

تكنولوجيا المعلومات كأداة لتحقيق الميزة التنافسية

Information technology as a tool to achieve competitive advantage

شراح صابر

مبروك صليحة

جامعة محمد خيضر بسكرة – الجزائر

جامعة محمد خيضر بسكرة – الجزائر

Saber.cherad@univ-biskra.dz

Saliha.mabrouk@univ-biskra.dz

Received: 21/12/2019

Accepted: 22/12/2019

Published: 28/12/2019

ملخص:

إن أساليب الحصول على الميزة التنافسية تتشكل من خلال إستخدام تكنولوجيا المعلومات وسنحاول من خلال هذه الدراسة إثبات التأثير الذي تمارسه تكنولوجيا المعلومات في تعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسات الجزائرية، قسمت هذه الدراسة إلى جزئين، جزء نظري حاولنا فيه الإلمام بجميع جوانب الموضوع بدءاً بالجانب النظري لتكنولوجيا المعلومات، والميزة التنافسية محاولين إبراز أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية و جزء تطبيقي استخدمنا الإستبانة كأداة لمحاولة جمع البيانات حيث قمنا بتوزيع الإستبانة على مجموعة من الأفراد بمؤسسة محل الدراسة متوصلين إلى أنه يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب-بسكرة-. كلمات مفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، الأرباح، تحقيق الميزة التنافسية، البيئة التنافسية، بسكرة. تصنيف JEL: M15, L21, L29.

Abstract:

The methods of obtaining competitive advantage are formed through the use of information technology a strategic bet for institutions. We will try, through this study, to demonstrate the effect that information technology has on enhancing competitive advantage in Algerian institutions. This study was divided into two parts. For information technology, and competitive advantage trying to highlight the importance of information technology in achieving competitive advantage and an application part we used the questionnaire as a tool to try to collect data as we distributed the questionnaire to a group of individuals in the founder The Greater Mills of the South - Biskra - We concluded that there is a role for information technology in achieving a competitive advantage in the Mills of the South - Biskra -.

Keywords: Information technology, profits, competitive advantage, competitive environment, Biskra.

Jel Classification Codes: M15, L21, L29.

*المؤلف المرسل: صليحة مبروك، الإيميل المهني: saliha.mabrouk@univ-biskra.dz

1. مقدمة:

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات أضفى سلاحا تنافسيا قويا لكي تستطيع التأثير على البيئة التنافسية بما يحقق أهدافها للحصول على الأرباح، وبالتالي الإستقرار والبقاء والنمو في سوق العمل و ان هذا الوضع هو الوضع الطبيعي لدى أية مؤسسة تعمل في السوق ولكن الآن وفي ظل المنافسة الأخرى والتي تتسم بالتكنولوجيا فإن هذا التميز لن يأتي لوحده ولكن يجب أن تعمل المؤسسات وتبحث وبكل طاقاتها ويجب أن تشغل كل الموارد المتاحة لديها لكي تحقق الهدف المنشود ويجب أن تكون إدارة المؤسسة على علم و إطلاع بأحوال البيئة الخارجية المحيطة بالمؤسسة لكي تحدد الفرص المتوفرة في البيئة الخارجية لكي يتم إستغلالها ومن ناحية أخرى لكي تحاول تجنب المخاطر الموجودة فيها قدر المستطاع والعمل على إيجاد آليات التخطيط الإستراتيجي وكذلك المؤسسة يجب أن تقوم بتحميل البيئة الداخلية لكي تحدد نقاط القوة المتوفرة لديها كما يجب أن تحدد المؤسسة نقاط الضعف والقصور في عملها لكي يتسنى لها العمل على تصحيح أو سد الخلل الحاصل قبل أن يسعى المنافسون لإستغلال هذا الضعف مما يؤدي إلى خروجها من المنافسة.

الإشكالية:

من خلال هذه الدراسة سوف يتم الكشف عن تكنولوجيا المعلومات وأهميتها في المؤسسة لتحقيقها التميز ومن هنا تظهر لنا معالم الإشكالية والمتمثلة في:

ماهو الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب؟
الفرضيات : و للإجابة على الإشكالية قمنا بوضع الفرضيات التالية :

- لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة المنتج بمؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب مرفوضة؛
- لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في السيطرة على الاسواق؛
- لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق الابداع والتطوير.

أهمية الدراسة:

ان هذه الدراسة تستمد أهميتها مما يأتي:

- حداثة هذا الموضوع في المؤسسة الجزائرية مما يحتمس دراسته والخوض في تفاصيله وهذا أمر في غاية الأهمية؛
- توجيه أنظار المهتمين والمسؤولين إلى ضرورة إقامة ودعم هذا النظام في المؤسسات الجزائرية؛
- إن هذه الدراسة تأتي في وقت تشهد فيه الجزائر تحولات اقتصادية وإدارية مما يزيد من أهميته؛
- كذلك يعتبر نقطة انطلاق للبحوث الأخرى كالتجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني الحكومة الالكترونية وغيرها.

أهداف الدراسة: نسعى من وراء بحثنا هذا إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، من أبرزها:

- الإشارة الى الوضع الحالي بتقديم تصور حول كيف تؤثر تكنولوجيا المعلومات علينا وعلى من حولنا .
- تحديد أهم الأدوات التي تستخدمها المؤسسات في تكنولوجيا المعلومات .
- تحديد أهم الأدوات التي تستخدمها المؤسسات في تكنولوجيا المعلومات؛
- التعرف على واقع ومستوى تطبيق واستخدام تكنولوجيا المعلومات في انجاز مهام المؤسسات .

