

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences économiques



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية.

الموضوع

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
دراسة حالة فندق نسيب بسكرة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

الأستاذ المشرف:

بن بريكة الزهرة

إعداد الطالب(ة):

مبروكي فاطمة الزهرة

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	خبيزة انفال حدة	أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة بسكرة
2	بن بريكة الزهرة	أستاذ محاضر أ	مشرفا	جامعة بسكرة
3	السبتي لطيفة	أستاذ محاضر أ	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2021/ 2020

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences économiques



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية.

الموضوع

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
دراسة حالة فندق نسيب بسكرة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

الأستاذ المشرف:

بن بريكة الزهرة

إعداد الطالب(ة):

مبروكي فاطمة الزهرة

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	خبيزة انفال حدة	أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة بسكرة
2	بن بريكة الزهرة	أستاذ محاضر أ	مشرفا	جامعة بسكرة
3	السبتي لطيفة	أستاذ محاضر أ	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2021/ 2020

شكر وتقدير

الحمد لله الحي القيوم من قبل ومن بعد، له المنة وله الفضل أن مكنتني من إنجاز هذا البحث، وأمديني بالصحة والعافية والقوة في تحمل مشقة التعلم والصبر على متطلبات البحث والاستقصاء.

أما بعد:

لا يسعني إلا أن أتقدم بالشكر والتقدير إلى أستاذتي المشرفة الأستاذة الدكتورة " بن بركة الزهرة " التي أفاضت على البحث مما أنعم الله عليها من العلم والمعرفة، ولم تبخل علي بجهدا ووقتها، فقد كانت بمثابة الأخت النصوح وعلمي كيف يكون تواضع العلماء.

كما أشكر وأقدر كلية الاقتصاد وعلوم التسيير بجامعة محمد خيضر - بسكرة- على ما قدمته من تسهيلات إدارية وأكاديمية لتعيننا على طلب العلم والتفوق. وكذا أساتذتها الأكفاء الذين لم ييخلوا علينا بتقديم التوجيهات والنصائح القيمة.

ومسك الختام، الشكر والتقدير للأساتذة الأجلاء أعضاء لجنة المناقشة الذين لم ييخلوا بوقتهم وجهدهم في تقييم هذه المذكرة، وعلى تفضلهم بمناقشتها.

وإلى عائلتي التي ساندتني وتحملتني طوال فترة إنجاز هذا البحث وإلى جميع من أعانني بجهد ووقته في إنجاز وإتمام مذكرتي.

الباحثة: مبروكي فاطمة الزهرة

المُلخَصَات

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، إذ أن وجود هذه التكنولوجيا في المؤسسة تعد شرط أساسي لتحسين التنافسية، وسيتم تحديد الدور من خلال دراسة مدى ارتباط تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعاد التنافسية (التكلفة، الجودة، التسليم، الإبداع، المرونة)، وتم اختبار هذه العلاقة من خلال مقابلة مع مدير فندق نسيب بسكرة باعتباره مؤسسة متوسطة، وتم تحليل بيانات المقابلة وأظهرت النتائج إلى وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأبعاد التنافسية، وهذا يقودنا إلى أن التنافسية تستمد قوتها كجانب رئيسي من تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

إذن على المؤسسة الصغيرة والمتوسطة التي تريد البقاء في مضمار المنافسة أن ترتقي بقدراتها التنظيمية وأساليب استعمالها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في إطار تخطيط متوازي بين الإستراتيجية التنافسية للمؤسسة وإستراتيجية تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال. وخلص البحث إلى تقديم اقتراحات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بضرورة استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أبعاد التنافسية.

الكلمات المفتاحية : تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التنافسية

Abstract :

The purpose of this study is to determine the role of information and communication technology (Information Communication Technology) on the competitiveness of small and medium enterprises, The presence of this technology in the organization is a basic condition for improving competitiveness, The role will be determined by examining the extent to which technology, information and communication are related to the dimensions of competitiveness (cost, quality, delivery, flexibility), this relationship was tested through an interview with the manager of Nassib Biskra Hotel, as a medium enterprise. The interview data was analyzed that there is a relationship between information and communication technology and the dimensions of competitiveness. This leads us to the fact that competitiveness derives its strength as a major aspect of information and communication technology. Therefore, the small and medium enterprise that wants to stay in the field of competition must upgrade its organizational capabilities and the methods of using information and communication technology. Within the framework of parallel planning between the competitive strategy of the institution and the strategy of adopting information and communication technology. The research concluded by providing suggestions to small and medium enterprises on the need to exploit information and communication technology to improve the dimensions of competitiveness.

Keywords : Information and communication technology, competitiveness.

فهرس الجداول والاشكال

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
15	تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القانون الجزائري	01
16	اختلاف تعاريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الدول	02
17	التعريفات الخاصة بكل قطاع اقتصادي في بريطانيا	03
44	دور تكنولوجيا المعلومات في مواجهة القوى التنافسية	04
50	بطاقة تعريفية بفندق نسيب بسكرة	05

قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	الرقم
38	نموذج قوى التنافس لبورتر "porter"	01
51	الميكال التنظيمي لفندق نسيب بسكرة	02

مقدمة عامة

مقدمة:

شهد العالم في الآونة الأخيرة تطورا كبيرا في جميع المجالات ومن بينها مجال التكنولوجيا عامة، وتكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة وظهور اقتصاد المعرفة والتدفق الهائل للمعلومات.

وفي ظل هذه المستجدات والتطورات أصبحت تواجه المؤسسات تحديات كبيرة تقف أمام تطلعاتها الهادفة إلى البقاء والنمو والتطور، ولكي تتمكن من تحقيق كل هذا وجب عليها البحث عن آليات جديدة تتلاءم مع هذه التحديات. فالمعلومات التي تنتج عن الأعمال الفكرية والإبداعية للإنسان تحتاج إلى تخزينها ومعالجتها ونشرها بين أطراف العملية الاتصالية، مما يستدعي تطوير الوسائل المعلوماتية والاتصالية اللازمة.

ومن هذا المنطلق أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال محل اهتمام الكثير من المؤسسات من أجل تحقيق النجاح والتقدم وضمان الريادة وتحقيق التفوق التنافسي، وتقديم منتجات مميزة عن غيرها لتحقيق رغبات الزبون وكذا ربط وتنظيم وتخطيط عملياتها الداخلية والخارجية، مع مراعاة عنصري جودة وسعر منتجاتها. حيث أن انفتاح الأسواق وحرية المنافسة وسرعة التطورات التكنولوجية، أدى إلى وضع المؤسسات لاسيما الصغيرة منها والمتوسطة في مستوى عالي من التعقيد، مما أدى إلى مواجهة خطر الفشل والتلاشي خاصة في سنوات التأسيس الأولى، والذي يعود إلى بعض المعوقات التي قد تواجهها، وقد أضاف الاقتصاد الجديد تحديات أخرى تمثلت أساسا في الانتشار الواسع لاستخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أوساط المؤسسات، وما أحدثته من آثار على كيفية القيام بالأعمال سير الأنشطة وعلاقة المؤسسة مع محيطها وكذا قدرتها التنافسية.

وعليه تجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نفسها أمام وضعية جديدة تفرض عليها التكيف من خلال محاولة الاستفادة من الفرص التي تقدمها التكنولوجيا ومحاولة كسب رهان التنافسية من خلال المزايا التي تقدمها لها الوسائل والتقنيات الحديثة في مجال المعلومات والاتصالات.

ومن خلال ما سبق نصل إلى طرح التساؤل التالي:

" ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟ "

ويتضمن التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

✓ ما هو واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة؟

✓ هل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أثر على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

✓ هل تمتلك المؤسسة محل الدراسة الإمكانيات اللازمة لاستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لأغراض تنافسية؟

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات باللغة العربية

1- **الدراسة الأولى:** دراسة شوقي الشادلي (2008)، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (مذكرة لنيل شهادة الماجستير). (حالة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بولاية الجزائر). ورقة , كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية :جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

تهدف هذه الدراسة إلى تبين مدى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومدى استخدامها من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهذا ما يتوافق مع دراستنا ، والوقوف على مدى مساهمة هذه التكنولوجيا في الرفع من مستويات أداء هذه المؤسسات.

عالجت هذه الدراسة تقييم كثافة وطرق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع التركيز على التكنولوجيا المرتبطة بالانترنت المستخدمة من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، للتعرف على مدى تأثير أداء المؤسسات بهذه التكنولوجيا باستخدام مجموعة من المؤشرات، وقد توصل الباحث إلى أن مجموع هذه التكنولوجيات تتباين درجة كثافتها على حسب حجم المؤسسات، كما أن هذه التكنولوجيات لها أثر مهم وفعال في تحسين أدائها.

استنتج أيضا أن استخدام المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يلعب دورا مهم في الرفع من أدائها، غير أن تطبيق هذا التوجه لا يكتمل إلا باكتمال الإصلاحات وهيئة البنى التحتية الضرورية للدولة.

2- **الدراسة الثانية:** دراسة صباح بلقيدوم. (2013). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات (رسالة دكتوراه). قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة قسنطينة 02.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهم الأدوار الإستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافسية والتطوير التنظيمي وتحقيق الجودة الشاملة وهندسة التحالفات الإستراتيجية .وكانت دراسة الحالة بالمؤسسة الجزائرية للاتصالات- موبيليس - لخدمات الهاتف النقال .واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بالنسبة للجانب النظري، أما الجانب التطبيقي فكان عبارة عن دراسة تقييمية لواقع تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التسيير الاستراتيجي بالمؤسسة محل الدراسة. وقد تضمنت الدراسة عدد من التوصيات التي تؤكد على ضرورة الاستفادة أكثر من تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال توعية الأفراد (المورد البشري) بالأهمية الإستراتيجية لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في سبيل اكتساب مزايا تنافسية تسمح للمؤسسة بالبقاء والاستمرار في سوق شديدة المنافسة بالإضافة إلى خلق أقسام خاصة بالذكاء الاستراتيجي وإدارة الجودة الشاملة والبحث والتطوير من أجل النهوض بالمؤسسة وتحقيق التميز.

المقدمة

3- الدراسة الثالثة: دراسة شهرزاد بن بوزيد. (2012). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (مذكرة لنيل شهادة الماجستير). دراسة حالة الشركة ذم م للخدمات العامة والتجارة آل دوداح. بومرداس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة أمجد بوقرة ، بومرداس.

تناولت الباحثة في هذه المذكرة إشكالية تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المساهمة في تحسين تنافسية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.

واستخدمت الباحثة بالجانب التطبيقي منهج دراسة الحالة والذي تضمن: المقابلة والاستبيان قصد مطابقة الجانب النظري على واقع المؤسسة محل الدراسة.

وتوصلت الباحثة في نهاية الدراسة إلى جملة من النتائج والتي نذكر من أهمها:

- أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تشكل تحدي أساسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل البيئة التنافسية الحالية.
- يعتبر ضعف إمكانيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة البشرية منها عاملا معيقا لقدرتها على تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

- تستطيع المؤسسة الصغيرة والمتوسطة أن تدعم إستراتيجيتها التنافسية بفضل إدماج فعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
4- الدراسة الرابعة: دراسة بشير كاوجة. (2013). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية (مذكرة ماجستير). ورقة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة ورقلة.

تهدف فيه إلى إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيره على الاتصال الداخلي بالمؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، وقد توصل الباحث إلى انه يستلزم على المستشفيات العمل على البحث عن الوسائل والتقنيات الملائمة لموضوع الرسالة المنقولة في العملية الاتصالية، وهذا لا يأتي إلا بتوفر بنية تحتية متطورة من شبكات المعلومات والاتصال وتطبيقاتها، كأداة لدعم الاتصال وتكون سهلة النفاذ وتكلفتها معقولة، لتستغل على نطاق أوسع بالمستشفيات.

ثانيا: الدراسات باللغة الأجنبية

1_ الدراسة الأولى: دراسة الباحثين فوجون لاي، شياندي تشاو، تشيانغ وانغ، 2013

The impact of information technology on the competitive advantage of logistics firms in China. مقال بمجلة " نظم البيانات الصناعية" مدرسة المحاسبة ونظم المعلومات، جامعة جنوب ميسيسيبي لونغ بيتش، الولايات المتحدة الأمريكية. المجلد 106 العدد 9.

المقدمة

هدفت إلى دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات على المزايا التنافسية لشركات اللوجستيات في الصين.

كما أجريت دراسة استقصائية على استخدام البريد الإلكتروني في الصين، واستخدمت الانحدارات الخطية لدراسة العلاقة بينه وبين المزايا التنافسية، وتوصلت إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال يمكن أن تؤثر تأثيراً كبيراً على الميزة التنافسية للشركة، وذلك من خلال إستراتيجية التركيز.

2_ الدراسة الثانية: دراسة : syed shah Alam Enterprises (2009) ICT Adoption in Small and Medium : an Empirical Evidence of Service Sectors in Malaysia

مقال منشور بمجلة International Journal of Business and Management بالمركز الكندي للعلوم والتربية Canadian Center of Science and Education، المجلد 4 العدد 02 فيفري 2009.

وهدفت الدراسة للتوصل إلى العوامل التي تؤثر على اعتماد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل الشركات الصغيرة والمتوسطة في ماليزيا.

وتوصلت النتائج إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يوفر دعماً لقرارات الاستثمار والقرارات المتعلقة بتطوير خدمات الانترنت، واستنتج الباحث بأن الفوائد المتصورة مسبقاً لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمعرفة التامة لها، وكذا الدعم الحكومي هي عناصر هامة لاعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الشركات الصغيرة والمتوسطة لدى عينة الدراسة بماليزيا.

وبعد دراستنا وتطرقنا لأهم الدراسات التي تناولت موضوع بحثنا العربية منها والأجنبية، نلاحظ أنه هناك اختلاف وتباين ما بين كل دراسة وأخرى، سواء من ناحية طريقة المعالجة أو النتائج المتوصل إليها، ولكن نجد أن كل دراسة من الدراسات السابقة عالجت الموضوع من زاوية مختلفة.

وما نلاحظه أن أغلب الدراسات العربية اعتمدت على الاستبيان في دراسة الحالة، بينما استخدمت الدراسات الأجنبية الطرق القياسية في عملية جمع وتحليل البيانات، وهذا ما نراه في نظرنا أنه يعطي حقيقة أكثر فعالية ونتائج ذات مصداقية.

وتعتبر دراسة شهرزاد بن بوزيد تحت عنوان: " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (دراسة حالة الشركة ذم م للخدمات العامة والتجارة آل دوداح)" هي التي كانت الأقرب لموضوع بحثنا، خاصة في الهدف والمتمثل في التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة حيث أن دراستنا تعتبر امتداد لها.

وللإجابة على الأسئلة المروحة قمنا بصياغة الفرضيات التالية والتي سنحاول من خلال هذا العمل تأكيدها أو نفيها

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية:

_ تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال يعمل على رفع مؤشرات أبعاد التنافسية، ذلك ما يعزز من مركزها التنافسي في السوق.

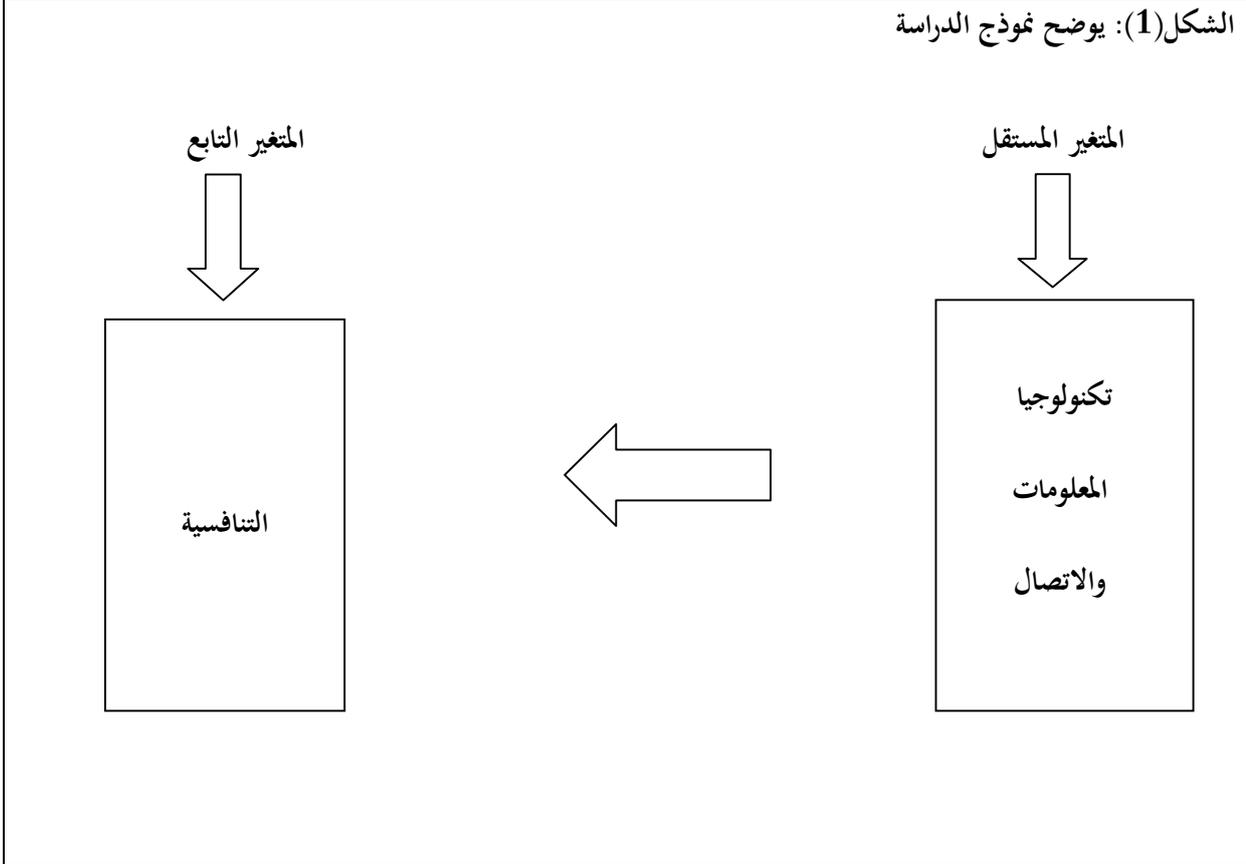
الفرضيات:

- ✓ تستخدم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين تنافسيتها.
- ✓ نعم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أثر على تنافسية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.
- ✓ تحاول المؤسسة محل الدراسة أن تحسن من أساليب أعمالها بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل تقديم أفضل الخدمات للزبائن.

نموذج الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية والتساؤلات الفرعية واختبار الفرضيات نقترح النموذج التالي:

الشكل (1): يوضح نموذج الدراسة



وكما هو موضح في الشكل تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتغير المستقل، و تمثل التنافسية بكل أبعادها المتغير التابع.

منهجية البحث:

باعتبار أن النموذج هو القاعدة الأساسية لكل البحوث العلمية، نظرا لطبيعة موضوع الدراسة، وقصد الإجابة على الإشكالية والحصول على البيانات من مصادرها و اختبار صحة الفرضيات، ثم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بالجانب النظري، وكما تم استخدام منهج دراسة الحالة من خلال محاولة مطابقة، الجانب النظري وعلى واقع المؤسسة محل الدراسة.

تصميم البحث:

1- أهداف الدراسة:

- إن الأهداف التي نرغب في الوصول إليها من خلال هذا البحث نوجزها كالتالي:
- التعرف على المفاهيم الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وكيفية بناء هيكل معلوماتي متطور في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، وإبراز قيمة هذه التكنولوجيا في تحسين تنافسياتها.
- إبراز الدور المهم الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات كمكونة أساسية لنظام المعلومات الخاصة بالمؤسسة، والتشجيع على استمرار نشر هذه التكنولوجيات إلى المجتمع وتقوية قدرات الدول في هذا المجال.

المقدمة

- محاولة تحليل وتقييم واقع تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومدى استغلالها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال واقتراح حلول وتوصيات للمؤسسة محل الدراسة مما يسمح لها بأداء مهامها بأحسن وجه لتحقيق أهدافها.

2- أهمية الدراسة:

تظهر أهمية هذا البحث من خلال حداثة الموضوع ومختلف عناصره، حيث تم الجمع بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، وبالنظر إلى المزايا العديدة التي يمنحها التطبيق الجيد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال مساهمة المؤسسة للتطورات التكنولوجية من المهم التعرف على واقع المؤسسات محليا ومستواها في تكنولوجيا المعلومات ومدى وعي مسيروها بدور هذه التكنولوجيا الحديثة واستخداماتها الفعلية وذلك من أجل تحسين تنافسياتها.

حدود الدراسة:

_ حدود الموضوع: اقتصرنا على معالجة موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دون المؤسسات الكبرى، كما تحددت اشكاليتنا في أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين التنافسية فقط دون الجوانب التنظيمية التي تشكل موضوع آخر قابل للنقاش.

_ الحدود المكانية: سأقوم من خلال هذا البحث بإسقاط الدراسة النظرية على المؤسسة المنتقاة وهي: " فندق نسيب بسكرة " والتي صنفت ضمن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

_ الحدود الزمنية: بغية الإجابة على الإشكالية المطروحة وإسقاط الدراسة النظرية على المؤسسة المختارة "فندق نسيب بسكرة" في الفترة الممتدة من 2021 /05/15 إلى غاية 2021/06/03.

صعوبات البحث:

لقد واجهتنا في إعداد هذا البحث عدة صعوبات أهمها:

- صعوبة تكييف المراجع والدراسات مع خصوصيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - صعوبة الحصول على معطيات وبيانات إحصائية حقيقية من المؤسسة محل الدراسة وذلك نظرا لطابع سرية خصوصية المؤسسة.
 - صعوبة وجود مؤسسة توافق على الدراسة الميدانية والتطبيقية للموضوع وذلك راجع لازمة كوفيد 19.
- ومن أجل الوصول إلى الإجابة على الإشكالية المطروحة ارتأينا تقسيم البحث إلى ثلاث فصول فصلين نظريين وفصل تطبيقي.

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين خصص المبحث الأول لتقديم الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وكل ما يتصل بها، وقدمنا في المبحث الثاني مدخل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المقدمة

قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين تناولنا في المبحث الأول مفهوم التنافسية والعناصر المحيطة به، وخصصنا المبحث الثاني لدراسة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على عوامل تنافسية المؤسسة.

الفصل الثالث: دراسة حالة فندق نسيب بسكرة

تناولنا في هذا الفصل مبحثين أساسيين يتعلق المبحث الأول بتقديم المؤسسة محل الدراسة وتصميم الدراسة، أما المبحث الثاني فخصصناه عرض بيانات المقابلة وتفسير النتائج .

الفصل الأول:

تكنولوجيا المعلومات والاتصال في
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمهيد:

لقد شهد العالم منذ القرنين الأخيرين تطورا هائلا في عدة مجالات وميادين، ولعل من بينها التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا بشكل عام، وتكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل خاص، مما نتج عنه التزايد في الطلب عليها، سواء من طرف الأفراد أو المؤسسات أو الدولة،

ولقد غزت تكنولوجيا المعلومات والاتصال المجال الإنتاجي والاقتصادي حتى أصبحت عنصر أساسي لا يمكن الاستغناء عليه في المؤسسات بما فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تسعى هذه الأخيرة إلى تحقيق تنافسيتها، وتعزيز مكانتها الاقتصادية أمام المؤسسات الأخرى، فلقد أصبحت تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال كركيزة هامة من ركائز تحقيق المؤسسة لأهدافها، وتعتبر القوة الأولى للتميز على باقي المؤسسات نظرا للمزايا التي تقدمها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فهي تتجه نحو استعمالها رغم المعوقات التي تقف أمامها.

وقصد الإمام بالموضوع سنتطرق في هذا الفصل من خلال مبحثين إلى:

- المبحث الأول: مفاهيم حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وقمنا بتقسيمه إلى مطلبين: المطلب الأول تناولنا فيه ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والثاني يتناول تطبيق واستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة ومشكلات تبنيها في المؤسسة.
- المبحث الثاني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقمنا بتقسيمه إلى مطلبين: المطلب الأول ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمطلب الثاني سيتناول واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المبحث الأول: مفاهيم حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

سنتناول في هذا المبحث إلى التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعض المفاهيم العامة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومكوناتها كما سيتم التطرق كذلك إلى أهم استخدامات ومشاكل تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لقد شهد مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال تطوراً كبيراً، من الحواسيب إلى البرمجيات والأقمار الصناعية، والانترنت، وتعزيز شبكات الاتصال المختلفة أشكالها وأنواعها، حيث سنتناول في المطلب التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومكوناتها وخصائصها، إضافة إلى المزايا والفوائد.

