



جامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علم المكتبات والتوثيق

المستوى: السنة الأولى ماستر

تخصص: إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات

السداسي: الأول

مقياس: أنظمة المعلومات الإدارية

المحاضرة السادسة: الميزة التنافسية لأنظمة المعلومات إعداد الأستاذة: جلاب فتيحة

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية:

تعتبر الميزة التنافسية مفتاحاً لنجاح المؤسسات، ويمثل امتلاكها هدفاً استراتيجياً تسعى جميع المؤسسات باختلاف أنواعها إلى تحقيقه في ظل التحديات التنافسية الشديدة للمناخ الاقتصادي، إذ تسعى المؤسسات إلى رفع كفاءة وفعالية أدائها التنافسي، وكذلك محاولة التصدي لحاجات العملاء، وكسب رضاهم ووفائهم لمنتجات المؤسسة.

وتُعرف الميزة التنافسية بأنها العملية التي يكافح فيها كيان ما للتفوق على آخر، وهذا الكيان يمكن أن يكون شخصاً أو منظمة أو دولة، والهدف هو الفوز، ولكي تكون المنظمة منافسة ينبغي عليها أن توفر عدة عوامل مثل القدرة والرغبة في الفوز والولاء أو الإلزام وتوفير الموارد المحددة.

والميزة التنافسية تعني قدرة المنظمة على خلق قيمة أفضل لزيائنها وأرباح مجزية لنفسها.

والميزة التنافسية تعبر عن الوضع المتفوق الذي تحصل عليه المؤسسة، هذا التفوق الذي يكون في شكل إضافة قيمة لدى الزبون، قد تأخذ شكل أسعار أقل مقارنة بأسعار المنافس، أو منتج متميز، والتي دوما الغرض منها هو زيادة الحصة السوقية وكذلك تحقيق هدف البقاء على مستوى السوق.

مميزات أنظمة المعلومات في تعزيز الميزة التنافسية: تتمثل فيما يلي:

- إنها نظام مستقر لأنها تزود الإدارة بالمعلومات تبعا لبرنامج معين.
- إنها نظام قانوني لأنها تمثل جزءا من النظام الكلي للمنظمة.
- إنها نظام مرن مع البيئة التنافسية تراجع وتحدث باستمرار وتستجيب بسرعة للتغيرات البيئية.
- إنها نظام مفتوح لأن معظم معلوماتها تستخدم لغرض التخطيط للتنافس واتخاذ القرارات والتي تستلزم بالضرورة تفاعلات مع البيئة الخارجية.

فوائد أنظمة المعلومات في تعزيز الميزة التنافسية:

- تقديم المعلومات إلى كافة المستويات الإدارية عند الحاجة إلى ممارسة وظائفها في التخطيط والتنظيم والرقابة.
- تحديد وتوضيح قنوات الاتصال أفقيا وعموديا بين الوحدات الإدارية في المنظمة لتسهيل عملية الاسترجاع.
- تقييم نشاطات المنظمة وتقييم النتائج بغية تصحيح الانحرافات.
- حفظ المعلومات التاريخية الضرورية.
- البث الانتقائي للمعلومات وتزويد المتعاملين مع التنظيم بالمعلومات.
- المساعدة على التنبؤ بمستقبل المنظمة والاحتمالات المتوقعة.

دور أنظمة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية:

- تعمل نظم المعلومات على تحقيق ميزة تنافسية وذلك من خلال ما تقدمه من معلومات عن القوى المنافسة الرئيسية في البيئة الخارجية (المصدر الخارجي للميزة التنافسية والمعلومات الخاصة بأنشطة سلسلة القيمة من البيئة التنظيمية للمصدر الداخلي للميزة التنافسية).