2. ماهية تكنولوجيا المعلومات

1.2 مفهوم تكنولوجيا المعلومات

تعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها: "جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الإتصال والشبكات الرابطة و أجهزة الفاكس و غيرها من المعدات الأخرى". (بوجحيش و البشير، 2017، صفحة 160)

2.2 خصائص تكنولوجيا المعلومات

من بين خصائص تكنولوجيا المعلومات نجد : (جاب لله، بعيليش، و حجاج، 2019، صفحة 172)

تقليص الوقت: وذلك لأنها تجعل كل الأماكن الإلكترونية متجاوزة

رفع الإنتاجية: وذلك حين يتم استعمال تكنولوجيا المعلومات بشكل جيد و فعال

المرونة: تعدد استعمال تكنولوجيا المعلومات لتعددات إستعملنا لها بشكل جيد و فعال .

التمتمة : ويقصد بها الأسرع و الأصغر و الأقل تكلفة وهي من أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات.

3.2 أثر تكنولوجيا المعلومات على المؤسسة

لتكنولوجيا المعلومات تأثير كبير على حجم الإنتاج بالمؤسسات الاقتصادية تكمن في: (بن رجدة، 2014، صفحة 211)

- التأثير على إنتاجية المؤسسة؛

- التأثير على القوة العاملة؛

- التأثير على تطوير المنتج.

3.الميزة التنافسية

1.3.تعريف الميزة التنافسية

من الصعوبة ايجاد تحديد واضح للميزة التنافسية فقد باتت التنافسية حاجة ملحة للأفراد ليحضوا بفرص العمل وللمنظمات لكي تبقى وتنمو وحتى الدول لتضمن استدامة و تحسين مستويات معيشة شعوبها. نظرا للأهمية التي يكتسبها مفهوم الميزة التنافسية نستعرض عدة تعاريف لتوضيح هذا المفهوم من عدة زوايا.

فالميزة التنافسية تركز على تلبية حاجات المستهلك من النوعية و الجودة وبالتالي استخدام وسائل انتاج متطورة و يد عاملة مدربة بالرغم من إنها تؤدي الى زيادة التكاليف على المدى القصير إلا أنها تؤدي إلى اقتحام المخرجات للأسواق العالمية. (حيفان، 2014، صفحة 45)

وُعرف الميزة التنافسية بأنها أداء المنظمة لأنشطتها بصورة أكثر كفاءة بشكل يجعلها منفردة ومتميزة في خلق قيمة لا يستطيع بقية المنافسين تحقيقها لأنشطتهم ، ويمكن أن تحافظ عليها لمدة طويلة من الزمن ، إذا ما استندت إلى عمليات معرفية ذات منهجية إدارية واضحة. (العاني، 2014، صفحة 81)

من أهم خصائص الميزة التنافسية نذكر ما يلي: (منصور الغالي و صبيحي ادريس، 2009، صفحة 309)

- أن تكون مستمرة ومستدامة بمعنى أن تحقق المؤسسة السبق على المدى الطويل وليس على المدى القصير فقط.
- إن الميزات التنافسية تتسم بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو بمقارنتها في فترات زمنية مختلفة وهذه الصفة تجعل فهم الميزات في إطار مطلق صعب التحقيق.
- متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة وقدرات وموارد المؤسسة الداخلية من جهة أخرى.

- أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة ويسر وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطور موارد وقدرات وجدارة المؤسسة من جهة أخرى.
- أن يتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها على المديين القصير والبعيد.

2.3 مصادر الميزة التنافسية

إنّ اعتماد المؤسسة على ميزة تنافسية واحدة يعرضها إلى خطر سهولة تقليدها من قبل المنافسين ، لذا يستحسن تعدد مصادر الميزة التنافسية لكي تصعب على المنافسين تقليدها، حيث تستدعي الحيازة على الميزة التنافسية بالتعرف على المصادر التي تستمد منها هذه الأخيرة والتي يمكن اجمالها بالآتي: (مروان، 2011، الصفحات 71-72)

- انخفاض التكاليف: حيث تتنافس المنظمات في تقديم منتجاتها بأسعار مغرية.
- لتكنولوجيا : الوسائل المتطورة للأداء العالي بحيث تؤدي إلى تطوير مستويات مرتفعة من الأداء العالي للمنظمة والذي لا يستطيع المنافسون مجاراتها بتقديم خدماتهم .
- خبرة المنظمات: الطويلة في الإنتاج، التسويق و في التمويل بحيث تؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية.
- التفكير الاستراتيجي: تستند المؤسسات على إستراتيجية معينة للتنافس بهدف تحقيق أسبقية على منافسيها من خلال الحيازة على ميزة أو مزايا تنافسية ، وتعرف الإستراتيجية على أنها تلك القرارات الهيكلية التي تتخذها المؤسسة لتحقيق أهداف دقيقة ، والتي يتوقف على درجة تحقيقها نجاح أو فشل المؤسسة.
- المعرفة: تعد الأصول المعرفية والفكرية هي الأساس لاستمرار نشاط المؤسسة في المنافسة المرتكزة على المعلومات و المعارف ، كما أصبح قياس قيمة المعرفة أمراً مهماً للمؤسسات ذات المعاملات الخاصة فهذه الأخيرة اذا كانت تتمتع بالنجاح فهي التي تستثمر فيما تعرفه ، بحيث تنقل تلك المعرفة عبر قنواتها التنظيمية للاستفادة منها في عمليات الانتاج او لتطوير هياكلها ووظائفها. (مجاني و طبول، 2017، الصفحات 96-97)

3.3 أهمية الميزة التنافسية

وعموماً يكمن وصف أهمية الميزة التنافسية وصفاً شاملاً من خلال الآتي : (براهيمي، 2015/2016، صفحة 266)

- تقديم دعماً يساهم في نجاح الأعمال.
- تتصف بالديمومة وصعوبة تقليد المنافسين لها .
- تقدم التوجيه والتحفيز للمنظمة .
- تقدم أساساً لتحسينات المستقبلية .
- تحدد بالاعتماد على حاجات ورغبات الزبون.

أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة يساهم التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز قدرة المؤسسات على الابتكار عبر إدخال تحسينات أساسية على سير الأعمال والاستراتيجيات الإدارية، كما من خلال الاستفادة من المعارف المتاحة وإدارتها لصالح المؤسسات وتتجسد هذه الأهمية من خلال:

- تكنولوجيا المعلومات وإستراتيجية المؤسسة: إن اعتماد تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة ، أعاد النظر في الكثير من المفاهيم التقليدية الخاصة بالإستراتيجية و التحليل الإستراتيجي ، حيث عرفت هذه المفاهيم تطورات عديدة نتيجة لإدماج هذه التكنولوجيا.(حاج عيسى و معراج، 2003، صفحة 107)
 - تكنولوجيا المعلومات و مرونة المؤسسة: تعد تكنولوجيا المعلومات ذات أهمية إستراتيجية بالنسبة للمؤسسات حيث تساعدها في إتخاذ القرارات الإستراتيجية و بالتالي تحقيق السبق التنافسي على منافسيها وذلك نتيجة تأثيرها على مرونة المؤسسة سواء كان تأثيرا كامنا أو ظاهرا من خلال سرعة الإستجابة أو قدرة النظام على التغيير أو التغير و كذا قدرة متخذ القرار في تسيير المعلومات أو في إتخاذ القرارات ، و بالتالي فإن المرونة والسرعة تعطي سبقا للمؤسسة لتحقيق الميزة التنافسية.(الزعي، 2005، صفحة 21)
 - تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية: يظهر هذا الدور لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة على مستويين أساسيين المستوى الأول هو عوامل داخلية أي التنظيم الداخلي للمؤسسة وهو يتعلق بطريقة ووسائل ووظائف التسيير داخل المؤسسة أي (التنظيم ، التوجيه ، التخطيط والرقابة) ، أما المستوى الثاني فهو عوامل خارجية أي بعلاقة المؤسسة بمحيطها الخارجي . (بوريش، 2007، صفحة 8)
4. دراسة استطلاعية لموظفي المطاحن الكبرى للجنوب – بسكرة- حول دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.
- من أجل الوقوف على دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية بالمطاحن الكبرى للجنوب- بسكرة- وتماشيا مع الطرح النظري لمتغيرات الدراسة (تكنولوجيا المعلومات، الميزة التنافسية) وتحليل العلاقة التأثير التي تجمع بينهما، تم الاستعانة بأسلوب الاستبيان من خلال طرح مجموعة من الأسئلة على الموظفين في المؤسسة محل الدراسة التي تتناسب مع أبعاد المتغيرين الذين تطرقنا لهما في المحور الأول عن طريق استخدام برمجية " SPSS " واستخدام الأدوات الإحصائية اللازمة لتحليل نتائج الاستبيان.
- 1.4. منهج الدراسة ، مجتمع وعينة الدراسة**
- 1.1.4. المنهج المتبع**
- للإجابة على إشكالية البحث وتساؤلاته ومحاولة اختبار فروض الدراسة حول دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية فقد اعتمد الطالب المنهج الإحصائي، الاستدلالي من خلال الاستمارة البحثية المصممة لهذا الغرض والموجهة لعينة من العاملين بالمؤسسة محل الدراسة.
- 2.1.4. تحديد مجتمع وعينة الدراسة.**
- سنتطرق إلى مجتمع وعينة الدراسة كالتالي:
- المجتمع: هو المجموعة الكلية من المفردات او العناصر يهتم بها الباحث و تعمم عليها نتائجها ، و المفردات أو العناصر قد تكون أشخاص، مؤسسات او غيرها.
- العينة: هي جزء صغير من المجتمع، أو مجموعة جزئية صغيرة من المجموعة الكلية تجرى عليها التجربة أو التطبيق إذ يتم التطبيق على العينة و تعمم النتائج على المجتمع ، و السبب في اللجوء إلى العينة و عدم التطبيق على مجتمع الدراسة كاملا لان مثل هذا التطبيق في الغالب يتطلب الكثير من الوقت و الجهد، بالإضافة إلى صعوبة التطبيق على جميع أفراد العينة.
- بالنسبة لموضوع البحث يتمثل مجتمع الدراسة في مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب، اما العينة فتتمثل في موظفين المؤسسة، بلغ حجم العينة 33 مفردة ، تم توزيع الاستبيان على جميع مفردات العينة لكن تم استرجاع 31 استبانة و هو ما يمثل حجم العينة المدروسة.

