الجمهورية العربية السورية
جامعة دمشق
كلية الاقتصاد
قسم إدارة الأعمال

دور تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لجودة المعلومة في قيمة الأعمال

"دراسة مقارنة بين شركتي سيريتل- سوريا وزين للاتصالات العراق"

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال

إعداد الطالب

فراس عدنان عباس الطبطبائي

المشرف

د. يونس يوسف عواد

أستاذ إدارة الأعمال المساعد

في كلية الاقتصاد- جامعة دمشق

المشرف المشارك

د. إحسان دهش جلاب

أستاذ إدارة الأعمال

في كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة القادسية

1438هـ

2016م

بسم الله الرحمن الرحيم

قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لاَ يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الأَلْبَابِ

(سورة الزمر، الآية 9)

صدق الله العظيم

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى نبع

الحنان... رفيقة دربي... زوجتي الحبيبة التي

شجعتني على البحث

والى بناتي حنين و شمس

والى ابني أحمد

شكر وعرفان

الحمد الله رب العالمين وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين ... وبعد يشكر الباحث أولا وأخيرا الله سبحانه وتعالى على نعمه العظيمة ويحمده على فضله عليه بإتمام هذه الاطروحة ويرجوا الله أن ينفعه بها وكل من يطلع عليها.

اما بعد. فقد قال رسول الله (ﷺ) : (من لا يشكر الناس لا يشكر الله)

ويسرني أن اتقدم بأوفر وأبلغ معاني الشكر لكل من ساعدني في اعداد هذه الاطروحة واخص بالذكر أستاذي الكريم الدكتور يونس يوسف عواد المشرف على الاطروحة والاخ والصديق العزيز الاستاذ الدكتور إحسان دهش جلاب المشرف المشارك على الاطروحة لما اعطوه لهذه الاطروحة الكثير من وقتهم وجهدهم منذ البدء في الدراسة حتى إتمامها بشكلها النهائي فجزاهم الله عني كل خير.

ويشكر الباحث جامعة دمشق العريقة التي منحتني شرف الانتساب العلمي إليها ممثلة برئيس الجامعة ووكيليها العلمي والإداري، وعمادة كلية الاقتصاد ممثلة بالسيد عميد الكلية ووكيليها العلمي والإداري ورئاسة قسم إدارة الأعمال المتمثلة بالدكتور رعد الصرن، وأساتذة قسم إدارة الأعمال وجميع أعضاء هيئة التدريس بكلية الاقتصاد الذين كانوا مثالا للأخوة العربية الصادقة وعنوانا مشرفا للتعامل الطيب، كما اتقدم بالشكر الجزيل للأساتذة الفضلاء اعضاء لجنة الحكم على تكرمهم قبول مناقشة هذه الاطروحة وهم :

1-أ.د.يونس يوسف عواد 2-د.رعد الصر 3-د.مجد صقور 4- د. حيدر عبد الله5- د. أنمار عرابي

كما يقتضي الوفاء والعرفان أن أخص باعتزاز وتقدير عميق أخي وأبن خالتي العزيز ارشد حسام الحربي لوقفته المشرفة من خلال دعمة المستمر ومساعدته في تخطي جميع العقبات التي كانت تحول دون اكمال الدكتوراه وفقه الله وحفظة من كل مكروه.

كما اتقدم بشكري الى أخي وصديقي أستاذ علاء أسود مدير مركز النور لتكنولوجيا المعلومات في العراق لوقفته الأخوية التي لا أنساها مدى الحياة وفقه الله وحفظه من كل مكروه. كما لا يفوتني أن أشكر أستاذي الدكتور حاكم محسن وأخي الدكتور حيدر حمزه جودي وأخي الدكتور يوسف حجيم سلطان والدكتور حاكم الميالي، كما أتقدم بالشكر والعرفان إلى السيدة سعاد سكرتارية قسم إدارة الأعمال كلية الاقتصاد والانسة حياة حمود يوسف وكل من ساعدني من قريب أو من بعيد لإنجاز هذه الأطروحة.

وختاماً اسال الله تعالى ان يمدهم بوافر الصحة والسلامة والقدرة على بذل المزيد من العطاء خدمةً للعلم والانسانية. ولك الحمد ربنا والشكر والمنة على ما قدّرت ووفقّت.

الباحث :فراس عدنان عباس الطبطبائي

جامعة دمشق
كلية الاقتصاد
قسم إدارة الأعمال

لجنة المناقشة والحكم على أطروحة الدكتوراه في إدارة الأعمال التي أعدها
الطالب فراس عدنان عباس

بعنوان
دور تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لجودة المعلومة في قيمة الأعمال
"دراسة مقارنة بين شركتي سيريتل – سوريا ،وزين للاتصالات – العراق"

شكلت لجنة المناقشة والحكم من السادة الأساتذة:

1- الدكتور يونس عواد – رئيس اللجنة وعضوا مشرفا
2- رعد الصرن – عضوا
3- مجد صقور – عضوا
4- حيدر العبدالله – عضوا
5- انمار عرابي – عضوا

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
الآية الكريمة	ب
الإهداء	ج
شكر وعرفان	د
لجنة المناقشة والحكم	ه
فهرس المحتويات	و
فهرس الجداول	ي
فهرس الأشكال	م
الملخص	س
التعريفات الإجرائية للبحث	ع
الفصل التمهيدي : منهجية البحث	1
مقدمة البحث	2
اولاً: مشكلة البحث	3
ثانياً: الدراسات السابقة	3
ثالثاً: مشكلة البحث	13
رابعاً: أهمية البحث	14
خامساً: أهداف البحث	15
سادساً:نموذج البحث ومتغيراته	16
سابعاً: فرضيات البحث	16
ثامناً: المجتمع والعينة	18
تاسعاً: مجتمع البحث	19
عاشراً: مصادر جمع البيانات	19
حادي عشر: أسلوب تحليل البيانات	20
ثاني عشر: حدود البحث	21
ثالث عشر:محددات البحث	21

الفصل الاول: الجانب النظري	22
مقدمة	23
المبحث الأول: مدخل مفاهيمي لنظام المعلومات الاستراتيجي	24
تمهيد	24
اولا: ماهية نظام المعلومات الاستراتيجي	24
ثانياً: أهمية نظام المعلومات الاستراتيجي	27
ثالثاً: مراحل تطور نظام المعلومات الاستراتيجي	29
رابعاً: مفهوم تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي	33
خامساً: نماذج تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي	37
سادساً: ابعاد تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي	41
المبحث الثاني: جودة المعلومات وأهميتها الاستراتيجية	45
تمهيد	45
اولاً: مفهوم جودة المعلومات	45
ثانياً: مفهوم المعلومات الاستراتيجية	49
ثالثاً: خصائص المعلومات الاستراتيجية	52
رابعاً: أبعاد ونماذج جودة المعلومات	54
المبحث الثالث: قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات	70
تمهيد	70
أولاً: قيمة الأعمال	70
ثانياً: تكنولوجيا المعلومات	75
ثالثاً: نماذج قيمة الأعمال وعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات	79
رابعاً: أبعاد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات	89
خاتمة الفصل الاول	93
الفصل الثاني: الجانب التطبيقي	94
المبحث الأول أولاً: نبذة عن شركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين للاتصالات في العراق	95
1- شركة سيريتل للاتصالات في سورية	95
2- شركة زين للاتصالات في العراق	96
ثانياً: واقع نظام المعلومات الاستراتيجي في شركتي سيريتل للاتصالات في	97

سورية وزين العراق للاتصالات	
المبحث الثاني: تحليل البيانات الأولي وتقييم مقياس البحث	98
أولاً: ترميز متغيرات وفقرات المقياس	98
ثانياً: توزيع عينة البحث	102
ثالثاً: تصميم اداة البحث	103
المبحث الثالث: التحليل الإحصائي لمتغيرات البحث ومناقشة النتائج (شركة سيريتل للاتصالات في سورية)	106
أولاً: التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات البحث	106
ثانياً: اختبار التوزيع الطبيعي	110
ثالثاً: اختبار جودة مطابقة أداة المقياس	114
المبحث الرابع: التحليل الإحصائي لمتغيرات البحث ومناقشة النتائج (شركة زين العراق للاتصالات)	125
أولاً: التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات البحث	125
ثانياً: اختبار التوزيع الطبيعي	129
ثالثاً: اختبار جودة مطابقة أداة المقياس	133
المبحث الخامس: بناء نماذج متغيرات البحث وفق مؤشرات جودة المطابقة واختبار الفرضيات	145
أولاً: بناء نماذج متغيرات البحث وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة	145
ثانياً: مقارنة وتحليل للنتائج بين شركة سيريتل للاتصالات السورية وزين العراق للاتصالات	160
ثالثاً: اختبار الفرضيات	162
المبحث السادس: النتائج والتوصيات والمقترحات	173
أولاً: النتائج	173
ثانياً: التوصيات	177
ثالثاً: المقترحات لدراسات مستقبلية	178
المراجع العربية	180
أولاً: الكتب	180

ثانياً: الدوريات والمجلات العلمية	181
ثالثاً: الرسائل والأطاريح الجامعية	183
رابعاً: الندوات والمؤتمرات	185
المراجع الاجنبية	186
أولاً: الكتب Books	186
ثانياً: الدوريات Periodicals	187
ثالثاً: الرسائل والأطروحات الجامعية Theses and dissertations	196
رابعاً: الندوات والمؤتمرات Seminars and conferences	197
خامساً: الانترنت Internet	199
الملاحق	
ملحق (1): الاستبانة النهائية الموزعة على العينة	201
ملحق (2): الاستبانة المحكمة	209
ملحق (3): قائمة بأسماء المحكمين الاكاديميين	218
ملحق (4): مخرجات التحليلات الاحصائية لبرنامج Spss v.20 وبرنامج Amos v.20	219
الملخص باللغة الاجنبية Abstract	242

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	المراحل الزمنية لتطور نظم المعلومات	17
2	اتجاهات التطور نحو نظم المعلومات الاستراتيجية	32
3	ابعاد تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي	43
4	ابعاد وخصائص جودة المعلومات من وجهة نظر Wang & Strong	60
5	وجهة نظر الباحثين والاكاديميين لجودة المعلومات	61
6	أنموذج جودة المعلومات – المنتج والخدمة	63
7	الاختلافات الرئيسة بين تصنيع المنتج وتصنيع المعلومات	64
8	معايير جودة المعلومات	67
9	خصائص وأبعاد جودة المعلومات وفق سلسلة زمنية	68
10	تطبيقات أنموذج قيمة الأعمال	88
11	أبعاد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وتأثير تكنولوجيا المعلومات	90
12	الرموز الخاصة بمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي	98
13	الرموز الخاصة بمتغير جودة المعلومة	100
14	الرموز الخاصة بمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات	101
15	عدد الاستبانات الموزعة على الشركتين عينة البحث والقابلة للتحليل	102
16	وصف المتغيرات الديموغرافية لشركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات	103
17	خيارات الاستجابة لفقرات الاستبانة حسب مقياس ليكرت الخماسي	105
18	التحليل الاحصائي الوصفي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لشركة سيريتل للاتصالات	106
19	التحليل الاحصائي الوصفي لمتغير جودة المعلومة لشركة سيريتل للاتصالات	108
20	التحليل الاحصائي الوصفي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة سيريتل للاتصالات	109
21	نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لشركة سيريتل للاتصالات	111
22	نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير جودة المعلومة لشركة سيريتل للاتصالات	112

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
23	نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة سيريتل للاتصالات	113
24	التحليل العاملي التوكيدي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لشركة سيريتل للاتصالات	115
25	التحليل العاملي التوكيدي لمتغير جودة المعلومات لشركة سيريتل للاتصالات	118
26	التحليل العاملي التوكيدي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة سيريتل للاتصالات	121
27	معامل الثبات الفا كرونباخ لمتغيرات البحث لشركة سيريتل للاتصالات	124
28	التحليل الاحصائي الوصفي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية لشركة زين العراق للاتصالات	125
29	التحليل الاحصائي الوصفي لمتغير جودة المعلومة لشركة زين العراق للاتصالات	127
30	التحليل الاحصائي الوصفي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة زين العراق للاتصالات	128
31	نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية لشركة زين العراق للاتصالات	130
32	نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير جودة المعلومة لشركة زين العراق للاتصالات	131
33	نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة زين العراق للاتصالات	132
34	التحليل العاملي التوكيدي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لشركة زين العراق للاتصالات	134
35	التحليل العاملي التوكيدي لمتغير جودة المعلومة لشركة زين العراق للاتصالات	137
36	التحليل العاملي التوكيدي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة زين العراق للاتصالات	140

37	معامل الثبات الفا كرونباخ لمتغيرات البحث لشركة زين العراق للاتصالات	143
38	مقارنة قيم المتوسطات الحسابية للمتغيرات الرئيسة وأبعادها للشركتين	144
39	مؤشرات جودة المطابقة	145
40	تقديرات أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في شركة سيريتل للاتصالات السورية	149
41	تقديرات أنموذج متغير جودة المعلومة في شركة سيريتل للاتصالات السورية	150
42	تقديرات أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في شركة سيريتل للاتصالات السورية	153
43	تقديرات أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في شركة زين العراق للاتصالات	156
44	تقديرات أنموذج متغير جودة المعلومة في شركة زين العراق للاتصالات	158
45	تقديرات أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في شركة زين العراق للاتصالات	160
46	مقارنة مؤشرات جودة المطابقة في شركتي سيريتل للاتصالات وزين العراق للاتصالات	161
47	التأثير بين متغيرات البحث الرئيسة في شركة سيريتل للاتصالات السورية	165
48	التأثير بين متغيرات البحث الرئيسة في شركة زين العراق للاتصالات	170
49	مقارنة نتائج اختبار الفرضيات للشركتين	172

فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
1	المخطط الافتراضي للبحث	6
2	مراحل تطور نظم المعلومات في المنظمة	30
3	الأنموذج العام لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي من وجهة نظر Broek &Spil	37
4	أنموذج تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي من وجهة نظر Gimenez & Lederer	38
5	نظرية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي	39
6	الشروط اللازمة لنجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي	44
7	خصائص جودة المعلومات	55
8	أنموذج جودة المعلومات من وجهة نظر Eppler	65
9	بيئية نظام جودة المعلومات : المدخلات ، المخرجات ، اجهزة ومعدات، رقابة	66
10	مخطط القيمة	73
11	تأثير تكنولوجيا المعلومات على المنظمات	78
12	مدخل العملية لفهم قيمة تكنولوجيا المعلومات	79
13	العلاقة المركبة بين قيمة الاعمال وتكنولوجيا المعلومات	81
14	مصفوفة قيمة الاعمال لتكنولوجيا المعلومات	82
15	عملية قياس قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات	83
16	أنموذج قيمة الأعمال	84
17	تكنولوجيا المعلومات لتحسين قيمة الأعمال	85
18	أنموذج قيمة الأعمال من موارد تكنولوجيا المعلومات	86
19	أنموذج قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات	87
20	أنموذج سلسلة القيمة	91
21	أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وابعاده الاساسية لشركة سيريتل للاتصالات	117
22	أنموذج متغير جودة المعلومة وابعاده الاساسية لشركة سيريتل للاتصالات	120

23	أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وابعاده الاساسية لشركة سيريتل للاتصالات	123
24	أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وابعاده الاساسية لشركة زين العراق للاتصالات	136
25	أنموذج متغير جودة المعلومة وابعاده الاساسية لشركة زين العراق للاتصالات	139
26	أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وابعاده الاساسية لشركة زين العراق للاتصالات	142
27	أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وابعاده الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة سيريتل للاتصالات السورية	148
28	أنموذج متغير جودة المعلومات وابعاده الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة سيريتل للاتصالات السورية	151
29	أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وابعاده الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة سيريتل للاتصالات السورية	152
30	أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وابعاده الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة زين العراق للاتصالات	155
31	أنموذج متغير جودة المعلومة وابعاده الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة زين العراق للاتصالات	157
32	أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وابعاده الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة زين العراق للاتصالات	159
33	أنموذج علاقات الارتباط لمتغيرات البحث وابعادها الاساسية في شركة سيريتل للاتصالات السورية	164
34	أنموذج الاثر لمتغيرات البحث وابعادها الاساسية في شركة سيريتل للاتصالات السورية	166
35	أنموذج علاقات الارتباط لمتغيرات البحث وابعادها الاساسية في شركة زين العراق للاتصالات	168
36	أنموذج الاثر لمتغيرات البحث وابعادها الاساسية في شركة زين العراق للاتصالات	171

الملخص

دور تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لجودة المعلومة في قيمة الأعمال

"دراسة مقارنة بين شركتي سيريتل وزين للاتصالات – العراق"

إعداد الطالب : فراس عدنان عباس

إشراف الاستاذ المساعد الدكتور: يونس يوسف عواد

المشرف المشارك: الاستاذ الدكتور احسان دهش جلاب

هدفت الدراسة بالدرجة الاساس إلى تحديد قوة ونوع العلاقة بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات. وتحليل تأثير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة في متغيرات قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في شركتي سيريتل للاتصالات السورية وزين العراق للاتصالات. وذلك من خلال اقتراح أنموذج يربط بين هذه المتغيرات بناءاً على نتائج الدراسات السابقة ذات العلاقة، ثم اختبار هذا الأنموذج وتحسينه، إذ يمكن أن تشكل نتائج الدراسة وتوصياتها إطارا يستند عليه القائمون على شركة سيريتل للاتصالات السورية، وشركة زين العراق للاتصالات .

وفي هذا السياق قام الباحث بتحديد مجتمع البحث باختيار مستويات ادارية عدة (أعضاء مجلس إدارة، ومديرين عامين، أو مفوضين، ومديري أقسام، ومديري شعب، ومديري وحدات، ومديري مكاتب)، وذلك بهدف جمع البيانات اللازمة للبحث، وتمخض عن عملية جمع البيانات (377) استبانة صالحا للتحليل الإحصائي بواقع (176) استبانة لشركة سيريتل للاتصالات و(201) استبانة لشركة زين العراق للاتصالات، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج والتوصيات. أهمها ان الاهتمام بأبعاد تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لاسيما تحسين القدرات والمحاذاة يؤدي الى زيادة قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات. هناك دور لجودة المعلومة كمتغير وسيط مباشر للعلاقة بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وغير مباشر لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، وأوصت الدراسة بإنشاء وحدة متخصصة ضمن الهيكل التنظيمي لشركتين لتخطيط نظام المعلومات

الاستراتيجي، وإشراك الموظفين بدورات تدريبية تخصصية لزيادة مهاراتهم وخبراتهم، والتأكيد على تحسين وتطوير إمكانات نظام التخطيط للشركتين.

التعريفات الإجرائية للبحث:

تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي Strategic Information system planning

يعرف بانه عملية تحديد مجموعة من التطبيقات المستندة الى الحاسوب والتي تساعد المنظمة على تنفيذ خطط العمل وتحقيق اهداف اعمالها. (Lederer & Salmela,1996:238). وقد اعتمد الباحث في تحديد مؤشرات تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي على الأبعاد التالية: (Tutzauer&Sanders,1999:7)& (Newkirk&Lederer,2006b:381) Issa –Salwe *et*) & (Broek,2008:17)& (Newkirk&Lederer,2006a:484) & (Khani *et al.*,,2011:8) & (*al.*,,2011:160

جودة المعلومات(IQ): تشير إلى الدرجة التي تتوافر فيها معلومات المحتوى والشكل، وخصائص الوقت والتي تعطي قيمة محددة للمستخدمين النهائيين.(O'Brien & Marakas, 2011: 644) وقد اعتمد الباحث في تحديد مفهوم وقياس جودة المعلومات على ابعاد كل من: (Wong&Strong,1996:20)&(Klein,2002:1103) &(Liu&Chi&,2002:293) &(Lee&Strong,2003:20) &(Motjolopane&Lutu,2012:8) &(Knight & Burn, 2005:162)(Ruzevicius&Gedminaite,2007:55)

قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (BV/IT): تشير الى مساهمة تكنولوجيا المعلومات في اداء المنظمات. (Kraemer et at. ,1994:1) وفي الاتجاه نفسه فقد أكد (Melville et al.,2004: 287) بانها تأثيرات الاداء التنظيمي لتكنولوجيا المعلومات في كل من مستوى العملية ومستوى المنظمة ككل ويضم تأثيرها على كل من الكفاءة والتنافسية . وقد اعتمد الباحث في تحديد مفهوم وقياس قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات على ابعاد كل من: (Kraemer et al.,1994:11) (Kraemer et al.,1995:2& al.,1996a:2) (Tallon et al., 2001:30-31) & (Kraemer et al., 1996b:1)

الفصل التمهيدي

منهجية البحث

أولاً :مقدمة البحث

يواجه عالمنا المعاصر مجموعة من التحولات الجذرية والتغيرات المتسارعة يأتي في مقدمتها الثورة العلمية والتكنولوجية وفي سياق هذه التغيرات المتسارعة يلاحظ أن أكثر المنظمات في القرن الحاضر أخذت على عاتقها مغادرة الاطر التقليدية المألوفة في ادارة انشطتها والتوجه نحو أساليب وتقانات ونظم اتصال حديثة ومتطورة بالاستفادة من المزايا التي توفرها ادوات تكنولوجيا المعلومات لتكون منطلقا" لبناء نظام المعلومات الاستراتيجي الذي يمثل اهم التطبيقات المعاصرة لنظم المعلومات التي تعتمد عليها المنظمات في سعيها لبلوغ الميزة التنافسية المنشودة. من خلال الدور الريادي لهذه النظم في نجاح المنظمات وتفوقها على منافسيها، إذ تتيح هذه النظم الفرصة للمديرين والمخططين للتعرف على جوانب القوة والضعف، وطبيعة الفرص والتهديدات التي تواجه منظماتهم والتي تؤثر في استمراريتها في بيئة الأعمال.

ومن هنا جاءت أهمية اهتمام المديرين بتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، فبالقدر الذي يزداد فيه تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي سوف تزداد قدرة الادارة ليس على المحافظة على مستويات الاداء الحالية للمنظمات فحسب، وانما اتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تمكن المنظمات من توظيف مقدراتها الجوهرية للتفوق على المنافسين باستمرار. كما يبرز الاهتمام بتحسين جودة المعلومات بشكل يفوق اهتمامها بكميتها، اذ ان توفر المعلومات ليس هدفا في حد ذاته وانما ضرورة ان تكون ذات محتوى يفي بالغرض الذي جمعت تلك المعلومات من اجله لاسيما ان قيمة المعلومات تزداد في البيئات التنافسية سريعة التغيير كالتي تعمل بها المنظمات في الوقت الحاضر ففي مثل هذه البيئات يتم الاعتماد على المعلومات بشكل كبير وكلما كانت هذه المعلومات ذات جودة عالية كلما كانت ذات مساهمة عالية في الحد من عدم التأكد وبالتالي تحسين جودة القرارات في المنظمة.ان الاهتمام بجوانب تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وما يتصل بذلك الاهتمام من تحسين مستوى جودة المعلومات المستعملة في القرارات الاستراتيجية قد ساهم بشكل او بآخر في زيادة تطوير كفاءة المنظمات وفاعليتها من خلال تقديمها منتجات ذات قيمة عالية تفوق ما يدفعه العملاء ازاء تلك المنتجات مستفيدة من المزايا التي تقدمها لها بعض الاساليب لاسيما اقتصاديات الحجم والعلاقات القوية مع عملائها ودعمها للسوق ومن ثم السعي إلى ابتكار وتطوير عمليات تنافسية غير متوقعة من قبل المنافسين.

ثانياً: الدراسات السابقة:

أ- الدراسات العربية والاجنبية:

- **مجال تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي:**

وتتضمن هذه الدراسات ما يأتي :

1 - دراسة (Khani, Nor & Bahrami, 2011)

(IS/IT Capability And Strategic Information System Planning (SISP) Success)

بعنوان (قدرات نظم المعلومات/تكنولوجيا المعلومات ونجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي)

تهدف هذه الدراسة النظرية الى تقديم أنموذج مطور لمقدرة تكنولوجيا المعلومات ونجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي من خلال الاخذ بالاعتبار العوامل البيئية والتنظيمية التي يمكن ان تؤثر في هذه العلاقة. ولتحقيق هذا الهدف استعرض الباحثان عدداً من الافكار ذات الصلة بمقدرات تكنولوجيا المعلومات وتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي كمتغير معتمد في شركة (RBV) في ماليزيا. واتخذ الباحثان حجم المنظمة، والهيكل التنظيمي، ونوع الصناعة كمتغيرات ضابطة للدراسة. كما اعتمد الباحثان على ابعاد (المحاذاة، والتحليل، والتعاون، وتحسين القدرات) لقياس النجاح في تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، وانتهت الدراسة بالتوصية باعتماد الأنموذج المقترح في بيان العلاقة بين مقدرات نظام المعلومات وتكنولوجيا المعلومات وتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي شريطة مراعاة المتغيرات البيئية والتنظيمية ذات الصله.

2- دراسة (Broek, 2008)

(How Network Context Influences Strategic Information System Planning –Two Cases from Helsinki's Metropolitan Area)

بعنوان (كيف يؤثر المحيط الشبكي في تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي – دراستي حالة من منطقة هلسنكي العاصمة)

تهدف الدراسة إلى اكتشاف الكيفية التي تؤثر فيها المحيطات الشبكية (الروابط الضعيفة او القوية مع الجهات الخارجية) في نجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي باعتماد برنامج

لتحليل البيانات الكمي(NVIVO). واستعرضت الدراسة عدداً من الدراسات الخاصة بتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لكي تتوصل الى ان هذا النظام يمكن ان يقاس وفق أربعة أبعاد هي (المحاذاة، والتحليل، والتعاون، وتحسين القدرات). اعتمدت الدراسة في عملية جمع البيانات على مقابلة مع (13) من المتخصصين في ميدان نظام المعلومات الاستراتيجي بمنطقة هلسنكي في فنلندا خلال مدة شهرين. وانتهت الدراسة بالتوصية لإجراء مزيد من البحوث حول اختبار نماذج معيارية لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي والتأمل في علاقات ابعاد تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي مع عدد من العوامل المحيطية غير المختبرة في هذه الدراسة.

3- دراسة (Ruzevicius and Gedminaite 2007)

(Peculiarities of The Business Information Quality Assessment)

بعنوان (خصائص تقييم جودة معلومات الاعمال) قصد الباحثان من وراء هذه الدراسة المسحية التعرف على ماهية ابعاد جودة المعلومات التي تمثل اهمية للمستخدمين اللاتينيين إذ اعتمدت الدراسة على استقصاء لبيان اكثر هذه الابعاد اهمية مع التركيز على ابعاد الباحثين (Wang & Strong 1996). وتوصلت الدراسة إلى أن أبعاد (الدقة، والموضوعية، والمصداقية، وامكانية الوصول، والصلة، والقيمة المضافة، والتوقيت المناسب، والكمال، وسهولة الوصول) تمثل أهمية كبيرة للمستخدمين اللاتينيين، في حين أبعاد (السمعة، والأمان، وكمية البيانات، والقابلية على التفسير، والتمثيل) ليست مهمة لهؤلاء المستخدمين. وأوصى الباحثان بأهمية اعتماد الأنموذج وتطبيقه في بيئات أخرى للتأكد من الأهمية النسبية لأبعاده وفيما إذا كانت أولوياتها تختلف وفقا" لاختلاف الثقافات بين البلدان.

4- دراسة (Newkirk& Lederer, 2006a)

(The effectiveness of Strategic Information Systems Planning under Environmental Uncertainty)

بعنوان (فاعلية تخطيط نظم المعلومات استراتيجية في ظل بيئة عدم التأكد)

تهدف الدراسة الى بيان مستوى نجاح فاعلية تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية في بيئة عدم التأكد من خلال تطوير مقاييس لفاعلية تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية وبيئة عدم التأكد. اعتمدت الدراسة على استبيان وزع على (161) مديرا" تنفيذيا" في نظم

المعلومات لدوائر البريدية الأمريكية لقياس نجاح تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية وفق أربعة أبعاد هي (المحاذاة، والتحليل، والتعاون، وتحسين القدرات). وقد أوصى الباحثان بالمزيد من الاهتمام بنشاط تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لأنه يساعد على فهم تأثير البيئة ومعرفة المنافسين والعملاء والموارد التنظيمية .

5- دراسة (Newkirk& Lederer, 2006b)

(Incremental and Comprehensive Strategic Information Systems Planning in an Uncertain Environment)

بعنوان (تزايدية وشمولية تخطيط نظم المعلومات الإستراتيجية في بيئة غير مؤكدة)

تهدف الدراسة إلى تطوير إطار مفاهيمي لتخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية في إطار خصوصية بيئة عدم التأكد. طور الباحثان استمارة استبيان خاصة لقياس تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية في اطار اربعة ابعاد هي(المحاذاة، والتحليل، والتعاون، وتحسين القدرات). وأجرى الباحثان تحليلا للاستمارات المسترجعة من العينة البالغة (161) من المديرين التنفيذيين لنظم المعلومات في الدوائر الامريكية. وقد توصل الباحثان إلى أن البيئة التنافسية توفر إطارا" اساسيا" لنجاح تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجي. وأوصى الباحثان بأهمية دراسة البيئة من أجل توقع المتغيرات التي تؤثر في عملية اتخاذ القرار وصولا إلى تشخيص العوامل المؤثرة في فاعلية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لاسيما تلك التي تستمد أسسها من خصائص بيئة عدم التأكد.

6- دراسة (Ledere & Sethi , 1998)

(Seven Guidelines For Strategic Information Systems Planning)

بعنوان (سبعة ارشادات توجيهية لتخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية)

تهدف الدراسة إلى تطوير الخطوط العريضة لتخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية، إذ اعتمدت على عينة مكونة من (105) فرداً من خبراء تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية في قطاعات النقل، والسياحة، والسفر، والخدمات المالية، وصناعة الطيران في امريكية. وحددت الدراسة سبع خطوات ارشادية لنظام المعلومات الاستراتيجية تمثلت في ان تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية هو جزء من عملية التخطيط الاستراتيجي للأعمال، لربط نتائج استراتيجيات تكنولوجيا المعلومات باستراتيجية الأعمال. التأكيد على أن المنظمات تعمل على

تجديد الخطط، وإيجاد الدعم من قبل المنظمات لتخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية، التأكيد على المدخلات للمنظمات ومسؤولية حمايتها في المستويات المختلفة، التأكيد على قيمة الأعمال في الخطة مما يزيد من إمكانية قبول الخطة وتنفيذها، فهم الإدارة العليا ان ارتباط الأفراد يلعب دورا مهما في نجاح تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية .

7- دراسة (Falconer & Hodgett , 1995)

(Strategic Information Systems Planning:An Australia Experience)

بعنوان (تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية: التجربة الاسترالية)

تهدف الدراسة إلى فحص الاختلاف في تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية في الشركات الاسترالية وفي الدول المتطورة الاخرى، إذ اشارت الى ان تخطيط المعلومات الاستراتيجية من الاهتمامات الرئيسية لمديري الشركات الاسترالية. وهي دراسة مسحية تمت بواسطة البريد الالكتروني اشتملت على (1155) منظمة أعمال استرالية، كما توصلت الدراسة إلى عدد كبير من المنظمات لم يتبع آلية التخطيط للمعلومات، إذ ظهر أن التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات في معظم الشركات الاسترالية لم يكن واسع الانتشار، وأن أغلب المنظمات لم تاخذ التخطيط لنظام المعلومات الاستراتيجية بعين الاعتبار .

- **<u>مجال جودة المعلومات :</u>** وتتضمن هذه الدراسات ما يأتي:

1- دراسة (الصرن ، 2013)

بعنوان (عوامل قياس الجودة في نظم المعلومات المطبقة في شركات الاتصالات)

تهدف الدراسة إلى توضيح مفهوم الجودة في نظم المعلومات على اعتبار أن المعلومات تشكل موردا فريدا مهما كما هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل الأساسية والفرعية لقياس الجودة في نظم المعلومات المطبقة في شركة سيريتل للاتصالات السورية، وتحديد العلاقات والروابط فيما بينها، وكشف نقاط الضعف المحتملة، ووضع سبل معالجتها والتغلب عليها ، كما أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بدراسة العوامل المختلفة لقياس الجودة في نظم المعلومات المطبقة في شركات الاتصالات، والاعتماد على مصادر دقيقة وموثوق بها للمعلومات، وتجنب التحريف فيها، والاستفادة من تجارب الشركات التي اتجهت نحو تطبيقات نظم المعلومات وتقانة المعلومات في تخطيط برامج أعمالها وتنفيذها .

2- دراسة (عثمان ، 2010)

بعنوان (أثر جودة المعلومات في إدارة الأزمات دراسة ميدانية لعينة من شركات الاتصالات الأهلية في الصومال)

تهدف الدراسة إلى معرفة دور جودة المعلومات في شركات الاتصالات الأهلية في الصومال في قدرة هذه الشركات على مواجهة الأزمات التي تمر بها، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها توافر جودة المعلومات بشكل متوسط في المعلومات التي تحصل عليها الشركات، كما أوصت الدراسة بزيادة اهتمام الشركات بخصائص جودة المعلومات لتحقيق مستويات أعلى منها من خلال اعتمادها على نظم معلومات فعالة، والتأكد من شمولية المعلومات وخلوها من الأخطاء والتحيز، واستخدام وسائل فعالة وقادرة على جمع الكم والنوع المطلوب من المعلومات بأقل كلفة.

3- دراسة (الخزاعله ، 2009)

بعنوان (اثر جودة المعلومات في اتخاذ القرار دراسة ميدانية في شركة الخطوط الملكية الاردنية)

تهدف الدراسة إلى التعرف على أبعاد جودة المعلومات من جانب الصحة والدقة والسلامة والكمال والوقت والوصول والترابط والعرض والمصدر والأمان في اتخاذ القرارات في شركة خطوط الملكية الأردنية كما تهدف إلى التعرف على أهم المعوقات التي تواجه متخذي القرار في الحصول على المعلومات وأهم الحلول لعلاجها، وأوضحت الدراسة بأن كل متغير من أبعاد جودة المعلومات يؤدي إلى تحسين في عملية اتخاذ القرار، وأوصت الدراسة بالاهتمام بخصائص وأبعاد جودة المعلومات.

4- دراسة (العرود و شكر ، 2009)

بعنوان (جودة تكنولوجيا المعلومات وأثرها في كفاءة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية والخدمية المساهمة العامة الاردنية).

تهدف الدراسة إلى بيان أثر جودة تكنولوجيا المعلومات في كفاءة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية والخدمية المساهمة العامة الأردنية وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثراً مهماً ذو دلالة إحصائية لجودة تكنولوجيا المعلومات في كفاءة التدقيق الداخلي وأوصت الدراسة بتحسين خصائص المعلومات وتطوير مهارات العاملين في قطاع تكنولوجيا المعلومات.

5 – دراسة (النجار والحوري ، 2008)

بعنوان (جودة المعلومات واثرها في تحقيق المرونة الاستراتيجية دراسة ميدانية في شركات صناعة الأدوية الاردنية).

تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر جودة المعلومات بأبعادها في تحقيق المرونة الاستراتيجية للمنظمة، إذ بينت الدراسة أن أبعاد جودة المعلومات تؤثر بشكل إيجابي وبدلالة معنوية على المرونة الاستراتيجية، كما توصلت الدراسة إلى أهمية الاهتمام بالمعلومات في الوقت المناسب للحدث الذي يتطلب فيه اتخاذ القرار، والعمل على تقديم المعلومات بشكل واضح ، وإيجاد الآلية المناسبة لتحديد المعلومات وتحديثها بشكل مستمر، ودقة المعلومات وخلوها من الأخطاء

6. دراسة (وادي وآخرون ، 2007)

بعنوان (مدى جودة المعلومات التي تنتجها نظم المعلومات الإدارية المحوسبة في بلديات ومحافظة غزة).

تهدف الدراسة إلى التعرف على جودة المعلومات التي تنتجها نظم المعلومات الإدارية المحسوبة في بلديات قطاع غزة بفلسطين، إذ تألفت عينة الدراسة من (11) بلدية من محافظات غزة، توصلت الدراسة الى أن هناك علاقة معنوية طردية بين جودة نظام المعلومات الإدارية المحوسبة وبين إنتاج المعلومات اللازمة لصناعة القرار، بالإضافة إلى أن هناك ضعف في قدرة النظام على توفير المعلومات اللازمة لتحديد الأهداف والاستراتيجيات

7– دراسة (العدوان ، 2006)

بعنوان (أثر خصائص المعلومات على فعالية اتخاذ القرارات الإدارية في المؤسسات العامة الأردنية)

تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر خصائص المعلومات بأبعادها المختلفة (الملائمة، والتوقيت المناسب، والدقه، والشمول، والوضوح، والمرونة، وسهولة الحصول عليها) على فعالية اتخاذ القرارات الإدارية في المؤسسات العامة الأردنية، كما ركزت على أثر خصائص المعلومات على فاعلية اتخاذ القرارات الإدارية ، والتعرف على أهم المعوقات التي تواجه متخذي القرارات في الحصول على المعلومات والمقترحات الممكنة لعلاجها.

8- دراسة (Knight & Burn, 2005)

(Developing a Framework for Assessing Information Quality on the World Wide Web)

بعنوان (تطوير إطار عمل لتقييم جودة المعلومات في شبكة المعلومات العالمية)

وهي دراسة نظرية استرالية حاولت التصدي لبعض القضايا الجوهرية في تحديد المقصود بجودة المعلومات المستقاة من الانترنت . وتبنت الدراسة نموذجاً يتكون من أربعة أبعاد أطلق عليه نموذج (IQIP) وهي (التحديد، والكمي، والتنفيذ، والكمال) إذ يستعمل في تطوير وإدارة الخيارات والتنفيذ للجودة. لقد استند الباحثان في تطوير هذا النموذج على اسهام اثنتي عشرة دراسة تتعلق بأبعاد جودة المعلومات ثم تناولا بالشرح أبعادها الفرعية، وانتهت الدراسة بتوصية لتطبيقه باستعمال بيانات مغلقة مأخوذة من مواقع على الشبكة العالمية

9- دراسة (Khalil , Strong , Kahn & Pipino, 1999)

(Teaching Information Quality in Information Systems Undergraduate Education)

بعنوان (تدريس جودة المعلومات في مقرر نظم المعلومات لدراسة الجامعية الأولية)

قدم الباحثون في هذه الدراسة إطارا لجودة المعلومات بالاستناد إلى الأدبيات ذات الصلة بجودة البيانات والمعلومات إذ حددوا أبرز درجات جودة المعلومات التي يستند إليها هذا الإطار بالاعتماد على نموذجين لنظم المعلومات يتصلان بهذه المقدرات. وتوصلت الدراسة إلى أهمية تجسير الفجوة بين أبعاد هذين الأنموذجين وجودة المعلومات المطلوبة من قبل الجامعات الأمريكية. وأوصت الدراسة بعدد من التوصيات الهادفة إلى تجاوز هذه الفجوة والعمل على تحسين جودة طرائق التدريس لمقرر نظم المعلومات، لاسيما حضور المؤتمرات المتصلة بجودة المعلومات أو من خلال الانتظام في فصول دراسية مهمة للغرض نفسه.

10- دراسة (Wang & Strong, 1996)

(Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Consumers)

بعنوان (ما وراء الدقة: ما تعنيه جودة البيانات لمستخدميها)

تحاول هذه الدراسة تطوير اطار مفاهيمي لمظاهر جودة البيانات التي تمثل اهمية لمستخدميها، فضلا" عن تطوير استقصاء يتكون من مرحلتين يتصل بأربعة ابعاد هي (الواقعية، المحيطية، التمثيل، سهولة الوصول)، وبعينة اجمالية قدرها (118) من مستخدمي البيانات في جامعة Carnegie Mellon في ولاية نيوجيرسي الامريكية. وتوصل الباحثان الى ان استخدام هذا

الاطار سوف يمكن مديري نظم المعلومات من تحسين فهمهم وتلبية حاجات المستخدمين المتصلة بجودة البيانات. كما توصلت الدراسة الى ان الاطار المستخدم قابل للتطبيق بفاعلية في قطاع الصناعة والمؤسسات الحكومية. واوصت الدراسة بتطبيق هذا الاطار في قطاعات اخرى لاسيما الخدمية للتأكد من نجاحه في تحسين فاعلية البيانات كما يدركها المستخدمون.

- **مجال قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات**

وتتضمن هذه الدراسات ما يأتي:

1- دراسة (Maçada, Beltrame, Dolci &Becker, 2012)

(IT Business Value Model for Information Intensive Organizations)

بعنوان (أنموذج قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات للمنظمات ذات المعلومات الكثيفة)

الهدف من هذه الدراسة هو تحليل قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات للمنظمات ذات المعلومات الكثيفة ممثلة بالمصارف وشركات التأمين وشركات الوساطة المالية في البرازيل. اعتمدت الدراسة على استقصاء صمم في ضوء عدد من النماذج لاسيما أنموذج Weill & (Broadbent , 1998) وأنموذج (Gregor et al., 2006)، كما تم جمع البيانات بالاعتماد على أداة مكيفة للغرض ذاته تتكون من خمسة ابعاد (الاستراتيجي، والمعلوماتي، والمعاملاتي، والتحويلي، والمواصلات والاتصالات) في اطار (27) فقرة. وبعد إجراء أسلوب التحليل العاملي استقرت

الدراسة على أربعة أبعاد لقياس قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات هي (الاستراتيجي، والمعلوماتي، والتحويلي، والمعاملاتي). وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع حجم الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات بحوالي 20% في القطاع المالي مقارنة مع القطاعات الاخرى واوصت الدراسة بضرورة فهم ان تكنولوجيا المعلومات يمكن ان تقدم فوائد مختلفة يمكن الاستفادة منها وتحسين الواقع التنافسي للمنظمة.

2دراسة (العلي والعمري ، 2008)

بعنوان (الاستخدام المشترك لتكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة لتحقيق قيمة عالية لإعمال البنوك التجارية الاردنية)

تهدف الدراسة إلى بيان مدى المشاركة بين تكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة في تحقيق قيمة عالية لأعمال البنوك التجارية الأردنية، إذ أشارت الدراسة الى وجود فجوة بين ما تمتلكه

البنوك من تكنولوجيا معلومات وإدارة معرفة من ناحية وماهي بحاجة لامتلاكه من تكنولوجيا معلومات وإدارة معرفة تساعدها في حل المشكلات واتخاذ القرارات وتحقيق قيمة عالية لأعمالها من ناحية أخرى، إذ اعتمدت على عينة مكونة من (116) مديراً وخبيراً ومستشاراً يعملون في (16) بنكاً تجارياً اردنياً، وهي دراسة تحليلية، كما توصلت الدراسة إلى أن العاملين في البنوك لا يشعرون بدرجة رضا عالية كما أنهم لا يتمتعون بالاستقلالية في اعمالهم وهو مالا ينسجم مع توجه المنظمات التي تسعى الى الاداء العالي والتميز. وهناك ضعف في استخدام البنوك لنظم دعم القرار والنظم الخبيرة .

3- دراسة (Tallon , 2000)

(A process – Oriented Assessment of the Alignment of Information Systems and Business Strategy: Implications for IT Business Value)

بعنوان (التقييم الموجة بالعملية للتوافق بين نظم المعلومات واستراتيجية الاعمال: المضامين لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات)

تهدف هذه الدراسة الى اعتماد المدخل الموجة بالعملية لتقييم مستوى التوافق بين نظم المعلومات واستراتيجية الأعمال. ومن اجل هذا الغرض طور الباحث منظور موجهاً بالعملية للتوافق الاستراتيجي لاستخدام سلسلة من العمليات من خلال سلسلة القيمة والتي تتضمن (التخطيط والدعم، والعلاقات مع المجهزين، والانتاج والعمليات، وتعزيز السلعة او الخدمة، والدعم التسويقي للمبيعات وعلاقات العميل). لقد طور الباحث ثلاث استمارات استبيان الاولى خاصة باستراتيجية الاعمال والثانية لاستراتيجية نظم المعلومات، والاخيرة تتعلق بقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات إذ وزعت هذه الاستبيانات على (63) شركة امريكية. وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة احصائية بين التوافق استراتيجي وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات على مستوى العملية. واوصت الدراسة بأهمية العمل المشترك للمديرين بما فيهم تنفيذي نظم المعلومات لاسيما ما يتعلق بعمليات التخطيط الاستراتيجي وصياغة الاستراتيجيات الوظيفية التي من اهمها استراتيجية ادارة المعرفة .

4- دراسة (Tallon , Kraemer & Gurbaxani , 1997)

(The Development and Application of a Value-based Thermometer of IT Business Value)

بعنوان (تطبيق وتطوير مقياس مستند للقيمة خاص بقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات)

تحاول هذه الدراسة تطوير وتطبيق مقياس خاص لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات يركز بشكل اساس على سلسلة القيمة. اعتمدت الدراسة على بيانات إدراكية جمعت من المديرين التنفيذين في شركة (Strassmann) احدى الشركات الامريكية، وبعد اجراء عمليات التحليل توصلت الدراسة الى ان قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات يمكن ان تقاس من خلال الاعتماد على بعض اقسام الشركة، إذ تتم عملية خلق القيمة ، كما توصلت الدراسة الى ان قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات يمكن ان تقاس من خلال سبعة ابعاد هي (دعم وتخطيط العملية، وعلاقات المجهزين، والانتاج والعمليات، وتحسين المنتج والخدمة، ودعم السوق والمبيعات، وعلاقات العميل، وديناميكيات التنافس) وانتهت الدراسة بتوصية لاعتماد هذه الابعاد من قبل الباحثين وتطبيقها في منظمات خدمية اخرى، كما اوصت الدراسة باختبار المقياس المعتمد بالاستناد الى بيانات رقمية مستمدة من سجلات المنظمات وباعتماد نماذج احصائية معلمية.

5- دراسة (Kraemer, Gurbaxani , Mooney, Dunkle & Vitalari ,1994)

(The Business Value of Information Technology in Corporations)

بعنوان (قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في المنظمات)

دراسة اجريت من قبل مركز البحوث في تكنولوجيا المعلومات والمنظمات التابع لجامعة كاليفورنيا الامريكية تهدف هذه الدراسة الى تطوير اداة لقياس ابعاد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في المنظمات الصناعية والخدمية، إذ تكونت هذه الابعاد من (الفاعلية التنظيمية، والكفاءة التنظيمية، واقتصاديات الانتاج، وابتكار الاعمال الجديدة، وعلاقات العميل، وعلاقات المجهز، وتحسين المنتج والخدمة، والتنسيق التنظيمي، ودعم السوق، وديناميكيات التنافس). اعتمدت الدراسة على استبانة وزعت على (155) مديراً تنفيذياً في (40) منظمة على وفق مقياس يتكون من (10) رتب، وتوصلت الدراسة الى ان الابعاد العشرة قد احتلت اهمية نسبية عالية لدى التنفيذيين. كما توصلت الدراسة الى ان التنفيذيين في المنظمات الخدمية أكثر إدراكاً لأبعاد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات من اقرانهم في المنظمات الانتاجية وأوصت الدراسة باختبار الأنموذج المقترح في اكثر من منظمة وفي اكثر من بلد .

ب- مجال الاستفادة من الدراسات السابقة:

- التعرف على بعض المصادر والدوريات والبحوث النظرية والتطبيقية التي أمكن الاطلاع عليها وتتبع نتائجها مما سهل الطريق أمام الباحث في بناء الإطار النظري لبحثه.

- المساهمة في بناء فرضيات البحث ونموذجها الافتراضي.

- التعرف على اخر المستجدات العلمية والبحثية في مجال البحث الحالي .

- المساهمة في صياغة فقرات الاستبانة المتعلقة بمتغيرات البحث .

- التعرف على النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات والتي سهلت على الباحث الانطلاق من حيث انتهى الآخرون أو البحث في الجوانب التي لم يتناولونها.

- التوجه نحو اختيار عينة البحث وادواتها الاحصائية.

ج- ما يميز البحث الحالي عن الدراسات السابقة:

- جاء البحث الحالي ليشتمل على ثلاثة متغيرات للدراسة هي تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وجودة المعلومة. وكل متغير من المتغيرات يتضمن مجموعة من الابعاد، في حين اقتصرت الدراسات التي وردت على متغير واحد او متغيرين.

- حاول البحث الحالي دراسة بين متغيرات البحث من خلال اعتماد العلاقة ما بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة وأثرهما في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، في حين لم تتناول الدراسات السابقة العلاقة بين أي من المتغيرات المذكورة سواء متغيرين أو ثلاثة متغيرات .

- تناول البحث الحالي قطاع مهم من قطاعات الاتصالات الخدمية وهو الاتصالات المتنقلة متمثلاً بشركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين العراق للاتصالات كعينة للبحث في حين ان اغلب الدراسات المذكورة تناولت قطاعات اخرى على المستوى الخدمي والإنتاجي.

ثالثاً: مشكلة البحث

تواجه منظمات اليوم بيئة تنافسية شديدة الاضطراب مما يحتم على ادارة تلك المنظمات اعتماد وسائل مختلفة في سعيها لتحقيق التنافسية المطلوبة. ولعل نظام المعلومات الاستراتيجي يعد

من بين اهم تلك الوسائل كونه يمثل حلقة الربط بين المنظمة والبيئة. وإذا ما اعتمد نظام المعلومات الاستراتيجي على معلومات ذات جودة عالية فإن محصلة ذلك ستنعكس في قيمة أعمال تلك المنظمات. ولكن هل ان هذه العملية تجري وفق التسلسل المنطقي في البلدان النامية لاسيما سورية والعراق بعبارة اخرى تكمن مشكلة البحث الحالي في بيان الدور الذي يضطلع به تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في قيمة أعمال المنظمات بالإفادة من جودة المعلومات، وهذا السؤال يحوي في طياته التساؤلات الاتية:

1- هل تمتلك الادارة لشركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات تصوراً عن تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي على وفق ما جاء به الاطار النظري للبحث ؟

2- ما مدى إدراك الادارة لشركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات اهمية جودة المعلومة ؟

3- ما مستوى قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في شركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات؟

4- ما مدى تأثير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بجودة المعلومة في شركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات ؟

5- ما تأثير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في تحقيق قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات ؟

6- ما تأثير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في جودة المعلومات لشركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات ؟

رابعاً: أهمية البحث:

تكتسب هذه الدراسة اهميتها من خلال النقاط الاتية:

الأهمية النظرية:

محدودية الدراسات المتعلقة بنظام المعلومات الاستراتيجي وتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بالبيئة العربية بشكل عام والبيئة السورية والعراقية بشكل خاص، من خلال المسح الذي قام به الباحث في المكتبات الجامعية والمكتبات الالكترونية ومواقع الانترنت، باعتبارها من المفاهيم التي تتسم بالحداثة في الادب الاداري.

الأهمية العلمية :

1- تكشف الدراسة لدور تأثير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين العراق للاتصالات مما سيفتح باباً لمناقشة وتقصي اسباب هذا التأثير أو عدم التأثير والخروج باستنتاجات منطقية يمكن تعميمها لإفادة شركات اخرى والباحثين في هذا المجال.

2- تسليط الضوء على تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي من خلال اعتماد احد مقاييسه والمتمثلة بالأبعاد (المحاذاة، والتحليل، والتعاون، وتحسين القدرات) في شركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين العراق للاتصالات.

3- اهمية قطاع الاتصالات المتنقلة قيد البحث كون الاتصالات من القطاعات الخدمية مما تتيح سهولة نقل المعلومات والتواصل بين الافراد والادارات المختلفة بسرعة وبدون ارتباط بأماكن محددة .

4- التواصل مع الطروحات الادارية الغربية لاسيما ما يتصل بقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، إذ لم يأخذ هذا المفهوم الاهمية التي يستحقها من حيث التأطير المفاهيمي النظري أو على مستوى الدراسات التطبيقية.

خامساً: أهداف البحث:

تتمثل اهداف البحث بما يأتي:

1- بناء اطار معرفي وفكري لمفاهيم (تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، وجودة المعلومة ، وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات) ومتغيراتها عبر تتبع المسارات النظرية الفكرية المتخصصة وتقديم اطار مفاهيمي يصف الاتجاهات التفسيرية لتلك الموضوعات.

2- اختبار مقاييس خاصة بمتغيرات البحث سبق وان ثبتت فاعليتها في بيئات أجنبية مختلفة وتحديد مدى صلاحيتها للتطبيق في البيئة العربية.

3- بيان مدى نجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في شركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات من حيث تلبية متطلبات الادارة العليا.

4- تحديد شدة ونوع ارتباط العلاقة بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في شركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات.

5- تحليل التأثير بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة في متغيرات قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في شركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات.

سادساً: متغيرات البحث:

تتمثل متغيرات البحث في ثلاثة متغيرات ، المستقل والوسيط والتابع ، وهي كالاتي:

1- المتغير المستقل: تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (**Strategic Information System Planning**) ويختصر **(SISP)** بأبعاده (المحاذاة والتحليل والتعاون وتحسين القدرات).

2- المتغير الوسيط: جودة المعلومات (**Information Quality**) وتختصر (**IQ**) بأبعادها (الواقعية والسياقية والتمثيل وإمكانية الوصول).

3- المتغير التابع: قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (**Information Technology /Business Value**) وتختصر(**BV/IT**) بأبعادها (دعم وتخطيط العملية وتحسين الخدمة ودعم التسويق والمبيعات وعلاقات العميل).

سابعاً: فرضيات البحث:

وفقا" لما جاء في اهداف البحث يمكن صياغة الفرضيات الاتية :

اولاً. فرضيات الارتباط :

1- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة .

2- لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

3- لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين جودة المعلومة وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

ثانياً. فرضيات التأثير:

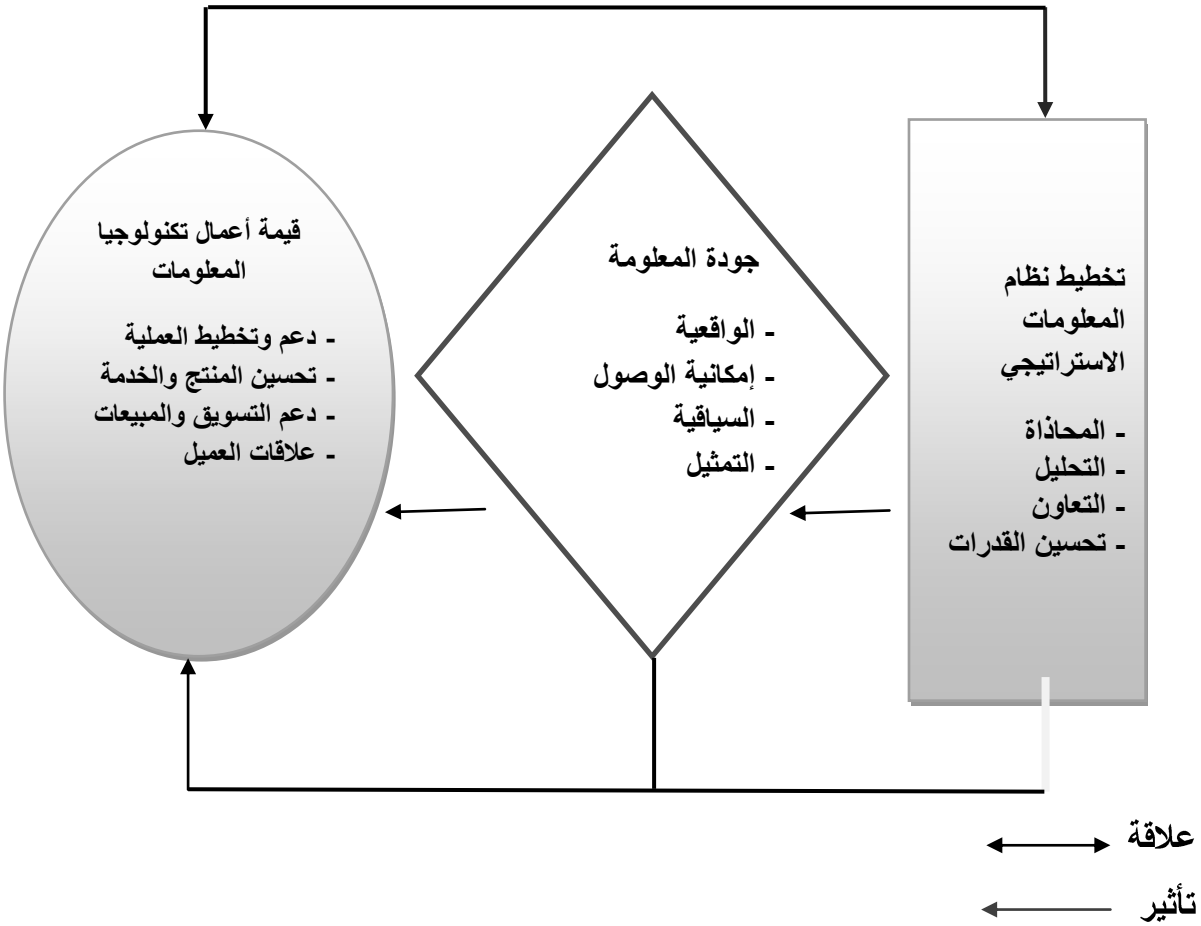
1- لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في جودة المعلومة.

2- لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

3- لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لجودة المعلومة في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

وانسجاماً مع ما جاء في فرضيات البحث يمكن توضيح مخطط افتراضي يبين طبيعة واتجاه العلاقة والاثر بين متغيرات البحث

وكما مبين في الشكل (1):



شكل (1) المخطط الافتراضي للبحث

المصدر : إعداد الباحث

ثامناً: عينة البحث:

العينة المبحوثة هي عينة عشوائية، إذ تم اختيار العينة العشوائية من مجتمع البحث الاصلي لتطبيق أداة البحث عليها، وتعّرف العينة العشوائية وفقاً لـ (عبيدات وآخرون،2001: 103-104) على أنها "أن يتوفر لدى كل فرد من أفراد المجتمع الأصلي الفرصة المكافئة لكل فرد آخر في ان يتم أختياره للعينة دون أي تحيز أو تدخل من قبل الباحث"، وقد تم تحديد عدد أفراد العينة

المطلوبة بتطبيق معادلة هيربرت اركن (Herbert Larkin Equation).

$$n = \frac{p(1-p)}{(SE \div t) + [p(1-p) \div N]}$$

n: حجم العينة

t: الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 وتساوي 1.96

SE: نسبة الخطأ وتساوي 0.05

P: نسبة توفر الخاصية والمحايدة = 0.50

N: حجم المجتمع

كان حجم المجتمع لشركة سيريتل للاتصالات (308) موظف ومن خلال تطبيق المعادلة اعلاه تم تحديد عينة البحث الاجمالية بـ (171) موظف، والتي شملت المركز الرئيس للشركة في العاصمة دمشق والفروع المرتبطة به، إذ تم ارسال وتوزيع (165) استبانة على المركز الرئيسي للشركة ومراكزها الفرعية وتم الإجابة عليها من قبل الموظفين وكان بعضها الكترونياً، وعدد الاستبانات المستلمة والصالحة للتحليل (150) استبانة، أما حجم المجتمع لشركة زين العراق للاتصالات (418) موظف، ومن خلال تطبيق المعادلة أعلاه تم تحديد عينة البحث الإجمالية بـ (200) موظف، والتي شملت المركز الرئيسي في العاصمة بغداد والمراكز الفرعية في المنطقة الوسطى والجنوبية من العراق، إذ تم توزيع (195) استبانة على موظفيها، أما عدد الإستبانات المستلمة والصالحة للتحليل (175) استبانة. وبذلك يصبح حجم العينة الإجمالي

للشركتين (325) استبانة.

