، أو بتقديم منافع متفردة في المنتج تعوض بشكل واسع الزيادة السعرية المفروضة (حجاج، 2007/2006، صفحة 4) ". أما منتدى الإدارة الأوروبي فيعرفها على أنها: " قدرة وفرص المؤسسة الراهنة والمستقبلية
- ب. على تصميم وإنتاج وتسويق السلع في بيئتها المحيطة بها والتي تشكل خصائصها السعرية وغير السعرية أكثر جاذبية من منافسيها في الاسواق الخارجية أو المحلية (بويعة، 2012/2011، صفحة 88) " ومن خلال

التعاريف السابقة يمكن استخلاص أهم الخصائص للميزة التنافسية والمتمثلة في (العنوم، 2009، صفحة 44، 45):

- الميزة التنافسية نسبية تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة.
- تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين.
- تتبع الميزة التنافسية من داخل الشركة وتحقق قيمة لها.
- كما أنها تنعكس في كفاءة أداء الشركة لأنشطتها أو في قيمة ما تقدم للمستهلكين أو كليهما.
- تؤدي للتأثير في المستهلكين ولدراهمهم للأفضلية فيما تقدم الشركة وتحفزهم للشراء منها.
- تتحقق الميزة التنافسية لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتجديدها.

وتكون الميزة التنافسية على ثلاثة مستويات تتمثل في المنظمة (تتضمن على الربحية والحصة السوقية)، الصناعة (تتضمن على ربحية الشركة، الميزان التجاري، والاستثمار الأجنبي المباشر) والأمة.

ت. أهمية الميزة التنافسية: تكمن أهمية الميزة التنافسية في تحقيق ما يلي (جبر وآخرون، د.ت، صفحة 185):

- تحقيق قوة سوقية من خلال من خلال سيطرة الحصة السوقية للسلع أو العلامات التي تطرحها في الأسواق المستهدفة. وتطوير سلع وخدمات جديدة.
- إيجاد أسواق متخصصة وجديدة، وكذا منافذ توزيع جديدة.
- إيجاد وتطوير تكنولوجيا جديدة تؤدي إلى تخفيض التكاليف للسلعة أو العلامة التجارية.
- إيجاد مواد خام جديدة؛ وتطوير مراكز مالية قوية للشركة.

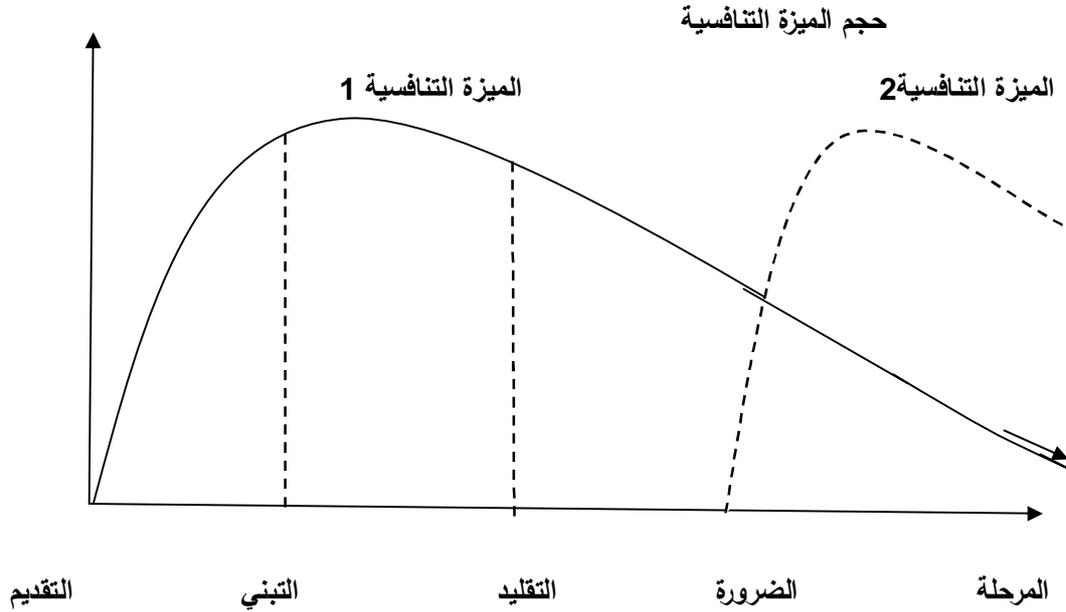
ث. أنواع الميزة التنافسية: أغلب الباحثين والدارسين في مجال إدارة الأعمال يحددون أنواع الميزة التنافسية في صنفين رئيسيين هما (حجاج، 2007/2006، الصفحات 15-18):