الفرع الأول: التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات

- نشأة وتطور تكنولوجيا المعلومات: (الحناق، 2008، الصفحات 49-50)

- في الخمسينيات والستينيات : من القرن الماضي وعند ظهور الحاسبات الآلية وما تمتاز به من سرعة عالية في معالجة وتشغيل البيانات لم تحض بالاهتمام الكبير من قبل كثير من المنظمات بسبب ارتفاع تكاليف هذه التكنولوجيا وقلة الكوادر المتخصصة فيها بالإضافة إلى محدودية البرامج التطبيقية.
- تميزت فترة السبعينيات : بزيادة سرعة الحاسوب وازدياد إمكانياته بظهور نظم تشغيل البيانات ونظم معالجة المعلومات وتحول اهتمام الإدارة إلى هذه التكنولوجيا، متمثلة بنظم المعلومات الإدارية التي ساعدت على رفع مستوى الأداء وتحسين الإنتاج والنوعية والقدرة على المنافسة .
- أثناء فترة الثمانينيات والى منتصف التسعينيات: تطورت نظم تكنولوجيا المعلومات باعتمادها على الشبكات المحلية، بالرغم من أن بدايات استخدامها في أوروبا وأمريكا كان قبل هذا التاريخ، إلا أنها استفادت من تطوير شبكات العمل المحلية في تبادل المعلومات والبحوث بين الجامعات ومراكز البحث العلمي وتحقيق نتائج أفضل بالإضافة إلى تطور المكاتب.
- من منتصف التسعينيات ولحد الآن : نتيجة تطور التكنولوجيا في مجال الأجهزة والبرمجيات ونظم الاتصالات عن بعد انتقلت تطبيقات الحاسوب إلى تحليل المشاكل ووضع الحلول والتطبيقات وبخاصة في المسائل المعقدة مثل نظم دعم القرار، ونظم المعلومات التنفيذية، والنظم الخبيرة والشبكة العصبية الصناعية وتطبيقاتها في عمليات تكنولوجيا التصنيع المتكامل بالحاسوب.

— وقد ارتبط مفهوم التكنولوجيا بالصناعات أولاً ، وخاصة خلال عقود العصر الصناعي . ثم تحول إلى مفهوم تكنولوجيا المعلومات، في النصف الثاني من القرن العشرين . ثم ظهر مفاهيم أخرى ، مثل تكنولوجيا التعليم وما شابهها . وعلى هذا الأساس فإنه بالإمكان القول أن تكنولوجيا التعليم هي التطبيقات التربوية والتعليمية لتكنولوجيا المعلومات . (قنديلجي و السامرائي، 2009، صفحة 36)

— أثرت التطورات السابق ذكرها (من جهة أخرى) على تصميم المنظمة باتجاه هيكل أكثر عضوية structureorganic

مما أدى إلى تبديل روتين العمل، وأعطت العاملين استقلالية أكبر في أدائهم وقدمت أعمالاً أكثر تحدياً، وتشجيع فرق العمل، وجعل المنظمة أكثر مرونة وسرعة في الاستجابة، وإثراء الأعمال باتجاه جعل المنظمة أكثر مكاناً للعمل به براحة.

— ويعرض آراء الباحثين التنظيميين البريطانيين (zelenyknights d cools pwillmoth1990)

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الذين يساوون ما بين تكنولوجيا المعلومات والسيطرة الإدارية واثبتوا بان تكنولوجيا المعلومات هي وسيلة لتوجيه التفكير والعمل في التنظيم وضبط الأفراد على عدم الإذعان لرغبات أو توقعات الإدارة العليا.

وضع lyotard 1997 نظرية ما بعد الحداثة والتي يقوم فيها أن سيطرة أجهزة الحاسوب يسبب تحولا في التأكيد من غايات الإجراء إلى وسائل هو تحويل القيم الاجتماعية الحقيقية والعدالة إلى قيم الكفاءة التي تعد اللغة السائدة فيا لمنظمات الحديثة وإذا سادت حالة المعلومات المتكاملة فان التغيير سيكون من الإيمان بالتقدم عن طريق التعليم (أي الحصول على مزيد من المعلومات) إلى توفير التخيل والابتكار أي القابلية على تنظيم المعلومات بطرائق جديدة.

إن استخدام المنظمات لتكنولوجيا المعلومات يوفر لها إمكانيات وقدرات هائلة يساعدها على تحقيق النجاح في بيئات الأعمال المعاصرة. (الحناق، 2008، صفحة 54)

الفرع الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومكوناتها

أولا: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

مرت على هذه التكنولوجيا عدة تسميات، فقد وصفت في أول ظهور لها على أنها التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال (NTIC) ثم حذفت كلمة الحديثة من التسمية لتصبح تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) نظرا لزوال الحداثة عنها بعد ظهورها من منتصف السبعينات للقرن العشرين من خلال تسويق أول حاسوب عرف باسم "ALTAIR" ثم بداية استعمال الانترنت في التسعينات من نفس القرن، وقد ظهرت مؤخرا بعض الأدبيات يستخدم مؤلفوها التسمية المختصرة تكنولوجيا المعلومات. (Janod Véronique, 2004, p. 2)

وأيا كانت التسمية فهي تعني كلما يتعلق بالتقنيات المستخدمة في معالجة وتحويل المعلومات خاصة المعلوماتية (الإعلام الآلي) الانترنت والاتصالات بعيدة المدى وكل الوسائل التكنولوجية التي تستخدم من أجل تبادل، معالجة، استغلال وأيضا إعادة تشكيل المعطيات الرقمية القادرة على السير عبر الشبكات. (Alain, Robert, & Gérard, 2002, p. 389)

يرى Simo Herbert بأن هذه التكنولوجيات تساعد على جعل كل معلومة قادرة على الوصول إلى الإنسان على شكل شفهي أو رمزي، ومتوفرة على شكل مقروء بواسطة الحاسوب، بحيث تصبح الكتب والمذكرات مخزنة في الذاكرات الالكترونية من خلال القيام بالتقاط ومعالجة واسترجاع وإيصال المعلومات سواء في شكل معطيات رقمية، نص، صوت، أو صورة. وتبرز هذه التكنولوجيات من خلال ظاهرتين أساسيتين هما الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة، والصورة الساكنة والمتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية، أرضية وفضائية ثم تخزين المعلومات واستعمالها، واعتماد الأسلوب الرقمي (Digital) للقيام بهذه العمليات. (بوقلقول و سوامس، 2005، صفحة 3)

-أما الزعبي وآخرون (2005) فينظرون إليها: "بأنها مجموعة من الأدوات التي تساعدنا في استقبال المعلومة ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وطباعتها ونقلها على شكل إلكتروني سواء أكانت بشكل نص أو صوت أو صورة أو فيديو وذلك باستخدام الحاسوب". (الزعبي، 2005، صفحة 20)

— وهناك من يعرف تكنولوجيا المعلومات فيقول: "المقصود بتقنيات المعلومات كل ما استخدمه وما يمكن أن يستخدمه الإنسان في معالجة المعلومات من أدوات وأجهزة ومعدات، وتشمل المعالجة، التسجيل والاستنساخ والبث والتنظيم والاختزان والاسترجاع" (الطائي، 2013، صفحة 59)

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

— وتعرف أيضا بأنها أدوات ووسائل تستخدم لجمع المعلومات وتصنيفها وتحليلها وتخزينها أو توزيعها. وتصنف تحت عنوان أوسع وأشمل وهو — التقنيات المستندة إلى الحاسوب — لعلاقتها المباشرة بنشاطات العمليات في المنظمة.

وتمثل تكنولوجيا المعلومات الجانب التقني من نظام المعلومات والبديل لتسميته. (اللامي و البياتي، 2010، صفحة 16)

— تعريف حسب منظمة التعاون والتنمية "OCDE تكنولوجيا المعلومات والاتصال تسمح بجمع ، وتخزين، ومعالجة ونقل المعلومات في شكل أصوات ، بيانات وصور فهي تشمل الإلكترونيك الدقيق، وعلم البعديات الالكترونية والتكنولوجيا الملحقه" (يزغش، 2009، صفحة 72)

من خلال التعاريف السابقة نستنتج عنصرين هامين:

✓ إن تكنولوجيا المعلومات هي حقل من حقول التكنولوجيا والتي تهتم بمعالجة المعلومات.

✓ التركيز على عمليات الاستقطاب، التخزين والمعالجة (المعلوماتية) وعمليات (البث والاتصال).

— ومن المفاهيم السابقة يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات: بأنها جميع أنواع التكنولوجيا المتطورة الأجزاء المادية للحاسوب وملحقاته هو البرمجيات والشبكات والاتصالات وقواعد البيانات والإجراءات والأفراد التي تستخدم في الاستحواذ على البيانات والمعلومات وتنظيمها ونقلها وتخزينها وتحديثها من اجل تحسين وتطوير ومشاركة مواد نظم المعلومات في المنظمة وصولا لتحقيق الأهداف بفاعلية.

وتشمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال فرعين أساسيين هما:

● تشغيل المعلومات: يشمل هذا النوع الوظائف التي تتناول المعالجة والتوزيع الآلي للمعلومات، وتعتبر الأساس في انجاز عمليات التشغيل في المؤسسات وتدعيم قدرة الإدارة على اتخاذ القرارات، ويتمثل المحور المركزي لهذا الفرع في تطبيقات الإعلام الآلي في أشكاله المختلفة.

● نقل وإيصال المعلومات: يمثل هذا الفرع عملية نقل وإيصال المعلومات التي تم تشغيلها بين المواقع المتباعدة للحواسيب، ووحداها الطرفية البعيدة وذلك باستخدام تسهيلات الاتصالات عن بعد.

وعليه فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال ناتجة عن التقارب أو التلاحم التكنولوجي بين تكنولوجيا معالجة المعلومات (المعلوماتية) وتكنولوجيا الاتصال (أقمار صناعية، فاكس، هاتف، شبكات، ..).

وبالتالي فتكنولوجيا المعلومات والاتصال تجمع بين تكنولوجيا المعلومات أو المعلوماتية (التي هي مجموع الوسائل المستخدمة لإنتاج واستغلال وتوزيع المعلومات بكل أشكالها مكتوب، مسموع ومرئي وتكنولوجيا الاتصال (وهي البنية التحتية التي تمكن التواصل الاجتماعي وتؤمن انتقال الرسالة من مرسل إلى متلقي)، لكن هذا لا يعني أن هذين النظامين الفرعيين مفصولين عن بعضهما البعض، بل هما متفاعلين ويجمع بينهما على المستوى التقني مفهوم الشبكة وكل ذلك في شكل تنظيم نسقي غير قابل للتجزئة فلو أزيحت البرامج لن تكون هناك معلوماتية ولو أزيحت الأقمار الصناعية لن يكون هناك بث تلفزيوني أو مكالمات هاتفية بعيدة المدى أو انترنت.

من خلال التعاريف نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تضم مجموع الموارد الضرورية للتحكم في المعلومة وخاصة أجهزة الكمبيوتر، الأنظمة والشبكات الضرورية لتحويلها، تخزينها، تسييرها، نقلها واسترجاعها .ويمكن تجزئة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاعات التالية :

— تجهيزات الإعلام الآلي، مقدمو الخدمات، عتاد الإعلام الآلي؛

— الإلكترونيك الدقيقة والمركبات؛

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

-الاتصالات وشبكات الإعلام الآلي؛

-الإعلام المتعدد؛

-خدمات الإعلام الآلي والبرمجيات؛

-التجارة الإلكترونية والإعلام الآلي. (يزغش، 2009، صفحة 73)

ثانيا: خصائص تكنولوجيا المعلومات

تميزت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعدة خصائص تتمثل في: (عبدوي، 2016، صفحة 43)

- تقليص الوقت: حيث أن جميع الأماكن أصبحت متجاورة إلكترونيا بفضل التكنولوجيا؛
- تقليص المكان: تتيح لنا وسائل تخزين تستوعب حجم كبير من المعلومات المخزنة، كما يمكن الوصول إليها بسهولة؛
- اقتسام المهام الفكرية مع الآلة: وذلك نتيجة للتفاعل بين الباحث والنظام؛
- النممنة: بمعنى آخر أسرع، وأرخص... إلخ، وتلك هي وتيرة تطور منتجات تكنولوجيا المعلومات؛
- الذكاء الصناعي: إن تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج هو ما يميز تكنولوجيا المعلومات؛
- تكوين شبكات الاتصال: من أجل تشكيل شبكات الاتصال، تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستخدمين 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، حيث أن المشاركين في عملية الاتصال يمكنهم تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة؛
- اللاتزامنية: ويقصد بها إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت؛
- اللامركزية: فالانترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم، حيث أن هذه الخاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- قابلية التوصيل: وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع؛

- كما تميزت كذلك بخصائص أخرى تتمثل فيما يلي: (بولعوي، 2008، صفحة 84)

- قابلية التحرك والحركية (التوجه نحو التصغير): حيث انه يمكن لمستخدم هذه التكنولوجيا أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته من مكان لآخر عن طريق وسائل اتصال كثيرة مثل الحاسب الآلي، النقال، الهاتف النقال... إلخ؛
- قابلية التحويل: وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط لآخر، مثلا تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال؛
- قابلية التوصيل والتركيب: لقد اندمجت أنظمة الاتصال، واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال، حيث أنها لم تعد تعمل هذه الشركات تعمل بمعزل عن بعضها البعض، ومن أمثلة ذلك وحدات الهوائي المقعر الذي يمكن تجميعها من موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه، فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن مصنع "شركة إيستون"، والديمو (المحلل) من صنع "شركة ناكست ويف"، والرأس من صنع "شركة شارب"
- اللامهاترية: ويقصد بها إمكانية توجيه أو إرسال الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير كبيرة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك، كما أنها تسمح بالجمع بين عدة أنواع من الاتصالات، من شخص واحد إلى شخص واحد، أو من جهة واحدة إلى مجموعات، أو من مجموعة إلى مجموعة... الخ؛ ومثال ذلك محطات البث التلفزيوني في البلدان المتقدمة التي تقدم برامج متنوعة حسب طلب المشترك ورغباته؛
- الشبوع والانتشار: حيث أن هذه الشبكة لها قابلية التوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم، حيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمطها المرن؛ (عبدأوي، 2016، صفحة 44)
- العالمية: ويعني المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث أن المعلومات تأخذ مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح بتدفق رأس المال إلكترونياً فتسمح لها بتخطي عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية؛ (عبدأوي، 2016، صفحة 44)
- إن كل من التفاعلية، اللامهاترية، اللاتزامنية، قابلية التوصيل، التحويل، التحريك، الشبوع، والعالمية من أبرز سمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي ساهمت وبشكل كبير في زيادة التوجه نحو الإعلام المتخصص ولا مركزية الاتصال التي تعتمد على تقديم رسائل متعددة تخاطب الحاجات الفردية الضيقة والجماعات المتجانسة بدلاً من الرسائل الموحدة التي تخاطب الجماهير الكبيرة.
- ثالثاً: مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها مظلة واسعة تشمل كلا من نظم المعلومات وتقنيات معالجة البيانات والاتصال وغيرها.
- وفيما يلي توضيح لمكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال: (بليديوم، 2013، الصفحات 142-145)
1. الأجهزة والمعدات: وهي أجهزة قادرة على معالجة البيانات من خلال استقبالها وتخزينها واسترجاعها، وتهدف إلى استخراج النتائج التي يحتاجها متخذي القرار، كما أنها تتميز بسرعة تنفيذ العمليات والكفاءة العالية في المعلومات ودقة النتائج، ومن أمثلتها: الكمبيوتر الثابت والمحمول، أجهزة شبكات العمل، أجهزة المزود server، أجهزة خاصة بالمهندسين... الخ.
 2. البرمجيات: تؤدي الأجهزة والآلات وظائفها من خلال البرمجيات التي تخبرها عن كيفية أداء مهمة معينة، كتخزين ونقل وفتح البيانات والملفات، ونجد من بينها: نظام التشغيل، البرامج الخدمية، المترجمات... الخ.
 3. شبكات الاتصال: تسمح هذه الشبكات باستغلال قدرات الاتصال عن بعد، وهذا ما يسمح بتبادل المعلومات إلكترونياً بكل سهولة، ويمكن من الاتصال بمختلف الأطراف وتتمثل في: الإنترنت، الانترانت، الأكسترانت.
 4. قاعدة البيانات: وهي عبارة على مجموعة متكاملة من البيانات المرتبطة منطقياً والمخزنة بطريقة جيدة، يمكن الوصول إليها بسهولة، تقوم بتحسين العمل والأنظمة التطبيقية لمؤسسة ما من خلال المعلومات المخزنة مسبقاً، ويعمل على التقليل من الأخطاء وتوفير الوقت.

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

5. القدرات البشرية: على الرغم من التطور الحاصل إلا أنه يبقى دور الإنسان متطلباً ضرورياً وذلك للتحكم ولتشغيل واستخدام هذه المكونات، وكذا التنبؤ بأخطارها واختراع الجديد منها.

الفرع الثالث: فوائد ومزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أولاً: الفوائد التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات:

من الفوائد التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة، نذكر ما يلي: (عبدأوي، 2016، صفحة 44)

- تطوير أدوات الإدارة العليا عن طريق تنظيم كفاءات المستخدمين؛

- تحسين التوظيف الداخلي بالمؤسسة؛

- التخفيض من الأعمال الإدارية والتركيز على المهام الأساسية؛

- وسيلة لتخفيض المصاريف وتحسين الإنتاجية والكفاءة وتطوير الخدمات والمنتجات؛

إضافة إلى أن هناك فوائد أخرى تتمثل في: (يزغش، 2009، صفحة 73)

- العمل مع فرق خارجية؛

- التفاعل مع تحركات المنافسين بعدم التأخر؛

- الابتكار والتجديد بدون انقطاع للبقاء في الخدمة؛

- ركيزة الإبداع والتنمية وخلق منتجات جديدة، خدمات جديدة، أسواق جديدة، ميزة تنافسية، الخ؛

- تسمح بتقديم خدمة للزبون؛

- إنشاء علاقات مثالية مع الموردين وانفتاح كبير على المحيط؛

- انتشار وتوسع التجارة الإلكترونية؛

- وسيلة هجوم ومنافسة بالنسبة للمؤسسة، إذ تسمح بالخروج من الأسواق المحلية إلى الأسواق العالمية.

تتأثر المؤسسة بأي تقدم يمس عالم تسيير المؤسسات، خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات، سواء حاسوب محمول، إنترنت، أو أدوات أخرى. لقد أصبحت كل المؤسسات مهما كان حجمها وموضعها في السوق معنية بالإبداع في ميدان شديد التنافس، وكذا تسويق منتجاتها بسرعة، وإشباع طلبات زبائنها وإرضائهم. فمن الأمور الملاحظة حالياً هي زيادة عدد الأنشطة القائمة على الإنترنت والتي يرمز لها بـ "المنظمة الإلكترونية"

ومن المهم التفرقة بين كل من الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والمنظمة الإلكترونية :

التجارة الإلكترونية: أصبحت المعنونة الموحدة المتعلقة بالبيع على الخط، من تقديم منتجات على الويب، وتسجيل الطلبات، حيث % 90 من البيع محقق ما بين المؤسسات B2B

الأعمال الإلكترونية: تعبر عن الأنشطة الضرورية للمؤسسة والمركزة على الإنترنت تطوير إستراتيجيات التسيير، تحسين الاتصال ما بين الموظفين، الزبائن والموردين والتعاون مع الشركاء للتعامل إلكترونياً في مراحل تصور ثم تصميم المنتجات.

المنظمة الإلكترونية: هي تلك التي تطبق مفاهيم الأعمال الإلكترونية في عملها. (يزغش، 2009، صفحة 74)

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الثاني: تطبيق واستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة ومشاكلها.

في هذا المطلب سنتناول مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات، حيث أن استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخل المؤسسة قد يحدث مجموعة من التحديات والمشكلات والناجئة عن الفرص والايجابيات التي تضيفها للمؤسسة مما يوجب عليها تشخيص هذه المشكلات مع محاولة منها لإيجاد وتأمين معالجات الكترونية ورقمية.

الفرع الأول: تطبيق واستعمالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات:

أولاً: أهم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة.

من الواضح أن التكنولوجيا أصبحت تشمل كافة مجالات الحياة، وهي بذلك تشمل عدة مجالات التي تخص المؤسسة، وفيما يلي سوف نوضح أهم التطبيقات التي تقدمها للمؤسسة كما يلي: (عبدوي، 2016، صفحة 47)

1. في مجال الصناعة: يتم استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات الإنتاج، وذلك نظراً لمواكبة التغيرات الكبيرة في المحيط وفي ظل عولمة الاقتصاد، هناك عدة آليات وتقنيات تساعد المؤسسة في عمليات الإنتاج والتي نذكرها كالتالي:

- الآلات الموجهة رقمياً: وهي أجهزة حلت محل العامل في الإنتاج، وظهرت في بداية الحرب العالمية الثانية، ولكنها لم تعرف تطورها الحقيقي إلى حين ارتباطها الكترونياً.
- الآليات: ويقصد به الرجل الآلي الذي يقوم بكل الأعمال التي يقوم بها الإنسان، والتي من بينها: الإنتاج، التصميم، التنظيف، الرفع. ويعتبر انخفاض نسبة الأخطاء من أهم مميزات استعمال الرجال الآليين.
- التصميم المساعد من طرف الحاسوب: فهذه التقنية سمحت بظهور ما يعرف باقتصاد التصميمات، إذ أنه يتم إنجاز العديد من التصميمات في أقل وقت وممكن وبأقل التكاليف، مما يسمح بإدخالها في عملية الإنتاج بواسطة التصميم والإنتاج المساعد من طرف الحاسوب.
- الذكاء الاصطناعي: ويقصد به أن الحاسوب لا يقرأ ويعترف على الأشياء فقط بل يستطيع أن يتحدث ويعطي لكل مشكلة حل، ولم يكن الإنسان ليتمكن من الوصول إلى هذه النتيجة لولا تطور البرمجيات مما سمح بظهور الأنظمة الخبيرة. (بن صالح، 2010، صفحة 24)

- التعليم الافتراضي: حيث تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال كإحدى البنى الأساسية وكأداة لدعم التعليم الافتراضي وعملت على تسهيل النفاذ إليه وتكلفة معقولة ومنخفضة. (كاوجة، 2013، صفحة 59)

2. في مجال التسيير الإداري للمؤسسة: هي عبارة على عملية يتم بها تسيير شؤون المؤسسة باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتبادل الوثائق بين مختلف المكاتب في المؤسسة الكترونياً، ونجد من بينها: التسيير الإلكتروني للوثائق، ومستودعات البيانات الذي يقوم بتسهيل عملية حفظ البيانات والرجوع إليها في أي وقت كما نجد أيضاً تبادل البيانات الإلكترونية مثل: الفاتورة، إشعار بالدفع، إعلان مناقصة... (عدنان، 2006، صفحة 6)

3. في مجال التوظيف: يعتبر التوظيف من أهم المجالات لدى إدارة الموارد البشرية بالمؤسسة، ويتم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في هذا المجال، مما يسمح ذلك بتحقيق جملة من الفوائد نذكر منها: (الصيرفي، 2009، صفحة

(69)

- الإسراع في إعداد عملية التوظيف، حيث يتم تحديد طبيعة الوظيفة والمواصفات للشخص المترشح.
- نشر وبث والإعلان عبر شبكة الانترنت واستقبال الطلبات وفرزها وبدء عملية التقييم.

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

• تدعيم العلاقة المباشرة ما بين المترشح ومسير المؤسسة.