2.4. جمع البيانات والأدوات الإحصائية المستخدمة

1.2.4. أداة جمع البيانات واختبارات قياسها:

أولاً: أداة جمع البيانات: استخدم الاستمارة كأداة لجمع البيانات وضمت ثلاثة أقسام: القسم الأول: تضمن مقدمة تعريفية بالموضوع وبعض الأسئلة حول معلومات شخصية عن المجيب. القسم الثاني: تضمن مجموعة الأسئلة لقياس المتغير المستقل؛ حيث ضم 17 عبارة. القسم الثالث: تضمن مجموعة الأسئلة لقياس المتغير التابع؛ حيث ضم 25 عبارة. ثانياً: ثبات أداة الدراسة: من أجل التحقق من ذلك تم إجراء اختبار مدى الاتساق الداخلي باستخدام عامل كرونباخ ألفا Cronbachs Alpha ، والجدول الموالي يوضح معاملات الثبات والصدق لمتغيرات الدراسة:

الجدول رقم 1 : اختبار معامل ثبات وصدق الاستبيان

البيان	عدد عبارات القياس	معامل الثبات ALPHA Cronbach	معامل الصدق
تكنولوجيا المعلومات	17	0.682	0.825
الميزة التنافسية	25	0.868	0.931
كل الاستمارة	42	0.869	0.932

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول الظاهر في الأعلى يتبين أن معامل الثبات للمتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات مرتفع كونه وصل لـ 68.2% ، أما نسبة 86.8% تمثل معامل الثبات للمتغير التابع الميزة التنافسية. يظهر أيضاً أن معامل الاتساق الداخلي لأداة الدراسة يمتاز بالدرجة كبيرة من الثبات والصدق ، وأنها تحقق الشروط المطلوبة لاعتمادها كوسيلة تحليل ميدانية حيث بلغ معامل الثبات بالنسبة لمحاور الاستبيان نسبة 86.9% و تعتبر من النسب الجيدة في المقياس ، حيث تعكس درجة التجانس و الاتساق الداخلي بين العبارات المختارة لقياس كل بعد والاستبيان كل.

2.2.4. الأدوات الإحصائية المستخدمة

في هذه الدراسة قام الطالب بالاستعانة بالإحصاء الوصفي بغرض توصيف عينة الدراسة والإحصاء الاستدلالي لاختبار فرضيات الدراسة: حيث ومن خلال حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية، تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى ثبات أداة الدراسة- الاستمارة.
 - معامل الارتباط بيرسون من أجل اختبار الصدق البنائي لأداة الدراسة.
 - حساب التكرارات والنسب المئوية بالإضافة إلى مقاييس النزعة المركزية و التشتت.
 - مصفوفة معامل الارتباط من أجل التعرف على درجة الارتباط بين المتغيرات المستقلة و التابعة في الدراسة.
- من أجل معرفة مقدار ما يفسره المتغير المستقل في المتغير التابع، مع توضيح مستوى الدلالة.
- جدول سلم ليكرت:

من 1 الى 2.5	من 2.5 الى 3.5	من 3.5 الى 5
ضعيف	متوسط	مرتفع

3.4. خصائص عينة الدراسة

لمعرفة الخصائص العامة لعينة الدراسة تم الاعتماد على إجابات الموظفين فيما يخص الجزء الاول المتعلق بالبيانات الوصفية و يمكن توضيح ذلك كما يلي :

1.3.4. توزيع أفراد العينة وفقا للجنس

الجدول رقم2: توزيع أفراد العينة وفقا للجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	23	74.2 %
أنثى	08	25.8 %
المجموع	31	100 %

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss .

يتضح من الجدول السابق ان عدد الموظفين الذكور في مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب -بسكرة - اكبر من عدد الاناث حيث قدر عددهم ب 23 موظف بنسبة 74.2 % ، في حين قدر عدد الاناث 08 موظفة بنسبة 25.8 % أي سيطرة فئة الذكور على الاناث ، وهذا راجع الى طبيعة نشاط المؤسسة محل الدراسة .

2.3.4. توزيع أفراد العينة وفقا للفئة العمرية

الجدول رقم3: توزيع أفراد العينة وفقا للفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	4	12.9%
من 30 إلى 40 سنة	12	38.7%
من 40 إلى 50 سنة	9	29.0%
أكثر من 50 سنة	6	19.4%
المجموع	31	100%

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول اعلاه لتوزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية ان اكبر نسبة كانت للفئة الثانية: الافراد الذين تتراوح اعمارهم من 30 الى 40 سنة بنسبة 38.7 % ثم تليها الفئة الثالثة: الافراد الذين تتراوح اعمارهم من 40 الى 50 سنة بنسبة 29.0 % ، بعدها الفئة الرابعة: الافراد الاكثر من 50 سنة بنسبة 19.4 % و الفئة الاولى: اقل من 30 سنة بنسبة تقدر ب 12.9 % .

3.3.4. توزيع أفراد العينة وفقا للمستوى التعليمي

الجدول رقم4: يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	2	6.5%
تقني سامي	8	25.8%
ليسانس	9	29.0%
ماستر	7	22.6%
ماجستير	5	16.1%
المجموع	31	100%

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول رقم: ان الفئة ليسانس احتلت اعلى نسبة ب29.0%، وتأتي في المرتبة الثانية الفئة الذين مستواهم تقني سامي بنسبة 25.8%، وبعدها مستوى الماستر بنسبة 22.6%، ثم فئة الموظفين الذين مستواهم ماجستير بنسبة 16.1%. وفي الاخير تأتي الفئة الذين مستواهم ثانوي بنسبة 6.5%. يمكن القول ان مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب تسعى الى توظيف الجامعيين و هي الفئة التي تتميز بسرعة الادراك و مسايرة التطورات التكنولوجية و هذا ما تفرضه البيئة الخارجية من اجل مواكبة تغيرات المحيط خاصة التكنولوجية منها لتحقيق التميز.