تاسعاً: مجتمع البحث:

مجتمع البحث كما هو معروف هم كل الأشخاص الذين يمكن أن يشكلوا مشكلة البحث (ذوقان ، 1993)، بصورة أكثر تمثيلا. وفي موضوعنا هذا، اختير قطاع الاتصالات المتنقلة لتطبيق الجانب العملي من البحث، وتمثل مجتمع البحث بمستويات ادارية عدة (أعضاء مجلس إدارة، ومديرين عامين، أو مفوضين، ومديري أقسام، ومديري شعب، ومديري وحدات، ومديري مكاتب) لشركتي سيريتل للاتصالات السورية وزين العراق للاتصالات. وقد تم اختيار شركات الهاتف النقال لأن قطاع الاتصالات المتنقلة يعد من أهم القطاعات الاقتصادية في العالم، التي تتميز بمنافسة عالية ضمن الاسواق العالمية والتي تجعل الشركات العاملة في هذا المجال تسعى الى تقديم أفضل خدمة للعملاء في كافة أنحاء العالم، كما أن الشركات مجتمع البحث تعد من

الشركات التي لها حصة سوقية كبيرة في بلادها، ولها تأثيرا على تنمية المجتمع بفئاته كافة ودعم الاقتصاد الوطني وهي تغطي محافظات واسعة. ونظرا لطبيعة متغيرات البحث الحالية والمتمثلة بـــ(تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات)، فقد لجأ الباحث الى الاستعانة بآراء موظفي الشركتين سيريتل للاتصالات السورية وشركة زين العراق للاتصالات موزعين في المستويات الادارية، لإكمال متطلبات البحث وذلك لإدراكهم العالي لتأثيرات هذه المتغيرات بشكل مباشر او غير مباشر على الاداء العام للشركتين التي يعملون فيها.

عاشراً: مصادر جمع البيانات:

سيعتمد البحث اساليب مختلفة لجمع البيانات والتي تعد الاساس في ابراز نتائجها وعلى النحو الآتي:

<u>الجانب النظري</u> : تم الاعتماد في اعداد الجانب النظري المصادر الآتية:

- الكتب والمقالات المتخصصة بحقل نظم المعلومات الاستراتيجية وجودة المعلومات وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.
- الدراسات والبحوث ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بمتغيرات الدراسة.

- المراسلات بأسلوب (E-mail) مع بعض الباحثين والمختصين في مجال نظام المعلومات الاستراتيجي، واستخدام شبكة المعلومات العالمية(Internet) لتعقب آخر المستجدات العلمية ذات العلاقة.

<u>الجانب العملي</u> : تم الاعتماد في انجاز الجانب العملي للبحث وجمع البيانات المطلوبة على الآتي:

- تِعد الاستبانة المصدر الرئيس لجمع البيانات المطلوبة في الدراسة الحالية إذ تتكون الاستبانة من اربعة اجزاء. اهتم الجزء الاول منه بإجراء مقدمة تعريفية بالدراسة وبعض البيانات الشخصية عن المستجيبين. اما القسم الثاني فقد عرض الفقرات المخصصة لقياس بعد تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، وتعرض القسم الثالث لبيان الفقرات المخصصة لقياس بعد جودة المعلومة واخيراً جاء
- القسم الرابع لعرض الفقرات الخاصة بقياس بعد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

حادي عشر: أسلوب تحليل البيانات:

تم في الجانب العملي من هذا البحث استخدام مجموعة من الأدوات الإحصائية المتوافرة في البرامج الاحصائية لـــــــــ(SPSS V.20 , AMOS V.20)، ويرجع السبب في استخدام البرنامج الاحصائي (AMOS V.20) إلى قلة استخدامة في الدراسات العربية ودقة نتائجة التي يمكن أن تساعد في التوصل لاستنتاجات موضوعية ودقيقة، اضافة الى امكانية رسم المخططات الشبكية، وايجاد التأثيرات المباشرة وغير المباشرة والتأثيرات الكلية لكل أنموذج، وتكمن الاهمية التطبيقية للبرنامج في أنموذج المعادلات الهيكلية Structural Equation Model (SEM)، الذي يمكن من خلاله معرفة طبيعة العلاقات بين متغيرات البحث وابعاده بصورة اكثر دقة، ومن أجل تقويم أداة القياس وتحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبانة، تم ذلك عن طريق مجموعة من الخطوات:

1- ترميز أسئلة مقياس البحث
2- تحديد صدق البناء (المفهوم)
3- تحديد الصدق الظاهري
4 - قياس ثبات الاستبانة
5- قياس معدل الاستجابة
6- بناء نماذج متغيرات البحث
7 - وصف عينة البحث
8- اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات
9- اختبار الفرضيات

ثاني عشر: حدود البحث:

تمثلت حدود البحث في:

1- الحدود البشرية: وشملت عينة من الموظفين بمختلف المستويات الادارية للشركتين.

2- الحدود الزمنية: وتمثلت في مدة إعداد البحث (2012 – 2015)، وهي المدة التي استغرقت في جمع بيانات البحث النظرية والميدانية ، وتضمنت هذه المدة مرحلة توزيع الاستبانة على مفردات عينة البحث وتجميعها وتفريغها وتحليلها للوصول إلى نتائج عملية.

3- الحدود المكانية: وشملت شركتي سيريتل للاتصالات السورية وزين العراق للاتصالات.

ثالث عشر: محددات البحث:

1- الظروف الاستثنائية التي يمر بها البلدين الحبيبين العراق وسورية .

2- صعوبات في توزيع الاستبانة على موظفي الشركتين سيريتل للاتصالات السورية وزين العراق للاتصالات، بسبب عدم الاقتناع او التخوف من الاجابة للإدارات بمختلف مستوياتها في الشركتين لتصورهم ان الاجابة على الاستبانة يتمثل بإعطاء معلومات قد تضر بالشركة .

الفصل الاول

الجانب النظري

المقدمة:

تواجه منظمات اللأعمال العديد من الصعوبات لاسيما حين تبلغ المنافسة ذروتها بسبب الرغبة في الحفاظ على الحصة السوقية لكل منها، أو أملا في دخول أسواق جديدة، الأمر الذي يستلزم وجود أدوات تنافسية عديدة لعل من أبرزها نظام المعلومات، وهنا يتعين إبراز أهم ملامح وسمات وأهمية هذا النوع من النظم خصوصا تلك التي تكتسب الصفة الاستراتيجية نتيجة تركيزها على الخطط والأهداف الاستراتيجية للمنظمة. لقد شهد عقد التسعينيات من القرن العشرين ومستهل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين اهتماما بالغاً بنظم المعلومات الاستراتيجية، إذ ظهرت العديد من الدراسات والبحوث المتعلقة بنظم المعلومات الاستراتيجية في أدبيات نظم المعلومات، وفي رأينا فأن نظم المعلومات الاستراتيجية هي أكثر أنواع تطبيقات نظم المعلومات، إذ إنه يمثل مغادرة نهائية لمفاهيم نظم المعلومات الأخرى فهي تمثل أسلوب جديد تماما في الدور والمهام عن دور نظم المعلومات بخاصة في عملية التخطيط الاستراتيجي. فنظام المعلومات الاستراتيجي هو ذلك النظام الذي يسهم في تسهيل مهمة إنجاز العديد من الأدوار الاستراتيجية التي تسهل مهمة إدارة المنظمة في عملية التخطيط الاستراتيجي. إنه نوع من أنواع نظم المعلومات الذي يحاذي استراتيجية المنظمة وهرمها ومستوياتها على نحو يزيد من جاهزية المنظمة.

المبحث الاول
مدخل مفاهيمي لنظام المعلومات الاستراتيجي

تمهيد:

إن نظام المعلومات الاستراتيجي يعتبر من المواضيع المهمة التي تواجهها منظمات الأعمال في عصرنا الحالي والسبب في ذلك هو أن نظام المعلومات الاستراتيجي يمكن من خلاله تحديد أكثر المجالات التي يمكن أن تكون حاسوبية مما له مساهمة واسعة في أنشطة منظمات الأعمال، كما أن التخطيط الفعال لنظام المعلومات الاستراتيجي في انجاز هذه الأنشطة يمكن أن يساعد المنظمات على استخدام نظام المعلومات في تنفيذ استراتيجية الأعمال والوصول إلى الأهداف وأن يساعدها في خلق استراتيجية أعمال جديدة .

أولاً: ماهية نظام المعلومات الاستراتيجي

تعددت اراء الكتاب والباحثين حول مفهوم نظام المعلومات الاستراتيجي (SISP) وهذا يعود لاختلاف وجهات نظرهم للمفهوم فضلا عن اختلاف الحقائق التي ركز عليها كل منهم . إذ أشارت (أيوب، 1996 : 124) بأنه النظام الذي صمم لدعم منفذي الإدارة العليا في المنظمة عند تنفيذهم لأدوارهم الخاصة باتخاذ القرارات، كما أشار (الابجي،2005 : 8) على أنها نظم المعلومات التي تستهدف تحسين المركز التنافسي للمنظمة، وهي تعتمد على استخدام الحاسوب بشكل رئيس إذ تستخدم الأساليب المتقدمة مثل نظم دعم القرار ونظم الخبرة وغيرها كما تقوم بربط متخذي القرار بهذه المنظمات على الرغم من التباعد الجغرافي بين وحداتها. وترى (عصفور، 2004 : 42) بأنها نظم تبنى على استخدام الحاسوب في أي مستوى من المستويات التنظيمية بشكل يؤدي لتغيير الأهداف أو العمليات أو المنتجات أو الخدمات أو العلاقات البيئية أو الطريقة التي تنافس بها المنظمة.

ويشير (Gable,2010:5) إلى دعمها لعملية اتخاذ القرار الاستراتيجي والتي يكمن استخدامها لدعم او تشكيل الاستراتيجية التنافسية للمنظمة. ويرى (الطائي والخفاجي، 2009: 19) بانه نظام محوسب يخدم مختلف المستويات الادارية والوظيفية في المنظمة، والذي يحدث تغيرات جوهرية في أهدافها ،وعملياتها، ومنتجاتها، وخدماتها وعلاقاتها الخارجية لاسيما علاقاتها بالعملاء ، والمجهزين والمنافسين، فهو يمتلك تأثيرات تساهم في تغير توجهات اعمال المنظمة،

وبما يمكنها من الحصول على موقع مميز في بيئة المنافسة الاستراتيجية. فنظام المعلومات الاستراتيجي يخدم الإدارات العليا في المنظمات والإدارات التي تساهم في اتخاذ القرار الاستراتيجي فيها، ويركز على مشكلات القرارات الاستراتيجية، وخاصة فيما يتعلق العوامل البيئية الخارجية (العواودة واحمد،27:2011).

يتمثل الغرض الرئيس من نظام المعلومات الاستراتيجي في مساعدة المنظمات على القيام بما هو أفضل، ويكون استراتيجيا اذا استطاع تلبية المحاذاة مع أهداف واستراتيجيات الأعمال لما له من تأثير على الأداء التنظيمي لكونه يدعم استراتيجية التنظيمية من خلال التركيز على وجهة النظر الاستراتيجية لنظم المعلومات (IS) وتكنلوجيا المعلومات (IT) في عملية الادارة الاستراتيجية لمنظمات الأعمال (Shirazi & soroor , 2007 :726). ويرى (نجم ،2008) ان نظام المعلومات الاستراتيجي يركز على تحسين التنافسية واستخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق امكانات إعادة التصميم الجديدة والخلاقة في المنظمة (العبادي والعارض،2012 : 86). وتشير المراجع والأدبيات إلى وجود آراء مختلفة بخصوص مفهوم نظام المعلومات الاستراتيجي منها (الطائي والخفاجي، 19:2009-18):

- هو ذلك النظام المستخدم في إدارة المعلومات والمساعدة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية .
- إنه نظام يدعم استراتيجية المنظمة او يسهم في تغيير استراتيجيتها .
- إنه نوع من انواع نظم المعلومات الذي يحاذي استراتيجية المنظمة وهيكلها ومستوياتها على نحو يزيد من جاهزية المنظمة للاستجابة السريعة للتغيير البيئي ويساهم في تحقيق الميزتين الاستراتيجية والتنافسية.
- هو نظام المعلومات الذي يدعم عملية صياغة استراتيجية المنظمة أو يساعد في تغيرها.
- هو نظام المعلومات الاستراتيجي الذي يساعد المنظمة في عرض منتجاتها وخدماتها بكلفة منخفضة مقارنة بمنافسيها ، فهو يمكن المنظمة من تأمين تحقيق قيمة اكبر وافضل بمستوى الكلفة نفسه عند منافستها في اسواقها المستهدفة.

ويعرف (Ward & Peppard ,2002:23) نظام المعلومات الاستراتيجي بأنه عملية تحسين القدرة التنافسية عن طريق تغيير طبيعة الأعمال والاستثمار في نظام المعلومات (IS) وتكنولوجيا المعلومات (IT) يمكن أن تكون مصدرا للميزة التنافسية .

فنظام المعلومات الاستراتيجي يجب أن يتماشى مع استراتيجية المنظمة وهيكلها لكي تتمكن المنظمة من الاستجابة السريعة لتغيرات البيئة (العاني، 2009 :43).

كما أكد (Bechor etal ., 2010:17) على أن نظام المعلومات الاستراتيجي هو عملية التفكير الاستراتيجي التي تحدد نظام المعلومات الاكثر تفضيلا للمنظمة والذي يمكنها من تنفيذ وتطبيق انشطتها وسياسات تكنولوجيا المعلومات على المدى الطويل وهو آلية لضمان موائمة انشطة تكنولوجيا المعلومات مع احتياجات واستراتيجيات المنظمة المتجددة.

واضاف كل من (O'Brien & Marakas, 2011: 16) إلى ما سبق ذكره بأن نظام المعلومات الاستراتيجي هو النظام الذي يدعم العمليات او المعالجات الإدارية التي تزود المنظمة بالمنتجات والخدمات والقدرات لامتلاك الميزة التنافسية.

وبناءً على ما سبق، هناك من ينظر الى نظام المعلومات الاستراتيجي بوصفة وسيلة هجومية، وموردا استراتيجيا، يمنح المنظمة القدرة على مواجهة المنافسة الحادة من خلال تأثيره في نشاطاتها، وهو بالوقت نفسه نظام ساند لنشاطات المنظمة، من خلال قيامه بتزويد الادارة العليا بالمعلومات الاستراتيجية الكافية ليتم استخدامها لأغراض التحليل والتخطيط الاستراتيجي.

(الرجى وملكاوي، 2012 : 289).

وعند استقراء مضامين ما تقدم من تعاريف يمكن ملاحظة الاتي بخصوص نظام المعلومات الاستراتيجي (النعمة، 2007 : 7-8):

1- هناك اتفاق واضح بأن هذا النوع من نظم المعلومات يتماثل من حيث الوظائف مع النظم المتعلقة بنظم المعلومات الادارية ، وذلك باعتمادها على قاعدة بيانات تقوم بتسجيل البيانات وتصنيفها ومعالجتها للحصول على مخرجات معلوماتية، الا أن الاختلاف بين الاثنين يكمن في تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في اعمال المنظمة، وطبيعة معلوماتها المبنية على تحليلات نقاط القوة والضعف في البيئة الداخلية للمنظمة ومقارنتها بالفرص والتهديدات في البيئة الخارجية المحيطة بها .

2- توفر نظم المعلومات الاستراتيجية الدعم المعلوماتي للإدارة الاستراتيجية للمنظمة في عملية اتخاذ قراراتها الاستراتيجية سواء على مستوى القطاع أو على وحدات الأعمال، بعبارة أخرى إنها تقدم حلولا أو معالجات لمشاكل الإدارة العليا غير المهيكلة وبالتالي مساعدتها في تحقيق اسبقية تنافسية والمحافظة عليها .

3- نظرا للطبيعة الديناميكية للبيئة التي تعيش فيها منظمات اليوم، فقد اصبحت الاسبقية التنافسية التي تبلغها لا تدوم طويلا بسبب سرعة التقليد من قبل المنافسين وما يعنيه ذلك من حاجتها الى فهم افضل، وتصور اعمق للتهديدات التي تواجهها ، او الحصول على ميزة تنافسية غير مسبوقة من خلال فرص الاعمال المتاحة، وتشكل هذه الحالة من نظم المعلومات الاستراتيجية قدره مميزة بفضل قابلية تلك النظم على التحليل والمقارنة وتسليط الضوء على الاتجاهات المتوقعة في مجال انشطة الاعمال من خلال امكانياتها على توظيف معطيات التقنية الحديثة في حقلي المعلوماتية والاتصالات التي اصبحت تمثل اطارا لعمل نظم المعلومات الاستراتيجية.

ثانياً: أهمية نظام المعلومات الاستراتيجي

تنبع أهمية نظام المعلومات الاستراتيجي على وجه الخصوص من خلال ما ينتظر منظمات الاعمال من منافسة مستقبلية والتي لن تتمكن نظم المعلومات التقليدية من تلبية متطلباتها لاسيما ما يتصل بالمعلومات الاستراتيجية والتي تعد الشريان الرئيس والحيوي للقرارات الاستراتيجية في تلك المنظمات.

وبناء على ما تقدم اصبح من الضروري على المنظمات بناء وتطوير نظام المعلومات الاستراتيجي الخاص بها والقادر على تلبية متطلباتها الاستراتيجية المختلفة من خلال ما يقدمه من التكنولوجيا معلومات متقدمة مواكبة للتطورات البيئية. وهنا يؤكد (Mcleod) على أهمية نظم المعلومات الاستراتيجية من خلال دورها في مواجهة تعقيد نشاطات الأعمال الذي تزايد بسبب التأثيرات الاقتصادية العالمية والتنافس في السوق مع وجود القيود الاجتماعية المختلفة فضلا عن اكتساب الحاسوب اهمية كبرى لما يقدمه من تسهيلات مذهلة قياسا بما سبق في مجال الاعمال الامر الذي سهل من عمل نظام المعلومات الاستراتيجي ليتلاءم مع التطورات السريعة في البيئة الخارجية (علي، 65:2006).

إن أهمية التخطيط الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات على مستوى المنظمات يكسب نظم المعلومات الاستراتيجية اهمية خاصة وذلك من خلال ما اشار إليه (McGee,2006) الذي اكد على أن التخطيط الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات يعد الخطوة الأولى في مبادرات التغيير التنظيمي وعنصر اساس وحرج في اعادة هندسة عمليات الاعمال ، اضافة الى انها تتضمن التقييم التنظيمي وتطوير الأسس الاستراتيجية: الرسالة، والرؤية المستقبلية، والمبادئ

التوجيهية، وتحليل الفجوة بين الوضع الحالي للمنظمة ورؤيتها المستقبلية ويوفر المعلومات الضرورية لتطوير الأهداف الاستراتيجية. وتضيف (عصفور،42:2004) إن نظام المعلومات يعد استراتيجيا إذا ساعد المنظمة على دعم عملية التغيير في منتجاتها أو الخدمات التي تقدمها أو الطريقة التي تنافس بها او لتغيير الإجراءات أو العمليات الداخلية أو الأنشطة الداعمة للحصول على ميزه تنافسية من استخدام تكنلوجيا المعلومات.

ويرى (Hemmatfar et at.,2010 : 159) إن نظم المعلومات الاستراتيجية تساعد المنظمة في اكتساب الميزة التنافسية من خلال مساهمتها في تحقيق الاهداف الاستراتيجية للمنظمة. في حين يؤكد (Alain & Sylvie2002) إن نظم المعلومات الاستراتيجية تساعد المنظمة على تحقيق استراتيجيتها التنافسية من خلال أدواره الرئيسة الاتية: (هواري و وينتن، 2004 : 38- 37)

1) **تحسين الكفاءة التشغيلية** : إذ يساهم الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات في زيادة الكفاءة التشغيلية داخل المنظمة عن طريق تقليل تكاليف العمليات وتحسين مستوى الجودة، كما يساعد في تقديم المنتجات والخدمات . ومن أمثلة ذلك استخدام تكنولوجيا العمليات التصنيعية المعتمدة على الحاسوب .

2)المساهمة في تحقيق الابداع في مجال العمل: تعمل تكنولوجيا المعلومات في تطوير منتجات وخدمات جديدة، وطرائق وأساليب عمل ذات كفاءة عالية في جميع العمليات، بدءا بمرحلة التصميم وانتهاء. بخدمات ما بعد البيع . وهذا يساعد على استحداث فرص متعددة للمنظمة في توسيع اسواقها من خلال دخول اسواق جديدة او في تعزيز اسواقها الحالية.

3)بناء موارد تكنلوجيا معلومات استراتيجية: وذلك لان تكنولوجيا المعلومات تساعد المنظمة على بناء موارد معلومات استراتيجية، وتجعلها تحصل على المزايا باستخدام الفرص الاستراتيجية كنتيجة لاستخدام نظم المعلومات المتطورة، المعتمدة على الحاسوب، اضافة الى تحسين الكفاءة للعمليات الانتاجية من خلال توفير الاجهزة والبرامج المختلفة، والعمل على تطوير الاتصالات، وتوظيف الافراد المختصين في مجالات نظم المعلومات وتدريب

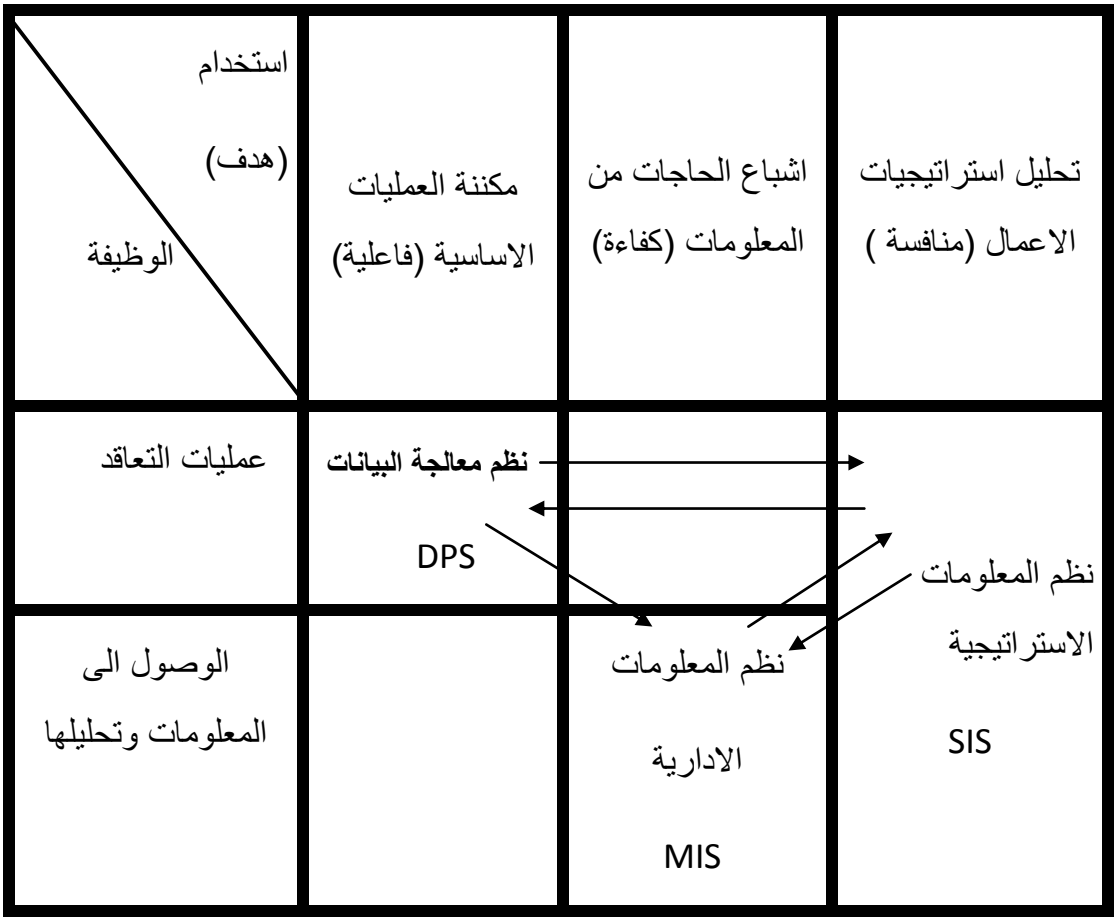
المستخدمين ، كما يمكن ان تزودها بمعلومات عن العملاء، ومجهزيها، ومنافسيها، وعن بيئة الصناعة التي تنتمي إليها وعن البيئة العامة بشكل عام، إذ ان توافر مثل هذه البيانات والمعلومات تعد ذات قيمة ومنفعة عالية بالنسبة لمتخذي القرار على مستوى المنظمة.

وبناء على ما تقدم تعد المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات الاستراتيجي من أهم المعلومات لكونها تعبر عن المستقبل، وإن عملية الحصول على تلك المعلومات ليست بالمهمة السهلة دائما لذلك فالاعتماد على الحاسوب يمكن المنظمة من تخزين البيانات، واجراء جميع عمليات التحليل والدراسة لتلك البيانات، وبما يتيح الافادة منها في الوقت المناسب، وبالتالي حصول تلك المنظمة على مزايا تنافسية اذا استثمرتها في تطوير منتجاتها من اجل مواجهة احتياجات السوق.
.(Word,1996:28)

ثالثاً: مراحل تطور نظام المعلومات الاستراتيجي

شهد القرن العشرون ظهور اختراعات كثيرة ومتعددة وتطورات تكنولوجية هائلة خاصة في مجال المعلومات والاتصالات، الأمر الذي ساهم بشكل مباشر في تسريع عملية تطوير نظم المعلومات في منظمات الأعمال لتحقيق اهداف تجارية .كما أأن التسارع الهائل في تطور الحاسوب منذ بداية الستينات من القرن الماضي أحدث ثورة حقيقية في تطور نظم المعلومات وانتشارها في منظمات الأعمال ،ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة مراحل يوضحها الشكل(2).
(البحيصي، 2006 : 159-160):

- المرحلة الاولى، بدأت مع مطلع عقد الستينات من القرن الماضي، وبدا فيها استخدام نظام معالجة البيانات (Data Transaction processing system) وهدفت هذه المرحلة الى استبدال الافراد بماكينات بغرض تطوير الكفاءة الانتاجية.
- المرحلة الثانية، بدأت خلال عقد السبعينات من القرن الماضي ايضا، وفيها تم البدء باستخدام نظام المعلومات الادارية (Management Information System) على نطاق واسع، اذ اتاح استخدام مثل هذه النظم الاستفادة بقدر كبير من البيانات المتراكمة في المرحلة السابقة بغرض زيادة فاعلية الادارة واشباع حاجتها من البيانات والمعلومات.
- المرحلة الثالثة ، بدأت هذه المرحلة مع نهايات عقد الثمانينات من القرن الماضي وبدا فيها استخدام نظام المعلومات الاستراتيجي (Strategic Information System) والتي هدفت الى استخدام نظم المعلومات في تطوير القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال.



الشكل (2) مراحل تطور نظم المعلومات في المنظمة

المصدر: البحيصي، عصام محمد، (2006)."تكنولوجيا المعلومات الحديثة وأثرها على القرارات الادارية في منظمات الأعمال – دراسة استطلاعية للواقع الفلسطيني"، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الانسانية) المجلد (14)، العدد (1)، ص : 160 .

من الشكل اعلاه يتضح ان نظم المعلومات الاستراتيجية قد شملت نظم المعلومات الادارية ونظم معالجة البيانات، وبذلك تحقق نظم المعلومات الاستراتيجية القدرة على دعم او تكوين الاستراتيجية التنافسية لمنظمات الاعمال.

وبناء على ما سبق يتضح ان هناك مراحل عديدة لتطور نظم المعلومات وفقا لأنموذج المراحل الزمنية حددها (Ward et al .,1990) بثلاث مراحل متداخلة بحسب الحقبة الزمنية التي يعود تاريخها الى مطلع 1960 (Issa-Salwe & Aloufi,2010 : 4 , Pant & Hsu,1995: 2)

وفي اطار الموضوع نفسه اشار (Khani et al .,2011:32) الى وجود أربع مراحل لتطور نظم المعلومات خلال الحقبة الزمنية بين (1960–2002) وهي نظم معالجة البيانات (DP)، نظم المعلومات الادارية (MIS)، نظم المعلومات الاستراتيجية (SIS)، قدره نظم

المعلومات (ISC)، اذ يلاحظ ان مواصفات (ISC) تركز على اعتبارات تطوير ورفع مستوى قيمة الأعمال من خلال نظم المعلومات (IS) يوضحها الجدول (1):

الجدول (1) المراحل الزمنية لتطور نظم المعلومات

الفترة	العهد (الحقبة الزمنية)	المواصفات
1960	معالجة البيانات (DP)	الحواسيب المفردة، تخفيض الكلفة، موجهة من المستخدمين.
1980-1970	نظم المعلومات الادارية (MIS)	موجهة بالمستخدم، مترابطة، عملية موزعة، دعم الاعمال، ادارة الخدمات.
1990-1980	نظم المعلومات الاستراتيجية (SIS)	موجه بالعمال، شبكية، مرتبطة باستراتيجية الاعمال، تبحث عن تحقيق الميزة التنافسية عن طريق فرص تكنولوجيا المعلومات، نظم متكاملة، متاحة وداعمة للمستخدمين.
2000	طاقة نظم المعلومات (ISC)	اعتبارات التطوير ورفع مستوى قيمة الاعمال من خلال نظم المعلومات.

Source:Khani ,N., Nor ,K.M.,Hakimpoor,H,Bahrami,M., Salavati,S. (2011). IS/IT capability and Strategic Information System Planning (SISP) Success. International Journal of Managing Information Technology (IJMIT) 3(3), PP.28-37.

يتضح مما تقدم ان السنوات الاخيرة من عقد السبعينات من القرن الماضي شهدت استخدام نظم المعلومات(IS) وتكنولوجيا المعلومات(IT) من قبل عدد من المنظمات والتي غيرت جذريا اساليب الاعمال، فضلا عن تغيير ميزان القوى في الصناعة لاسيما ما يتعلق بالمنافسين والعملاء او المجهزين. وان استخدام نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات كان له التأثير المباشر على المركز التنافسي للمنظمات واصبح سلاحا جديدا لتحسين قدرتها التنافسية، مما يعني وجود علاقة جديدة بين الاستثمار في نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات والتطوير الاستراتيجي، والجدول(2) يوضح نظم وتكنولوجيا المعلومات في المنظمات واتجاهات التطور

من الحقبة الزمنية الاولى معالجة البيانات (DP) الى الحقبة الزمنية الثانية للخدمات الادارية لنظم المعلومات الادارية (MIS) ونشوء الحقبة الزمنية الثالثة لنظم المعلومات الاستراتيجية (SIS) (Ward & peppard,2002:24-25).

الجدول (2) اتجاهات التطور نحو نظم المعلومات الاستراتيجية

الجوانب	الحقبة الزمنية		
	معالجة البيانات DP	نظم المعلومات الادارية MIS	نظم المعلومات الاستراتيجية SIS
طبيعة التكنولوجيا	حواسيب مقسمة محدودية الأجزاء المادية للحاسوب	عملية موزعة مترابطة محدودية البرمجيات	شبكات عمل متكاملة محدودية الأفراد/ الرؤيا
طبيعة العمليات	بعيدة عن المستخدمين ومسيطر عليها بمعالجة البيانات	موجهة بالخدمات الإدارية	متاحة ومساندة للمستخدمين
قضايا في تطوير النظم	القضايا الفنية (البرمجة/ إدارة المشروع)	دعم الأعمال وحاجات المستخدمين (إدارة المعلومات)	هل ترتبط باستراتيجية الأعمال؟
الاسباب وراء استخدام التكنولوجيا	خفض التكلفة (خاصة الادارية) (توجه تكنولوجي)	دعم أعمال (المدير) (توجه نحو المستخدمين)	تمكين الأعمال؟ (توجه للأعمال)
خصائص النظم	منظم بصرامة / منسقة تشغيلية (داخلية)	ملائم / الرقابة	مرن / استراتيجي؟ (خارجية)

Source: Ward, J., Peppard, J. (2002). Strategic Planning for Information Systems, Third Edition, John Wiley & Sons Ltd, England, pp.24-25

رابعاً: مفهوم تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي

تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (SISP) هو عملية تتعلق بشكل أساسي بصياغة وتنفيذ الخطة التي تلبي أهداف المنظمة، وإعداد التقارير حول الوضع الاستراتيجي لتحقيق ميزة تنافسية (Winder & Ismail , 2001:35). ويشير (Wheelen & Hange , 2010:210) إلى أهمية تصميم وإدارة تدفق المعلومات إلى المنظمة من خلال الاهتمام بتخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية المعتمدة على التكنولوجيا، إن المعلومات المتدفقة تساعد على تحسين الإنتاجية واتخاذ القرارات المهمة، وهذه المعلومات يجب جمعها وخزنها وتهيئتها بطريقة تساعد على الإجابة على جميع المسائل الاستراتيجية والعمليات التشغيلية المهمة.

ويرى (Jorfi ,2011:267) أن تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية يحسن مهارات المنظمة مثل معرفة كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات لمواجهة التهديدات واستثمار الفرص المتاحة في السوق بالاعتماد على التوافق بين مرونة البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والتوافق الاستراتيجي بطريقة ايجابية. وهذا يتفق مع ما ذهب إليه (Yang et al.,2011:2) من ان تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية يمثل عملية تحديد مجموعة من التطبيقات المعتمدة على الحاسوب التي ستساعد المنظمة على تنفيذ خطط عملها وبالتالي تحقيق أهداف اعمالها من خلال الموائمة بين استراتيجية نظم المعلومات مع استراتيجية الاعمال وخلق ميزة تفوق المنافسين. وهناك من اشار الى ان تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية يتضمن الجمع بين عمليتين على مستوى جميع المنظمات هما (Rawani & Gupta ,2002:68):

1- عملية ابتكارية وابداعية لاستخدام نظام المعلومات لتحقيق الميزة التنافسية .

2- عملية تحديد الفرص المتاحة لاستخدام نظام المعلومات لمساعدة المنظمة على اداء اعمالها الحالية وبالتالي تحقيق الاهداف .

ويشير (Bechor , et al.,2010:17) بان تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية يمثل افضل آلية لضمان انسجام انشطة تكنولوجيا المعلومات مع احتياجات المنظمة. ويرى (Newkirk and Lederer , 2006:482; Altameem,et at.,2014:1) بانها عملية تحديد مجموعة من التطبيقات تعتمد على الحاسوب التي من شانها دعم خطط المنظمة، وبالتالي تمكين المنظمة من التوافق مع احتياجات الاعمال وتحقيق اهداف اعمالها في الوصول الى تحسين القدرة التنافسية، والعمليات، وادارة الموارد. ويتفق كل من (Issa_ Salwe & Al oufi,2010:1) على ان

تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية هو عملية تحديد مجموعة من التطبيقات التي تعتمد على الحاسوب يمكن وضعها موضع التطبيق، ومن خلالة يمكن الموائمة بشكل ايجابي مع استراتيجية المنظمة.

ويرى (Doherty et al.,1999) بانها عملية تحديد مجموعة تطبيقات تعتمد على الحاسوب ليتم تنفيذها، والتي تتماشى الى حد كبير مع استراتيجية المنظمة، لتحقيق ميزه تنافسية.

.(Fergerson,2012:11)

اما (Issa_Salwe et al., 2011:156 ; Issa_Salwe & Aloufi ,2010:1) فينظرون الى تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بانه عملية تحديد مجموعة من التطبيقات المعتمدة على الحاسوب التي يمكن وضعها موضع التنفيذ والتي يمكن ان تتماشى مع استراتيجية المنظمة بشكل ايجابي.

اما من وجهة نظر (Broek, 2008 :17; Silvius&Stoop,2013:3) فإن تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي عبارة عن التطبيقات التي ينبغي ان تنفذها المنظمة، كما انه عملية تحديد مجموعة من التطبيقات التي تعتمد على الحاسوب ليتم تنفيذها والتي تتماشى الى حد كبير مع استراتيجية المنظمة، والبحث عن التطبيقات التي لها تأثير عالي وقدره على خلق ميزة على المنافسين. وهذا يتفق مع ما ذهب إليه (Newkirk &Ledere ,2006:380) بان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي هو العملية التي تحدد فيها المنظمة مجموعة من التطبيقات التي تعتمد على الحاسوب لمساعدتها على تحقيق اهدافها .

ويرى (Abu Bakar et al.,2009:1) ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي هو نشاط متواصل يمكن المنظمات من وضع اولويات تطوير نظام المعلومات.

في حين يعرف (Sulistyo, 2009: 12) تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بانه العملية التي يتم بواسطتها تحديد مجموعة من نظم المعلومات لمساعدة المنظمة على تحقيق اهدافها .

ويضيف كل من (Lederere & Salmela ,1996 :238 ; Khani et al.,2012:334) ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يمثل مجموعة من الوظائف التي تعتمد على الحاسوب من شانها ان تساعد المنظمة في التعرف على الاهداف وانجاز الخطط والاعمال .

في حين يضيف (Ismail et al ., 2007:334) أن تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يساعد المنظمات في وضع أولويات لتطوير نظم المعلومات وذلك عن طريق تصنيف هذه النظم من حيث كفائتها، وفاعليتها، وقيمتها الاستراتيجية، وعليه فان تخطيط نظام المعلومات

الاستراتيجي يساعد المنظمات في تحديد مجموعة من التطبيقات المعتمدة على الحاسوب، والتي على حد سواء تتوافق بشكل جيد مع استراتيجية المنظمة ويمكن ان تخلق ميزة للمنافسين.

ويرى (McBride,2000:1) بان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي هو وسيلة لتحديد نظم التطبيقات التي تدعم وتعزز الاستراتيجية التنظيمية .

واشار كل من (Bagheri & Paslari ,2008:189) إلى تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي هو عملية لتحديد سلة من برامج الحاسوب التي يتعين ان تكون جنبا الى جنب بشكل فعال مع الاستراتيجية التنظيمية وبما يحقق القدرة على تحقيق ميزة تنافسية .

اما (Spremic & Strugar ,2002:184) فقد اوضحوا ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يصف مجموعة من الانشطة وهو يتضمن تحديد مجموعة من التطبيقات المعتمدة على الحاسوب التي تساعد المنظمة على تنفيذ خطط الاعمال وتحقيق اهداف اعمالها.

ويرى (Irwin,2010:2) ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي هو تحديد نظم المعلومات التي تتسم بالفاعلية والكفاءة او ذات طبيعة استراتيجية جنبا الى جنب مع الموارد الضرورية (البشرية والتقنية والمالية).

وقد اشار (Segars et al.,1998) الى ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي هو (Wilkin & Cerpa,2012:54):

1- دعم وتأثير في استراتيجية المنظمة من خلال تحديد نظم المعلومات المحوسبة التي تحقق قيمة مضافة.

2- تكامل التكنولوجيات التنظيمية المختلفة من خلال تطوير البنى المعلوماتية .

3- وضع استراتيجيات عامة لتنفيذ النظم الناجحة.

أما (العمري والسامرائي ،87:2008) فقد أشارا إلى تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي على أنه عملية يتم بموجبها محاذاة استراتيجية الاعمال في المنظمة مع نظم المعلومات المعتمدة على الحاسوب الفعالة لتحقيق أهداف الاعمال الحرجة ويتطلب ذلك:

1- معرفة نظم المعلومات الاستراتيجية التي تحتاجها المنظمة.

2- متى تحتاجها؟

3-كيف يمكن أن تشغلها؟

4- ولكن الاكثر أهمية هو معرفة لماذا تحتاجها ؟

في حين يرى (Matthes et al.,2008) تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بأنه إجراءات تحديد متطلبات نظام المعلومات في المنظمة على مستوى عال، ويصف (Plazaola et al ., 2007) تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بأنه إجراءات تحديد مجموعة من المتطلبات التي تعتمد على الحاسوب من شانها ان تسهل على المنظمة انجاز خطط اعمالها وتحقيق اهدافها (Fakhraddinmaroofi et al ., 2012:328).

ثم بين كل من (Sanabria et al.,2010:131 ; Hevner&Studnicki ,2000:1) ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يسمح للمنظمة تحديد مجموعة من التطبيقات التي تعتمد على الحاسوب لمساعدتها على انجاز خطط اعمالها وتحقيق اهدافها. الهدف الرئيس من تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي هو محاذاة استراتيجية اعمال المنظمة مع استراتيجية تكنولوجيا المعلومات. بينما رأى (Warr,2005:1-2) تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي على انه عملية تحديد الاهداف والسياسات والاستراتيجيات وخطط تستخدمها المنظمة وادارة تكنولوجيا المعلومات والشبكات. تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يتضمن تحديد تطبيقات نظم المعلومات، وتطوير البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات وتحسين ادارة نظم المعلومات، ووظائف تكنولوجيا المعلومات والحصول على مصادر تكنولوجيا المعلومات .

ويشير (Burn,1991:543) إلى تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بأنه عملية تحديد التطبيقات المعتمدة على الحاسوب التي تساعد المنظمة على تنفيذ خطط الاعمال وتحقيق اهداف الاعمال.

يتضح مما تقدم ان درجة تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي تلبي الاهداف الرئيسة للمنظمة والتي تساهم في تقييم نجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، واعتمادا على ادبيات التخطيط لنظم المعلومات يظهر ان العوامل الاتية ترتبط مع نجاح عملية التخطيط لنظم المعلومات (Issa-Salwe & Aloufi,2011 : 7):

1- الحاجة الى محاذاة استراتيجية نظم المعلومات مع أهداف المنظمة .
2- الدافع وراء تهيئة عملية التخطيط.
3- مستوى نضوج المنظمة.
4- المنهجية المستخدمة في تطوير خطة نظام المعلومات.
5- الإطار المستخدم لتحديد اولويات الاستثمار بتكنولوجيا المعلومات.
6- قياس فاعلية استخدامها لقسم نظم المعلومات.

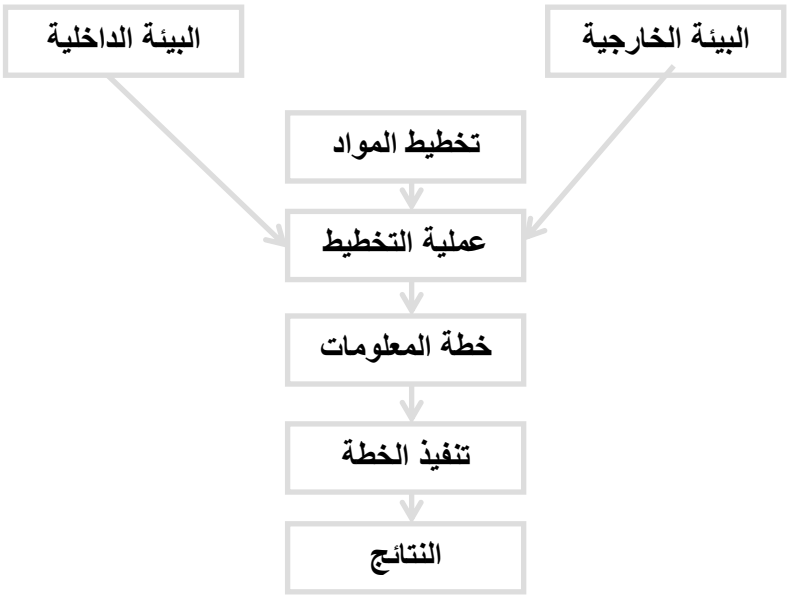
7- إعداد خطة تنفيذ ذات أهمية لتحقيق أهداف تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي.

واستنادا الى التعاريف السابقة يرى الباحث ان تعريف كل من:

(Ismail,et al., 2007; Irwin,2010) أقرب الى وجهة نظر الباحث لكون ان التعاريف شملت جوانب مهمة واساسية في تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، إلا وهي المستلزمات البشرية، والمادية، والمالية، التي تتطلب توفر شبكة من الحواسيب للتطبيقات الحاسوبية تدار من قبل كادر متخصص في مجال نظم المعلومات، وهذا ما يتطلب ان يكون نظام المعلومات الاستراتيجي يتسم بالفاعلية والكفاءة في توفير المعلومات للجهه المستفيدة.

خامساً: نماذج تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي

يصور (Spil et al., 2009:13 ; Broek,2008:59) أنموذجاً عاماً لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (مدخلات وعمليات ومخرجات) وهو امتداد لنظريات ومفاهيم ودراسات سابقة لنظم المعلومات الاستراتيجية، وكما موضح في الشكل (3):

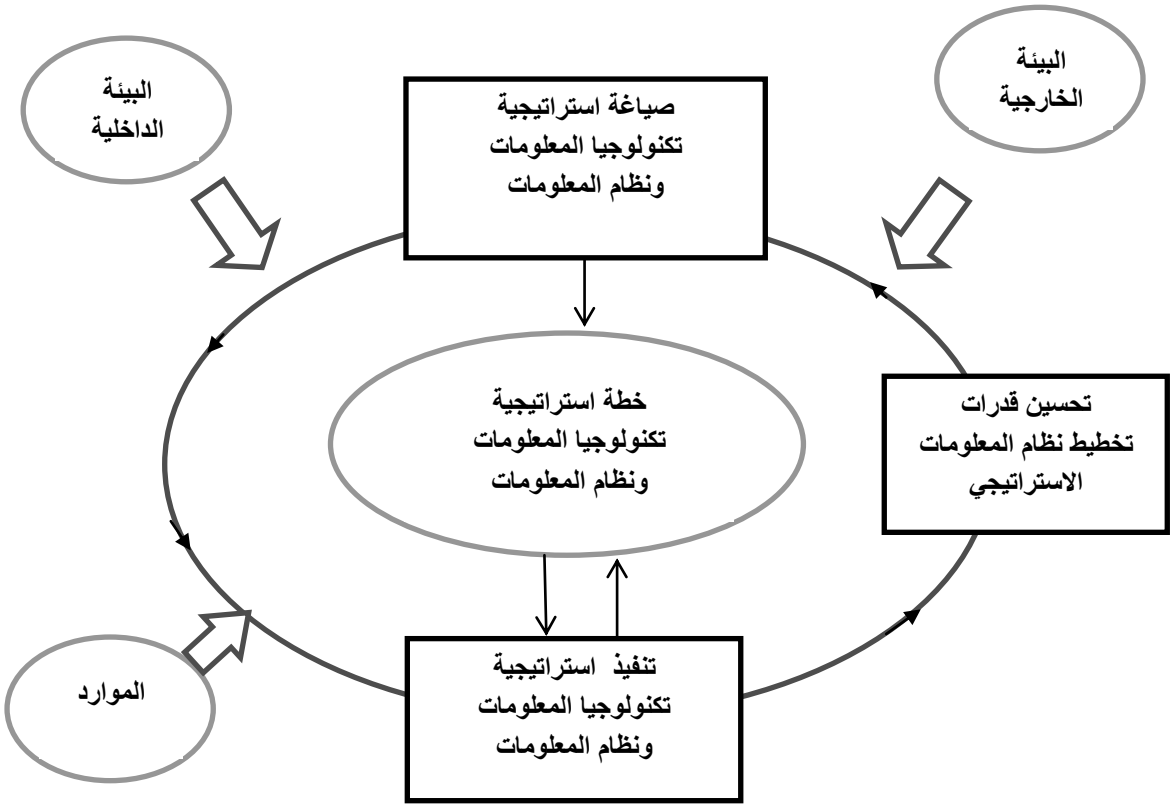


الشكل (3) الأنموذج العام لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي من وجهة نظر Spil& Broek

Source:Broek,T.V.D.(2008).How Network Context Influences Strategic Information System Planning –Two cases from Helsinki's metropolitan area ,PP.17-32.

وقدم (Hovelja et al.,2010:27) أنموذجاً آخر لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي عندما اشاروا الى ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي هو عملية معقدة كثيرا لان عمليات المعالجة لا تقتصر على المسائل او القضايا التكنولوجية وانما ايضا تمتد الى الجوانب

التنظيمية والسلوكية والإدارية، وان عملية التخطيط لنظام المعلومات الاستراتيجي تنفذ بنجاح وبالتالي لا تنتهي مع تنفيذ نظام معلومات متفوق تكنولوجيا، ولكن ايضا يشمل التغيرات التنظيمية الملائمة، وعملية اعادة هندسة الاعمال والتعلم التنظيمي لكي تستخدم في انتاجية تكنولوجيا المعلومات. فمن الضروري تحسين قدرات تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي باستمرار لتعكس التطورات الاعمال المرتبطة بها. وعلى اساس هذا المفهوم لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي استند (Lederer&Salmela,1996) على نظرية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي اضافة الى دراسات واصدارات مختلفة لعدد من الباحثين في هذا المجال منهم (Gimenez et at.,2004) وكذلك (Beath et al.,1995)، وعليه يعرض (Hovelja et al.,2010:27) وجهة نظرهم على وفق الشكل (4):

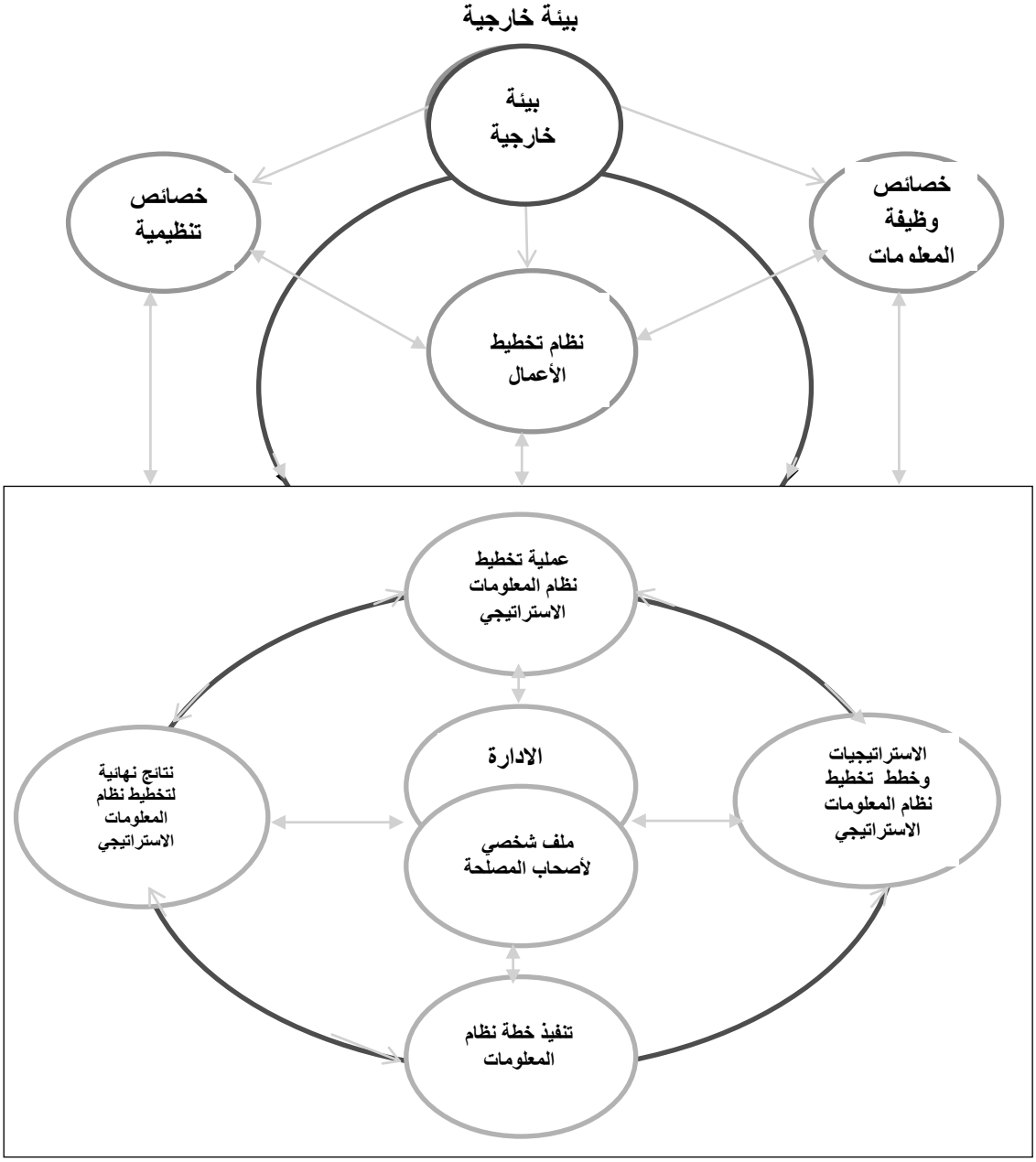


الشكل (4) أنموذج تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي من وجهة نظر Gimenez & Lederer

Source : Hovelja, T., Rožanec,A.&Rupnik,R.,(2010). Measuring the Success of the Strategic Information Systems Planning in Enterprises in Slovenia Management, Vol. 15, 2, pp. 25–46.

وقدم (Brown,2010:3-4) أنموذجاً لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وضح من خلاله وجهة نظر (Lederer&Salmela,1996) بدراسة تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، واستند في ذلك على الادبيات السائدة في موضوع تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، اذ

أشارت الدراسة التي قام بها (Brown,2010) ان دراسات تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي ينقصها عدم وجود نظرية ومن خلال النظر في الكثير من ادبيات تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي اشار الى تشكيل أنموذجاً يبين المدخلات والمخرجات والعملية وهي الاساس لنظرية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي . والفئات المحددة في النظرية حددت بعشرة فئات رئيسة مرتبطة على النحو الاتي، كما يوضحها الشكل (5):



الشكل (5) نظريه تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية

Source: Brown,I.(2010)."strategic information systems planning: Comparing - Espouseg beliefs with practice." European Conference on Information Systems.,pp.1-12.

1- بيئة خارجية: تشمل هذه الفئة جميع العوامل الخارجية للمنظمة والتي تتضمن فئات فرعية هي بيئة الاعمال الخارجية، وبيئة تكنولوجيا المعلومات الخارجية .

2- خصائص تنظيمية: هي خصائص المنظمة لإجراء تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية والذي سيكون له تأثير على نظام تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية .

3- خصائص وظيفة نظام المعلومات: تمثل هذه الفئه خصائص قسم او وظيفة نظام المعلومات في المنظمة.

4- نظام تخطيط الاعمال: تخطيط الاعمال وتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية ينبغي ان يكون مترابطا بشكل وثيق من اجل تحسين فاعلية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية

5- الادارة : ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية يحتاج الى الادارة العليا، لذا فهم الادارة العليا والتزامها نظام المعلومات يكون له تأثير جوهري على نجاح الانشطة .

6- ملف شخصي لا صحاب المصلحة: ما وراء الادارة العليا، هناك اصحاب المصالح الذين يحتاجون الى المشاركة في تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية، وتشمل ايضا المستويات الدنيا من مديري وحدات الاعمال ومديري نظم المعلومات والمستخدمين النهائيين

7- عملية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية: هي عملية التخطيط من خلال مجموعة من الخطوات لوضع خطة المعلومات الاستراتيجية، وهذه العملية تمثل جوهر تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية، لتحويل المدخلات الى المخرجات .

8- استراتيجيات وخطط تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية: ان المخرجات الملموسة لعملية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية تضم تفاصيل خطة المعلومات.

9- تنفيذ خطة نظام المعلومات: ان معدل ومدى اداء تنفيذ الخطة تشكل العوامل الرئيسة في هذه الفئة .

10- نتائج نهائية لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية: نتائج التخطيط عادة يتم تفعيلها على النحو الذي يحقق اهداف التخطيط الرئيسة، وان محاذاة اهداف وخطط نظام المعلومات مع اهداف وخطط الاعمال، غالبا ما تكون الهدف الرئيس لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية .

سادساً: ابعاد تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي

تشير المراجع والادبيات واراء الخبراء الى وجود اربعة ابعاد فعالة للتخطيط لنظام المعلومات الاستراتيجي هي (Segars & Grover , 1999:204_205) المحاذاة ، والتحليل، والتعاون، وتحسين القدرات. وعلى الرغم من اهمية الجوانب الاخرى لنجاح التخطيط لنظام المعلومات الاستراتيجي الا ان هذه الابعاد متفق عليها بين الباحثين والدارسين في هذا الميدان . والاتي توضيح لماهية هذه الابعاد :

1- المحاذاة: Alignment

يشير هذا البعد والذي يعد احد ابرز العوامل الرئيسة المؤثرة في نجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي الى الارتباط الوثيق مع استراتيجية الاعمال، إذ يساعد هذا البعد على تسهيل امتلاك تكنولوجيا المعلومات التي تكون منسجمة مع الاحتياجات التنافسية للمنظمة والعمل على نشرها، بدلا من الانماط الحالية للاستخدام في محاذاة المنظمة، من خلال فهم الاهداف التنظيمية من قبل كبار مخططي نظام المعلومات، اذ ينظر من خلال هذا البعد الى تغيير الاهداف في ضوء التغيرات استراتيجية للمنظمات والمحافظة على التفاهم المشترك بين الادارة العليا ومخططي نظام المعلومات .

ويضيف (Wagner & Weitzel , 2005 : 3422) ان مفتاح المحاذاة هو العلاقات وليس الاستراتيجية ، وأهمية هذه العلاقات يوفر وجود صلة مباشرة لمفهوم نجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي مع استراتيجية الأعمال .

2- التحليل: Analysis

يشير هذا البعد إلى تحسين العمليات الداخلية في المنظمة حيث أن الاجراءات والعمليات والتكنولوجيا تهدف إلى تحقيق درجة من التحليل. وقد ركزت العديد من دراسات تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي على المسائل المرتبطة بالتحليل . ان العديد من الاهداف المتصلة بهذا البعد واسعة لمعالجة وتحديد افضل الطرق للعمليات التنافسية من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات، اضافة إلى معالجة أهداف أخرى ضرورية لبناء هيكل متكامل من التطبيقات وقواعد البيانات للمنظمة. بشكل عام ينبغي إجراء التحليل الفعال لتوفير فهم واضح لكيفية استخدام المعلومات في المنظمة مع توضيح مجالات التطوير للعمليات التنظيمية .

3- التعاون: Cooperation

يشير هذا البعد الى الاتفاق العام بشأن أولويات التطوير والتنفيذ والمسؤوليات الإدارية لتحقيق قدر من التعاون، وهذا المستوى من التعاون مهم من أجل الحد من الصراعات المحتملة التي قد تهدد تنفيذ خطط نظم المعلومات الاستراتيجية. إذ يجب على مخططي نظم المعلومات ضمان التوافق داخل المنظمة، ودعم عملية تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجي. إضافة إلى ذلك فمن المهم الحصول على مستوى عام من الاتفاق على أولويات التطوير ومستوى التنسيق المتعلق بمعايير التطوير واستخدام تكنولوجيا المعلومات بين المجموعات الفرعية التنظيمية، لأن مثل هذه الاجراءات تنعكس بالإيجاب على أهمية ايجاد شراكة بين مجموعات المستخدمين ونظم المعلومات لنجاح جهود التنفيذ.

4- تحسين القدرات: Improvement in Capabilities

يشير هذا البعد إلى أن نظام التخطيط الفعال ينبغي أن يعمل على تحسين القدرات الاساسية مع مرور الوقت لدعم المنظمة. وان تحديد وتفعيل معايير الفعالية لتحسين القدرات في سياق تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية. وان التعلم التنظيمي الذي يرافق تجربة التخطيط ينبغي ان يؤدي الى تحسين القدرات لتحقيق الموائمة بين نظم المعلومات واستراتيجي الاعمال من جانب، وتحليل وفهم الاعمال والتكنولوجيا المرتبطة بها من جانب اخر. اضافة الى تعزيز التعاون والشراكة بين المديرين ومجموعات المستخدمين والاحداث ذات الصلة بالبيئة التنافسية، والتكيف مع التغيرات التنظيمية.