4. في مجال التجارة الالكترونية: وهو القيام بعمليات البيع والشراء للسلع والخدمات والمعلومات عبر نظام الكتروني، بين المنتج والمورد والمستهلك، ومن خلالها تحقيق الشركات والمؤسسات عدة فوائد والتي من بينها: (العلمي، 2013، صفحة 33)

- زيادة التسويق بفاعلية أكثر: حيث يمكن عرض السلع على المستوى العالمي وعلى مدار اليوم.
 - إنتاج وتوفير المعلومات التسويقية الضرورية تفيد في عملية اتخاذ القرار.
 - التواصل الفعال مع الشركات الأخرى والزبائن أينما وجدوا، وفي المقابل توفير التجارة الالكترونية الوقت والجهد للزبائن دون عناء السفر، وهدر وقت الانتظار.
- ثانيا: استعمالات تكنولوجيا والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- تعددت استعمالات تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث مست وشملت جميع المجالات، وهو ما دفعنا إلى التعرض والتطرق إلى أهم تطبيقاتها، والتي نوجزها فيما يلي:

1- الاستعمال الداخلي : وتستهمل في: (الشادلي، 2008، صفحة 11)

- ✓ تحويل، تخزين ومعالجة كل أنواع المعلومات (نصوص، صور، صوت ...) في شكل معطيات رقمية موحدة؛
 - ✓ بث هذه المعلومات بسرعة في كل أنحاء العالم باستخدام الشبكة العالمية إنترنت؛
 - ✓ ترجمة المعلومات المستقبلية وتحويلها إلى الشكل المرغوب فيه (نصوص، صور، صوت...);
 - ✓ السماح للمؤسسات بالاتصال بطريقة سريعة ومستمرة عن طريق الشبكات؛
 - ✓ تغيير طرق الاتصال داخل المؤسسات عن طريق إدخال البريد الإلكتروني وتكنولوجيايات الانترنت.
- وهناك استعمالات أخرى لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تتمثل في:
- ✓ كمصدر مركزي لكل معلومات المؤسسات في بطاقة تعرض فيها: التعريف بالمؤسسة، نشاطها، هيكلها التنظيمي، أهدافها ومعلومات عن الخدمة أو المنتج... الخ، هذه المعلومات يمكن نشرها عبر الانترنت أو من خلال القيام بحملات اشهارية.
 - ✓ وضع دليل العاملين الذي يساعد فيما يخصهم من المعلومات الشخصية، الوظيفية، الترقية، العقوبات... الخ، ويتم هذا من خلال شراء البرامج المتخصصة في ذلك.
 - ✓ تربط كل أجزاء المؤسسة ببعض البعض وان كانت في أكثر من مبنى، ومهما تباعدت جغرافيا، إذ تسمح لكل جزء فيها بمعرفة ما يجري في الأجزاء الأخرى.
 - ✓ الاستعمال الالكتروني لبطاقات الدوام التسجيل اليومي لحضور العاملين (لتسهيل معالجة البيانات والاستفادة منها وسرعة الوصول إليها).

✓ تتيح للموظفين الوصول إلى الوثائق المعيارية للفحص والمعالجة.

✓ توصيف الوظائف وتحديد مهامها ومسؤولياتها.

✓ وضع المعلومات عن المنتج ومواصفاتها لتجنب تكرار الشرح عدة مرات.

✓ الانتقال السهل والسريع والاقتصادي للمستندات بتوفير التكاليف البريدية والوقت المستهلك.

2- الاستعمال الخارجي: ويتم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من اجل: (كاوجة، 2013، صفحة 58)

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- ✓ نشر إعلانات وإشهار للمنتجات أو خدمات المؤسسة حتى تجلب أكبر عدد من العملاء
- ✓ تسمح للعملاء بالشراء عبر الانترنت (التجارة الالكترونية)
- ✓ سرعة الاتصال مع أشخاص خارج المؤسسة عن طريق البريد الالكتروني فهو يكسب ميزة الهاتف من ناحية السرعة، وميزة الخطاب بإعطاء تعبير أحسن.
- ✓ الحصول على معلومات عن المنتجات المنافسة وميزاتها حتى تبقى المؤسسة في وضعية تنافسية جيدة.
- ✓ تزويد المؤسسة بمعلومات عن مواد توريد شرائها، خاصة المواد ذات التمويل الكبير.
- ✓ الحصول على المعرفة خارجية من خبراء كآساتذة جامعيين محترفين في مجال عملها، لحل بعض مشاكلها دون دفع ثمن الاستشارة.
- ✓ الاطلاع الدائم على سوق العمالة من اجل اختيار متطلباتها من العمال.
- ✓ اختيار سوق منتجاتها ومدى رضا المستهلكين عنها مما يفيدها في وضع مخططات مستقبلية.
- ✓ متابعة تطور قطاع المؤسسة، وذلك عن طريق الاتصال الدائم بالعالم من اجل الحصول على معلومات كزيارة مواقع مؤسسات أخرى من نفس القطاع نشاط المؤسسة.
- ✓ تساعد على إنشاء قاعدة اتصالات قوية للمؤسسة مع مؤسسات أخرى التي تنشط في نفس القطاع وذلك من خلال توفيرها للخدمات الالكترونية التالية:
 - التبادل الالكتروني للبيانات والاستثمارات الالكترونية.
 - الشبكة الإضافية.
 - التحويل الالكتروني للأموال.
 - التواصل المتكامل وخدمات قواعد البيانات المتقاسمة.
 - إدارة سلسلة التوريد.

الفرع الثاني: مشكلات تبني المؤسسات لتكنولوجيا المعلومات والاتصال:

يمكن أن نوجز أهم المشكلات التي تواجه المؤسسة عند تطبيقها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في: (الشادلي، 2008، صفحة 66)

- ✓ فقدان السيطرة الإدارية: وذلك نتيجة لعدم وجود نقطة سيطرة مركزية بسبب توزيع واستقرار البيانات والبرمجيات في عدد من المواقع والمحطات الحاسوبية المختلفة، فإدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصال تكشف عن صعوبات أكثر واعقد في البيئة الموزعة، حيث أنها تفتقد لنقطة مركزية تكون الإدارة بحاجة إليها
- ✓ تحديات التكامل في الربط والتطبيق: حيث تظهر مشاكل الربط نتيجة عدم التوافق في الشبكات إضافة إلى فقدان معايير الربط بما في ذلك الربط اللاسلكي للشبكات، فالشبكات والمعايير غير المتوافقة ومشاكل الربط اللاسلكي يمكن أن تؤدي إلى مشاكل في تكامل التطبيقات، لذلك نلاحظ أن التكامل في التطبيقات يكون صعب التحقيق في العديد من المؤسسات.
- ✓ متطلبات التغيير التنظيمي في المؤسسة: والذي يعتبر بالنسبة للمؤسسات الحديثة وفلسفتها المحرك الضروري للوصول بركب التطورات المتسارعة والحاصلة في مجال الأعمال.

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من أهم المجالات التي يشملها التغيير في المؤسسة والتي تصاحب التغيير في التكنولوجيا أو تبني تكنولوجيا جديدة التغيير في كل من الهيكل والثقافة التنظيمية ويقصد بالهيكل التنظيمي ذلك النظام الرسمي الذي يتكون من مجموعة من العلاقات التي تضم كل الأنشطة التي تمارس من قبل الأفراد داخل المؤسسة والتي تنصب كلها في وعاء تحقيق غايات المؤسسة ورؤيتها المستقبلية، حيث يفرض التغيير أو تجديد التكنولوجيا المعتمدة على المؤسسة أن تغنى بتصميم الهيكل والعمليات الخاصة به توزيع المهام وذلك بغية تحقيق التجانس والانسجام بينهما.

أما الثقافة التنظيمية فيقصد بها الجانب الروحي للعاملين داخل المؤسسة من عادات وتقاليد العمل، وطبيعة الممارسات والعلاقات والكيفيات الاتصالية بين الأفراد العاملين فيما بينهم ومع رؤسائهم والتي يستوجب على المؤسسة مراعاتها عند قيامها بالتغيير، ذلك تفاديا منها لمواجهة ومقاومة التغيير من قبل الأفراد عند شعورهم بعدم الأمان.

إذن فإن تحرك المؤسسة نحو التطبيق الفعلي والشامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال يتطلب منها إحداث تغييرات تنظيمية على مستوى ثقافتها وهيكلها، هذه التغييرات يمكن أن تكون صعبة وتحتاج إلى وقت لتأمينها وانجازها.

✓ التكاليف غير المتوقعة : حيث أن تبني المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال كنظام يتطلب منها

إنفاق مبالغ مالية إضافية قد لا تستطيع المؤسسة تغطيتها وخاصة المؤسسات ذات التمويل المحدد، بمعنى أن الإمكانيات المالية للمؤسسة تعتبر من أهم التحديات لامتلاك تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

كما أن العديد من المؤسسات وجدت بان الوفرات المالية التي كانت تتوقعها نتيجة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال لن تتحقق وذلك بسبب التكاليف غير المتوقعة مثل:

➤ التكاليف التشغيلية ومصاريف المستخدمين للعاملين الاضافين.

➤ تكاليف الوقت الذي تتطلبه إدارة المعلومات والشبكات.

➤ تكاليف إيجاد حلول فنية.

➤ تكاليف الحصول على الأجهزة والبرمجيات وتحديثها المستمر.

➤ تكاليف الصيانة والإصلاحات للأجهزة والحواسيب.

✓ سوء اختيار الأفراد : وهم الأفراد الذين يقومون بإدارة وتشغيل تكنولوجيا المعلومات من إداريين ومتخصصين و مستخدمين نهائيين للنظام، حيث يتفق اغلب المتخصصين في مجال أنظمة المعلومات والاتصالات بأغلب أسباب الفشل في تسيير وإدارة التكنولوجيا واستخدامها يعود إلى سوء اختيار أفراد تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

✓ تحديات الموثوقية والاعتمادية : حيث إن تطبيق المؤسسة لنظام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أعمالها يتطلب منها بنية تحتية تستطيع من خلالها تلبية الطلبات المستقبلية بالكم والوقت المطلوب، إضافة إلى تأمين أداء على مستوى عالي للمهام الصعبة والحرجة.

كما انه ومن اجل ضمان أمثلية هذه الاستعمالات وتجنب اكبر كم من المشاكل يتوجب على المؤسسة الاختيار الأفضل لهذه التكنولوجيا وتوفير أحسن بنية وتشكيلة تمكنها من تحقيق كفاءة أداؤها.

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المبحث الثاني: مدخل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

توجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليوم في قلب اهتمامات الحكومات في معظم دول العالم، وذلك لاعتبارات اقتصادية واجتماعية مختلفة. ونظرا لهذه الأهمية المتزايدة وجب وضع هذه المؤسسات في إطارها النظري من خلال محاولة التعريف بها والتعرف على خصائصها وميزاتها وكذا عيوبها.

المطلب الأول: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أن تحديد تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة له أهمية كبيرة حيث تبدو هذه الأهمية بوضوح إذ علمنا أن تحديد تعريف واضح وجلي لهذه المؤسسات يمكن من التعرف على مجالات نشاطها والوقوف على مشاكلها.

وتشير الدراسات إلى وجود صعوبة في تحديد تعريف موحد سواء بين الدول أو حتى داخل الدولة الواحدة لارتباط هذا التعريف بعدة معايير ترتبط بدورها ببعض العوامل الاقتصادية والسياسية والتقنية.

الفرع الأول: المعايير المعتمدة في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من المعروف أن إعطاء تعريف لأي متغير أو تحديد أبعاد ظاهرة ما يبقى خاضعا للظروف والبيئة التي تظهر وتتطور فيها هذه الظاهرة، لذا فإن إعطاء تعريف دقيق وموحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أمرا خاضعا لعوامل البيئة التي تنشأ فيها هذه المؤسسات وخاصة البيئة الاقتصادية لذا قد تم وضع العديد من المعايير منها ما هو كمي ومنها ما هو معنوي للوصول إلى تعريف شامل لهذا النوع من المؤسسات.

أولا : المعايير الكمية: من أهم المعايير التي تعتمد في تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نجد: (خبابه، 2013، صفحة 17)

1. معيار رأس المال: يعتبر رأس المال المستثمر في المؤسسة أحد المعايير من أهم معايير الكمية للتمييز بين الصناعات الكبيرة والصغيرة حيث تتميز هذه الأخيرة بانخفاض حجم رأس المال المستثمر، وهنا تظهر إشكالية تحديد المقصود برأس المال هل هو رأس المال الثابت أم العامل أو كلاهما معا، ويفضل البعض رأس المال الثابت حيث أنه يعكس حجم الطاقة الإنتاجية ويستبعد البعض قيمة الأراضي من رأس المال الثابت. (أبو السيد، 2005، صفحة 59)
2. معيار العمالة: ويعتبر من أكثر المعايير استعمالا وذلك لبساطة الاستخدام، والتطبيق وسهولة الحصول على المعلومة، الثبات النسبي. (خبابه، 2013، صفحة 17)
3. معيار رقم الأعمال: يستعمل لقياس مستوى نشاط المؤسسة وقدرتها التنافسية، ويستعمل خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا. إلا أن هذا المعيار تشوبه بعض النقائص ذلك أن كبر حجم مبيعات المؤسسة أو ارتفاع رقم أعمالها قد يكون مرده إلى ارتفاع الأسعار وليس لعدد الوحدات المباعة.
4. معيار حجم الموجودات: أي ما تمتلكه المؤسسة من أصول ثابتة. (خبابه، 2013، صفحة 16)

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ثانيا: المعايير النوعية:

1. قيمة المبيعات: هناك من يصنف هذا المعيار ضمن المعايير النوعية غير أنه كمي في قياسه ولكن نوعي في مدلوله، ذلك، قيمة المبيعات وحجمها إنما يتحدد حسب السوق وكذا نوعية المنتج. حيث يستخدم هذا المعيار لدى العديد من الدول للتمييز بين أحجام المؤسسات كما يتميز بصلاحيته للتطبيق على المؤسسات الصناعية والتجارية والخدمية إلا إن هذا المعيار يتطلب توفير البيانات الكافية حول المبيعات وهذا ما يصعب توفيره في المؤسسات الصغيرة لأن أغلبيتها لا تملك دفاتر وحسابات منتظمة (بن بوزيد، 2012، صفحة 29)

وتتوجه دائما إلى الأسواق المحلية وبطريقة مباشرة. أي أن لها علاقات مباشرة بزبائنها. (خبايه، 2013، صفحة 16)

2. المعيار القانوني: حيث إن الشكل القانوني للمؤسسة يتوقف على طبيعة وحجم رأس المال المستثمر فيها فان شركات الأموال غالبا ما تكون رأس مالها كبير مقارنة مع شركات الأفراد وبالتالي فان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتكون في إطار مؤسسة الأفراد وشركات التضامن وشركات التوصية وعادة ما تكون المؤسسات عائلية.

3. المعيار التنظيمي (الإدارة): حيث تصنف المؤسسة إلى مؤسسة صغيرة أو متوسطة وفقا لهذا المعيار إذا اتسمت بخصيتين أو أكثر من الخواص التالية: (بن بوزيد، 2012، صفحة 30)

— الجمع بين الملكية والإدارة؛

— قلة مالكي رأس المال؛

— ضيق نطاق الإنتاج وتركيزه في سلعة أو خدمة محددة؛

— صغر حجم الطاقة الإنتاجية؛

— محلية إلى حد كبير؛

— الاعتماد وبشكل كبير على المصادر المحلية للتمويل؛

4. معيار الاستقلالية: تعتبر المؤسسة الصغيرة والمتوسطة إذا كانت على الأقل مستقلة ماليا بنسبة 25%.

5. معيار الحصة من السوق: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي مؤسسات تنافسية وليست احتكارية وبالتالي فان حصتها في السوق محدودة. (بن بوزيد، 2012، صفحة 31)

الفرع الثاني: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها.

أولا: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إن صعوبة إيجاد تعريف موحد ونهائي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يعود إلى تعدد المعايير المعتمدة واختلاف شروط النمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسات الاقتصادية بين الدول.

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

فالتعريف التي قدمها الكتاب وقدمتها المنظمات الدولية والجهات المختصة لدى كل الدولة تقوم كما ذكرنا آنفا على المعايير الكمية بالإضافة إلى معايير نوعية ولعل ما يميز التعاريف المقدمة اعتمادها بدرجة أكبر على الجمع بين معيار العمالة ورأس المال وأحيانا أخرى العمالة ورقم الأعمال بالإضافة إلى معيار الاستقلالية كمعيار نوعي.

وفيما يلي سنعرض بعض التعاريف المقدمة من طرف الدول والمنظمات الدولية.

يعرف البروفيسور Pierre André Julien: " المؤسسة الصغيرة قبل كل شيء هي مؤسسة مستقلة قانونيا وإلا ماليا، تعمل في قطاعات: أولية، صناعية، أوخدمائية، حيث يتحمل شخص أو شخصان الوظائف والمسؤوليات، عموما فقط مالكي رأس المال ". (nabil, 2002, p. 44)

-في أوروبا: في 06 ماي 2003 ، تبنت اللجنة الأوروبية توصية جديدة تتعلق بتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي اعتمدت منذ 2005/01/01 سمح هذا التعريف الجديد بمحذف المؤسسات الكبيرة والتي كانت تستفيد من أنظمة الدعم الخاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع أنه يمكنها الاستفادة من حماية اقتصادية أكثر أهمية من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفعلية . فحسب التعاريف الأوروبية: (يزغش، 2009، صفحة 5)

- تعرف المؤسسة المتوسطة بأنها كل مؤسسة لديها عدد أقل من 25 فرد ورقم أعمالها لا يتعدى 50 مليون أورو أو المجموع السنوي لا يتعدى 43 مليون أورو .
- تعرف المؤسسة الصغيرة ككل مؤسسة لديها عدد أقل من 50 شخص ورقم أعمالها أو إجمالي الميزانية السنوية لا يتعدى 10 مليون أورو .
- تعرف المؤسسة المصغرة كل مؤسسة ذات عدد أقل من 10 أفراد ورقم الأعمال أو إجمالي الميزانية السنوية لا يتعدى 2 مليون أورو .

-في الجزائر: "حسب القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصادر في ديسمبر 2001، المادة: " 04 " تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع أو الخدمات، تشغل من 01 إلى 250 شخص، لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 2 مليار دينار، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دينار وتستوفي معايير الاستقلالية." (بروش و عطوي، 2007، صفحة 8)

ثم تأتي بعد ذلك المواد 5,6,7 لتبين الحدود بين هذه المؤسسات فيما بينها .والجدول التالي يوضح هذا التعريف بمختلف جزئياته وفق ما يأتي:

جدول رقم(1): تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القانون الجزائري

الصنف	عدد الأجراء	رقم الأعمال	مجموع الميزانية السنوية
مؤسسات مصغرة	9_1	أقل من 20 مليون دج	أقل من 10 مليون دج
مؤسسات صغيرة	49_10	أقل من 200 مليون دج	أقل من 100 مليون دج
مؤسسات متوسطة	250_50	من 200 مليون دج إلى 2 مليار دج	من 100 مليون دج إلى 500 مليون دج

المصدر: المصدر: القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائر 2001، ص6

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يرى Ayyagari Meghana وآخرون أن وجود عدد كبير ومتنوع من المعايير والمؤشرات على غرار رقم الأعمال، حجم الاستثمارات و عدد العمال كل هذا يخلق كم هائل من المعلومات تجعل تنوعا في المعلومات تؤدي إلى صعوبات في المقارنة و فعالية المعلومة و التناسق، لكن عند مراجعة الدراسات والإحصاءات نجد أن المعيار المستخدم بكثرة و المعتمد عليه هو عدد العمال نظرا لسهولة الحصول على المعلومة الإحصائية يأتي في المرتبة الثانية و في أغلب الأحيان ملازما له رقم الأعمال؛ و تساهم العديد من المنظمات و الدول في وضع تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، (شادلي، 2017، صفحة 47) لكن مع تعددها تختلف التعاريف نوردتها في الجدول رقم 2.

الجدول رقم: (2): اختلاف تعاريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الدول

البلد	عدد الموظفين	المبيعات السنوية (الإيرادات)
الولايات المتحدة	أقل من 500 موظف بالنسبة لمعظم الصناعات التحويلية وقطاع التعدين	أقل من 7 ملايين دولار بالنسبة لمعظم الصناعات غير التحويلية، لكن المبيعات (الإيرادات) تتراوح إلى ما يصل إلى 35.5 مليون دولار
كندا	أقل من 250 موظفا	أقل من 50 مليون دولار كندي
المكسيك	أقل من 500 موظف في الصناعات التحويلية، وأقل من 50 موظفا في قطاع الخدمات.	/
جنوب إفريقيا	يتراوح ما بين 10_20 إلى 100_200 حسب الصناعة	300_200 ألف راند إلى 4_50 مليون راند جنوب إفريقي حسب الصناعة
تايلاندا	أقل من 200 موظفا في الصناعات الكثيفة العمالة و أقل من 100 موظفا في الصناعات الكثيفة الاستخدام لرأس المال.	/
تركيا	أقل من 250 موظفا	/

المصدر: (شادلي، 2017، صفحة 48)

__ أما التعريف المتداول في فرنسا والذي تبنته "الكونفيدريالية العامة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة" فهو "إن المشروعات الصغيرة والمتوسطة هي تلك التي يتولى فيها قادتھا شخصا ومباشرة المسؤوليات المالية والاجتماعية والتقنية والمعنوية مهما كانت الطبيعة القانونية للمؤسسة" (جواد، 2007، صفحة 24)

__ التعريف البريطاني: عرف قانون الشركات البريطاني الذي صدر عام 1985 المشرع الصغير أو المتوسط أو المتوسط بأنه ذلك المشروع الذي يستوفي شرطين أو أكثر من الشروط التالية:

أ. حجم تداول سنوي لا يزيد عن 14 مليون دولار أمريكي؛

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ب. حجم رأس مال مستثمر لا يزيد عن 65.6 مليون دولار أمريكي؛

ت. عدد من العمال والموظفين لا يزيد على 250 مواطن؛

وبما أن هذه المحددات الثلاث قاصرة على شمل كل ما هو صغير أو متوسط، حيث أن ما لا يعتبر صغيراً في الصناعات الخدمية قد لا يكون في مجال السياحة أو مجال الصناعات التحويلية. (جواد، 2007، صفحة 25)

ولقد تم معالجة هذه الفروقات والاختلافات عبر إعطاء تعريفات خاصة بكل قطاع اقتصادي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم: (3) التعريفات الخاصة بكل قطاع اقتصادي في بريطانيا

الرقم	المجال _ المواد الصناعية	معياري القياس كحد أدنى
01	التصنيع (صناعة ملابس_ مصبوغات الذهب)	200 عامل
02	البيع بالتجزئة _ أو تجارة التجزئة _ تجارة الجملة	323750 دولار أمريكي حجم تداول سنوي
03	البناء	25 عامل
04	المناجم/ أو التعدين	25 عامل
05	تجارة السيارات	638750 دولار أمريكي حجم تداول سنوي
06	خدمة متنوعة	323750 دولار أمريكي حجم تداول سنوي
07	شركة النقل	5 سيارات

المصدر: (جواد، 2007، صفحة 26)

_ ويعرف قانون الصناعات الصغيرة والمتوسطة في مصر المؤسسة الصغيرة بأنها: " كل نشاط لشخص أو أكثر يعملون لحسابهم، ويكون للمشروع صفة الاستقلالية في الملكية والإدارة، ويقبل عدد العمال فيه عن مائة عامل ويقبل رأس مال المشروع عن مليون جنيه وتقل قيمة الأصول الثابتة به بدون الأراضي والمباني" (خبابه، 2013، صفحة 16)

_ تعريف المملكة العربية السعودية: تواجه الجهات المختصة في المملكة كغيرها من الدول صعوبة في تحديد تعريف يعتمد عليه في رسم السياسات الاقتصادية ويكون كمرجع أساسي معتمد، ولكن هناك اقتراح لتعريف بما يتلاءم وخصوصية المملكة كما يلي: " المنشأة الصغيرة هي التي لا يزيد عدد العاملين فيها عن 20 عامل ويقدر حجم رأس المال فيها بأقل من مليون ريال (دون الأرض والمباني) وإلا تزيد مبيعاتها السنوية عن 5 ملايين ريال" (بن بوزيد، 2012، صفحة 35)

ثانياً: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من المحركات الرئيسية للنمو الاقتصادي والتخطيط المستقبلي، وتمثل إحدى دعائم التنمية الأساسية في أي دولة في العالم وأهميتها هي نابعة من الأمور التالية: (جواد، 2007، صفحة 11)

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- دورها في التوظيف؛
- ارتفاع حجم مساهمتها في القيمة المضافة؛
- أهمية حجم استثماراتها في تكوين الاقتصاد الحر؛
- اعتبارها العمق الاستراتيجي للمؤسسات الكبيرة (المساهمة في تلبية بعض احتياجات الصناعات الكبيرة سواء بالمواد الأولية أو الاحتياطية).
- كونها ذات ميزة تنافسية نسبية يمكن للشركات الكبرى الاستفادة منها (تسويق بضائع من خلالها)؛
- مهاراتها التنظيمية (نظرا لصغر حجمها)؛
- قدرتها على الابتكار (استخدام التكنولوجيا المحلية)،
- التعرف على أحوال السوق لقرىها من المتعاملين؛
- قدرتها على إنتاج سلع وخدمات تعتبر مدخلا لإنتاج سلع وخدمات أخرى (تعظيم الاستفادة من الخامات المحلية)؛
- مساهمتها في تحقيق إستراتيجية التنمية السكانية لكونها تتسم بالمرونة في التوطن.

الفرع الثالث: خصائص ومميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعيوبها.