4.3.4. توزيع أفراد العينة وفقا للخبرة المهنية

الجدول رقم 5: توزيع أفراد العينة وفقا للخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	3	9.7%
من 5 إلى 10 سنوات	16	51.6%
من 10 إلى 15 سنة	4	12.9%
أكثر من 15 سنة	8	25.8%
المجموع	31	100%

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد عينة الدراسة كانت سنوات عملهم بالمؤسسة من 05 إلى 10 سنوات بنسبة تصل إلى 51.6%، ثم فئة الموظفين الذين فترة عملهم بالمؤسسة أكثر من 15 سنة بنسبة 25.8%، ثم تليها فئة العاملين في المؤسسة من 10 إلى 15 سنة بنسبة 12.9% وبعدها الفئة العاملة أقل من 5 سنوات بنسبة 9.7% وعليه يمكن القول ان اغلب موظفي محل الدراسة لهم خبرة نوعا ما حسب الاقدمية.

- اختبار التوزيع الطبيعي ومحاوّر الاستبانة

الجدول رقم 6: اختبار (One Sample Kolmogrov- Smirnov test) للمتغير المستقل

النتيجة المستقلة	One Sample Komogrov- Smirnov test	الدلالة الإحصائية
الأجهزة والمعدات	0.823	0.507
قواعد البيانات	0.730	0.661
البرمجيات	1.468	0.027
شبكات الاتصال	1.039	0.230
تكنولوجيا المعلومات	0.520	0.949

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

يتبين من الجدول رقم أن قيمة الدلالة الإحصائية (One Sample Komogrov- Smirnov test) للمتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات بأبعادها المختلفة وهو أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية المعتمد 0.05، مما يدل على أن بيانات الظاهرة المدروسة تخضع للتوزيع الطبيعي.

جدول رقم 7: اختبار (one sample kolmogrov- smirnov test) للمتغير التابع

المتغير التابع	One Sample Komogrov Smirnov test	اختيار قيمة	الدلالة الإحصائية
جودة المنتج	0.914		0.373
السيطرة على الاسواق	0.970		0.303
الابداع والتطوير	0.729		0.662
كفاءة العمليات	0.921		0.365
الميزة التنافسية	0.462		0.983

المصدر من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

يتبين من الجدول رقم أن قيمة الدلالة الإحصائية (One Sample Komogrov- Smirnov test) للمتغير التابع: الميزة التنافسية بأبعادها المختلفة بلغتوهو أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية المعتمد 0.05 ، مما يدل على أن بيانات الظاهرة المدروسة تخضع للتوزيع الطبيعي.

● تحليل محاور الاستبانة:

الجدول رقم 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات تكنولوجيا المعلومات.

رقم العبارة	أبعاد متغير تكنولوجيا المعلومات وعبارات القياس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
1	تمتلك المؤسسة عدد كافي من اجهزة الاعلام الالي.	4.29	0.824	1	مرتفع
2	اجهزة الحاسوب المستخدمة في المؤسسة متطورة.	4.23	0.560	2	مرتفع
3	تقوم المؤسسة بتحديث الاجهزة والمعدات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات باستمرار.	3.77	0.805	3	مرتفع
	الاجهزة والمعدات	4.0968	0.62179	1	مرتفع
1	تمتلك المؤسسة قاعدة بيانات مفصلة عن زبائنها.	4.16	0.374	1	مرتفع
2	تمتلك المؤسسة قاعدة بيانات عن منافسيها.	3.84	0.638	2	مرتفع
3	تمتلك المؤسسة قاعدة بيانات عن مورديها.	3.61	1.174	4	مرتفع
4	تساهم تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في الوصول الى قواعد البيانات المطلوبة عند الحاجة اليها.	3.77	0.990	3	مرتفع
5	جميع فروع المؤسسة مجهزة بحواسيب مبروطة بقاعدة بيانات واحدة.	2.77	0.425	5	متوسط
	قواعد البيانات	3.5000	0.66144	2	مرتفع
1	يتم تطوير البرمجيات باستمرار لمواكبة ماهو جديد	2.77	0.425	1	متوسط
2	تستخدم المؤسسة في عملها برمجيات حاسوبية حديثة.	2.55	0.723	4	متوسط
3	تتوفر المؤسسة على أنظمة حماية الية متطورة تختص بحماية البيانات.	2.74	0.575	3	متوسط
4	تسرع البرمجيات المستخدمة في المؤسسة من اداء العمليات على	2.74	0.514	2	متوسط

البرمجيات					
1	تمتلك المؤسسة موقع الكتروني على شبكة الانترنت.	2.58	0.620	4	متوسط
2	توجد شبكة اتصالات حديثة وفعالة لخدمة النظام في المؤسسة.	2.61	0.615	3	متوسط
3	جميع فروع المؤسسة مربوطة بشبكة واحدة تساهم في مراقبة العمليات اليومية.	2.35	0.798	5	ضعيف
4	هناك ربط الكتروني بين المؤسسة والزبائن.	4.39	0.803	1	مرتفع
5	يوجد ربط الكتروني بين المؤسسة والموردين.	3.84	0.638	2	مرتفع
شبكات الاتصال					
		3.1548	0.29079	3	متوسط
تكنولوجيا المعلومات		3.3548	0.28636	/	متوسط

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS .

الاجهزة والمعدات: يتضح من الجدول ان الاجهزة والمعدات جاء بالترتيب الاول من حيث الاهمية النسبية المعطاة له من قبل افراد عينة البحث، حيث بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (4.0968) بانحراف معياري قدره (0.62179)، ووفقا لمقياس الدراسة فان هذا البعد يشير الى نسبة قبول مرتفعة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (3.77-4.29) وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (0.560-0.824) وهذه النتائج تؤكد ان مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب تؤمن احدث الحواسيب وافضلها، وان المؤسسة تهتم بعملية التجديد للمعدات المادية من اجل المحافظة على المستوى الجيد من الاداء.

قواعد البيانات: يتضح من الجدول ان بعد قواعد البيانات جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، حيث بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.5000) و بانحراف معياري قدره (0.66144) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما نلاحظ أن متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً أيضاً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (2.77-4.16)، وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (0.374-1.174) وهذا ما يدل أن المؤسسة محل الدراسة لديها قواعد بيانات كافية لانجاز اعمالها من جهة وهامة جدا توفر للمسيرين ومتخذي القرار كافة المعلومات الضرورية بشكلها الصحيح وفي الوقت المطلوب من جهة اخرى.

شبكات الاتصال: يتضح من الجدول ان بعد شبكات الاتصال جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، حيث بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.1548) و بانحراف معياري قدره (0.29079)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة، كما نلاحظ أن متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبول متوسط أيضاً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (2.35-4.39)، وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (0.615-0.803) وهذا ما يؤكد ان مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب لديها شبكات اتصال تصل إلى جميع المكاتب، الوكالات، والمديريات الجهوية للمؤسسة وكذا مديريتها العامة. مما يسهل عملية سير الأعمال والإبلاغ عن الأخطاء كذلك هناك ربط الكتروني بين المؤسسة وعملائها أي أنها في اتصال دائم مع متعاملها المباشرين، بالإضافة إلى امتلاكها لموقع الكتروني من شأنه أن يعرف به من جهة ويزيد من عدد عملائها المحتملين من جهة أخرى.

وتأسيسا على ما تقدم، نستنتج أن تصورات المبحوثين لمستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات بمؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب جاءت متوسطة وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجاباتهم عن أبعاد تكنولوجيا المعلومات مجتمعة (3.3548) بانحراف معياري قدره (0.28636) هذه النتيجة تفسر مدى اهتمام المؤسسة محل الدراسة بتكنولوجيا المعلومات لوعيه بمدى تأثير هذه التكنولوجيات لتحقيق أداء جيد.

الجدول رقم 9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الميزة التنافسية

رقم العبارة	أبعاد متغير الميزة التنافسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
1	تتميز منتجات المؤسسة بخصائص تتوافق مع رغبات المشتركين.	4.19	0.703	5	مرتفع
2	تتميز منتجات المؤسسة بأسعار مقبولة مما يميزها عن المنافسين.	2.74	0.514	6	متوسط
3	يمكن تمييز منتجات المؤسسة في طريقة عمل الأفراد العاملين بها.	2.74	0.445	5	متوسط
4	تمتاز منتجات المؤسسة بالمرونة المطلوبة لتلبية مطالب المشتركين المتغيرة.	4.35	0.608	1	مرتفع
5	تهتم المؤسسة بتقليل وقت انجاز معاملات المشتركين لتحقيق رضاهم.	4.29	0.693	2	مرتفع
6	يشعر المشترك بخصوصية اثناء تعامله مع نظم المعلومات الموجودة بالمؤسسة.	4.29	0.824	3	مرتفع
7	يوجد رضا عام لدى المشتركين المستفيدين من منتجات المؤسسة.	4.23	0.560	4	مرتفع
جودة المنتج					
1	تتمتع المؤسسة بقدرة وكفاءة على ترويج على ترويج لمنتجاتها في الاسواق.	3.77	0.805	7	مرتفع
2	تتمتع المؤسسة بالقدرة على توزيع منتجاتها في الاسواق.	4.16	0.374	3	مرتفع
3	تعمل المؤسسة باستمرار على زيادة الحصة السوقية من خلال فتح اسواق جديدة وتعزيز الحالية.	2.71	0.461	8	متوسط
4	الحصة السوقية للمؤسسة تشكل مصدرا اساسيا لثقة المشتركين بها.	3.81	0.749	6	مرتفع
5	تعمل المؤسسة على تنمية حصتها السوقية باستمرار.	4.16	0.583	4	مرتفع
6	تحتل المؤسسة الحصة السوقية الاكبر في السوق.	4.23	0.617	2	مرتفع
7	تمتلك المؤسسة عدد كبير من الموزعين ونقاط البيع.	4.26	0.631	1	مرتفع
8	تقوم المؤسسة بتقديم عروض وامتيازات بشكل مستمر من اجل جذب المشتركين وكسب ثقتهم.	3.97	0.836	5	مرتفع
السيطرة على الاسواق					
1	تعمل المؤسسة على تأمين فرص الابداع والمبادرة.	3.97	0.948	4	مرتفع
2	تعمل المؤسسة على تطوير وتنويع المنتجات التي تخدم رغبات المشتركين الحاليين والجدد.	4.19	0.749	2	مرتفع
3	تهتم الادارة العليا بإزالة القيود واعادة الهيكلة التي تساعد في التطوير والتغيير.	4.19	0.749	3	مرتفع
4	هناك خطوات منهجية واضحة تساهم في الابتكار والتطوير.	3.52	0.769	5	مرتفع