واشار (Khani et al .,2011:33-34) الى ان مجموعة الابعاد الاربعة المرتبطة بتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي التي اوردها (Segars & Grover) وبين فيها الابعاد الثلاثة الاولى هي تمثل (الاهداف) والبعد الاخير يقيس التحسين، وهذا ما أكده كل من (Issa_Salwa & Aloufi ,2011:7; Spil et al.,2009:28) ولاغراض هذه الدراسة فان الباحث سوف يستخدم الابعاد الاربعة لقياس تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بما يتلاءم وطبيعة مجتمع الدراسة والتي اشار إليها كل من (Khani et al .,2011 ; Spil et al .,2009 & Aloufi,2011;Issa_Salwa al.,) والموضحة بالجدول (3):

الجدول (3) ابعاد تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي

الابعاد	الوصف
محاذاة	الربط بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي واستراتيجية الاعمال لتحقيق المتطلبات التنافسية للمنظمة .
التحليل	فهم العمليات الداخلة للمنظمة كالإجراءات والعمليات والتكنولوجيا الحالية.
التعاون	تحقيق الاتفاقات العامة بين اصحاب المصالح لتقليل الصراعات .
تحسين القدرات	تحسين امكانات نظام التخطيط بمرور الزمن .

Source: Issa-Salwe, A.& Aloufi, K., (2011). Integrating Competitive Advantage With Strategic Information systems Planning: A Review, Proceedings of Business and Information, 8(1), Academy of Taiwan Information Systems Research P.P.1-11.

ويصف (Wilkin & Cerpa , 2012 : 55 ; Bozarth , 2006 : 1224 - 1225) ابعاد تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بستة ابعاد هي :

1- الشمولية Comprehensiveness: الى اي مدى تحاول المنظمة ان تكون شاملة في اتخاذ ودمج القرارات الاستراتيجية .

2- التشكيل Formalization: وجود الهياكل التنظيمية، والتقنيات، والاجراءات المكتوبة، والسياسات التي توجه عملية التخطيط .

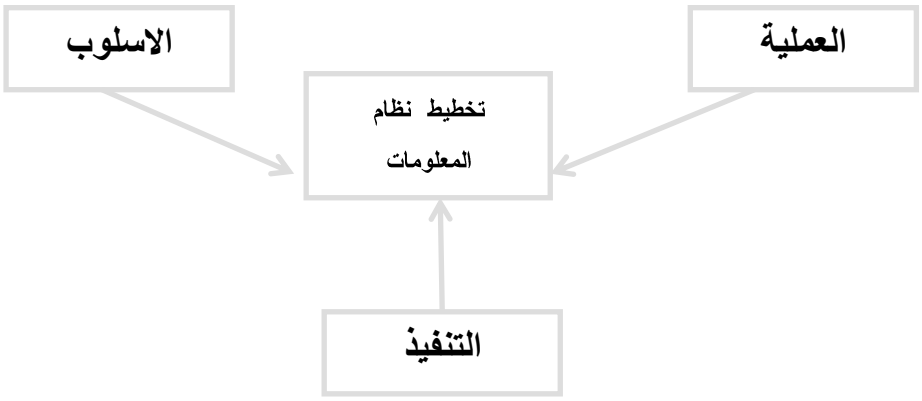
3- التركيز Focus: التوازن بين الإبداع ومراقبة التوجهات داخل نظام التخطيط الاستراتيجي ويؤكد هذا التوجه على الحلول المبتكرة للتعامل مع الفرص والتهديدات.

4- التدفق Flow: ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يجب ان يكون من قبل الادارة العليا وبمساندة الادارات الاخرى، (اي من الاعلى الى اسفل).

5- المشاركة Participation: ان تكون هناك مشاركة تشمل المجالات الوظيفية المتعددة وبحسب الضرورة في المستويات الدنيا رغم التخطيط من اعلى الى اسفل.

6- الاتساق Consistency: ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي ينبغي ان يتميز باللقاءات والاتصالات المتكررة والتواصل الدائم واعادة التقييم لكل الاستراتيجيات. التي تعتبر كلها ذات قيمة في البيئة تنظيمية ديناميكية.

وقد أيده في ذلك (Earl ,2003 : 187–188) في أنموذج شروط نجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي والموضح في الشكل(6). إذ اشار الى ان نجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يتطلب دعم ومشاركة الادارة العليا ، والاستراتيجيات الاعمال المتاحة وادارة جديدة لنظام المعلومات إذ ركز على مشاركة الادارات الاخرى، من خلال اعتماد اساليب واجراءات تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، وما اذا كانت تناسب السياق التنظيمي، كجزء يتعلق بالتنفيذ. إذ اشار ايضا ان الدراسات تشير الى انه لا يوجد عامل واحد من شانه ان يؤدي الى نجاح شامل في تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي. بل على العكس نجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وهو اكثر احتمالا عندما تدرك المنظمات (الاسلوب، والعملية، والتنفيذ) إذ تعتبر كلها ضرورية في تحديد اداراتها.



الشكل (6) الشروط اللازمة لنجاح تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي

Source:Earl,M.J.(2003).Integrating Business and IT strategy – Reframing the Applications Development Portfolio, In Competing in the Information Age – Align in the Sand, 2nd ed. (Luftman, J.N. Ed.), Oxford University Press, Oxford, p.51

المبحث الثاني
جودة المعلومات وأهميتها الاستراتيجية

تمهيد:

أصبحت المعلومات مورداً جوهرياً لا ينضب في العصر الحالي، فإذا أرادت المنظمة أن تبقى فعليها أن تجمع وتخزن وتعالج كماً هائلاً من المعلومات، أما إذا أرادت التفوق فليس عليها أن تكون السباقة في الحصول على المعلومات فحسب بل عليها توفير المعلومات ذات الجودة العالية كونها المعلومات الأكثر فائدة في مجال اتخاذ القرارات، فجودة المعلومات تتحدد بمدى قدرتها على المساعدة في اتخاذ قرارات تتميز بدور كبير في نجاح المنظمة عبر تحقيق أهدافها والغرض الذي وجدت من أجله.

أولاً: مفهوم جودة المعلومات

تعد الجودة معياراً لنجاح مختلف الأنظمة ومنها نظم المعلومات، لكونها يمكن أن تختزل كافة الخصائص في إطارها، بوصفها محفزاً لتوليد معلومات تتصف بالجودة العالية، إذ أنصب اهتمام الكتاب والباحثين بالتركيز على مفاهيم الجودة ومتطلباتها منذ مطلع التسعينيات، ويمكن أن يعزى ذلك إلى ارتباطها بالتطور المتسارع في حقل تكنولوجيا ونظم المعلومات القائمة على الحاسوب والحاجة الماسة إليه لمواجهة التغيرات الحاصلة في البيئة.

ويمكن القول بوجود مدخلين رئيسين تم في إطارهما تحديد (مفهوم الجودة) في نظم المعلومات هما (الحيالي، 2011: 137):

1 – ينطلق من التأكيد على خصائص نظام المعلومات التي يتسم بها للقيام بأداء وظائفه وتحقيق أهدافه على الوجه الأكمل، وفي ظله يمكن تمييز أكثر من رأي بدءاً مما ذهب إليه (Hitomi, 1996) الذي أكد على خاصية المرونة، وذلك عندما أشار إليها بوصفها نظاماً يؤثر ويتأثر بالبيئة المحيطة مدخلات ومخرجات، لذا لابد من توفر درجة مناسبة من المرونة حتى يمكن تطويره وتعديله على وفق مستجدات البيئة، وإن عدم مواكبة النظام لهذه التغيرات يحد من قدره المنظمة على تطوير احتياجاتها ومتطلباتها، وانتهاءاً برأي (ياسين، 1998) (Aman, 2003) اللذين أكدا على خاصية الادعاء كخاصية أخرى من خصائص النظام، وذلك عندما أشار إليها بوصفها مجموعة من الوظائف يؤديها النظام ولابد من أن تكون هذه

الوظائف ملموسة وواضحة وذات قيمة مستمرة للمنظمة، فهي تعكس سعة النظـــام وســـرعته وإدخاله الكلي.

2- يستند إلى خصائص جودة المعلومات (خصائص جودة مخرجات نظام المعلومات) المقدمة من قبل المهتمين بهذا المفهوم أمثال (Daft, 2003, O'Brien, 1997) الـــذي أشـــار إليـــه بوصفه توفير المعلومات الجديدة، ذات الشكل المناسب للاستخدام، والتي يمكن الحصول عليها في الوقت المناسب وعند حاجة المستفيد إليها.

وبناءاً على ما سبق يمكن القول بأنه لا يوجد تعريف محدد لجودة المعلومات (IQ)، إذ يختلف مفهوم الجودة باختلاف وجهات نظر منتجي ومستخدمي المعلومات، ففي الوقت الذي يركـــز منتج المعلومات على الدقة بوصفها مقياس للجودة يركز مستخدم المعلومات علـــى المنفعـــة والفاعلية والتنبؤ كمقياس لهذه الجودة مع الأخذ بنظر الاعتبار تكلفة الجودة ومراعاة درجـــة التركيز بحسب المستوى الإداري والتنظيمي، وبذلك فإن جودة المعلومات هي الشكل الجديـــد للاهتمام بالجودة بعد الاهتمام بالسلعة والخدمة سواء كانت المعلومات مقدمة بالطرائق المادية التقليدية أم الرقمية الحديثة.

ومن وجهة نظر بعض الباحثين تبدو جودة المعلومات وكأنها امتداد لجودة السلعة أو الخدمة إذ قسمها كل من (Juran & Godfrey, 1999) إلى جيلين الجيـــل الأول هـــو أن المعلومـــات يجري إنتاجها بكميات كبيرة فتكون عرضة للأخطاء يتم كشفها ومعالجتها وهذا يقابـــل فـــي تاريخ تطور مفاهيم الجودة مرحلة الفحص إذ إن مسؤولي الفحص والرقابة يقومون بكشـــف التالف من المواد وتصحيح الانحراف وعدم مطابقة المواصـــفات، والجيـــل الثـــاني بجـــودة المعلومات هو تقليل الأخطاء والوقاية قبل وقوعها والتحديث مع تركيز أكبـــر علـــى رضـــا المستخدم وتحقيق ذلك بتكلفة أقل مع ثقة أكبر في استخدامها في اتخـــاذ القـــرار (الســـاعدي وزبار، 2012: 13- 14)، وأشار (Wang & Wang, 2009: 1) إلى أن جودة المعلومـــات مسألة مهمة لإدارة الجودة في جميع المنظمات، إذ يشير مفهوم إدارة الجودة إلى أن المعلومات هي المنتج النهائي وأن الاعتماد بالدرجة الأساس ينصب على متطلبات المستخدم كمعيار لتقييم جودة المعلومات بوصفها منتج غير ملموس، وعليه يتم اللجـــوء إلـــى اســـتخدام خصـــائص المعلومات كأداة لتقييم جودة المعلومات وقياس جودة المعلومات من قبل المستخدمين.

وتتجلى أهمية جودة المعلومات بوصفها العنصر الأساس للعمل الإداري في جميع المستويات الإدارية للمنظمة، فهي تعد المدخلات الرئيسة في اتخاذ القرارات، فجودة المعلومات تتحدد بقدرتها على تحفيز متخذ القرار لاتخاذ قرارات أكثر فاعلية (الحسني، 2013 : 16)

ويتناول (Duggan, 2006) جودة المعلومات على أنها هدف تنظيمي محير ومهم في الوقت الحاضر، ولكن يلاحظ – على أي حال من الأحوال – أن هناك تنوعاً كبيراً في وجهات النظر حول ما يشكل جودة المعلومات؟ فما هي محدداتها؟ وكيف تُقيم؟ هذا وقد نظر بعض الباحثين إلى جودة المعلومات في تعابير الخصائص الأساسية للنظام، في حين استخدم الآخرون مؤشرات الاستخدام والاستعمال، ومهما يكن الأمر، فقد حدد (Garvin, 1984) خمس وجهات نظر أساسية تساعد على تعريف جودة المعلومات هي (الصرن، 2013: 122):

1- وجهة النظر المبُهمة Transcendental view التي تنادي بأن الجودة سهلة التمييز، ولكنها غير قابلة للتعريف.

2- وجهة النظر المبنية على المنتج Product – Based view التي ترى أن الجودة قابلة للتحديد في خصائص قابلة للقياس والتسليم.

3- وجهة النظر المبنية على المستخدم User – Based view التي تدل على قدره المنتج على إرضاء الاحتياجات الصريحة والضمنية، وأنها ملائمة للاستخدام.

4- وجهة النظر المبنية على القيمة Value – Based View التي ترى أن الجودة تشكل قيمة مضافة اقتصادية للمشترين.

وعرف (Ameen & Ahmad, 2013: 61) جودة المعلومات بأنها جودة مخرجات نظام المعلومات، والتي يمكن أن تكون بشكل تقارير أو شاشات الانترنت.

ويعرفها (محمد، 2012: 165) بأنها السمة التي تميز المفردة المعلوماتية عن غيرها أي أنها ليست مجرد أفكار بقدر ما هي مؤثرة في المحتوى والمضمون.

إما (O'Brien & Marakas, 2011: 644) فهما يشيران إلى أن جودة المعلومات هي الدرجة التي تتوافر فيها معلومات المحتوى والشكل، وخصائص الوقت والتي تعطي قيمة محددة للمستخدمين النهائيين.

ويبين (wang, 1998: 61) أن مفهوم جودة المعلومات هي المعلومات التي يصلح استخدامها من قبل مستخدمي البيانات.

ويرى (Kahn et al.,2002: 194) أن جودة المعلومات هي المعلومات التي تلبي المواصفات أو المتطلبات التي تفوق توقعات المستخدمين.

وفي ذات السياق يعبر (Kisubika, 2011: 16) عن جودة المعلومات من خلال تعاريف الباحثين والأكاديمين في مجال جودة المعلومات، إذ أشار (Tuomi, 1999) الى أن جودة المعلومات هي معلومات ذات جودة تستوفي متطلبات الاستخدام المقصود منه. أما (Keith, 2008) فقد اعتبر جودة المعلومات من حيث فائدة المعلومات ملازمة للمستخدمين في تقييم المنفعة، فيما وصف (Salaun & Flores, 2001) جودة المعلومات بأنها المعلومات التي تلبي معايير القبول المحددة من قبل المستخدم، جنباً إلى جنب مع الالتزام بمستوى قياسي معين من المتطلبات، أما (Redman, 2001) فعبر عن جودة المعلومات بالمعلومات ذات الجودة العالية إذا كانت تتلائم للاستخدام المطلوب في العمليات، واتخاذ القرارات والتخطيط وأن المعلومات تصلح للاستخدام إذا كانت خالية من الأخطاء والعيوب وتملك الميزات المطلوبة.

ومن جانبه نظر (Eppler, 2006: 51) إلى أن جودة المعلومات بوصفها الفرق بين المعلومات المطلوبة التي يحددها الهدف والمعلومات التي تم الحصول عليها، كما أشار إلى أن جودة المعلومات هي خصائص المعلومات لتلبية الاحتياجات الوظيفية والتقنية والمعرفية والجمالية من منتجي المعلومات والإداريين والمستخدمين والخبراء.

أما(Peng, 2002: 4 – 5) فقد عد جودة المعلومات بأنها المعلومات التي تصلح للاستخدام أو التي تلبي توقعات مستخدميها. ويؤكد هذا التعريف على أهمية اتخاذ وجهة نظر المستخدم من الجودة لأن في النهاية هو المستخدم الذي سيحكم ما إذا كانت المعلومات صالحة للاستخدام أم لا.

وأشار(Popovic et al.,2010:14) إلى أن جودة المعلومات هي المعلومات التي تصلح للاستخدام من قبل مستخدمي المعلومات، وتكون ذات قيمة عالية لمستخدميها.

وبين (Issa – Salwe & Aloufi, 2011: 6) أن جودة المعلومات تشير إلى مستوى تسهيلات التقارير المقدمة من نظم المعلومات.

وأكد (الحسني، 2013: 163) على النظر إلى جودة المعلومات بوصفها الدرجة التي تقدم بها المعلومات قيمة إلى الذين يستخدمونها وإلى المنظمة بشكل عام.

وعرف (الصرن، 123:2013) جودة المعلومات بأنها درجة المعلومات التي تمثل الواقع.

واستنادا الى التعاريف السابقة يرى الباحث ان التعريفين لـــــــــــ (Ameen & Ahmad, 2013; Issa–Salwe & Aloufi, 2011) اقرب لوجهة نظر الباحث لانهما ركـــزا علـــى جودة المعلومات من خلال مخرجات نظام المعلومات، التي تكون على شكل تقارير او بشكل مباشر عن طريق الانترنت او اي شكل اخر تقدم من خلاله المعلومات للجهـــة المســـتفيدة او المستخدمين لنظام المعلومات الاستراتيجي، وهي مسألة مهمة لم يتم الاشارة لها ضمن أغلب التعاريف الواردة سابقا هذا من جانب، ومن جانب اخر يتضح من التعريف ان هناك جـــودة للمعلومات لأنها استندت الى نظام المعلومات في توفير المعلومات الصحيحة .

ثانياً: مفهوم المعلومات الاستراتيجية

بعد توضيح مفهوم جودة المعلومات في المبحث السابق لابد مـــن توضـــيح علاقـــة جـــودة المعلومات بالمعلومات الاستراتيجية، إذ ازداد الجدل بين المتخصصين حول ما هو استراتيجي وما هو غير استراتيجي من المعلومات التي يتم إتاحتها للمديرين متخذي القرارات على النحو الذي يحتم اعتماد أسس سليمة في الفصل بين الصنفين من المعلومات بمـــا يـــوفر القناعـــة الملائمة والإدراك السليم لدى المعنيين من الأكاديميين والمهنيين في إطار تحديـــد الأصـــناف التي تقع ضمن إطار المعلومات الاستراتيجية وتلك التي لا يقع ضمنه وصولاً إلـــى تحديـــد مفهوم المعلومات الاستراتيجية.

تتمثل مخرجات نظام المعلومات الاستراتيجية بالمعلومات الاستراتيجية، والتـــي تأخـــذ عـــدة مفاهيم ومنها ما جاء به (Awad) عندما عرفها بأنها ذات توجه مستقبلي ومشتملة على قـــدر معين من الغموض، وهي ترتبط بتخطيط السياسات للأجل البعيد والذي يكون من مهام الإدارة العليا (صادق، 2011: 5). وتعرف المعلومات الاستراتيجية بأنها المعلومات التي تسهل مهمة التخطيط الاستراتيجي والتحكم الاستراتيجي الى جانب اداء الانشطة الاستراتيجية في المنظمة والتي تسهل مهمة ادارة المنظمة في التخطيط السليم (حتامله وعبد المطلب، 2014: 18).

ويرى (Digman, 1990:137) بأن المعلومات الاســـتراتيجية تمثـــل المعلومـــات المهمـــة والضرورية اللازمة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية للمنظمة، في حـــين عرفهـــا (الحســـنية، 2006: 32) بأنها المعلومات التي تساعد في زيادة فهم وإدراك الإدارة لمتغيـــرات التنـــافس والعوامل المؤثرة فيها بدقة فائقة وبشكل أسرع من المنافسين، وتستطيع المنظمة مـــن خـــلال

تحديد الاحتياجات من المعلومات أن تحدد أنواع تلك المعلومات، والتي يجب إدخالها في قاعدة البيانات التخطيطية المتوفرة لديها من أجل تحديد حاجة المنظمة من المعلومات المهمة ذات الصفة الاستراتيجية وإدارة تلك المعلومات، يستخلص من وجهات النظر السابقة حول المعلومات الاستراتيجية بأنها تلك المعلومات التي تغطي المجالات الآتية (الزعبي، 2005: 37–40 ؛ النعمة، 2007: 33–39):

1– معلومات استراتيجية عن البيئة العامة وتشمل (اقتصادية، واجتماعية، وقانونية، وتقنية ودولية).

2– معلومات استراتيجية عن البيئة التنافسية وتشمل (الموردين، والمنافسين، والعملاء).

3– معلومات عن البيئة الداخلية للمنظمة وتشمل (المالية، والموارد البشرية، والتسويق، والإنتاج).

ونظراً لوجود آراء مختلفة بخصوص تعريف المعلومات الاستراتيجية وفقاً لأدبيات نظم المعلومات الاستراتيجية نذكر أهم تلك الآراء (الطائي والخفاجي، 2009: 37–41):

– المعلومات الاستراتيجية هي المعلومات ذات التوجه المستقبلي (أي تلك المعلومات التي ترتبط بالقدرة على استشراق مستقبل المنظمة) والتي تنطوي على درجة عالية من حالات عدم التأكد والمخاطرة، والتي ترتبط بالخطط بعيد الأمد والتي تقع ضمن اهتمامات الإدارة العليا للمنظمة.

– المعلومات الاستراتيجية هي المعلومات التي تستخدمها إدارة المنظمة أما في استباق المشكلة قبل حدوثها (توقع الفرصة قبل ظهورها)، أو في المشكلات (استغلال الفرص من قبل صانعي القرارات).

– المعلومات الاستراتيجية هي المعلومات التي تأخذ أشكالاً وصفية وإخبارية وتأملية استشراقية.

– المعلومات الاستراتيجية هي المعلومات التي تساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة والمتمثلة بالبقاء والنمو والربحية.

– المعلومات الاستراتيجية هي المعلومات التي تسهل مهمة التخطيط الاستراتيجي والتحكم الاستراتيجي إلى جانب أداء الأنشطة المالية والمحاسبية الاستراتيجية في المنظمة لفرض تحقيق ميزات استراتيجية عالمياً ودولياً وإقليمياً ومحلياً.

- المعلومات الاستراتيجية هي المعلومات التي تأخذ قيماً متنوعة في مستوى الاستخدام وبدرجات كثافة متباينة المستوى لخدمة ذوي المصالح المختلفة وبما يساهم في تحقيق الميزة الاستراتيجية، وأكد (علي، 47:2006) على أن المعلومات الاستراتيجية تتمثل بنوعين من المعلومات هي:

- معلومات خارجية وتتمثل بتصرفات المنافسين وتصرفات المستهلكين، ومدى توفر الموارد، والدراسات الديموغرافية، والتصرفات الحكومية.

- معلومات تنبؤية (بعيدة الأمد)، مثل محاكاة (ماذا لو هناك معلومات).

أما (محمد، 2012: 164-165) فقد نظر إلى مصادر الحصول على المعلومات الاستراتيجية بوصفها تعتمد على مصادر أساسية وثانوية من داخل المنظمة وخارجها وتعد المصادر البشرية عامة من أفضل المصادر التي تقدم المعلومات ذات الموثوقية العالية والتفرد في نوعها، أما (الأسعدي، 2010) فيشير إلى أن الحصول على المعلومات الاستراتيجية يعتمد على مصادر عديدة هي:

1- مصادر داخلية: يتم جمع المعلومات على أساس رسمي أو غير رسمي ليتم معالجتها لتصبح معلومات مفيدة لمستخدميها في اتخاذ القرارات الإدارية.

2- مصادر خارجية: وهي تعد من معطيات البيئة الخارجية للمنظمة، مثل الحكومة والمجهزين، والموردين، والعملاء، وتعد ذات أهمية لأنها تقدم معلومات تخص الظروف البيئية.

ومن جانب آخر تحتاج عملية التخطيط الاستراتيجي في كل مراحلها لمعلومات استراتيجية حتى تتمكن من وضع الخطط الملائمة لتوجهات المنظمة الاستراتيجية، هذه المعلومات عادة ما تكون عابرة، غامضة ومتناقضة أحياناً، وإذا لم تستثمر بسرعة تفقد قيمتها ومعناها، فالاستراتيجية قد تبنى على معلومات سلبية، كما قد تبنى على معرفة مُنظمة، وهذه المعلومات تتصف بعدد من الخصائص منها: الكلفة/ القيمة الاستراتيجية، والكمية المعتمدة، والتوقيت، والمرونة، والمعولية، كما أن معالجة هذه المعلومات وتخزينها أمر في غاية الصعوبة، فاتخاذ قرار معين هو الذي يدفع إلى البحث الموجّه عن المعلومات، وليس العكس، ومما يزيد في الأمر صعوبة هو سرعة تتابع وتلاحق التغيرات الحاصلة في بيئة المنظمة، مما يجعل من المعلومات الاستراتيجية غير قابلة للتخزين لذلك نجد أن صفات هذه المعلومات تؤثر في نظام

المعلومات الاستراتيجية وتجعله يُماثلها تقريبا من حيث الخصـــائص أو المظـــاهر (الرجـــى وملكاوي، 2012: 289).

ثالثاً: خصائص المعلومات الاستراتيجية

وفقاً لآراء الكتاب والباحثين فإن خصائص المعلومات الاستراتيجية يمكن تصـــنيفها كـــالآتي (الزبن، 2013: 22– 23):

1– الخصائص الأساسية(Essential qualities): هناك مجموعة من الخصائص الأساســية التي تتسم بها المعلومات الاستراتيجية ومن أهم هذه الخصائص هي:

* الملائمة(accommodation): ويقصد بها أن تعني المعلومات الاســـتراتيجية باحتياجـــات المستفيد، وحتى تتصف المعلومات الاستراتيجية بالملائمة لابد من توافر الخصائص الآتية:

* الوقت المناسب (Relevant time)، بمعنى أن تكون المعلومـــات الاســـتراتيجية متاحـــة للمستفيد في الوقت المناسب، حتى لا تفقد المعلومات الاستراتيجية قيمتها.

* القيمة التنبؤية(Predictive value)، إذ يكون للمعلومات الاستراتيجية قيمة تنبؤية تســـاعد على إجراء التنبؤات بأحداث مستقبلية.

* القيمة المرتجعة(returned value)، ويقصد بها قدره المعلومـــات الاســـتراتيجية علـــى تصحيح التوقعات السابقة.

*الموضوعية(Objectivity) ويقصد بالموضوعية الابتعاد عن التقديرات الشخصية والاعتماد على الأدلة الموثوق بها، وحتى تتصف المعلومات الاستراتيجية بالموضوعية يجب أن تتوافر فيها الخصائص الآتية:

* القابلية للتحقق(Verifiability)، ويقصد بها وجود درجة عالية من الاتفاق على نتائج قياس الأحداث، أو الكيفية التي يتم بها الإفصاح عن تلك الأحداث وذلك باستخدام طرق قياس متماثلة والوصول إلى النتائج نفسها.

* عدم التحيز (Impartiality)، ويقصد بها أن المعلومات الاستراتيجية يجب أن تعد بشـــكل محايد وليس بغرض إظهارها بشكل يتلائم مع احتياجات أحد الأطراف المستخدمة للمعلومات دون الأطراف الأخرى.

* صدق العرض والتمثيل(credibility of bid and presentation)ويقصد بها أن تعكس المعلومات الاستراتيجية بصدق طبيعة ومضمون الأحداث التي تعبر عنها.

2- الخصائص الثانوية، هناك مجموعة من الخصائص الثانوية التي تتسم بها المعلومات الاستراتيجية ومن أهم هذه الخصائص هي:

*القابلية للمقارنة(comparability): يقصد بها أن المعلومات الاستراتيجية التي يتم قياسها والتقرير عنها لعدة منظمات مختلفة يجب أن تتوافر فيها خاصية القابلية للمقارنة بما يساعد على التعرف على أوجه الشبه والاختلاف مما يتطلب تطبيق إجراءات وأساليب متماثلة لكي تكون المقارنة موضوعية وذات معنى ودلالة.

*الثبات(stability): يقصد به قيام المنظمة بتطبيق نفس السياسات والقواعد والإجراءات نفسها من مدة إلى أخرى، إذ إن عدم توافر هذه الخاصية لا يمكن من تفسير النتائج للمنظمة عبر المدد المختلفة.

ومن جانبه يرى(النعمة، 9:2007) ان هناك خمس خصائص للمعلومات الاستراتيجية هي:

1- الكلفة (cost) تشير إلى العبء المالي للمعلومات بحيث يكون العائد المتوقع منها أكبر من مقدار كلفة الحصول عليها، كما يكون لمستوى الدقة تأثير على زيادة الكلفة للمعلومات بشكل طردي.

2- الشمول والدقة:(comprehension and accuracy)ويتعلق الشمول بقدرتها على إعطاء صورة كاملة عن المشكلة أو الظاهرة مع تقديم بدائل الحلول المختلفة لها ولاسيما بما يتعلق بالمعلومات الخاصة بالبيئة الداخلية والخارجية التي تتطلبها عملية صنع القرار الاستراتيجي، في حين تشير الدقة إلى خلو المعلومات من الأخطاء، إذ إن مستوى الدقة يؤثر في جودة القرار ــ وبالتالي فإنها تعمل على تجنب القرارات الخاطئة وتقلل من الكلفة وإهدار الوقت.

3- البعد الزمني:(Age dimension) ويمثل توافرها في الوقت المناسب وللغرض المطلوب من متخذ القرار، لذلك يجب الاهتمام بتوفير المعلومات في التوقيت المحدد، لكي تكون متاحة لاتخاذ القرار قبل حدوث فقدان فرصة معينة، إذ قد تكون المعلومات مفيدة في لحظة معينة ولكنها تفقد أهميتها بعد زمن قليل.

4- المرونة:(flexibility) وهي قابلية المعلومات على التكيف لأكثر من مستخدم أو أكثر من تطبيق، لذلك يجب أن تكون متوافرة بشكل مرن يمكن استخدامه بفاعلية في عملية صنع القرار الاستراتيجي.

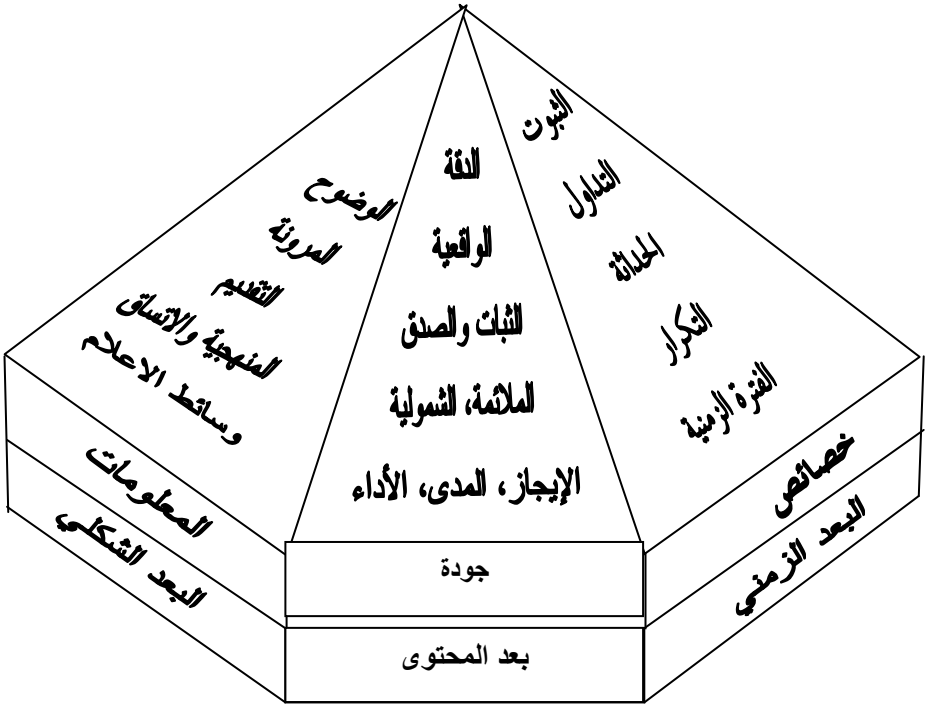
5- الإيجاز: (brevity)ويتعلق بحاجة الإدارة العليا إلى معلومات موجزة تتناسب مع متطلباتها دون الخوض في كم كبير من التفاصيل ودون أن تفقد معناها، وهنا يكون لمحلل النظم الـــدور الكبير في المساعدة على تحقيق هذه المهمة بطريقة منطقية بفضل معطيات تقنيات الحاســـوب الحديثة وبرامجياته.

رابعاً: أبعاد ونماذج جودة المعلومات:

إن مساهمة المعلومات في كافة أعمال وأنشطة المنظمة يعتمد على جودتها فإذا كانت جـــودة المعلومات أقل من المستوى المطلوب فإن مستخدم هذه المعلومات في موقف خطر إذا اعتمد عليها في اتخاذ قرار معين وقد يؤدي استخدام هذه المعلومات إلى مشاكل أخرى خاصـــة إذا كانت المعلومات المقدمة هي الخدمة أو جزء منها، فعلى ذلك يتوقف تقييم المستفيد للمنظمـــة ويبني قرار تكرار حصوله على خدماتها وولائه لها لذا يجب أن تكون المعلومـــات المقدمـــة بأعلى جودة (منهل، 121:2009).

لقد بينت الدراسات السابقة في مجال جودة المعلومات بأنه لا يمكـــن الحكـــم علـــى جـــودة المعلومات باستخدام بعد واحد فقط حتى وإن قدمت المعلومات بالوقت المناسب فهذا لا يعنـــي بأنها ذات جودة عالية لأنها قد تفتقر للدقة والوضوح والشمولية وغيرها.

لذا فإن المعلومات تلعب دوراً هاماً في التخطيط واتخاذ القرارات وإجراء العمليات والأنشطة داخل المنظمة، ويعتمد كل ذلك على جودة تلك المعلومات، إذ إن عدم توفر خصائص نوعية فيها سيؤدي إلى مخرجات عديمة الجدوى، ويبين الشكل (7) خصـــائص جـــودة المعلومـــات (النجار والحوري، 61:2008).



الشكل (7) خصائص جودة المعلومات

المصدر: النجار، فايز جمعه، الحوري، فالح عبد القادر، (2008). "جودة المعلومات وأثرها في تحقيق المرونة الاستراتيجية دراسة ميدانية في شركات صناعة الأدوية الأردنية"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد(30)، العدد (2)، ص 61

من الشكل (7) أعلاه يلاحظ أن هناك ثلاثة أبعاد رئيسة لجودة المعلومات هي: (البعد الزمني وبعد المحتوى والبعد الشكلي) (O'Brien & Marakas, 2011: 393؛ الرجى، 2010: 47–49؛ النجار والحوري، 2008: 61–63)

* **البعد الزمني**: Time Dimension

يتعلق هذا البعد بزمن استخدام المعلومة مجيباً على تساؤل (متى؟)، ويتم تقييم البعد الزمني للمعلومات من خلال:

1– التوقيت المناسب (Relevant time): يعني التوقيت توفر المعلومات من حيث الزمن، ويفترض الاهتمام بتقديم المعلومات في الوقت المناسب لكي تكون متاحة لاتخاذ القرار قبل حدوث موقف حرج أو فقدان فرصة معينة، فقد تكون المعلومة مفيدة في الزمن الحاضر وتفقد أهميتها بعد زمن قليل.

2- الحداثة (modernity): هي أن تكون المعلومات مجددة وحديثة، للاستفادة منها عند تقديمها وتداولها في المنظمة إذ تلعب الحداثة دوراً هاماً في جودة المعلومات إذ تقل قيمة المعلومة بتقادمها لذا يجب الحفاظ عليها بأمان وفاعلية.

3- التكرار(frequency) المعلومة الجيدة تقدم باستمرار كلما دعت الحاجة إليها، لأن المعلومات يجب أن تقدم طالما نحتاجها، وهذا يؤكد الاهتمام بالمعلومات النشطة في قاعدة البيانات.

4- الفترة الزمنية (Time period): المعلومة الجيدة هي المعلومة التي تغطي فترة زمنية ماضية وحاضرة، ويمكن من خلالها التنبؤ بالمستقبل.

*** بعد المحتوى:** Content Dimension

يتعلق بعد المحتوى بمضمون المعلومة ويقوم بالإجابة على تساؤل (ماذا؟) ويتضمن ما يلي:

1- الدقة (Accuracy): تعني الدقة خلو المعلومة من الخطأ لضمان جودة القرار المتخذ، كما تعمل على تجنب القرارات الخاطئة وتقلل من التكلفة وإهدار الوقت.

2- الواقعية (Reality): هي أن تمثل المعلومات الواقع وتعني باحتياجات المستفيدين على اختلافهم، وكذلك خلوها من التحيز بما يضمن الوصول إلى قرارات رشيدة، فالمعلومات غير الواقعية ستؤدي إلى قرارات خاطئة.

3- الملائمة (accommodation)هي أن تكون المعلومات ملائمة ووثيقة الصلة ومفيدة في تحسين اتخاذ القرار، فلابد أن تكون المعلومات ملائمة للموضوع وموجهة خصيصاً للمشكلة التي تدرس ومرتبطة باحتياجات المستخدم.

4- الشمولية (Comprehension): يقصد بالشمولية قدره المعلومة على أن تقدم للمستخدم صورة كاملة عن كل ما يحتاج معرفته حول الظاهرة محل الدراسة.

5- الثبات والصدق (Validity and reliability): اي ان المعلومة تعطي النتائج نفسها التي تم التوصل إليها في التجربة السابقة، وذلك يجب أن تتطابق مع الواقع شكلاً ومضموناً وتوجهاً.

6- الأداء (Performance): يتمثل الأداء في قدره المعلومات في الكشف عن الأداء ويقاس ذلك من خلال تجميع الموارد وإتمام الأنشطة وتحقيق التقدم.

7- الإيجاز (brevity): أي تقديم المعلومات اللازمة لكل مستوى إداري وتجنب الاسترسال في تقديم معلومات إضافية تزيد عن حاجة المستخدم.

8- المدى (Scope): يعبر المدى عن نطاق الأحداث التي تمثلها المعلومة، ولذلك يجب أن يتفق مدى المعلومة مع متطلبات المستخدم.

***البعد الشكلي:** Form Dimension

يقوم هذا البعد بالإجابة على تساؤل (كيف؟) ويتضمن ما يلي:

1- الوضوح (Clarity): أي تقديم المعلومة بشكل واضح خالٍ من الغموض والالتباس وسهل الفهم حتى يتمكن المستخدم من الوصول إلى قرارات صائبة.

2- الاتساق (order): إذ يجب أن ترتب المعلومة وتقدم بطريقة متناسقة مع احتياجات المستخدم.

3- المرونة (Flexibity): وهي قدره المعلومة على التكيف مع أكثر من مستخدم ولأكثر من تطبيق.

4- التقديم: (Presentation): وهو الصورة التي تقدم فيها المعلومة لمستخدمها (رقم، ورسومات، ومخططات)، لذا لابد من عرض المعلومات بالطريقة المناسبة وتطويعها ومعالجتها لجعلها قابلة للاستخدام بما يُعظّم الاستفادة منها للمستخدم.

5- وسائل الإعلام (Media): وتمثل الوسيلة التي تقدم بواسطتها المعلومة (تقارير مطبوعة أو شاشات عرض).

6- التفاصيل (Details): أي تقديم المعلومة في تفاصيل أو شكل موجز.

وأضاف (الصرن، 2013: 131) إلى البعد الزمني، وبعد المحتوى والبعد الشكلي بعد آخر هو البعد الفني Technical Dimension ويتضمن هذا البعد ما يلي:

1- جودة البرمجيات (Software Quality): وهي الإبداع الفكري الذي يتضمن البرامج والإجراءات والقواعد وأية وثائق مرافقة تخص عملية نظام تشغيل البيانات ومعالجتها، أي أنها تتضمن البرمجيات والتعليمات والبرامج الحاسوبية المكتوبة بلغات الحاسوب، وقد عرف معهد المهندسين الكهربائيين والالكترونيين جودة البرمجيات بأنها الدرجة المحددة لأي نظام وأجزائه التي يتألف منها، أو العملية التي تلبي متطلبات محددة، أي أنها النظام والأجزاء والعملية التي تلبي احتياجات أو توقعات المستخدم، وقد حدد

(Galin & Daniel, 2004softwear quality assurance from theory to implementation)

خصائص جودة البرمجيات في الضبط والموثوقية، والكفاءة، وتكامل القابلية للاستعمال، والقابلية للصيانة، والمرونة، وقابلية الاختبار، والقابلية للحمل والنقل، والقابلية لإعادة الاستعمال، والقابلية للعلاج، والقابلية للتحقق، والقابلية للاتساع، والأمان، والقابلية للإدارة والقابلية للبقاء، هذا فضلاً عن الأخذ بالحسبان مسألة تطوير البرمجيات.

2- جودة الأجهزة (Hardware Quality): وتشير إلى جميع العناصر الملموس في النظام الحاسوبي بما فيها تجهيزات الادخال والإخراج، وهكذا فإن جودة الأجهزة تؤثر في جودة نظم المعلومات، ولضمان الجودة العالية في هذه الأجهزة يجب الأخذ بالحسبان الخصائص الآتية: الأداء، والتكلفة، والموثوقية، والجاهزية، والانسجام (التناغم)، والقابلية للتركيب، والجيل، والهندسة الإنسانية، وقابلية الربط (التوصيل)، وإمكانية التدرج، ونوعية البرمجيات، والدعم.

وفي هذا الاتجاه ذكر (درويش، ومندورة، 1994: 45-46) أن فهم وتقييم جودة المعلومات يمكن من تحديد عدة عوامل تؤخذ في الاعتبار لأنها تمثل شروط وخصائص المعلومات الجيدة والتي حددوها بعشرة خصائص وكالآتي:

1- سهولة وسرعة الحصول على المعلومات: فإذا كان جهد الحصول على هذه المعلومات كبيراً، فقد تتأخر المعلومات وتصبح تكلفة الحصول عليها باهظة جداً.

2- الشمول: تشير الشمولية إلى كمال المعلومات، إذ يلزم توفر كل المعلومات المطلوبة لاتخاذ قرار ما.

3- الصحة: تشير الصحة إلى درجة خلو المعلومات من الخطأ، فالمعلومات الخاطئة قد تؤدي إلى اتخاذ قرارات خاطئة.

4- الدقة: تعبر الدقة عن درجة الدقة التي يمكن الوصول إليها والتي تناسب مختلف المستخدمين ومختلف التطبيقات.

5- الملائمة: تصف الملائمة مدى ملائمة المعلومات لطلب المستخدم إذ يجب أن تكون المعلومات ملائمة لموضوع البحث.

6- الوقت المناسب: يشير الوقت المناسب إلى وقت توفر المعلومات للإجابة على استفسار معين، إذ يجب توفر المعلومات في الوقت الناسب لاتخاذ قرار أو إجراء نشاط معين.

7- الوضوح: يتضمن الوضوح الدرجة التي يجب أن تكون فيها المعلومات خالية من الغموض فالمعلومات الغامضة يصعب الاستفادة منها.

8- المرونة: تعني المرونة قابلية المعلومات على التكييف لاستخدام أكثر من مستخدم وفي أكثر من تطبيق.

9- عدم التحيز: يشير عدم التحيز إلى خلو المعلومات من التحيز، فالمعلومات المنحازة تؤدي أيضاً إلى اتخاذ القرارات الخاطئة.

10- قابلية القياس: تشير قابلية القياس إلى طبيعة المعلومات المنتجة من نظام المعلومات وإمكانية قياسها في شكل كمي حتى يمكن الاستفادة منها خاصة في النماذج والحسابات الرياضية.

بينما رأى (الشجيري والمزوري، 2010: 3-4) أنه لكي تكون المعلومات ذات فائدة لمتخذ القرار فلابد أن تكون على مستوى من الجودة وعليه يمكن وتحديد خصائص عامة لقياس جودة المعلومات وكالآتي:

1- الدقة كمقياس لجودة المعلومات: إذ يتم التعبير عن جودة المعلومات بدرجة الدقة التي تتصف بها المعلومات أي بمعنى درجة تمثيل المعلومات للماضي والحاضر والمستقبل، وكلما زادت دقة المعلومات كلما زادت جودتها وكلما أدت قيمتها في التعبير عن الحقائق التاريخية أو عن التوقعات المستقبلية.

2- المنفعة كمقياس لجودة المعلومات: وتتمثل المنفعة في عنصرين هما صحة المعلومات وسهولة استخدامها.

3- الفاعلية كمقياس لجودة المعلومات: تعبر الفاعلية عن مدى تحقيق المنظمة لأهدافها من خلال موارد محددة وبناءاً على ذلك يمكن تعريف جودة المعلومات من زاوية الفاعلية بأنها مدى تحقيق المعلومات لأهداف المنظمة أو متخذ القرار من خلال استخدام موارد محدودة.

4- التنبؤ كمقياس لجودة المعلومات: يقصد بالتنبؤ الوسيلة التي يمكن عن طريقها استعمال معلومات الماضي والحاضر في توقع أحداث ونتائج المستقبل وإن هذه التوقعات تفيد في اتخاذ القرارات وتتمثل جودة المعلومات في تخفيض حالة عدم التأكد.

5- الكفاءة كمقياس لجودة المعلومات: تعبر الكفاءة عن تحقيق الأهداف بأقل استخدام للموارد المتاحة.

واعتقد (Xu, 2003: 16-17) أن جودة المعلومات هي المعلومات التي تصلح للاستخدام من قبل مستخدمي المعلومات، وقد تم تحديد أبعاد جودة المعلومات، بأربعة أبعاد هي (الدقة، والوقت المناسب، والتكامل، والاتساق).

ويصف (Peng, 2002: 8) خصائص جودة المعلومات الأربعة التي اقترحهـا (wang & strong, 1996) بالآتي:

1- الواقعية(reality): تدل على أن «المعلومات لديها جودة في حد ذاتها» والدقة هي أحـد الجوانب الرئيسة، وهي واحدة من الأبعاد الأربعة ضمن هذه الخاصية.

2- إمكانية الوصول Accessibility: يتطلب إمكانية الوصول إلى المعلومـات، أن نظـام المعلومات يجب أن يكون متاح ويكون آمناً.

3- السياقية Contextual: تدل على أن «لابد من اعتبار جودة المعلومات ضـمن سـياق المهمة التي بين أيدينا» ويجب أن تكون المعلومات ملائمة، في الوقت المناسب والشمولية من حيث كمية المعلومات وذلك لإضافة القيمة.

4- التمثيلRepresentation: تدل على جوانب التنسيق وعرض المعلومات، والذي يتطلب نظم معلومات للحصول على معلومات موجزة والثبات وإمكانية التفسير وسهولة الفهم من قبل المستخدمين للمعلومات.

ويمكن القول إن خصائص جودة المعلومات التي اقترحها (wang & strong, 1996) تعالج المعلومات كمنتج متعدد الأبعاد، فإنه يؤكد أن جودة المعلومات ليست مجرد مفهوم جـوهري، وإنما ينبغي أن تقاس في المجال الذي تنتج فيه المعلومات واستخدامها. وتشير دراسة (wang & strong, 1996: 20) إلى أربع خصائص لجودة المعلومات تتضمن خمسة عشـر بعـداً والتي قبلت على نطاق واسع، وهي (الواقعية reality، وإمكانية الوصول Accessibility، والسـياقية Contextaul والتمثيـل Representation)، والجـدول (4) يوضـح أبعـاد وخصائص جودة المعلومات.

الجدول (4) أبعاد وخصائص جودة المعلومات من وجهة نظر Wang & Strong

الخصائص	أبعاد جودة المعلومات
الواقعية	الدقة، الموضوعية، المصداقية، السمعة
إمكانية الوصول	الأمان، إمكانية الوصول
السياقية	الملائمة، القيمة المضافة، الوقت المناسب، الشمولية، كمية المعلومات
التمثيل	إمكانية التفسير، قابلية المعلومات للفهم، التمثيل الموجز، التمثيل المتوافق

Source: Wang, R. Y, Strong.D.M,(1996).Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Data consumers. Journal of Management Information Systems (12), No,4, p. 20

وأشار(Lee et al.,2002, 135) في دراسات وأبحاث سابقة له إلى أن أبعاد جودة المعلومات تعد مهمة لمستخدمي المعلومات، إذ تم اعتماد بنود القياس لجودة المعلومات على أبحاث الأكاديميين السابقين في هذا المجال والتي سبق وأن حددها (wang & strong, 1996) والتي تم اعتمادها في توفير تغطية شاملة للمعلومات، خاصة في المشاريع التي تتطلب تحسين جودة المعلومات والاهتمامات التنظيمية لجوانب المختلفة لجودة المعلومات من خلال مشاريع تحسين الجودة. كما نبه (Byrd & Byrd, 2012: 2228) إلى وجهة نظر الأكاديميين لجودة المعلومات من خلال إضافة مصادر جديدة لما جاء به (Lee et al., 2002:134) و (Glowalla et al., 2014:4705) في دراسته عن جودة المعلومات، ويعرض الجدول (5) وصفاً شاملاً نسبياً من الدراسات التي ساعدت في تحديد تركيبة جودة المعلومات.

الجدول(5) وجهة نظر الباحثين والأكاديميين لجودة المعلومات

الأبعاد / المصادر	الواقعية	السياقية	التمثيل	إمكانية الوصول
Zmud 1978	الدقة، والواقعية	الكمية، والموثوقية، والوقت المناسب	الترتيب، قابلية القراءة، التوافق	ــــــــــ
*Bailey & Pearson 1983	الدقة والاتقان	الحداثة، والوقت المناسب، والشمولية	الشكل، والإيجاز	ــــــــــ
*King & Epstein 1983	عدم التحيز، وكمية	الحداثة، الملائمة للقرارات، وإمكانية المقارنة، والموثوقية، والاكتفاء	قابلية المعلومات للفهم والاستيعاب	ــــــــــ
Ballou & Pazer 1985	الدقة، والثبات	الشمولية، والوقت المناسب	ــــــــــ	ــــــــــ
Delone & Mclean 1992	الدقة، الإتقان، الموثوقية، وعدم التحيز	الأهمية، والملائمة، الفائدة، والمحتوى، والاكتفاء والشمولية، والوقت المناسب	قابلية المعلومات للفهم وقابلية القراءة، الوضوح، الشكل، المظهر، الإيجاز، التفرد، قابلية المقارنة	إمكانية الوصول، إمكانية الاستخدام

Goodhue 1995	الدقة، والموثوقية	الحداثة، ومستوى التوسع	التوافق، المفهوم، وعوض، وعدم الغموض	إمكانية الوصول، والمساعدة سهولة الاستخدام، وإمكانية التحديد
Wand & wang 1996	الدقة، والوضوح	الشمولية	ذات معنى	ــــــــــــ
Wang & strong 1996	الدقة، والمصداقية، السمعة والموضوعية	القيمة المضافة، الملائمة، الشمولية، والوقت المناسب، وكمية المعلومات	قابلية المعلومات للفهم والاستيعاب، إمكانية التفسير، والتمثيل الموجز، التمثيل المتوافق	إمكانية الوصول، والأمان
Jarke & Vassiiou 1997	المصداقية، والدقة، والثبات، والشمولية	الملائمة، والاستخدام، الوقت المناسب، والحداثة، تداول المخزون من البيانات	إمكانية التفسير، الصياغة، التحكم بالإصدار، والدلالات والأصل	إمكانية الوصول، وتوافر النظام، وتوافر المعاملات الامتيازات
*Levitin & Redman 1998	الدقة	الوقت المناسب، والتناسق	الشكل – للمعلومات أكثر أو أقل	الوصول، والامتيازات والأمان، والخصوصية
*Redman 1998	الدقة والثبات	الوقت المناسب، والحداثة والشمولية	ملائمة الشكل، وسهولة التفسير	الخصوصية، والأمان، والملكية
*Fisher & Kingma 2001	الدقة	الوقت المناسب، والشمولية، وملائمة البيانات	ملائمة للاستخدام	ــــــــــــ
*Pipino et al 2002	خالية من الخطأ، والمصداقية	الشمولية، وتناسق، والوقت المناسب، وكمية مناسبة من البيانات	ــــــــــــ	إمكانية الوصول
*Neson et al 2005	الدقة، والمصداقية، والوضوح والموضوعية	الشمولية، والحداثة	الشكل، وتفسير للمستخدم وإمكانية الفهم	إمكانية الوصول
*Glowalla et al 2014	الموثوقية والوضوح والموضوعية	الحداثة، والوقت المناسب ، الرؤيا /العمق	الاتساق ، والكمال	إمكانية الوصول

Source: Lee,Y., Strong ,D., Kahn ,B.& Wang ,R. (2002) , AIMQ: a methodology for information quality assessment, Information & Management 40 , P. 134

علامة النجمة(*) تشير إلى المصادر المضافة إلى الجدول من قبل (Byrd & Byrd, 2012) أما (Kahn & strong, 1998: 106; Kahn et al.,2002: 188) فقد وضعوا أنموذجاً لجودة المعلومات، حددوا من خلاله أن المعلومات ذات الجودة العالية تعني معلومات مناسبة

للاستخدام من قبل مستخدمي المعلومات، إذ ركزوا على جودة المنتج وجودة الخدمة وكما موضح في الجدول(6):

الجدول(6) أنموذج جودة المعلومات – المنتج والخدمة لـــ (Kahn & strong)

	توافق الصفات	الاستجابة لتوقعات المستخدم
	صحة المعلومات	**فائدة المعلومات**
جودة المنتج	• أبعاد جودة المعلومات • خالية من الأخطاء • التمثيل الموجز • التكامل • الثبات	• أبعاد جودة المعلومات • كفاية المعلومات • الملائمة • قابلية المعلومات للفهم • إمكانية التفسير • الموضوعية
جودة الخدمة	الموثوقية والاعتمادية للمعلومات • أبعاد جودة المعلومات • التوقيت المناسب • الأمان	إمكانية استخدام المعلومات • أبعاد جودة المعلومات • المصداقية • إمكانية الوصول • سهولة التشغيل • السمعة

Source: Kahn, B. K, Strong. D. M & Wang, R. Y, (2002). Information Quality Benchmarks: product and Service performance, A CM 45 No. 4, P. 188

إن أنموذج جودة المعلومات/ المنتج والخدمة يعد ذو فائدة لمتخذي القرارات، وتشير جودة المنتج على أن صحة المعلومات تشمل مجموعة من الأبعاد كأن تكون خالية من الأخطاء والتمثيل للمعلومة والتكامل لتحقيق التوافق، أما فائدة المعلومات فتشمل أبعاد هي كفاية المعلومات، والملائمة، وقابلية المعلومات للفهم، والموضوعية، لغرض سرعة الاستجابة لتوقعات وحاجات المستخدم (Khalil et al., 1999: 45).

وينبغي أن نشير إلى أن فائدة المعلومات لمتخذ القرار ترتبط بعدة عوامل منها ما يتعلق بمجال الاستخدام مثل طبيعة القرارات التي يواجهها، ومقدار ونوعية المعلومات التي تتوفر له من الأحداث السابقة، ومقدرته على تحليل المعلومات، إضافة إلى مستوى الفهم والإدراك المتوفر لديه (عتير، 2012: 25).

أما الخصائص المتعلقة بجودة الخدمة الخاصة بالمعلومات فتشمل الموثوقية والاعتمادية للمعلومات والمتمثلة بأبعاد التوقيت المناسب، والأمان، لتحقيق التوافق للصفات، أما إمكانية استخدام المعلومات فأبعادها المصداقية، وإمكانية الوصول، وسهولة التشغيل والسمعة، إن

جودة الخدمة (الاستجابة لتوقعات المستخدم) تجسد مفهوم خدمة المعلومات التي تكون قادرة على الاستجابة لتوقعات المستخدمين، إذ يمكن لمستخدمي المعلومات بكل سهولة وملائمة الحصول على تفاصيل هذه الخدمة لاحتياجاتهم، أي أن المستخدم يكون قادراً على استخدام لغة الاستعلام، أو الاستفسار التي توفر استرجاع المعلومات بسهولة التي يحتاجها لاتخاذ القرارات الفعالة (Khalil et al.,1999: 55).

وفي المجال نفسه أشار (Al Hakim, 2004: 172) إلى أنَّ هناك اختلافات بين تصنيع المنتج وتصنيع المعلومات والتي يمكن تصنيفها إلى خمس فقرات رئيسة هي: غير ملموسة، والمدخلات، والمستخدم النهائي، والاستهلاك، والتعامل، والجدول(7) يوضح الاختلافات من منظور جودة المنتج وجودة المعلومات، ومن المهم أن نفهم مختلف وجهات النظر التي من خلالها ينظر لجودة المعلومات من قبل مستخدمي المعلومات.

الجدول(7) الاختلافات الرئيسة بين تصنيع المنتج وتصنيع المعلومات

الفقرة	الاختلاف
غير ملموسة	نظام تصنيع المنتج منتجات ملموسة، مرئية أو مادية بينما المعلومات غير ملموسة، ويمكن قياس جودة المنتج من خلال المقاييس الفيزيائية مثل مواصفات التصميم. أما مقاييس جودة المعلومات هي شخصية تقوم أساساً على رأي المستخدم والتوقعات.
المدخلات	عملية المنتج تتطلب المواد الخام، الخبرة، المعرفة، والتكنولوجيا، في حين تتطلب عملية المعلومات أربعة مدخلات: البيانات، الخبرة، التكنولوجيا والوقت.
المستخدم النهائي	المستخدمين للمنتج النهائي غير معروفين سابقاً، في حين أنها واضحة المعالم لمستخدمي نظام المعلومات لكونه جزء من النظام، بينما يتم إنتاج المنتجات بعيداً عن المستخدمين.
الاستهلاك	المواد الخام المستخدمة في تصنيع المعلومات البيانات والتي يمكن استخدامها من قبل أكثر من مستخدم واحد دون نفاذها، بينما مواد خام تصنيع المنتج التي يمكن أن تستخدم المنتجات لفرد واحد، إضافة إلى ذلك يمكن أن تنتج وتستهلك المعلومات في وقت واحد، بينما تحتاج المنتجات إلى أن يتم إنتاجها قبل الاستهلاك
التعامل	يمكن نقل نفس البيانات والمعلومات إلى عدد غير محدد من المستخدمين في وقت واحد، من خلال الأقراص الليزرية، أو من خلال وسيلة غير ملموسة، ميل البريد الالكتروني وغيرها، ومع ذلك كل من المعلومات والمنتجات التي يمكن تخزينها تكون موضوع فحص وتفتيش قبل تسليمها للمستخدم، وهذا يجعل جودة المعلومات مماثلة لجودة المنتج ولكنها مختلفة من حيث جودة الخدمة، لأن جودة الخدمة لا يمكن تخزينها وفحصها قبل التسليم.

Source: Al Hakim, L, (2004), Informatin Quality Function Deployment. Proceedings of the Ninth international conference on Information Quality (ICIQ), p. 172.

وبهذا الشأن يشير (Eppler, 2001: 334) إلى أبعاد جودة المعلومات من خلال أنموذج يتضمن نوعين من الجودة هما جودة المحتوى وتتضمن خاصية ملائمة المعلومات وصحة المعلومات وحددوا ثمانية أبعاد لها، وأيضاً جودة وسائط المعلومات وتضمنت خاصية المعالجة المثلى وبنى تحتية موثوقة وأيضاً حددت بثمانية أبعاد، والشكل(8) يوضح أنموذج جودة المعلومات من وجهة نظر هذا الباحث.