أولا: خصائص ومميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن نظيراتها من المؤسسات الكبرى، وتتمثل فيما يلي:
(خبايه، 2013، صفحة 37)

- ✓ سهولة تأسيس المنشأة: تستمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عنصر السهولة في إنشائها من انخفاض مستلزمات رأس المال المطلوب لإنشائها نسبيا، حيث أنها تستند في الأساس إلى جذب وتفعيل مدخرات الأشخاص من أجل تحقيق منفعة أو فائدة تلي بواسطتها حاجات محلية في أنواع متعددة من النشاط الاقتصادي، وهذا ما يتناسب والبلدان النامية، نتيجة لنقص المدخرات فيها بسبب ضعف الدخل؛
- ✓ الاستقلالية في الإدارة: حيث أن معظم القرارات الإدارية لهذه المؤسسات تتركز في شخصية مالها، حيث انه في كثير من الحالات يلتقي شخص المالك بالمسير وهذا ما جعلها تتسم بالمرونة والاهتمام الشخصي من قبل مالكيها. مما يسهل من قيادة هذه المؤسسات وتحديد الأهداف التي يعمل المشروع على تحقيقها. إلا أن نجاح هذه المؤسسات يتوقف على قدرة الشخص على التحكم وإدارة أعمال المؤسسة وكذا خبراته في ممارسة مهنة المؤسسة.

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- ✓ سهولة وبساطة التنظيم: تظهر هذه الخاصية أكثر في المؤسسات المتوسطة أين نكون أمام عدد كبير من العمال مقارنة مع المؤسسات الصغيرة والمصغرة، وذلك من خلال توزيع الاختصاصات بين أقسام المشروع، التحديد الدقيق للمسؤوليات، وتوضيح المهام التوفيق بين المركزية لأغراض التخطيط والرقابة، وبين اللامركزية لأغراض سرعة التنفيذ.
- ✓ سهولة وبساطة متطلبات التكوين: يمكن لأي إنسان أمي أو شبه أمي وبرأس مال محدود جدا أن يقيم عملا يدر عليه دخلا كافيا لإعانة أسرته وهذا ينطبق على الشباب المتعلمين أيضا، حيث أن إجراءات التأسيس ومتطلبات إقامة وإدارة العمل الصغير بسيطة مقارنة مع إقامة الأعمال المتوسطة الحجم وكبيرة، لكن هذا يبقى سببا حيث يتعلق بمدى تشجيع الدولة لإقامة الأعمال الصغيرة بها ومرونة الإجراءات الإدارية أيضا. (بن بوزيد، 2012، صفحة 37)
- ✓ تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مصدرا مهما للإبداع والابتكار، حيث أظهرت الدراسات العلمية في الولايات المتحدة أن ثلث براءات الاختراع التي تسجل سنويا تعود إلى أصحاب الأعمال الصغيرة، حيث تركيز العمل على منتج محدد يؤدي إلى اكتساب خبرة كبيرة ويحفز على التغيير والإبداع في المنتج. (بن بوزيد، 2012، صفحة 37) إضافة إلى خصائص أخرى تتمثل في: (خبابه، 2013، صفحة 38)
- ✓ مركز التدريب الذاتي: تتسم هذه المؤسسات بقلة التكاليف اللازمة للتدريب لاعتمادها أساسا على أسلوب التدريب أثناء العمل، حيث أنها تعتبر مركزا ذاتيا للتدريب والتكوين لمالكها والعاملين فيها.
- ✓ تتوفر على نظام معلومات داخلي يتميز بقلة التعقيد: وهو ما يسمح بالاتصال السريع صعودا ونزولا بين إدارة المؤسسة وعمالها، أما خارجيا فنظام المعلومات يتميز بدوره بالبساطة نتيجة قرب السوق جغرافيا.
- ✓ جودة الإنتاج: إن التخصص الدقيق والمحدد لمثل هذه المؤسسات يسمح لها بتقديم إنتاج ذو جودة عالية، حيث يعتمد النمط الإنتاجي فيها على مهارات حرفية ومهنية.
- ✓ تقديم الخدمات للصناعات الكبرى: إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تستجيب لطلبات الصناعات الكبيرة بتوفير مستلزمات معينة، حيث تتم هذه العملية وفق التعاقد من الباطن (المناولة)، وعلى سبيل المثال: العملاق الأمريكي لإنتاج السيارات "جنرال موتورز" يتعاقد مع 26 ألف مصنع لإنتاج عدد من الأجزاء التي يحتاج إليها في العملية التصنيعية ومن بينها 16 ألف مصنع يعمل بها أقل من 100 عامل.
- ✓ قصر فترة الاسترداد: وهي عبارة عن الفترة المطلوبة لاسترداد تكاليف استثمار مشروع من واقع تدفقاته النقدية لذا فالمؤسسة الصغيرة والمتوسطة تتمكن من استرداد رأس المال المستثمر فيها في فترة زمنية أقصر من غيرها من المؤسسات الكبيرة نتيجة لـ:

— صغر حجم رأس المال المستثمر؛

— سهولة التسويق؛

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

— زيادة دورات البيع؛

— قصر دورة الإنتاج؛

✓ أحد آليات دمج المرأة في النشاط الاقتصادي: إن إقامة المشروعات الصغيرة والتي تتطلب مهارات إدارية متواضعة واستثمار بسيط تعتبر مكانا هاما يسمح للمرأة من أن تصبح أداة فاعلة من خلال المشاركة في مشاريع صغيرة والمساهمة في العملية الإنتاجية؛

✓ انخفاض درجة المخاطر التي من الممكن أن تتعرض لها المؤسسة؛ (كايني، 2014، صفحة 35)

✓ الاعتماد على الخامات المحلية والإقليمية؛

✓ المهل القصيرة لإعداد دراسة الجدوى والتأسيس؛

✓ تميزها بمرونة عالية تساعدها على البقاء والتكيف مع احتياجات السوق؛ (كايني، 2014، صفحة 35)

ثانيا: عيوب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

توجد بعض العيوب والنقائص التي تميز هذا النوع من المؤسسات والتي تتمثل فيما يلي: (العطية، 2004، صفحة 18)

- معدلات الفشل العالية: حيث أن المشروع الصغير يتميز بأنه الأكثر عرضة للفشل أو التصفية من المشروعات الكبيرة خاصة في سنوات التأسيس الأولى؛
- العمل الشاق وساعات العمل الطويلة: حيث أنه عادة ما تتميز المشروعات الصغيرة ببرامج مؤرقة فعلى صاحب المشروع أن يعمل أحيانا لمدة 60 ساعة أو العمل بدون إجازة لأن توقف العمل يعني توقف الإيرادات وخسارة العملاء الذين تكلف جذبهم واكتسابهم الكثير من الجهد والمال (العطية، 2004، صفحة 18)
- الضعف المالي للمشروع الصغير: حيث ينجم الضعف المالي عادة من محدودية الإنتاج ويمكن تفسيره بما يلي:
 - تكاليف الإنتاج العالية: فالكمية الصغيرة للمشروع الصغير تمنعه من الاستفادة من اقتصاديات الحجم التي تتميز بانخفاض تكلفة إنتاج الوحدة، كلما زادت الكمية المنتجة.
 - تكاليف إدارية عالية: فالعمل الصغير يتحمل أعباء إدارية ثابتة مثل العمل الكبير فهو يحتاج إلى إرسال قوائم العمال وأجورهم إلى دوائر الضمان الاجتماعي كما عليه دفع رسوم أساسية للاشتراك في الهاتف النقال والكهرباء.
 - تكاليف تمويل عالية: تعاني الأعمال الصغيرة أن الفوائد العالية مقارنة بما تحققه هاته الأخيرة وبشروط أقصى مما يحصل عليه العمل الكبير.
 - صعوبة تكوين احتياطات مالية للنمو وذلك للأسباب التالية: حث يحتاج صاحب المشروع إلى سحب نسبة من الأرباح للتلبية حاجاته اليومية الخاصة ذلك أنه لا يحصل على رواتب من العمل فهو في حاجة إلى سحب جزء من

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

هذه المصاريف مما يخفف من الاحتياطات المالية للمشروع، إضافة إلى تأثير الضرائب على المبالغ المتبقية. (بن بوزيد، 2012، صفحة 38)

➤ النشاط الصناعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضعيف، فهذه الأخيرة لا تعرف تصنيف سوقها، فهي ليست متخصصة من أجل النشاط على مستوى السوق المتخصص، وهذا ما يؤدي إلى فقدانها أسواقها لصالح المؤسسات المنافسة.

➤ هشاشة موارد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعود إلى محدودية هذه الأخيرة، وإن وجدت فهي غير مستغلة لعدم وجود بنية ملائمة للأعمال، كما أن جزء من أنشطة المؤسسة تنشط في إطار غير رسمي (التمويل، الإنتاج، التسويق، الوظيفة التجارية، التموين). (جودي، 2017، صفحة 14)

المطلب الثاني: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تتجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تدريجياً نحو إدراك الأثر الإيجابي الذي يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال (خاصة الحاسوب، البريد الإلكتروني، الانترنت وتطبيقاتها) أن تتركه على جميع الأنشطة. ففي الدول المتقدمة من منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بما فيها المؤسسات المصغرة مجهز بحاسوب على الأقل مع خط انترنت.

الفرع الأول: مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

عموماً بإمكان المؤسسات الصغيرة الاستفادة من المزايا التي تقدمها التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال.

1. تدنية التكاليف: تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دوراً كبيراً في تقليل مصاريف المؤسسة ونلاحظ ذلك من خلال ما يلي: (بن بوزيد، 2012، صفحة 89)

- بدلا من دفع تكاليف مكالمات هاتفية ذات مسافة بعيدة يمكن إرسال بريد إلكتروني وتدفع تكاليف المكالمات الهاتفية المحلية فقط لمزود خدمة الانترنت.
- تقليل التكاليف البريدية بالنقل إلى البريد الإلكتروني.
- استبدال التكاليف الباهظة لإنتاج وإرسال قوائم البيع بالبريد، النشرات الفنية، الإصدارات الصحفية، التقارير الحكومية والتقارير الفنية بتقديم نفس المواد على الانترنت.

2. زيادة المبيعات والأرباح: تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على زيادة المبيعات من خلال مساعدتها للمنظمة في إشباع حاجات ورغبات العملاء، ويترتب على زيادة المبيعات تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف والذي يتحقق أيضا باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. (عبدوي، 2016، صفحة 80)

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

3. الحصول على مزايا تنافسية: تستخدم العديد من المنظمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين وضعها في البيئة التنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المؤسسات بالمنافسة بصورة أكثر فعالية. (عبدوي، 2016، صفحة 81)
4. تحسين الجودة: من أهم استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال تحسين جودة المخرجات والتصميم بمساعدة الحاسب الآلي مثلا، كما يمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الجودة فيما يعرف بالتبادل الإلكتروني للبيانات. (عبدوي، 2016، صفحة 81)
كما أن هناك مزايا أخرى تتمثل في: (عبدوي، 2016، صفحة 81)
5. تحسين الإنتاجية وكفاءة العمليات التشغيلية.
6. زيادة القدرة على الخلق، والإبداع والابتكار.
7. مواجهة التحديات الخارجية.
8. توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب.
9. دعم وتحسين عمليات اتخاذ القرار.
10. صياغة وتنفيذ استراتيجيات المنظمة.

الفرع الثاني: توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو استعمال التكنولوجيا والعوائق التي تقف أمامها.

هناك العديد من المؤشرات التي تدل على التوجه التدريجي العالمي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلى غرارها المؤسسات وتبني الاقتصاد الرقمي، ومن بينها بروز قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كقطاع إنتاجي وخدمي مهم إذ كان الاقتصاديون يقسمون النشاط الاقتصادي في العموم إلى ثلاث قطاعات وهي الزراعة، الصناعة والخدمات وهذا التقسيم أصبح تقليدي بحيث أضاف علماء الاقتصاد قطاعا رابعا وهو قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال محدد في مجموعة من الأنشطة سواء كانت خدمات أو سلع بالإضافة إلى المنافسة الشديدة بين شركات الاتصالات ومزودي خدمات الانترنت وتوجه بعض المؤسسات الكبرى إلى الاستثمار في مجال الاتصالات مما أدى إلى خفض الأسعار وانتشار الخدمات الهاتفية بصورة كبيرة جدا بمختلف أشكاله من هاتف ثابت إلى هاتف محمول وتعدد التطبيقات المختلفة لهاته الهواتف التي توفر العديد من التطبيقات ومنها الدخول إلى شبكة الانترنت وهذا ما أدى بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتشرة عبر العالم لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمختلف أشكالها وعلى مستويات مختلفة من الكثافة وهذا نظرا للعديد من الأسباب.

أولا: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

للقوف على مدى امتلاك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال سوف نتطرق للتكنولوجيات الأساسية والمتمثلة في: الحاسوب والانترنت والموقع الإلكتروني.

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

1. الحاسوب: من خلال دراسة معمقة قامت بها وكالة Wallonne للاتصالات في بلجيكا حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 2006 حيث شمل الدراسة 1271 مؤسسة، وجد أن أغلبية المؤسسات والتي تقدر بـ 98% تحتوي على حاسوب أو أكثر بينما 29% يستخدمون الحاسوب المحمول، والملفت للنظر أن معدل أكبر كثافة للحواسيب لكل شخص حسب حجم المؤسسة سجل عند المؤسسات المصغرة ثم تليها في المركز الثاني المؤسسات الصغيرة وترجع صاحبة الدراسة سبب هذا إلى احتياج تلك المؤسسات للحاسوب في استخدامات خاصة كالخادم والمحاسبة، فهناك توجد علاقة عكسية بين حجم المؤسسة وحجم استخدام الحواسيب.

2. الانترنت: من خلال الدراسة التي قامت بها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية وجد أن استخدام الانترنت في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يختلف حسب حجمها وفي العموم إن درجة اختراق الانترنت للمؤسسات تسجل نسبة معتبرة إذ من الملاحظات المميزة أن المؤسسة المتوسطة التي يتراوح عدد عمالها بين 50 و249 عامل المستخدمة للانترنت في تعاملاتها يفوق 80% من مجموع ففتحها وتفوق هذه النسبة قريناتها من المؤسسات الكبيرة، أما بالنسبة للمؤسسات الصغيرة التي يتراوح عدد عمالها ما بين 10 إلى 49 عامل فتقدر متوسط نسبة اختراق الانترنت لها بحوالي 75% ، بينما تصل إلى 99% في بعض البلدان كفنلندا، السويد، الدانيمارك، النمسا وألمانيا، بالإضافة إلى أن القطاع الذي يستخدم الانترنت بكثافة هو قطاع خدمات المؤسسات يليه القطاع الصناعي.

3. الموقع الالكتروني: من خلال الدراسة التي قامت بها وكالة AWT للاتصالات وجد أن 58% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة البلجيكية لديها موقع الكتروني أو صفحة الكترونية، حيث شهدت سنة 2006 زيادة بنسبة تقدر بـ 7% عن النسبة الماضية وتوزيع النسبة على حسب حجم المؤسسة فوجدت أن نسبة المؤسسات التي لها مواقع الكترونية وتزداد كلما زاد حجم المؤسسات، وبهذا يستنتج أصحاب الدراسة أن لحجم المؤسسة أثر طردي على استخدام موقع الويب.

ومن خلال الدراسة الإحصائية التي قامت بها مجموعة BNP PARIBAS حول نسبة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لخمس دول وهي فرنسا، ألمانيا، إسبانيا، إيطاليا والمملكة المتحدة فوجد أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الألمانية تتأس القائمة حيث يصل نسبة امتلاكها للموقع الالكتروني نسبة 82% ، تليها إيطاليا والمملكة المتحدة بنسبة 77% ، ثم تأتي إسبانيا بنسبة 65% أما المرتبة الأخيرة فتحتلها فرنسا بنسبة 52%.

أما فيما يخص امتلاك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لحلول الانترنت للقيام بعمليات البيع من خلال المواقع الالكترونية فإن هذا النشاط في نمو مستمر حيث تحتل المرتبة الأولى المملكة المتحدة بنسبة 60% تليها ألمانيا 44% ثم إسبانيا بنسبة 39% تليها إيطاليا بنسبة 28%

، ومن خلال هذا نستنتج أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تمتلك التكنولوجيا والحلول التقنية للانطلاق في العالم الرقمي.

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ثانيا: أسباب عزوف بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن امتلاكها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

هناك العديد من الأسباب التي تبرر عزوف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بكثافة، وتختلف هذه الأسباب من قطاع لآخر ومن دولة لأخرى ومن بينها عدم توفر الكفاءات والتكلفة المرتفعة لتطوير وصيانة النظام المعلوماتي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتمثل فيما يلي: (الشادلي، 2008، الصفحات 71-72)

1. عدم توفر الكفاءات: هناك العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تتوفر عادة على موارد بشرية لها قدرات ومؤهلات علمية في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفي التجارة الالكترونية، فمهما كان إدراك هاته المؤسسات بالفوائد المترتبة عن استخدام هذه التكنولوجيات فان الاستثمار في المعرفة والأشخاص المؤهلين يتطلب تكاليف لتكوين ووضع استراتيجيات يراها صاحب المؤسسة أعباء لا يمكن تحملها، فالإطارات المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفي التجارة الالكترونية مهمة جدا لضمان انطلاق فعال للمؤسسات في الاقتصاد الرقمي.

2. تكلفة تطوير وصيانة النظام المعلوماتي للمؤسسة: تعتبر تكلفة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم العوائق التي تصادف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نتيجة التخوف من أن تكلفة الاستثمار في هاته التكنولوجيات سوف يتجاوز الأرباح المنجزة عنها، بالإضافة إلى أنه يترتب عليها الاهتمام وصيانة العتاد، وهذا يتطلب تكاليف إضافية معتبرة. ونظرا لافتقار معظم المؤسسات وخاصة الصغيرة للموارد المالية فإنها تعزف عن تبني الحلول المتطورة مثل استخدام موقع الكتروني يحتوي على عمليات آمنة كإبرام الصفقات عن طريق بطاقات الائتمان، إذ أن بعض المؤسسات لا سيما الصغيرة منها تستخدم موقع الكتروني بسيط لا يحوي حلول التجارة الالكترونية، بحيث لا تتجاوز تكلفة تنصيبه المصاريف المخصصة للتسويق عادة.

3. عدم التوافق مع نشاط المؤسسة: من أسباب عدم تبني بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاستخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصوصا التجارة الالكترونية هو عدم توافق هذه التكنولوجيات مع نشاط المؤسسة فمن الدراسات التي اهتمت بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة توصلت إلى أن بعض المؤسسات ليست مجبرة على وضع حلول معلوماتية متقدمة ومثال ذلك المؤسسات التي تنشط في قطاع البناء إذ يرون بأن الأعمال تكون وجها لوجه.

4. قدم البنى التحتية للاتصالات للدول وعدم تماشيها مع التطورات الحاصلة: ينعكس قدم البنية التحتية للاتصالات سلبا على جودة وفعالية تكنولوجيات الانترنت، حيث تكثر الأعطاب وانقطاع الاتصالات، مما يؤدي بالمؤسسات إلى العزوف عن استخدام هذه التكنولوجيات وخصوصا حلول التجارة الالكترونية، وبهذا فان درجة تطور البنية التحتية للاتصالات للدول تلعب دورا مهما في درجة توجه المؤسسات إلى الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاستفادة منها. (الشادلي، 2008، صفحة 74)

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الخلاصة:

بعد عرضنا هذا، تبين لنا انه بالإضافة إلى صعوبة تحديد تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تواجهها صعوبة وضع تعريف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث تضم هاته الأخيرة مجموعة واسعة من وسائل معالجة المعلومة ووسائل الاتصال كما أنها ذات مدى غير محدود مادامت الإبداعات التكنولوجية متواصلة. ولأجل معرفة ودراسة آثار هذه التكنولوجيات على المؤسسة والاقتصاد ككل، قدم بعض الكتاب والمنظمات الدولية مساهماتهم باقتراح تعريف تمكن من فهم هذا المجال لبناء استراتيجيات ملائمة. لقد أصبح معلوما لدينا أن خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال ترتبط بعالميتها وعموميتها لتشمل كافة مناحي الحياة وتغييرها لمفاهيم ترتبط بالعمل والإطار المكاني والزمني لمزاولة الأنشطة كما أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تصنيفات عديدة تستند إلى معايير متنوعة.

كما تمكنا في هذا الفصل من التعرف على واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة . كما تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عراقيل ترتبط أساسا بإمكانياتها المادية والبشرية والتنظيمية والتي تحد من قدرتها على الاستفادة من مزايا هذه التكنولوجيات، المتمثلة في تقليص التكاليف، الإدارة الفعالة للوقت وفعالية اتخاذ القرار وتخفيف العمل عبر الشبكة. وعزوف بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن امتلاكها لهذه التكنولوجيات وسوف نتطرق في الفصل الثاني إلى الدور الذي يمكن أن تلعبه على مستوى دعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الفصل الثاني:

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال

على تنافسية المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة

تمهيد:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة الانترنت إبداعا تكنولوجيا حيث تحوي وتربط وتعمل على التناسق بين معظم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومع بداية ظهور شبكة الانترنت كان استخدامها مقتصرًا على المؤسسات العسكرية والأكاديميين والمتخصصين فقط، إلى أن تطورت الانترنت وأصبحت متاحة للجميع بسهولة وبتكلفة منخفضة، مما أدى إلى انتشارها بشكل واسع، وبدأت المؤسسات لا سيما منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالتوجه إلى استخدامها في إنجاز أعمالها وأنشطتها من إنتاج، تسويق، تجارة، وغيرها محاولة منها لرفع أدائها والبقاء في ظل المنافسة الشرسة.

على هذا الأساس كان لزاما علينا التطرق في هذا الفصل إلى مفهوم التنافسية ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التنافسية.

تميز مفهوم التنافسية بالحدثة ولا يخضع لنظرية اقتصادية عامة، وأول ظهور له كان في الفترة 1981م-1987م التي عرفت عجزا كبيرا في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية وظهر الاهتمام بمفهوم التنافسية مع بداية التسعينات كنتاج للنظام الاقتصادي العالمي الجديد وبروز ظاهرة العولمة وكذا التوجه من اقتصاد السوق إلى اقتصاد المعرفة. وستتطرق بالدراسة من خلال هذا المبحث إلى ما يلي:

- مفهوم التنافسية وأسباب تنافسية المؤسسات و أنواع التنافسية.

- أبعاد واستراتيجيات التنافسية والعوامل المؤثرة فيها.

المطلب الأول: ماهية التنافسية:

إن مفهوم كل من المنافسة والتنافسية يعتبر ذا أهمية بالغة ضمن الأدبيات الإستراتيجية خاصة فيما يعرف بالميزة التنافسية، وإذا كان تعريف المنافسة على أنها تلك الوضعية الملائمة على أساس الفعل ورد الفعل بين المؤسسات حسب تعريف "جوزيف شومبيتر"، فإن مفهوم التنافسية لم يلقى هذا الإجماع، ومن هنا تظهر الحاجة لضبط مفهوم التنافسية.

الفرع الأول: مفهوم التنافسية.

تكمن التنافسية في تعظيم الاستفادة ما أمكن من الميزات التي يوفرها الاقتصاد والتقليل من سلبياتها لذلك تسعى كل مؤسسة إلى التقدم على منافسيها وعليه فهي مطالبة بالمعرفة الدقيقة للتنافسية والإلمام بكل ما من شأنه أن يساهم في تشكيلها.

حيث أنه هناك من يقسم المنافسة في مجال الأعمال إلى ، المنافسة المباشرة والمنافسة الغير مباشرة، إذ تتمثل هذه الأخيرة في الصراع بين المؤسسات القائمة في المجتمع للحصول على الموارد المتاحة، أما المنافسة المباشرة فهي تلك المنافسة التي تحدث بين المؤسسات التي تعمل في قطاع واحد.

أما التنافسية حسب المؤسسات فهي القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب وهذا ما يعني تلبية حاجات العملاء بشكل أكثر كفاءة من المنافسين. (عبدواوي، 2016، صفحة 95)

ووفقا لتعريف المجلس الأمريكي لسياسة التنافسية فهي: " القدرة على إنتاج سلع وخدمات تفي بمتطلبات الأسواق الدولية مع تحقيق مستوى معيشة يزداد ارتفاعا واستدامة على المدى الطويل." (رزق، 2007، صفحة 345)

ويختلف تحديد مفهوم التنافسية باختلاف مستوياتها بدءا من: المؤسسة، إلى القطاع، إلى الدولة، فهذه المستويات الثلاثة تربطها علاقة تكاملية، إذ أن إحداها تؤدي إلى الأخرى، فلا يمكن الوصول إلى دولة ذات مزايا تنافسية إلا بوجود قطاع له قدرة تنافسية، ووجود قطاع تنافسي هو نتيجة لوجود مؤسسات تنافسية، وفي المقابل فإن تحقيق الدولة لمعدل مرتفع ومستمر لدخل الفرد يعد دليلا على أن النشاطات الاقتصادية المختلفة تمتلك في مجملها ميزة تأهلها للمنافسة على الصعيد الدولي.