- **ميزة التكلفة الأقل:** يقصد بها قدرة الشركة على إنتاج منتج بأقل تكلفة ممكنة مقارنة بالمنافسين، مما يؤدي إلى تحقيق عوائد أكبر. ولكي تتحقق هذه الميزة يجب أن تتوفر الشروط التالية: وجود طلب مرن على السلعة ونمطيتها المقدمة، وجود طريقة واحدة لاستعمال السلعة لكل المستهلكين، إضافة إلى محدودية تكاليف التبديل أو عدم وجودها بالنسبة لهم.
- **ميزة التميز:** ويقصد بها قدرة الشركة على تقديم منتج مختلف عن المنتج الذي يقدمه المنافسون من وجهة نظر المستهلكين، وللحصول على هذه الميزة يجب أن تتوفر الشروط التالية: استطاعة المستهلك تقدير قيمة الاختلافات في المنتج وتعدد استخداماته وتناسبه مع حاجاته؛ وإن كان هناك عدم وجود عدد كبير من المنافسين ينبع نفس إستراتيجية التميز.

ج. محددات الميزة التنافسية: تتمحور حول بعدين أساسيين هما (جباينة، 2012/2011، الصفحات 49-51):

- **حجم الميزة التنافسية:** للميزة التنافسية دورة حياة مماثلة لدورة حياة المنتج حيث تبدأ من مرحلة التقديم ثم تنمو حتى مرحلة النضج ليستقر نوعا ما نموها ثم تدخل في مرحلة التراجع أين يجب على الشركة أن تحقق ميزة تنافسية جديدة لتحافظ على مكانتها في السوق أو تطور القديمة، ويمكن وضع الشكل التالي لدورة حياة الميزة التنافسية:

الشكل رقم (1): دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: (جباينة، 2012/2011، صفحة 49).

من الشكل يتضح أن دورة حياة الميزة التنافسية تمر ب:

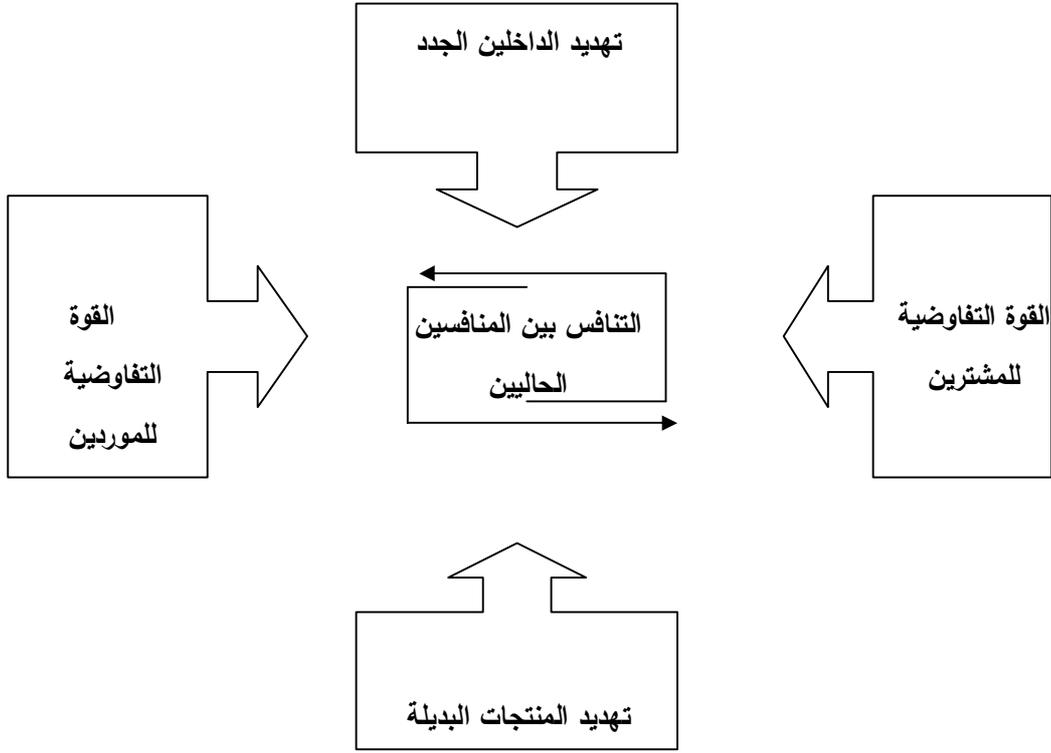
- **مرحلة التقديم:** تعتبر أطول مرحلة كونها تحتاج الكثير من التفكير والاستعداد البشري المادي والمالي، وتعرف الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشاراً أكثر فأكثر.
- **مرحلة التبني:** هنا تعرف الميزة استقرار نسبي من حيث الانتشار كون أن المنافسين بدؤوا بالتركيز عليها، والوفورات هنا تكون أقصى ما يمكن.
- **مرحلة التقليد:** في هذه المرحلة يتراجع حجم الميزة ويتجه شيئاً فشيئاً إلى الركود وهذا راجع إلى تقليد المنافسين للميزة الخاصة بالشركة.
- **مرحلة الضرورة:** تعني هذه المرحلة بضرورة تحسين الميزة التنافسية الحالية وتطويرها بشكل سريع أو خلق ميزة جديدة.