الشكل(8) أنموذج جودة المعلومات من وجهة نظرEppler

Source: Eppler, M, J, (2001). Ageneric Framework for information Quality in knowledge – intensive processes. Procedings of the sixth international conference on information Quality, p. 334

ومن خلال الأنموذج أعلاه نجد أن خصائص جودة المعلومات تم تحديدها بأربع خصائص إذ تتضح أهمية كل خاصية كالآتي (Eppler, 2001: 333) :

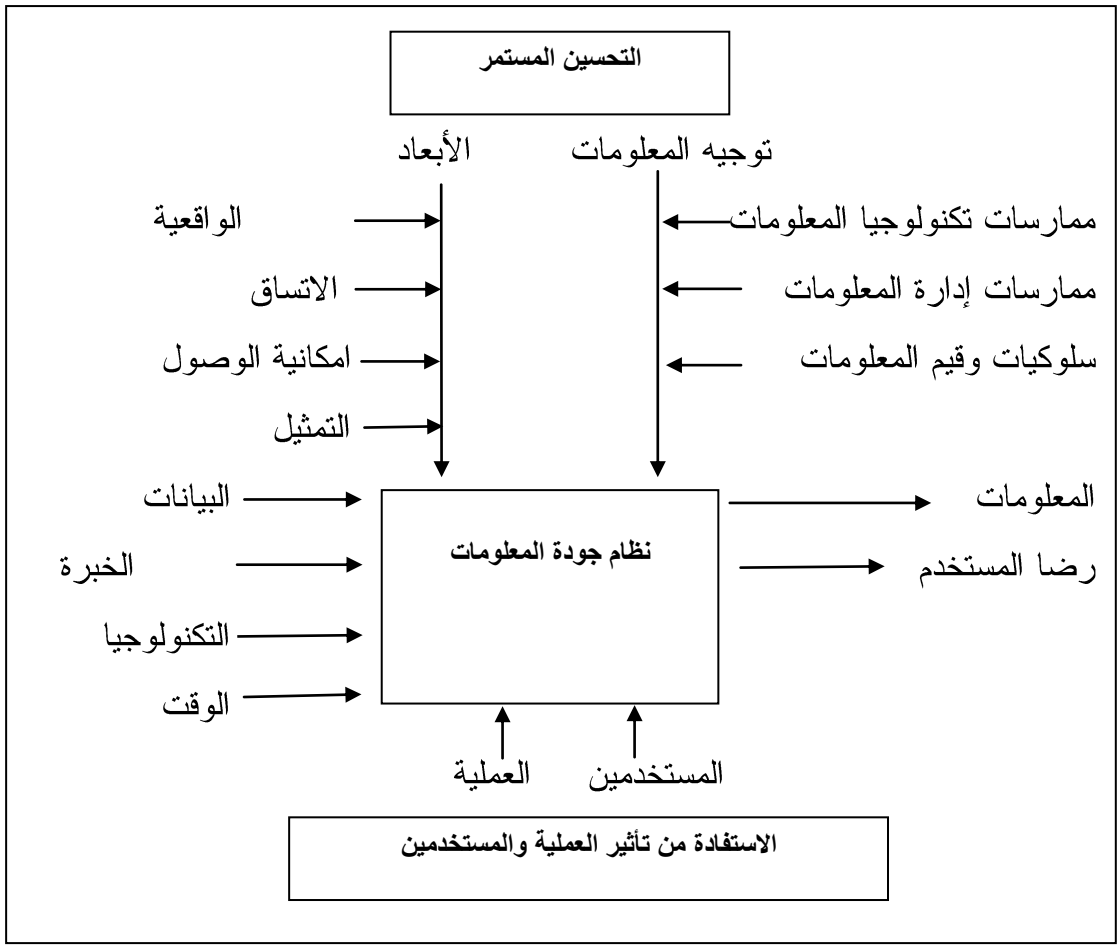
1- ملائمة المعلومات: توضح فيما إذا كانت المعلومات شاملة ودقيقة واضحة بما فيه الكفاية للاستخدام المقصود، وما إذا كانت قابلة للتطبيق بسهولة لحل المشاكل التي تواجه المستخدم.

2- صحة المعلومات: تصف صحة المعلومات الخصائص الجوهرية أو خصائص منتج المعلومات، فيما إذا كانت موجزة، صحيحة أم لا، إضافة إلى حداثة المعلومات.

3- الأمثلية: يشتمل مضمون هذه الخاصية على عملية إدارة وإنشاء المعلومات وتوزيعها وفيما إذا كانت ملائمة للمستخدمين، وفيما كان يوفر المعلومات في الوقت المناسب، وإمكانية التتبع والتفاعل.

4- هيكلية موثوق بها: تنطوي هذه الخاصية على بعد الهيكلية في عمليـــة إدارة المحتـــوى والتي يتم من خلالها تقديم المعلومات الواقعية الحقيقية، والمصداقية في هذا المجال، ويشـــير هذا البعد إلى استمرار إمكانية الوصول السهل، والآمن للنظام والصيانة مع مرور الوقت.

وفي المجال نفسه أشار (Al Hakim, 2004: 175) إلى مكونات بيئة نظام جودة المعلومـــات من خلال الشكل(9):



الشكل(9) بيئة نظام جودة المعلومات: المدخلات، المخرجات، أجهزة ومعدات، رقابة

Source: Al Hakim, L, (2004), Informatin Quality Function Deployment. Proceedings of the Ninth international conference on Information Quality (ICIQ), p. 175.

يتضح مما تقدم بأن بيئة نظام جودة المعلومات كما يوضحه الشكل(9) يبين تقييم المستخدمين لأداء نظام جوده المعلومات من حيث احتياجاتهم ورضا المستخدم، وإن التحليل الدقيق لرضا المستخدمين يكشف عن أن متطلبات المستخدم تتمحور حول أبعاد جودة المعلومات (الواقعية، والاتساق، وإمكانية الوصول، والتمثيل) ومن جهة أخرى نجد فريق عمل نظام جودة المعلومات يتعامل مع مختلف جوانب التوجه للمعلومة (جودة المعلومة) (AlHakim, 2004: 175).

وبهذا الصدد فقد أكد (Popovic etal, 2010: 14) على أن معايير جودة المعلومات التي حددها بستة عشر معياراً تغطي جميع جوانب جودة المعلومات والتي يمكن تقسيمها إلى المعايير التي تؤثر على جودة محتوى المعلومات، وتلك التي تؤثر على جودة الوصول إلى المعلومات كما يوضح الجدول (8):

الجدول (8) معايير جودة المعلومات

	المعيار	الوصف
جودة محتوى المعلومات	الشمولية	نطاق معلومات وافية؟ (ليس كثيراً ولا قليلاً جداً)
	الإيجاز	معلومات إلى نقطة معينة، خالية من العناصر غير الضرورية
	الوضوح	معلومات مفهومة أو مفهومة للمجموعة المستهدفة
	الصواب	معلومات خالية من التشويه والتحيز، أو الخطأ
	الدقة	معلومات دقيقة بما فيه الكفاية وقريبة بما فيه الكفاية إلى الواقع
	الثبات	معلومات خالية من التناقضات
	قابلة للتطبيق	يمكن تطبيق المعلومات مباشرةً؟ غير أنه مفيدة
	التوقيت المناسب	تتم معالجة المعلومات وتسليمها بسرعة دون تأخير
جودة الوصول إلى المعلومات	إمكانية المتابعة	وجود خلفية معلومات مرئية(الكاتب، التاريخ، إلخ)
	إمكانية الصيانة	كل المعلومات يمكن تنظيمها وتحديثها على أساس مستمر
	التفاعل	يمكن تكيف عملية المعلومات من قبل مستخدم المعلومات
	السرعة	يمكن أن تتطابق مع البنية التحتية وسرعة العمل للمستخدم
	الأمان	المعلومات المحمية من الضياع أو الوصول غير المصرح به
	الحداثة	معلومات محدثة وليس متقادمة
	إمكانية الوصول	هناك طريقة مستمدة ودون عائق للوصول إلى المعلومات
	الملائمة	يتوافق توفير المعلومات مع احتياجات المستخدم

Source: PoPovic ,A., Turk,T.,& Jaklič,J. (2010) Conceptual model of business value of business intelligence systems, Management, Vol. 15,1, p.15

وفي ضوء ما تقدم من أبعاد جودة المعلومات وخصائصها على وفق رأي الباحثين والأكاديميين، الجدول (9) يوضح أبعاد وخصائص جودة المعلومات على وفق سلسلة زمنية، يوضح من خلالها اختلاف وجهات النظر بخصوص خصائص جودة المعلومات وأبعادها.

الجدول (9) خصائص وأبعاد جودة المعلومات وفق سلسلة زمنية

السنة	الكاتب	الخصائص	الأبعاد
1996	Wang & strong	– الواقعية – إمكانية الوصول – السياقيه – التمثيل	الدقة، الموضوعية، المصداقية، السمعة الأمان، إمكانية الوصول الملائمة، القيمة المضافة، الوقت المناسب، الشمولية، كمية المعلومات إمكانية التفسير، قابلية المعلومات للفهم، التمثيل الموجز، التمثيل المتوافق
	Zeist & Hendriks	– الوظيفية – الموثوقية – الكفاءة – سهولة الاستخدام – إمكانية الصيانة – قابلية النقل	الملائمة، دقة، التوافقية، الامتثال، الأمان، إمكانية التتبع الاستحقاق، إمكانية الاسترجاع، توافر، انحلال، الخطأ، التسامح سلوك الوقت، سلوك الموارد الفهم، إمكانية التعلم، قابلية التشغيل، رفاهية، وضوح، إمكانية المساعدة، التخصيص، سهولة الاستخدام القدرة على التحليل، القابلية للتغيير، الاستقرار، قابلية الاختبار، قابلية الإدارة، إعادة الاستخدام القدرة على التكيف، التوافق، قدره التثبيت، قدره الاستبدال
1997	O'Brien	– البعد الزمني – بعد المحتوى – البعد الشكلي	التوقيت المناسب، الحداثة، التكرار، الفترة الزمنية الدقة، الواقعية، الملائمة، الشمولية، الثبات والصدق، الإيجاز، الأداء الوضوح، الاتساق، المرونة، التقديم، التفاصيل، وسائط الإعلام
1999	Alexandr & Tate	– السلطة – الدقة – الموضوعية – الحداثة – توجيه – التصفح	مؤلف واضح، التحقق من صحة المعلومات موثوق بها، خالية من الأخطاء التقديم دون تحيز شخصي تحديث المحتوى الوضوح تصميم بالحدس

	Kateratta nakul etal	– الواقعية – السياقية – التمثيل – إمكانية الوصول	الدقة وأخطاء المحتوى، قابله للتنفيذ، ارتباطات ذات صلة توفير المعلومات المنظمة، إعدادات بصرية، ميزات مطبعية، الثبات، الجاذبية تقديم أدوات التصفح
1999	**Shanks & Corbitt**	– السياقية – كامله ودقيقة – سهولة الاستخدام – فهم مشترك للمعنى	الوضوح ، التركيب الشموليه ،لاغموض فيها ، ذات معنى ، صحيحه الوقت المناسب ،الايجاز، سهولة الوصول، السمعة الفهم ، الادراك

Source: Knight,s. & Burn,J. (2005) Developing a Framework for Assessing Information Quality on the World Wide Web , Informing Science Journal, vol.8,p.160

خلاصة البحث

مما سبق يمكن ان نستخلص: بأن نظم المعلومات الإستراتيجة هي اكثر انواع تطبيقات نظم المعلومات ، حيث تمثل أسلوب جديد في الدور و المهام الذي يخدم مختلف المستويات الإدارية والوظيفية في المنظمة كما يعد الخطوة الأولى في طريق مبادرات التغير التنظيمي وعنصر اساسي في إعادة هندسة عمليات المنظمات للوصول بها إلى امتلاك الميزة التنافسية من خلال القيام بالأدوار الأتية :

1- تحسين الكفاءة التشغيلية

2- تحقيق الإبداع

3- استثمار الفرص المتاحة امام المنظمة

كما يتصف تخطيط نظام المعلومات الإستراتيجي بستة ابعاد و هي : الشمولية ، التشكيل ، التركيز ، التدفق ، المشاركة ، الإتساق .

و تتمتع المعلومات الإستراتيجية بمجموعة من الخصائص هي: الملائمة ثم الوقت المناسب كذلك القيمة التنبؤية والقيمة المرتجعة بالإضافة إلى القيمة الموضوعية والإبتعاد عن التقديرات الشخصية والقابلية للتحقيق كما ان المؤشر والمعيار لجودة المعلومات يتمثل في الأتي:

الشمولية ، الوضوح ، الدقة ، الثبات ، المتابعة ، التفاعل ، السرعة ، الأمان ، الحداثة ، الملائمة

المبحث الثالث

قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات

تمهيد:

تبحث المنظمات باستمرار عن طرائق مبتكرة لاستثمار تكنولوجيا المعلومات بشكل مكثف وعلى نطاق واسع بوصفها أداة فاعلة قادرة على تغيير القواعد الاستراتيجية والتشغيلية للمنظمات، وعلى وجه الخصوص في قطاع الخدمات، إذ إن التغيرات والتحولات الجذرية لتكنولوجيا المعلومات استطاعت في الآونة الأخيرة تخفيض التوريد وإزالة الحواجز الناجمة عن الموقع الجغرافي.

أولاً: قيمة الأعمال(B.V)

يعد موضوع قيمة الأعمال من الموضوعات الرائجة في الفكر الإداري أثناء السنوات الأخيرة وعلى نحو واسع عبر مساهمة العديد من التخصصات لاسيما نظم المعلومات، والاقتصاد، والاستراتيجية، والمحاسبة وبحوث العمليات . لما يقرب من عشرين عاماً، وهي من المواضيع التي تلقى اهتماماً خاصاً (Habermann & Pousttchi, 2009: 2) وقيمة الأعمال لها معنى واسع في المجال التنظيمي وفي مجال الخدمات بشكل عام إذ بين (Mukhopadhyay et al.,2002) أن قيمة الأعمال يمكن تحليلها على مستوى الصناعة، ومستوى المنظمة، أو على مستوى المنتج، وأن قيمة الأعمال غالباً ما تتعلق بالميزة التنافسية، وأشار (Sussland, 2004) أن نتائج قيمة الأعمال على مستوى المنظمة من جانب التنافس والأرباح يمكن توليدها عن طريق التفاعل بين الموارد والعمليات، وإن قيمة الأعمال تعتمد على كيفية مساعدة كل من الإدارة والأفراد في تحديد العمليات وقياس النجاح، وتكامل الخدمات والمعلومات كما يمكن للمنظمة من الحصول على المركز التنافسي المنشود ، ولعل من بين العوامل الجديدة التي ساهمت في إعادة تعريف مفهوم القيمة على هذا النحو هي المخاوف التنظيمية، والإجراءات الاقتصادية والتأثير على أداء الأعمال والميزة التنافسية (Amaio, 2009: 24 – 25)

وأثناء عقد السبعينيات من القرن الماضي تم إعادة تصميم أساليب الأعمال تقريباً مرة كل سبع سنوات، مما تطلب مواكبة التغير السريع من جانب أساليب الأعمال (vries & Rensburg,

2008: 2) وأعتقد (Mahmood et al.,2008: 48 – 49) إن المنظمات في أواخر عقد التسعينيات سارعت إلى تكوين شبكة الانترنت الخاصة بها (مراكز التسوق) مما سمح لهما بتجاوز الوسطاء، وتحقيق وفورات في التكاليف التي غالباً ما تنتقل إلى العملاء، إذ ساهم توفر خدمة الانترنت في الحصول على القيمة من خلال زيادة كفاءة العمليات، وتخطيها حواجز الزمن والمكان، وأتمتة العمليات التي كانت مطلوبة من قبل الأفراد العاملين.

وبهذا الصدد أكد (Prasad, 2008: 1; Amaio, 2009: 26) أن قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لها تأثير على الأداء التنظيمي لتكنولوجيا المعلومات على المستويات الوسطى وعلى نطاق المنظمة، وتشمل كل من تأثيرات الكفاءة والتنافسية، وإن مفهوم خلق قيمة الأعمال داخل مجال التكنولوجيا يعد محفزاً لدعم وخلق قيمة الأعمال من خلال المعلومات، لأن المعلومات لها قيمة ويمكن اعتبارها كموجودات أو موارد ثمينة.

وقد أيد ذلك (Maçada et al.,2012:46) من خلال زيادة دراسات تقييم قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات في أواخر عقد التسعينيات، إذ سعت الدراسات الرئيسة لتقييم أثر تكنولوجيا المعلومات على الأداء المالي والإنتاجية والعمال والعمليات التنظيمية.

وتوصل (Richardson,2009:39) إلى أن قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات قد تنبع من الكفاءة – زيادة في الإنتاجية المالية، والقدرة على الاستفادة من تقلبات السوق أو الاستفادة من قدره تكنولوجيا المعلومات، وكذلك الأفراد العاملين في المنظمة والفنيين ومهارات الأعمال وهي كلها عوامل رئيسة في نجاح نظم المعلومات وزيادة قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات.

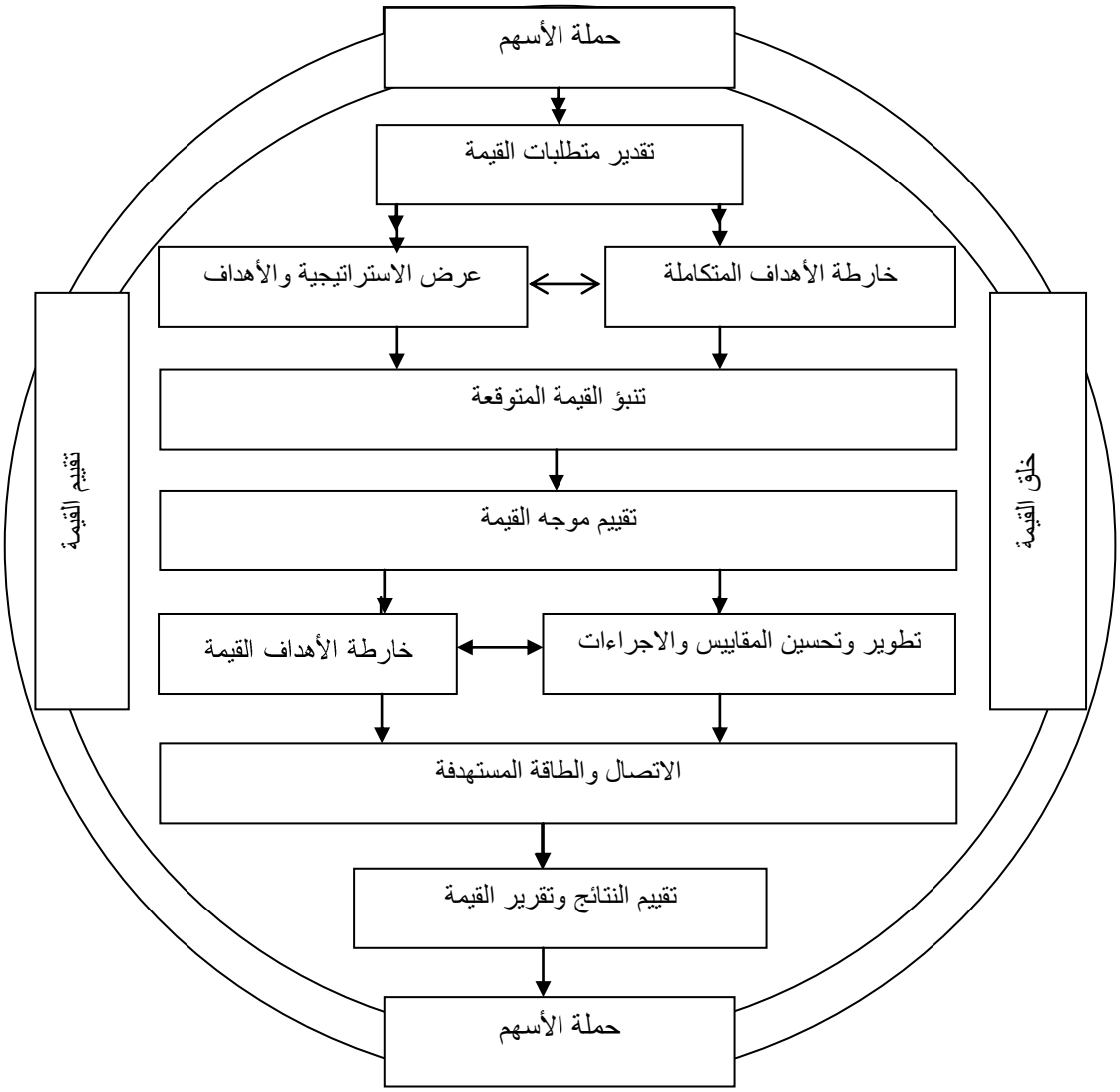
وبهذا الشأن يشير (prasad, 2008: 1) الى أن قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات تؤدي إلى زيادة الإنتاجية، وتحسين الربحية، وتحسين علاقات العمل، وميزة تنافسية وكفاءة استخدام الموارد، ولعل ذلك يكون من خلال خمسة مستويات أشار إليها (Marthandan & Meng, 2010:29) وهي من الأدنى إلى الأعلى، البنية التحتية، ومتطلبات الاتصال، ومتطلبات الاستقرار والأمن، ومتطلبات تكامل المعلومات، والميزة التنافسية، أما المستوى الآخر لقيمة تكنولوجيا المعلومات المعتمد من قبل (Bannister & Remenyi, 2005) والذي يبين أن تكنولوجيا المعلومات تساعد في خلق القيمة استراتيجية في جوانب مختلفة، وفي بعض الحالات هي ضرورة الحفاظ على نمو الأعمال.

ويؤكد (Freedman, 2003, Hu & Quan, 2005; Lin, 2009: Oh & Pinsonneault, 2007) إن قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للمنظمات هي واحدة من المواضيع الأكثر شيوعاً في أدبيات إدارة تكنولوجيا المعلومات وعلى مدى أكثر من خمسين عاماً، وبالتحديد منذ أن أصبحت المعالجة الإلكترونية للبيانات (EDP) أداة أساسية في عالم الأعمال. (Maçada et al.,2012, 46)

وفي ضوء ما تقدم أضاف (الحبيطي والشمام، 2011: 6) أن القيمة تتعلق بصورة عامة على أمرين، الأول هو أن كل منظمات الأعمال تريد أن تضيف قيمة إلى عملياتها، والثاني هو أنه من الممكن أن تكون القيمة متحققة من خلال إجراء عملية واحدة تقريباً، أي أن أي إجراء يمكن أن يكون قادراً على إضافة القيمة، إن عملية التحقق من القيمة هو أمر صعب نسبياً، وذلك لتعدد الميادين التي تركز عليها والتي يمكن أن تحقق قيمة لمنظمة الأعمال.

ثم بين (العنزي والراوي، 2013: 38) أنه ينبغي التركيز عند خلق القيمة على جانبين مهمين، تكوين القيمة، أو الاستحواذ على القيمة، من خلال التنويع في الاعمال، ومن الجدير بالذكر هنا، أنه على الرغم من أن تكوين القيمة يعد أمراً معقداً ومن الصعب قياسه، فإن الاستحواذ على القيمة أكثر صعوبة وتعقيداً، وهنا لابد من العمل ضمن أهداف وأدوات قياس متوافقة، فالتوافق الاستراتيجي للأعمال والمنظمات التي تدخل ضمن تحالفات لغرض تنويع الأعمال هو شرط أساس لتكوين القيمة.

وأشار(الجبوري والمالكي، 2009: 54) إلى أن مفهوم القيمة يعتمد على ثلاثة عناصر (خلق القيمة، وإدارة القيمة، وقياس القيمة) وفي السنوات الأخيرة ولدت الطرق المحاسبية التقليدية مقاييس أخرى لتنسجم مع هذا المفهوم مثل القيمة الاقتصادية المضافة، التدفق النقدي للعائد على الاستثمار والقيمة السوقية المضافة، ومن خلال القرارات التي تتخذ من قبل الإدارة داخل المنظمة، والقرارات التي تتخذ من قبل المستثمرين خارج المنظمة، وهدف المنظمة بمثابة المعيار الذي على أساسه تتخذ القرارات كافة، ويميز مخطط القيمة شكل(10) حاجات صاحب المصلحة الأكثر أهمية، وتخطيط القيمة يمكن أن يساعد لتنظيم تقرير القيمة لكل الأشخاص المهتمين بنجاح المنظمة.



الشكل(10) مخطط القيمة

المصدر: الجبوري، نصيف جاسم، المالكي، نضال عبدالله ياسين (2009). تقييم أثر التقانة المحاسبية في تعزيز قيمة الوحدة الاقتصادية: دراسة ميدانية على عينة من المصارف العراقية، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد (7)، العدد(4)، ص (55)، العراق.

ثم بين (Lindfelt & Törnroos, 2006:334) أن هناك ثلاث وجهات نظر مختلفة يمكن الإشارة إليها بخصوص خلق القيمة:

1- خلق قيمة العميل عبر المنتجات والخدمات.

2- خلق قيمة المجهز عن طريق أسهم العميل .

3- خلق القيمة المشتركة بين المشتري والبائع، عن طريق الشبكات.

وأضاف (المعموري، 2006: 5) أن مفهوم القيمة في الفكر الإداري يقدم المداخل الثلاثة الآتية:

المدخل الأول: مدخل المبادلة:

يعرف هذا المدخل القيمة كونها عملية مبادلة بين المنافع والكلف (التضحيات) يسعى من خلالها العميل(المشتري) إلى الحصول على أكبر منفعة ممكنة، إذ يعرف (Gravens) القيمة كونها مبادلة المنافع مع الكلف، وعرفها (Ghent) كونها مبادلة بين المنافع والتضحيات ذا الصلة بموقف استعمال محدد، إن المبادلة في ظل سوق المنافسة التامة وعقلانية المتعاملين في السوق غالباً ما تكون أفضل وسيلة لاستخراج القيمة والإفصاح عنها ولا تمثل القيمة نفسها، وتختلف القيمة باختلاف طرفي المبادلة استناداً إلى الظروف المحيطة بكل منهما.

المدخل الثاني: مدخل صافي المنفعة:

يعرف هذا المدخل القيمة بعدها الزيادة في المنافع التي يحصل عليها المشتري مقابل التضحية الحالية أو المستقبلية بالموارد المتاحة لديه (الكلفة)، ويعرف (Narus & Anderson) القيمة كونها صافي المنفعة (إجمالي المنفعة – الكلف) التي يدركها العميل، ويعرف (Pride & Ferrell) القيمة على أنها التقدير الموضوعي للزبون للمنافع مقارنة بالكلف لتحديد قيمة المنتج، ويعبر عنها رياضياً بأن القيمة = منافع العميل – كلفة العميل، إن صافي المنفعة لا يعد مقياساً لمحل القيمة وإنما يمكن أن يعد تعبيراً عن نتيجة معاملة التبادل وبمعنى آخر القيمة المضافة من عملية التبادل.

غير أن (الشجيري والمزوري، 2010: 69) قد بيّنا أن القيمة هي القيمة الاقتصادية التي ترتبط بميول الناس نحو مفردات معينة بالمقارنة مع أخرى بسبب المنافع التي يتصورون بأنها ستعود عليهم.

المدخل الثالث: مدخل المنفعة

يؤكد هذا المدخل على ربط مفهوم القيمة بالمنافع الكامنة في السلع أو الخدمة محل القيمة، فقد عرف (woodroff) القيمة بالنسبة للعميل على أنها تفضيلات العميل المدركة وتقييمه لخصائص المنتج والأداء والنتائج التي تظهر من الاستعمال والتي تسهم في تحقيق أهداف العميل في حالات الاستعمال، وعرف كل من (Narus & Anderson) القيمة كونها تعابير نقدية للمنافع التقنية، والاقتصادية، والخدمية والاجتماعية التي يستلمها العميل في التبادل مقابل السعر الذي يدفعه للمعروض السوقي.

ثانياً: تكنولوجيا المعلومات (IT)

أضحت تكنولوجيا المعلومات ذات أهمية استثنائية في بلدان العالم الثالث اليوم، كما هو الحال لاقتصاديات الدول المتقدمة في عصرنا العصر الرقمي، إذ إن زيادة الإنتاجية والمخرجات في الاقتصاد لبلدان العالم الثالث يمكن أن يتحقق، عندما تستفاد المنظمات من قوة تكنولوجيا المعلومات ضمن وظائف الأعمال الأساسية ومن أجل ذلك تنفق بلدان العالم الثالث مبالغ ضخمة في تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والقدرات البشرية من أجل تحسين الكفاءة والإنتاجية في مختلف قطاعات الاقتصاد إلا أن هناك دراسات علمية أجريت في عدد من البلدان المتقدمة في بلدان العالم الثالث أسفرت نتائجها عن أن البلدان المتقدمة حققت زيادة واضحة في إنتاجها وإنجاز مكاسب كبيرة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات بالمقارنة مع بلدان العالم الثالث (Ashrafi, 2011: 2).

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات في الحصول على المعلومات ونقلها يعد من أهم الركائز التي تمكن من مواكبة التطور في معظم المجالات، إضافة إلى أثر ذلك في توفير الوقت والجهد والمال، سواء كان ذلك في مجال الحصول على المعلومات أم نقلها أم حفظها، مما يعني أن تكنولوجيا المعلومات تمثل القاعدة الأساس التي تبنى في ضوئها المنظمات وميزتها التنافسية، ويقصد بالتكنولوجيا كل أنواع المعرفة الفنية والعلمية والتطبيقية التي يمكن أن تسهم في توفير الوسائل والمعدات والآلات والأجهزة الميكانيكية والالكترونية ذات الكفاءة العالية، والأداء الأفضل التي تسهل للأفراد الجهد وتوفر الوقت وتحقق للمنظمة أهدافها النوعية والكمية بكفاءة وفاعلية (العرود وشكر، 2009: 477).

لقد تعددت التعريفات التي تناولت تكنولوجيا المعلومات فقد عرف المجلس الاستشاري للبحوث التطبيقية في بريطانيا مصطلح تكنولوجيا المعلومات بأنه يتناول المجالات العلمية والتكنولوجية والهندسية إضافة إلى أساليب الإدارة المستخدمة في معالجة المعلومات وتطبيقاتها للحاسوب وتفاعلها مع الناس والآلات كذلك الأمور المرتبطة بالنواحي الاجتماعية والاقتصادية والثقافية. (حسين، 2010: 324).

ثم عرف (O'Brien & Marakas, 2011: 644) تكنولوجيا المعلومات بأنها الأجهزة والبرامجيات، والاتصالات، وإدارة قواعد البيانات، وغيرها من تقنيات معالجة المعلومات المستخدمة في نظم المعلومات المحوسبة.

وأشارت (أبوغنيم، 2007: 93) إلى أن تكنولوجيا المعلومات تقنية تستخدم بشكل واسع لقدرتها الكبيرة في تخزين المعلومات واسترجاعها والاستفادة منها في حل المشاكل المستعصية وجعل الأفراد أكثر فعالية في إنجاز أعمالهم المختلفة.

وحدد (الحسنية، 1998: 141) تكنولوجيا المعلومات بشقين: شق مادي وشق ذهني، ويتكون الشق المادي من معدات الحاسوب والتحكم الآلي وتكنولوجيا الاتصالات، أما الشق الذهني فيتكون من البرامجيات والذكاء الاصطناعي، وهندسة البرامجيات.

أما (stahl, 2000: 194) فقد بين أن تكنولوجيا المعلومات وسيلة ملموسة التي من خلالها تأثر في المعلومات وتنفيذها لمستخدميها في النهاية.

في حين تعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها مجموعة من الحواسيب والمعدات الداعمة والبرامج والخدمات والموارد المرتبطة والمطبقة لدعم مراحل العمل، التي تجعل المعلومات الرقمية التي تم توليدها وتخزينها من السهل استخدامها والمشاركة فيها (عاصم، 2013: 232).

كما أكد (إسماعيل، 2011: 32) على أن تكنولوجيا المعلومات تمثل إطاراً شاملاً للقدرات المكونات والعناصر المتنوعة القادرة على جمع وخزن البيانات ومعالجتها وتوصيل المعلومات الملائمة والمفيدة إلى مستخدميها مما يكسبها دوراً فاعلاً في عملية خلق المعرفة التي أصبحت إحدى وسائل القوة. للتكنولوجيا عدة معانٍ، ولكن إن تعلق الأمر بنظام الأعمال فإنها تتضمن كل الأساليب التي تستطيع المنظمة من خلالها خلق القيمة إلى أصحاب المصلحة والشأن فيها، والتكنولوجيا تضم المعرفة الإنسانية، وطرق العمل، والتجهيزات المادية، والاتصالات والإلكترونيات، ومختلف نظم العمل والمعالجة التي تستخدم في تنفيذ نشاطات الأعمال للمنظمة، ويستعمل مصطلح تكنولوجيا المعلومات عموماً لوصف المنفعة الموحدة للإلكترونيات والاتصالات اللاسلكية وبالبرمجيات، بالإضافة إلى تكامل وسائل المعلومات (الصوت، والنص، والبيانات والصورة).

تعتبر تكنولوجيا المعلومات بكل أبعادها وقدراتها من الأمور المهمة الاستراتيجية في نقل المعرفة وتوليدها والمشاركة فيها، إن تطور الفكر الإداري الأكاديمي والتطبيقي خلال العقود الأخيرة قد أوجد الحل لكثير من مشاكل الإدارة، وكنتيجة لهذا التطور قد حدث تغيير هيكلي

في وظائف الإدارة وأساليب العمل في المنظمات الحديثة بعد معالجة وتحليل المعلومات التي أصبحت تشكل مورداً هاماً لأية منظمة بل أصبحت من الأبعاد الأساسية للعملية الإدارية.

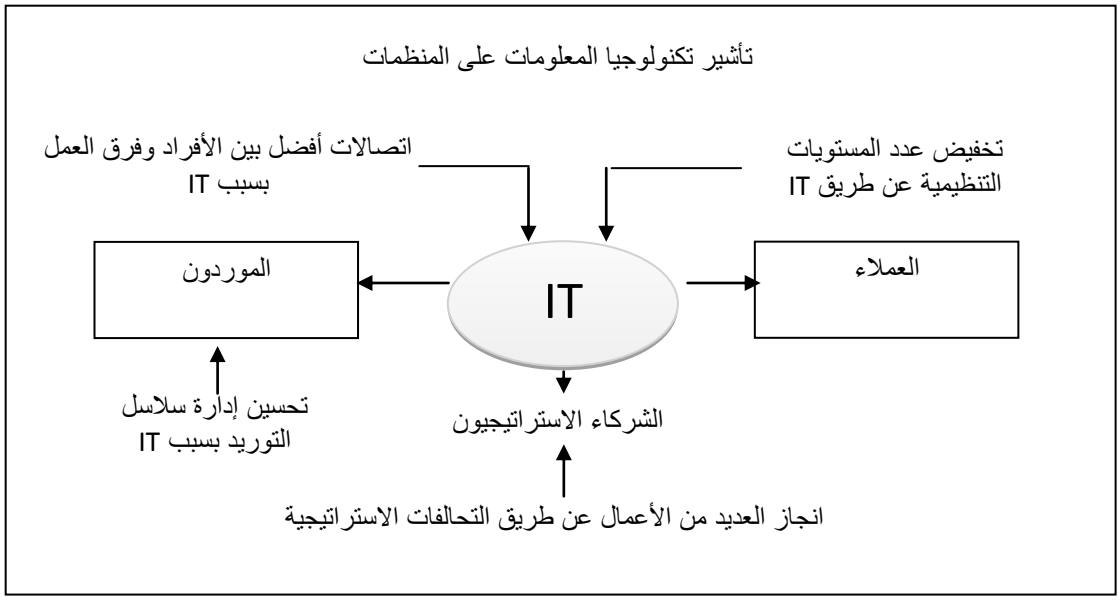
ومن هنا فإن ظهور تكنولوجيا المعلومات أوجد فرصاً جديدة أمام مديري منظمات الأعمال لإيجاد مجالات لاستخدامها في استراتيجيات الأعمال إذ يمكن استخدامها في ثلاثة مستويات لتحسين الوضع التنافسي للمنظمة وهي: (شعيب وعواطف، 2011: 6 – 7).

على مستوى الصناعة: ممكن أن تساعدهم تكنولوجيا المعلومات في تغيير طبيعة الصناعة التي تتنافس فيها المنظمات، إذ إن التصنيع يتكامل الآن بالتصنيع المتكامل بالحواسيب والتشكيلات الأخرى للإنتاج المرن.

على مستوى اقتصاديات الإنتاج: إذ تساهم تكنولوجيا المعلومات في تخفيض التكاليف وتقليل الكثير من الجهد والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة في المنظمة.

على مستوى نشاط التوزيع والتسويق: تستطيع المنظمة التي تمتلك شبكة اتصالات حديثة وتكنولوجية من المعلومات المتطورة أن تسيطر على مواطن القوة والضعف في السوق واتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.

وأشار (النجار، 2004: 3) إلى أن تكنولوجيا المعلومات تؤثر على المنظمات وتعمل على تحسين العلاقات مع المجهزين، ويوضح الشكل (11) كيفية تحقيق التحسن في علاقة المنظمات مع مجهزيها.



الشكل (11) تأثير تكنولوجيا المعلومات على المنظمات

المصدر: النجار، فريد (2004). " نماذج التحول من المنظمة التقليدية إلى المنظمة الرقمية"، ملتقى تحول المنظمات من استخدام الأساليب التقليدية إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، ص(3).

واستنادا الى المفاهيم السابقة يرى الباحث أن مفهوم قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، هو الاداء المتفوق والمتميز، لان استخدام المعلومات وتقنياتها والتعلم المستمر والمعرفة وامتلاك المعلومات من أجل خدمات وسلع جديدة، ادى الى القيمة غير المادية والافتراضية، لذلك هناك مجموعة من المتغيرات التي تسهم في اضافة قيمة للأعمال.

وهذا ما أكده (Buttle,2004:226)، إلاّ أن القيمة للأعمال تأتي من عدة مصادر فقد تأتي من المنتجات ، والخدمات، والعمليات، والافراد العاملين، والموارد المادية والاجهزة والمعدات التي تمتلكها المنظمة، ومن العلاقات مع العملاء. أما(Luftman et al., 2004:382) فيرى أن بمجرد استخدام تقنيات المعلومات في أداء الاعمال المختلفة في المنظمات فإن القيمة قد تحققت.

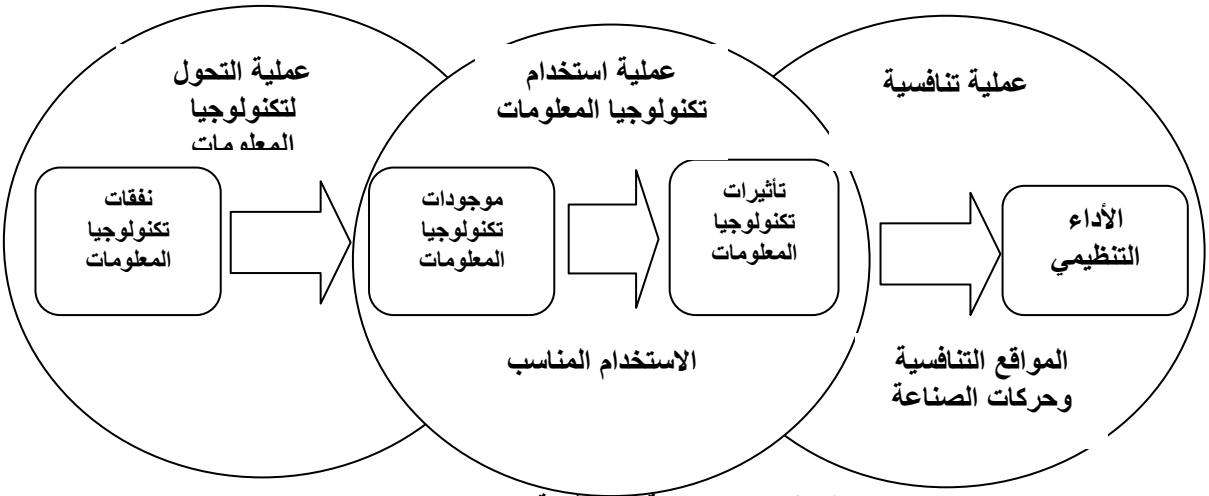
ثالثاً: نماذج قيمة الأعمال وعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات:

يستخدم مفهوم قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات للإشارة إلى تأثير الأداء لتنظيم تكنولوجيا المعلومات من حيث تعزيز الإنتاجية، وتحسين الربحية، وخفض التكاليف، والميزة التنافسية، والحد من المخزون، والتدابير الأخرى من الأداء (Melville et al.,2004: 7).

إن بناء مقياس قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات ينبغي أن يعكس فهماً واضحاً يفسر استثمار المنظمات في مجال تكنولوجيا المعلومات، وإن استخدام تكنولوجيا المعلومات في العمليات سيكون عاملاً هاماً في تحديد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وعلى وجه التحديد إن تكنولوجيا المعلومات تخلق قيمة للمنظمة من خلال تحسين عمليات الأعمال أو العمليات الداخلية أو كليهما، أي التركيز على مجالات داخل المنظمة لخلق القيمة، إذ إن تحديد قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات تحدد من خلال الأهداف التنظيمية أو أهداف الأعمال.

(Tallon et al.,1997 3-7)

وبهذا الشأن يشير(Silvius,2006:95) إلى قيمة تكنولوجيا المعلومات من خلال مدخل العملية، وأن مفهوم قيمة تكنولوجيا المعلومات يتضمن تأثير تكنولوجيا المعلومات بشكل أوسع وأشمل من تأثير الإنتاجية وحدها، والشكل(12) يوضح مدخل العملية لفهم قيمة تكنولوجيا المعلومات، من خلال العلاقة بين نفقات وأصول تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الكفاءة من جانب والعلاقة بين تأثير تكنولوجيا المعلومات والأداء التنظيمي لتحقيق الفاعلية من جانب آخر ومواءمة الأعمال وتكنولوجيا المعلومات.



الشكل (12) مدخل العملية لفهم قيمة تكنولوجيا المعلومات

Source: Silvius A.J.G. (2006).Does ROI Matter ? Insights into the true Business Value of IT, The Electronic Journal Information Systems Evaluation ,9 (2), p. 95

في أواخر عام (1995) أصبح غالباً ما ينظر إلى تكنولوجيا المعلومات باعتبارها الدواء الشافي لاستراتيجية المنظمة لاعتمادها على تحسين كفاءتها، ويبين أن نصف الانفاق الرأسمالي للمنظمات الأمريكية خلال العقد ذهبت إلى تكنولوجيا المعلومات إذ لم يكن هناك أي شك حول قيمة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات في ذلك الوقت، ومع ذلك نجد أن خلال عام

(2000) كان الانفاق على تكنولوجيا المعلومات قد بدء في الانهيار، إذ بدأت المنظمات تبحث عن القيمة الحقيقية لاستثمارات تكنولوجيا المعلومات من منظور عمليات الأعمال، إن قيمة الأعمال أصبحت واحدة من أهم المعايير لتكنولوجيا المعلومات (Tian et al.,2007: 308)، إن استخدام تكنولوجيا المعلومات في أنشطة سلسلة القيمة للمنظمة من شأنه أن يعزز إمكانات خلق القيمة للمنظمة، واقترحوا (Mooney et al) أنموذجاً على مستوى العملية لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، والتي تركز على كيفية تأثير تكنولوجيا المعلومات لأنشطة الأعمال الهامة، فقد اقترحوا إطاراً مفاهيمياً لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، ويحدد الإطار المقترح ثلاثة تأثيرات هي(Picoto et al.,2010: 11):

- ❖ تأثيرات مؤتمتة (تتوافق مع منظور كفاءة القيمة المستمدة من تكنولوجيا المعلومات كبديل للعمل).
- ❖ تأثيرات معلوماتية (مستمدة من قدره تكنولوجيا المعلومات على جمع وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات).
- ❖ تأثيرات تحويلية (خلق القيمة عبر القدرة في مجال تكنولوجيا المعلومات لتسهيل عملية الدعم والابتكار والتحول).

لقد بين (Lech, 2007: 74) أن قيمة تكنولوجيا المعلومات تمثل قدره تكنولوجيا المعلومات على تحسين أداء الأعمال في المنظمة، وبأن قيمة تكنولوجيا المعلومات تعبر بالنتيجة النهائية عن قدره تكنولوجيا المعلومات على دعم أهداف الأعمال للمنظمات التي تختلف من منظمة لأخرى، وبطبيعة الحال فإن معظم المنظمات الهادفة للربح الهدف الرئيسي لها هو الحفاظ على النمو والقيمة طويلة الأجل للمساهمين.

ورأى (silvius, 2006: 98) أن العلاقة بين قيمة الأعمال وتكنولوجيا المعلومات علاقة مركبة والشكل(13) يوضح أن هناك ثلاثة أنواع من موجهات قيمة تكنولوجيا المعلومات النوع الأول موجهات لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات ذات التأثير المباشر على الأعمال، النوع الثاني موجهات لقيمة تكنولوجيا المعلومات تتكون من البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وبنية بيانات المنظمة، النوع الثالث تمكين قيمة تكنولوجيا المعلومات تتكون من متغيرات تنظيم تكنولوجيا المعلومات في المنظمة.



الشكل (13) العلاقة المركبة بين قيمة الأعمال وتكنولوجيا المعلومات

Source: Silvius A.J.G. (2006) ,Does ROI Matter ? Insights into the true Business Value of IT, The Electronic Journal Information Systems Evaluation , 9 (2), p. 98

واعتقد(Mendonca, 2003:64) أن قيمة الأعمال يمكن أن ينظر إليها باعتبارها الزيادة التراكمية في واحد أو أكثر مما يأتي: الفوائد المباشرة، مثل زيادة الإيرادات أو خفض التكاليف، والفوائد غير المباشرة، مثل علاقات الزبائن، زيادة المرونة، مثل زيادة سرعة الاستجابة لتغيرات السوق والحد من المخاطر، واقترح (Mendonca) مصفوفة مكونة من خمسة أعمدة تمثل معلومات القيمة التنظيمية الأساسية والموضحة في الشكل(14):

ما الذي يتم إضافته لقيمة الأعمال؟

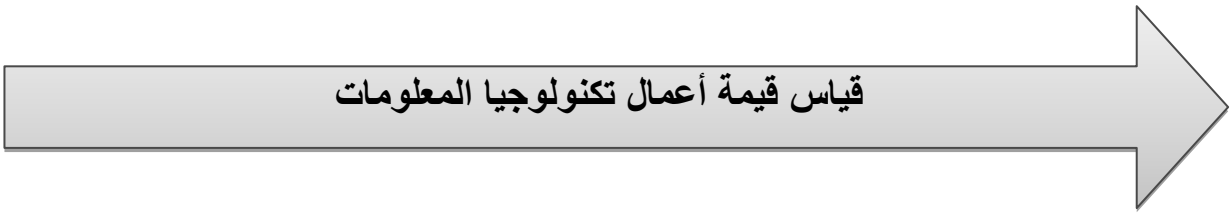
	العلاقات	الابتكار	السرعة	الكلفة	الجودة
الإمدادات الواردة					
العمليات					
الإمدادات الخارجية					
التسويق/ المبيعات					
خدمة العميل					

أين يتم إضافة القيمة؟

الشكل (14) مصفوفة قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات

Source: Mendonca, A. (2003) , A Model and Sample Case for Teaching the Business Value of Information Technology, Journal of Information Technology Education, Vol. 2 , P. 64

وأضاف كل من (carty & Lansford, 2009: 7) في دراسة تم إعـدادها لشـركة (Intel) والتي تضمنت قياس قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات، من خلال فهم احتياجـات العميـل وتحديد المنتجات والخدمات لتكنولوجيا المعلومات والتي حدد فيها ثلاث عشرة خطوة لقيـاس قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات، من خلال قرارها في وضع برنـامج للاسـتثمار فـي تكنولوجيا المعلومات، كما يوضحها الشكل (15):

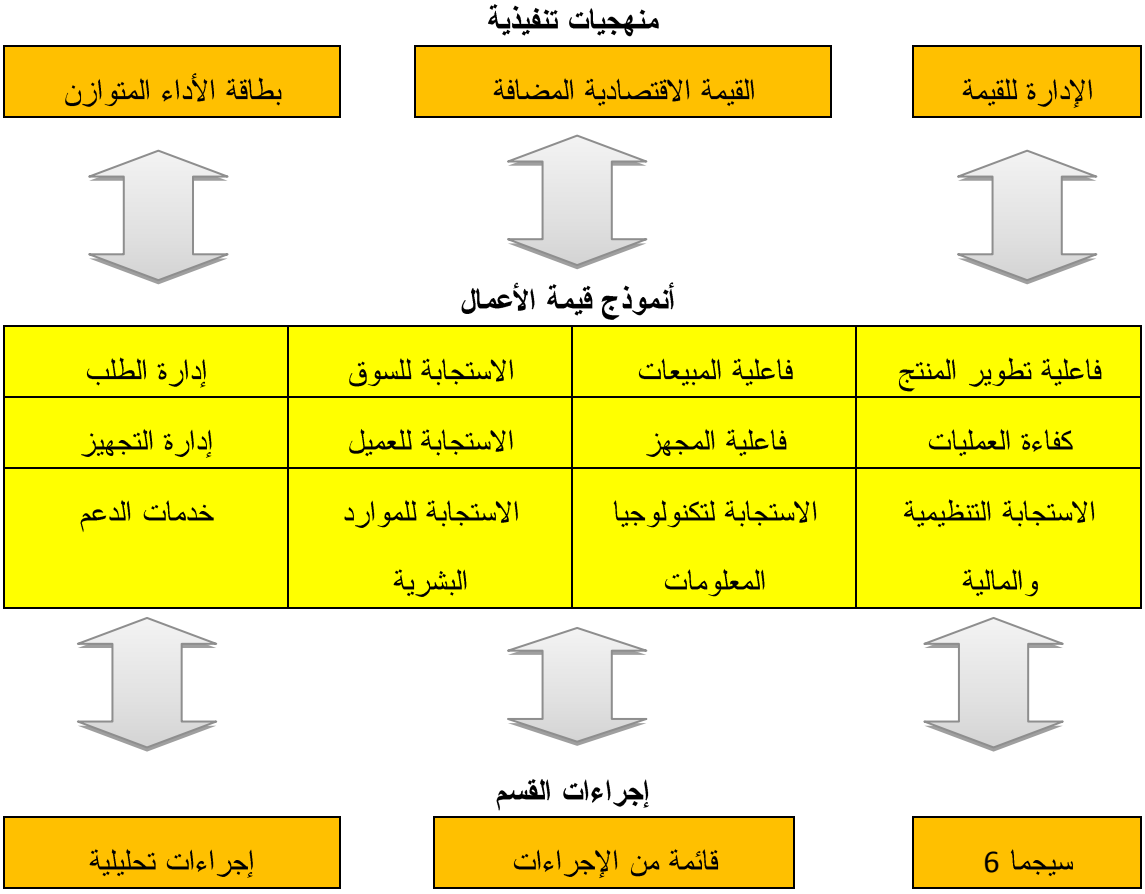


نشر	تطوير	تخطيط	استكشاف
الخطوة 10: الحل	الخطـــوة 7: اتخـــاذ قرار بشأن التمويل	الخطوة2: تحدي الاحتياجات	الخطـــوة 1: فهـــم احتياجات العملاء
الخطوة11: القياس	الخطـــوة 8: إنشـــاء خطة للقياس	الخطوة 3: اقتراح الحل	
الخطوة 12: تحليل الفائدة علـــى الاســـتثمار مـــن البيانات الفعلية	الخطـــوة 9: تثبيـــت خط أساسي	الخطوة 4: تقدير العائد على الاستثمار	
الخطوة: 13: قياس رضا العملاء		الخطوة 5: تقييم الاستحقاق	
		الخطوة 6: المشاريع	

الشكل (15) عملية قياس قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات

Source: Carty,M. & Lansford,R.(2009), Using an IT Business Value Program to Measure Benefits to the Enterprise, IT@Intel White Paper,P.7

وفي دراسة قام بها كل من (smith et al., 2006: 8) تم تصميم أنمـــوذج قيمـــة الأعمـــال لتمكين المديرين التنفيذيين من المناقشة والاتفاق على مجموعة مناسبة من المقاييس لإظهـــار مدى الاختلاف في المجالات التشغيلية وتأثيرها على جوانب الأعمال المختلفة، وأوضحوا أنه يمكن اعتماد الأنموذج مع عدد من منهجيات الأعمال ويمكن أيضاً استخدامه علـــى مســـتوى الأقسام لمساعدة مديري تكنولوجيا المعلومات في إنشاء توافق بـــين تكنولوجيـــا المعلومـــات والأعمال، وتحديد أولويات جديدة والتواصل الفعال لتكنولوجيا المعلومـــات المســـاهمة فـــي الأعمال، كما موضح في الشكل (16):



الشكل (16) أنموذج قيمة الأعمال

Source: Smith,M., Apfel,L.& Mitchell,R. (2006), The Gartner Business Value Model: A Framework for Measuring Business Performance , Gartner,P.9

ويصور (Zhou, 2011: 2-3) من جانبه إن تكنولوجيا المعلومات تستطيع تحسين أداء الأعمال في أربع طرائق وكما موضح بالشكل(17)، وجميعها عالية القيمة، لأن أداء الأعمال هو مقياس لقيمة تكنولوجيا المعلومات على وفق المعادلة الآتية:[قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات = أداء الأعمال/ استثمار تكنولوجيا المعلومات] ويعرف أداء الأعمال على أنه قدره المنظمة على تحقيق أو تجاوز أهدافها.

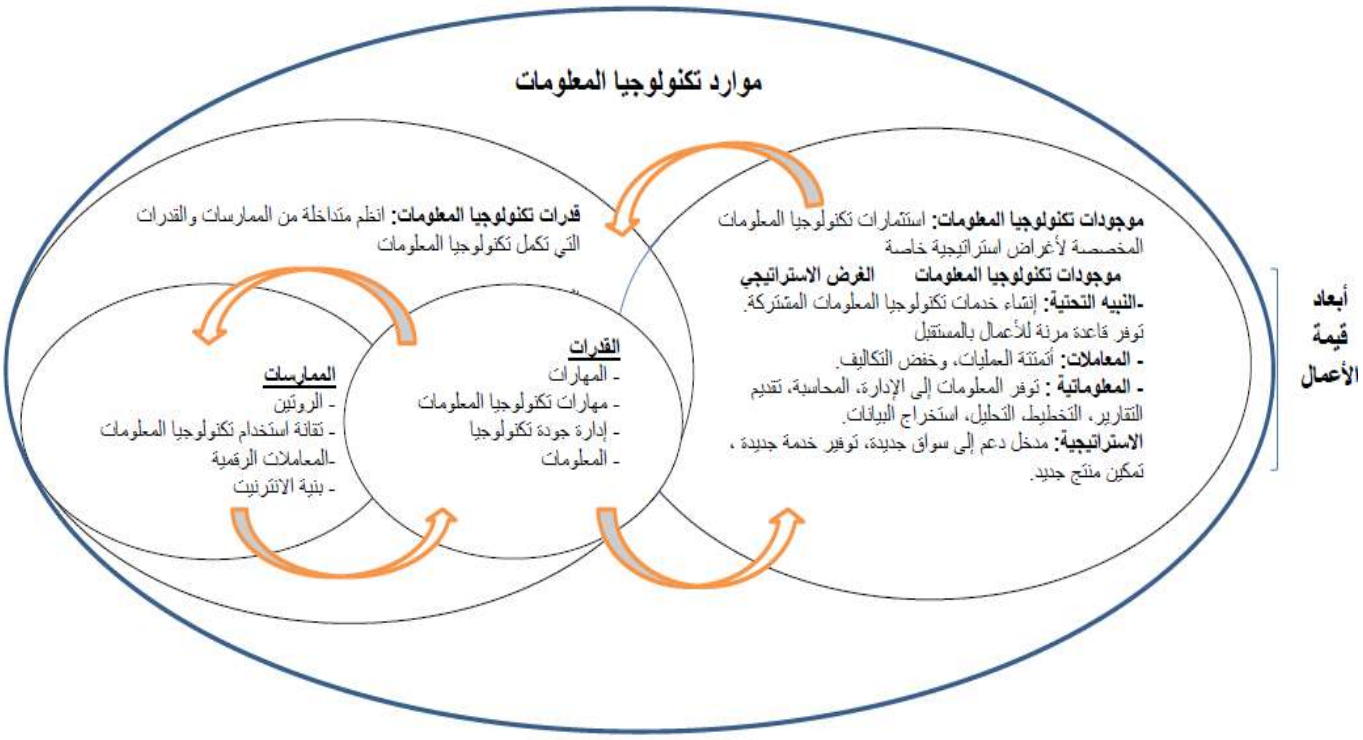


الشكل (17) تكنولوجيا المعلومات لتحسين قيمة الأعمال

Source: Zhou,K.(2011), Communicating Business Value of IT, Gartner,P.3

وفي المجال نفسه أشار (Maçada et al., 2012: 49) إلى أنموذج قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات من خلال الاعتماد على الدراسات السابقة لكل من (Aral & Weill, 2007, Gregor et al., 2006, weill & Broadbent, 1998) في تحديد الأبعاد الأربعة لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (بعد البنية التحتية، وبعد المعاملات، وبعد المعلومات، والبعد الاستراتيجي) وهي جزء من موارد تكنولوجيا المعلومات كما موضح في الشكل(18).

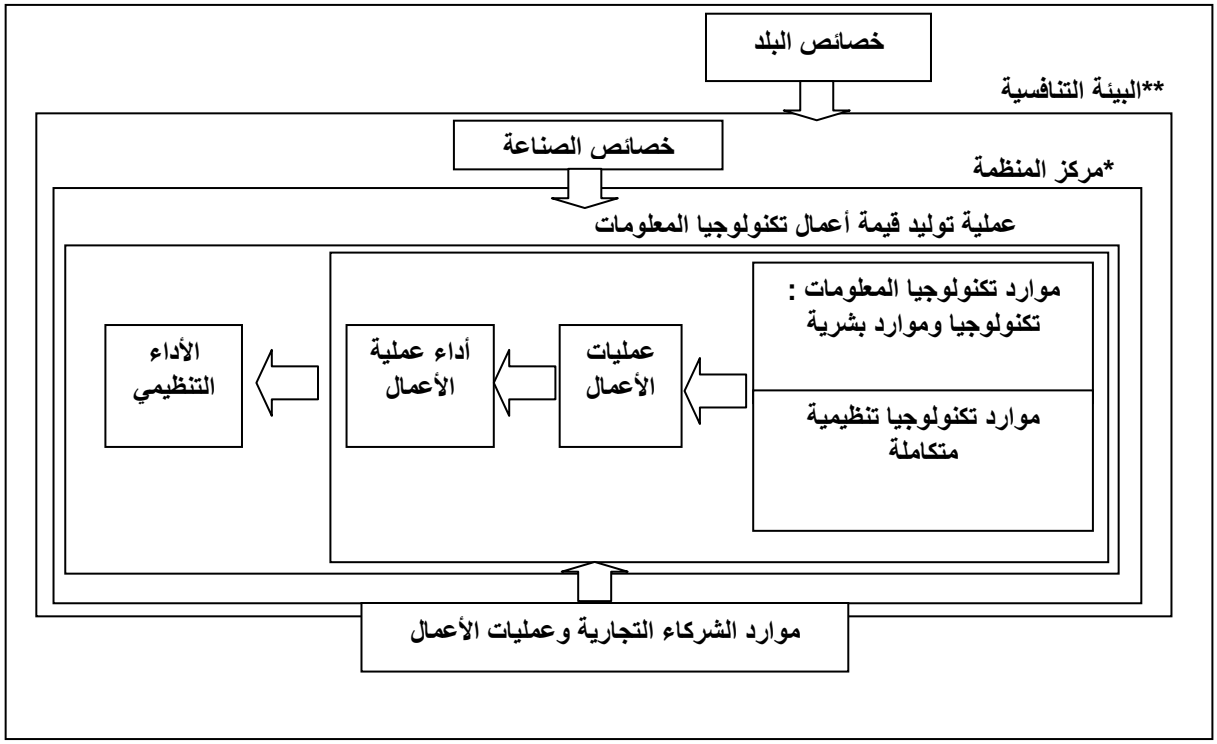
وقد أيده في ذلك (Wagner & weitzel, 2005: 3422) من خلال اعتقاده بأن خلق القيمة من استثمارات تكنولوجيا المعلومات يحتاج إلى المحاذاة بين الأعمال وتكنولوجيا المعلومات.