وعلى ضوء ما سبق سنقوم بتعريف التنافسية حسب مستوياتها المختلفة كالتالي:

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أولاً: مفهوم التنافسية على مستوى الدولة:

لقد عرفها بورتر Porter بقوله أن المفهوم الشامل للتنافسية الدولية هو: "الإنتاجية"، فالهدف الأساسي لأي دولة هو تحقيق مستوى مرتفع من الإنتاجية ورفع مستوى المعيشة لأفرادها (شمت، 2010، صفحة 36)

وتعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (1997): هي "الدرجة التي يمكن وفقها وفي شروط سوق حرة وعادلة إنتاج السلع والخدمات التي تواجه أذواق الأسواق الدولية في الوقت تحافظ فيه على توسع الدخل الحقيقية للشعوب على المدى الطويل" (وديع، القدرة التنافسية وقياسها (سلسلة جسور التنمية) العدد 24، 2003، صفحة 6)

كما عرفتها أيضا من جهة أخرى أن التنافسية الدولية هي "القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تواجه اختبار المزاومة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسيع الدخل المحلي الحقيقي" (وديع، القدرة التنافسية وقياسها (سلسلة جسور التنمية) العدد 24، 2003، صفحة 6)

ويعتبر تعريف المالية في مجال الاقتصاد Tyson Laura D'andrea من أكثر تعريفات التنافسية رواجاً حيث عرفتها: "التنافسية هي القدرة على إنتاج منتجات وخدمات تنجح في اختبار المنافسة الدولية في حين يتمتع مواطنوها بمستوى معيشة متمم ومستديم على حد سواء. (عباري و نصيب، 2002، صفحة 13)

وكما تعرف أيضا على أنها: تعكس قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع ومستمر لمستوى دخل أفرادها، ففي حين تقتضي الميزة النسبية المنافسة على أجور منخفضة، فإن الميزة التنافسية تقتضي تحسين الإنتاجية للمنافسة في نشاطات اقتصادية ذات أجور مرتفعة، الأمر الذي يضمن تحقيق معدل نمو مرتفع ومستمر لدخل الفرد. (رزيق و مسدور، 2003، صفحة 201)

ومنه يمكننا تعريف التنافسية على مستوى الدولة على أنها: "قدرة البلد على زيادة حصصها في السوق الدولية ومدى قدرة اندماج اقتصادها في الاقتصاد العالمي".

ثانياً: مفهوم التنافسية على مستوى القطاع:

وتعني "قدرة المؤسسات في قطاع معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية". (مسعداوي، 2005، صفحة 3)

وبالتالي تتميز تلك الدولة في هذه الصناعة وتقاس تنافسية صناعة معينة من خلال الربحية الكلية للقطاع وميزانه التجاري ومحصول الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل والخارج بالإضافة إلى مقاييس متعلقة بالتكلفة والجودة للمنتجات على مستوى الصناعة. (رزيق و مسدور، 2003، صفحة 202)

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ثالثا: التنافسية على مستوى المؤسسة:

يعتبر هذا المستوى من مستويات التنافسية هو الذي يتعلق بموضوع البحث، وهو سنطرق إليه كالآتي:

فالتنافسية على مستوى المؤسسة هي: "قدرة المؤسسة على تلبية رغبات المستهلكين المختلفة من خلال توفير سلع وخدمات ذات نوعية جيدة تستطيع بواسطتها النفاذ إلى الأسواق في الوقت المناسب والسعر المناسب". (الطائي و عباس الخضير الخفاجي، 2009، صفحة 147)

ويقصد بالتنافسية الجهود والابتكارات والإجراءات والضغوط وكافة الفعاليات الإدارية التسويقية، الإنتاجية، التطويرية التي تمارسها المؤسسات من اجل الحصول على شريحة أكبر ورقعة أكثر اتساعا في الأسواق التي تهتم بها. (فرحات، 2016، صفحة 50)

وتعرف على أنها القدرة المنتظمة ذات المر دودية على تسليم السلع والخدمات التي يرغب الزبائن في اقتنائها. (شهاب، 2011، صفحة 8)

فالتنافسية على مستوى المؤسسة ترتبط بمنتجاتها (التميز أو التنافسية خارج السعر)، أسعارها (تنافسية السعر/ التكلفة)، وموقعها في السوق. (وديع، مسح في مؤشرات التنافسية، 2001، صفحة 8)

وتعرف التنافسية على صعيد المؤسسة بأنها: القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق الدولية، مما يعني نجاحا مستمرا لهذه المؤسسة على الصعيد العالمي في ظل غياب الدعم والحماية من قبل الدولة، ويتم ذلك من خلال رفع إنتاجية عوامل الإنتاج الموظفة في العملية الإنتاجية (العمل ورأس المال والتكنولوجيا). ويعد تلبية حاجات اللب المحلي المتطور خطوة أساسية في تحقيق القدرة على تلبية الطلب العالمي والمنافسة دوليا. (عطية، 2007، صفحة 286)

كما تعرف بأنها " قدرة تميز المنظمة على المنافسين في الجودة، السعر، توقيت التسليم أو الخدمات ما قبل أو بعد البيع وفي الابتكار والقدرة على التغيير السريع الفاعل" (أحمد سيد، 2003، صفحة 15)

وبالتالي من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن التنافسية على مستوى المؤسسة هي "القدرة على تلبية رغبات المستهلكين بتوفير منتجات ذات جودة عالية وبأسعار منافسة وفي الوقت المناسب تستطيع من خلالها الحصول على حصة سوقية كبيرة.

الفرع الثاني: أسباب تنافسية المؤسسة.

هناك أسباب وعوامل من شأنها أن تؤدي إلى حصول التنافسية بمختلف المستويات ولعل من أهمها ما يلي: (بن بوزيد، 2012، صفحة 45)

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- تعدد الفرص في السوق العالمي بعد انفتاح الأسواق أمام حركة تحرير التجارة الدولية نتيجة الاتفاقيات مع منظمة التجارة العالمية؛
- وفرة المعلومات في الأسواق العالمية نتيجة تقنيات المعلومات والتكنولوجيات التي أدت إلى تسهيل عملية البحث؛
- سهولة الاتصال أو تبادل المعلومات بين المؤسسات المختلفة وفيما بين وحدات وفروع المؤسسة الواحدة بفضل شبكة الانترنت وشبكات الانترنت وغيرها من آليات الاتصالات الحديثة وتطبيقات المعلوماتية المتجددة؛
- سمح التحالف بين المؤسسات الكبرى في مجالس البحث والتطوير إلى تدفق نتائج هذه البحوث وتسارع عمليات الإبداع والابتكار؛
- مع زيادة الطاقات الإنتاجية وارتفاع مستويات الجودة والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد في الصناعات كثيفة الأسواق، تحول السوق إلى سوق مشتريين؛ تتركز القوة الحقيقية فيه للعملاء الذين انفتحت أمامهم فرص الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة لإشباع رغبتهم بأقل تكلفة وبأيسر الشروط، ومن ثم تصبح التنافسية هي الوسيلة الوحيدة للتعامل في السوق من خلال العمل على اكتساب وتنمية القدرات التنافسية؛
- كما أن هناك عدة أسباب وعوامل من شأنها أن تؤدي إلى حصول التنافسية بمختلف مستوياتها نذكر منها:
(اوريسي، 2012، صفحة 12)
- التسارع في عمليات الإبداع والابتكار اليومية نتيجة البحث والتطوير للمنتجات؛
- زيادة فرص الاختيار والمفاضلة أمام العملاء بين البدائل المتعددة والمتاحة في السوق التي تؤدي إلى إشباع رغبتهم بأقل تكلفة وأيسر الشروط؛
- زيادة عدد المؤسسات في قطاع معين وهذا يعتبر عامل هام يؤدي لزيادة التنافسية؛
- سهولة أو صعوبة دخول بعض المؤسسات للسوق، فكلما كان دخولها للسوق سهلا كلما زادت شدة المنافسة والعكس تماما؛
- العلاقة بين حجم المنتجات التي يطلبها الأفراد في السوق وتلك الكمية التي تستطيع المؤسسات تقديمها وعرضها؛

الفرع الثالث: أنواع التنافسية.

يمكن تصنيف التنافسية إلى عدة أنواع، وسيتم تفصيلها كالتالي:

تنافسية المنتج وتنافسية المؤسسة، وهي كالاتي: (دحماني و ناصور، 2006، صفحة 6)

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

1. تنافسية المنتج: تعتبر شرطا لازما لتنافسية المؤسسة ولكنه ليس كافيا، وكثيرا ما يعتمد على سعر تكلفة وحيد لتقويم تنافسية منتج معين ويعد ذلك أمرا مضللا باعتبار أن هناك معايير أخرى قد تكون أكثر دلالة، وعليه يجب اختبار معايير معبرة تمكن من التعرف الدقيق على وضعية المنتج في السوق في وقت معين.
2. تنافسية المؤسسة: يتم تقويمها على مستوى أشمل من تلك المتعلقة بالمنتج، حيث لا يتم حسابها من الناحية المالية في نفس المستوى من النتائج، فتنافسية المؤسسة عن تقويمها يتم الأخذ بعين الاعتبار هوامش كل المنتجات من جهة والأعباء الإجمالية من جهة أخرى، فإذا زادت هذه المصاريف وفاقت الهوامش واستمر ذلك لمدة أطول فإن ذلك يؤدي إلى خسائر كبيرة يصعب على المؤسسة تحملها ومن ثمة فالمؤسسة مطالبة بتقديم قيمة لربائنها، ولا يتم ذلك إلا إذا حققت قيمة إضافية في كل مستوياتها.

وهناك التنافسية الملحوظة والقدرة التنافسية: (وديع، القدرة التنافسية وقياسها (سلسلة جسر التنمية) العدد 24، 2003، صفحة 7)

1. التنافسية الملحوظة: تعتمد هذه التنافسية على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية، غير أنه لا يجب التفاؤل بشأن هذه النتائج لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق أو عن ظروف جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية، فالنتائج الإيجابية في المدى القصير قد لا تكون كذلك في المدى الطويل.
 2. القدرة التنافسية: تستند القدرة التنافسية إلى مجموعة من المعايير حيث أن هذه الأخيرة تربطها علاقات متداخلة فيما بينها، فكل معيار يعتبر ضروري، لأنه يوضح جانبا من القدرة التنافسية وتبقى المؤسسة صامدة في بيئة مضطربة، ولكنه لا يكفي بمفرده وعلى خلاف التنافسية الملحوظة، فإن القدرة التنافسية تختص بالفرص المستقبلية، وبنظرة طويلة المدى من خلال عدة دورات استغلال.
- كما نجد تصنيفات أخرى لأنواع التنافسية يمكن ذكرها كما يلي:

1. تنافسية التكلفة أو السعريّة: فالبلد ذو التكاليف الأقل يمكنه تصدير السلع لإلى الأسواق الخارجية، ويدخل هنا أثر سعر الصرف.
2. التنافسية غير السعريّة: وذلك باعتبار أن حدود التنافسية معرفة بالعديد من العوامل غير السعريّة، مما أدى إلى بعض الكتاب يتكلمون في مكونات غير السعريّة في التنافسية.
3. التنافسية النوعية: ويشمل بالإضافة إلى النوعية والملائمة عنصر والابتكارية، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذات النوعية الجيدة والأكثر ملائمة للمستهلك وحيث المؤسسات المصدرة ذات السمعة الحسنة في السوق يتمكن من تصدير سلعة حتى ولو كانت بأعلى سعر من سلع منافسيه.
4. التنافسية التقنية: وتتنافس والمشروعات من خلال النوعية في الصناعات عالية التقنية.
5. التنافسية الظرفية: وتركز على مناخ الأعمال وعمليات المؤسسة واستراتيجياتها.

6. التنافسية المستدامة: وتركز على الإبداع التكنولوجي ورأس المال البشري والفكري.

المطلب الثاني: أبعاد واستراتيجيات التنافسية والعوامل المؤثرة فيها.

تعتبر أبعاد واستراتيجيات التنافسية من أهم العناصر التي تمكن المؤسسة من تحقيق أداء أفضل مقارنة بمنافسيها، حيث سنتطرق في هذا المطلب إلى أبعاد واستراتيجيات التنافسية والعوامل المؤثرة فيها وقوى التنافسية.

الفرع الأول: أبعاد التنافسية والعوامل المؤثرة فيها.

أولاً: أبعاد التنافسية:

تتنافس المؤسسة وفق مؤشرات تنافسية مختلفة، تمكنها من تحقيق التفوق والأفضلية على باقي المنافسين، ولقد اختلف الكتاب الباحثين في تحديد أبعاد ومؤشرات التنافسية وذلك بحسب وجهات نظرهم المختلفة، إلا أنه هناك بعض منها كانت محل اتفاق وقد انحصرت في المؤشرات التالية (التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم، الإبداع). وسنقوم بتناولها كما يلي:

1. التكلفة: (Cost): وتعني إنتاج وتقديم المنتجات بأقل تكلفة ممكنة، وتتضمن تكلفة العمل والمواد والمصاريف المباشرة والغير المباشرة. أو هي عبارة عن كلفة البضاعة المباعة في المؤسسات الإنتاجية، ويمكن التعبير عنها كنسبة للمبيعات أو كلفة الوحدة لمنتجات معينة وتقارن مع تكاليف المنافسين والتي تظهر في ثلاث مجالات وهي: تقديم منتجات ذات أسعار أقل عما يقدمه المنافسين، وتصنيع منتجات متشابهة وبسرعة أقل والقدرة لمواجهة أسعار المنافسين. (اللامي، 2007، صفحة 22)

ويقوم مدراء العمليات بتحديد كلفة المواد الأولية والعمل والتكاليف الأخرى بهدف تصميم نظام يحدد تكلفة الوحدة، وهو ما يمثل قدرة المؤسسة على إنتاج وتوزيع المنتجات بأقل التكاليف، مما يمكنها ذلك من المحافظة أو تعزيز حصتها السوقية، فهذا المؤشر يعتبر هام جداً لتحقيق تنافسية المؤسسة. (الغزاوي و الخفاجي، 2015، صفحة 211)

وتلعب التكلفة دوراً هاماً كسلاح تنافسي، فلا يمكن تحديد أسعار تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف، حتى أن كثيراً من الشركات المتميزة تنافسياً تستهدف أن تكون القائد أو الرائدة في خفض عناصر التكلفة بين منافسيها في نفس الصناعة أو النشاط. (أحمد سيد، 2003، صفحة 21)

2. الجودة: (Quality): وتتمثل في المواصفات والأداء الجيد للمنتج والوظيفة التي تقدمها المنظمة للحصول على نوعية عالية لعمليات التصميم والإنتاج، لذا تركز هذه الأسبقية على خمسة خصائص هي: الثقة بالمنتجات، ونوعية يدركها الزبون، ودرجة أو نسبة مطابقة المنتج مع المواصفات والمعايير المحددة، والمتانة، والتصميم الوظيفي الفعال للمنتج. (الغزاوي و الجرجري، 2010، صفحة 15)

وكما يمثل هذا المؤشر الجوهرى الهدف الأساسى لكل مدير، وقوة كل مؤسسة الذى من خلاله يمكن تعزيز التفوق التنافسي، وهو يفيد المؤسسة في جانبين رئيسيين وهما: (الغزاوي و الخفاجي، 2015، صفحة 211)

— رفع جودة المنتج يؤدي إلى زيادة قيمته إلى الزبون، وهذا بدوره يؤدي لزيادة ربحية المؤسسة.
— تحسين الجودة يؤدي إلى رفع مستوى الكفاءة، ومن ثم تقليل الضياع والمهدر وتوفير التكاليف المرتبطة بعملية الإنتاج، وتقليل المخاطرة والحماية من المنافسين.
وتعتبر الجودة شرطا جوهريا لقبول المنتج بشكل عام سواء بالسوق المحلية أو بالسوق الخارجية، وهي شرط أساسي لزيادة الصادرات.

3. المرونة: (Flexibility): يعد المؤشر الحاسم في أسواق الحاضر والمستقبل، متمثلة بالقابلية على التكيف لتقديم مقادير مختلفة من منتجات متنوعة، وكذلك التكيف مع البيئات المختلفة، وتعد مقياسا لقدرة المؤسسة على تحويل عملياتها وبسرعة من إنتاج منتجها الحالي إلى منتج جديد. (العزاوي و الخفاجي، 2015، صفحة 211)
المرونة هي التكيف مع الطلب والقدرة على الاستجابة له وتشمل نوعين أساسيين من المرونة هما:
— مرونة النوع: وهي التكيف للحاجات الفريدة لكل زبون وتصاميم المنتج الدائمة التغيير، وهنا يتم تلبية المنتجات والخدمات وفقا للتفضيلات الشخصية وتكون لها دورات حياة قصيرة.
— مرونة الحجم: وهي القدرة لتعجيل أو إبطاء معدل الإنتاج لمواجهة التقلبات في الطلب، أو مقدار الوقت الذي تستغرقه عملية الانتقال من مستوى إنتاج إلى آخر، كما أن مرونة الحجم تمثل القدرة على تسليم ما يحتاجه الزبون خلال مهل زمنية أقصر ما يقوم به المنافسون، وبذلك تقاس المرونة بالمهلة الزمنية المطلوبة للاستجابة إلى احتياجات الزبائن.

وتحقق المرونة القدرة تنافسية للمؤسسات عن طريق: (اللامي، 2007، صفحة 24)

- التنوع الواسع في المنتجات لمقابلة احتياجات الزبائن.
- الوفاء بمواعيد التسليم نتيجة القدرة على إجراء تغييرات في حجم وتصميم المنتجات بأقل وقت ممكن.
- تخفيض تكاليف التحول بين المنتجات التي تؤدي إلى تخفيض تكاليف التشغيل.
- متابعة التغييرات المفاجئة في طلبات الزبائن والتكيف معها بأقل التكاليف وخاصة إعادة تصميم المعدات وتسهيلات الإنتاج.

4. التسليم: (Delivery): تسعى الكثير من المؤسسات إلى توسيع قاعدتها من الزبائن بالتركيز على توفير المنتج في المكان والزمان المطلوبين، ويتضمن هذا المؤشر ثلاثة جوانب وهي: السرعة في التسليم، التسليم في الوقت المحدد والمتفق عليه، والسرعة في التهيئة والإعداد. فكلما كان الوقت المنجز لحظة توليد الفكرة من التصميم النهائي والإنتاج قصير جدا، كلما كانت للمؤسسة خاصية تفوق على باقي المنافسين. (العزاوي و الخفاجي، 2015، صفحة 212)
فعندما تكون عمليات الإنتاج للتخزين، تقاس كفاءة التسليم بتوفير الإنتاج عند الطلب عليها، أما عندما تكون عمليات الإنتاج حسب الطلب تقاس بمدى مقابلة جداول التسليم، وفقا لتواريخ الاستحقاق المتفق عليها مع الزبائن، لذلك تبين هذه الأسبقية قدرة المؤسسة لتوفير المنتجات عند الحاجة إليها والتي تقاس وفقا لوقت الإنتاج. (حامد رضوان، 2011، صفحة 26)

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

5. الإبداع: (Innovation): ويعد هذا الأخير من المؤشرات الإستراتيجية المهمة للتفوق التنافسي، وهو الأسبقية الخامسة التي أشارت إليها الأدبيات المعاصرة في إدارة العمليات، وهو عبارة عن تحقيق تطور وعمل خلاق بما يحقق الإبداع في الإنتاج والتكنولوجيا المستخدمة، أو إيجاد طرق جديدة لإنتاج أو توزيع المنتجات بشكل يختلف عما هو قائم في ميادين العمل. (الغزوي و الخفاجي، 2015، صفحة 212)

ويتضمن الإبداع قيام المنظمة بإنتاج سلع أو خدمات، أو استخدام طرق جديدة للمدخلات لم يسبق لها استخدامها، وهذا يعني إجراء تغييرات تكنولوجية معينة، حيث يعد استخدام التكنولوجيا الجديدة في العمل بمثابة إبداع المؤسسة. ويكون الإبداع ناجحاً عندما يتحقق الترابط الواضح للأفكار الجديدة وتكنولوجيا المنتج والعملية، أي الإبداع التقني وما يرتبط ضمناً مع الإبداع الإداري الذي يمثل كنظام إداري جديد (القواعد، والإجراءات، والأدوار، والاتصالات...) وبرامج تطويرية جديدة للعاملين تؤثر بصورة غير مباشرة في إنتاج المنتجات أو تقديم خدمات إلى الزبائن.

ثانياً: العوامل المؤثرة في التنافسية:

تشير الأدبيات الاقتصادية المتخصصة لعدة محددات تؤثر في بناء القدرة التنافسية، وهي بشكل عام مايلي: (فرحات، 2016، صفحة 68)

1. وفرة عوامل الإنتاج (المواد الطبيعية والعملية والتكنولوجيا) وانخفاض تكلفتها.
2. توفر البنية التحتية المحفزة للاستثمار كالمناطق الصناعية المجهزة وشبكات الطرق والموانئ والمطارات... الخ.
3. جودة المنظومة التعليمية وتوفر عمالة محلية ماهرة ومؤهلة لاستخدام التكنولوجيا الحديثة واتقان العمل بها.
4. السياسات الاقتصادية الداعمة كالسياسة النقدية، إضافة إلى السياسة الإنفاقية والسياسية الصناعية اللتين تشجعان البحث العلمي والابتكار، وتتيحان مخرجاتهما للشركات مجاناً أو مقابل أسعار منخفضة.
5. الحوكمة الرشيدة وفعالية المؤسسات وسيادة القانون والعدالة، مما يؤدي إلى إيجاد مناخ الأعمال والحد من البيروقراطية، وجعل الإدارة في خدمة المقاوله وليست عبئاً عليها.
6. جاذبية البلد للاستثمارات المباشرة الأجنبية، خصوصاً تلك التي يكون مصدرها هو الشركات العالمية التي تملك حصصاً هامة من السوق الدولية.
7. سياسات التسويق الخلاقة والمبدعة، التي تستعين بدراسة الأسواق لتطوير منتجات متميزة عن منافسيها وتستجيب لتطلعات المستهلكين، وعلاوة على بناء علامات تجارية قريبة من المستهلكين والترويج لها.

الفرع الثاني: الإستراتيجيات التنافسية:

تعتبر الاستراتيجيات التنافسية من أهم العناصر التي تمكن المؤسسة من تحقيق أداء أفضل مقارنة بمنافسيها، وتتمثل هذه الاستراتيجيات فيما يلي:

أولاً: إستراتيجية قيادة التكلفة:

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعتبر هذه الإستراتيجية على "قدرة المؤسسة على توفير سلعة أو خدمة بتكلفة أقل من منافسيها"، وتركز هذه الإستراتيجية اهتمامها بتخفيض التكلفة إلى أدنى مستوى ممكن دون التأثير على معدل الإنتاج وذلك استنادا لمفهوم الخبرة والاستخدام الأمثل لموارد المؤسسة المتاحة.

ويتطلب تحقيق هذه الإستراتيجية امتلاك المؤسسة لحصة سوقية كبيرة مع حصولها على المواد الأولية بسهولة بالرغم من أن بعض المؤسسات قد تواجه خسائر حمة لتكوين حصة سوقية كبيرة.

ويرى (Porter) أن اعتماد هذه الإستراتيجية سوف يقلل من حجم التحديات في المركز الذي تحتله هذه المؤسسات، ولا يقلل من جودة المنتج، كما أنها توفر عوائد مالية مقارنة بالمنافسين والأمر الأساسي هو أن يتم إدراك السعر المنخفض من قبل العملاء لأن هذا سوف ينعكس إيجابيا على تعظيم الحصة السوقية للمؤسسة. (السيد، 2000، صفحة 224)

ثانيا: إستراتيجية التميز:

تعمل هذه الإستراتيجية على تمييز المنتجات التي تقدمها المؤسسة من خلال شيء متميز ومنفرد. ويمكن لصيغ التميز أن تتخذ عدة أشكال (التصميم، النوعية، التكنولوجيا خدمات الزبائن وشبكات التوزيع... الخ).

ووفقا لهذه الإستراتيجية فإن المؤسسة تقوم بتمييز منتجاتها الأخرى المنافسة، ويرتكز هذا الخيار في أن تتمكن المؤسسة من تلبية حاجات ورغبات عملائها بطريقة فريدة ومتميزة، من خلال تقديم منتجات مبدعة وذات نوعية عالية. (الركابي، 2004، صفحة 163)

1- المجالات التي يمكن التميز فيها: أهم مجالات الميز التي تحقق ميزة تنافسية لمدة أطول هي:

➤ التمييز على أساس التفوق الفني.

➤ التمييز على أساس الجودة.

➤ التمييز على أساس تقديم خدمات مساعدة أكبر للمستهلك.

➤ التمييز على أساس تقديم المنتج قيمة أكبر للمستهلك نظير المبلغ المدفوع فيه.

2- الشروط اللازمة لتطبيق إستراتيجية التميز: حتى تحقق إستراتيجية التميز مزايا أكبر لا بد من وجود عدة مواقف منها:

➤ عندما يقدر المستهلكون قيمة الاختلافات في المنتج أو الخدمة ودرجة تميزه عن غيره من المنتجات.