- **نطاق التنافس:** يتكون من أربعة أبعاد هي:

- **القطاع السوقي:** يعكس مدى تنوع مخرجات الشركة وتنوع الزبائن الذين يتم خدمتهم وهنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة السوق ككل.
- **درجة التكامل الأمامي:** بمعنى درجة أداء الشركة لأنشطتها الداخلية والخارجية، فالتكامل الأمامي المرتفع مقارنة بالمنافس قد يعمل على تحقيق التكلفة الأقل أو التميز.

- **البعد الجغرافي:** يشير إلى عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي قد تتنافس فيها الشركة، حيث يسمح بتحقيق مزايا تنافسية عن طريق تقديم نوعية واحدة من الأنشطة أو الوظائف عبر مناطق جغرافية مختلفة.
- **قطاع النشاط:** يتمثل في مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها الشركة، فوجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات من شأنه خلق فرص لتحقيق عدة مزايا تنافسية.
- ح. **مصادر الميزة التنافسية:** نحددها في (العمودي، 2015/2014، صفحة 42، 43):
 - **الابتكار:** أصبحت القدرة على الابتكار مصدرا متجددا للميزة التنافسية.
 - **الزمن:** بمعنى الوقت سواء في إدارة الإنتاج أو إدارة الخدمات، فالوصول إلى الزبون أسرع من المنافسين يمثل ميزة تنافسية.
 - **المعرفة:** هي حصيلة خبرة ومعلومات وتجارب ودراسات فرد أو مجموعة أفراد أو مجتمع معين في وقت محدد، وتعتبر موردا أكثر أهمية في خلق الميزة التنافسية.
- خ. **نموذج القوى الخمس لبورتر في الميزة التنافسية:** ينظر بورتر إلى أهمية العلاقة بين البيئة والاستراتيجيات المستخدمة من قبل الشركة. فقد استخدم مخطط هيكل سير الأداء، يفترض هذا النموذج الشروط الأساسية للعرض (المدخلات، والتكنولوجيا، الخ) والطلب (نمو الطلب، السعر مرونة، الخ...). ثم يتم وضع هيكل السوق في منظورها الصحيح من حيث عدد اللاعبين في السوق (المشترين والبائعين)، والحوافز أمام دخول، هيكل التكاليف والتمايز المنتج فيما يتعلق بالسلوك الذي هو موضح في الابتكار والتسعير، وإستراتيجية المنتج والبحوث. حاول بورتر تفسير وجود أرباح أعلى من المعتاد، كتعبير عن قوة السوق للشركة، وكانت نقطة انطلاق له على "هيكل-سلوك الأداء (SCP)" وصناعة هيكل يحدد سلوك ثابت (مثل التسعير، والإعلان)، والذي بدوره يحدد الأداء الاقتصادي. كما قام بتفسير هذا الخط من التفكير عن طريق استبدال السلوك مع إستراتيجية، وبحجة أن أداء الشركات يعتمد على هيكل الصناعة. ولذلك، فإن مستوى التحليل هو الصناعة بدلا من الشركة الفردية، فجانبيه الصناعة تعتمد على مستوى الفرص والتحديات فيها. وفقا لبورتر تتمثل قواعد المنافسة في " القوى الخمس التنافسية" كما هو موضح في الشكل 2 . هذه القوى المتنافسة هي: دخول المنافسين الجدد، تهديد المنتجات البديلة، القوة التفاوضية للمشترين، القوة التفاوضية للموردين، والتنافس بين المنافسين الحاليين. ووضح أن هيكل الصناعة مستقرة نسبيا، ولكن يمكن أن يتغير بمرور الوقت مع تطور الصناعة، وأن أي قوة من القوى التنافسية الخمس تختلف من صناعة إلى أخرى. كما تحدد القوى الخمس الربحية في هذه الصناعة لأنها تؤثر على السعر والتكلفة والاستثمارات المطلوبة من الشركات في الصناعة. فقوة المشتري تؤثر على السعر الذي يمكن للشركة شحنه وتكلفة النفوذ والاستثمار. القوة التفاوضية للموردين تحدد تكاليف المواد الخام وغيرها من المدخلات. شدة التنافس تؤثر على الأسعار، فضلا عن تكاليف المنافسة. التهديد من دخول يضع حدا للأسعار، والأشكال الاستثمارات المطلوبة لردع الداخلين (Sultan, 2007, p. 43, 45).