الشكل(18) أنموذج قيمة الأعمال من موارد تكنولوجيا المعلومات

Source: Aral,S. & Weill,P.(2007) , IT Assets, Organizational Capabilities, and Firm Performance: How Resource Allocations andOrganizational Differences Explain Performance Variation, Organization Science, Vol. 18 No.5,p. 765،

يضيف (Melville et al., 2004:63) من خلال اقتراح أنموذج قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات أن موارد تكنولوجيا المعلومات تتضمن التكنولوجيا والخبرة البشرية التي تخلق قيمة اقتصادية لمركز المنظمة، وأن خبرة تكنولوجيا المعلومات البشرية مكملة لموارد تكنولوجيا المعلومات التكنولوجية قد تخلق مزايا تنافسية، فضلاً عن أن بعض الموارد التنظيمية هي مكملة لموارد تكنولوجيا المعلومات في توليد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لمركز المنظمة، إذ إن البيئة التنافسية تتضمن خصائص الصناعة ممثلة بقدره المنظمات على تطبيق تكنولوجيا المعلومات لتحسين الأداء التنظيمي، وكلما زادت درجة المنافسة في الصناعة، كلما ازدادت الكفاءة التي تحصل عليها المنظمات غير تكنولوجيا المعلومات، وكما يوضح الشكل(19):



الشكل(19) أنموذج قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات

Source: Melville,N., KRAEMER,L.&GURBAXANI,V.(2004),Information Technology and Organizational Performance: An Integrative Model of IT Business Value, Center for Research on Information Technology and Organizations,P.61

www.crito.uci.edu

وتأسيساً على ما تقدم وضع (Smith et al.,2006: 11-12) وصفاً متكاملاً لتطبيقات قيمة الأعمال لتوفير العديد من الأغراض الإدارية النافعة، كما موضح بالجدول(10):

جدول(10) تطبيقات أنموذج قيمة الأعمال

التطبيق	الوصف	المزايا
إجراءات العائد على الاستثمار	ينبغي دراسة مبادرات الأعمال القائمة على تكنولوجيا المعلومات باستخدام القيمة الإجمالية لمنهجية الفرصة التي تحدد عملية تطبيق أنموذج قيمة الأعمال لإعطاء نظرة شمولية لأداء الأعمال	يقدم وجهة نظر كاملة من تأثير مبادرات الأعمال لتمكين تكنولوجيا المعلومات
ربط الرؤية إلى العمل	يوفر أنموذج قيمة الأعمال الدعم لبطاقة الأداء المتوازن	يقلل من مخاطر وتكاليف تنفيذ بطاقة الأداء المتوازن للأعمال من خلال توفير التدابير التشغيلية اللازمة
محاذاة تكنولوجيا المعلومات للأعمال	ترجمة الرؤية إلى العمل مع تدابير محددة تؤكد على ضرورة الربط بين الأعمال والقدرات التقنية	يوفر لغة مشتركة بين المديرين التنفيذيين ومتخصصي تكنولوجيا المعلومات
تحسين التقارير الإدارية	أنموذج قيمة الأعمال يمكن استخدامه لإنشاء مجموعة مشتركة من المقاييس غير المالية التي من شأنها أن تساعد في تعزيز التواصل بين مديري الأعمال والمديرين التنفيذين عن كيفية الأعمال والأداء	يوفر لغة مشتركة لمناقشة الأداء التشغيلي باستخدام التدابير غير المالية التي هي مؤشرات رئيسة للأداء المالي
التقارير الخارجية	مقاييس وملحقات تدوين الإجراءات المالية ومن الواضح أن هناك حاجة إلى الحذر من التقارير الخارجية ولكن هي أكثر إفصاحاً في تقليل المخاطر المتوقعة، وإضافة قيمة للمساهمين	قدر أكبر من الشفافية يقلل المخاطر لأن المستثمرين لديهم المزيد من الوضوح في عمليات الأعمال، كل شيء متساوٍ لأن المستثمرين يكافئون تلك المنظمات التي تقدم المزيد من الشفافية
التحالفات الاستراتيجية	الاستخدام المشترك لأنموذج قيمة لأعمال بين الشركاء يوفر معلومات قابلة للتدقيق لتحسين العلاقات أو اختيار تحالفات جديدة مع مرور الوقت	أهداف تكميلية أو متعارضة هي أسهل لتحديد واختيار الشركاء المناسبين وبناء علاقات طويلة الأجل باستخدام المقاييس الموضوعية وإجراءات الأعمال القابلة للتحقق
العناية الواجبة – عمليات الاندماج والاستحواذ	محددة بدقة وتسمح بتدقيق المعلومات وتقيمها بسرعة وأكثر دقة للأهداف للاستحواذ وجعل اقتناء المرشحين أكثر جاذبية	قدر أكبر من الوضوح في الأداء التشغيلي للمنظمة

خطط تعويضية تشجيعية	مبادئ أنموذج قيمة الأعمال تؤكد على مساهمة بعض المقاييس في المجالات الوظيفية لإدارة نتائجها	تجعل المؤشرات الرئيسة للنتائج المالية، ومقاييس الأداء من الأهداف مثالية للخطط التعويضية التشجيعية
مراقبة نشاط الأعمال	تحديثات دورية على أداء الأعمال لم تعد مقبولة في كثير من البيئات التنافسية، مراقبة عمليات لأعمال الهامة للأداء المتميز استجابة إلى الحاجة إلى المزيد من المنظمات الفعالة من حيث التكلفة	يوفر أنموذج قيمة الأعمال الإجراءات اللازمة التي يمكن من خلالها مراقبة الأداء المتميز
مراقبة الاتفاقيات على مستوى الخدمة	أسناد عملية الأعمال يتطلب مقاييس تركز على الأعمال لكل من الشركاء لتحقيق النجاح	يوسع نطاق الاتفاقيات على مستوى الخدمة من التكتيكية إلى الاستراتيجية، زيادة النجاح على المدى البعيد من علاقات التعاقد الخارجي
تقييمات المجهز	مجموعة قابلة للتدقيق من مقاييس الأداء التشغيلي ويمكن أن تشابه بالاستخدام المنتج المعدل ومقدمي الخدمة	تشكيل أساس مستوى الخدمة، وأنموذج قيمة الأعمال يمكن استخدامه لتحديد المجهزين.. ويمكن للمجهزين أيضاً استخدام أنموذج قيمة الأعمال لتمييز قدراتها

Source: Smith,M., Apfel,L.& Mitchell,R. (2006). The Gartner Business Value Model: A Framework for Measuring Business Performance , Gartner,P.11-12

رابعاً: أبعاد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات

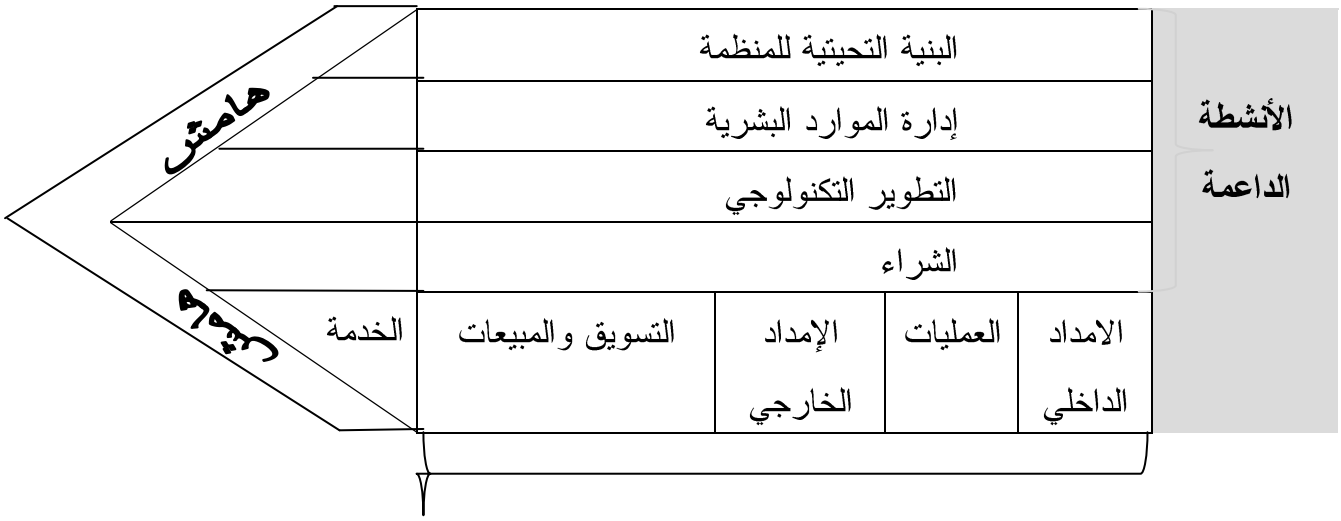
لدى مراجعة ما كتب حول قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات يمكن تحديد عدد من النماذج والأبعاد القادرة على تمثيل قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات إلا أن تأكيد الباحثين على القيمة الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات وعملية الحصول على الفوائد التنظيمية من استثمارات تكنولوجيا المعلومات قد يساعد على توضيح مهمة تحليل قيمة تكنولوجيا المعلومات، وأبعادها. ركز(Tallon et al.,1997: 7) على تحديد أبعاد قيمة الأعمال إذ إن الإدارة العليا قد تركز على موارد تكنولوجيا المعلومات كوسيلة لخلق أو إضافة القيمة، أما أبعاد قيمة الأعمال فقد حددها بسبعة أبعاد متميزة عن قيمة الأعمال والجمع بين هذه الأبعاد المتعددة في أنموذج واحد يخلق منظمة فاعلة لها قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، كما هو واضح في الجدول(11):

جدول(11) أبعاد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وتأثير تكنولوجيا المعلومات

دعم وتخطيط العملية	تحسين توفير المعلومات لأغراض التخطيط واتخاذ القرارات من خلال تحسين الاتصال والتنسيق التنظيمي وتعزيز المرونة التنظيمية، وتأثير تكنولوجيا المعلومات على عملية التخطيط والرقابة سوف تؤثر هذه العملية على سلسلة القيمة.
علاقات الموردين	استخدام تكنولوجيا المعلومات لتنسيق روابط المورد وتقليل تكاليف البحث، وتحسين أشكال الاتصال، ومراقبة الجودة (TOM) وتقنيات التسليم (JIT) يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية تحسن علاقات المجهز ويمكن أن يكون لها تأثير كفوء على عملية الإنتاج.
الإنتاج والعمليات	استخدام تكنولوجيا المعلومات لتقديم تقنيات التصنيع من خلال التصميم بمساعدة الحاسوب، التحسينات في عملية الإنتاج يمكن أن تؤدي إلى وفورات الحجم في تقديم المنتجات والخدمات، دمج التكنولوجيا في المنتج النهائي واستخدام عمليات التصنيع المتقدمة يمكن أن تتيح مجموعة أكبر من المنتجات والخدمات.
تحسين المنتج والخدمة	تكنولوجيا المعلومات يمكن استخدامها في تطوير منتجات وخدمات جديدة، وتكنولوجيا المعلومات يمكن أن تتيح المنتجات والخدمات لتكون متميزة بشكل فريد في مجموعة متنوعة من الطرق
دعم التسويق والمبيعات	تطوير منتجات وخدمات جديدة تمكن المنظمة في خدمة قطاعات السوق الجديدة، وتكنولوجيا المعلومات يمكن استخدامها لتتبع اتجاهات السوق والاستجابة لبرامج التسويق
علاقات العميل	يمكن استخدامها لإنشاء وإدامة وتحسين العلاقات مع العملاء. إن تحسين العلاقات مع العملاء ينتج عنه تحسين في حصة المنظمة في السوق وتكنولوجيا المعلومات يمكن أن يكون لها تأثير واضح على قدره المنظمة لتحقيق الميزة التنافسية
الحركات التنافسية	تكنولوجيا المعلومات قادرة على تغيير الحركات التنافسية للصناعة، إزالة تكاليف البحث يمكن أن يكون له انعكاسات على المنافسة بين المشاركين في قطاع الصناعة، الحركات التنافسية يمكن أن تتأثر من خلال استراتيجيات تسويقية ناجحة، في حين يمكن تحسين القدرة التنافسية من خلال تحسين اختيار المنتج وتكلفة الحركات التنافسية، ويمكن أن يكون لها تأثير كبير على العلاقات مع العملاء.

Source:Tallon, P., Kraemer, K.& Gurbaxani, V. (1997). The Development and Application of a Value-based Thermometer of IT Business Value. Center for Research on Information Technology and Organizations, University of California, Irvine, p.25 http://www.inforede.net/Technical/Business/IT/IT%20Thermometer.pdf

وأكد (Tallon, 2000: 45) على أن الأبعاد السبعة في جدول(11) استخدمت بعد ذلك لبنـــاء أنموذج سلسلة القيمة من قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات. كما في الشكل(20):



الشكل(20) أنموذج سلسلة القيمة

Source: Tallon, P. P. (2000). A process – Oriented Assessment of the Alignment of Information Systems and Business Strategy: Implications for IT Business Value, University of California Irvine, p.45

يتكون نظام القيمة في المنظمة من سلسلة من الأنشطة التي تضيف قيمة تظهر بصورة إجمالية في منتجاتها أو خدماتها، ويمكن تمييز أنشطة سلسلة القيمة في أي منظمة إلى أنشطة رئيسة وأنشطة داعمة، والواقع أن مفهوم سلسلة القيمة الذي ظهر في ثمانينيات القرن العشرين هو أفضل وأدق من مفهوم القيمة المضافة عند دراسة القدرة على المنافسة.

(البغدادي، 2006: 88).

والواضح من مفهوم سلسلة القيمة الذي وضعه (Michael porter) أنه يصف المنظمة على شكل سلسلة أو شبكة من الأنشطة الأساسية التي تضيف قيمة لمنتجاتها وخـــدماتها، وبالتـــالي تضيف هامشاً من القيمة لكل من المنظمة وعملائها (O' Brien & Marakas, 2011: 56).

أما (Kraemer et al.,1995: 2) فقد أشاروا إلى أن أبعاد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات تم تحديدها بثمانية أبعاد وهي كالآتي:

1- التمييز التشغيلي:

- الكفاءة والفاعلية التنظيمية

- علاقات المجهز
- اقتصاديات الإنتاج

2- التآلف مع العميل

- علاقات العميل
- دعم السوق

3- قيادة المنتج:

- تحسين الخدمة
- ابتكار أعمال جديدة
- حركات تنافسية

وأكد(Kraemer et al.,1994:6) في دراستهم لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في المنظمات على أن أبعاد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات التي حصلت على أعلى الدرجات من قبل المديرين التنفيذين (الكفاءة والفاعلية التنظيمية، والابتكار في مجال الأعمال، واقتصاديات الإنتاج)، وأيضاً كان هناك تمايز في الأبعاد من خلال تطبيقها في مجال التصنيع والخدمات، إذ ساهمت بقوة في مجال الخدمات على عكس مجال التصنيع الذي كان بنسبة أقل.

وأضاف(Maçada et al.,2012:49) أن هناك أبعاد لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات تم وضعها من قبل(Aral & Weill, 2007: 765) في أنموذج لموارد تكنولوجيا المعلومات واعتماداً على ذلك حددوا أبعاد قيمة الأعمال لتكنولوجيا المعلومات على وفق الآتي (Maçada et al., 2012: 47-48) :

1- بعد البنية التحتية Infrastructure يتعامل بعد البنية التحتية مع الفوائد التي تعود على الاستثمارات في الأجهزة والمعدات التكنولوجية المعلقة بسير عمل نظم المعلومات في المنظمة، وعلى وجه التحديد الحواسيب الشخصية والطابعات وأنظمة التشغيل والماسحات الضوئية، والتغيرات هي: تعزيز تكامل الأعمال والمرونة، خفض التكاليف الحدية لكل وحده تكنولوجيا معلومات، تخفيض تكاليف تكنولوجيا المعلومات وتوحيدها.

2- بعد المعاملات Trasactional يوضح بعد المعاملات الفوائد التي تعود على تكنولوجيا المعلومات ضمن المنظمة من المعاملات التشغيلية (الأنشطة المتكررة) وأي أنشطة لا تتطلب جهداً فكرياً، والتغيرات هي: خفض التكاليف وزيادة المخرجات التنظيمية.

3- بعد المعلومات Information يتعامل بعد المعلومات مع القيمة التي تجلب تكنولوجيا المعلومات إلى المنظمة نتيجة تحسين المعلومات، من حيث الحصول عليها وجودتها أو المرونة والتغيرات التي تحدث هي: زيادة الرقابة، والمعلومات وتكامل بشكل أفضل، وتحسين الجودة.

4- بعد استراتيجي strategic يقوم هذا البعد على أن استخدام تكنولوجيا المعلومات يمكن أن يحقق الميزة التنافسية، والمحاذاة استراتيجية والعلاقات مع العملاء بشكل أفضل، وأن التغيرات التي تحدث هي: ابتكار المنتجات، والميزة التنافسية، وتجديد خدمة التوصيل، وزيادة المبيعات وتحسين وضع السوق.

خاتمة الفصل الأول:

ان نظام المعلومات الاستراتيجي يبدو ذا أهمية كبيرة في الوقت الحالي بسبب ازدياد أهمية الإدارة الاستراتيجية في المنظمات المعاصرة، إذ يفترض أن يسمح هذا النظام بالوصول السريع إلى المعلومات المطلوبة وتنظيمها وتنقيتها وتقديمها للإدارة لتساعدها على إجراء التنبؤات المستقبلية. كما يسمح للإدارة باستخدام النظام بسهولة عن طريق توفير البرامج واستخدام المعلومات البيئية المختلفة للمساعدة في تحديد المشكلات واتخاذ القرارات الاستراتيجية. ومن هنا تبدو أهمية وضع مواصفات أنموذج لنظام المعلومات الاستراتيجي الذي يمكن الإدارة العليا ليس في حل المشكلات واتخاذ القرارات الاستراتيجية فحسب، وإنما في متابعة وتقويم الأداء الكلي للمنظمة لمعرفة مدى تطابق هذا الأداء مع الخطط الموضوعة، وإدراك التغيرات البيئية المختلفة للمبادرة في تحديد الفرص والتهديدات والاتجاهات المستقبلية ثم نقل تلك المعلومات الى الادارات الاخرى، لكون هذه المعلومات تتعلق بالماضي والحاضر لتضع على أساسها أهداف المستقبل.

الفصل الثاني
الجانب التطبيقي

المبحث الاول

اولاً: نبذة عن شركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين العراق للاتصالات

1- شركة سيريتل للاتصالات في سورية:

شركة سيريتل موبايل تيليكوم هي الشركة الرائدة في مجال الاتصالات في سورية، تأسست عام (2000)، بالاتفاق بين شركة دريكس تكنولوجيز اس اي وشركة اوراسكوم تيليكوم القابضة ش.م.م – مصر على تأسيس الشركة المشغلة لمشروع الهاتف الخلوي في سورية (سيريتل). واستطاعت خلال هذه الفترة الوجيزة بناء سمعتها الجيدة من خلال مشاركتها الاجتماعية، وكسب رضا عملائها. تؤمن شركة سيريتل بأنّ أولى مسؤولياتها هي أن تقدم بأسعار مناسبة مجموعة كبيرة من المنتجات والخدمات الممتازة، وذلك بهدف تلبية احتياجات عملائها وتأمين التسهيلات لهم. لدى شركة سيريتل (26) مركز خدمة موزعة في جميع المناطق السورية، واربعة مراكز للاتصالات في كل من دمشق وحلب واللاذقية وطرطوس، إذ تقدم هذه المراكز المساعدة لأكثر من (20000) عميل يومياً، وذلك من خلال الإجابة عن استفساراتهم. محلياً تميزت شركة سيريتل بنموها السريع كمشغل خليوي في سورية، فلديها (2003) موظفين من ذوي المهارات العالية يقومون بتقديم أفضل الخدمات لأكثر من (7) ملايين عميل وتمتلك شركة سيريتل أيضاً (3833) محطة راديوية لخدمة الجيل الثاني و(2608) لخدمة الجيل الثالث، وذلك لنشر التغطية للعملاء أينما كانوا. كما قامت بالتعاقد مع (281) مشغلاً خليوياً لتقديم خدمة التجوال الدولي في (122) دولة حول العالم. وتسعى سيريتل لتكون شركة مواطَنة جيدة عبر دعمها للمجتمع الذي تتواجد فيه، وذلك من خلال مساهمتها في نشاطات اجتماعية مختلفة ورعايتها.

واخيرا فإن شركة سيريتل تسعى دائماً لتكون أنموذجاً من خلال الاحترام المتبادل بين موظفيها وتشجيعهم على تعزيز روح العمل الجماعي في بيئة احترافية، وإيجاد فرص عمل وتطوير كوادرها ذوي الكفاءات العالية وترقيتها[1].

[1])– www.syriatel.sy/ar/about-us
http://investorrelations.syriatel.sy/userfiles/images/Arabic11.jpg

2- شركة زين العراق للاتصالات:

تأسست شركة زين لخدمات الهاتف الخلوي على أثر اندماج شركتي عراقنا و (MTC) التابعة لشركة الاتصالات المتنقلة الكويتية في اطار مجموعة شركات زين الكويتية العاملة في الشرق الأوسط وأفريقيا، ويعد هذا الاندماج الخطوة الأولى للتحول الى شركة عالمية والانضمام إلى نادي العشرة الكبار في مجال الاتصالات المتنقلة في العالم. وقد أبرمت مجموعة زين للاتصالات صفقة الاستحواذ بنسبة (100%) على شركة عراقنا في أوائل كانون الأول (2008) في اتفاق بلغت قيمته (1.2) مليار دولار ، بعد أن فازت بترخيص عمل شامل في العراق لمدة (15) عاماً وهو ترخيص منحته هيئة الاتصالات العراقية الحكومية مقابل (1.25) مليار دولار لشركتها العاملة في العراق (MTC اثير) في آب من عام (2007) واشار مدير الشركة إلى أن هذا الاندماج او الاستحواذ هو مؤشر ايجابي لدعم الاقتصاد العراقي.

إن أسعار ومعايير الخدمة التي كانت تقدمها (MTC أثير) وعراقنا قبل اندماجها لم تتغير، وبذلك أصبحت شركة زين العراق وهو الاسم الجديد للشركة بعد الاندماج ثاني اكبر شركة لمجموعة زين الاقليمية التي تعمل في (22) دولة في الشرق الاوسط وافريقيا.

وكانت الاهداف المعلنة للاندماج هي تأسيس اكبر شركة اتصالات متنقلة في العراق وفي منطقة الشرق الأوسط، وهي قوة دفع هائلة للعراق والاقتصاد العراقي، والجدير بالذكر ان شركتي عراقنا وأثير قد بدأت عملها في العراق نهاية (2003) إذ غطت شركة عراقنا في بداية عملها المنطقة الوسطى من العراق بينما غطت شركة اثير في المنطقة الجنوبية وتوسعت الشركتان لاحقاً لتمثل تغطيتها معظم مناطق العراق حالياً إلى جانب شركتي اسياسيل وشركة كورك في منطقة كردستان العراق. وفي آذار 2011 تم إطلاق خدمات شركة زين العراق في كافة محافظات إقليم كردستان وذلك كمرحلة أولى ضمن مشروع تغطية كافة المناطق والمحافظات الشمالية الذي عملت له شركة زين العراق منذ أمد بعيد كي يتمتع ابناء اقليم كردستان بكافة الخدمات الفائقة والمتطورة لهذه الشركة[2].

[2] – www.eyeirag.com

ثانياً: واقع نظام المعلومات الاستراتيجي في شركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين العراق للاتصالات

تستخدم الشركتين أجهزة حاسوب حديثة وأجهزة خادمات ملفات متطورة مرتبطة بشبكة متقدمة للحاسوب، هذه الشبكة تربط جميع دوائر ومراكز شبكة الاتصالات مع بعضها. وتعتمد شبكة الاتصالات بين المدن من خلال تكنولوجيا الأبراج المايكروويف الهوائية، وتعمل الشركتين على ربط جميع مراكز ودوائر الاتصالات بشبكة حاسوب متطورة وحديثة، وتعتمد نظام حماية من توقف البرامج بتركيب أجهزة خادمات ملفات في دوائر الاتصالات. أذ يتم تشغيل واتصال البرامج بالخادمات الرئيسة آلياً، ويتم تخزين البيانات والملفات بشكل آلي على الخادم المركزي.

اعتمدت الشركتين أحدث التقنيات العالمية من خلال استخدام تكنولوجيا الأتصالات وخدمة الجيل الثالث 3G التي شجعت أنتشار واستخدام الأتصالات المتنقلة، وتوظيفها لخدمة موظفيها وعملائها. كما سعت الشركتين الى وضع الخطط الاستراتيجية اللازمة لتنفيذ المشاريع الفنية وصيانتها. اما نظام المعلومات الاستراتيجي في الشركتين فهو يساهم في توفير المعلومات المناسبة على الصعيدين الداخلي والخارجي للإدارة على كافة مستوياتها من خلال تزويده المديرين والاقسام وفروعها بالمعلومات التي يحتاجونها والتي تمكنهم من التعرف على المشكلات والعوامل المسببة لها، وحفظ البيانات والمعلومات الضرورية التي تعد اساس في عملها، سواء كانت عن الشركة او عن العملاء المشتركين. والرد على الاستفسارات من خلال التحاور بين المستفيد والنظام. ويعمل نظام المعلومات الاستراتيجي على التنبؤ بمستقبل الشركة لأرتباطه بستراتيجيات الاعمال، فأستخدام الحاسوب في المجالات الادارية لغرض زيادة سرعة وكفاءة العمل بين وحدات الشركة وفروعها، لذلك نجد انها ترتبط بشبكات واسعة ومن ثم الشبكة العالمية الانترنت والتي تؤمن لها المنافسة الناجحة، وتمتلك الشركتين كوادر بشرية متخصصة في قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات، وفي جميع الأعمال الإدارية والهندسية والفنية، مما انعكس ذلك على الاداء المتميز والرائد للشركتين.

المبحث الثاني

تحليل البيانات الأولية وتقييم مقياس البحث

اولاً: ترميز متغيرات وفقرات المقياس

يسعى البحث الحالي وبشكل رئيس الى تفسير وتحديد طبيعة العلاقة بين ثلاثة متغيرات اساسية هي تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بوصفه متغيراً مستقلاً الذي يتكون من اربعة ابعاد هي: (المحاذاة، والتحليل، والتعاون، وتحسين القدرات)، وجودة المعلومة بوصفه متغيراً وسيطاً ويشتمل على اربعة ابعاد هي: (الواقعية، والسياقية، والتمثيل، وامكانية الوصول) وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات بوصفها متغيراً تابعاً وتتكون من أربعة أبعاد هي: (دعم وتخطيط العملية، وتحسين الخدمة، ودعم التسويق والمبيعات، وعلاقات العملاء). ولضمان تحقيق البساطة والسهولة في عملية التحليل الاحصائي للبيانات ، تم وضع رموز مبسطة لكل من المتغيرات وأبعاد وفقرات المقياس، والتي تظهر في الجداول(12،13،14) أدناه.

الجدول (12) الرموز الخاصة بمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي

المتغير	البعد	الفقرة	الرمز
تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي SISP	المحاذاة SIA	تدرك الادارة العليا للشركة الاسبقيات الاستراتيجية .	SIA1
		تنسجم استراتيجية نظام المعلومات مع الخطة الاستراتيجية للشركة .	SIA2
		يتم تبني اهداف نظام المعلومات التي تنسجم مع اهداف الشركة .	SIA3
		هناك فهم متبادل مع الادارة العليا للشركة حول دور نظام المعلومات في دعم الاستراتيجية .	SIA4
		يجري تحديد الفرص المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات لدعم التوجه الاستراتيجي للشركة .	SIA5
		هناك أدراك عالي لدى الادارة العليا للشركة لأهمية تكنولوجيا المعلومات .	SIA6
		الشركة تعتمد التكنولوجيا في احداث التغيير الاستراتيجي .	SIA7
		تقوم الادارة العليا للشركة بتقييم الاهمية الاستراتيجية للتكنولوجيا الجديدة .	SIA8
	التحليل SIN	تتمكن الادارة العليا للشركة من تحديد المعلومات المطلوبة من قبل الوحدات التنظيمية الفرعية .	SIN9
		تتمكن الادارة العليا للشركة من تحديد فرص التحسين في العمليات الداخلية بالاستفادة من تكنولوجيا المعلومات .	SIN10
		تعمل الادارة العليا في الشركة على تحسين فهم الكيفية التي تعمل بها الشركة في الواقع .	SIN11
		تناقش الادارة العليا للشركة تطوير مخطط هياكل العمليات التنظيمية .	SIN12

		يجري مراقبة العمليات الداخلية المطلوبة في الشركة وقابلية نظام المعلومات على تلبية ذلك .	SIN13
		تدرك الادارة العليا في الشركة ضرورة تغيير العمليات والاجراءات التنظيمية .	SIN14
تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي SISP	التحليل SIN	تسعى الادارة العليا في الشركة الى توليد افكار جديدة لإعادة هندسة عمليات الاعمال بالاستفادة من تكنولوجيا المعلومات .	SIN15
		لدى الادارة العليا فهم حول البيانات والتطبيقات وغيرها من التكنولوجيات المستخدمة في الشركة .	SIN16
	التعاون SIC	تتجنب الادارة العليا احداث التغييرات التي من شأنها ان تعيق تطوير النظم الرئيسة في الشركة .	SIC17
		هناك اتفاق عام بين الادارة العليا والادارات في الشركة حول مخاطر وعلاقات مشروعات نظام المعلومات .	SIC18
		يوجد بين الادارة العليا لشركة والادارات الفرعية قاعدة موحدة لترتيب اوليات تطوير المشروعات .	SIC19
		توجد خطوط اتصال مفتوحة بين الادارة العليا ومختلف الادارات في الشركة .	SIC20
		هناك تنسيق لجهود التطوير بين الادارة العليا والادارات الفرعية في الشركة .	SIC21
		يتم تبني طرائق المعالجة الممكنة لمواجهة مقاومة تطبيق خطط نظام المعلومات في الشركة .	SIC22
		يوجد دليل واضح حول المسؤولية الادارية عن تطبيق خطة الشركة .	SIC23
	تحسين القدرات SII	تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على تشخيص المشاكل الرئيسة .	SII24
		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على تحديد فرص الاعمال الجديدة .	SII25
		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على موائمة استراتيجية نظام المعلومات مع الاستراتيجية التنظيمية .	SII26
		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على توقع المفاجئات والازمات .	SII27
		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على فهم الاعمال وحاجتها للمعلومات .	SII28
		هناك مرونة لدى الشركة للتكيف مع التغيرات غير المتوقعة .	SII29
		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على تحقيق التعاون بين المستخدمين لخطط نظام المعلومات .	SII30

المصدر: إعداد الباحث

الجدول (13) الرموز الخاصة بمتغير جودة المعلومة

المتغير	البعد	الفقرة	الرمز
جودة المعلومة IQ	الواقعية IQI	تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بدرجة عالية من الدقة وخالية من الخطأ تقريبا .	IQI1
		تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بالمصداقية ومتطابقة مع الواقع على النحو الصحيح .	IQI2
		تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بالموضوعية وغير متحيزة .	IQI3
	السياقية IQC	تنسجم المعلومات التي تمتلكها الشركة مع معطيات البيئة التي تعمل بها .	IQC4
		لدى الشركة القدرة على تقديم المعلومات بالوقت المناسب .	IQC5
		تمتاز المعلومات التي تمتلكها الشركة بشموليتها لطبيعة إعمالها .	IQC6
		تساهم معلومات الشركة بتوسيع أفاق التحديث والتجديد لإعمالها .	IQC7
	التمثيل IQR	لدى الشركة القدرة على تقديم المعلومات باللغات المناسبة والرموز والتعريفات الواضحة .	IQR8
		تمتاز معلومات الشركة بالوضوح وسهولة الفهم .	IQR9
		تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بكونها موجزة ومقتضبة	IQR10
	أمكانية الوصول IQD	المعلومات التي تتوفر في الشركة يمكن استرجاعها بسهولة وبسرعة .	IQD11
		تمتلك الشركة وسائل خاصة لحماية معلومات زبائنها .	IQD12

المصدر: إعداد الباحث

الجدول(14) الرموز الخاصة بمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات

المتغير	البعد	الفقرة	الرمز
قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات B.V/IT	دعم وتخطيط العملية ITD	تعمل الشركة على تحسين الاتصال والتنسيق بين جميع المستويات التنظيمية .	ITD1
		تعمل الشركة الى اعتماد التخطيط الاستراتيجي .	ITD2
		تعمل الشركة الى اعتماد وتطوير هياكل تنظيمية جديدة .	ITD3
		تعمل الشركة الى اعتماد الاساليب العلمية في اتخاذ القرارات الادارية .	ITD4
	تحسين الخدمة ITI	تسعى الشركة الى تحسين قيمة الخدمات عن طريق ادخال تكنولوجيا المعلومات فيها .	ITI5
		تسعى الشركة الى تخفيض تكاليف تصميم وتطوير الخدمات الجديدة .	ITI6
		تسعى الشركة الى تخفيض الوقت اللازم لتطوير المنتجات والخدمات الجديدة .	ITI7
		تسعى الشركة الى تحسين جودة الخدمة .	ITI8
		تقدم الشركة فرص لدعم ابتكار الخدمة .	ITI9
		تسعى الشركة الى وصول الخدمات الى السوق في الوقت المحدد .	ITI10
	دعم التسويق والمبيعات ITM	تقوم الشركة بدور هام في تحديد اتجاهات السوق .	ITM11
		تستطيع الشركة توقع احتياجات ومتطلبات الزبائن وتلبيتها .	ITM12
		استطاعت الشركة زيادة مبيعاتها من خلال الاعتماد على مندوبي المبيعات .	ITM13
		تعتمد الشركة على أساليب دقيقة للتنبؤ بالمبيعات .	ITM14
		لدى الشركة مرونة في الاستجابة لاستراتيجيات تسعير المنافسين .	ITM15
	علاقات الزبون ITR	توفر الشركة الدعم والخدمة للعملاء ما بعد البيع .	ITR16
		تمتلك الشركة مرونة في الاستجابة لاحتياجات العملاء .	ITR17
		تحرص الشركة على تقديم المنتجات والخدمات التي يحتاجها العملاء .	ITR18
		قدره الشركة على توفير الدعم للعملاء خلال عملية البيع للمنتجات .	ITR19
		تحرص الشركة على اعتماد عملاء الموقع على نظم الدعم الالكتروني .	ITR20

المصدر: إعداد الباحث

ثانياً: توزيع عينة البحث

تم توزيع (414) إستبانة على قطاع الاتصالات المتنقلة وبالتحديد في شركتي سيريتل السورية وزين العراق للاتصالات عينة البحث بصورة مباشرة وبواقع (191) إستبانة لشركة سيريتل السورية و(223) إستبانة لشركة زين العراق وذلك على عينة عشوائية من موظفي الشركتين موزعين في مستويات ادارية عديدة (أعضاء مجلس إدارة، ومديرين عامين أو مفوضين، ومديري أقسام، ومديري شعب، ومديري وحدات، ومديري مكاتب) والجدول (15) يوضح عدد الاستبانات الموزعة على الشركتين وعدد الاستبانات المسترده والقابلة للتحليل الاحصائي.

الجدول (15) عدد الاستبانات الموزعة على الشركتين عينة البحث والقابلة للتحليل

أسم الشركة	الاستبانات الموزعة	الاستبانات المستردة	نسبة الاستجابة	الاستبانات الصالحة للتحليل	نسبة الاستبانات الصالحة للتحليل
سيريتل	191	182	% 95	176	% 97
زين العراق	223	211	% 95	201	% 95
الإجمالي	414	393	% 95	377	% 96

المصدر: إعداد الباحث

نلاحظ من الجدول (15) أن عدد الاستبانات التي تم توزيعها بلغ (414) استبانة، وعدد الاستبانات التي تم جمعها (393) استبانة وبنسبة استجابة تبلغ 95 % ، وقد قام الباحث بعد ذلك بمراجعة فقرات الاستبانات التي تم جمعها لاستبعاد الاستبانة غير المستوفاة أو المستوفاة بطريقة خاطئة، وكان عدد الاستبانات السليمة والصالحة للتحليل لشركة سيريتل (176) إستبانة وبنسبة 97 %، أما شركة زين العراق للاتصالات فقد بلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (201) إستبانة وبنسبة 95 %، أما حجم العينة الإجمالي للشركتين فكان(377) إستبانة وبنسبة 96 % والتي ستخضع بياناتها للتحليل، والسبب في استبعاد تلك الاستبانات عائد الى عدم استيفاء بعضها للبيانات ذات الطبيعة الهامة، ونقص البيانات في بعضها الآخر، الأمر الذي جعل المتعذر إخضاعها لعملية التحليل الإحصائي.

ثالثاً: تصميم اداة البحث

تمثلت أداة البحث في استبانة تم تصميمها بما يخدم البحث ، وبالشكل الذي يمكنها من الحصول على البيانات حول الظاهرة قيد الدراسة ، وذلك بعد الاطلاع على الادبيات والدراسات ذات الصلة بموضوع البحث، والاسترشاد بالأبحاث الاجنبية لمعرفة المقاييس المستخدمة في قياس متغيرات البحث كدراسة (Segar&Grover,1998)، والتي اعتمدت في تحديد ابعاد المتغير المستقل (تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي)، ودراسة (Wong&Strong,1996) فيما يتعلق بأبعاد المتغير الوسيط (جودة المعلومة)، واعتمد الباحث أيضاً في تحديد أبعاد المتغير المعتمد (قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات) على دراسة (Tallon et al., 1997).

وتتألف الاستبانة من قسمين رئيسين هما الملحق(1):

- القسم الأول: يتضمن مجموعة من المتغيرات الديموغرافية لعينة البحث من حيث اسم الشركة، والنوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، وعدد سنوات الخبرة، وذلك لتوصيف العينة، وكما في الجدول (16).
- القسم الثاني: يتضمن مجموعة من الأبعاد ولكل بعد مجموعة من الفقرات التي تقيس ابعاده الفرعية.

الجدول (16) وصف المتغيرات الديموغرافية لشركتي سيريتل وزين العراق للاتصالات

المتغير	التصنيف	سيريتل	النسبة المئوية %	زين العراق	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	112	% 64	171	% 85
	أنثى	64	% 36	30	% 15
المجموع الكلي		176	% 100	201	% 100
العمر	أقل من 25	7	% 4	17	% 9
	25 وأقل من 35	63	% 36	49	% 24
	35 وأقل من 45	75	% 42	84	% 42
	45 سنة فما فوق	31	% 18	51	% 25
المجموع الكلي		176	% 100	201	% 100
المؤهل العلمي	أقل من ثانوية	0	% 0	0	% 0
	ثانوية أو معهد	8	% 4.5	12	% 6
	جامعة فأكثر	168	% 95.5	189	% 94
المجموع الكلي		176	% 100	201	% 100
عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	35	% 20	41	% 20
	5 – 10	78	% 44	87	% 43
	11 – 15	61	% 35	70	% 35
	16 سنة فما فوق	2	% 1	3	% 1.5
المجموع الكلي		176	% 100	201	% 100

يظهر من الجدول (16) أعلاه وصف المتغيرات الديموغرافية لشركتي سيريتل للاتصالات السورية وزين العراق للاتصالات عينة البحث، إن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث لكلا الشركتين، فقد بلغ عدد الذكور (283) وهم يمثلون نسبة (74%) من مجموع أفراد العينة، أما عدد الإناث (94) وهن يمثلن فقط (26%)، لكن على الرغم من ذلك فإن نسبة الإناث مقبولة إلى حد ما مما يدل على وجود دور للعنصر النسوي في المناصب الإدارية في الشركتين المبحوثتين ضمن عينة البحث الحالية، وهذا ماأكده تقرير الاستدامة في سيريتل 2010-2009.

أما متغير العمر قد شكلت الفئة (35 وأقل من 45) أعلى نسبة لكلا الشركتين، إذ بلغت النسبة الإجمالية (42%) ثم تلتها الفئة العمرية (25 وأقل من 35) إذ بلغت نسبتها (30%)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفئة (45 سنة فما فوق) إذ بلغت نسبتها (22%)، وما نسبته (6%) فقط، فهو للفئة العمرية (أقل من 25). وتؤكد النسب السابقة إن الفئات العمرية الوسطى شكلت (72%) من حجم العينة وهذا مؤشر جيد يدل على أن الشركتين المبحوثتين تعتمد العنصر الشبابي الذي يمتلك أفكاراً مبدعة ومتميزة، كما أن لديه الرغبة والقدرة في إحداث التغيير نحو تطوير عمل الشركة.

يشير الجدول (16) أعلاه إلى أن أعلى نسبة للمؤهل العلمي كانت لخريجي الجامعات إذ بلغت نسبتها (95.5%) و (94%) لشركتي سيريتل للاتصالات و زين العراق للاتصالات على التوالي، وهذا يؤكد الاهتمام بالخريجين وانتقاء الأفضل منهم والذين يرفدون الشركة بالمزيد من الأفكار الجديدة.

وبصدد متغير عدد سنوات الخبرة في الوظيفة، فيشير الجدول (16) أعلاه إلى أن أعلى نسبة كانت من نصيب الفئة (5- 10) سنة إذ بلغت (44%) لشركة سيريتل للاتصالات و(43%) لشركة زين العراق للاتصالات، ثم تلتها الفئة (11- 15) سنة بنسبة (35%) لشركتي سيريتل للاتصالات و زين العراق للاتصالات، أما الفئة (أقل من 5 سنوات) فقد بلغت (20%) لشركتي سيريتل للاتصالات و زين العراق للاتصالات، والفئة (16 سنة فما فوق) بنسبة (1%) و (1.5%) لكل من شركتي سيريتل للاتصالات و زين العراق للاتصالات على التوالي. تدل النسب لمتغير عدد سنوات الخبرة المذكورة آنفاً، إن الاستقطاب في الشركتين المبحوثتين كان لذوي الخبرة للاستفادة من إمكانياتهم وخبراتهم من اجل تطوير العمل.

- وتم صياغة عبارات الاستبانة بطريقة تتيح للمبحوثين فرصة الإجابة عنها وفقاً لتدرج مقياس ليكرت الخماسي (Five-Point Likert) كما هو موضح في الجدول(17).

الجدول (17) خيارات الاستجابة لفقرات الاستبانة حسب مقياس ليكرت الخماسي

تصنيف خيارات الاجابة	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
الوزن المطلق	5	4	3	2	1

المبحث الثالث

التحليل الإحصائي لمتغيرات البحث ومناقشة النتائج

(شركة سيريتل للاتصالات في سورية)

أولاً: التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات البحث .

من اجل معرفة اتجاهات وآراء المستجيبين فيما يتعلق بمتغيرات البحث الحالي تم استخدام مجموعة من اختبارات التحليل الاحصائي الوصفي وكما يتضح أدناه.

أ – التحليل الإحصائي الوصفي للمتغير المستقل (تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي):

يظهر الجدول (18) أدناه، التحليل الإحصائي الوصفي ممثلة بـــــــ (المتوسط الحسابي، والخطأ المعياري، والإنحراف المعياري، والتباين) لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي.

الجدول(18) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لشركة سيريتل للاتصالات

الفقرة	الوسط الحسابي	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	التباين
SIA1	3.69	.072	.956	.913
SIA2	3.59	.070	.934	.873
SIA3	3.65	.060	.799	.639
SIA4	3.74	.079	1.047	1.097
SIA5	3.72	.073	.973	.947
SIA6	3.47	.071	.944	.890
SIA7	3.39	.067	.894	.800
SIA8	3.59	.062	.816	.666
SIN1	3.43	.074	.983	.967
SIN2	3.49	.069	.913	.834
SIN3	3.45	.068	.900	.809
SIN4	3.37	.071	.947	.897
SIN5	3.35	.066	.882	.778
SIN6	3.43	.062	.818	.670
SIN7	3.47	.064	.855	.730

SIN8	3.28	.067	.892	.796
SIC1	3.29	.073	.963	.927
SIC2	3.54	.069	.919	.844
SIC3	3.70	.069	.917	.840
SIC4	3.56	.070	.930	.865
SIC5	3.58	.057	.759	.576
SIC6	3.44	.075	.996	.991
SIC7	3.53	.070	.932	.868
SII1	3.43	.065	.859	.738
SII2	3.50	.067	.888	.789
SII3	3.41	.092	1.221	1.490
SII4	3.35	.066	.875	.765
SII5	3.18	.066	.874	.763
SII6	3.30	.070	.923	.852
SII7	3.40	.070	.927	.859
المتوسط العام	**3.4773**	**0.06913**	**0.91786**	**0.8491**

المصدر : مخرجات برنامج SPSS V. 20

تُشير نتائج الجدول (18) أعلاه إلى مستوى تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لعينة من شركة سيريتل للاتصالات في سورية من وجهة نظر المستجيبين، إذ إن المتوسط الحسابي العام لهذا المتغير قد بلغ **(3.4773)**، وخطأ معياري بسيط نسبيا **(0.06913)**، وبانحراف معياري عام منخفض الى حد ما قدره **(0.91786)**، وتباين عام مقداره **(0.8491)**، ويعد هذا مؤشرا على اتساق الإجابات وتجانسها. وبما إن المتوسط الحسابي العام أعلى من متوسط المقياس البالغ **(3)** فإن هذا يعني أن نظام المعلومات الاستراتيجي في الشركة قيد البحث ممثلا بالتطبيقات المعتمدة على الحاسوب التي تساعد على تنفيذ خطط العمل وتحقيق اهداف اعمالها موجود بمستوى فوق المتوسط وذلك وفقاً لرؤية المستجيبين. كما تُشير النتائج أعلاه أن الشركة تولي عملية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي اهتماماً لا بأس به، الامر الذي انعكس بطبيعة الحال بشكل ايجابي الى حد ما على إجابات المديرين والاقسام وفروعها.

ب – التحليل الإحصائي الوصفي للمتغير الوسيط (جودة المعلومة):

يؤشر الجدول (19) أدناه، التحليل الإحصائي الوصفي ممثلا بـــ (المتوسط الحسابي، والخطأ المعياري، والانحراف المعياري، والتباين) لمتغير جودة المعلومة .

الجدول (19) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير جودة المعلومة لشركة سيريتل للاتصالات

الفقرة	الوسط الحسابي	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	التباين
IQR1	3.24	.074	.981	.963
IQR2	3.35	.078	1.037	1.075
IQR3	3.36	.075	.993	.987
IQC1	3.36	.074	.988	.976
IQC2	3.34	.075	.989	.978
IQC3	3.32	.068	.908	.824
IQC4	3.32	.078	1.031	1.064
IQI1	3.22	.086	1.141	1.302
IQI2	3.17	.087	1.154	1.331
IQI3	3.26	.086	1.141	1.303
IQD1	3.43	.067	.885	.783
IQD2	3.44	.070	.924	.854
المتوسط العام	**3.3175**	**0.0765**	**1.0143**	**1.0366**

المصدر : مخرجات برنامج SPSS V. 20

تُشير نتائج الجدول (19) أعلاه إلى مستوى جودة المعلومة في شركة سيريتل للاتصالات في سورية من وجهة نظر المستجيبين، إذ إن المتوسط الحسابي العام لهذا المتغير بلغ **(3.3175)**، وخطأ معياري **(0.0765)**، وبانحراف معياري عام قدره **(1.0143)**، وتباين عام مقداره **(1.0366)** ويعد هذا مؤشرا على اتساق الإجابات وتجانسها . وبما إن المتوسط الحسابي العام أعلى من متوسط المقياس البالغ **(3)** فإن هذا يعني إن المعلومات الموجودة في الشركة ذات قيمة للجهات التي تستخدمها وإلى الشركة ككل وذلك وعلى وفق رؤية المستجيبين. وكذلك تؤشر النتائج اعلاه ان الشركة تولي اهتمام لجودة المعلومة لا بأس به، وهو بطبيعة الحال انعكس بشكل ايجابي الى حد ما على اجابات المديرين والاقسام وفروعها.

ج – التحليل الإحصائي الوصفي للمتغير التابع (قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات):

يبين الجدول (20) أدناه، التحليل الإحصائي الوصفي معبرا عنه بـــ (الوسط الحسابي، والخطأ المعياري، والانحراف المعياري، والتباين) لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

الجدول (20) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة سيريتل للاتصالات

الفقرة	الوسط الحسابي	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	التباين
ITD1	3.48	.072	.956	.914
ITD2	3.38	.072	.949	.900
ITD3	3.49	.070	.932	.868
ITD4	3.54	.071	.943	.890
ITI1	3.46	.070	.931	.867
ITI2	3.53	.057	.759	.576
ITI3	3.37	.092	1.221	1.491
ITI4	3.56	.073	.972	.945
ITI5	3.56	.071	.936	.876
ITI6	3.44	.074	.978	.957
ITM1	3.23	.073	.971	.942
ITM2	3.30	.066	.877	.769
ITM3	3.31	.070	.924	.854
ITM4	3.34	.081	1.078	1.161
ITM5	3.39	.072	.950	.903
ITR1	3.40	.074	.987	.973
ITR2	3.30	.070	.934	.872
ITR3	3.38	.073	.966	.933
ITR4	3.36	.072	.952	.907
ITR5	3.44	.075	.996	.991
المتوسط العام	**3.413**	**0.0724**	**0.9606**	**0.9295**

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.20

تُشير نتائج الجدول (20) اعلاه إلى مستوى قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في شركة سيريتل للاتصالات في سورية من وجهة نظر المستجيبين، إذ إن المتوسط الحسابي العام لهذا المتغير بلغ (**3.413**)، وخطأ معياري(**0.0724**)، وبانحراف معياري عام قدره (**0.9606**)، وتباين عام مقداره (**0.9295**) ويعد هذا مؤشراً على اتساق الإجابات وتجانسها. وبما إن المتوسط الحسابي العام أعلى من متوسط المقياس البالغ (**3**) فإن هذا يعني أن هناك مستوى فوق المتوسط من الزيادة في الانتاجية وتحسن الربحية وتحسن علاقات العمل وكفاءة في استخدام الموارد في الشركة قيد البحث وذلك وعلى وفق لرؤية المستجيبين. وكذلك هذا يؤشر ان الشركة تولي لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات اهتماما لا بأس به، وهو بطبيعة الحال انعكس بشكل ايجابي الى حد ما على اجابات المديرين والاقسام وفروعها.

ثانياً: اختبار التوزيع الطبيعي:

من أجل التأكد من مدى ملائمة وصلاحية البيانات التي تم جمعها لإجراء عدد من الاختبارات والتحليلات الإحصائية وكذلك لضمان دقة نتائج البحث الحالي، استعان الباحث بالبرنامج الإحصائي المتقدم (AMOS V.20) للتحقق من أنها تتوزع توزيعا طبيعيا ام لا. وبحسب (Hair et al., 2013) يشترط كل من التحليل العاملي والمعادلات المهيكلة، خضوع المتغيرات المراد دراستها للتوزيع الطبيعي أو ما يقاربه، وعليه ستكون أول خطوة في عملية فحص البيانات هي الاطلاع على طبيعة توزيع المشاهدات وهذا ما يمكن اختباره عن طريق الاتي:

- قياس مدى تمركز البيانات (التفلطح) **Kurtosis**
- قياس مدى تماثل البيانات (الآلتواء) **Skewness**

أ – اختبار التوزيع الطبيعي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي:

بعد أن تم إجراء اختبار التوزيع الطبيعي الخاص بمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي ظهرت مجموعة من النتائج كما هي موضحة في الجدول (21).

الجدول(21) نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لشركة سيريتل للاتصالات

الفقرة	الحد الادنى	الحد الاعلى	تماثل البيانات	تمركز البيانات
SIA1	1	5	-.250	-.340
SIA2	1	5	-.357	.182
SIA3	1	5	-.445	.874
SIA4	1	5	-.726	.120
SIA5	1	5	-.305	-.395
SIA6	1	5	-.190	.157
SIA7	1	5	.015	.119
SIA8	1	5	-.137	.507
SIN1	1	5	-.409	.079
SIN2	1	5	-.142	-.184
SIN3	1	5	.066	-.310
SIN4	1	5	.015	-.422
SIN5	1	5	-.401	.357
SIN6	1	5	-.443	.605
SIN7	1	5	-.226	-.116
SIN8	1	5	-.433	.215
SIC1	1	5	.011	-.271
SIC2	1	5	-.208	-.180
SIC3	2	5	.140	-1.075
SIC4	1	5	.117	-.510
SIC5	2	5	.718	-.652
SIC6	1	5	-.281	.041
SIC7	1	5	-.556	.538
SII1	1	5	-.360	.807
SII2	1	5	-.322	.428
SII3	1	5	-.439	-.703
SII4	1	5	-.220	.297
SII5	1	5	-.247	.259
SII6	1	5	-.195	.424
SII7	1	5	-.236	.184

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V. 20

وعلى وفق القاعدة التي أشار إليها (Hair et al., 2010)، فإن قيم تمركز البيانات تقترب من الصفر، كما ان القيم الاخرى موجبة الامر الذي يدل على تقارب المشاهدات وعدم بعدها عن التوزيع الطبيعي وهي ضمن الحدود المطلوبة احصائيا (± 2) وكذلك بالنسبة لقيم تماثل البيانات فهي تقع ضمن الحدود المطلوبة احصائيا لان قيمة هذا المعامل تقع بين (± 1) والظاهرة في الجدول (21) اعلاه، إذ تقع جميعها ضمن الحدود الدنيا والعليا للتوزيع الطبيعي، وهذا يدل على أن جميع البيانات المتعلقة بمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي مناسبة لإجراء التحليلات الإحصائية الاخرى.

ب – اختبار التوزيع الطبيعي لمتغير جودة المعلومة :

بعد أن تم إجراء اختبار التوزيع الطبيعي الخاص بمتغير جودة المعلومة ظهرت مجموعة من النتائج كما موضحة في الجدول (22).

الجدول (22) نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير جودة المعلومة لشركة سيريتل للاتصالات

الفقرة	الحد الادنى	الحد الاعلى	تماثل البيانات	تمركز البيانات
IQR1	1	5	-.251	.330
IQR2	1	5	-.283	-.044
IQR3	1	5	-.359	.010
IQC1	1	5	-.172	-.286
IQC2	1	5	-.035	-.401
IQC3	1	5	.299	-.444
IQC4	1	5	-.039	-.531
IQI1	1	5	-.060	-.647
IQI2	1	5	-.045	-.723
IQI3	1	5	.031	-.818
IQD1	2	5	.352	-.603
IQD2	1	5	.190	-.595

المصدر : مخرجات برنامج AMOS V. 20

وعلى وفق القاعدة التي اشار إليها(Hair et al., 2010)، فإن قيم تمركز البيانات تقترب من الصفر، كما ان القيم الاخرى موجبة الامر الذي يدل على تقارب المشاهدات وعدم بعدها عن التوزيع الطبيعي وهي ضمن الحدود المطلوبة احصائيا (± 2) وكذلك بالنسبة لقيم تماثل البيانات فهي تقع ضمن الحدود المطلوبة احصائيا لأن قيمة المعامل تقع بين (± 1) والظاهرة

في الجدول (22) اعلاه، إذ تقع جميعها ضمن الحدود الدنيا والعليا للتوزيع الطبيعي، وهذا يدل على أن البيانات المتعلقة بمتغير جودة المعلومة مناسبة لإجراء التحليلات الإحصائية الاخرى.

ج – اختبار التوزيع الطبيعي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات :

يوضح الجدول(23) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي الخاص بمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

الجدول (23) نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة سيريتل للاتصالات

الفقرة	الحد الادنى	الحد الاعلى	تماثل البيانات	تمركز البيانات
ITD1	1	5	.049	-.580
ITD2	1	5	.104	-.549
ITD3	1	5	-.052	-.476
ITD4	1	5	.008	-.712
ITI1	1	5	-.098	-.303
ITI2	2	5	.218	-.315
ITI3	1	5	-.359	-.704
ITI4	2	5	.008	-.984
ITI5	1	5	.007	-.693
ITI6	1	5	.013	-.531
ITM1	1	5	-.016	.176
ITM2	1	5	.001	.365
ITM3	1	5	.098	.092
ITM4	1	5	-.259	-.251
ITM5	1	5	-.009	-.081
ITR1	1	5	-.089	-.333
ITR2	1	5	-.070	.044
ITR3	1	5	-.121	-.258
ITR4	1	5	-.064	.017
ITR5	1	5	-.140	-.215

المصدر : مخرجات برنامج AMOS V. 20

وعلى وفق القاعدة التي اشار إليها (Hair et al., 2010)، فإن قيم كل من تمركز البيانات تقترب من الصفر، كما ان القيم الاخرى موجبة الامر الذي يدل على تقارب المشاهدات وعدم بعدها عن التوزيع الطبيعي وهي تقع ضمن الحدود المطلوبة احصائيا (± 2)، وكذلك بالنسبة لقيم تماثل البيانات فهي تقع ضمن الحدود المطلوبة احصائيا وذلك لأن قيمة هذا المعامل تقع

بين (±1) والظاهرة في الجدول (23) اعلاه، إذ تقع جميعها ضمن الحدود الدنيا والعليا للتوزيع الطبيعي، وهذا يدل على إن البيانات المتعلقة بمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات مناسبة لإجراء التحليلات الإحصائية الاخرى.

ثالثاً: اختبار جودة مطابقة أداة المقياس:

إن الأداة الرئيسة التي تم استعمالها لجمع بيانات البحث الحالي هي الاستبانة والتي إستندت على مقياس ليكرت Likert الخماسي لتحديد إجابات المستجيبين أنظر الملحق (1). ونظرا للأهمية التي تتمتع بها أداة القياس في أي بحث تتخذ من المنهج التجريبي Empirical Approach سبيلا لها، فإن ذلك يتطلب اجراء اختبار جودة مطابقة لها عن طريق إستعمال مجموعة من الأساليب تتمثل بالصدق الظاهري وصدق البناء والثبات، ويعرف صدق أداة البحث Validity على أنه قدره هذه الأداة على قياس الشيء الذي صممت من أجله بدقة، ويقصد بالثبات Reliability الحصول على نفس القيم عند إعادة استعمال أداة القياس مرة ثانية، ولاختبار صدق وثبات المقاييس المستخدمة إحصائيا قام الباحث بالآتي:

1- اختبار الصدق الظاهري (التحكيمي):

يعد الصدق الظاهري من أبسط أشكال الصدق، ولكنه يعد ضرورياً حتى يتم تبني أداة القياس، وهو عبارة عن حكم شخصي مبني على الربط المنطقي بين الأسئلة التي تحتويها أداة القياس، ولذلك تم عرض الاستبانة للتحكيم، أنظر الملحق (2) على مجموعة من الاساتذة المختصين في إدارة الأعمال كلية الاقتصاد جامعة دمشق، وكلية الادارة والاقتصاد جامعة القادسية والجامعة المستنصرية وجامعة الكوفة وجامعة السليمانية في العراق، ويوضح الملحق(3) أسماء الاساتذه المحكمين الذين قاموا بتحكيم أداة البحث، وقد قام الباحث بإجراء التعديلات (الاضافة والتعديل والحذف) التي حازت على نسبة اتفاق قدرها 75% فما فوق، وفي ضوء ذلك تم إعداد الاستبانة بصورتها النهائية .

2- اختبار صدق البناء(المفهوم):

تم اعتماد التحليل العاملي التوكيدي (Confirmatory basic Analysis) لقياس صدق البناء(المفهوم) لمقياس البحث الحالي وذلك عن طريق الإستعانة ببرنامج (AMOS V.20).