➤ تعدد استخدامات المنتج وتوافقها مع حاجات المستهلك.

➤ عدم وجود عدد كبير من المنافسين يتبع نفس إستراتيجية التميز.

3- عوامل تحقيق ميزة التميز: يمكن إتباع إستراتيجية تميز ناجحة من خلال تحقيق الأنشطة التالية:

➤ شراء مواد خام جيدة تؤثر على جودة المنتج النهائي.

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- تكثيف جهودات البحث والتطوير اتجاه المنتج، بحيث تتمكن من احتلال مركز قيادي بشأن تقديم منتجات جديدة في السوق.
- عملية التصنيع: التركيز على عدم وجود أي عيوب تصنيع، تصميم أداء فائق للغاية من الناحية الهندسية، صيانة، استخدامات مرنة للمنتج وأخيرا جودة المنتج.
- نظام تسليم في أقصر زمن.
- أنشطة التسويق والمبيعات وخدمة المستهلك التي تؤدي إلى تقديم المساعدة الفنية للمستهلك، صيانة أسرع، وخدمات إصلاح أفضل، معلومات أكثر للمستهلك على كيفية استخدام المنتج وأخيرا التشغيل السريع للأوامر والطببات.

ثالثا: إستراتيجية التركيز:

تعتمد المؤسسة من خلال هذه الإستراتيجية على تقسيم السوق إلى قطاعات لتتعامل مع قطاع واحد، فتوجه كافة مواردها على هذا القطاع، حيث تستعمل معه إما قيادة التكلفة أو إستراتيجية التميز مع ضرورة متابعة نمو القطاع المعني لأن سرعة النمو من عدمها تؤثر على رغبة المنافسين في الدخول إلى القطاع.

أي أنه هناك بديلين لتطبيق هذه الإستراتيجية: يتمثل الأول في الاهتمام بمركز التكلفة: وهو العمل من أجل تخفيض التكاليف، والثاني الاهتمام بالتميز من خلال البحث عن خصائص التميز داخل القطاع المستهدف. (بن حبتور، 2004، صفحة 189)

1- الشروط اللازمة لتطبيق إستراتيجية التركيز: تتحقق الميزة الناتجة عن استخدام إستراتيجية التركيز أو التخصص في الحالات التالية:

- تواجد مجموعات متميزة من المشتريين ممن لهم حاجات مختلفة أو يستخدمون المنتج بطرق مختلفة.
- عندما لا يحاول أي منافس التركيز في نفس القطاع السوقي المستهدف.
- عندما لا تسمح موارد المؤسسة إلا بتغطية قطاع سوقي معين.
- عندما تشتد حدة عوامل التنافس الخمس، بحيث تكون بعض القطاعات أكثر جاذبية عن غيرها.

2- كيفية الدخول في إستراتيجية التركيز: هناك خطوتين للدخول في إستراتيجية التركيز وهما:

- اختيار وتحديد أي قطاع من قطاعات الصناعة يتم التنافس فيه.
- تحديد كيفية بناء ميزة تنافسية في القطاعات السوقية المستهدفة.
- ولاختيار أيمن القطاعات يتم التركيز عليه، فلا بد من تحديد مدى جاذبية القطاع بناء على معرفة حجم القطاع ، ربحيته، مدى شدة قوى التنافس فيه، أهمية الإستراتيجية، ثم تتم المقارنة بين إمكانيات المؤسسة وحاجات القطاع السوقي.

3- كيف تتحقق ميزة التركيز: تتحقق ميزة تنافسية في ظل إستراتيجية التركيز من خلال:

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

➤ النجاح في تحقيق قيادة التكلفة.

➤ التمييز في القطاع أو القطاعات المستهدفة.

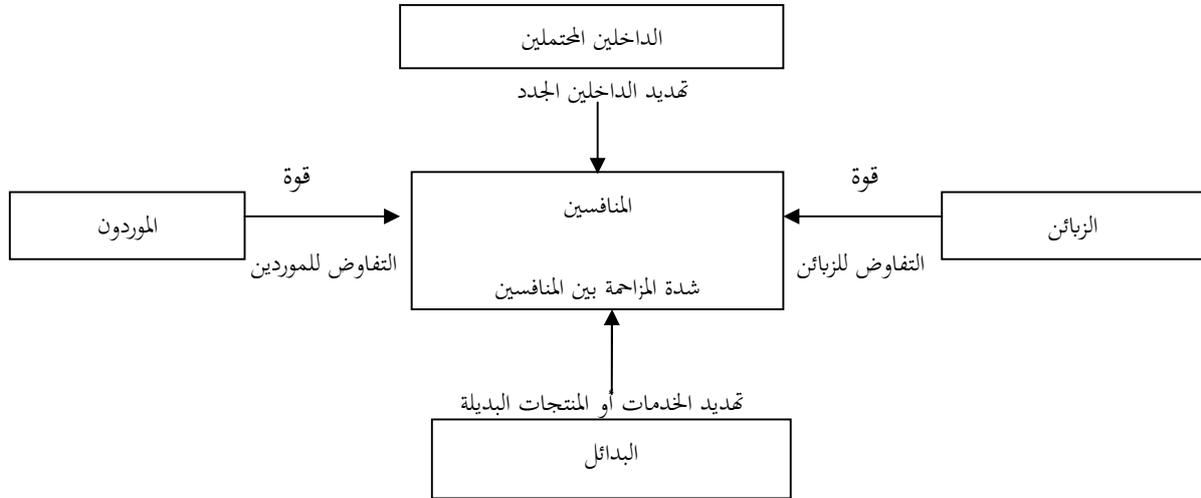
- وما سبق يتضح أن المؤسسة ثلاث استراتيجيات عامة تتبعها وفقا لظروفها من اجل تحقيق ميزة تنافسية تضمن لها البقاء والنمو والاستمرارية.

الفرع الثالث: القوى التنافسية

تنشط المؤسسات في بيئة تتميز بالتغيير المستمر ينبغي معرفة مكوناتها الرئيسية واتجاهاتها المستقبلية حتى يمكن التأثير فيها وتحديد أثارها السلبية. وحتى تتمكن المؤسسة من البقاء والتموقع في السوق فهي مطالبة بالمعرفة الدقيقة للتنافسية والإلمام بكل ما من شأنه أن يساهم في تنميتها فحسب Porter لا يعني دوما المؤسسة التي تقوم بتقديم نفس البضاعة أو الخدمة التي تقدمها مؤسستنا لإشباع حاجات الزبائن وإنما هو كل من يساومها ويحاول أن يقطع جانبا من أرباحها.

وقسم Porter قوى التنافس إلى خمس عوامل وهي كالآتي:

الشكل رقم (1): نموذج قوى التنافس لبور تر " Porter "



المصدر: (بن حبتور، 2004، صفحة 72)

ويعمل كل واحد من هؤلاء المنافسون على تحدي المؤسسة بشكل مختلف كالتالي:

أولا: تهديدات الداخلين الجدد.

يحمل الداخلون الجدد على القطاع قدرات جديدة لا يمكن تجاهلها، حيث تكون لهم الرغبة في اقتحام حصص السوق، وهذا قد يخلق قواعد جديدة ويغير من الوضعية التي كانت تحتلها المؤسسات ويتمثل هذا التأثير في انخفاض هوامش الربح الذي سيشجع

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

على حرب الأسعار أو ارتفاع التكاليف، وتحدد درجة الخطورة للدخلين الجدد من خلال نوعية حواجز الدخول التي يفرضها قطاع النشاط.

وبناء على ذلك نجد 06 عوامل كبرى تشكل حواجز الدخول و الخروج وهي:

- 1_ اقتصاديات الحجم.
- 2_ تميز المنتج.
- 3_ الاحتياج إلى رأس المال.
- 4_ تكاليف التبديل.
- 5_ الوصول إلى قنوات التوزيع.
- 6_ السياسة الحكومية.

ثانيا: شدة المزاومة: تسعى المؤسسات الموجودة في نفس القطاع لكسب موقع متميز في السوق، وهذا بالاعتماد على خطط مبنية على منافسة من خلال: الأسعار، الإشهار، إطلاق منتج جديد، تحسين الخدمات والضمانات الملائمة للزبون. ولهذه العمليات آثار مهمة على المنافسين مما تدفعهم إلى بذل الجهود للرد على هذه العمليات، وتوصف المزاومة في بع القطاعات على أنها قوية بينما توصف في قطاعات أخرى على أنها ضعيفة. (رفراي، 2004، صفحة 47)

ثالثا: تهديدات المنتجات البديلة.

تزداد أهمية المنتجات البديلة كقوة تنافسية مؤثرة في صناعة ما، وقد تكون وضعية القطاع إزاء المنتجات البديلة مرتبطة بعمليات جماعية أخرى، أما المنتجات التي يجب أن تكون محل مراقبة فهي تلك التي يتجه تطورها نحو تحسين العلاقة (الجودة والسعر)، مقارنة بتلك المنتجات التي تصنع من قبل قطاعات أين تكون الربحية أكبر. (نبيل مرسي، 1997، صفحة 77)

رابعا: قوة تفاوض الزبائن: حيث أن تأثير الزبائن على المؤسسة يتمثل في قدرتهم على التفاوض في تدنية الأسعار ورفع النوعية وتنويع الخدمات، الأمر الذي يكون له تأثير على مردودية المؤسسة ويكون هذا التأثير في الحالات التالية: (رفراي، 2004، صفحة 48)

1_ تجمع المشترين في عملية الشراء (توحيد مشترياتهم).

2_ أهمية المنتج بالنسبة للمشتري وتوفرهم على المعلومات الكاملة.

3_ سهولة الحصول على المنتجات المطلوبة وخاصة التي تتسم بالنمطية.

4_ ارتباطهم بالمستهلكين مباشرة تجعلهم في مركز قوة.

خامسا: قوة تفاوض الموردين.

يحدث أن يهدد الموردون مؤسسات القطاع وبالتالي على مردوديتهم، وذلك بتحكمهم في أسعار المواد الأولية أو النصف مصنعة وزيادة على ذلك فرضهم لشروط بيع معينة أو امتلاكهم الحق في بعض الأنشطة التسويقية كالتوزيع

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

مثلاً، ويمكن أن تكون للموردين القدرة على التأثير في الحالات التالية:

1_ عندما يكون العرض مركز.

2_ عدم وجود منتجات احتلالية تنافسية المنتوجات التي يتعامل بها الموردون.

3_ المنتوجات التي في حوزة الموردين ضرورية لقيام المؤسسة بمهامها.

بعد عرض قوى التنافس الخمس التي جاء بها porter يتضح لنا أنها تهدد المؤسسات بشكل مباشر ومستمر حيث تهدف إلى تحديد ومعرفة جاذبية القطاع، فهي تدفع المؤسسات إما إلى النمو وهذا بالاستفادة من الفرص التي تتيحها وإما إلى الزوال إذا ما فشلت في تطوير هذه البيئة.

المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحقيق التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إذا نظرنا إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال نجده شهد تطورا كبيرا، وهذا ما ساهم في خلق تنافسية كبيرة وحادة بين مختلف القطاعات والمؤسسات سواء الصغيرة والمتوسطة، حيث سنتناول في هذا المبحث:

-علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتنافسية.

- تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاستراتيجيات التنافسية.

- تنافسية المؤسسة في ظل استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المطلب الأول: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتنافسية.

سنتناول في هذا المطلب علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بجميع أبعاد التنافسية (التكلفة، الجودة، التسليم، الإبداع والمرونة).

الفرع الأول: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتكلفة

إن الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإرفاقه كل التكاليف اللازمة له أثر على الإنتاجية مماثل لذلك الأثر الناجم عن الاستثمار في أحد عوامل الإنتاج الأخرى.

وبما أن المؤسسة تسعى إلى تحقيق التنافسية من خلال إنتاج وتوزيع المنتجات بأقل التكاليف، وجب على المؤسسة التركيز على التكنولوجيا الحديثة، لغرض التخلص من النفقات والمصاريف غير الضرورية في العمليات الإنتاجية وتقليص حالات الهدر والضياع في المواد الأولية والوقت، وكذا تقليص النفقات التسويقية والتوزيع. (العزاوي و الخفاجي، 2015، صفحة 211)

الفرع الثاني: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجودة

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مسعى الجودة على المستويات التالية:

أولا: التوجه بالزبون.

حيث أنه بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبح الزبون شريكا لدى المؤسسة، وله إمكانية المشاركة في التصميم وطريقة إنتاج المنتج، عن طريق برامج خاصة يمكن الدخول إليها من موقع المؤسسة على الشبكة.

ثانيا: الاتصال والاستعلام حول وضعية الاتفاقيات القائمة بين الزبون والمؤسسة وحول إمكانية تحسينها وتبسيطها، حيث أنه يمكن نشر المعلومة حول المستجدات التي يمكن أن تهم الزبون.

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ثالثا: التفاعلية.

وهي المفاهيم التي أعطتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال دفعا جديدا، فبإمكان الزبون التدخل في أي لحظة لمناقشة اتفاقاته أو طبيعة الخدمة المطلوبة، أو حتى إلغاء الاتفاق المبرم.

ومنه عند تبني قدرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ينبغي زيادة العمل على تحقيق الجودة العالية، سواءا كان عن طريق المقدرات الجوهرية أو العمليات أو التكنولوجيا، وذلك من أجل كسب ثقة الزبون بالمنتج الذي تود المؤسسة طرحه في السوق، وبالتالي تحقيق التنافسية. (بن بوزيد، 2012، صفحة 152)

الفرع الثالث: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتسليم:

فالمؤسسة التي تتبنى قدرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ينبغي أن تتمتع بالسرعة اللازمة لتطوير منتجاتها وبحسب ما يحتاجه الزبون، فضلا عن تقليل وقت انتظار الزبون وتسليم المنتج في الوقت المحدد، وذلك عن طريق الزيادة في البحث على طرق التسليم السريعة والسرعة في تطوير المنتج، وأيضا البحث على وسائل أخرى يمكن أن تساعد في تقليل وقت الانتظار. (العزاوي و الخفاجي، 2015، صفحة 212)

الفرع الرابع: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالإبداع

مع التطور السريع والحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتوفر لهذه المؤسسة فضاءات جديدة للعمل سواءا على المستوى الداخلي والخارجي حيث أصبح بإمكانها الانفتاح على المحيط وتحديث قاعدة بياناتها باستمرار بفضل تكنولوجيا الانترنت وبالتالي تسيير أفضل لعملية الإبداع.

وتؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المؤسسة التي تتبنى مشروعا إبداعيا من خلال التأثير على متطلبات الإبداع والمتمثلة في: (قوراري، 2013، صفحة 285)

- 1- تكوين نظام معلوماتي فعال.
- 2- بناء نظام يقظة فعال وتحسين علاقة المؤسسة مع محيطها.
- 3- تعزيز الذاكرة التنظيمية.
- 4- بناء مؤسسة متعلمة: ويتطلب ذلك التمكين الشخصي، النماذج الفكرية، التعلم الجماعي، الرؤية المشتركة التفكير، فأهمية المؤسسة المتعلمة تنبع من أهمية العلاقة القائمة بين الإبداع والتعلم.

الفرع الخامس: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمرونة:

عند العمل بقدرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال يجب العمل ما بين جميع أنواع المرونة (مرونة الإنتاج ومرونة السوق، المحيط...)، واستبعاد بعض العناصر أو المتطلبات التي تعد غير ضرورية لعملية الإنتاج، وبهذه الحالة فإن هذا التغيير سينعكس

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

على التكاليف الكلية للمنتج، ومن ثم سيطر المنتج بسعر أقل وجودة أعلى للزبون. (العزاوي و الخفاجي، 2015، صفحة 211)

من خلال ما تم دراسته في هذا الفصل يتبين لنا أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي عبارة على مجموعة من الأدوات التقنية الحديثة والمتطورة، تعمل على جمع وتخزين ومعالجة المعلومات وإتاحتها في الوقت المناسب وإيصالها باستخدام أجهزة الاتصال المختلفة كالهاتف الثابت والنقل والفاكس والبريد الإلكتروني والانترنت وغيرها، وهي بذلك تساهم في تحسين التنافسية للمؤسسة، من خلال تفعيل أبعادها والمتمثلة في التكلفة والجودة، التسليم، المرونة، الإبداع. وكذا من خلال محاولة تحقيق الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة والمتمثلة في: إستراتيجية قيادة التكلفة والتي تعد حامة وأساسية، إستراتيجية التميز، وأخيرا إستراتيجية التركيز.

المطلب الثاني: الإستراتيجيات التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقوى التنافسية.

يظهر دور تكنولوجيا المعلومات في دعم الميزة التنافسية من خلال دراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال، على القوى التنافسية، حيث سنستعرض في هذا المطلب القوى التنافسية والاستراتيجيات التنافسية في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

الفرع الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقوى التنافسية.

وتتمثل هذه القوى التنافسية فيما يلي:

- القوى التفاوضية للموردين.
- القوى التفاوضية للمشتريين.
- التهديد بدخول منافسين جدد في الصناعة.
- التهديد الناتج عن ظهور سلع وخدمات بديلة.

والجدول التالي يصف كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات لمواجهة القوى التنافسية المختلفة مما يساعد في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

جدول رقم (4): دور تكنولوجيا المعلومات في مواجهة القوى التنافسية

القوى التنافسية	استخدام تكنولوجيا المعلومات لمواجهة هذه القوى
القوى التفاوضية للموردين	- اختيار أفضل الموردين - تهديد الموردين بالتكامل الراسي الخلفي وعم الاستعانة بهم
القوى التفاوضية للمشتريين	- الاختيار السليم للمشتريين - التمييز والاختلاف
خطر المنافسين الجدد	- وضع قيود على دخول المنافسين الجدد - اقتصاديات الحجم الكبير - تمييز المنتج - الوصول إلى قنوات التوزيع
التنافس بين المؤسسات القائمة (وضع المنافسين الحاليين داخل الصناعة)	- التكلفة/الفعالية - الوصول للسوق - تمييز المنتج - تقديم خدمات متميزة
خطر المنتجات البديلة	- استخدام تكنولوجيا المعلومات في تقليص زمن تطوير المنتجات الجديدة لإحلالها محل المنتجات الحالية أو التكامل معها.

المصدر: (علي موسى، 2007، الصفحات 39-40)

يشير الجدول أعلاه إلى كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات في تغيير توازن القوى لصالح المؤسسة، حيث يمكنها أن تمثل قيد الدخول المنافسين الجدد إلى السوق من خلال اقتصاديات الحجم، زيادة تكلفة التحويل من صناعة لأخرى وتميز المنتجات، وقيود الوصول إلى الأسواق الرئيسة أو قنوات التوزيع. كما توفر تكنولوجيا المعلومات شبكات اتصالات فورية ومباشرة مما يسهل عملية التواصل مع الأطراف الخارجية.

الفرع الثاني: الإستراتيجيات التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أضاف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال إستراتيجيتين جديدتين حيث حققت المنظمات من خلالهما مزايا تنافسية هما: إستراتيجية الصلة وإستراتيجية القيادة المعلوماتية، هذا بالإضافة إلى الإستراتيجيات التقليدية المتمثلة في قيادة التكاليف، التمييز والتركيز. وفيما يلي سيتم استعراض هذه الإستراتيجيات: (مُجد شرفا، 2008، الصفحات 70-71)

أولاً: إستراتيجية قيادة التكلفة

تحقق هذه الإستراتيجية مزايا تنافسية من خلال الرقابة الصارمة على التكاليف وهو ما يجعل المنظمة تحقق أرباح أكبر من منافسيها، لذا فإن المعلومات الكاملة عن التكاليف تسمح للمؤسسة بالرقابة الأفضل على هذه التكاليف وتعطي المؤسسة

الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ميزة تنافسية لا تتوافر لغيرها من المنافسين الذين لا تتاح لهم مثل هذه المعلومات عن التكاليف. كما أن المؤسسة تستخدم معلوماتها الداخلية من أجل تخفيض تكاليفها من خلال كفاءة عمليات الإنتاج والتوزيع.

ثانيا: إستراتيجية التمييز

تهدف المؤسسات إلى تمييز المنتجات التي تقدمها عن منتجات المنافسين، وهذا التمييز يحتاج إلى معلومات دقيقة عن السوق متضمنة معلومات تفصيلية عن منتجات المنافسين، احتياجات المستهلكين والمتغيرات البيئية المختلفة سواء كانت اقتصادية، اجتماعية، سياسية أو تكنولوجية، ومما لا شك فيه أنه لا يمكن توفير مثل هذه المعلومات في الوقت المناسب وبالذقة المطلوبة بدون استخدام تكنولوجيا المعلومات.

ثالثا: إستراتيجية التركيز

تحقق المؤسسة الميزة التنافسية في ظل هذه الإستراتيجية عن طريق التركيز على قطاع سوقي معين، وبالتالي تحتاج المؤسسات إلى معلومات عن طبيعة الأسواق المتاحة وخصائص المنافسين بما حيث يتم توفير وتحليل هذه المعلومات باستخدام التكنولوجيا المعلومات.

رابعا: إستراتيجية الصلة (الارتباط)

تحصل المؤسسة على ميزة التنافسية من خلال بناء علاقة قوية و متميزة مع العملاء، الموردين والمنافسين وهذا يتطلب معلومات على رغبات المستهلكين، الترتيبات الخاصة بالموردين والعلاقات المحتملة مع المنافسين. وفي هذا الصدد تساهم تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير في دراسة وتحليل هذه المعلومات بما يخدم أهداف المؤسسة.

خامسا: إستراتيجية قيادة المعلومات

تتم زيادة قيمة المنتجات من سلع وخدمات من خلال توفير المعلومات والمعرفة الخاصة بها، فعلى سبيل المثال تقوم بعض المنظمات بتقديم بعض التقارير مختصرة للعملاء تتضمن المعلومات عن المنتج وعن السوق. وتتعامل بعض المنظمات مع موقعها على شبكة الإنترنت على أنه جزء هام من استثماراتها، وتقوم بتزويد هذا الموقع بمعلومات جاهزة يمكن تحميلها بواسطة المستهلك بإضافة إلى معلومات عن السلع والخدمات التي تقدمها. (علي موسى، 2007، صفحة 44)

الخلاصة:

تعد تكنولوجيا المعلومات من أهم الطرق التي تتعامل معها المؤسسة لكونها تابعة للنسق الداخلي للمؤسسة، لذلك يجب عليها معرفة كيفية استخدام هذه التكنولوجيا على نحو يدعم ويساهم في بناء ميزة تنافسية من خلال إدخالها في مختلف عمليات المنظمة ووظائفها بشكل يسمح لها بالتميز على المنافسين سواء من حيث المنتجات التي تقدمها، كفاءة مواردها البشرية أو من خلال عملية الاتصال بها.

وتساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين التنافسية للمؤسسة من خلال أبعادها والمتمثلة في التكلفة والجودة والتسليم والإبداع وكذلك من خلال محاولة تحقيق الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة والمتمثلة في إستراتيجية قيادة التكلفة والتي تعد جد هامة وأساسية وإستراتيجية التميز وأخيرا إستراتيجية التركيز، حيث يساهم كل منها في تخفيض التكاليف، تحسين الجودة وزيادة الإنتاجية.

ولعل من أهم الأسباب التي تؤدي إلى تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسة هو إدراكها لأهمية هذه التكنولوجيا لأن هذا سيكون له أثر إيجابي في تدعيم تنافسياتها من خلال إيجاد أساليب جديدة لتأدية نشاطاتها وتطوير منتجاتها الحالية.

الفصل الثالث:

الدراسة التطبيقية لفندق نسيب

بسكرة

تمهيد:

لقد عمدنا في الفصول النظرية السابقة إلى إسقاط الضوء على أهم عناصر اشكاليتنا، كما حاولنا الربط فيما بينها في إطار علاقة تأثير من أجل توضيح الأثر الذي يمكن أن تحدثه تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

و لقد اعتمدنا في دراسة الموضوع الذي نحن بصددته على الدراسة التطبيقية أو دراسة الحالة وذلك من أجل إسقاط الجانب النظري على واقع المؤسسة وعليه وقع اختيارنا على احد فروع مجمع نسيب للفندقة "فندق نسيب بسكرة" لتوفر الشروط التالية فيها:

- تمارس نشاط خدماتي، وهي وحدة من قطاع له أهمية في الاقتصاد.
 - تبحث عن جودة الخدمة والتنافسية.
 - كونها مؤسسة تنتمي إلى قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فهي تتخذ قراراتها باستقلالية.
- والتعرف على نظرة المؤسسة تجاه تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمزايا التي يمكن أن تجنيها من استثمارها في هذا المجال، وكيف أثرت على تنافسية المؤسسة، لنصل إلى استنتاج نموذج المؤسسة للبحث عن ميزة تنافسية من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

وعليه قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين رئيسيين كالتالي:

- المبحث الأول: تقديم المؤسسة وتصميم الدراسة، وقمنا بتقسيمه إلى مطلبين: المطلب الأول تناولنا فيه تقديم المؤسسة محل الدراسة، والثاني يتناول تصميم الدراسة.
- المبحث الثاني: عرض المقابلة وتفسير النتائج وقمنا بتقسيمه إلى مطلبين: المطلب الأول عرض المقابلة، والمطلب الثاني سيتناول تفسير النتائج.