الشكل رقم 2: القوى الخمس التنافسية



Source : (Sultan, 2007, p. 45).

3. تكنولوجيا المعلومات كآلية لتحقيق الميزة التنافسية:

يعتبر بعض الباحثين أن لتكنولوجيا المعلومات دور رئيسي ومهم في تحسين الانتاجية وتحقيق ميزة تنافسية، فتكنولوجيا المعلومات مكونة أساسا من أجهزة مادية، برامج، قواعد بيانات، شبكات وموارد بشرية، والتي تعمل مع بعضها في شكل نظام يؤدي إلى فعالية الجهاز الإداري للمنظمة وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية.

كما يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية من خلال:

- تحقيق كفاءة عمليات وأنشطة المنظمة وتخفيض تكاليفها وهذا بأتمتة الأنشطة الروتينية، وتحسين الخدمات المقدمة للعميل نتيجة للاستخدام الأمثل للمعلومات مما يوفر منتجات وخدمات تتمتع بطابع متعدد البدائل يسهل عملية الاختيار؛
- تحسين عملية التخطيط الاستراتيجي من خلال التخطيط المعتمد على الحاسب، وتطوير نظم دعم وتحليل سياسات المنظمة مما يؤدي إلى تغيير أرضية المنافسة من خلال تغيير قواعد اللعبة التنافسية؛
- إن اعتماد المنظمات على تكنولوجيا المعلومات يساعدها في فتح أسواق جديدة من خلال تقديم سلع وخدمات تعتمد أساسا على التكنولوجيا وبالتالي رفع موانع الدخول للمنظمة؛

- يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات في كثير من الأحيان إلى تغيير التوازن بين الموردين والمنظمة لصالح هذه الأخيرة من خلال زيادة قوة المفاوضات للمنظمة مع الموردين؛
- كما تساعد تكنولوجيا المعلومات على خلق التكامل بين جميع موارد المنظمة؛

كما أن لتكنولوجيا المعلومات القدرة على رفع أداء المنظمة وبالتالي منها العديد من المزايا كخلق فرص جديد في أسواق جديدة، إمكانية التعلم واكتساب معارف جديدة تعلم على تطوير خططها على المدة الطويل، القدرة على التكيف والتغيير مع ما يحدث في محيطها، إضافة إلى تسهيل عملية اتخاذ القرارات وكل هذا يمنح المنظمة ميزات تنافسية تجعلها رائدة في مجال عملها؛