أ- التحليل العاملي التوكيدي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي:

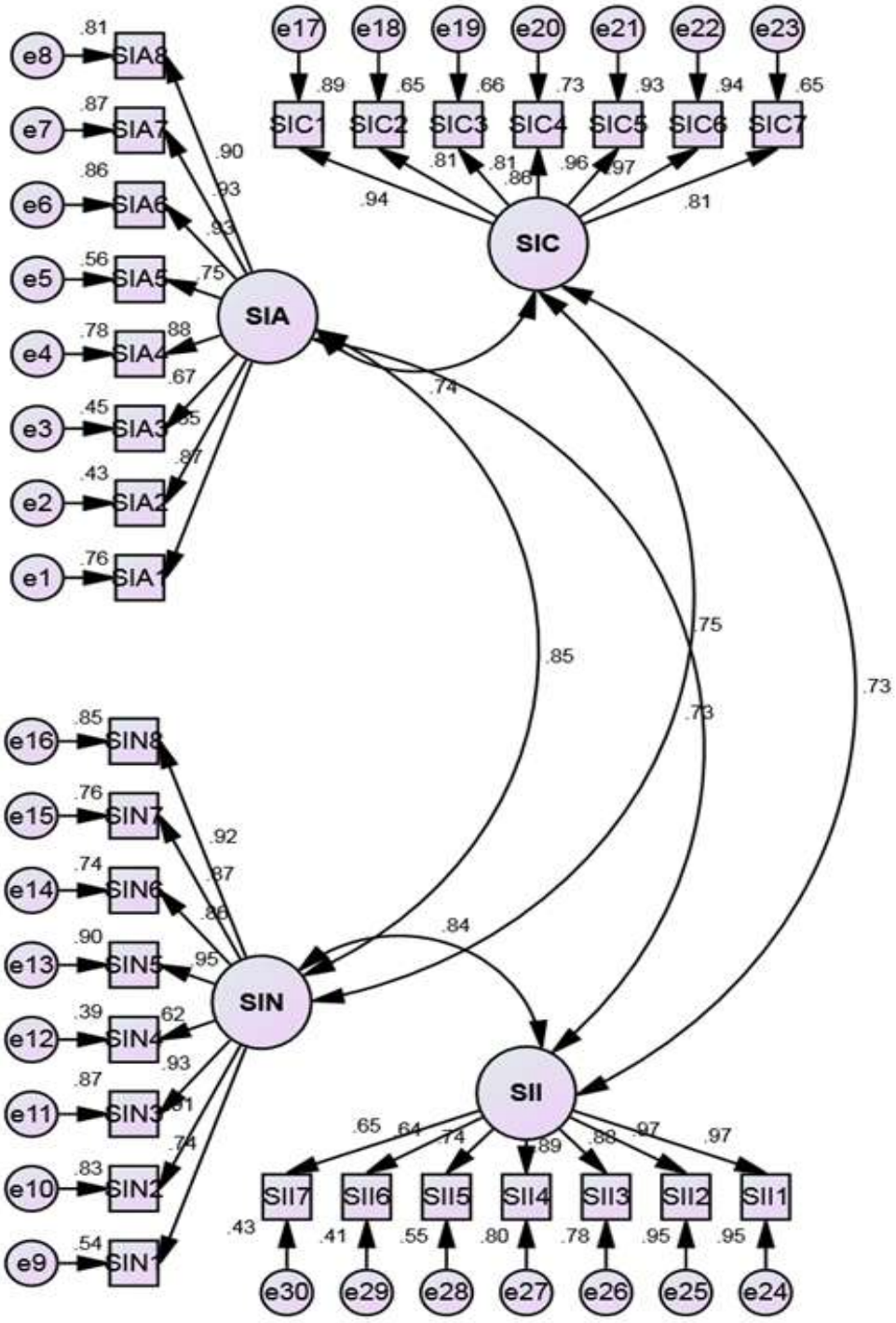
من أجل معرفة صدق البناء (المفهوم) لكل فقرة من فقرات تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي ومدى انتمائها إليه، تم اعتماد التحليل العاملي التوكيدي وكما يتضح من الجدول (24).

الجدول (24) التحليل العاملي التوكيدي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لشركة سيريتل للاتصالات

رمز الفقرات	الابعاد			
	المحاذاة	التحليل	التعاون	تحسين القدرات
SIA2	.879			
SIA3	.858			
SIA1	.840			
SIA4	.828			
SIA5	.786			
SIA6	.695			
SIA7	.658			
SIA8	.594			
SIN3		.801		
SIN8		.792		
SIN7		.790		
SIN6		.766		
SIN5		.733		
SIN2		.729		
SIN1		.658		
SIN4		.649		
SIC6			.843	
SIC7			.834	
SIC1			.738	
SIC5			.727	
SIC4			.555	
SIC2			.538	
SIC3			.503	
SII5				.806
SII4				.756
SII6				.735
SII1				.703
SII7				.698
SII2				.670
SII3				.547
KMO	.742			
Bartlett's Test of Sphericity				
Chi-Square	1094.018			
df	399			
Sig.	.000			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS V.20

تبين نتائج الجدول (24) اعلاه مؤشرات التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المستقل(تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي)، إذ يلاحظ ان نتائج جميع الفقرات التابعة لهذا المتغير هي اعلى من الحدود الدنيا المطلوبة إحصائيا التي حددها (Hair et al., 2010)، فالقاعدة العامة لقبول قيم التحليل هي أن تكون(0.50 ≤) وهذا يتوافق تماما مع ماظهر من نتائج. ويشير اختبار KMO (Kaiser–Meyer–Olkin Measure of Sampling Adequacy) الى مدى ملائمة البيانات للتحليل العاملي اذ تراوحت قيمة KMO بين (0.50 – 1)، وكلما كانت قيمتها اقرب للواحد كان افضل، لذلك نجد مستويات الارتباط الجزئي مقبولة وجيدة بين المتغيرات ضمن كل فقرة كونها كانت (0.742)، الأمر الذي يؤكد سلامتها لاسيما مع اقترانها مع نتائج اختبار Bartlett's Test of Sphericity إذ كانت قيمة Chi–Square للمتغير المستقل تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي تساوي (1094.018)، مع درجة حرية (df) مقدرة بـــ (399)، وهذا مايؤكد إحتمال توافق أنموذج القياس مع الأنموذج النظري بشكل كبير، إذ ان حاصل قسمة chi^2/df=2.742 وتعد هذه القيمة جيدة جدا إذ أنها محصورة بين (5,2)حسب (Han,1991)، وإذا كانت محصورة بين (2,1) تدل على أن الأنموذج مطابق تماما للبيانات، أما إذا تجاوزت القيمة (5) فيتم رفض النموذج حسب (Shammout,2007)، والمرتبط بمستوى المعنوية (.Sig) الذي تراوح بين (0 – 0.05)، وكلما اقتربت قيمتة للصفر كان ذلك دليل على ارتفاع مجال الثقة بامكانية اعتماد المقياس المستخدم إذ كانت قيمة(.Sig) (0.000)، اي بعبارة اخرى إن نتائج التحليل الإحصائي لهذا المتغير تشير الى صلاحية اجراء التحليلات الإحصائية الاخرى. الشكل (21) يوضح نتائج أنموذج التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المستقل تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي.



الشكل (21) أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وابعاده الاساسية لشركة سيريتل للاتصالات

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V. 20

ب- التحليل العاملي التوكيدي لمتغير جودة المعلومة:

من أجل التعرف على صدق البناء (المفهوم) لكل فقرة من فقرات جودة المعلومة ومدى انتمائها للمتغير تم اعتماد التحليل العاملي التوكيدي وكما يتضح من الجدول (25).

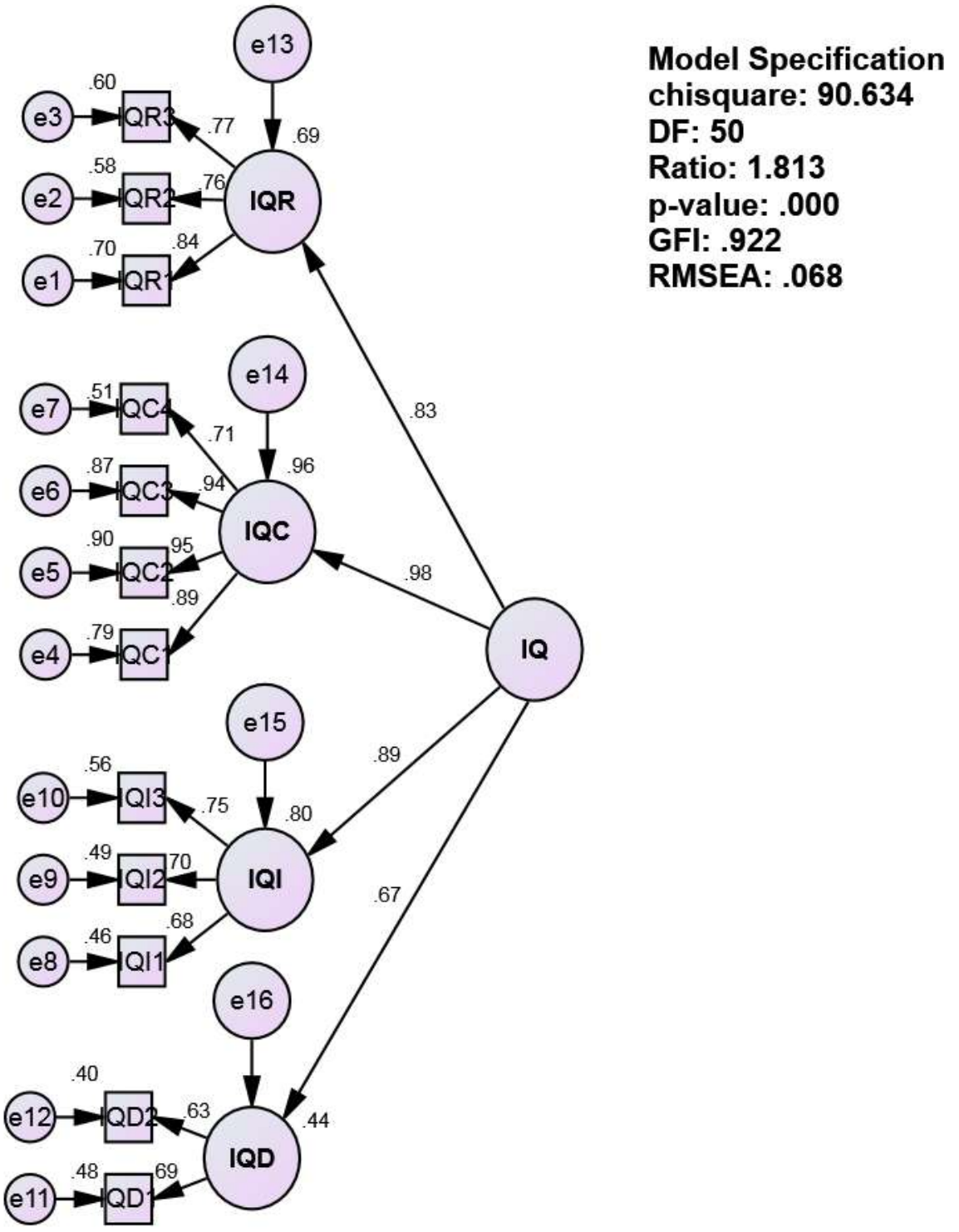
الجدول (25) التحليل العاملي التوكيدي لمتغير جودة المعلومة لشركة سيريتل للاتصالات

رمز الفقرات	الابعاد			
	السياقية	الواقعية	التمثيل	امكانية الوصول
IQC2	.953			
IQC1	.887			
IQC3	.876			
IQC4	.810			
IQI3		.908		
IQI1		.878		
IQI2		.812		
IQR1			.841	
IQR2			.835	
IQR3			.604	
IQD1				.856
IQD2				.835
KMO	.785			
Bartlett's Test of Sphericity				
Chi-Square	90.634			
df	50			
Sig.	.000			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS V.20

تؤشر نتائج الجدول(25) أعلاه مؤشرات التحليل العاملي التوكيدي للمتغير الوسيط (جودة المعلومة)، إذ يلاحظ ان نتائج جميع الفقرات التابعة لهذا المتغير هي اعلى من الحدود الدنيا المطلوبة إحصائيا بحسب وجهة نظر (Hair et al., 2010)، فالقاعدة العامة لقبول قيم التحليل هي أن تكون ($0.50 \leq$) وهذا يتوافق تماما مع ماظهر من نتائج. ويشير اختبار KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) الى مدى ملائمة البيانات للتحليل العاملي اذ تراوحت قيمة KMO بين (0.50 – 1)، وكلما كانت قيمتها اقرب للواحد كان افضل، لذلك نجد مستويات الارتباط الجزئي مقبولة وجيدة بين المتغيرات ضمن كل فقرة كونها كانت (0.785)، الأمر الذي يؤكد سلامتها لاسيما مع اقترانها مع نتائج اختبار Bartlett's Test of Sphericity إذ كانت قيمة Chi-Square للمتغير الوسيط

جودة المعلومة تساوي (90.634)، مع درجة حرية (df) مقدرة بـــ (50)، وهذا مايدل على أن أنموذج القياس مطابق تماماً مع الأنموذج النظري بشكل كبير، إذ ان حاصل قسمة (chi^2) df /=1.813 وتعد هذه القيمة جيدة جدا إذ أنها محصورة بين (2,1) حسب (Shammout,2007)، والمرتبط بمستوى المعنوية (.Sig) الذي تراوح بين (0 – 0.05)، وكلما اقتربت قيمتة للصفر كان ذلك دليل على ارتفاع مجال الثقة بامكانية اعتماد المقياس المستخدم إذ كانت قيمة(.Sig) (0.000)، اي بعبارة اخرى إن نتائج التحليل الإحصائي لهذا المتغير تشير الى صلاحية اجراء التحليلات الإحصائية الاخرى. الشكل (22) يوضح نتائج أنموذج التحليل العاملي التوكيدي للمتغير الوسيط جودة المعلومة.



الشكل (22) أنموذج متغير جودة المعلومة وابعادة الاساسية لشركة سيريتل للاتصالات

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V. 20

ج – التحليل العاملي التوكيدي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات :

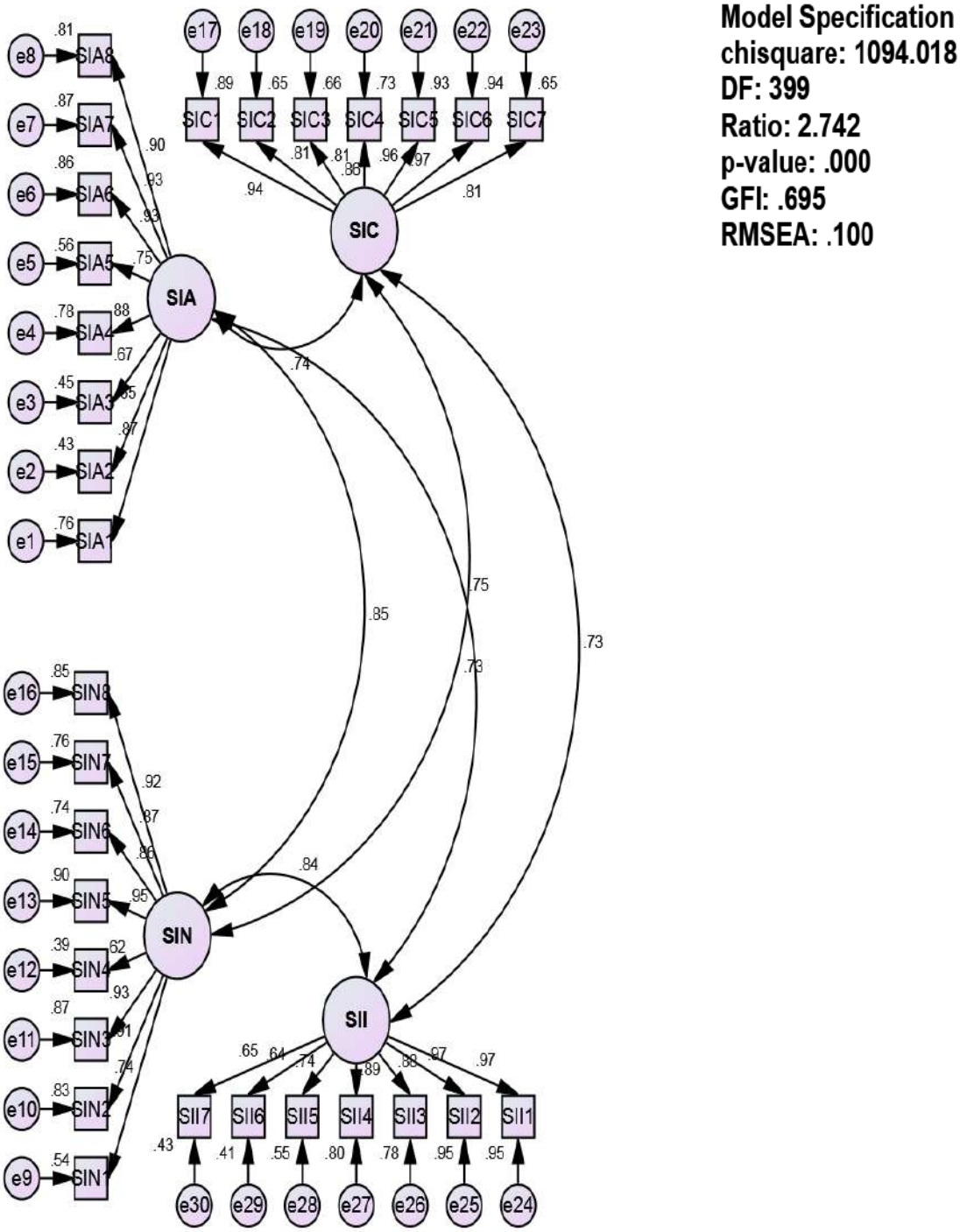
من أجل معرفة صدق البناء(المفهوم) لكل فقرة من فقرات متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات ومدى انتمائها تم اعتماد التحليل العاملي التوكيدي كما يلاحظ من الجدول (26).

الجدول(26) التحليل العاملي التوكيدي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة سيريتل للاتصالات

رمز الفقرات	الابعاد			
	تحسين الخدمة	علاقات العملاء	دعم التسويق والمبيعات	دعم وتخطيط العملية
ITI6	.904			
ITI2	.848			
ITI1	.811			
ITI5	.808			
ITI4	.779			
ITI3	.738			
ITR5		.878		
ITR2		.861		
ITR3		.838		
ITR4		.815		
ITR1		.794		
ITM5			.886	
ITM3			.869	
ITM2			.865	
ITM4			.819	
ITM1			.663	
ITD4				.907
ITD3				.897
ITD1				.893
ITD2				.848
KMO	.839			
Bartlett's Test of Sphericity				
Chi-Square	1094.018			
df	399			
Sig.	.000			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS V.20

الجدول (26) اعلاه مؤشرات التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المعتمد (قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات)، إذ يلاحظ ان جميع نتائج الفقرات التابعة لهذا المتغير كانت اعلى من الحدود الدنيا المطلوبة إحصائيا التي أقرها (Hair et al., 2010)، فالقاعدة العامة لقبول قيم التحليل هي أن تكون ($0.50 \leq$) وهذا يتوافق تماما مع ماظهر من نتائج. ويشير اختبار KMO (Kaiser–Meyer–Olkin Measure of Sampling Adequacy) الى مدى ملائمة البيانات للتحليل العاملي اذ تراوحت قيمة KMO بين (0.50 – 1)، وكلما كانت قيمتها اقرب للواحد كان افضل، لذلك نجد مستويات الارتباط الجزئي مقبولة وجيدة بين المتغيرات ضمن كل فقرة كونها كانت (0.839)، الأمر الذي يؤكد سلامتها لاسيما مع اقترانها مع نتائج اختبار Bartlett's Test of Sphericity إذ كانت قيمة Chi–Square للمتغير المعتمد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات تساوي (1094.018)، مع درجة حرية (df) مقدرة بـــ (399)، وهذا مايؤكد إحتمال توافق أنموذج القياس مع الأنموذج النظري بشكل كبير، إذ ان حاصل قسمة chi^2/df=2.742 وتعد هذه القيمة جيدة جدا إذ أنها محصورة بين (5,2)حسب (Han,1991)، وإذا كانت محصورة بين (2,1) تدل على أن النموذج مطابق تماما للبيانات، أما إذا تجاوزت القيمة 5 فيتم رفض النموذج حسب (Shammout,2007)، والمرتبط بمستوى المعنوية (.Sig) الذي تراوح بين (0 – 0.05)، وكلما اقتربت قيمتة للصفر كان ذلك دليل على ارتفاع مجال الثقة بامكانية اعتماد المقياس المستخدم إذ كانت قيمة (.Sig) (0.000)، اي بعبارة اخرى إن نتائج التحليل الإحصائي لهذا المتغير تشير الى صلاحية اجراء التحليلات الإحصائية الاخرى. الشكل (23) يوضح نتائج أنموذج التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المعتمد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.



الشكل (23) أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وابعادة الاساسية لشركة سيريتل للاتصالات

المصدر : مخرجات برنامج AMOS V. 20

3 - اختبار ثبات وصدق المقياس:

تقول القاعدة العامة " كلما زادت درجة ثبات وصدق فقرات مقياس البحث كلما زادت الثقة فيها "، وقد تم اختبار الثبات والاتساق الداخلي لفقرات المقياس على وفق معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha ، على وفق قاعدة (Sekaran & Bougie 2010)،

اذ يعد Alpha ≥ 0.7 مقبولا في الدراسات والبحوث الإدارية. والذي يظهر في الجدول (27).

الجدول(27) معامل الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات البحث لشركة سيريتل للاتصالات

المتغيرات الرئيسة	الابعاد	عدد الفقرات	معامل الثبات	معامل الصدق
تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي	المحاذاة	8	0.90	0.95
	التحليل	8	0.90	0.95
	التعاون	7	0.90	0.95
	تحسين القدرات	7	0.90	0.95
الكلي			**0.90**	**0.95**
جودة المعلومة	الواقعية	3	0.80	0.89
	السياقية	4	0.78	0.88
	التمثيل	3	0.77	0.87
	امكانية الوصول	2	0.81	0.90
الكلي			**0.79**	**0.89**
قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات	دعم وتخطيط العملية	4	0.90	0.95
	تحسين الخدمة	6	0.89	0.94
	دعم التسويق والمبيعات	5	0.89	0.94
	علاقات العميل	5	0.89	0.94
الكلي			**0.89**	**0.94**

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.20

يبين الجدول (27) أن معاملات الثبات والصدق لجميع متغيرات وأبعاد استبانة البحث الخاصة بشركة سيريتل للاتصالات السورية هي معاملات ثبات عالية ومقبولة إحصائياً. مما يتيح امكانية إجراء التحليلات الاحصائية اللاحقة .

المبحث الرابع

التحليل الإحصائي لمتغيرات البحث ومناقشة النتائج

(شركة زين العراق للاتصالات)

أولاً: التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات البحث .

من أجل معرفة اتجاهات وآراء المستجيبين فيما يتعلق بمتغيرات البحث الحالي تم استخدام مجموعة من اختبارات التحليل الاحصائي الوصفي وكما يتضح أدناه .

أ – التحليل الإحصائي الوصفي للمتغير المستقل (تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي):

يظهر الجدول (28) أدناه، التحليل الاحصائي الوصفي ممثلة بـــ (الوسط الحسابي، والخطأ المعياري، والإنحراف المعياري، والتباين) لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي.

الجدول(28) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لشركة زين العراق للاتصالات

الفقرة	الوسط الحسابي	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	التباين
SIA1	3.48	.067	.949	.901
SIA2	3.47	.061	.866	.750
SIA3	3.48	.062	.884	.781
SIA4	3.55	.071	1.009	1.019
SIA5	3.50	.066	.939	.881
SIA6	3.31	.065	.920	.846
SIA7	3.33	.059	.839	.703
SIA8	3.64	.067	.945	.892
SIN1	3.33	.070	.987	.973
SIN2	3.53	.072	1.025	1.050
SIN3	3.49	.065	.928	.861
SIN4	3.24	.073	1.036	1.073
SIN5	3.26	.066	.941	.885
SIN6	3.39	.074	1.044	1.090
SIN7	3.37	.069	.971	.944
SIN8	3.34	.070	.987	.975
SIC1	3.06	.065	.922	.851
SIC2	3.07	.071	1.008	1.015
SIC3	2.96	.064	.913	.833

SIC4	3.06	.055	.785	.616
SIC5	2.80	.059	.831	.690
SIC6	3.05	.068	.960	.922
SIC7	3.12	.069	.985	.969
SII1	3.36	.070	.991	.982
SII2	3.40	.074	1.054	1.111
SII3	3.46	.093	1.311	1.720
SII4	3.28	.075	1.064	1.132
SII5	3.11	.077	1.096	1.202
SII6	3.23	.076	1.076	1.157
SII7	3.27	.077	1.086	1.180
المتوسط العام	**3.298**	**0.069**	**0.978**	**0.966**

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.20

تشير نتائج الجدول (28) أعلاه إلى مستوى تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لعينة من شركة زين العراق للاتصالات من وجهة نظر المستجيبين، إذ إن المتوسط الحسابي العام لهذا المتغير قد بلغ **(3.298)**، وخطأ معياري بسيط نسبيا **(0.069)**، وبانحراف معياري عام منخفض الى حد ما قدره **(0.978)**، وتباين عام مقداره **(0.966)**، ويعد هذا مؤشرا على اتساق الإجابات وتجانسها. وبما إن المتوسط الحسابي العام أعلى من متوسط المقياس البالغ **(3)** فإن هذا يعني أن نظام المعلومات الاستراتيجي في الشركة قيد البحث ممثلا بالتطبيقات المعتمدة على الحاسوب التي تساعد على تنفيذ خطط العمل وتحقيق اهداف اعمالها موجود بمستوى فوق المتوسط بقليل وذلك وعلى وفق رؤية المستجيبين. كما تؤشر النتائج اعلاه ان الشركة تولي عملية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي اهتماما لا بأس به، الامر الذي انعكس بطبيعة الحال بشكل ايجابي الى حد ما على اجابات المديرين والاقسام وفروعها.

ب – التحليل الإحصائي الوصفي للمتغير الوسيط (جودة المعلومة):

يؤشر الجدول (29) أدناه، التحليل الإحصائي الوصفي ممثلا بـــــــــــ (الوسط الحسابي، والخطأ المعياري، والانحراف المعياري، والتباين) لمتغير جودة المعلومة .

الجدول(29) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير جودة المعلومة لشركة زين العراق للاتصالات

الفقرة	الوسط الحسابي	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	التباين
IQR1	3.19	.069	.972	.944
IQR2	3.34	.078	1.108	1.227
IQR3	3.24	.075	1.064	1.133
IQC1	3.27	.071	1.014	1.027
IQC2	3.25	.072	1.019	1.038
IQC3	3.24	.067	.951	.905
IQC4	3.03	.066	.932	.869
IQI1	3.02	.078	1.102	1.214
IQI2	3.00	.080	1.134	1.285
IQI3	3.02	.079	1.124	1.264
IQD1	3.24	.065	.918	.843
IQD2	3.16	.063	.893	.798
المتوسط العام	**3.166**	**0.0716**	**1.0191**	**1.0458**

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V. 20

تشير نتائج الجدول(29) في اعلاه إلى مستوى جودة المعلومة في شركة زين العراق للاتصالات من وجهة نظر المستجيبين، إذ إن المتوسط الحسابي العام لهذا المتغير بلغ **(3.166)**، وخطأ معياري **(0.0716)**، وبانحراف معياري عام قدره **(1.0191)**، وتباين عام مقداره **(1.0458)** ويعد هذا مؤشرا على اتساق الإجابات وتجانسها. وبما إن المتوسط الحسابي العام أعلى من متوسط المقياس البالغ **(3)** فإن هذا يعني إن المعلومات الموجودة في الشركة ذات قيمة للجهات التي تستخدمها والى الشركة ككل وذلك وعلى وفق رؤية المستجيبين. وكذلك تؤشر النتائج أعلاه ان الشركة تولي اهتماماً لجودة المعلومة تقريبا متوسط (3.166) لا بأس به، وهو بطبيعة الحال انعكس بشكل ايجابي الى حد ما على اجابات المديرين والاقسام وفروعها.

ج – التحليل الإحصائي الوصفي للمتغير التابع (قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات):

يبين الجدول (30) أدناه، التحليل الإحصائي الوصفي معبرا عنه بـــــــــ (الوسط الحسابي، والخطأ المعياري، والإنحراف المعياري، والتباين) لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

الجدول(30) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة زين العراق للاتصالات

الفقرة	المتوسط الحسابي	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	التباين
ITD1	3.18	.067	.948	.898
ITD2	3.43	.077	1.089	1.187
ITD3	3.35	.065	.921	.848
ITD4	3.70	.075	1.059	1.122
ITI1	3.53	.065	.928	.860
ITI2	3.38	.068	.965	.932
ITI3	3.06	.089	1.261	1.591
ITI4	3.44	.071	1.004	1.008
ITI5	3.48	.064	.900	.811
ITI6	3.39	.068	.969	.940
ITM1	3.39	.071	1.010	1.020
ITM2	3.41	.069	.977	.954
ITM3	3.33	.070	.997	.993
ITM4	3.26	.085	1.201	1.443
ITM5	3.31	.068	.968	.936
ITR1	3.24	.069	.981	.963
ITR2	3.15	.073	1.040	1.081
ITR3	3.20	.071	1.005	1.010
ITR4	3.22	.066	.939	.882
ITR5	3.19	.073	1.032	1.064
المتوسط العام	**3.332**	**0.071**	**1.001**	**1.027**

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.20

تشير نتائج الجدول (30) في اعلاه إلى مستوى قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في شركة زين العراق للاتصالات من وجهة نظر المستجيبين، إذ إن المتوسط الحسابي العام لهذا المتغير بلغ (**3.332**)، وخطأ معياري (**0.071**)، وبانحراف معياري عام قدره **(1.001)**، وتباين عام مقداره **(1.027)** ويعد هذا مؤشرا على اتساق الإجابات وتجانسها. وبما إن المتوسط الحسابي العام أعلى من متوسط المقياس البالغ **(3)** فإن هذا يعني إن هناك مستوى لابأس به من الزيادة في الانتاجية وتحسن الربحية وتحسن علاقات العمل وكفاءة في

استخدام الموارد في الشركة قيد البحث وذلك وعلى وفق رؤية المستجيبين. وكذلك هذا يؤشر ان الشركة تولي لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات اهتماما لا بأس به، وهو بطبيعة الحال انعكس بشكل ايجابي الى حد ما على اجابات المديرين والاقسام وفروعها.

ثانياً: اختبار التوزيع الطبيعي:

من أجل التأكد من مدى ملائمة وصلاحية البيانات التي تم جمعها لإجراء عدد من الاختبارات والتحليلات الإحصائية وكذلك لضمان دقة نتائج البحث الحالي، استعان الباحث بالبرنامج الإحصائي المتقدم (AMOS V.20) للتحقق من أنها تتوزع توزيعا طبيعيا ام لا كما موضح أدناة.

أ – اختبار التوزيع الطبيعي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي :

بعد أن تم إجراء اختبار التوزيع الطبيعي الخاص بمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي ظهرت مجموعة من النتائج كما موضحة في الجدول (31).

الجدول (31) نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجية لشركة زين العراق للاتصالات

الفقرة	الحد الادنى	الحد الاعلى	تماثل البيانات	تمركز البيانات
SIA1	1	5	-.180	-.157
SIA2	1	5	-.179	.201
SIA3	1	5	-.144	.299
SIA4	1	5	-.513	.094
SIA5	1	5	.011	-.236
SIA6	1	5	-.041	.057
SIA7	1	5	.076	.151
SIA8	1	5	-.185	-.229
SIN1	1	5	-.048	-.365
SIN2	1	5	-.172	-.542
SIN3	1	5	-.111	-.343
SIN4	1	5	-.220	-.224
SIN5	1	5	-.114	-.100
SIN6	1	5	-.445	-.045
SIN7	1	5	-.168	-.294
SIN8	1	5	-.156	-.175
SIC1	1	5	.450	.148
SIC2	1	5	.156	-.179
SIC3	1	5	.049	.417
SIC4	1	5	.207	.326
SIC5	1	5	-.141	1.412
SIC6	1	5	.095	-.366
SIC7	1	5	.001	-.223
SII1	1	5	-.533	.527
SII2	1	5	-.517	.265
SII3	1	5	-.650	-.570
SII4	1	5	-.401	.098
SII5	1	5	-.275	-.246
SII6	1	5	-.395	.023
SII7	1	5	-.397	-.017

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

وعلى وفق القاعدة التي اشار إليها (Hair et al., 2010)، فإن قيم تمركز البيانات تقترب من الصفر، كما ان القيم الاخرى موجبة الامر الذي يدل على تقارب المشاهدات وعدم بعدها عن التوزيع الطبيعي وهي ضمن الحدود المطلوبة احصائيا (± 2) وكذلك بالنسبة لقيم تماثل البيانات فهي تقع ضمن الحدود المطلوبة احصائيا لأن قيمة المعامل محصورة بين (± 1) والظاهرة في الجدول (31) اعلاه، إذ تقع جميعها ضمن الحدود الدنيا والعليا للتوزيع الطبيعي، وهذا يدل على أن جميع البيانات المتعلقة بمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي مناسبة لإجراء التحليلات الإحصائية الاخرى.

ب – اختبار التوزيع الطبيعي لمتغير جودة المعلومة :

بعد أن تم إجراء اختبار التوزيع الطبيعي الخاص بمتغير جودة المعلومة ظهرت مجموعة من النتائج كما موضحة في الجدول (32).

الجدول (32) نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير جودة المعلومة لشركة زين العراق للاتصالات

الفقرة	الحد الادنى	الحد الاعلى	تماثل البيانات	تمركز البيانات
IQR1	1	5	-.091	.213
IQR2	1	5	-.334	-.045
IQR3	1	5	-.314	-.140
IQC1	1	5	-.415	.087
IQC2	1	5	-.315	-.272
IQC3	1	5	-.084	-.042
IQC4	1	5	-.209	.291
IQI1	1	5	-.163	-.466
IQI2	1	5	-.155	-.631
IQI3	1	5	-.092	-.523
IQD1	2	5	.016	-.004
IQD2	1	5	.053	.468

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

وعلى وفق القاعدة التي اشار إليها (Hair et al., 2010)، فإن قيم تمركز البيانات تقترب من الصفر، كما ان القيم الاخرى موجبة الامر الذي يدل على تقارب المشاهدات وعدم بعدها عن التوزيع الطبيعي وهي ضمن الحدود المطلوبة احصائيا (± 2) وكذلك بالنسبة لقيم تماثل البيانات فهي تقع ضمن الحدود المطلوبة احصائيا لأن قيمة المعامل تقع بين (± 1) والظاهرة في الجدول (32) اعلاه، إذ تقع جميعها ضمن الحدود الدنيا والعليا للتوزيع الطبيعي، وهذا يدل على أن البيانات المتعلقة بمتغير جودة المعلومة مناسبة لإجراء التحليلات الإحصائية الاخرى.

ج – **اختبار التوزيع الطبيعي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات :**

يوضح الجدول(33) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي الخاص بمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

الجدول (33) نتائج التوزيع الطبيعي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة زين العراق للاتصالات

الفقرة	الحد الادنى	الحد الاعلى	تماثل البيانات	تمركز البيانات
ITD1	1	5	-.152	.033
ITD2	1	5	-.389	-.260
ITD3	1	5	-.321	.084
ITD4	1	5	-.437	-.624
ITI1	1	5	-.214	-.315
ITI2	1	5	-.219	-.123
ITI3	1	5	-.410	-.934
ITI4	1	5	-.111	-.492
ITI5	1	5	-.140	-.206
ITI6	1	5	-.126	-.363
ITM1	1	5	.002	-.644
ITM2	1	5	.166	-.680
ITM3	1	5	.178	-.395
ITM4	1	5	-.284	-.644
ITM5	1	5	.272	-.591
ITR1	1	5	.018	-.031
ITR2	1	5	.010	.220
ITR3	1	5	-.110	-.201
ITR4	1	5	-.122	.110
ITR5	1	5	-.138	-.129

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

وعلى وفق القاعدة التي اشار إليها (Hair et al., 2010)، فإن قيم تمركز البيانات تقترب من الصفر، كما ان القيم الاخرى موجبة الامر الذي يدل على تقارب المشاهدات وعدم بعدها عن التوزيع الطبيعي وهي تقع ضمن الحدود المطلوبة احصائيا (± 2)، وكذلك بالنسبة لقيم تماثل البيانات فهي تقع ضمن الحدود المطلوبة احصائيا وذلك لأن قيمة هذا المعامل تقع بين (± 1) والظاهرة في الجدول (33) اعلاه، إذ تقع جميعها ضمن الحدود الدنيا والعليا للتوزيع الطبيعي، وهذا يدل على أن البيانات المتعلقة بمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات مناسبة لإجراء التحليلات الإحصائية الاخرى.

ثالثاً: اختبار جودة مطابقة أداة المقياس:

تم اعتماد الاستبانة المصممة والمحكمة لشركة سيريتل للاتصالات السورية في اختبارات شركة زين العراق للاتصالات [**اختبار الصدق الظاهري (التحكيمي)]**.

2- اختبار صدق البناء (المفهوم):

لقياس صدق البناء (المفهوم) لمقياس متغيرات البحث الحالي تم اعتماد التحليل العاملي التوكيدي Confirmatory Factor Analysation وذلك عن طريق الاستعانة ببرنامج (AMOS V.20) والذي يظهر أدناه.

أ- التحليل العاملي التوكيدي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي :

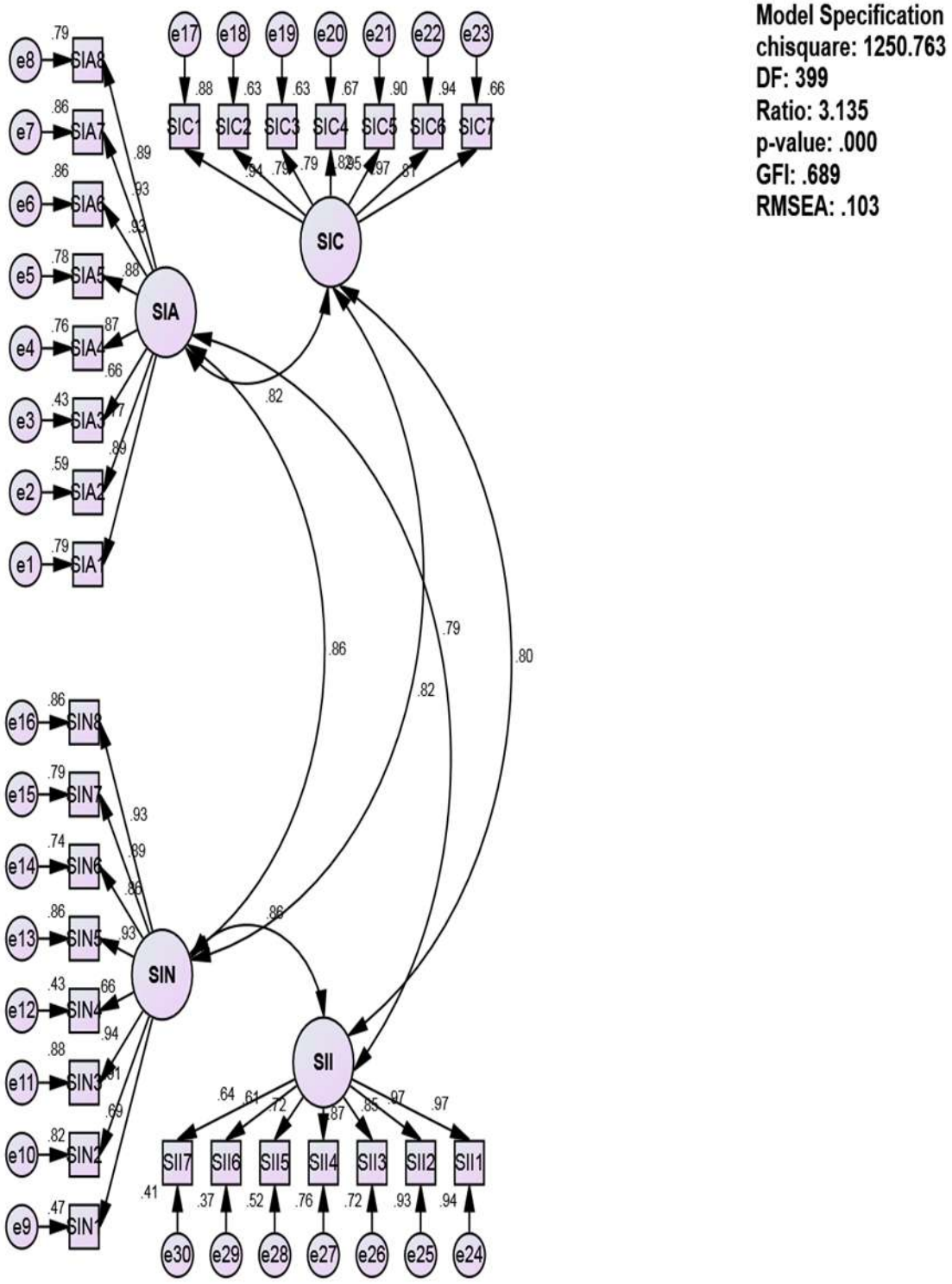
من أجل معرفة صدق البناء(المفهوم) لكل فقرة من فقرات تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي ومدى انتمائها إليه، تم اعتماد التحليل العاملي التوكيدي وكما يتضح من الجدول (34) الآتي:

الجدول(34) التحليل العاملي التوكيدي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لشركة زين العراق للاتصالات

رمز الفقرات	الابعاد			
	المحاذاة	التحليل	التعاون	تحسين القدرات
SII5	.887			
SII6	.882			
SII7	.881			
SII4	.828			
SII1	.778			
SII2	.760			
SII3	.694			
SIC4		.864		
SIC6		.835		
SIC3		.833		
SIC1		.821		
SIC7		.809		
SIC5		.802		
SIC2		.798		
SIN6			.850	
SIN7			.815	
SIN3			.804	
SIN8			.785	
SIN5			.769	
SIN2			.761	
SIN1			.723	
SIN4			.610	
SIA3				.840
SIA2				.791
SIA1				.751
SIA5				.750
SIA4				.737
SIA7				.726
SIA6				.700
SIA8				.544
KMO	.851			
Bartlett's Test of Sphericity				
Chi-Square	1250.763			
df	399			
Sig.	.000			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS V.20

تبين نتائج الجدول (34) اعلاه مؤشرات التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المستقل (تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي)، إذ يلاحظ ان نتائج جميع الفقرات التابعة لهذا المتغير هي اعلى من الحدود الدنيا المطلوبة إحصائيا التي حددها(Hair et al., 2010)، فالقاعدة العامة لقبول قيم التحليل هي أن تكون ($0.50 \leq$) وهذا يتوافق تماما مع ماظهر من نتائج. ويشير اختبار KMO (Kaiser–Meyer–Olkin Measure of Sampling Adequacy) الى مدى ملائمة البيانات للتحليل العاملي اذ تراوحت قيمة KMO بين (0.50 – 1)، وكلما كانت قيمتها اقرب للواحد كان افضل، لذلك نجد مستويات الارتباط الجزئي مقبولة وجيدة بين المتغيرات ضمن كل فقرة كونها كانت (0.851)، الأمر الذي يؤكد سلامتها لاسيما مع اقترانها مع نتائج اختبار Bartlett's Test of Sphericity إذ كانت قيمة Chi–Square للمتغير المستقل تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي تساوي (1250.763)، مع درجة حرية (df) مقدرة بـــ (399)، وهذا مايؤكد إحتمال توافق أنموذج القياس مع الأنموذج النظري بشكل كبير، إذ ان حاصل قسمة $3.135=(chi^2)/df$ وتعد هذه القيمة جيدة جدا إذ أنها محصورة بين (5,2)حسب (Han,1991)، وإذا كانت محصورة بين (2,1) تدل على أن النموذج مطابق تماما للبيانات، أما إذا تجاوزت القيمة 5 فيتم رفض النموذج حسب (Shammout,2007)، والمرتبط بمستوى المعنوية (.Sig) الذي تراوح بين (0 – 0.05)، وكلما اقتربت قيمتة للصفر كان ذلك دليل على ارتفاع مجال الثقة بامكانية اعتماد المقياس المستخدم إذ كانت قيمة (.Sig) (0.000)، اي بعبارة اخرى إن نتائج التحليل الإحصائي لهذا المتغير تشير الى صلاحية اجراء التحليلات الإحصائية الاخرى. الشكل(24) يوضح نتائج أنموذج التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المستقل تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي.



الشكل (24) أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وابعادة الاساسية لشركة زين العراق للاتصالات

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

ب- التحليل العاملي التوكيدي لمتغير جودة المعلومة:

من أجل التعرف على صدق البناء(المفهوم) لكل فقرة من فقرات جودة المعلومة ومدى انتمائها للمتغير تم اعتماد التحليل العاملي التوكيدي وكما يتضح من الجدول (35).

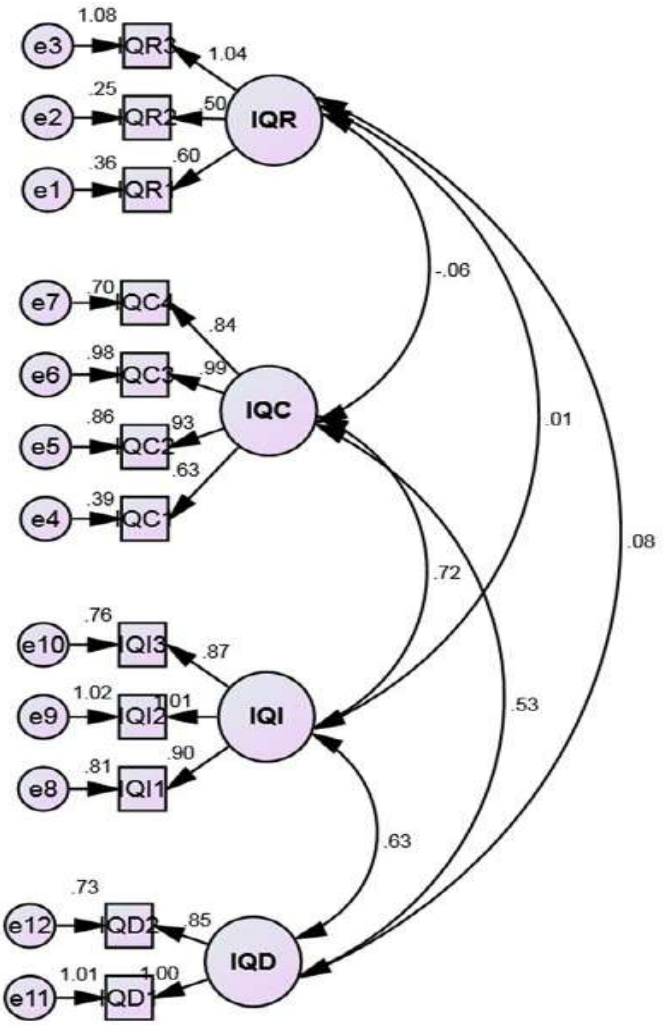
الجدول (35) التحليل العاملي التوكيدي لمتغير جودة المعلومة لشركة زين العراق للاتصالات

رمز الفقرات	الابعاد			
	السياقية	الواقعية	التمثيل	امكانية الوصول
IQC2	.870			
IQC3	.845			
IQC1	.827			
IQC4	.670			
IQI2		.942		
IQI3		.940		
IQI1		.936		
IQR1			.816	
IQR2			.736	
IQR3			.718	
IQD2				.872
IQD1				.872
KMO	.779			
Bartlett's Test of Sphericity				
Chi-Square	183.980			
df	48			
Sig.	.000			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS V.20

تؤشر نتائج الجدول (35) اعلاه مؤشرات التحليل العاملي التوكيدي للمتغير الوسيط (جودة المعلومة)، إذ يلاحظ ان نتائج جميع الفقرات التابعة لهذا المتغير هي اعلى من الحدود الدنيا المطلوبة إحصائيا بحسب وجهة نظر (Hair et al., 2010)، فالقاعدة العامة لقبول قيم التحليل هي أن تكون (≥ 0.50) وهذا يتوافق تماما مع ماظهر من نتائج. ويشير اختبار KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) الى مدى ملائمة البيانات للتحليل العاملي اذ تراوحت قيمة KMO بين (0.50 – 1)، وكلما كانت قيمتها

اقرب للواحد كان افضل، لذلك نجد مستويات الارتباط الجزئي مقبولة وجيدة بين المتغيرات ضمن كل فقرة كونها كانت (0.779)، الأمر الذي يؤكد سلامتها لاسيما مع اقترانها مع نتائج اختبار Bartlett's Test of Sphericity إذ كانت قيمة Chi-Square للمتغير الوسيط جودة المعلومة تساوي (183.980)، مع درجة حرية (df) مقدرة بـــ (48)، وهذا مايدل على أحتمال قبول الأنموذج، إذ ان حاصل قسمة chi^2/df=3.832 وتعد هذه القيمة مقبولة، إذ أنها محصورة بين (5,2) حسب (Han,1991)، والمرتبط بمستوى المعنوية (.Sig) الذي تراوح بين (0- 0.05)، وكلما اقتربت قيمتة للصفر كان ذلك دليل على ارتفاع مجال الثقة بامكانية اعتماد المقياس المستخدم إذ كانت قيمة (.Sig) (0.000)، اي بعبارة اخرى إن نتائج التحليل الإحصائي لهذا المتغير تشير الى صلاحية اجراء التحليلات الإحصائية الاخرى. الشكل (25) يوضح نتائج أنموذج التحليل العاملي التوكيدي للمتغير الوسيط جودة المعلومة.



Model Specification
Chisquare: 183.980
DF: 48
Ratio: 3.832
p-value: .000
GFI: .553
RMSEA: .372

الشكل (25) أنموذج متغير جودة المعلومة وابعادة الاساسية لشركة زين العراق للاتصالات

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V. 2

ج – التحليل العاملي التوكيدي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات:

من أجل معرفة صدق البناء(المفهوم) لكل فقرة من فقرات متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات ومدى انتمائها إليه تم اعتماد التحليل العاملي التوكيدي كما يلاحظ من الجدول (36).

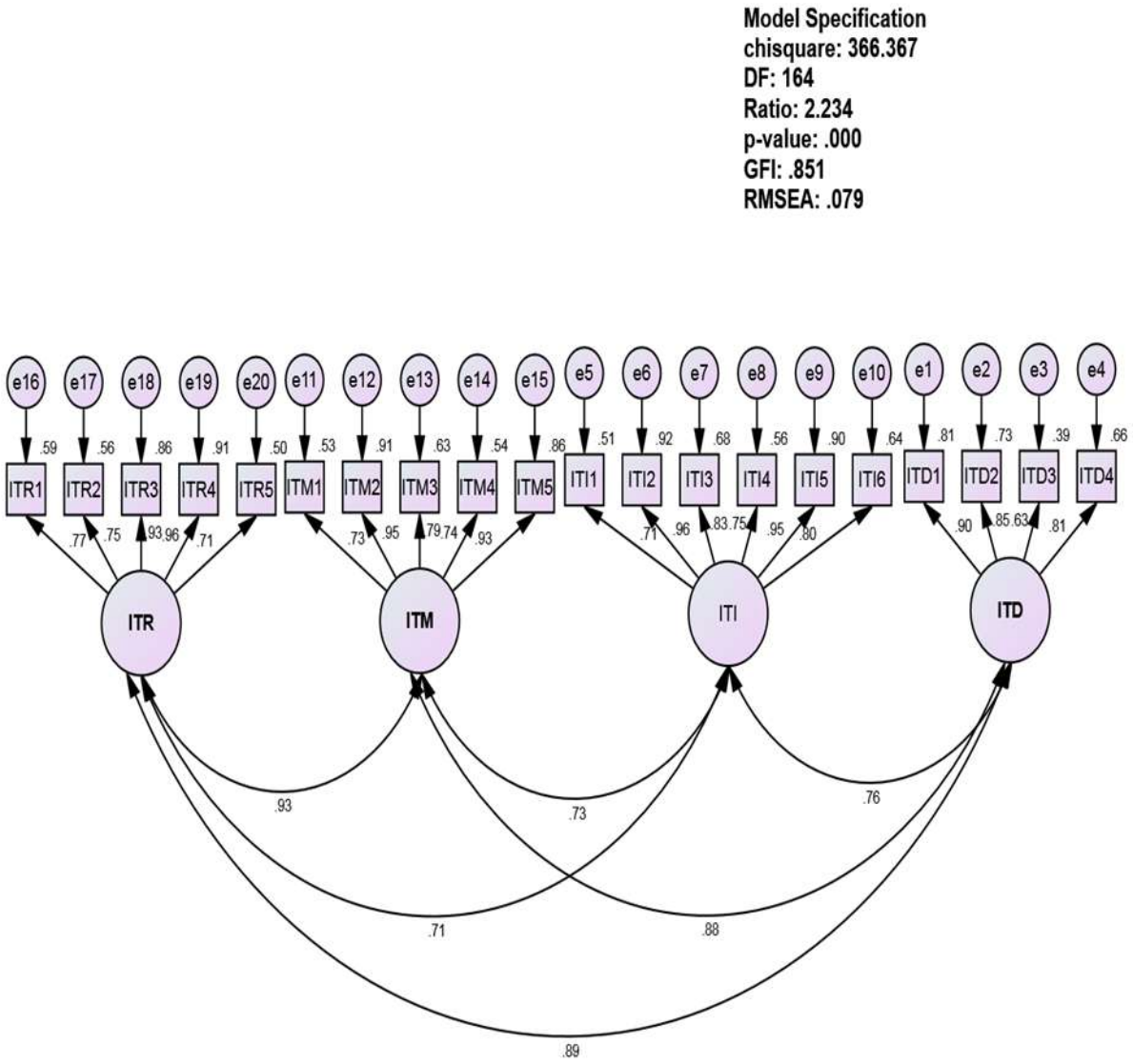
الجدول (36) التحليل العاملي التوكيدي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات لشركة زين العراق للاتصالات

رمز الفقرات	الابعاد			
	تحسين الخدمة	علاقات العملاء	دعم التسويق والمبيعات	دعم وتخطيط العملية
ITI1	.916			
ITI2	.906			
ITI5	.879			
ITI4	.810			
ITI6	.795			
ITI3	.664			
ITR4		.883		
ITR5		.873		
ITR3		.816		
ITR2		.795		
ITR1		.660		
ITM4			.505	
ITM5			.859	
ITM2			.781	
ITM3			.745	
ITM1			.731	
ITD3				.757
ITD1				.751
ITD2				.743
ITD4				.681
KMO	.841			
Bartlett's Test of Sphericity				
Chi-Square	366.367			
df	164			
Sig.	.000			

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS V.20

الجدول (36) اعلاه يبين نتائج التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المعتمد (قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات)، إذ يلاحظ ان جميع نتائج الفقرات التابعة لهذا المتغير كانت اعلى من

الحدود الدنيا المطلوبة إحصائيا التي أقرها (Hair et al., 2010)، فالقاعدة العامة لقبول قيم التحليل هي أن تكون ($0.50 \leq$) وهذا يتوافق تماما مع ماظهر من نتائج. ويشير اختبار KMO (Kaiser–Meyer–Olkin Measure of Sampling Adequacy) الى مدى ملائمة البيانات للتحليل العاملي اذ تراوحت قيمة KMO بين (0.50 – 1)، وكلما كانت قيمتها اقرب للواحد كان افضل، لذلك نجد مستويات الارتباط الجزئي مقبولة وجيدة بين المتغيرات ضمن كل فقرة كونها كانت (0.841)، الأمر الذي يؤكد سلامتها لاسيما مع اقترانها مع نتائج اختبار Bartlett's Test of Sphericity إذ كانت قيمة Chi–Square للمتغير المعتمد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات تساوي (366.367)، مع درجة حرية (df) مقدرة بـــ (164)، وهذا مايؤكد توافق أنموذج القياس مع الأنموذج النظري بشكل كبير، إذ ان حاصل قسمة $(chi^2)/df$=2.234 وتعد هذه القيمة جيدة جدا إذ أنها محصورة بين (5,2) حسب (Han,1991)، وإذا كانت محصورة بين (2,1) تدل على أن النموذج مطابق تماما للبيانات، أما إذا تجاوزت القيمة (5) فيتم رفض النموذج حسب (Shammout,2007)، والمرتبط بمستوى المعنوية (.Sig) الذي تراوح بين (0 – 0.05)، وكلما اقتربت قيمتة للصفر كان ذلك دليل على ارتفاع مجال الثقة بامكانية اعتماد المقياس المستخدم إذ كانت قيمة (.Sig) (0.000)، اي بعبارة اخرى إن نتائج التحليل الإحصائي لهذا المتغير تشير الى صلاحية اجراء التحليلات الإحصائية الاخرى. الشكل (26) يوضح نتائج أنموذج التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المعتمد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.



الشكل (26) أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وابعادة الاساسية لشركة زين العراق للاتصالات

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

3 - اختبار ثبات وصدق المقياس:

تقول القاعدة العامة " كلما زادت درجة ثبات فقرات مقياس البحث كلما زادت الثقة فيها "، وقد تم اختبار الثبات والاتساق الداخلي لفقرات المقياس على وفق معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha، على وفق قاعدة (Sekaran & Bougie 2010)، إذ يعد Alpha) ($0.7 \leq$ مقبولا في الدراسات والبحوث الإدارية. والذي يظهر في الجدول (37):

الجدول(37) معامل الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات البحث لشركة زين العراق للاتصالات

المتغيرات الرئيسة	الابعاد	عدد الفقرات	معامل الثبات	معامل الصدق
تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي	المحاذاة	8	0.97	0.98
	التحليل	8	0.97	0.98
	التعاون	7	0.97	0.98
	تحسين القدرات	7	0.97	0.98
الكلي			**0.97**	**0.98**
جودة المعلومة	الواقعية	3	0.93	0.96
	السياقية	4	0.93	0.96
	التمثيل	3	0.93	0.96
	امكانية الوصول	2	0.93	0.96
الكلي			**0.93**	**0.96**
قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات	دعم وتخطيط العملية	4	0.95	0.97
	تحسين الخدمة	6	0.95	0.97
	دعم التسويق والمبيعات	5	0.95	0.97
	علاقات العميل	5	0.95	0.97
الكلي			**0.95**	**0.97**

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.20

يبين الجدول (37) أن معاملات الثبات والصدق لجميع متغيرات وأبعاد أستبانة البحث الخاصة بشركة زين العراق للاتصالات هي معاملات ثبات وصدق عالية ومقبولة إحصائياً. مما يتيح امكانية إجراء التحليلات الاحصائية اللاحقة.

بناءً على ماتقدم من نتائج التحليلات الاحصائية تم اعتماد أختبار (t-test) وأختبار ليفين (Levenes Test) بأستخدام البرنامج الاحصائي SPSS V.20 لمقارنة الفروق بين قيم المتوسطات الحسابية للمتغيرات وابعادها والتجانس بين العينتين لشركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين العراق للاتصالات، يبين الجدول(38) المقارنة بين قيم المتوسطات الحسابية للمتغيرات الرئيسة وأبعادها للشركتين.