5	تأخذ المؤسسة برأي العاملين في عملية التطوير.	4.32	0.653	1	مرتفع
	الابداع والتطوير	4.0387	0.64378	2	مرتفع
1	تمتاز المؤسسة بالقدرة على انجاز كل العمليات على الرغم من تنوعها وتزايد حجمها.	4.32	0.653	3	مرتفع
2	تقدم المؤسسة خدمات متميزة ومختلفة عن تلك التي يقدمها الزبون.	4.29	0.588	4	مرتفع
3	تقدم المؤسسة الخدمة لمشتريها بسرعة ودون تأخير.	4.71	0.461	1	مرتفع
4	تتمكن المؤسسة من تقليص تكلفة تشغيل العمليات.	4.65	0.486	2	مرتفع
5	تقوم المؤسسة بانجاز عملياتها في الوقت المحدد.	2.58	0.620	5	متوسط
	كفاءة العمليات	4.1097	0.33000	1	مرتفع
	الميزة التنافسية	3.9458	0.32192	/	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

كفاءة العمليات: من خلال الجدول يتبين ان كفاءة العمليات جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل أفراد عينة البحث، إذ نجد أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ (4.1097) بانحراف معياري قدره (0.33000) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما نلاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً حيث تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (2.58-4.71)، وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (0.461-0.653)، وكان أعلى متوسط للعبارات الثلاثة حيث بلغ (4.71) و بانحراف معياري قدره (0.461) التي تشير إلى " المؤسسة تقدم الخدمة لمشتريها بسرعة ودون تأخير"، بينما كان اقل متوسط للعبارات الخمسة بالنسبة لهذا البعد حيث بلغ (2.58) وبانحراف معياري قدره (0.620) والتي تشير إلى: " المؤسسة تقوم بإنجاز عملياتها في الوقت المحدد". على العموم واستنادا لإجابات المبحوثين فإن مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب تمتاز بالكفاءة العالية في اداء تلك العمليات من

خلال تقليص تكاليف تشغيلها عن طريق التخلص من العمليات الغير ضرورية، بالإضافة الى اختصار الوقت في اداء تلك العمليات وتدعيم التناسق بين جميع الوحدات من تقديم خدمات مميزة عن تلك التي يقدمها المنافسون.

الإبداع والتطوير نجد أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ (4.0387) بانحراف معياري قدره (0.64378)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما نلاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً حيث تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (3.52-4.32)، وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (0.948-0.653)، وكان أعلى متوسط للعبارات الخمسة حيث بلغ (4.32) و بانحراف معياري قدره (0.653) التي تشير إلى " ان المؤسسة تأخذ برأي العاملين في عملية التطوير"، بينما كان اقل متوسط للعبارات الأربعة بالنسبة لهذا البعد حيث بلغ (3.52) وبانحراف معياري قدره (0.769) والتي تشير إلى: "ان هناك خطوات منهجية واضحة تساهم في الابتكار والتطوير". على العموم واستنادا لإجابات المبحوثين فإن المؤسسة محل الدراسة من خلال التطوير والتنوع في الخدمات التي تلبي رغبات المشتريين هذا من جهة، وكذا ابتكار حلول للمشاكل الادارية عن طريق ازالة القيود واعادة الهيكلة التي تساهم في التطوير من جهة اخرى.

السيطرة على الاسواق: من خلال الجدول رقم يتبين ان السيطرة على الاسواق جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ نجد أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد بلغ (3.8831) بانحراف

معياري قدره (0.42320)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما نلاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً حيث تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (4.26-2.71)، وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (0.836-0.374)، وكان أعلى متوسط للعبارة السابعة حيث بلغ (4.26) و بانحراف معياري قدره (0.631) التي تشير إلى " أن المؤسسة تمتلك عدد كبير من الموزعين ونقاط البيع "، بينما كان أقل متوسط للعبارة الثالثة بالنسبة لهذا البعد حيث بلغ (2.71) و بانحراف معياري قدره (0.461) والتي تشير إلى: " المؤسسة باستمرار على زيادة الحصة السوقية من خلال فتح أسواق جديدة وتعزيز الأسواق الحالية ". على العموم واستناداً لإجابات المبحوثين فإن المؤسسة تتمتع بقدرة وكفاءة على الترويج والتوزيع لمنتجاتها من ذلك بانتهاج العديد من الموزعين ونقاط البيع. من أجل تنمية حصتها السوقية والاستحواذ على أكبر عدد ممكن من الزبائن.

من خلال الجدول رقم (...) بينت نتائج التحليل في العمود الأول عبارات جودة المنتج كانت لها علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية مع الأجهزة و المعدات ، اذ بلغ معامل الارتباط (0.732) عند مستوى دلالة ($\alpha=0.001$) مما يعني ان هناك علاقة ارتباط موجبة في نجد معامل الارتباط لهذا البعد مع قواعد البيانات غير دال احصائيا ، وهذا يدل على ان جودة المنتج لا تحدها قواعد البيانات ، ايضا نجد معامل الارتباط لجودة المنتج مع البرمجيات و كذلك الشبكات غير دال احصائيا . و بالنظر الى مستوى و طبيعة علاقة الارتباط المعنوية نجدها مقبولة و هذا يبين اهمية الأجهزة و المعدات في بناء الميزة التنافسية .