III. الدراسات السابقة:

1. دراسة اسحق محمود الشعار وآخرون..(2014)، بعنوان: أثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية:

أجريت هذه الدراسة بشكل مقال مقدم للمجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، وهدفت هذه الدراسة أساسا إلى معرفة مدى أثر عناصر وخصائص تكنولوجيا المعلومات على أبعاد الميزة التنافسية للشركات الصناعية المساهمة العامة بالأردن، حيث قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية، من خلال توزيع استبانة على عينة الدراسة، التي تمثلت في عينة عشوائية بسيطة من المجتمع المتمثل في الشركات الصناعية المساهمة العامة، حيث قدر حجم العينة 295 فردا وتم استرداد 155 استبانة أي بنسبة (59%)، فيما كانت الاستبانات الصالحة للتحليل 140 استبانة أي ما نسبته (90%) من الاستبانات المسترجعة. وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

- دلت النتائج على وجود أثر لعناصر تكنولوجيا المعلومات في الميزة التنافسية، وتم تفسيرها بأن تكنولوجيا المعلومات يمكن أن تقلل التكاليف من خلال أتمتة العمليات الانتاجية والأنشطة التسويقية؛
- أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر لخصائص تكنولوجيا المعلومات في الميزة التنافسية (الجودة)، مما دل على وجود دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة المنتجات بما يوافق رغبات العملاء؛
- بينت نتائج الدراسة إلى وجود أثر لعناصر وخصائص تكنولوجيا المعلومات في الميزة التنافسية (وقت التسليم)، حيث زادت تكنولوجيا المعلومات من مرونة الشركات في الاستجابة لمطالب السوق، والاستجابة السريعة لمطالب العملاء؛

2. دراسة هناء عبداوي (2015 / 2016)، بعنوان: مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في

اكساب المؤسسة ميزة تنافسية (دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس):

أجريت هذه الدراسة لنيل شهادة دكتوراه ل م د في علوم التسيير، تخصص: تسيير المنظمات، وهدفت هذه الدراسة أساسا إلى إبراز أهم الأدوار الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، وتم أخذ عينة من أحد المؤسسات الجزائرية والمتمثلة في شركة الهاتف النقال موبيليس، ولتحقيق هذا الهدف قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية، من خلال توزيع استبانة على عينة الدراسة، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع الاطارات العاملين بالوكالات التابعة للمديرية الجهوية عنابة للشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس، البالغ عددهم 103 إطار بما في ذلك الاطارات المسيرة (مديري الوكالات)، وتم استرجاع 89 استمارة وبعد المعاينة تم استبعاد 05 استمارات، وبالتالي عدد الاستثمارات

القابلة للتحليل بلغ 84 استمارة بنسبة 81,55%، وتم اعتماد برنامج التحليل الاحصائي SPSS.V17. وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

- مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة محل الدراسة جاء مرتفع، إذ بلغ متوسط اجابات المبحوثين عن أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال مجتمعة (3,99) بانحراف معياري (0,353)؛
- مستوى تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة جاء مرتفع، إذ بلغ متوسط اجابات المبحوثين عن أبعاد الميزة التنافسية مجتمعة (379) بانحراف معياري (0,380)؛
- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية (0,05)؛
- هناك دور معنوي ذو دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية (0,05)؛

3. دراسة عبد الجليل مقدم وآخرون.. (2020)، بعنوان: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية للاتصالات موبيليس:

أجريت هذه الدراسة بشكل مقال مقدم لمجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، وهدفت هذه الدراسة أساسا إلى معرفة مدى أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية للاتصالات موبيليس، حيث قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية، من خلال توزيع استبانة على عينة الدراسة، التي تمثلت في عينة ميسرة من المجتمع المتمثل في العاملين بمؤسسة موبيليس، حيث قدر حجم العينة 60 فردا وتم استرداد 57 استبانة أي بنسبة (95%). وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

- أظهرت آراء العمال من خلال التحدث معهم على أن تكنولوجيا المعلومات لديها أثر إيجابي على عناصر الميزة التنافسية، الأمر الذي يشير إلى أهمية تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للمؤسسة والأفراد العاملين؛
- تكنولوجيا المعلومات ساعدت عناصر الميزة التنافسية في عدة جوانب منها: السرعة والثقة في الأداء، وتقليل التكاليف؛
- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية؛