الجدول(38) مقارنة قيم المتوسطات الحسابية للمتغيرات الرئيسة وأبعادها للشركتين

المتغيرات الرئيسة وأبعادها		شركة سيريتل	شركة زين العراق	المؤشرات
تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي	المحاذاة	3.51	3.62	تقارب مابين الابعاد الفرعية واهتمام لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي للشركتين
	التحليل	3.33	3.51	
	التعاون	3.27	3.22	
	تحسين القدرات	3.26	3.43	
المتوسط العام		**3.34**	**3.45**	
جودة المعلومة	الواقعية	3.14	3.34	تقارب مابين الابعاد الفرعية للشركتين ضمن متغير جودة المعلومة، واستجابة لابأس بها من شركة سيريتل للاتصالات.
	السياقية	3.12	3.34	
	التمثيل	3.04	3.08	
	امكانية الوصول	3.32	3.07	
المتوسط العام		**3.16**	**3.21**	
قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات	دعم وتخطيط العملية	3.35	3.41	تقارب مابين الابعاد الفرعية واهتمام لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات للشركتين
	تحسين الخدمة	3.58	3.39	
	دعم التسويق والمبيعات	3.13	3.37	
	علاقات العميل	3.18	3.22	
المتوسط العام		**3.31**	**3.35**	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.20

يبين الجدول أعلاه أن جميع المتوسطات الحسابية للمتغيرات الرئيسة وابعادها الفرعية للشركتين هي اعلى من متوسط المقياس البالغ (3) وهذا مؤشر جيد للشركتين على الاهتمام بمتغيرات (تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، وجودة المعلومة، وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات). مما يشير الجدول أعلاه الى تفوق بسيط لشركة زين للاتصالات في العراق بمتغيرات البحث، عن شركة سيريتل للاتصالات في سورية، أنظر الملحق (4).

أما أختبار ليفن للتجانس بين العينتين، فقد أشار الى ان مستوى الدلالة Sig = (0.000) وهو أقل من (0.05)، لكل الابعاد وفقراتها، مما يعني التباين لم يتحقق.

اما مستوى الدلالة Sig(2-tailed) اعلى من (0.05) لكل الابعاد وفقراتها مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الشركتين المبحوثتين، أنظر الملحق (4).

المبحث الخامس

بناء نماذج متغيرات البحث وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة واختبار الفرضيات

أولاً: بناء نماذج متغيرات البحث وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة

أنموذج البحث الفرضي الحالي يتضمن متغير مستقل هو تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي الذي يتضمن كل من (المحاذاة، والتحليل، والتعاون، وتحسين القدرات) ومتغير وسيط هو جودة المعلومة الذي يتضمن كل من (الواقعية، والسياقية، والتمثيل، وامكانية الوصول) ومتغير معتمد هو قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات الذي يتضمن كل من (دعم وتخطيط العملية، وتحسين الخدمة، ودعم التسويق والمبيعات، وعلاقات العميل). وعملية بناء نماذج للمتغيرات المذكورة يجب ان تتم على ضوء ما يعرف بمؤشرات جودة المطابقة والتي يتم من خلالها تعديل النماذج وتحسين مطابقة النماذج ومن أهمها ما يظهر في الجدول (39).

الجدول (39) مؤشرات جودة المطابقة

المؤشر	المدى المثالي والقيمة الافضل
مربع كاي (Chi – square)	القيمة المرتفعة تشير الى تطابق غير حسن القيمة المنخفضة تشير الى تطابق حسن
نسبة قيمة (Chi – square/df)	اقل من 5 قبول وتطابق حسن
(Goodness of Fit Index) GFI حسن (جودة) المطابقة	(GFI> 0.90) تطابق أفضل (GFI= 1) مطابقة تامة
(Root Mean Square Error of Approximation) جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA)	(0.05–0.08) المدى المثالي (RMSEA< 0.05) تطابق افضل

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS V.20

Source: Schumacker, Randall E. and Lomax, Richard G.(2004) A Beginners guide to Structural Equation Modeling, London: Lawrence Erlbaum associates, publishers, pp.7-8.

يلاحظ من الجدول (39) أن مؤشر حسن المطابقة (GFI) تتراوح قيمته بين (1,0) وتشير القيمة المرتفعة بين هذا المدى إلى تطابق أفضل للأنموذج مع بيانات العينة، وكلما كانت هذه القيمة أكبر من (0.90) دل ذلك على جودة الأنموذج، وإذا كانت قيمته 1 دل ذلك على التطابق التام بين الأنموذج المقترح والأنموذج المفترض.

اما مؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي (RMSEA) الذي يعد من أهم مؤشرات جودة المطابقة فإذا ساوت قيمته (0.05) فأقل دل ذلك على أن الأنموذج يطابق تماماً البيانات، اما إذا كانت القيمة محصورة بين (0.08 , 0.05) دل ذلك على أن الأنموذج يطابق بدرجة كبيرة بيانات العينة وإذا زادت قيمته عن (0.08) فيتم رفض الأنموذج.

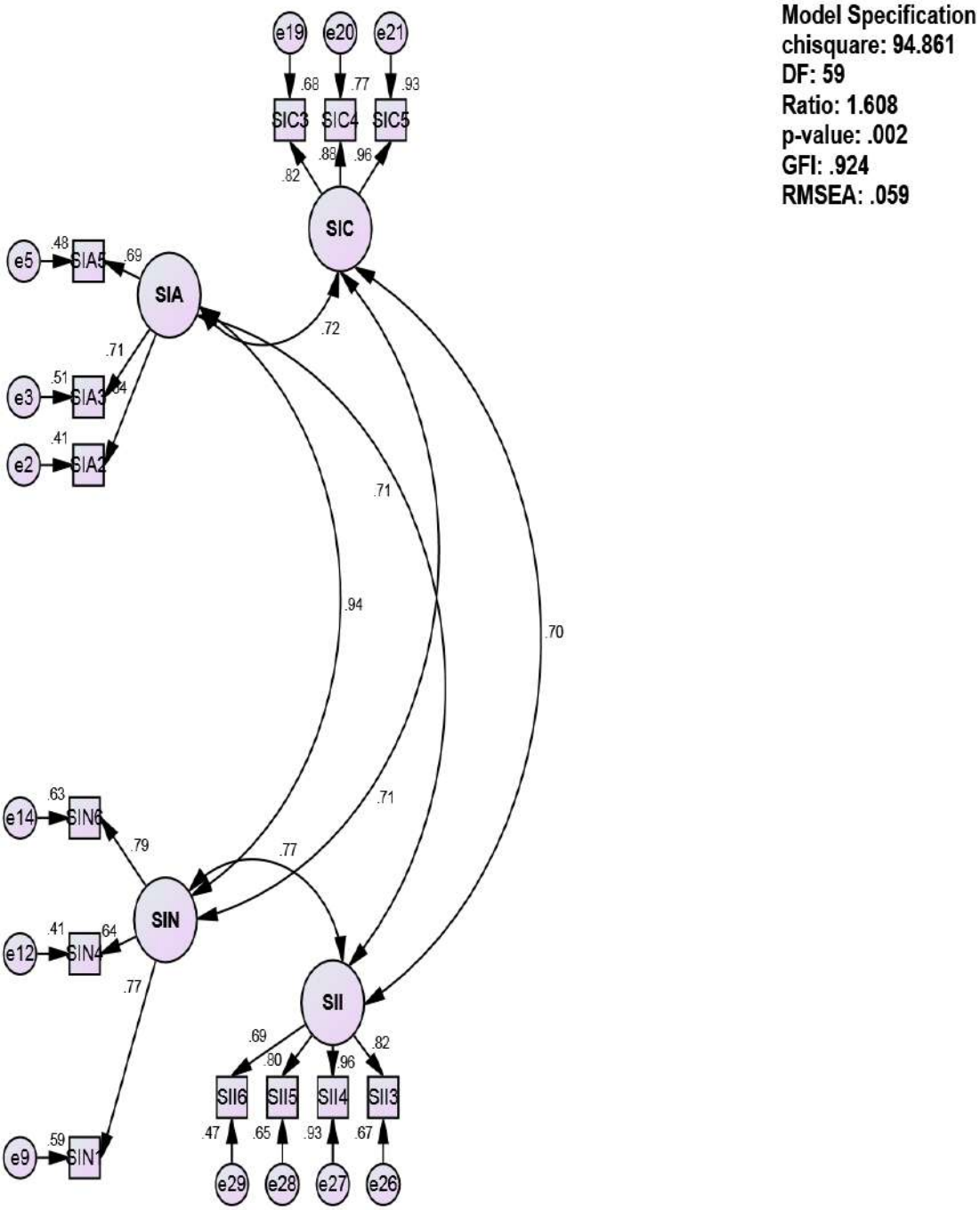
ومن اجل تعديل النماذج والتعرف على مستوى حسن المطابقة لها على وفق المؤشرات المذكورة في الجدول (39) اعلاه فإن ذلك يتطلب مطابقة قيم المؤشرات لكل النماذج للمتغيرات الثلاثة (المستقل، والوسيط، والمعتمد) وتحديد فيما اذا كان الامر يتطلب حذف بعض الفقرات المؤثرة، والابقاء على الفقرات التي لها تأثير في تكوين الاتساق الداخلي والتي تسهم في جودة المطابقة للأنموذج.

وبناءً على ماسبق، إذا كانت جودة المطابقة منخفضة بين أنموذج القياس وبيانات العينة المستخدمة، هناك خيارين أساسيين فإما أن نقوم برفض الأنموذج ونقف عند هذا الحد، إذا كانت استراتيجية هي مجرد التحقق من صدق الأنموذج، لكون النتيجة التي توصل لها الباحث هي عدم مطابقة الأنموذج مع بيانات العينة المستخدمة. والخيار الآخر الشائع هو توليد أنموذج ينطبق على البيانات وهي الحالة التي يطلق عليها استراتيجية توليد الأنموذج. إذ يتم اعتماد البرنامج AMOS V.20 في مؤشرات التعديل التي يقترحها البرنامج لتحقيق مطابقة الأنموذج، وعلية يتم فحص كل مؤشر يقترحة البرنامج لتعديل مسار العلاقات، ويتم أختيار المؤشرات التي تحقق مطابقة عالية للأنموذج، من خلال أستبعاد المؤشرات ذات التشبع الاقل وفق مؤشرات جودة المطابقة. ووفقاً لذلك سيتم أختبار جودة المطابقة لمتغيرات البحث (تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، وجودة المعلومة، وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات) وفقرات كل متغير للشركتين عينة البحث.

1- شركة سيريتل للاتصالات السورية :

أ – بناء أنموذج المتغير المستقل تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي .

بالاعتماد على الأنموذج في الشكل (21) ومن خلال مقارنة مؤشرات جودة مطابقة الأنموذج نجد ان مؤشر حسن المطابقة GFI يساوي(0.695)، وأن قيمة مؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات خطأ التقريبي RMSEA تساوي (0.100)، لذلك نجد الأنموذج غير مطابق على وفق مؤشرات جودة المطابقة الموضحة بالجدول (39)، مما يتطلب التعديل على الأنموذج من خلال حذف بعض الفقرات المؤثرة بالاعتماد على البرنامج الإحصائي (AMOS V.20) الذي يساعد في تعديل الأنموذج بما يتلائم وحدود مؤشرات جودة المطابقة، إذ ان الأنموذج قد حاز على قيم جيدة للمؤشرات والشكل(27) أدناه يبين الأنموذج النهائي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة إذ نجد ان مؤشر حسن المطابقة GFI يساوي (0.924)، ومؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي RMSEA يساوي (0.059) وبالتالي اصبح متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يتكون من ثلاث عشرة فقرة، بعد أن تم حذف سبع عشرة فقرة، وفق مؤشرات جودة المطابقة.



الشكل (27) أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وابعادة الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة سيريتل للاتصالات السورية

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

وتجدر الاشارة كذلك من خلال النتائج الظاهرة في الجدول (40) أدناه إلى أن جميع تقديرات أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي هي تقديرات معنوية تحت مستوى ($p < 0.001$) وكذلك قيم C.R. هي أكبر من 1.96 .

وهذا يشير الى ان فقرات كل بعد قادرة على قياسه، وقبول قيم معاملات الصدق او التشبع والتي تحكم بالقبول والصدق للفقرات كونها حققت الشرط بانها اكبر او تساوي (0.40) اي بمحك قبول لا يقل عن (0.40) كدرجة لقبول تشبع كل فقرة بالعامل الذي تنتمي إليه (Costello&Osborne,2005).

الجدول (40) تقديرات أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في شركة سيريتل للاتصالات السورية

رمز الفقرة	Estimate	S.E.	C.R.	P
SIA2	1.000			
SIA3	1.060	.141	7.531	***
SIA5	.968	.129	7.511	***
SIN1	1.000			
SIN4	.754	.090	8.355	***
SIN6	.969	.093	10.452	***
SIC3	1.000			
SIC4	.975	.067	14.455	***
SIC5	1.088	.066	16.410	***
SII3	1.000			
SII4	1.159	.074	15.682	***
SII5	1.041	.083	12.486	***
SII6	.983	.097	10.094	***

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V. 20

ب- بناء أنموذج المتغير الوسيط جودة المعلومة .

بالاعتماد على الأنموذج الوارد في الشكل(22) ومن خلال مقارنة مؤشرات جودة مطابقة الأنموذج يلاحظ ان مؤشر حسن المطابقة GFI يساوي (0.922)، ومؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات خطأ التقريبي RMSEA يساوي(0.068)، لذلك نجد الأنموذج مطابق وفق مؤشرات جودة المطابقة بالجدول(39)، والمتضمن اثنتا عشر فقرة، والشكل(28) أدناه يبين الأنموذج النهائي للمتغير الوسيط جودة المعلومة، وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة.

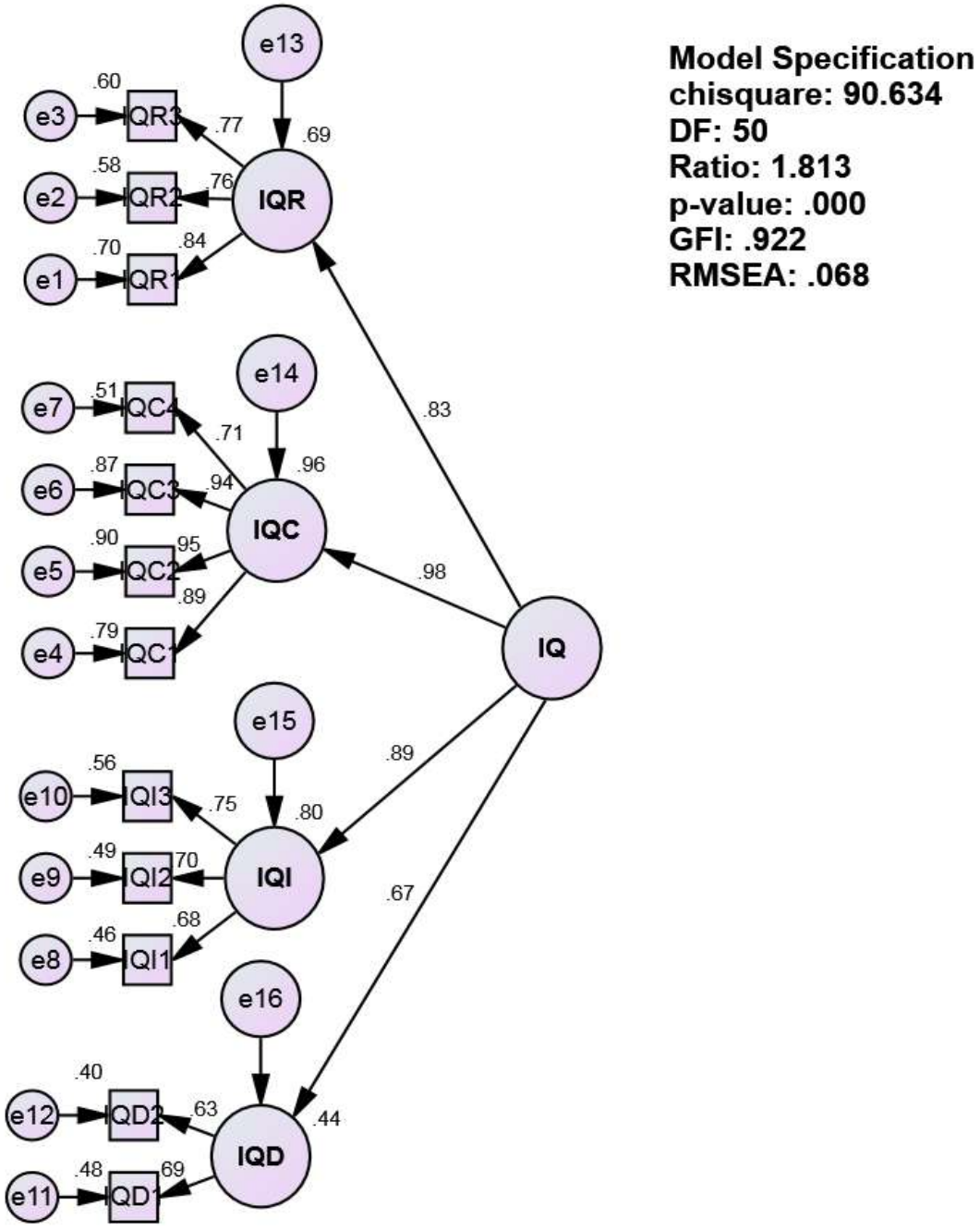
وتجدر الاشارة كذلك من خلال النتائج الظاهرة في الجدول (41) أدناه إلى أن جميع تقديرات أنموذج متغير جودة المعلومة هي تقديرات معنوية تحت مستوى ($p < 0.001$) وكذلك قيم C.R. هي أكبر من 1.96 .

وهذا يشير الى ان فقرات كل بعد قادرة على قياسه، وقبول قيم معاملات الصدق او التشبع والتي تحكم بالقبول والصدق للفقرات كونها حققت الشرط بانها اكبر او تساوي (0.40) اي بمحك قبول لا يقل عن (0.40) كدرجة لقبول تشبع كل فقرة بالعامل الذي تنتمي إليه .

الجدول (41) تقديرات أنموذج متغير جودة المعلومة في شركة سيريتل للاتصالات السورية

رمز الفقرة	Estimate	S.E.	C.R.	P
IQR1	1.000			
IQR2	.883	.079	11.242	***
IQR3	1.008	.098	10.311	***
IQC1	1.000			
IQC2	1.026	.049	20.927	***
IQC3	.972	.049	19.901	***
IQC4	.770	.066	11.583	***
IQI1	1.000			
IQI2	.988	.123	8.011	***
IQI3	1.129	.133	8.484	***
IQD1	1.000			
IQD2	.882	.168	5.238	***

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20



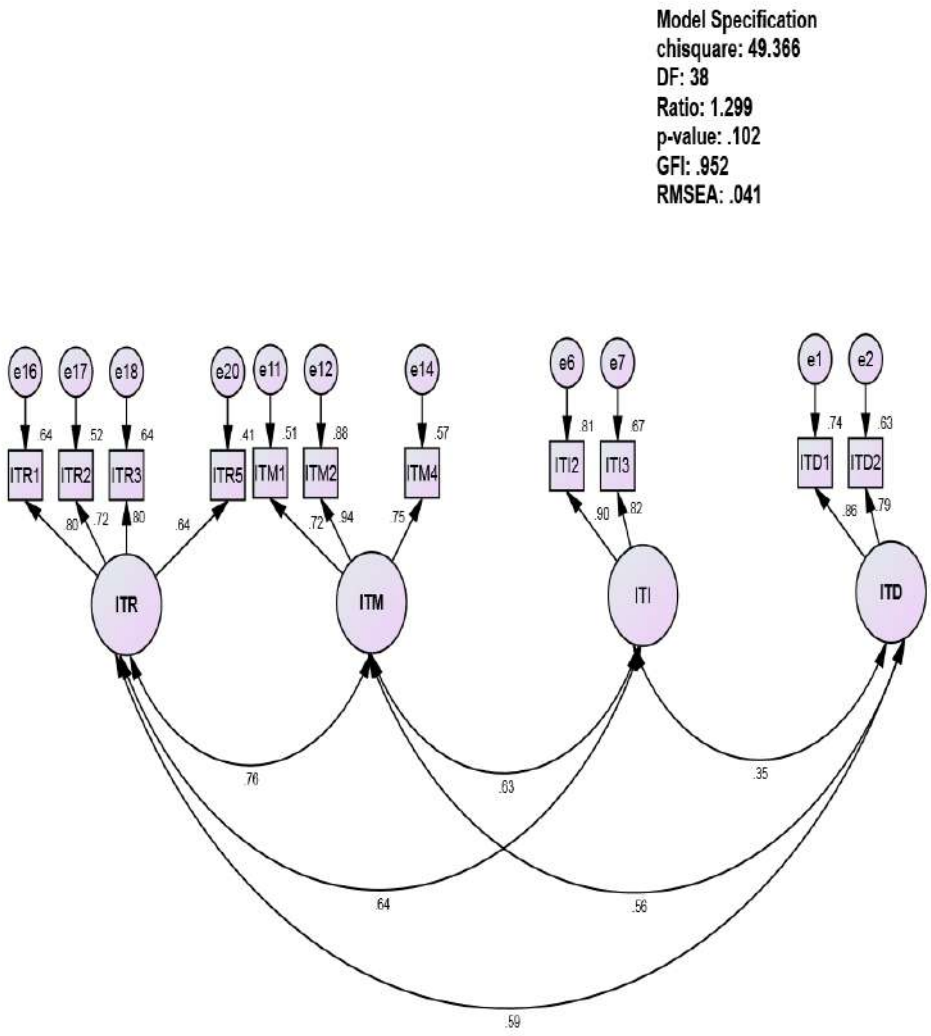
الشكل (28) أنموذج متغير جودة المعلومة وابعادة الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة سيريتل للاتصالات السورية

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

ج- بناء أنموذج المتغير المعتمد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات

بالاعتماد على الأنموذج الوارد في الشكل (23) ومن خلال مقارنة مؤشرات جودة مطابقة الأنموذج نجد ان مؤشر حسن المطابقة GFI يساوي (0.695)، ومؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات خطأ التقريبي RMSEA يساوي (0.100)، وبذلك يلاحظ ان الأنموذج غير

مطابق على وفق مؤشرات جودة المطابقة الواردة بالجدول (39)، مما يتطلب التعديل على الأنموذج من خلال حذف بعض الفقرات المؤثرة بالاعتماد على البرنامج الإحصائي AMOS V.20 الذي يساعد في تعديل الأنموذج بما يتلائم وحدود مؤشرات جودة المطابقة، إذ ان الأنموذج قد حاز على قيم جيدة للمؤشرات والشكل (29) أدناه يبين الأنموذج النهائي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة إذ نجد ان مؤشر حسن المطابقة GFI بعد حذف هذه الفقرات اصبح يساوي (0.952)، ومؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي RMSEA يساوي (0.041). وعلية اصبح متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات يتكون من أحدى عشرة فقرة، بعد أن تم حذف تسع فقرات، وفق مؤشرات جودة المطابقة.



الشكل (29) أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وابعادة الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة سيريتل للاتصالات السورية

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

وتجدر الاشارة كذلك من خلال النتائج الظاهرة في الجدول (42) أدناه إلى أن جميع تقديرات أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات هي تقديرات معنوية تحت مستوى($p<0.001$) وكذلك قيم C.R. هي أكبر من 1.96. وهذا يشير الى ان الفقرات لكل بعد قادرة على قياسه، وقبول قيم معاملات الصدق او التشبع والتي تحكم بالقبول والصدق للفقرات وانها حققت الشرط بانها اكبر او تساوي (0.40) اي بمحك قبول لا يقل عن 0.40) (كدرجة لقبول تشبع كل فقرة بالعامل الذي تنتمي إليه.

الجدول (42) تقديرات أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في شركة سيريتل للاتصالات السورية

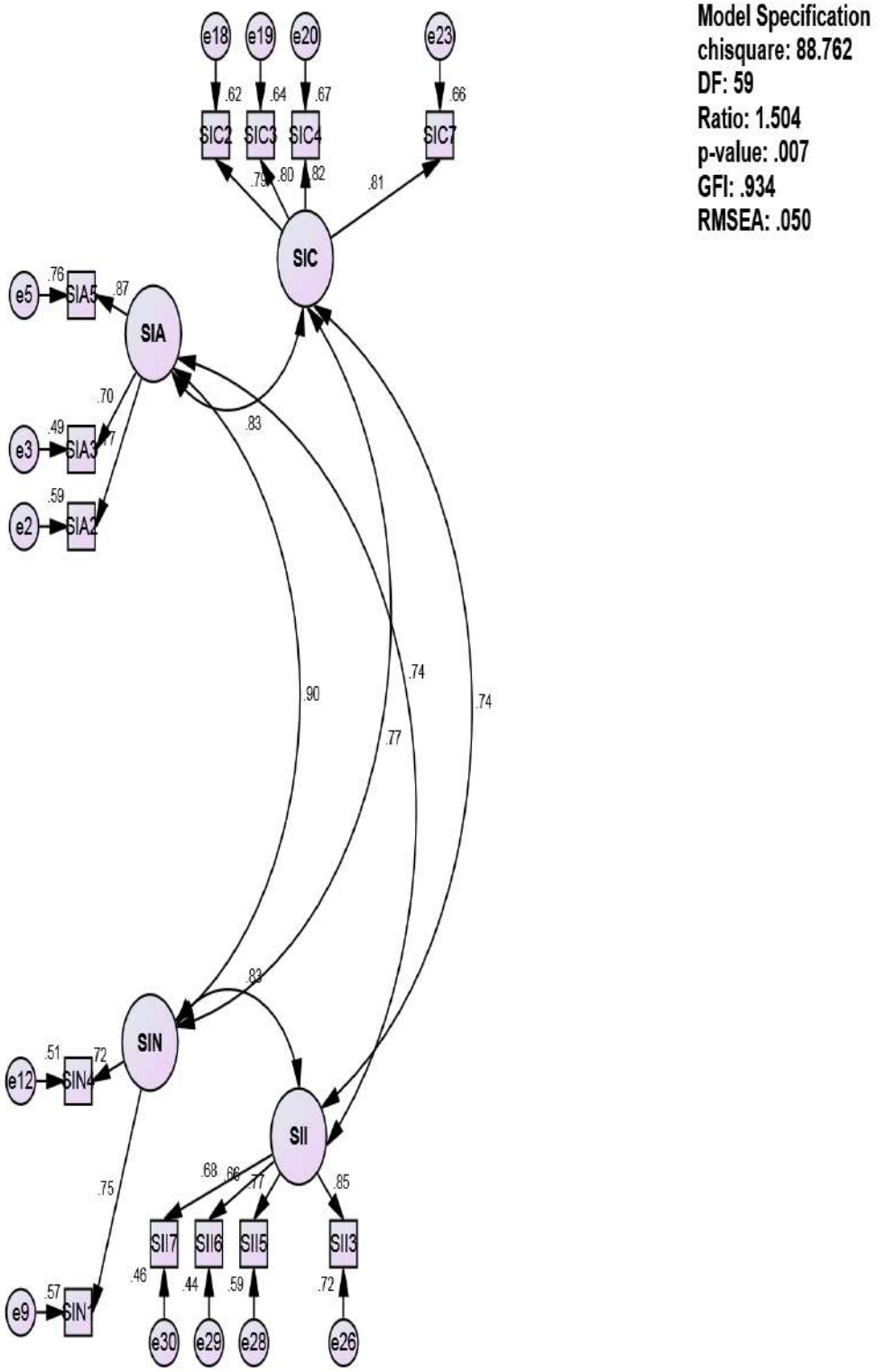
رمز الفقرة	Estimate	S.E.	C.R.	P
ITD1	1.000			
ITD2	.867	.115	7.545	***
ITI2	1.000			
ITI3	1.043	.109	9.572	***
ITM1	1.000			
ITM2	1.104	.101	10.934	***
ITM4	1.145	.119	9.660	***
ITR1	1.000			
ITR2	.950	.099	9.599	***
ITR3	1.142	.107	10.647	***
ITR5	.822	.099	8.330	***

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

2- شركة زين العراق للاتصالات:

أ – بناء أنموذج المتغير المستقل تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي.

بالاعتماد على الأنموذج الوارد في الشكل(24) ومن خلال مقارنة مؤشرات جودة مطابقة الأنموذج نجد ان مؤشر حسن المطابقة GFI يساوي (0.689)، ومؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات خطأ التقريبي RMSEA يساوي (0.103)، لذلك نجد أن الأنموذج غير مطابق على وفق مؤشرات جودة المطابقة الواردة بالجدول(39)، مما يتطلب التعديل على الأنموذج من خلال حذف بعض الفقرات المؤثرة بالاعتماد على البرنامج الإحصائي AMOS V. 20 الذي يساعد في تعديل الأنموذج بما يتلائم وحدود مؤشرات جودة المطابقة، إذ ان الأنموذج قد حاز على قيم جيدة للمؤشرات والشكل(30) أدناه يبين الأنموذج النهائي لمتغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة نجد ان مؤشر حسن المطابقة GFI يساوي(0.934)، ومؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي RMSEA يساوي (0.050) الذي يتكون من ثلاث عشرة فقرة، بعد أن تم حذف سبع عشرة فقرة، وفق مؤشرات جودة المطابقة.



الشكل (30) أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وابعاده الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة زين العراق للاتصالات

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

وتجدر الاشارة كذلك من خلال النتائج الظاهرة في الجدول (43) أدناه إلى أن جميع تقديرات أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي هي تقديرات معنوية تحت مستوى ($p < 0.001$) وكذلك قيم C.R. هي أكبر من 1.96. وهذا يشير الى ان فقرات كل بعد قادرة على قياسه، وقبول قيم معاملات الصدق او التشبع والتي تحكم بالقبول والصدق للفقرات وانها حققت الشرط بانها اكبر او تساوي (0.40) اي بمحك قبول لا يقل عن (0.40) كدرجة لقبول تشبع كل فقرة بالعامل الذي تنتمي.

الجدول(43) تقديرات أنموذج متغير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في شركة زين العراق للاتصالات

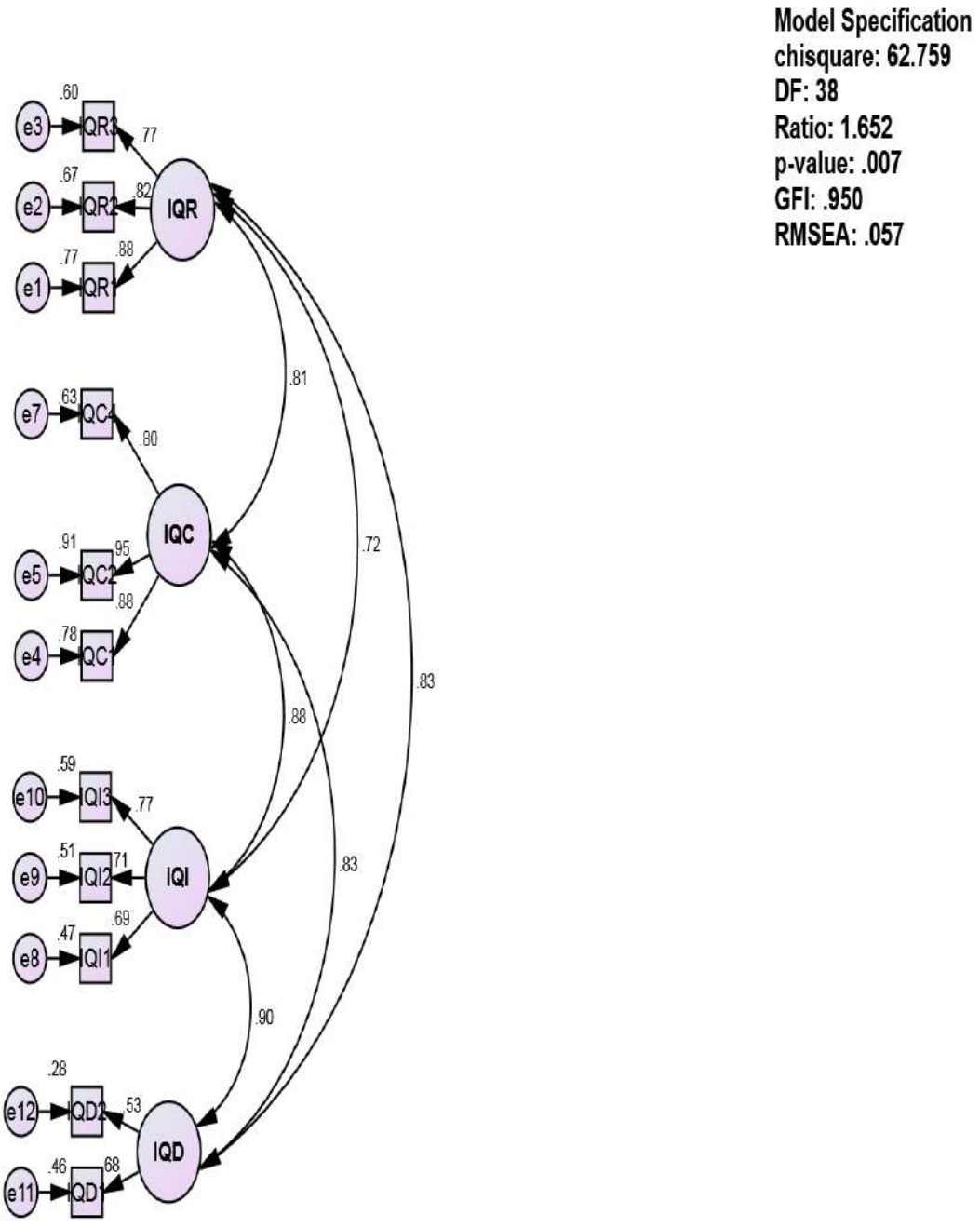
رمز الفقرة	Estimate	S.E.	C.R.	P
SIA2	1.000			
SIA3	.883	.089	9.874	***
SIA5	.982	.079	12.486	***
SIN1	1.000			
SIN4	.881	.092	9.593	***
SIC2	1.000			
SIC3	1.023	.086	11.965	***
SIC4	.987	.080	12.365	***
SIC7	1.059	.085	12.396	***
SII3	1.000			
SII5	.938	.079	11.843	***
SII6	.878	.091	9.639	***
SII7	.861	.086	10.035	***

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

ب- بناء نموذج المتغير الوسيط جودة المعلومة .

بالاعتماد على النموذج الموضح في الشكل (25)، ومن خلال مقارنة مؤشرات جودة مطابقة الأنموذج نجد ان مؤشر حسن المطابقة GFI يساوي(0.553)، ومؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات خطأ التقريبي RMSEA يساوي (0.372)، لذلك يتبين ان الأنموذج غير مطابق وفق مؤشرات جودة المطابقة الواردة بالجدول(39)، مما يتطلب التعديل على الأنموذج من خلال حذف بعض الفقرات المؤثرة بالاعتماد على البرنامج الإحصائي AMOS V.20 الذي يساعد في تعديل الأنموذج بما يتلائم وحدود مؤشرات جودة المطابقة، إذ ان الأنموذج قد حاز

على قيم جيدة للمؤشرات والشكل(31) أدناه يبين النموذج النهائي لمتغير جودة المعلومة وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة اصبح يتكون من أحدى عشرة فقرة بعد ان تم حذف فقرة واحدة، إذ نجد ان مؤشر حسن المطابقة GFI يساوي (950 .0)، ومؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي RMSEA يساوي (0.057).



الشكل (31) أنموذج متغير جودة المعلومة وابعادة الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة زين العراق للاتصالات

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

وتجدر الاشارة كذلك من خلال النتائج الظاهرة في الجدول (44) أدناه إلى أن جميع تقديرات أنموذج متغير جودة المعلومة هي تقديرات معنوية تحت مستوى ($p < 0.001$) وكذلك قيم C.R. هي أكبر من 1.96. وهذا يشير الى ان فقرات كل بعد قادرة على قياسه، وقبول قيم معاملات الصدق او التشبع والتي تحكم بالقبول والصدق للفقرات وانها حققت الشرط بانها اكبر او تساوي (0.40) اي بمحك قبول لا يقل عن (0.40) كدرجة لقبول تشبع كل فقرة بالعامل الذي تنتمي إليه.

الجدول (44) تقديرات أنموذج متغير جودة المعلومة في شركة زين العراق للاتصالات

رمز الفقرة	Estimate	S.E.	C.R.	P
IQR1	1.000			
IQR2	.953	.067	14.140	***
IQR3	.964	.076	12.694	***
IQC1	1.000			
IQC2	1.054	.051	20.733	***
IQC4	.872	.060	14.546	***
IQI1	1.000			
IQI2	1.004	.113	8.868	***
IQI3	1.151	.122	9.437	***
IQD1	1.000			
IQD2	.762	.117	6.536	***

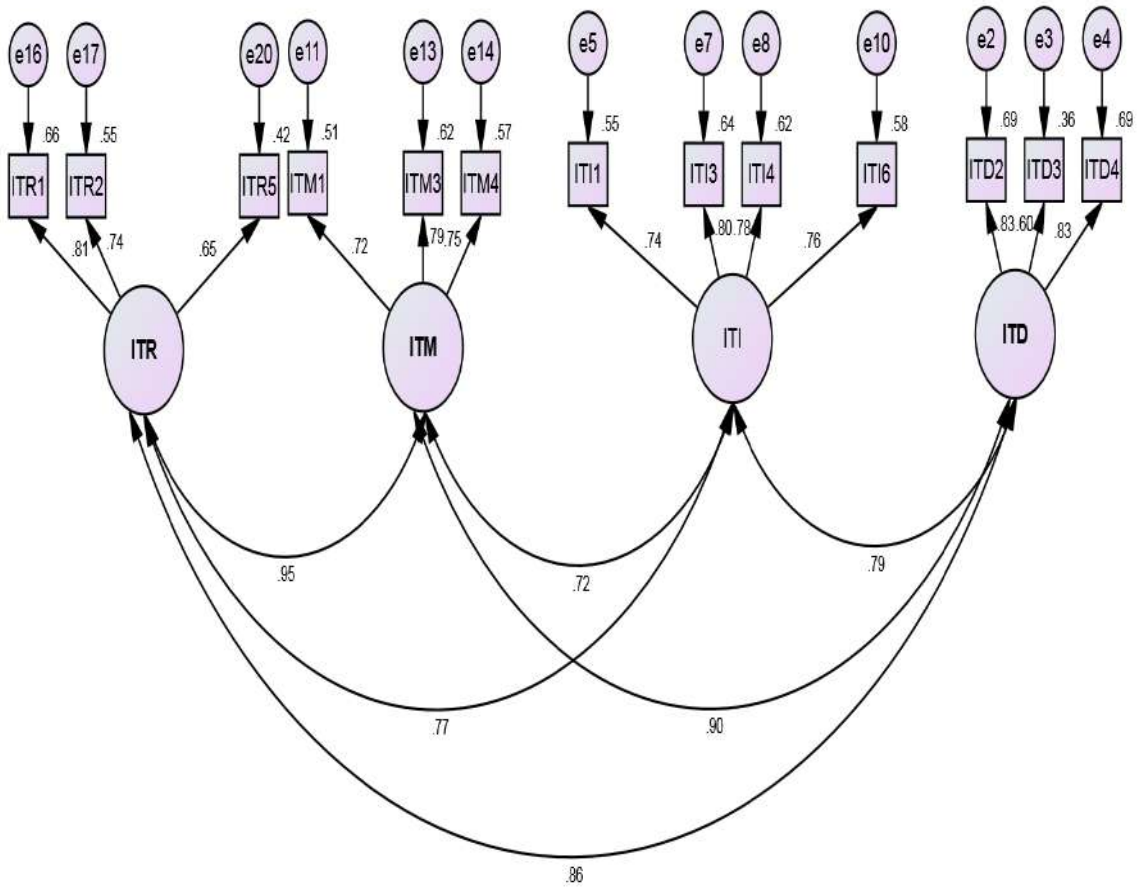
المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

ج- بناء أنموذج المتغير المعتمد قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات

بالاعتماد على الأنموذج الوارد في الشكل(26) ومن خلال مقارنة مؤشرات جودة مطابقة الأنموذج نجد ان مؤشر حسن المطابقة GFI يساوي (0.851)، ومؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات خطأ التقريبي RMSEA يساوي (0.079)، لذلك نجد أن الأنموذج غير مطابق على وفق مؤشرات جودة المطابقة الواردة بالجدول(39)، مما يتطلب التعديل على الأنموذج من خلال حذف بعض الفقرات المؤثرة بالاعتماد على البرنامج الإحصائي AMOS V. 20 الذي يساعد في تعديل الأنموذج بما يتلائم وحدود مؤشرات جودة المطابقة، أذ ان الأنموذج بعد الحذف قد حاز على قيم جيدة للمؤشرات والشكل (32) أدناه يبين الأنموذج النهائي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة نجد ان مؤشر حسن

المطابقة GFI يساوي (0.932)، ومؤشر الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي RMSEA يساوي (0.053) وبذلك اصبح الأنموذج النهائي يتكون من ثلاث عشرة فقرة، بعد أن تم حذف سبع فقرات، وفق مؤشرات جودة المطابقة.

Model Specification
chisquare: 91.804
DF: 59
Ratio: 1.556
p-value: .004
GFI: .932
RMSEA: .053



الشكل (32) أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وابعاده الاساسية وعلى وفق مؤشرات جودة المطابقة في شركة زين العراق للاتصالات

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

وتجدر الاشارة كذلك من خلال النتائج الظاهرة في الجدول (45) أدناه إلى أن جميع تقديرات أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات هي تقديرات معنوية تحت مستوى(0.001 > p) وكذلك قيم C.R. هي أكبر من 1.96. وهذا يشير الى ان الفقرات لكل بعد قادرة على قياسه، وقبول قيم معاملات الصدق او التشبع والتي تحكم بالقبول والصدق للفقرات وانها حققت الشرط بانها اكبر او تساوي (0.40) اي بمحك قبول لا يقل عن (0.40) كدرجة لقبول تشبع كل فقرة بالعامل الذي تنتمي إليه.

الجدول (45) تقديرات أنموذج متغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات في شركة زين العراق للاتصالات

رمز الفقرة	Estimate	S.E.	C.R.	P
ITD2	1.000			
ITD3	.730	.082	8.870	***
ITD4	1.023	.079	12.952	***
ITI1	1.000			
ITI3	1.052	.101	10.451	***
ITI4	1.037	.094	11.062	***
ITI6	.936	.092	10.172	***
ITM1	1.000			
ITM3	1.089	.106	10.268	***
ITM4	1.118	.111	10.087	***
ITR1	1.000			
ITR2	.909	.083	10.935	***
ITR5	.771	.082	9.360	***

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

ثانياً: مقارنة وتحليل للنتائج بين شركة سيريتل للاتصالات السورية وزين العراق للاتصالات:

انطلاقا من النتائج الموضحة أعلاه، وبحسب مؤشرات جودة او حسن المطابقة، الجدول (46) يوضح المقارنة بين الشركتين، أنظر الملحق (4).

الجدول (46) مقارنة مؤشرات جودة المطابقة في شركتي سيريتل للاتصالات وزين العراق للاتصالات

مؤشرات المطابقة	المتغيرات	شركة سيريتل	شركة زين العراق	شرط القبول
		القيمة المسجلة	القيمة المسجلة	
(Chi – square) مربع كاي	SISP	94.861	88.762	ضمن المجال
	IQ	90.634	62.759	
	BV/IT	49.366	91.804	
نسبة قيمة (Chi – square/df)	SISP	1.608	1.504	مطابق
	IQ	1.813	1.652	
	BV/IT	1.299	1.556	
P–Value	SISP	0.002	0.007	مطابق
	IQ	0.000	0.007	
	BV/IT	0.102	0.004	
GFI	SISP	0.924	0.934	مطابق تماما
	IQ	0.922	0.950	
	BV/IT	0.952	0.932	
RMSEA	SISP	0.059	0.050	مطابق تماما
	IQ	0.068	0.057	
	BV/IT	0.041	0.053	
مدى تمركز البيانات Kurtosis	ضمن حدود (±2)		ضمن حدود (±2)	تدل على تقارب وتمركز المشاهدات وعدم بعدها عن التوزيع الطبيعي
مدى تماثل البيانات Kewness	ضمن حدود (± 1)		ضمن حدود (± 1)	تدل على تماثل وتناظر توزيع البيانات وعدم بعدها عن التوزيع الطبيعي
KMO	ضمن حدود (0.5– 1)		ضمن حدود (0.5– 1)	مطابق تماما
Bartlett's Test of Sphericity	مستوى المعنوية (Sig.) 0.000		مستوى المعنوية (Sig.) 0.000	ضمن مجال الثقة

المصدر: إعداد الباحث

ثالثاً: اختبار الفرضيات

ضمن هذه الفقرة تم اختبار فرضيات البحث الحالية لشركة سيريتل للاتصالات السورية وزين العراق للاتصالات بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي AMOS V.20 وكالاتي:

1- اختبار فرضيات البحث لشركة سيريتل السورية

أ- اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات البحث

إن الغاية من هذا التحليل هو الكشف عن مدى انعكاس المتغير المستقل وأبعاده على المتغير

الوسيط من جهة، وعلى المتغير المعتمد وأبعاده من جهة أخرى، للتحقق من اتجاه مسارات المخطط الفرضي، وأختبار فرضيات العلاقة (Sekaran & Bougie, 2010: 321-322).

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة.

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

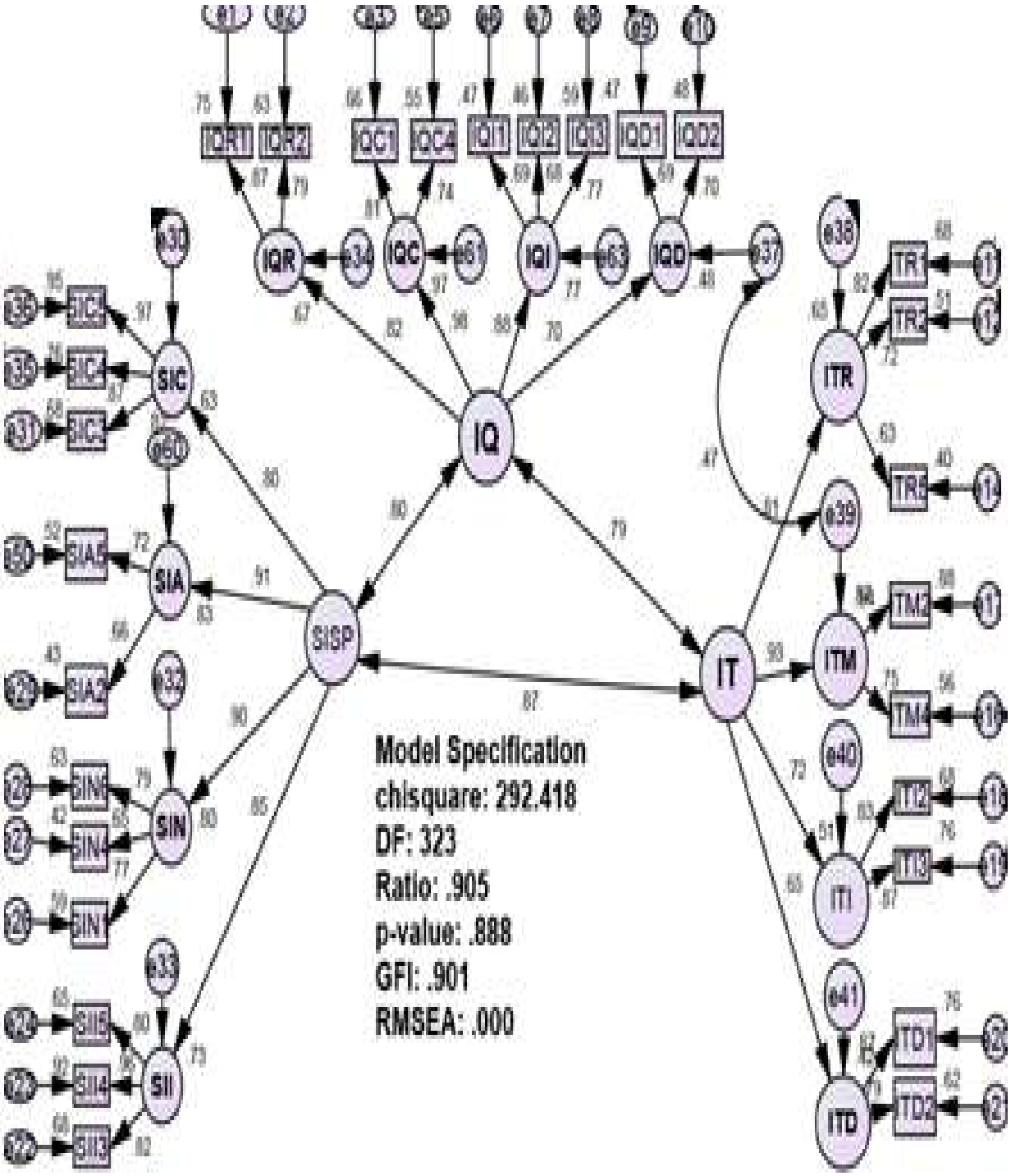
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين جودة المعلومة وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

استخدم الباحث لهذا الغرض اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة. إذ إنَّ قيم معامل الارتباط تتراوح بين (1) , (-1) فإذا كانت قيمته موجبة فهذا يعني إنْ الارتباط إيجابي طردي وإذا كانت قيمته تساوي (+1) فيطلق عليه ارتباط تام طردي. اما إذا كانت قيمة معامل الارتباط سالبة، فهذا يعني إنْ الارتباط سلبي(عكسي)، إذا كانت قيمته تساوي (-1) فيطلق عليه ارتباط

تام عكسي. أما إذا كانت قيمة معامل الارتباط تساوي (0) فهذا يعني عدم وجود ارتباط (محمود،2011: 283-284).

يظهر من الشكل (33) أدناه الأنموذج النهائي لمتغيرات البحث إذ تتضح نتائج معامل الارتباط البسيط للعلاقة بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (SISP) وجودة المعلومة (IQ) كمتغير وسيط عن وجود علاقة ارتباط قدرها 0.80 وهي علاقة إيجابية طردية قوية، وبالتالي يجري تحديد الفرص المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات لدعم التوجه الاستراتيجي لشركة

سيريتل وتبني اهداف نظام المعلومات التي تنسجم مع اهداف الشركة، أضافة الى ذلك تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على موائمة استراتيجية نظام المعلومات مع الاستراتيجية التنظيمية، وتتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بدرجة عالية من الدقة والمصداقية والوضوح وسهولة الفهم، وقدرتها على استرجاع المعلومات وحماية معلومات عملائها. اما علاقة الارتباط بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (SISP) وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (BV/IT) كانت 0.87 وهي علاقة إيجابية طردية قوية ايضاً، مما يدل على ان خطوط الاتصال مفتوحة بين الادارة العليا ومختلف الادارات في الشركة وقدرتها على فهم الاعمال وحاجتها للمعلومات، وتوفر الشركة الدعم والخدمة للعملاء ما بعد البيع والمرونة في الاستجابة لاحتياجات العملاء واعتمادها على اساليب دقيقة للتنبؤ بالمبيعات. وقد حققت علاقة الارتباط بين جودة المعلومة (IQ) كمتغير وسيط وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (BV/IT) 0.79 وهي من العلاقات الإيجابية الطردية القوية ايضاً، إذ تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بالموضوعية، وبالمقابل تعمل على اعتماد التخطيط الاستراتيجي وتطوير هياكل تنظيمية جديدة، ودورها في تحديد اتجاهات السوق، وتقديم الخدمات التي يحتاجها العملاء. وعلية يتضح من علاقات الاتباط بين متغيرات البحث، الى قبول فرضيات الارتباط بين نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة وقيمة اعمال تكنولوجيا المعلومات. عنده مستوى دلالة معنوية (0.001).



الشكل (33) أنموذج علاقات الارتباط لمتغيرات البحث وأبعادها الاساسية في شركة سيريتل للاتصالات السورية

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

ب- اختبار التأثير بين متغيرات البحث

- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في جودة المعلومة.
- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.
- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لجودة المعلومة في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

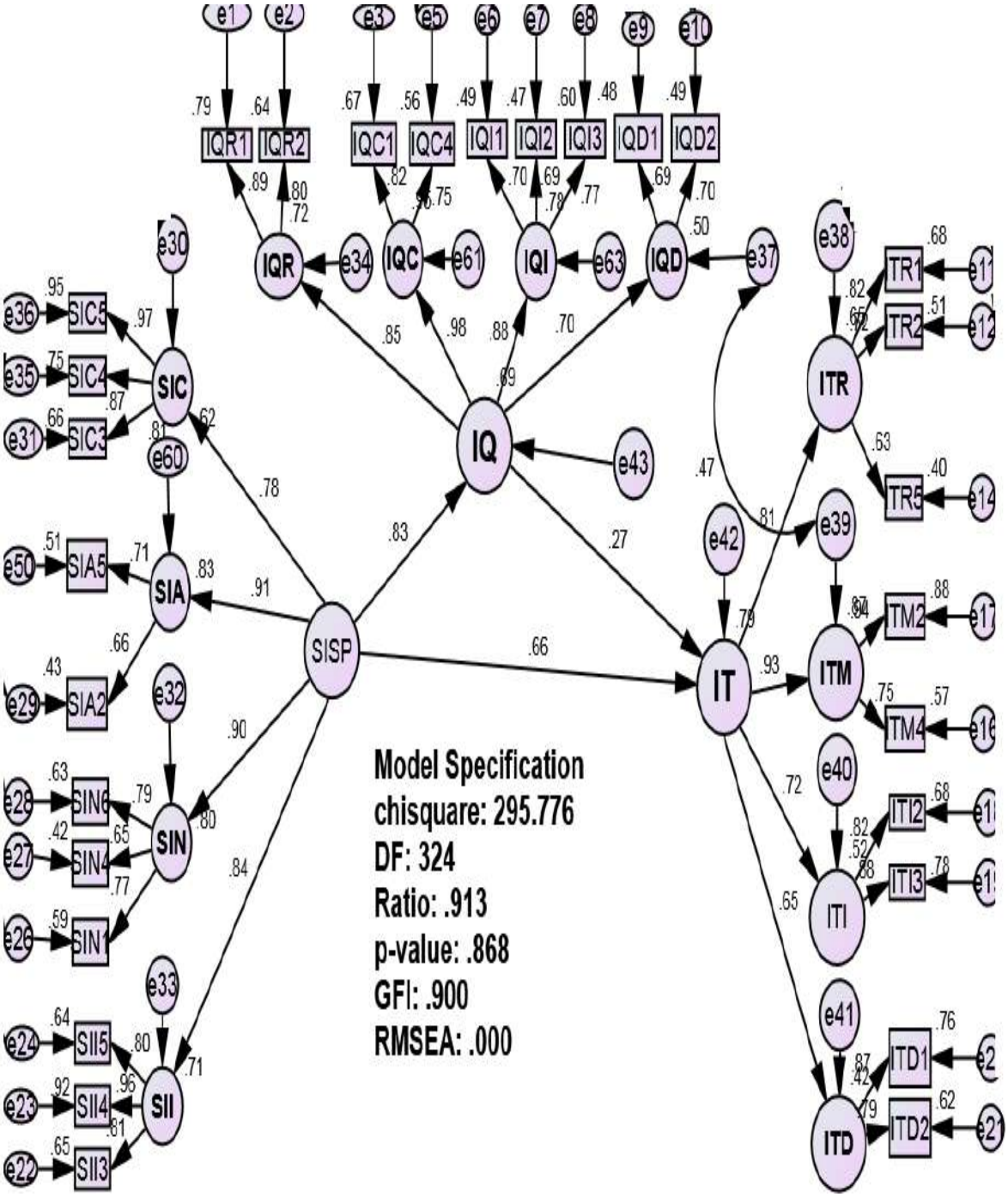
يظهر من الشكل (34) أدناه الأنموذج النهائي لعلاقات التأثير بين متغيرات البحث المكون من ستة وثلاثين فقرة على وفق مؤشرات جودة المطابقة. فلقد أظهرت نتائجه وجود تأثير معنوي طردي قوي لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (SISP) في جودة المعلومة (IQ)، بلغ 0.83، أي ان اعتماد تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في الشركة ينتج عنه جودة للمعلومات لكونها علاقة طردية وهذا ما يثبت صحة الفرضية الاولى. وبالمقابل أظهرت نتائج الفرضية الثانية وجود تأثير معنوي طردي متوسط القوة لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (SISP) في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (BV/IT) بلغ 0.66، أي أن تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يساهم في رفع قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية. اما الفرضية الثالثة فقد أظهرت وجود تأثير معنوي طردي ضعيف لجودة المعلومة (IQ) كمتغير وسيط في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (BV/IT) بلغ 0.27، إذ ان جودة المعلومة في الشركة المبحوثه لها تأثير بسيط في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة. والجدول (47) أدناه يوضح ذلك.

الجدول (47) التأثير بين متغيرات البحث الرئيسة في شركة سيريتل للاتصالات السورية

Path	Estimate	S.E.	C.R.	P
IQ <--- SISP	0.83	0.112	8.291	***
BV/IT <--- SISP	0.66	0.123	4.951	***
BV/IT <--- IQ	0.27	0.095	2.191	***

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

تجدر الاشارة كذلك الى إن جميع تقديرات الأنموذج النهائي لاختبار الفرضيات هي تقديرات معنوية تحت مستوى $P < 0.001$ وكذلك قيم C.R. هي أكبر من 1.96، وهذا مايدل على قبول الفرضيات.



الشكل(34) أنموذج الاثر لمتغيرات البحث وأبعادها الاساسية في شركة سيريتل للاتصالات السورية

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

2- اختبار فرضيات البحث لشركة زين العراق للاتصالات .

أ- اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات البحث

إن الغاية من هذا التحليل هو الكشف عن مدى انعكاس المتغير المستقل وأبعاده على المتغير

الوسيط من جهة، وعلى المتغير المعتمد وأبعاده من جهة أخرى، للتحقق من اتجاه مسارات المخطط الفرضي، وأختبار فرضيات العلاقة (Sekaran & Bougie, 2010: 321-322).

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة.