و بالتالي فان الفرضية الاولى: لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة المنتج بمؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب مرفوضة ، يبرز دور تكنولوجيا المعلومات بالمؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر موظفيها في تحقيق جودة المنتج. في العمود الثاني تظهر نتائج التحليل لعبارات السيطرة على الأسواق دالة احصائيا بالنسبة لتكنولوجيا المعلومات عند مستوى دلالة ($\alpha=0.005$) مما يعني ان هناك علاقة ارتباط مقبولة على العموم بين السيطرة على الأسواق وتكنولوجيا المعلومات ، و سجل معامل بين السيطرة على الأسواق و الأجهزة و المعدات بمعامل الارتباط قيمته (0.414) و هذا يدل على دور الأجهزة و المعدات في السيطرة على الأسواق تلمها قواعد البيانات بمعامل ارتباط قيمته (0.443) ، في حين نرى ان السيطرة على الأسواق ليس لها علاقة ارتباط مع البرمجيات و الشبكات ومعامل الارتباط بينهما غير دال احصائيا .

من خلال ما سبق فان الفرضية الثانية: التي تنص انه لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في السيطرة على الأسواق مرفوضة. في العمود الثالث تظهر نتائج التحليل بأنه لا توجد علاقة ارتباط وليس لها دلالة احصائية مع الابداع والتطوير وهذا يعود إلى أن الابداع والتطوير مرتبط بالأفراد والكفاءات التي توظفها المؤسسة .

ومن هنا فإن الفرضية الثالثة: التي تنص بأنه لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق الابداع والتطوير مقبولة . في العمود الرابع كذلك تظهر نتائج تحليل عبارات تكنولوجيا المعلومات مع كفاءة العمليات ليس لها علاقة ارتباط ولا توجد دلالة احصائية بينهما ، ومن هنا نستطيع القول أن كفاءة العمليات ترتبط أيضا بالكفاءات التي توظفها المؤسسة ومنه نستنتج أن المؤسسة لا تولي اهتمام كبير بهذه الكفاءات.

5. الخاتمة:

تعتبر المؤسسة نظاما مفتوحا ينطوي أساسا على وجود العلاقات التبادلية بينه وبين البنية الدائرية ، إذ يفترض أن يكون هناك اندماج فعال بين جميع الأجزاء أو العناصر الداخلية والخارجية ، لذا تعتبر المعلومات شريان الحياة بالنسبة لهذه المؤسسات إلا أن المعلومات ليست قادرة على حل مشاكل المؤسسات لوحدها لذا وجب أن ترتبط بتكنولوجيا قادرة على تخزينها والإحتفاظ بها ثم الحصول عليها عند الحاجة .

بعد قيامنا بدراسة إستطلاعية للموضوع توصلنا إلى النتائج التالية:

- يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة المنتج .
- يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في السيطرة على الاسواق بمؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب من وجهة نظر موظفيها.
- لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق الابداع والتطوير.
- بأنه لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق كفاءة العمليات.
- يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب-بسكرة .

التوصيات:

وفي الأخير نتقدم بمجموعة من التوصيات

- على المؤسسات أن تواكب تطور تكنولوجيا المعلومات وهذا لما لها من تأثيرات إيجابية على تطوير القدرة التنافسية للمؤسسة.
- على المؤسسة امتلاك موارد وبناء أو شراء قدرات لا تكون متوفرة لدى المنافسين الآخرين، من بينها الابتكار والإبداع اللذين لهما دور كبير في خلق ميزة تنافسية.

6. قائمة المراجع:

1. أمال حاج عيسى، و هوارى معراج. (22 و 23 أبريل، 2003). الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الإقتصادي الجديد، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. الأغواط: جامعة الأغواط.
2. باديس مجاني، و ريمة طبول. (2017). تأثير الموارد البشرية و الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية. قسنطينة، الجزائر: دار النشر.
3. جوهري بن رجدال. (2014). دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تنمية الأداء في المنظمة مع لمحة حول تكنولوجيا المعلومات في تنمية الأداء في المنظمة مع لمحة حول تكنولوجيا المعلومات والإتصال. مجلة الإقتصاد والتنمية البشرية.
4. حسن علي الزعبي. (2005). نظم المعلومات الإستراتيجية "مدخل إستراتيجي". الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
5. خالدية بوجحيش، و عبد الكريم البشير. (السداسي الثاني، 2017). دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تطوير مخرجات الابتكار دراسة مقارنة في الجزائر و تونس. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 17.
6. طاهر محسن منصور الغالي، و وائل محمد صبيحي ادريس. (2009). الادارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل. عمان، الاردن: دار وائل للنشر.
7. عبد الوهاب حيفان. (2014). دور ادارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات. عمان: دار الايام للتوزيع والنشر.
8. فاروق براهيمي. (2016/2015). تسويق الاخضر كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية. علوم تسيير. بسكرة: جامعة بسكرة.
9. فائق جميل العاني. (2014). دور ادارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية ، رسالة ماجستير في ادارة اعمال. جامعة بغداد العراق.
10. كريا جاب لله، نور الدين بعيليش، و مراد حجاج. (2019). دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز الإفصاح المحاسبي دراسة ميدانية لعينة من المهنيين لسنة 2019". مجلة إضافات إقتصادية، العدد 2.
11. محمد نجيب مروان. (2011). مور المزيج التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية ،دراسة استطلاعية. مصر: دار الكتب القانونية، دار شتات للنشر والبرمجيات.
12. نصر الدين بوريش. (27 نوفمبر، 2007). الملتقى العلمي الدولي حول المعرفة في ظل الإقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية. تكنولوجيا المعلومات والإتصال كدعامة للميزة التنافسية و كأداة لتأقلم المؤسسة الاقتصادية مع تحولات المحيط الجديد "حالة الجزائر". الشلف.