IV. الخلاصة:

يشهد عالم اليوم تغيرات سريعة، متعددة ومتشابكة العناصر، وشديدة التعقيد، إذ أصبحت في مجملها تشكل ضغوطا و تحديات على المنظمات وتهدد بقائها، الأمر الذي دفع هاته الأخيرة على إعادة التفكير في طريقة أدائها لأعمالها وكيفية إضافة القيمة لأصحاب المصالح. كون أن هذا العصر يتميز بأنه عصر المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، أين يشكل فيه الإبداع، الابتكار، المعرفة والمعلومات أهم الوسائل لتحقيق أهداف ورؤى المنظمات. حيث تشكل تكنولوجيا المعلومات نقطة قوة تمكن منظمات الأعمال من التنبؤ بالتغيرات وتطوير بيئتها الداخلية والتكيف مع البيئة الخارجية وتحقيق أهدافها الاستراتيجية بكفاءة وفاعلية ومنه إعطاء ميزة تنافسية لها.

ومنه يمكن القول بأن ضمان بقاء المنظمة في ظل محيط عالي التنافسية يتوجب عليها العمل بتكنولوجيات المعلومات المتمثلة في شكل إستراتيجيات وسياسات واضحة المعالم محددة الأهداف في سبيل توافقها وتماشيا مع البيئة الخارجية للمنظمة، بحيث ينتج عنها أداء جيد و بالتالي تستطيع هاته الأخيرة من خلاله أن تخلق ميزة تنافسية لها.

V. الهوامش والإحالات:

- 1- Clément, F. (2000). société de l'information ou société <informationnelle>, l'Europe et les Etats-Unis face aux nouvelles technologies de l'information. France: Université de lausanne.
- 2- Sultan, S. S. (2007). the competitive Advantage of small and medium sized Enterprises: the case of Jordan's Natural stone Industry. Jordan, Datawise universitaire pers Maastricht.
- 3- أشتيه، ب. ي. (2003/2004). واقع اقتصاديات المعلومات في فلسطين وآفاقها ماجستير في إدارة السياسات الاقتصادية. نابلس، فلسطين، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية.
- 4- الشوابكة، ع. ع. (2011). دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية. عمان، الأردن: دار اليازوري.
- 5- العتوم، م. ف. (2009). رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على قطاع صناعة الأدوية الأردنية. ماجستير في إدارة الأعمال. الأردن، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.
- 6- العتيبي، ع. ع. (2010). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية: دراسة ميدانية على الأكاديمية الدولية الاسترالية. المملكة المتحدة، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي.
- 7- العمودي، ن. (2014/2015). دور استراتيجيات التسويق المصرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الجزائرية (دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي). (ماستر تخصص مالية وبنوك. الوادي، الجزائر، جامعة الشهيد حمه لخضر.
- 8- بشير كاوجة. (2013/2012). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية: دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف بورقلة. ماجستير في علوم التسيير. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ورقلة، الجزائر.
- 9- بلقيدوم صباح. (2013/2012). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية. كننوراه علوم في علوم التسيير. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير/ جامعة قسنطينة 2، قسنطينة/ الجزائر.

- 10- بوبعة، ع. ا. (2011/2012). دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس). (ماستر في علوم التسيير. قسنطينة، الجزائر، جامعة منتوري).
- 11- جباينة، م. (2011/2012). دور الرأسمال الهيكلي في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية. أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص: إدارة أعمال. الجزائر، جامعة الجزائر. 03
- 12- جبر وآخرون، و. ع. د. دت. (المزايا التنافسية للمنتجات في السوق العراقية) دراسة مقارنة. (العراق، الغوي للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الكوفة).
- 13- حجاج، ع. ا. (2006/2007). الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: مصادرها ودور الابداع التكنولوجي في تنميتها (دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي). (ماجستير في علوم التسيير. سكيكدة، الجزائر، جامعة 20 أوت. 55
- 14- علوطي، ل. (2007/2008). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة. أطروحة دكتوراه في علوم التسيير. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- 15- محمد الصيرفي. (2009). إدارة تكنولوجيا المعلومات: IT. الاسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.