المبحث الأول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة "فندق نسيب بسكرة" وتصميم الدراسة.

سنتناول في هذا المبحث التعريف بالفندق وإعطاء لمحة مختصرة عنه وعرض الهيكل التنظيمي له كما سنتناول تصميم الدراسة.

المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة.

سوف نتناول في هذا المطلب لمحة مختصرة عن الفندق وكذلك الهيكل التنظيمي له.

الفرع الأول: لمحة مختصرة عن فندق نسيب بسكرة.

يقع فندق نسيب في 09 شارع الجمهورية بسكرة مقابل "جنان البايك" في ولاية بسكرة، ويعد من أهم الهياكل السياحية في الجنوب الجزائري ويتربع الفندق على مساحة إجمالية تقدر ب 48474 متر مربع، تأسس سنة 1988 بعروس الزيبان بسكرة، أين تم إنشاء وكالة سياحية تنشط في القطاع على شكل مجمع فندقية ويعتبر مجمع "نسيب للسياحة" أحد أكبر المجمعات السياحية في الجزائر، الذي عكف مالكوه على جعله في الصدارة، بقيادة "جمال نسيب" الذي قاده حبه وشغفه لكل ما له علاقة بالفندقة والخدماتية إلى الاستثمار في هذا القطاع، وذهب إلى أبعد من ذلك، حيث استطاع إشراك كل أفراد عائلته في مخططاته ومشاريعه، فاتحدوا وعقدوا العزم على خدمة السياحة في الجزائر، حيث أن بعد الانطلاق في العمل وتكثيف وتيرة النشاط، تم التفتن إلى ضرورة إرفاق الوكالة بفندق، خاصة وأن تلك الفترة كانت تشهد نقصا كبيرا في المرافق والهياكل الفندقية وكذلك المجمعات السياحية، وبعد سنوات قليلة من التجهيز، جهز "فندق نسيب بسكرة" سنة 1992 وكان بذلك ثاني مولود ازدان به المجتمع، ثم تطورت محطاته من فندقية إلى فنادق ووكالات سياحية وأصبح الفندق مستقل عن الفنادق الأخرى، حيث، أنه بعد استكمال مشروع الفندق الأول تم تحويل مقره الاجتماعي إلى العاصمة وبالتحديد برياض الفتح، واستقر رفقة طاقمه هناك لمباشرة عملية الاستثمار وتوسيع المجمع، الذي ضم وعلى فترات متتالية عددا من الفنادق والهياكل السياحية، على غرار فندق "نسيب بيتش" سنة 2004 بزرالدة، القرية السياحية بتبيازة سنة 2009، بالإضافة إلى فندق آخر بمدينة شرشال سنة 2014 واستمرت الانجازات حتى 2015، أين تم فتح الاستثمار على مصراعيه وأنشأنا أول قرية سياحية بالبلح خاصة بالأطفال والعائلات، كما تم الانطلاق في مشروع إقامة فندق في كل ولاية من ولايات الوطن، كما يتم إنجاز مشروع "بالاص بسكرة" وهو عبارة عن صرح سياحي يختص في المعالجة بالرمل للمصابين بأمراض المفاصل، وهو الوحيد من نوعه في المنطقة والذي اختيرت له منطقة "الحاجب" إضافة إلى مشروع إنجاز مشروع آخر بمدينة سيدي عقبة وهو المشروع الذي سينجز بالشراكة مع وزارة الشؤون الدينية، فرع جديد في الولاية (وسط المدينة)، ويعتبر مجمع "مجمع نسيب للسياحة" عائلي مائة بالمائة، ويعتبر صاحب المؤسسة (الفندق) هو نفسه المدير التقني وهو شريك في المؤسسة ويصنف فندق نسيب إلى الفئة السياحية اثنان (02) نجوم لولاية بسكرة، ومن اختصاصات الفندق الأفواج السياحية بالتنسيق مع باقي الفروع في الولايات الأخرى والوكالات السياحية في الولاية ولاتصال الدائم بهم، حيث يعرف هذا الفندق منذ 1994 جملة من الإجراءات قصد الرفع من جودة الخدمات من خلال تكوين وتأهيل عمال الفندق، وكذلك عمليات تجديد وإعادة تهيئة هياكله، وتحسين خدمات الإطعام حيث تنوعت الوجبات بين العالمية والتقليدية الجزائرية والمحلية خاصة بولاية بسكرة.

1- وسائل الراحة بالفندق.

- فطور مجاني.

- اتصال Wi-Fi مجاني.

- مكيف هواء.

- موقف سيارات.

- سياسات وطرق الدفع متنوعة: الدفع عن طريق بطاقة الائتمان، الدفع نقدا، الشيكات.
 - مكتب استقبال على مدار الساعة.
 - تخزين الأمتعة.
 - خدمة شاملة لغسيل الملابس.
 - خدمة الايقاظ عبر الهاتف.
 - متجر هدايا.
 - تنظيف الغرف يوميا.
 - أنشطة للأطفال.
 - حافلة للمطار _ رسوم إضافية_.
 - تأجير سيارات في الموقع.
 - خدمة نقل محلية.
 - غرف الاجتماعات.
 - يمنع اصطحاب الحيوانات الأليفة.
- 2- بطاقة تعريفية "فندق نسيب بسكرة"

الجدول رقم (5): بطاقة تعريفية "فندق نسيب بسكرة"

المحتوى	مميزاته
تصنيف الفندق	02 نجوم
عدد الغرف	20 غرفة
عدد الأسرة	51 سرير
المطعم	150 مقعد
قاعة لأغراض متعددة	150 مقعد
خدمات متنوعة	مقهى، موقف سيارات، حافلة للمطار، تأجير سيارات في الموقع، خدمة نقل محلية، غرفة اجتماعات
الطوابق	03 طوابق

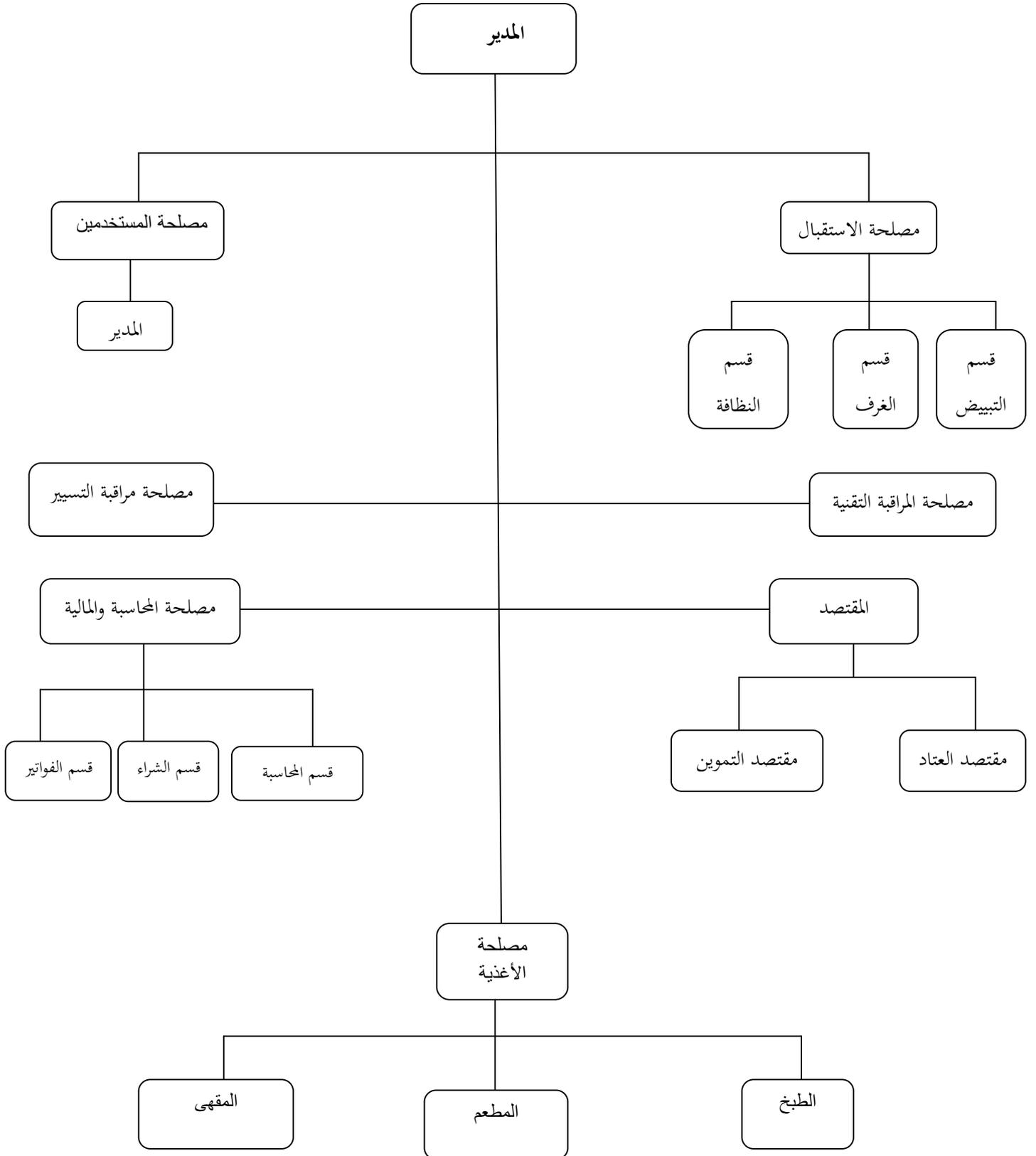
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على المعطيات الموجودة في الموقع الإلكتروني الخاص بالفندق

<https://hotel-necib-biskra.business.site>

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي لفندق نسيب بسكرة.

يتكون الهيكل التنظيمي لفندق نسيب من عدة مصالح كما يظهر في الشكل التالي:

الشكل رقم (2): الهيكل التنظيمي لفندق نسيب بسكرة.



المصدر: المعطيات الموجودة في الموقع الإلكتروني الخاص بالفندق

<https://hotel-necib-biskra.business.site>

- الإدارة: ويشرف عليها المدير التقني للفندق والذي يراقب سير العمل فيه.
- مصلحة الاستقبال: يسهر عمال الاستقبال على توجيههم وتحديد الخدمات التي يمكن للفندق تقديمها، وتحتوي على الأقسام التالية:
 - قسم الغرف: ويشرف هذا القسم على حسن تنسيق الغرف وصيانتها كما يتولى تلبية رغبات الزبائن، والإبلاغ عن الغرف المحجوزة بالإضافة إلى ذلك فهو يشرف على فريق مخصص ل: إعادة تهيئة الغرف بعد استعمالها من تنظيف المحيط وتغيير الستائر والأغطية.
 - قسم التبييض: يهتم هذا القسم بجمع وغسل الأفرشة والأغطية للأسرة والطاولات المستعملة في الغرف أو المطعم. وكذلك تقديم خدمة غسل الملابس للزبائن.
 - قسم النظافة: يهتم بنظافة المحيط الداخلي والخارجي للفندق.
- مصلحة المستخدمين: وتشرف على مراقبة سير العمل داخل الفندق وتسهر على تسيير شؤون العمال ومتابعة السير الجيد للتنظيم الداخلي للفندق.
 - مصلحة مراقبة التسيير: وتشرف هذه المصلحة على مراقبة مدا خيل ومصاريف الفندق اليومية.
 - مصلحة المراقبة التقنية: تهتم بالصيانة داخل الفندق من خلال صيانة الأجهزة والعتاد، إعادة الطلاء،... الخ
 - المقتصد: وتنقسم وظيفته إلى مقتصد العتاد (التكفل بشراء أفرشة والأغطية والأواني وأدوات الصيانة) ومقتصد التموين (يتكفل بشراء مستلزمات المطعم من أغذية ومشروبات ومواد تنظيف).
 - مصلحة المحاسبة والمالية: ويهتم بإعداد مختلف العمليات المالية والمحاسبية للفندق، وتنقسم هذه المصلحة إلى قسمين:
 - قسم المحاسبة: وتتمثل وظيفته في تقييد العمليات المحاسبية وإعداد الميزانيات.
 - قسم الفواتير: يقوم هذا القسم بإعداد مختلف الفواتير للزبائن وذلك من خلال جمعها من المصالح المختلفة: مثل: المطعم والمقهى... الخ.
- مصلحة الأغذية: والتي تتكون من المطعم والمقهى والمطبخ.

المطلب الثاني: تصميم الدراسة.

- لقد اعتمدنا في دراسة الموضوع الذي نحن بصدده على الدراسة التطبيقية أو دراسة الحالة وذلك من أجل إسقاط الجانب النظري على واقع المؤسسة وعليه وقع اختيارنا على أحد فروع مجمع نسيب للفندقة "فندق نسيب بسكرة" الفرع الأول: الحدود المكانية والزمنية للدراسة.
- الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية للقيام بهذه الدراسة الميدانية كما ذكرنا سالفاً في احد فروع مؤسسة مجمع نسيب للفندقة "فندق نسيب بسكرة" الواقع بشوارع الجمهورية 89 بسكرة _ ولاية بسكرة.
 - الحدود الزمنية: لقد قمنا بدراسة حالة المؤسسة من خلال تقديم معلومات تخص المؤسسة في فترة زمنية قاربت 20 يوماً ابتداء من 2021/05/15 إلى غاية 2021/06/03.

الفرع الثاني: أدوات الدراسة.

بهدف الحصول على المعلومات التي تفيدنا في دراستنا والوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة وذلك من خلال اختيار المعلومات المكتسبة في الشق النظري من هذا البحث، اعتمدنا على مجموعة من الوسائل لجمع البيانات والمعلومات والمتمثلة فيما يلي:

(1) الملاحظة: تسمح الملاحظة بتسجيل الظواهر فور حدوثها دون تدخل الملاحظ أو تأثيره على من تتم ملاحظته كما تقلل احتمالات التحيز لمضي وقت قصير بين حدوث الظاهرة ووقت تسجيلها وقد تم اللجوء إليها في بحثنا عن مستوى تبني المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال واستعمالاتها المختلفة بهدف الحصول على المعلومات المسبقة والكافية عن الظاهرة موضع الدراسة، لكونها من الطرق التي تتمكن من تجسيد الموضوعية والدقة ولو بصورة نسبية.

(2) المقابلة: تعرف المقابلة بأنها " أسلوب منظم يقوم على مجموعة من الخطوات والإجراءات العلمية والمنهجية، التي تنظم اللقاء وتدير الحوار في إطار الأهداف البحثية لتنظيم المقابلة" (شفيق، 1985، صفحة 196).

والمقابلة هي وسيلة أخرى لجمع البيانات والمعلومات حيث تتم بتواجد الباحث مع المستقصى منه في مكان واحد ويتم توجيه الأسئلة المعدة مسبقا لهذا الأخير وعليه اعتمدنا هذا الأسلوب إذ قمنا بعدة مقابلات مع مسئول المؤسسة.

فالمقابلة تعتبر من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات والبيانات من خلال خطوات منهجية تنظم اللقاء بين كل من الباحث والمبحوث، وتعرف أيضا بأنها: "معلومات شفوية يقدمها المبحوث من خلال لقاء يتم بينه وبين الباحث، ومن ينوب عنه" (الوادي و الفلاح الزعي، 2011، صفحة 188)، فالمقابلة هي المحادثة التي تدور ما بين الباحث والمبحوث والموجهة نحو هدف معين وهو الحصول على معلومات حول ظاهرة معينة.

أما عن نوع المقابلة المناسبة لموضوع الدراسة الحالية فهي المقابلة المتعمقة والتي تعرف بأنها: "المقابلة التي تعتمد على مجموعة من الأسئلة الرئيسية، أين يقوم الباحث بإثارة تلك الأسئلة ومناقشتها مع المبحوث، ولهذا فهي تستوجب مقابلين على درجة عالية من المهارة، وتصلح في الحالات القليلة العدد" (علي غربي ، أبجديات المنهجية في الرسائل الجامعية، الجزائر، 2006، صفحة 119) ولهذا السبب تم إعداد دليل عام لهذه الأداة يركز على المحاور العامة للمقابلة والذي اشتمل على المحاور الثلاث التالية:

- 1- مجالات العمل بتكنولوجيا المعلومات.
- 2- توفر واستعمال المؤسسة لشبكات المعلوماتية في مجال العمل.
- 3- مجال تنافسية المؤسسة وتحسينها.

والهدف من هذه المقابلات هو تحقيق الأهداف التالية:

إن الهدف من إجراء المقابلة مع السيد المدير العام للمؤسسة هو التعرف على توجهاته في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال والعوامل التي أدت به إلى الاستثمار في التكنولوجيات الموجودة.

المبحث الثاني: عرض المقابلة وتفسير النتائج.

سوف نحاول من خلال هذا المبحث الوقوف على عرض المقابلة وتفسير النتائج من خلال مطلبين

المطلب الأول: عرض المقابلة

تمت المقابلة مع مدير التقني لفندق نسيب "بسكرة"، وكانت المقابلات ابتداء من يوم السبت 15 ماي 2021 على الساعة 09:00 صباحا، فكان موضوع المقابلة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على تحسين تنافسية الفندق.

حيث قسمت المقابلة على ثلاث أجزاء من الأسئلة (أسئلة خاصة بمجال العمل بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وأسئلة خاصة بمجال التنافسية، وأسئلة خاصة بمساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق التنافسية وتحسينها).

(1) أسئلة خاصة بمجال العمل بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

- السؤال الذي يقول هل تستعمل المؤسسة شبكات المعلوماتية في مجال العمل؟

فكانت الإجابة بتأكيد استعمال الشبكات في العمل فيقول أن نسبة استعمال شبكات المعلومات عالي جدا في المؤسسة فإن غالبية الموظفين يستعملون شبكة الانترنت حيث أنها تستعمل في كل المصالح والمكاتب في المؤسسة وهي الأكثر استعمالا ويتم الاتصال بالانترنت عن طريق الاتصال بالهاتف العادي.

وتستعمل لأغراض مهمة في المؤسسة وتمثل في تبادل الوثائق والتقارير وخدمة الزبائن والبريد الإلكتروني، التحدث عبر الانترنت مع الزبائن والموردين والاتصال بهم، تحويل البيانات، العمل عن بعد، الترويج والإعلان.

- هل للمؤسسة صفحات أو موقع الكتروني؟

فقد أجاب بأن للمؤسسة صفحة على الفيسبوك كما أن للمؤسسة موقع الكتروني ومن أهم الأسباب التي دفعتهم إلى تنصيب الموقع الإلكتروني: توسيع قاعدة البيانات، تخفيض تكاليف الاتصال والنشر، تقديم الخدمات على مدار اليوم، إعطاء صورة جيدة عن المؤسسة، التقرب من الأسواق البعيدة. ومن من محتويات الموقع الخاص بالمؤسسة عرض معلومات وتقديم المؤسسة (التعريف بالمؤسسة)، عرض مختلف الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة، استقبال الطلبات من الزبائن.

- أما بالنسبة لتحديث الموقع فلا يتم تحديثه بصفة دائمة أو مستمرة وذلك راجع إلى أن الموقع الإلكتروني لم يأتي بالنتيجة المرجوة خاصة فيما يتعلق بطلبات الزبائن.

حيث أنه بعد استعمال المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لاحظت أن تكاليف الترويج والإشهار ارتفعت وكذا تكاليف الخدمات ارتفعت، أما بالنسبة لجودة الخدمات المقدمة للزبائن واستقطابهم فهي الأخرى ارتفعت، وكذلك درجة سهولة تبادل المعلومات والتنسيق ارتفعت.

(2) أسئلة خاصة بمجال التنافسية.

- فكانت الإجابة على السؤال ما هي درجة التنافسية التي تعمل بها المؤسسة وما هي القدرات التنافسية للمؤسسة؟

أن المؤسسة تعمل في درجة تنافسية متوسطة نوعا ما حيث أن حصة المؤسسة في السوق متقاربة مع الحصة السوقية للمنافسين. فالمؤسسة تسعى إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية وتخفيض تكاليفها، حيث أن تحقيق التميز في الخدمات مع تخفيض التكاليف من اهتمامات المؤسسة.

- أما بالنسبة للسؤال ما هي درجة اهتمام المؤسسة بتحقيق الميزة التنافسية؟

فكانت الإجابة أن المؤسسة تهتم وبدرجة كبيرة بتحقيق ميزة تنافسية فهي تسعى لابتكار أساليب جديدة في خدماتها.

(3) أسئلة خاصة بمجال مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق التنافسية.

- فكانت الإجابة على السؤال الذي يتمحور حول ما فائدة تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومدى تحقيقها للتنافسية:

فقد أشاد المدير على أهمية هذه التقنية في المؤسسة، إذ أنها تتميز بالسرعة حيث يمكن إجراء أكثر عدد ممكن من المعاملات بأقل وقت ممكن كما تختصر المكان فيتخلص الموظف من عناء التنقل وتصبح هناك مراسلات إلكترونية.

كما أنها تتميز بالدقة إذ أن نسبة الأخطاء فيها معدومة تقريبا إلا في حالات شاذة، كما تتميز بالفعالية في العمل وتتميز كذلك بالجودة في تقديم الخدمات للزبون مما يجعل المؤسسة تنال رضا الزبون.

وأشاد كذلك أن أداء المؤسسة تحسن باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وذلك بتخفيض التكاليف وتحسين الجودة في الخدمة وتحسين الاتصال وسرعة الاستجابة والابتكار.

(1) بالنسبة لتخفيض التكاليف:

- فإن المؤسسة (الفندق) تحرص على التقليل من تكاليف الأنشطة الداخلية (المطعم، الإدارية...).
- هناك انضباط من قبل العاملين في عملهم بحيث تقل معدلات الغياب والأخطاء.
- يتم الأخذ بآراء ومقترحات العاملين في حل المشاكل واتخاذ بعض القرارات لتجنب ضياع الوقت.
- يحرص الفندق على الرفع من مستوى الكفاءة التشغيلية لدى الموظفين.

(2) بالنسبة للجودة:

- يقدم الفندق خدمات تلي احتياجات الزبائن وأحيانا تفوق توقعاتهم.
 - يسعى الفندق وبشكل دائم للعمل بدقة والتقليل من ارتكاب الأخطاء.
 - يتميز الفندق بالنظافة وترتيب الأثاث في الغرف وصلات الفندق بشكل دائم أي الاعتماد في جذب الزبائن وتوليد الشعور لديهم بالارتياح النفسي للفندق من خلال نظافة الفندق بما يعكس جودة الخدمات المقدمة.
 - مظهر العاملين في الفندق لائق وجذاب.
 - يتميز موظفو الفندق بمهنية واحترافية عند تقديم الخدمة.
 - إن توجه الفندق نحو تكنولوجيا المعلومات والاتصال يساهم في تأكيد الجودة.
- (3) بالنسبة للابتكار:

- يعتبر الفندق مناسبا في تقديم الخدمات الجديدة.
 - الصورة الأولية للفندق من ديكور وتجهيزات تعبر عن الإبداع في تقديم الخدمات.
- (4) بالنسبة للمرونة (سرعة الاستجابة):
- يتميز الفندق بالمرونة وسرعة الاستجابة لمتطلبات الزبائن دون أي إجراءات طويلة.
 - يقوم الفندق بالرد الفوري على استفسارات وشكاوي الزبائن.
 - يوظف الفندق تقنيات حديثة استجابة لطلبات الزبائن.
 - يتميز الفندق بمواكبة المستجدات والتغيرات في مجال خدمات الفنادق.
 - يسعى الفندق إلى الاستجابة السريعة لمختلف التغيرات بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- (5) بالنسبة للتسليم:

- إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يساعد المؤسسة على الالتزام بالمواعيد المحددة لتقديم خدماتها للزبائن.
- تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تسليم الخدمات للزبائن في أسرع وقت مقارنة بالمنافسين.
- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل فعال في تأمين الاستجابة السريعة لمختلف التغيرات في الطلبات.

أما السؤال الأخير والمتمثل في ما هي ملاحظتكم بعد استعمال مؤسستكم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟

فكانت الإجابة كما يلي:

- تكاليف الإشهار والترويج ارتفعت.
- تكاليف الخدمات ارتفعت.
- جودة الخدمات المقدمة للزبائن ارتفعت.
- استقطاب الزبائن ارتفع.
- حجم المنافسة (السوق المحلية) مستقرة نوعا ما نظرا لطبيعة المنطقة.