- استخدام نظم المعلومات للحصول على الميزة التنافسية عندما تكون الربحية المقبولة معرضة للضغوط في معظم الصناعات المتأثرة بالإنترنت، فمن الأفضل ألا تحشر الشركات المنفردة نفسها مع مجموع هذا الحشر وأن تكون ربحية بشكل اعتيادي، وأن المجال الوحيد المتاح لتحقيق ذلك هو من خلال الظفر بميزة تنافسية مستدامة من خلال إنجاز الأعمال بتكاليف أقل والحصول على سعر أقل، ويمكن تحقيق المزايا على صعيد الكلفة والسعر بطريقتين هما:

• هي تحقيق فعالية تشغيلية، وتعني إنجاز الأعمال والمهام التي يقوم بها المنافسون لكن بطريقة أفضل، وتأخذ الفعالية التشغيلية أشكالاً لا تعد تتضمن التقنيات الأفضل والمدخلات الراقية والكوادر المدربة والمؤهلة بشكل جيد أو الهيكل الإداري الأكثر فاعلية.

• إن تحقيق ميزة تنافسية هي تحقيق موقع استراتيجي للشركة، وهي تعني إنجاز الأعمال والمهام بطرق وأساليب مختلفة بالمقارنة مع المنافسين، بحيث تكون الشركة قادرة على تقديم قيمة فريدة لعملائها لا يستطيع أحد من منافسيها مجاراتها فيها. ولكن الميزة التنافسية لا تتحقق بمجرد إحداث تحسينات في الفعالية التشغيلية، فالشركات تحقق مزايا تنافسية عندما تكون قادرة على الإبقاء لفترات طويلة على مستويات أعلى من الفعالية التشغيلية مقارنة بالمنافسين.

- تتمثل أغلب المداخل للتخطيط الاستراتيجي للمعلومات في مراعات كيفية مساهمة أنظمة المعلومات في تعزيز القدرة التنافسية للمنظمة، ففي المسح الذي أجري على المنظمات المتوسطة وكبيرة الحجم في ألمانيا الاتحادية عام 1990، تبين أن تحقيق المزايا التنافسية من خلال أنظمة المعلومات والتخطيط الاستراتيجي للمعلومات يعد واحداً من أهم الأدوار التي يجب التركيز عليها في البناء الاستراتيجي لأي إدارة. ويمكن تعريف المزايا التنافسية على أنها الوضع الذي يتيح للمنظمة الفرص لتحقيق الأرباح العالية مقارنة مع المنافسين وذلك من خلال:

- تمييز منتجات المنظمة عن منتجات المنافسين.

- التركيز على تقسيمات سوقية محددة.

- الاقتصار على الإنتاج أو قنوات التوزيع.

وسواء تم استخدام واحدا من هذه الأساليب أو مجموعها، فإن الهدف المنشود سيكون منفردا ومتمایزا عن المنظمات المزمحة، ويسهم نظام المعلومات بدور كبير في اعتماد هذه الأساليب أو تعزيز استخدامها. ويمكن إظهار دور نظم المنتج في تحقيق المزايا التنافسية، كمثال يمكن أن يعمم على أنظمة المعلومات الأخرى في المنظمة، إذ يشير إلى وجود العديد من الضغوطات والحاجات التسويقية التي تدفع الإدارات إلى الاهتمام بتطوير المنتج والتي تعد من العوامل التي تدفع المؤسسة للاهتمام بذات الوقت بنظام معلومات المنتج وهي:

- الحاجة إلى التقليل المستمر لوقت تطوير المنتج، والحاجة إلى تسريع مهام تطوير المنتج.
- التطورات المتلاحقة السريعة في أدوات تطوير المنتج والحاجة إلى تحقيق التكامل والتنسيق فيما بينها.
- الحجم الكبير من البيانات المتولدة عن استخدام هذه الأدوات، ويعد التحكم الفعال بهذه البيانات شرطا مسبقا للتعامل مع كل هذه الضغوطات على نحو يحقق المزايا التنافسية للمنظمة ويسهم في اعتماد نظام معلومات المنتج في تجسيد ذلك من خلال المنافع التي يحققها، إذ إن الفرد الذي يمتلك الدليل على بناء نظام سليم للمعلومات لا ينتابه أدنى شك في إمكانية هذا النظام على تقليص التكاليف وتحسين الرقابة على فعاليات الجدولة، فضلا عن إيجاد بيئة عمل مبدعة للنوعية المطلوبة.