- درجة سهولة تداول المعلومات والتنسيق ارتفعت.

المطلب الثاني: تفسير النتائج.

- من خلال ما تم عرضه في المقابلة وتحليل للدراسة الميدانية توصلت الدراسة إلى النتائج التالية والتي نلخصها كالآتي:
- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في فندق نسيب سيؤدي إلى اكتسابها لميزة تنافسية أفضل وتحسين مركزها التنافسي من حيث قدرة التسليم المرنة، ويدل أيضا على وجود أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء العاملين من زيادة جودة الخدمات المقدمة وخفض تكاليفها.
 - وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتكلفة ضعيفة وهذا راجع إلى ارتفاع تكاليف التكنولوجيات الحديثة ولا تركز المؤسسة في استخدامها للتكنولوجيا على تخفيض التكلفة بقدر أكبر.
 - وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والجودة في فندق نسيب قوية وهذا راجع إلى استخدام المؤسسة للتكنولوجيا الحديثة والمناسبة لعملها فتكنولوجيا المعلومات والاتصال تؤثر عليها بصورة كبيرة كونها تعمل في مجال الخدمات.
 - وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمرونة في فندق نسيب وبنسبة مرتفعة وقوية وهذا راجع إلى الاستراتيجيات المتبعة في المؤسسة والتي تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بتعزيزها.
 - وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتسليم في فندق نسيب كانت قوية نسبيا لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على خدمات المؤسسة ومواكبتها للتغيرات والحداثة.

الخلاصة:

يعتبر فندق نسيب بسكرة من المؤسسات المتخصصة في مجال الفنادق والسياحة والخدمات، فهو يحاول جاهدا أن يصنع لنفسه مكانا في قطاع الخدمات والفندقة و السياحة. إن وعي إدارة المؤسسة بأهمية الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال جعلها تتجهز بمختلف المعدات والبرمجيات والشبكات و كذا فتح موقع الكتروني على الشبكة، واستعمال البريد الالكتروني لغرض تفعيل الاتصال وتحسين ظروف العمل مع الشركاء والزبائن.

إنما لمسناه في هذه الدراسة الميدانية هو وجود استعمالات قاعدية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة. إن وعي إدارة المؤسسة بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال موجود لدى عمالها الذين يحاولون باستمرار. فقد تبين لنا أن معظم أنشطة المؤسسة وأقسامها تقوم على استغلال هذه التكنولوجيات لأغراض الاتصال وتسيير المعلومات وتشاركها والوصول إلى أحسن أداء بفضلها، كما أن للمؤسسة إدراكا بأهميتها في التفوق على المنافسين رغم تكاليفها المرتفعة لذلك تعمل باستمرار على دراسة الخيارات التكنولوجية الملائمة ودعمها وتبنيها.

خاتمة عامة

الخاتمة:

من خلال ما تم التطرق إليه في هذه الدراسة، وعند معالجة الإشكالية المطروحة لهذا الموضوع والبحث عن "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة"، أظهرت الدراسة أن التغيرات والتحولات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، وتسارع وتيرة الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ساهم في نقل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى عصر المعلومات، كما أدى إلى بروز العديد من الأدوات والتطبيقات الحديثة التي أسهمت بشكل كبير في تطور وتحسين المعاملات واختصار المكان والزمان وسرعة نقل المعلومات، إضافة إلى التأثير على أبعاد التنافسية من خلال التقليل من التكاليف ودورة الإنتاج وتسليم المنتج للزبون ورفع من جودة الخدمات و المنتوجات المقدمة من طرف المؤسسة.

كل هذا يجعل من الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضرورة حتمية وجوهرية من ضروريات بقاء المؤسسة على المدى البعيد في ظل بيئة تتسم بشدة المنافسة، والتغير المستمر و المتسارع في الأوضاع الاقتصادية، وتأتي أهمية ضرورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة من خلال القدرات الواسعة التي تتمتع بها والتي تساعد المؤسسة في تحقيق التميز في خدماتها ومنتجاتها مما يحقق لها ذلك التنافسية على بقاء المؤسسات الأخرى.

1- نتائج الدراسة:

بعد معالجتنا لمختلف جوانب الموضوع النظرية والتطبيقية توصلنا إلى مجموعة من النتائج والإجابة عن التساؤلات المطروحة في إطار إشكالية البحث، ويمكن تقسيمها إلى نتائج تتعلق بالدراسة النظرية وأخرى تتعلق بالدراسة التطبيقية كما يلي:

أولاً: نتائج الدراسة النظرية: حيث تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مجموعة من الأدوات والمعدات والبرمجيات التقنية الحديثة التي تعمل على جمع وتخزين ومعالجة المعلومات وإتاحتها في الوقت المناسب، وإيصالها باستخدام أجهزة الاتصال المختلفة.
- أهم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة تتمثل في: مجال الصناعة، مجال الإدارة، مجال التجارة الالكترونية.
- يعتبر مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال من المفاهيم المعقدة و التي يصعب تحديدها نظراً لاتساع مجالها والإبداعات المستمرة في هذا المجال.
- تتعدد أنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث يتم تصنيفها استناداً إلى عدة معايير.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي تطبيق لمفهوم المعلومات والاتصال عن طريق مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة.
- عنصر الاتصال ضروري ومحتم على المؤسسات القيام به، فمن خلاله يمكن إيصال المعلومات في الوقت المناسب ما بين مختلف أقسام المؤسسة.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال تكسب المؤسسة سواء صغيرة أو متوسطة ميزة تنافسية من خلال تقليص الوقت والتكلفة وسرعة المواكبة والتجديد.

الخاتمة

- تشكل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال تحدي أساسي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل البيئة التنافسية الحالية.
- ترتبط عوامل اتخاذ القرار لدى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بتبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالعوامل التالية : دعم القيادة، حجم و نوع النشاط الممارس، الضغوطات التنافسية، الضغوطات الخارجية، الفوائد المرتقبة.
- يعتبر ضعف إمكانيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة البشرية منها عاملا معيقا لقدرة على تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- ترتبط التنافسية القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالدرجة الأولى على طريقة استعمالها و يرتبط هذا المفهوم بعوامل عديدة كمستوى التعليم و التكوين، روح التعاون، مستوى المعلومات و التنسيق، وعليه فان الاستثمار المادي ليس دليلا على تنافسية المؤسسة.
- يؤدي استعمال المؤسسة لوسائل الاتصال الحديثة إلى تدعيم الروابط مع الشركاء (المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة).
- تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال وسيلة لدعم الإبداع من خلال دعم نظام اليقظة و بناء نظام معلوماتي قوي وكذا الحفاظ على ذاكرة المؤسسة وتحسين تنافسيتها. وعليه فإن الفرضية الأولى مثبتة.
- يقوم نجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تحقيق مزايا تنافسية على إمكانياتها التنظيمية و المتمثلة في امتلاكها لكفاءات تستطيع استغلال الروتينات القائمة لخلق مسارات جديدة وبالتالي خلق قيم إضافية للمؤسسة . وعليه فان الفرضية الثالثة مثبتة.
- تستطيع المؤسسة الصغيرة و المتوسطة أن تدعم إستراتيجيتها التنافسية بفضل إدماج فعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال و يكون ذلك بإجراء تخطيط استراتيجي للثنتين. وعليه فان الفرضية الثانية مثبتة.

ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية (التطبيقية):

- لقد مكنتنا الدراسة الميدانية التي تمت على مستوى فندق نسيب (مؤسسة سياحية خدمتية) من الخروج بالنتائج التالية:
- تعمل فندق نسيب على تحقيق الريادة في مجالات نشاطاته المختلفة من خلال إمكانياته البشرية والمادية.
- يتوفر لدى الفندق عدد كاف من الأجهزة ومعدات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي تستخدمها في عملياتها اليومية.
- تمتلك المؤسسة التجهيزات المادية من حواسيب وقواعد بيانات و شبكة محلية و برمجيات معلوماتية مختلفة.
- ساهم وعي قيادة المؤسسة بأهمية الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى السعي في مشاريع لتطوير إمكانياتها في هذا المجال كمشروع شبكة انترانيت.
- تميز دخول تكنولوجيا المعلومات والاتصال على كافة أنشطة الفندق وأقسامه، لتصبح وسيلة فعالة لأداء الأعمال.
- يمتلك عمال الفندق وعيا بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنفيذ المهام المنوطة بوظائفهم.
- تستعمل المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال للاتصال بالزبائن و موردي المؤسسة و تفعيل علاقتها بهم من اجل كسب ولائهم و بالتالي التميز في تقديم الخدمات. وعليه فان الفرضية الثالثة مثبتة.
- تعمل المؤسسة على تحسين خدماتها بفضل مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- توظف المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتفعيل عملية الاتصال بفروعها.

2- التوصيات و الاقتراحات:

بعد عرض أهم النتائج المتوصل إليها في الدراسة النظرية و التطبيقية لموضوع بحثنا، نتقدم بالتوصيات و الاقتراحات التالية:

الخلاصة

- ضرورة البحث في سبل دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لتمكينها من الاستفادة من مزايا تكنولوجيا المعلومات و الاتصال.
- تطوير دراسات ميدانية لدراسة ظروف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من اجل اتخاذ الإجراءات اللازمة.
- ضرورة توفير الدعم الحكومي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة من خلال الإعانات المالية و التقنية.
- ضرورة تطوير مقاييس ملائمة لطبيعة تكنولوجيا المعلومات والاتصال من اجل قياس آثارها على الإنتاجية و التنافسية.
- العمل على مواكبة التغيرات والحصول على أحدث تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل دائم ومستمر وبما يتناسب مع طبيعة عمل المؤسسة.
- تكثيف الدورات التكوينية في مختلف ميادين التكنولوجيا الحديثة.

3- أفاق الدراسة:

- من خلال بحثي في هذا الموضوع صادفت عدة نقاط لفتت انتباهي، لذلك ارتأيت تقديم بعض الأفاق المستقبلية للدراسة و المتمثلة في المواضيع التالية:
- اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إنتاجية المؤسسة .
 - مدى اهتمام المؤسسات الاقتصادية بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
 - مدى توفر البنية التحتية التي تساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على العمل بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
 - دراسة مقارنة لواقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الأوروبية و العربية.

الفهرس العام

فهرس المحتويات

قائمة المحتويات:

الصفحة	المحتويات
١	شكر
١١١	ملخص الدراسة
٧	قائمة الجداول
٧	قائمة الأشكال
١	مقدمة
	الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
02	تمهيد
03	المبحث الأول: مفاهيم حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال
03	المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال
03	الفرع الأول: التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال
04	الفرع الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومكوناتها
04	أولاً: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال
06	ثانياً: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال
07	ثالثاً: مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال
08	الفرع الثالث: فوائد ومزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال
09	المطلب الثاني: تطبيق واستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة ومشاكلها
09	الفرع الأول: تطبيق واستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال
09	أولاً: أهم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال
10	ثانياً: استعمالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات
11	الفرع الثاني: مشكلات تبني المؤسسات لتكنولوجيا المعلومات والاتصال
13	المبحث الثاني: مدخل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
13	المطلب الأول: تعريف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة
13	الفرع الأول: المعايير المعتمدة في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
13	أولاً: المعايير الكمية

فهرس المحتويات

14	ثانيا: المعايير النوعية
14	الفرع الثاني: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها
14	أولا: تعريف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة
17	ثانيا: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
18	الفرع الثالث: خصائص ومميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعيوبها
18	أولا: خصائص ومميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
20	ثانيا: عيوب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
21	المطلب الثاني: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
21	الفرع الأول: مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
22	الفرع الثاني: توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو استعمال التكنولوجيا والعوائق التي تقف أمامها
22	أولا: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
24	ثانيا: أسباب عزوف بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن امتلاكها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال
25	الخلاصة
	الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
27	تمهيد
28	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التنافسية
28	المطلب الأول: ماهية التنافسية
28	الفرع الأول: مفهوم التنافسية
29	أولا: مفهوم التنافسية على مستوى الدولة
29	ثانيا: مفهوم التنافسية على مستوى القطاع
30	ثالثا: مفهوم التنافسية على مستوى المؤسسة
30	الفرع الثاني: أسباب تنافسية المؤسسة
31	الفرع الثالث: أنواع التنافسية
33	المطلب الثاني: أبعاد واستراتيجيات التنافسية والعوامل المؤثرة فيها
33	الفرع الأول: أبعاد التنافسية والعوامل المؤثرة فيها

فهرس المحتويات

33	أولاً: أبعاد التنافسية
35	ثانياً: العوامل المؤثرة في التنافسية
35	الفرع الثاني: الاستراتيجيات التنافسية
35	أولاً: إستراتيجية قيادة التكلفة
36	ثانياً: إستراتيجية التمييز
37	ثالثاً: إستراتيجية التركيز
38	الفرع الثالث: القوى التنافسية
38	أولاً: تهديدات الداخلين الجدد
39	ثانياً: شدة التزاحم
39	ثالثاً: تهديدات المنتجات البديلة
39	رابعاً: قوة تفاوض الزبائن
39	خامساً: قوة تفاوض الموردين
41	المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحقيق التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
41	المطلب الأول: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتنافسية
41	الفرع الأول: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتكلفة
41	الفرع الثاني: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجودة
42	الفرع الثالث: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالتسليم
42	الفرع الرابع: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالإبداع
42	الفرع الخامس: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمرونة
43	المطلب الثاني: الإستراتيجيات التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والقوى التنافسية
43	الفرع الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وقوى التنافسية
44	الفرع الثاني: الإستراتيجيات التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال
46	الخلاصة
	الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية لفندق نسيب
48	تمهيد

فهرس المحتويات

49	المبحث الأول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة "فندق نسيب بسكرة" وتصميم الدراسة
49	المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة
49	الفرع الأول: لمحة مختصرة عن فندق نسيب بسكرة
50	الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي لفندق نسيب بسكرة
52	المطلب الثاني: تصميم الدراسة
52	الفرع الأول: الحدود المكانية والزمانية للدراسة
53	الفرع الثاني: أدوات الدراسة
54	المبحث الثاني: عرض المقابلة وتفسير النتائج
54	المطلب الأول: عرض المقابلة
57	المطلب الثاني: تفسير النتائج
58	الخلاصة
60	الخاتمة العامة
69	قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: باللغة العربية:

❖ الكتب:

- 1- أحمد فتحي السيد عبده أبو السيد. (2005). الصناعات الصغيرة ودورها في التنمية. لبنان: مؤسسة شباب الجامعة.
- 2- الخناق، س. ع. (2008). استخدام تكنولوجيا المعلومات في تمثيل المعرفة_نظام هندسة المعرفة_عمان: دار القطوف للنشر والتوزيع.
- 3- العياشي زرزار، و كريمة غياد. (2016). استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم الميزة التنافسية. عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- 4- حسن جعفر الطائي. (2013). تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.
- 5- عبد الله خبابه. (2013). المؤسسات الصغيرة والمتوسطة _آلية لتحقيق التنمية المستدامة_. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
- 6- علي حسن الزعي. (2005). نظم المعلومات الإستراتيجية—مدخل إستراتيجي. الاردن: دار وائل للنشر.
- 7- عامر ابراهيم قنديلجي، و ايمان فاضل السامرائي. (2009). تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- 8- علي، ا. ح. (2005). نظم المعلومات الإستراتيجية—مدخل إستراتيجي. الاردن: دار وائل للنشر.
- 9- غسان قاسم داود اللامي، و أميرة شكروبي البياتي. (2010). تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال _الاستخدامات والتطبيقات_. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- 10- قنديلجي عامر ابراهيم، و الجنابي علاء الدين عبد القادر. (2005). نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات. عمان: دار المسيرة.
- 11- ماجدة العطية. (2004). إدارة المشروعات الصغيرة . عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 12- مُحمد الصيرفي. (2009). الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- 13- مزهر شعبان العاني، و شوقي ناجي جواد. (2008). العمليات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات. عمان: دار إثراء للنشر والتوزيع.
- 14- مصطفى يوسف كافي. (2014). بيئة وتكنولوجيا إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.

قائمة المراجع والصادر

- 15- نبيل جواد. (2007). إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- 16- أحمد سيد مصطفى. (2003). التنافسية في القرن الحادي والعشرين. أحمد سيد مصطفى.
- 17- اسماعيل مُجَّد السيد. (2000). الادارة الاستراتيجية - مفاهيم حالات تطبيقية-. الاسكندرية: الدار الجامعية للطباعة والنشر.
- 18- يحيى عدنان. (2006). تكنولوجيا المعلومات. رام الله: وزارة التربية والتعليم.
- 19- خليل نبيل مرسى. (1997). الميزة التنافسية في مجال الأعمال. الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب.
- 20- عبد العزيز صالح بن حبتور. (2004). الادارة الاستراتيجية (إدارة جديدة في عالم متغير). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 21- عبد الله فرغلي علي موسى. (2007). تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني. القاهرة: ايتراك للنشر والتوزيع.
- 22- غسان قاسم اللامي. (2007). إدارة التكنولوجيا (مفاهيم ومدخل، تقنيات، تطبيقات علمية). عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 23- كاظم نزار الركابي. (2004). الادارة الاستراتيجية (العولمة والمنافسة). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 24- مُجَّد عبد حسين الطائي، و نعمة عباس الخذير الخفاجي. (2009). نظم المعلومات الاستراتيجية منظور الميزة الاستراتيجية. عمان: دار الثقافة.
- 25- مُجَّد عدنان وديع. (2001). مسح في مؤشرات التنافسية. ورشة عمل حول: محددات القدرة التنافسية للاقطار العربية في الاسواق الدولية. تونس: معهد الاقتصاد الكمي.
- 26- مصطفى أحمد حامد رضوان. (2011). التنافسية كآلية من آليات العولمة ودورها على دعم جهود النمو والتنمية في العالم. الاسكندرية: الدار الجامعية.
- 27- الوادي محمود حسين، و الفلاح الزعي. (2011). أساليب البحث العلمي. عمان: دار المناهج.
- 28- عوض صابر فاطمة، وعلي خفاجة ميرفت. (2002). أسس ومبادئ البحث العلمي. الاسكندرية: مكتبة الإشعاع
- 29- شفيق مُجَّد. (1985). البحث العلمي -الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية- الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- 30- نيفن حسن شمت. (2010). التنافسية الدولة وتأثيرها على التجارة العربية والعالمية. مصر: دار التعليم الجامعي.

قائمة المراجع والصادر

الرسائل والأطروحات:

- 1- الشادلي، ش. (2008). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (مذكرة لنيل شهادة الماجستير). (حالة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بولاية الجزائر).(ورقلة , كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية :جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- 2- بشير كاوجة. (2013). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية (مذكرة ماجستير). ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة ورقلة.
- 3- حسين العلمي. (2013). دور الاستثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة (مذكرة ماجستير). دراسة مقارنة بين: ماليزيا، تونس، الجزائر. سطيف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة فرحات عباس سطيف -1.
- 4- حنان جودي. (2017). استراتيجية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار لندارك الفجوة الاستراتيجية والاندماج في الاقتصاد التنافسي (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه). دراسة حالة الجزائر. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة محمد خيضر بسكرة.
- 5- حورية بولعيدات. (2008). استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير). دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق *GRTG* _قسنطينة_. قسنطينة، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية: جامعة منتوري قسنطينة.
- 6- شوقي شادلي. (2017). تحليل العوامل المؤثرة على درجة توجه عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال (أطروحة دكتوراه). ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة قاصدي مرباح.
- 7- صباح بلقيدم. (2013). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات (رسالة دكتوراه). قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة قسنطينة 02.
- 8- كريم بن صالح. (2010). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية -رسالة ماجستير-. قالم، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير: جامعة 8 ماي 1945.
- 9- كميليا يزغش. (2009). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التوجهات الاستراتيجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة _دراسة حالة المطاحن الكبرى للجنوب بسكرة . _كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير . بسكرة , جامعة محمد خيضر بسكرة.
- 10- سلوى محمد شرفا. (2008). إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة (رسالة ماجستير). غزة، كلية التجارة : الجامعة الاسلامية.
- 11- سميرة فرحات. (2016). مساهمة الذكاء التنافسي لتحسين الاداء الصناعي (اطروحة دكتوراه). بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة محمد خيضر بسكرة.

قائمة المراجع والصادر

- 12- شهرزاد بن بوزيد. (2012). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (مذكرة لنيل شهادة الماجستير). دراسة حالة الشركة ذم م للخدمات العامة والتجارة آل دوداح. بومرداس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة أمجد بوقرة بومرداس.
- 13- أمجد رفايي. (2004). دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية (مذكرة ماجستير). بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة أمجد خيضر بسكرة.
- 14- هبة الله اوريصي. (2012). تنافسية القطاع السياحي وانعكاساته على التنمية المستدامة في الدول العربية (مذكرة ماجستير). سطيف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة سطيف.
- 15- هناء عبداوي. (2016). مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكتساب المؤسسة ميزة تنافسية (رسالة دكتوراه). دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبليس. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة أمجد خيضر بسكرة.

❖ الملتيقيات والمؤتمرات:

- 1- امال عياري، و رجم نصيب. (2002). الاستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات. ملتيقى دولي (صفحة 13). بسكرة: جامعة أمجد خيضر بسكرة.
- 2- زين الدين بروش، و عبد القادر عطوي. (2007). التجديد التكنولوجي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دوره في بناء اقتصاد المعرفة. ضمن الملتيقى الدولي حول تاثير الانكسار الرقمي شمال/جنوب على تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المهن المعاجة من الباطن (صفحة 8). بسكرة: جامعة أمجد خيضر بسكرة.
- 3- صلاح سلطان عطية. (2007). تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقا لمعايير الأداء الاستراتيجي. ورقة عمل مقدمة في ندوة "تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقا لمعايير الأداء الاستراتيجي". القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الادارية.
- 4- عادل رزق. (2007). مفهوم التنافسية. ورقة عمل مقدمة في ندوة تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقا لمعايير الاداء الاستراتيجي. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الادارية.
- 5- كمال رزيق، و فارس مسدور. (2003). تعزيز القدرة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. الملتيقى الوبي الاول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاتصادي الجديد (صفحة 201). ورقة: جامعة ورقلة.
- 6- أمجد درويش دحماني، و عبد القادر ناصور. (2006). التقنيات الحديثة كمدخل للأداء المتميز بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ملتيقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية (صفحة 6). الشلف: جامعة حسيبة بن بوعلي.
- 7- بوقلقول الهادي، و سوامس رضوان. (2005). الأداء التنظيمي المتميز في ظل الإدارة الإلكترونية كوسيلة لتأهيل المؤسسات الجزائرية. مقدمة ضمن المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات . ورقة: جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

قائمة المراجع والصادر

- 8- يوسف مسعداوي. (2005). القدرات التنافسية ومؤشراته. المؤتمر العلمي الدولي حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات (صفحة 3). ورقلة: جامعة ورقلة.
- 9- بلعلاء حديجة. (2011). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال. الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة. الشلف: جامعة حسبية بن بوعلي.

❖ المجالات:

- 1- فراس رحيم يونس العزاوي، و عثمان ابراهيم أحمد الخفاجي. (2015). تشخيص قدرات تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحقيق التفوق التنافسي (مجلة العلوم الاقتصادية والادارية). بغداد: جامعة بغداد كلية الإدارة والاقتصاد.
- 2- علي طالب شهاب. (2011). اهم مقومات القدرة التنافسية في الاقتصاد البصري. البصرة: مجلة دراسات البصرة
- 3- مُجّد عبد الوهاب العزاوي، و أحمد سليمان الجرجري. (2010). دور تقانة المعلومات والاتصالات في تحقيق المزايا التنافسية (مجلة بحوث مستقبلية). الموصل: مركز الدراسات المستقبلية كلية الحداية.
- 4- مريم قوراري. (2013). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ابداع المؤسسة - مجلة *les chaier du MECAS* العدد 9 مخبر *MECAS*. تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة تلمسان.
- 5- مُجّد عدنان وديع. (2003). القدرة التنافسية وقياسها (سلسلة جسر التنمية) العدد 24. الكويت: المعهد العربي للتخطيط الكويت.

❖ القوانين:

- 1- قانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، (2001). وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائر.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Alain, B., Robert, M., & Gérard, J. (2002). "Guide du management des systèmes d'informations : thèmes et termes essentiels. Paris: Hermès-Sciences publications.
- 2- Janod Véronique. (2004). "L'Impacte des innovations technologiques et organisationnelles sur les performances des entreprise:une évaluation non paramétriques. paris.

- 3- nabil, z. (2002). Le Développement de la Petite et Moyenne Entreprise en Algérie. Colloque National sur les PME et leurs roles dans développement, (p. 44). Aghouat.