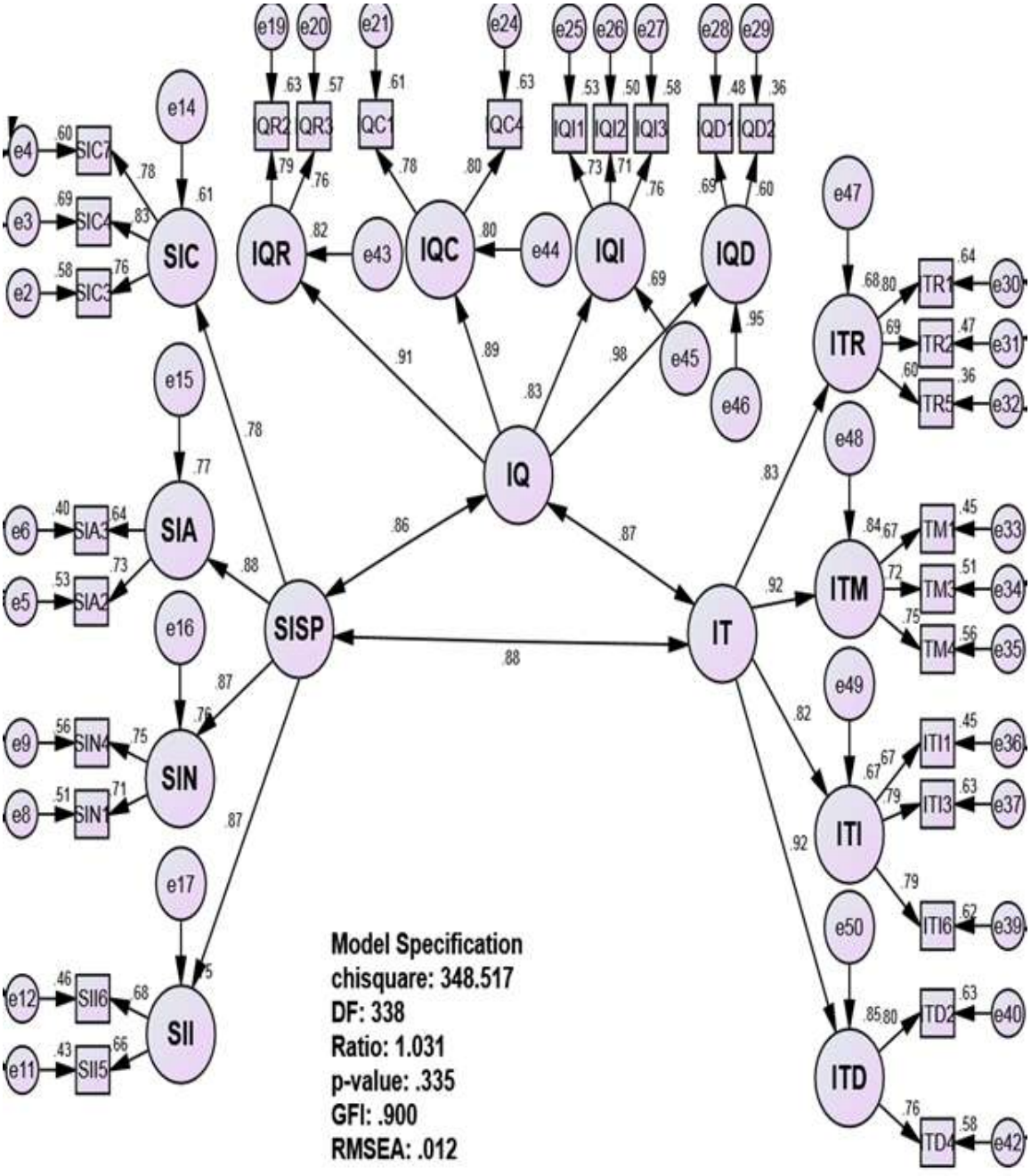
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين جودة المعلومة وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

يظهر من الشكل (35) أدناه الأنموذج النهائي لمتغيرات البحث إذ تتضح نتائج معامل الارتباط البسيط للعلاقة بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (SISP) وجودة المعلومة (IQ) كمتغير وسيط عن وجود علاقة ارتباط 0.86 وهي علاقة إيجابية طردية قوية، وبالتالي هناك أدراك عالي لدى الادارة العليا لشركة زين بأهمية الاسبقيات الاستراتيجية والتي تنسجم مع استراتيجية نظام المعلومات، إضافة الى ان المعلومات التي تمتلكها الشركة بدرجة عالية من الدقة ومتطابقة مع الواقع، وتساهم معلومات الشركة بتوسيع آفاق التحديث والتجديد لإعمالها. اما علاقة الارتباط بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (SISP) وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (BV/IT) كانت 0.88 وهي علاقة إيجابية طردية قوية ايضاً، وبالتالي هناك اتفاق بين الادارة العليا والادارات الفرعية للشركة حول ترتيب اولويات تطوير المشروعات وتحديد فرص الاعمال الجديدة والقدرة على فهم الاعمال وحاجتها للمعلومات، وادراكها لأهمية تكنولوجيا المعلومات وتحسين قيمة الخدمات من خلال تخفيض الوقت اللازم للخدمات الجديدة للعملاء مابعد البيع. وقد حققت علاقة الارتباط بين جودة المعلومة (IQ) كمتغير وسيط وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (BV/IT) 0.87 وهي من العلاقات الإيجابية الطردية القوية ايضاً، وبالتالي فإن المعلومات التي تمتلكها الشركة تنسجم مع

معطيات البيئة التي تعمل بها، واعتمادها الاساليب العلمية في اتخاذ القرارات، ودور الشركة في تحديد اتجاهات السوق وتوقع احتياجات ومتطلبات العملاء وتلبيتها، وقدرتها على توفير الدعم للعملاء من خلال عملية البيع للمنتجات ونظم الدعم الالكتروني.

وعلية يتضح من علاقات الاتباط بين متغيرات البحث، الى قبول فرضيات الارتباط بين نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة وقيمة اعمال تكنولوجيا المعلومات. عنده مستوى دلالة معنوية (0.001).



الشكل (35) أنموذج علاقات الارتباط لمتغيرات البحث وأبعادها الاساسية في شركة زين العراق للاتصالات

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

ب- اختبار التأثير بين متغيرات البحث

- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في جودة المعلومة.

- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لجودة المعلومة في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

ووفقاً لما جاء به (محمود،2011: 283-284) إذ إنَّ قيم معامل الارتباط تتراوح بين (1) , -1)فإذا كانت قيمته موجبة فهذا يعني إنْ الارتباط إيجابي طردي وإذا كانت قيمته تساوي (+1) فيطلق عليه ارتباط تام طردي. اما إذا كانت قيمة معامل الارتباط سالبة، فهذا يعني إنْ الارتباط سلبي(عكسي)، إذا كانت قيمته تساوي (-1) فيطلق عليه ارتباط تام عكسي، أما إذا كانت قيمة معامل الارتباط تساوي (0) فهذا يعني عدم وجود ارتباط .

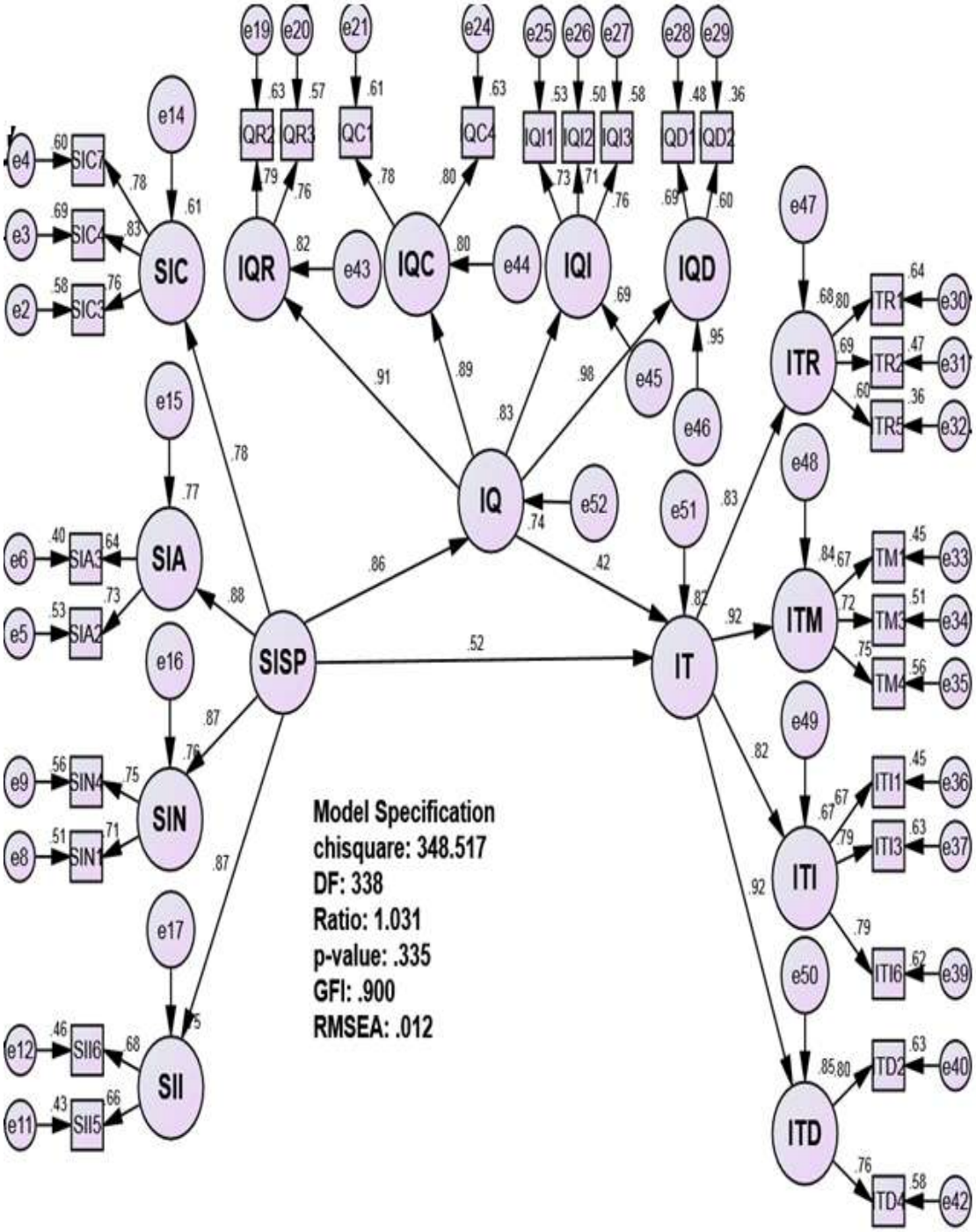
يظهر من الشكل (36) أدناه الأنموذج النهائي لعلاقات التأثير بين متغيرات البحث المكون من ست وثلاثين فقرة على وفق مؤشرات جودة المطابقة، فلقد أظهرت نتائجه وجود تأثير معنوي طردي قوي لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (SISP) في جودة المعلومة (IQ)، بلغ 0.86، أي ان اعتماد تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في الشركة ينتج عنه جودة للمعلومات لكونها علاقة طردية وهذا ما يثبت صحة الفرضية الاولى. وبالمقابل أظهرت نتائج الفرضية الثانية وجود تأثير معنوي طردي متوسط القوة لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي (SISP) في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات(BV/IT) بلغ 0.52 أي ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يساهم في رفع قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية. اما الفرضية الثالثة فقد أظهرت وجود تأثير معنوي طردي ضعيف لجودة المعلومة (IQ) كمتغير وسيط في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (BV/IT)، بلغ 0.42، إذ ان جودة المعلومة في الشركة المبحوثة لها تأثير بسيط في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة. والجدول (48) أدناه يوضح ذلك.

الجدول (48) التأثير بين متغيرات البحث الرئيسة في شركة زين العراق للاتصالات

Path	Estimate	S.E.	C.R.	P
IQ <--- SISP	0.86	.158	6.656	***
BV/IT <--- SISP	0.52	.200	2.856	***
BV/IT <--- IQ	0.42	.150	2.539	***

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

تجدر الاشارة كذلك الى إن جميع تقديرات الأنموذج النهائي لاختبار الفرضيات هي تقديرات معنوية تحت مستوى $P < 0.001$ وكذلك قيم C.R. هي أكبر من 1.96، وهذا ما يدل على قبول الفرضيات.



الشكل (36) أنموذج الاثر لمتغيرات البحث وأبعادها الاساسية في شركة زين العراق للاتصالات

المصدر: مخرجات برنامج AMOS V.20

أنطلاقا من نتائج اختبار الفرضيات الموضحة أعلاه، وبحسب علاقات الارتباط والتأثير، الجدول (49) يوضح المقارنة بين الشركتين.

جدول(49) مقارنة نتائج اختبار الفرضيات للشركتين

نوع العلاقة	شركة سيريتل	شركة زين العراق	شرط القبول
الارتباط بين SISP و IQ	0.80	0.86	إيجابي قوي للشركتين
الارتباط بين SISP وBV/IT	0.87	0.88	إيجابي قوي للشركتين
الارتباط بين IQ وBV/ I T	0.79	0.87	إيجابي قوي للشركتين
التأثير بين SISP و IQ	0.83	0.86	معنوي طردي قوي للشركتين
التأثير بين SISP وBV/IT	0.66	0.52	معنوي طردي متوسط القوة للشركتين
التأثير بين IQ وBV/ I T	0.27	0.42	معنوي طردي ضعيف للشركتين

المصدر: إعداد الباحث

يبين الجدول (49) أعلاه ان نتائج علاقات الارتباط قوية ومتقاربة للشركتين، ايضا التأثير بين المتغيرات كانت متقاربة النتائج، وهذا مؤشر على ان الأنموذج المعتمد يتمتع بمؤشرات اختبار احصائية عالية وهذا ما انعكس على العينة ونتائج كل شركة خاصة وانها طبقت في بيئتين مختلفتين اقتصادياً واجتماعياً.

المبحث السادس

النتائج والتوصيات والمقترحات

يقدم المبحث الحالي خلاصة ما افضت إليه الدراسة، يتم فيه عرض بعض التصورات الجوهرية الواردة في اطارها النظري كأسس فلسفية، فضلاً عن ما توصلت إليه من تحليل وتفسير للجوانب المميزة في اطارها الميداني بعلاقاته بين متغيرات الدراسة، ولتكون النتائج المقدمة المرتكز للعديد من التوصيات والمقترحات نخص بها ادارات الشركتين المبحوثة للاستفادة منها في تطبيق الموضوع الرئيس للدراسة، وعليه فقد تم تبويب هذا المبحث ليشمل الفقرتين الآتيين :

أولاً: النتائج

1- بينت النتائج الاحصائية بأن هناك اتفاق ايجابي اتجاه المتغيرات، على الرغم من ان الشركتين عينة البحث كل منهما في بيئة لها ظروفها المحيطة بها .

2- بينت نتائج التحليل الاحصائي لعلاقات الارتباط بين المتغيرات وابعادها للشركتين عينة البحث بوجود علاقات الارتباط بينهما بلغت مابين (0.63_0.93) وهي علاقة معنوية ايجابية.

3- وجدت الدراسة ان تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في المنظمات الخدمية يؤدي دورا مهما في تفعيل قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات من خلال دعم وتخطيط العملية وتحسين الخدمة وطبيعة العلاقة بين العملاء .

4- اجتاز المخطط الفرضي للبحث والذي تم تحويله الى نموذج فرضي على وفق اسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية، وفق مؤشرات جودة المطابقة المطلوبة لاختبار الصدق البنائي وتراوحت قيمة المؤشرات بين (حالات القبول او القبول المثالي) للنموذج، وهو نموذج فرضي مقبول هيكليا طبقا لهذه المؤشرات، كذلك فهو مقبول احصائيا طبقا لعلاقات الارتباط، ومن هنا فيمكن اعتماد هذا المخطط او النموذج ، للشركتين المبحوثتين.

5- هناك دور لجودة المعلومة كمتغير وسيط مباشر للعلاقة بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وغير مباشر لقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، وهذا يشير الى ان الشركتين سيريتل للاتصالات السورية وزين العراق للاتصالات عليهما ايجاد السبل الكفيلة بالاهتمام بجودة المعلومات .

6- كانت نتائج تطبيق تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في الشركتين قيد البحث مناسبة مما يدل على أهتمام ادارة الشركتين بالقرارات الاستراتيجية وتنفيذ الخطة التي تلبي أهداف الشركة.

7- أظهرت نتائج البحث أن هناك علاقة أرتباط قوية ومعنوية بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في جودة المعلومة كمتغير وسيط إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما(0.80) لشركة سيريتل للاتصالات في سورية و (0.86) لشركة زين العراق للاتصالات.

8- تبين من خلال نتائج البحث أن هناك علاقة أرتباط قوية ومعنوية بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما(0.87) لشركة سيريتل للاتصالات في سورية و(0.88) لشركة زين العراق للاتصالات. الامر الذي يؤشر التقارب بين الشركتين المبحوثه.

9- يوجد هناك علاقة أرتباط قوية ومعنوية بين جودة المعلومة كمتغير وسيط في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (0.79) لشركة سيريتل للاتصالات في سورية و (0.87) لشركة زين العراق للاتصالات.

10- افصحت نتائج التحليل عن وجود علاقات ارتباط معنوية بين جميع فقرات المتغيرات على المستوى الكلي للشركتين عينة البحث، اي وجود علاقة ارتباط معنوية بين المتغيرات (تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، وجودة المعلومة، وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات) ومن هنا نستنتج ان كلما تم تزايد الاهتمام بتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي كلما ارتفعت قيم أعمال تكنولوجيا المعلومات بوجود جودة المعلومة كمتغير وسيط .

11- بينت النتائج ان تطبيق تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي بابعاده كان مرتفعا في شركة سيريتل للاتصالات السورية وشركة زين العراق للاتصالات، وهو ما يؤشر مستوى الاهتمام بالتوجه من قبل الادارات العليا نحو التخطيط واعتماد المعلومات اللازمة لصياغة الاستراتيجيات.

12- أظهرت نتائج اختبار التأثير بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة كمتغير وسيط للشركتين عينة البحث صحة الفرضية الاولى للبحث التي تشير إلى وجود تأثير معنوي طردي وقوي، وهذا مؤشر على أن تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي ينتج عنـــه

جودة معلومات، لكونه تأثير طردي مما ينعكس على القرارات المتخذه من قبل الادارات العليا للشركتين، لأنها تتصف بالمصداقية والموضوعية والوضوح وسهولة الفهم.

13- أظهرت نتائج اختبار التأثير بين تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات للشركتين عينة البحث صحة الفرضية الثانية للبحث التي تشير إلى وجود تأثير معنوي طردي متوسط القوة، وهذا مؤشر على أن تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي يساهم في رفع قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات للشركتين، من خلال تحسين الاتصال والتنسيق بين جميع المستويات التنظيمية، وأعتماد الاساليب العلمية في اتخاذ القرارات الادارية، وتحسين الخدمات عن طريق أدخال تكنولوجيا المعلومات فيها، وتحسين جودة الخدمة المقدمة، وتوفير الدعم للعملاء خلال عملية تسويق المنتجات.

14- أظهرت نتائج اختبار التأثير بين جودة المعلومة كمتغير وسيط وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات للشركتين عينة البحث صحة الفرضية الثالثة للبحث التي تشير إلى وجود تأثير معنوي طردي ضعيف، وهذا مؤشر على أن جودة المعلومة لها تأثير بسيط في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، مما يعني أن التمثيل للمعلومات ضعيف في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، مما ينعكس على طبيعة القرارات والخدمات المقدمة للعملاء وأحتياجاتهم .

15- بينت نتائج المقياس الذي تم بموجبة قياس المتغيرات الثلاثة للبحث في شركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين العراق للاتصالات بدقة النتائج، من خلال إجراء البحث في البيئتين السورية والعراقية .

16- فاقت نسبة الذكور في المواقع الادارية نسبة الاناث في الشركتين ضمن عينة البحث المعتمده، لكن على الرغم من ذلك ظهر ان للعنصر النسائي دور في تنفيذ خطط العمل والمساهمة بنشر تكنولوجيا المعلومات في مختلف الاقسام، مما يعطي مؤشرا باعطاء الشركتين عينة البحث دورا للعنصر النسائي في المناصب الإدارية في الشركتين .

17- تركزت أعمار موظفي الشركتين عينة البحث في مستويات ادارية عديدة (اعضاء مجلس ادارة، ومديرين عامين او مفوضين، ومديري اقسام، ومديري شعب، ومديري وحدات، ومديري مكاتب) ضمن فئة الشباب ومتوسطي العمر، وهذا يعزز سعيهما نحو الانتفاع من الطاقات الشابة، لأن الموظفين في هذا المستوى من العمر يكونون اكثر اندفاعا في العمل لإجراء التعديلات والتغيرات سواء على المستوى الشخصي ام على المستوى المنظمي .

18- ان مستوى اهتمام الشركتين عينة البحث بتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي من وجهة نظر المستجيبين، فوق المتوسط وهذا يعني ان التطبيقات المعتمدة على الحاسوب تساعد الشركتين في تنفيذ خطط العمل وتحقيق اهداف اعمالها، من خلال الارتباط الوثيق مع استراتيجية الاعمال، ونشر تكنولوجيا المعلومات التي تكون منسجمة مع الاحتياجات التنافسية للشركتين عينة البحث، والعمل على تحقيق الاتفاقات العامة بين اصحاب المصالح لتقليل الصراعات وضمان التوافق داخل الشركتين عينة البحث، وتحسين إمكانات نظام التخطيط بمرور الزمن لدعم الشركتين.

19- حقق متغير جودة المعلومة وسطاً حسابياً اعلى من الوسط الفرضي للشركتين عينة البحث، وهي نتيجة تؤكد ان المعلومات الموجودة في الشركتين عينة البحث ذات قيمة للجهات التي تستخدمها وتستفيد منها، كونها تتميز بالدقة والموضوعية والمصداقية، والملائمة في الوقت المناسب والشمولية، وامكانية التفسير وسهولة فهمها من قبل المستفيدين من المعلومات، اضافة الى امكانية الوصول للمعلومات وآمنها.

20- ان الوسط الحسابي لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات أعلى من الوسط الفرضي للشركتين عينة البحث، ممايعكس مستوى لابأس به من زيادة الانتاجية، تحسين الربحية، تحسين علاقات العمل، ميزة تنافسية وكفاءة استخدام الموارد، ودعم عملية التخطيط واتخاذ القرارات من خلال تحسين الاتصال والتنسيق والمرونة التنظيمية، اضافة الى ان تكنولوجيا المعلومات يمكن استخدامها في تطوير منتجات وخدمات جديدة.

21- أظهرت النتائج ان الشركتين عينة البحث توفر الدعم والخدمة للعملاء خلال عملية البيع للمنتجات وما بعد البيع وما يرافق ذلك من تطوير خدمات جديدة لاسيما خدمات الجيل الثالث التي أطلقتها الشركتين، وذلك بالاستفاده مما متوفر من أدوات تكنولوجيا المعلومات تماشياً مع أتجاهات السوق والاستجابة لحاجات العملاء ورغباتهم.

ثانياً: التوصيات

على ضوء النتائج السابقة التي تم التوصل إليها من خلال البحث، يقدم الباحث كمحاولة متواضعة جملة من التوصيات الهامة لإدارة شركة سيريتل للاتصالات وزين العراق للاتصالات وكالاتي:

1- أهمية قيام الشركات بشكل عام، وشركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين العراق للاتصالات خاصة، بتفعيل دور تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في ظل تحول الاقتصاديات نحو اقتصاد المعرفة والاقتصاد الرقمي والتطور السريع في نظام المعلومات.

2- إنشاء وحدة متخصصة ضمن الهيكل التنظيمي لشركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين العراق للاتصالات لتخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي.

3- إشراك الموظفين بدورات تدريبية تخصصية لزيادة مهاراتهم وخبراتهم وبما يمكنهم من التعامل مع نظام المعلومات الاستراتيجي .

4- العمل على ادخال وتحديث تكنولوجيا المعلومات باستمرار لتحسين قيمة الخدمات المقدمة للعملاء.

5- ضرورة حث صناع القرار في شركتي سيريتل للاتصالات في سورية وزين العراق للاتصالات بالاعتماد على تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وما يتوفر فيه من خصائص.

6- العمل على تحقيق جودة المعلومات لمختلف المستويات الادارية للشركتين عينة البحث، من خلال تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي، بما يضمن فاعلية مخرجات النظام لتتلائم مع حاجة متخذي القرارات.

7- التأكيد على تحسين وتطوير إمكانات نظام التخطيط للشركتين عينة البحث بما يسهل امتلاك ونشر تكنولوجيا المعلومات التي تكون منسجمه مع الاحتياجات التنافسية للشركتين.

8- الاستمرار بممارسة وتطبيق عملية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي من قبل الشركتين عينة البحث لتوليد أفكار جديده لإعادة هندسة عمليات الاعمال بالاستفادة من تكنولوجيا المعلومات، ودعم التوجه الاستراتيجي.

9- ضرورة اهتمام الادارات العليا في الشركتين عينة البحث بالجوانب المتعلقة بالأهمية الاستراتيجية للتكنولوجيا الجديده بطرق وأساليب أكثر حداثة وذلك من خلال انسجام استراتيجية نظام المعلومات مع أهداف الشركتين.

10- ضرورة اهتمام ادارة الشركتين عينة البحث بتعزيز مستوى التعاون مع أصحاب المصالح من خلال أبرام الاتفاقيات العامة معهم، لاسيما تلك التي تهتم بتخفيض الصراعات غير البناءَ وضمان مستوى مقبول من التوافق داخل الشركتين.

11- من المهم لادارة الشركتين عينة البحث العمل على الانتفاع من الموارد المتوفره بكافة أنواعها المالية والمادية والبشرية والمعلوماتية وتسخيرها لأجل دعم وتخطيط العملية في الشركتين، وتحسين الخدمات التي تقدمها فضلا عن دخول قطاعات جديده وخدمتها بشكل يفوق المنافسين.

12- إضافة قسم ضمن الهيكل التنظيمي تحت عنوان (إدارة علاقات العملاء) يهتم بتحسين العلاقات مع العملاء ومد جسور التواصل معهم بقصد بقاء الشركتين عينة البحث على مقربة من عملائها حفاظا على عدم تحولهم الى شركات أخرى منافسة.

13- العمل على حماية المعلومات الخاصة بالشركتين عينة البحث والعملاء من المخاطر التي تواجهها نتيجة الخروقات التي قد تحدث بسبب سوء استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات من قبل بعض الموظفين في الشركتين.

14- توعية الموظفين بأهمية تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي ودوره في عملية تحقيق قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات للشركتين عينة البحث، من خلال إقامة دورات تخصصية في هذه الموضوعات، والاستفادة من خبرات الجامعات ولاسيما جامعة دمشق – كلية الاقتصاد.

ثالثاً: المقترحات لدراسات مستقبلية

في ضوء نتائج البحث وتوصياتها، يقترح الباحث إجراء البحوث والدراسات المستقبلية الاتية:

1- العمل على دراسة الابعاد السبعة (دعم وتخطيط العملية، علاقات الموردين ، الإنتاج والعمليات، تحسين المنتج والخدمة، دعم التسويق والمبيعات، علاقات العميل، الحركات التنافسية) لمتغير قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات، او التي تم استبعادها من الدراسة الحالية، واعتمادها في دراسات مستقبلية .

2- ضرورة توجيه نماذج أخرى للمتغيرات لم تبحث في هذه الدراسة.

3- دراسة تشخيصية لتتبع أسباب ضعف العلاقة بين جودة المعلومة في قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات.

4- العمل على إدخال متغيرات جديده الى مخطط البحث واعتماد تصنيفات أخرى لمتغيرات البحث معتمده من قبل باحثين آخرين.

5- اجراء دراسات تتعلق بتأثير تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي في تحقيق الأولويات التنافسية في المنظمات الخدمية او الانتاجية، كدراسة مقارنة.

6 - نظرا لأهمية متغيرات البحث (تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي وجودة المعلومة وقيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات)، فإننا نجد من الضروري إعادة التطبيق او التوسع في تطبيق البحث في منظمات انتاجية او خدمية أخرى، وعينة أوسع من أجل الوصول الى نتائج أكثر شمولية وتتناسب مع بيئة المنظمات السورية والعراقية.

المراجع العربية

أولاً: الكتب:

1. **الحسنية، سليم ابراهيم،** (1998)، " مبادئ نظم المعلومات الادارية "، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

2. **الحسنية، سليم ابراهيم،** (2006)،" نظم المعلومات الادارية، الطبعة الثالثة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

3. **درويش، محمد جمال الدين، مندورة، محمد محمود،** (1994)،" التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات"، سلسلة ثقافة الحاسوب للإدارة العليا(3)، جمعية الحاسبات السعودية، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض.

4. **الزعبي، حسن علي،** (2005)، " نظم المعلومات الاستراتيجية: مدخل استراتيجي"، الطبعة الاولى، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

5. **الطائي، محمد عبد الحسين، الخفاجي، نعمه عباس خضير،** (2009)،" نظم المعلومات الاستراتيجية: منظور الميزة الاستراتيجية"، الطبعة الاولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

6. **العاني، مزهر شعبان،** (2009)،" نظم المعلومات الادارية منظور تكنولوجي"، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

7. **العبادي، هاشم فوزي، العارضي، جليل كاظم،** (2012)،" نظم إدارة المعلومات منظور إستراتيجي"، الطبعة الاولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن

8. **عبيدات، ذوقان، عدس، عبدالرحمن، عبد الحق، كايد،** (2001)، "البحث العلمي مفهومة وأدواتة وأساليبة، الطبعة السابعة، دار الفكر للنشر، عمان.

9. **العمري، غسان عيسى، السامرائي، سلوى أمين،** (2008)،" نظم المعلومات الاستراتيجية مدخل استراتيجي معاصر"، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.

10. **محمود، ايهاب عبد السلام،**(2011)، "البرنامج الإحصائي SPSS V.17: لكل المستويات، مطبعة الدار العربية، العراق.

ثانياً: الدوريات والمجلات العلمية:

1. **أيوب، ناديا حبيب،**(1996)، "أنموذج عام لنظام المعلومات الاستراتيجي"، مجلة جامعة الملك سعود، العلوم الادارية، الرياض، المجلد(8)، العدد(1)، ص ص117- 151 .

2. **الصرن، رعد،** (2013)، "عوامل قياس الجودة في نظم المعلومات المطبقة في شركات الاتصالات"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، المجلد(29)، العدد(1)، ص ص 117- 144.

3. **العرود، شاهر فلاح، شكر، طلال حمدون،** (2009)، "جودة تكنولوجيا المعلومات واثرها في كفاءة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية والخدمية المساهمة العامة الأردنية"، المجلة الأردنية في ادارة الاعمال، عمان، المجلد(5)، العدد(4)، ص ص 475-496.

4. **العلي، عبد الستار محمد، العمري، غسان عيسى،**(2008)، "الاستخدام المشترك لتكنولوجيا المعلومات وادارة المعرفة لتحقيق قيمة عالية لأعمال البنوك التجارية الاردنية"، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 50/14.

5. **العواودة، وليد مجلي، احمد، عودة احمد،**(2011)، "العلاقة بين نظام المعلومات الاستراتيجية والميزة التنافسية": دراسة حالة (شركة مناجم الفوسفات الاردنية العاملة في السوق الدولي)، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية– سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (33)، العدد(4)، ص ص 25-46.

6. **المعموري، علي محمد ثجيل،**(2006)، "أنموذج العمليات الداخلية للمحاسبة عن سلسلة القيمة: مدخل استمرارية القيمة باستخدام ادارة تكاليف الجودة"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العراق، العدد(14)، ص ص318-347 .

7. **النجار، فايز جمعة، الحوري، فالح عبد القادر،**(2008). "جودة المعلومات واثرها في تحقيق المرونة الاستراتيجية": دراسة ميدانية في (شركات صناعة الادوية الاردنية)، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد(30)، العدد(2)، ص ص57-76.

8. **النجار، فريد،**(2004)، "نماذج التحول من المنظمة التقليدية الى المنظمة الرقمية"، ملتقى تحول المنظمات من استخدام الاساليب التقليدية الى استخدام تكنولوجيا المعلومات، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، ص ص189-205.

9. **حتاملة، ابراهيم محمد محمود، عبد المطلب، مهزان،** (2014)، "دور نظم المعلومات الاستراتيجية في التخطيط لادارة الازمات"، المجلة الدولية للبحوث الاسلامية والانسانية المتقدمة، عمان، الاردن، المجلد(4)، العدد(10)، ص ص12-26.

10. **حسين، يسرى محمد،** (2010)، "تكنولوجيا المعلومات وتاثيرها في تحسين مستوى اداء الخدمة الفندقية: دراسة تطبيقية في فندق السدير"، مجلة الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد(85)، العراق، ص ص315-358.

11. **عصفور، امل مصطفى،**(2004)، "نظم المعلومات الادارية"، كلية التجارة – جامعة قناة السويس، ص ص27-44.

12. **محمد، وزيرة يحيى،**(2012)، "علاقة معايير قياس جودة المعلومات الاستراتيجية بمراحل صناعة القرار، بحث تحليلي لاراء رؤساء وأعضاء مجالس الكليات والمعاهد التقنية في الموصل"، مجلة تنمية الرافدين، كلية الادارة والاقتصاد- جامعة الموصل، العراق، المجلد(34)، العدد(110)، ص ص159-178.

13. **منهل، محمد حسين،**(2009)، "اثر جودة المعلومات في رضا الزبون دراسة استطلاعية لاراء عينة من زبائن شركة الخطوط الجوية العراقية"، مجلة الاقتصادي الخليجي، العدد(16)، ص ص106-151.

14. **هواري، معراج، وينتن، يوسف،**(2004)، "دور نظم المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية: دراسة في القطاع الصناعي الجزائري"، مجلة المكتبات والمعلومات، الجزائر، المجلد (14)، العدد (2)، ص ص27-69.

15. **وادي، رشدي عبداللطيف، غنيم، ماهر أحمد محمود،**(2007)، "مدى جودة المعلومات التي تنتجها نظم المعلومات الإدارية المحوسبة في بلديات محافظات غزة"، مجلة جامعة الأقصى، المجلد(11)، العدد(2)، ص ص143-178.

16. **البحيصي، عصام محمد،**(2006)، "تكنولوجيا المعلومات الحديثة واثرها على القرارات الادارية في منظمات الاعمال _ دراسة استطلاعية للواقع الفلسطيني" مجلة الجامعة الاسلامية(سلسلة الدراسات الانسانية)، المجلد (14)، العدد(1)، ص ص155-177.

17. **الجبوري، نصيف جاسم، المالكي، نضال عبدالله ياسين،** (2009)، "تقييم اثر التقانة المحاسبية في تعزيز قيمة الوحدة الاقتصادية": دراسة ميدانية على عينة من المصارف العراقية، مجلة جامعة كربلاء العلمية، العراق، المجلد(7)، العدد(4)، ص ص49-76.

18. **الحيالي، احمد مؤيد عطية،** (2011)، "جودة نظم المعلومات المصرفية ودورها في ادارة الازمات": دراسة ميدانية في عينة من المصارف العراقية _نينوى، مجلة تنمية الرافدين، كلية الادارة والاقتصاد _ جامعة الموصل، المجلد (33)، العدد(104)، ص ص133-151.

19. **الرجى، منصور ناصر، ملكاوي، نازم محمود،** (2012)، "دور نظام المعلومات الاستراتيجي في التخطيط الاستراتيجي" دراسة ميدانية في البنوك الاردنية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة،العدد(33)، ص ص283-305.

20. **الساعدي، مؤيد، زيار، سلمان عبود،** (2013)، "جودة المعلومات وتاثيرها في القرارات الاستراتيجية: دراسة ميدانية في عينة من المصارف العراقية"، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، كلية الادارة والاقتصاد_ جامعة القادسية، العراق، المجلد(15)، العدد(3)، ص ص7-41.

21. **الشجيري، محمد حويش علاوي، المزوري، عابد حسن رشيد،** (2010)، "اثر جودة الابلاغ المالي في قيمة المنشأة: دراسة تطبيقية في عينة من الشركات المدرجة في سوق العراق للاوراق المالية"، جامعة دهوك، ص ص1-29.

ثالثاً: الرسائل والأطاريح الجامعية:

1. **أبوغنيم، أزهار نعمة عبد الزهرة،**(2007)، "المعرفة التسويقية وتكنولوجيا المعلومات وأثرها في الأداء التسويقي: دراسة حالة في الشركة العامة للسمنت الجنوبية "، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق.

2. **البغدادي، عادل هادي حسين،** (2006)،"العلاقة بين التعلم التنظيمي وادارة المعلومات وأثرها في تحقيق قيمة لأعمال المنظمة"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق.

3. **الحسني، عبدالله بن حمود بن محمد،**(2013)، "الأثر بين نظم دعم القرار وجودة المعلومات وفاعلية اتخاذ القرار: دراسة ميدانية في وزارة الخدمة المدنية بسلطنة عُمان"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط ، عمان.

4. **الخزاعلة، خلف**،(2009)، "أثر جودة المعلومات في اتخاذ القرار: دراسة ميدانية في شركة الخطوط الملكية الاردنية "، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية ادارة المال والأعمال، جامعة آل البيت، عمان، الاردن.

5. **الرجى، منصور ناصر**،(2010)، "نظم المعلومات الادارية ودورها في تحقيق الميزه التنافسية: دراسة ميدانية للمصارف التجارية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.

6. **الزبن، نور محمد سالم**،(2013)، "أثر خصائص المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الخطة الإستراتيجية ودور القدرات التنافسية كمتغير مُعدل: دراسة تطبيقية على شركة ألباهاوس في الاردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط ، عمان.

7. **العدوان، شكر**،(2006)، "اثر خصائص المعلومات على فعالية اتخاذ القرارات الادارية في المؤسسات العامة الاردنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الاردنية، عمان.

8. **النعمة، عادل ذاكر نعمة الله**،(2007)، "اثر نظام المعلومات الاستراتيجية في متطلبات التصنيع الاخضر": دراسة لمنظمات مختارة في الموصل ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق.

9. **عتير، سليمان**،(2012)، "دور الرقابة الجبائية في تحسين جودة المعلومات المحاسبية: دراسة حالة مديرية الضرائب لولاية الوادي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضي، بسكرة، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

10. **عثمان، حسين**،(2010)، "اثر جودة المعلومات في ادارة الازمات: دراسة ميدانية لعينة من شركات الاتصالات الاهلية في الصومال"، رسالة ماجستير غير منشورة، إدارة الأعمال، جامعة عدن، اليمن.

11. **علي، عالية جواد محمد**،(2006)، "اثر ادراك الازمة التنظيمية في استراتيجية نظم المعلومات الادارية": دراسة تطبيقية على عينة من القيادات الادارية للكليات الاهلية الجامعة في بغداد، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق.

رابعاً: الندوات والمؤتمرات:

1. **الابجي، كوثر،**(2005)، "استراتيجية التطوير في القطاع المصرفي العربي في مواجهة تحديات العولمة"، المؤتمر العلمي الرابع (الريادة والابداع – استراتيجيات الاعمال في مواجهة تحديات العولمة)، كلية العلوم الادارية والمالية، جامعة فيلادلفيا.

2. الحبيطي، قاسم محسن ابراهيم، الشمام، ماهر علي حسين،(2011)، "التمويل من خارج الميزانية ودورة في رفع قيمة مؤسسات الاعمال"، الملتقى الوطني العلمي، الجزائر.

3. **شعيب، بونوة، عواطف، خلوط** ، (2011)، "اثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ريادة المنظمات الحديثة" مؤتمر اهمية الابداع ودوره في الرفع من اداء المنظمات الحديثة وعلاقته بالتغيير التنظيمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر.

4. **صادق، درمان سليمان،** (2011)، "دور خصائص المعلومات الاستراتيجية في صنع قرارات المزيج التسويقي: دراسة استطلاعية لاراء المديرين في منظمات صناعية مختارة في انتاج المياه المعدنية–اقليم كردستان العراق"، المؤتمر(17) الجمعية المكتبات التخصصية فرع الخليج العربي، مسقط، عمان.

5. **عاصم، خلود،**(2013) دور تكنلوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، العراق.

6. **العنزي، سعد علي حمود، الراوي، مها عبدالكريم حمود،**(2013)، "فلسفة تكوين قيمة منظمة الاعمال باتباع استراتيجيات التنويع"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، العراق.

المراجع الأجنبية:

A. Books:

1. **Buttle, F**.(2004). "Customer Relationship Management: Concepts and Tools.", Elsevier Butterworth Heineman, Oxford.

2. **Digman, L.A.** (1990)."Strategic management: Concepts, Decision, Cases, 2ed, Richard D., Irwin, Inc., Boston.

3. **Earl, M.J**.(2003) Integrating Business and IT strategy – Reframing the Applications Development Portfolio, In Competing in the Information Age – Align in the Sand, 2nd ed. (Luftman, J.N. Ed.), Oxford University Press, Oxford.

4. **Eppler, M. J.** (2006). Managing information quality : increasing the value of information in knowledge-intensive products and processes, 2ed,Berlin: Springer.

5. **Luftman, L., Bullen, A., Liao, Nash & Neumann** (2004) "Managing the Information Technology Resources: Leadership in the Information Age", Pearson Education, New Jersey.

6. **O'Brien, J.A. & Marakas, G.M.**(2011). Managemant information systems, Tenth Edition, McGraw-Hill / Irwin.

7. **Sekaran,U.**(2003)."Research Methods for Business: ASkill Buiding Approach". Fourth edition, John Wiley and Sons Inc, New York, USA, 464.

8. **Sekaran,U.& Bougie, R.** (2010), "Research Methods For Business: A Skill - Building Approach", John Wiley and Sons, Inc.

9. **Schumacker, Randall E. and Lomax, Richard G.(2004)** A Beginners guide to Structural Equation Modeling, London: Lawrence Erlbaum associates, publishers.

10. **Ward,J.,Peppard,J.** (2002). Strategic Planning for Information Systems, Third Edition, John Wiley & Sons Ltd, England.

11. **Wheelen,T.& Hunger,D**.(2010). Strategic Management and Business Policy: Achieving Sustainability "International Edition, Pearson Education ,Inc,Publishing as Prentice Hall,NewJersey.

12. **Word,J.,Griffiths,P**.(1996). Planning for information systems,4ed, John Wiley & Sons Ltd,London.

13. **Galin & Daniel**, 2004softwear quality assurance from theory to implementation

B. Periodicals:

1. **AbuBakar,F.,Suhaimi,M.& Hussain , H.** (2009) ."Conceptualization of Strategic Information Systems Planning (SISP) Success Model in Public Sector : An Absorptive Capacity Approach " EMCIS , PP.1-12.

2. **Ameen, A. B. & Ahmad, K.**(2013). A Conceptual Framework of Financial Information Systems to Reduce Corruption, Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 10th August. Vol. 54 No.1.

3. **Aral, S., & Weill, P.** (2007). "IT assets, organizational capabilities, and firm performance: how resource allocations and organizational differences explain performance variation. Organization Science", 18(5), p.p.763-780.

4. **Ashrafi,R.(2011).**STRATEGIC VALUE OF IT IN PRIVATE SECTOR ORGANIZATIONS IN A DEVELOPING COUNTRY: OMAN, The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries, EJISDC, 47(4).

5. **Bagheri, M. & Paslari, P.** (2008). Analyzing the Influence of Strategic Information Systems Planning for Improving the Supply Chain Management Function, Recent Researches in Circuits, Systems, Communications and Computers, ISBN.

6. **Bechor,T.,Neumann,S.,Zviran,M. &Glezer,C**.(2010),"Acontingency Model for Estimating Success of Strategic Information Systems Planning" Information & managemant ,47, pp.17-29

7. **Bozarth,C**.(2006)."ERP implementation efforts at three firms: Integrating lessone from the SISP and IT-Enabled change literature", International journal of operations & production management, 26(11), p.p.1223-1239.

8. **Broek ,T.V.D.** (2008)."How Network Context Influences Strategic Information System Planning –Two cases from Helsinki's metropolitan area" ,PP.17-32.

9. **Burn,J.M**.(1991)."Stages of Growth in Strategic Information Systems Planning (SISP), IEEE, (4), P.P. 543 – 550

10. **Carty,M. & Lansford,R**.(2009), Using an IT Business Value Program to Measure Benefits to the Enterprise, IT@Intel White Paper,p.p.7

11. **Eppler, M, J,** (2001). Ageneric Framework for information Quality in knowledge – intensive processes. Procedings of the sixth international conference on information Quality, p.p. 334

12. **Fakhraddinmaroofi, Mohabbat, B. & Mohmmad, N.** (2012)." Strategic Information Systems Arrangement:Business Strategy of IS/IT Arrangement ". Asian Journal of Business Management 4(4), pp.327-332.

13. **Gable, G.** (2010).Strategic information systems research: An archival analysis, Journal of Strategic Information Systems, (19), P.P. 3–16

14. **Hemmatfar, M., Salehi, M., & Bayat, M.** (2010). Competitive advantages and strategic information systems. International Journal of Business & Management, 5(7),p.p. 158-169.

15. **Hovelja, T., Rožanec,A.&Rupnik,R**. (2010). Measuring the Success of the Strategic Information Systems Planning in Enterprises in Slovenia Management, 15(2), pp. 25-46.

16. **Irwin,B.**(2010)."strategic information systems planning:Comparing Espouseg beliefs with practice."18th European Conference on Information Systems.,pp.1-12.

17. **Ismail,N.A.,RajaMohd Ali, R.H., Mat Saat, R. & Mohd Hsbollah**, **H.** (2007) , "strategic information systems planning in Malaysian Public Universities " Campus-Wide Information Systems, Vol.24(5),p.p.331-341

18. **Issa-Salwe, A. & Aloufi, K.** (2011). " Integrating Competitive Advantage with Strategic Information Systems Planning: A Review", Academy of Taiwan Information Systems Research Proceedings of Business and Information, Vol 8, (1) .

19. **Issa-Salwe, A. M. Sharif, L. & Ahmed, M .** (2011). Strategic Information Systems Planning as the Centre of Information Systems Strategies, International Journal of Research and Reviews in Computer Science, Vol. 2, No. 1, P.P.156-162.

20. **Issa-Salwe, A.& Aloufi, K.,** (2010). Integrating Competitive Advantage With Strategic Information systems Planning: A Review, P.P.1-11.

21. Jorfi, S., Nor, K.,Najjar,L.& Jorfi,H. (2011) "The Impact of IT Flexibility on Strategic Alignment: With Focus Export "International Journal of Business and Management ,Vol.6, No.8,pp. 264-270**.**

22. Kahn, B. K, Strong. D. M & Wang, R. Y, (2002). Information Quality Benchmarks: product and Service performance, A CM 45 No. 4, P. 188

23. **Kahn,B. K. & Strong, D. M.** (1998). Product and service performance model for information quality: An update, Communications of ACM.

24. **Khalil , O.E.M, Strong D.M. , Kahn B. k.& Pipinol. L.L.**(1999). Teaching Information Quality in Information Systems Undergraduate Education , Information Science , Vol.2,No.3, PP.53-59.

25. **Khani,N.,Nor ,K.M.,Hakimpoor,H,Bahrami,M**., **Salavati,S.** (2011). IS/IT capability and Strategic Information System Planning (SISP) Success. International Journal of Managing Information Technology (IJMIT) Vol.3, No.3, PP.28-37.

26. **Klein, B. D.** (2002) When do Users Detect Information Quality Problems on The World Wide Web ? Americas Conference on Information Systems, pp.1101-1103.

27. **Knight , S. & Burn , J**.(2005).Developing a Framework for Assessing Information Quality on the World Wide Web. Informing Science, Vol.8,PP.159-172.

28. **Kraemer, K. L., Gurbaxani, V. & Dunkle, D.** (1996a). Executive Assessments of Business Value from I/T Investments, Center for Research on Information Technology and Organizations, University of California, Irvine.

29. **Kraemer, K. L., Gurbaxani, V., Dunkle, D. & Vitalari, N**. (1996b). Business Value of Information Technology (Customer Intimacy), Center for Research on Information Technology and Organizations, University of California, Irvine.

30. **Kraemer, K., Gurbaxani, V., Dunkle, D. & Vitalari, N.** (1995). Business Value of Information Technology: Eight Dimensions of Business

Value, Center for Research on Information Technology and Organizations, University of California, Irvine, P.P. 1-6.

31. **Kraemer, K., Gurbaxani, V., Mooney, J., Dunkle, D.,& Vitalari, N.** (1994). The Business Value of Information Technology in Corporations, Center for Research on Information Technology and Organizations, University of California, Irvine, pp.1-12

32. **Lech, P.** (2007) Proposal of a Compact IT Value Assessment Method,The Electronic Journal of Information Systems Evaluation, 10, 1, 73-82.

33. Lederer A. & Salmela H. (1996**)**. Toward a theory of strategic IS planning, Journal of Strategic Information Systems, 5(3), pp. 237-253.

34. **Lederer, A.L., Sethi, V.** (1998). Seven Guidelines for Strategic Information Systems Planning. Information Strategy:The Executive's Journal.

35. **Lee, Y. W. & Strong, D. M.** (2003).Knowing-Why About Data Processes And Data Quality. Journal of Management Information Systems, Vol.20, No.3, PP.13-39.

36. **Lee,Y., Strong ,D., Kahn ,B.& Wang ,R.** (2002) , AIMQ: a methodology for information quality assessment, Information & Management 40 , P. 134

37. **Lindfelt, L-L. & J-Å. Törnroos**.(2006). Ethics and Value Creation in Business Research – comparing two approaches,European Journal of Marketing.40:3/4.

38. **Maçada, A. G., Beltrame, M. M., Dolci, P. C.& Becker, J. L**.(2012). IT Business Value Model for Information Intensive Organizations, BAR, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, art. 3, PP. 44-65.

39. **Mahmood, M. A.,Gemoets, L., Hall, L., López, F. J., & Mariadas, R**.(2008)." Measuring e-Commerce technology enabled business value: an exploratory research, International Journal of E-Business Research, 4(2),P.P. 48- 68.

40. **Marthandan,G. & Meng,T. C**.(2010).Thirst for business value of Information Technology, International Journal of Technology Diffusion, 1(1).P.P. 28-40

41. **McBride , N.** (2000). " To Wards Adynamic Theory of Strategic Information Systems Planning", pp.1-14.

42. **Melville, N., Kraemer, K. and Gurbaxani, V.** (2004). "Review: Information Technology and Organizational Performance: An Integrative Model of IT Business Value". MIS Quarterly, 28(2), pp. 283-322.

43. **Mendonca, J. A.** (2003) , A Model and Sample Case for Teaching the Business Value of Information Technology, Journal of Information Technology Education, Vol. 2 , P. 64

44. **Motjolopane, R. & Lutu, N.** (2012). Improving Data Quality in The Banking Supervisory Data of Southern Africa Central Banks. The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries, Vol.50, No7, PP. 1-22.

45. **Newkirk , H.E. & Lederer ,A.L**.(2006b). Incremental and Comprehensive Strategic Information systems Planning in an Uncertain Environment.IEEE Transactions on Engineering Management , August , 53(3) , PP.380-394.

46. **Newkirk, H.E. & Lederer, A.L.** (2006a).The effectiveness of strategic information systems planning under environmental uncertainty. Information & Management,(43), PP.481-501.

47. **PoPovic,A., Turk,T.,& Jaklič,J**.(2010).Conceptual model of business value of business intelligence systems, Management, Vol. 15,1, p.15

48. **Prasad, A.,** (2008)."Information Technology and Business Value In Developing Economies: A Study Of Intangible Benefits Of Information Technology Investments In Fiji" The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries ,34,2,PP.1-11

49. **Rawani. A. M.& Gupta. M. P**. (2002). "Strategic Information Systems Planning in the Banking Sector-A Path Analytic Model Study in the Indian Context", Asian Academy of Management Journal, 7(2), pp.67–86.

50. **RUŽEVIČIUS, J. & GEDMINAITĖ,A.**(2007). Peculiarities of The Business Information Quality Assessment . Vadyba /Management, Nr.1(14),PP.54-60.

51. **Sanabria,J. A., Aldana,Y.& Aldana,C**.(2010). A software tool for teaching and training how to build and use matrixes in strategic information systems planning,INGENIERÍA E INVESTIGACIÓN 30(3), P.P. 131-139

52. **Segars, A. H. & Grover, V.** (1999)." Profiles of Strategic Information Systems Planning". Information Systems Research 10 (3),pp. 199–232.

53. **Shirazi, M. A. & Soroor, J.** (2007). An intelligent agent-based architecture for strategic information system applications, Knowledge-Based Systems (20), P.P.726 –735

54. **Silvius, A.J.** (2006). Does ROI Matter? Insights into the true Business Value of IT. The Electronic Journal of Information Systems Evaluation, 9, 2, 93-104.

55. **Silvius,A.G.J.& Stoop,J**.(2013). The Relationship between Strategic Information Systems Planning Situational Factors, Process Configuration

and Success, Journal of International Technology and Information Management,22(1).

56. **Smith,M., Apfel,L.& Mitchell,R**. (2006), The Gartner Business Value Model: A Framework for Measuring Business Performance, Gartner,P.P.9

57. **Spremic,M.&Strugar,I.**(2002)."Strategic IS planning practise in Croatia Organizational and managerial challenges", International Journal of Accounting Information Systems,(3), P.P. 183–200

58. **Stahl, B. C.** (2000). The Moral and Business Value of Information Technology: What to do in Case of a Conflict?, University College Dublin, Ireland.

59. **Tallon, P.P., Kraemer, K.& Gurbaxani, V.,**(1997)."The Development and Application of a Value-based Thermometer of IT- Business Value". Center for Research on Information Technology and Organizations, University of California, Irvine, pp.1-34.

60. **Tallon, P.P. , Kraemer, K.& Gurbaxani, V.** (2001). Executives' Perceptions of the Business Value of Information Technology: A Process-Oriented Approach, Center for Research on Information Technology and Organizations, University of California, Irvine, P.P.1-47.

61. **Tallon,P.P, Kraemer,K. , Gurbaxani, V.** ,(1999)." Fact or Fiction: The Reality Behind Executive Perceptions of IT Business Value",Center for Research on Information Technology and Organizations.

62. **Tutzauer, C. & Sanders, L.** (1999). Strategic Information Systems Planning Success: Refinement of Segars and Grover's Measurement Model, MIS Quarterly, P.P. 1-31.

63. **Vries,M. & Rensburg,A.C.J.**(2008). ENTERPRISE ARCHITECTURE – NEW BUSINESS VALUE PERSPECTIVES, South African Journal of Industrial Engineering, 19(1),P.P. 1-16

64. **Wagner, Heinz-Theo &Weitzel, Tim**.(2005)."The Role of Alignment for Strategic Information Systems: Extending the Resource Based Perspectiveof IT ", AMCIS Proceedings, pp.3421-3427.

65. **Wang , R.Y. & Strong, D.M.** (1996). Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Consumers. Journal of Management Information Systems , Spring , PP.5-33.

66. **Wang, R. Y.** (1998). A product perspective on total data quality management. Communications of the ACM, 41(2), pp.58-65.

67. **Wang,S.&Wang**,H.(2009). Rough set analysis for total information quality managemant, ASAC, , Ontario.

68. **Wilkin, Carla L. & Cerpa, N**.(2012). "Strategic Information Systems planning : An Empirical Evaluation of Its Dimensions " Journal of Technology Management & Innovation, Vol 7, (2),pp.52-62.

69. **Winder, R.& Ismail, I**.(2001)." A Study of The Obstacles to Increased Stakeholder Participation in Strategic Information Systems Planning" International Journal of Business and Management, 2(5), pp.33-51.

70. **Yang , J.,Tanner, K. & Kuzic, J**. (2011)."Enablers and Inhibitors of SISP: A Case Study of a Korean Large Corporation "Communications of The IBIMA , PP.1-16 .

71. **Zhou,K**.(2011), Communicating Business Value of IT, Gartner,P.3

C. Theses and dissertations:

1. **Amaio, Tracy. E**. (2009) , "Exploring and Examining the Business Value of Information Security: Corporate Executives' Perceptions" , Dissertation Submitted to North central University Graduate Faculty of the School of Business and Technology Management in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of PhIilosophy.

2. **Fergerson, B.**(2012). Key Stages of Strategic Information System Planning (SISP) Methods and Alignment to Strategic Management Planning Concepts, Applied Information Management and the Graduate School of the University of Oregon in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Science.

3. **Kisubika,P.** (2011)." Assessing and enhancing the information quality maturity level in an organisation, master thesis, Master of Science in business information technology school of management and governance. university of twente, enschede, netherlands.

4. **Peng, Y.** (2002). " Information Quality of the Jordan Institute for Families Web Site ", A Master's paper submitted to the faculty of the School of Information and Library Science of the University of North Carolina at Chapel Hill in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Information Science, Chapel Hill, North Carolina.

5. **Richardson. D. J.**,(2009)." Correlationally Assessing The Relationship Of Information Technology Investments In Electronic Medical Records to Business Value",A Dissertation Presented in Partial Fulfillment Of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy, Capella University.

6. **Sulistyo, P**.(2009). Inter-Organizational Strategic Information Systems Planning (IOSISP) in Network Perspective: How Network Governance Influences IOSISP Effectiveness, Evaluation of Healthcare, Government and Logistic/Transport Industry Sectors in the Netherlands, Master Thesis, Faculty of Electrical Engineering, Mathematics and Computer Science (EEMCS), University of Twente, Enschede, The Netherlands.

7. **Tallon, P. P.** (2000). "A process – Oriented Assessment of the Alignment of Information Systems and Business Strategy: Implications for IT Business Value". University of California Irvine, Dissertation submitted in partial satisfaction of the requirements for the degree of doctor of philosophy in management.

8. **Xu, H.**,(2003). "Critical Success Factors for Accounting Information Systems Data Quality", A dissertation submitted For the award of Doctor of Philosophy ,University of southern queensland.

D. Seminars and conferences:

1. Al–Hakim, L, (2004), Informatin Quality Function Deployment. Proceedings of the Ninth international conference on Information Quality (ICIQ), p. 172.

2. **Altameem, A., Aldrees, A.. & Alsaeed, N.** (2014). "Strategic information systems planning, Proceedings of the word congress on engineering and computer science, (WCECS), v.1, 22-24 October, San Francisco, USA.

3. **Brown,I**.(2010)."strategic information systems planning: Comparing-Espouseg beliefs with practice." European Conference on Information Systems.,pp.1-12.

4. **Byrd,L. W. &Byrd, T. A.** (2012). "Developing an Instrument for Information Quality for Clinical Decision Making", 45th Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS.

5. **Falconer, D. J. & Hodgett, R. A.**(1995).Strateg Information Systems planning , an Australia Experience, Pacific Asia Conference on Information Systems, (PACIS).

6. **Glowalla, P., Balazy, P., Basten, D. & Sunyaev, A.** (2014)." Process - driven data Quality Management – An Application of the Combined Conceptual Life Cycle Model", 47th Hawaii International Conference on System Science, HICSS.

7. **Habermann,K. & Pousttchi,k**.(2009).Requirements on IT business value measures for mobile-integrated business processes, 17th European Conference on Information Systems, ECIS , Verona, Italy.

8. **Hevner, A. R. & Studnicki, J.** (2000). "Strategic Information Systems Planning with Box Structures, Proceedings of the 33rd Hawaii International Conference on System Sciences, IEEE.

9. **Khani,N.,Nor,K.,Samani,M.,B.&Hakimpoor,H**.(2012).Antecedents,Drivers, and Success of Strategic Information Systems Planning: A Resource-Based View, Procedia - Social and Behavioral Sciences 40, International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management,P.P. 334 – 340.

10. **Liu, L. & Chi, L. N.** (2002). Evolutional Data Quality: A Theory- Specific View, Proceedings of the Seventh International Conference on Information Quality, PP. 292-304.

11. **Pant, S., & Hsu, C.** (1995). "Strategic information system planning: A Review", International conference on Information Resource Management, Atlanta, Georgia.

12. **Picoto,W.N.,Palma-dos-Reis,A.&Bélanger,F**. (2010) . How does mobile business create value for firms? Ninth International Conference on Mobile Business / 2010 Ninth Global Mobility Roundtable, IEEE.

13. **Tian,C.,Cao,R.& Lee,J**.(2007).Business Value Analysis of IT Services, International Conference on Services Computing, IEEE.

14. **Warr,A**.(2005)."A Study of the Relationships of Strategic IS Planning (SISP)" Approaches, Objectives And Context With SISP Success In UK Organizations, ECIS, Proceedings.

E. Internet:

1. **www.syriatel.sy/ar/about-us**
2. **http://investorrelations.syriatel.sy/userfiles/images/Arabic11.jpg**
3. **www.eyeirag.com**

الملاحق

ملحق (1)

الاستبانة النهائية الموزعة على العينة

جامعة دمشق

كلية الاقتصاد

قسم إدارة الأعمال

الدراسات العليا

م/ استبانة

الأخت الفاضلة.....الأخ الفاضل

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تعد استمارة الاستبانة التي بين ايديكم ، مقياساً لمتغيرات الدراسة الموسومة (**دور تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لجودة المعلومة في قيمة الأعمال**) دراسة مقارنة بين شركتي سيريتل للاتصالات – سورية وزين للاتصالات – العراق، والتي تشكل جزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال .

نود أن نتقدم لكم بوافر الشكر والامتنان سلفاً لأنكم ستخصصون جزءً من وقتكم الثمين للإجابة على فقراتها وذلك بوضع علامة (√) أمام الخيار الذي يعبر عن وجهة نظركم.

ولا داعي لذكر الاسم أو العنوان، كما يرجى عدم ترك أية فقرة دون إجابة وان هذه الاستبانة مصممة لأغراض البحث العلمي حصرا .

وتفضلوا بقبول فائق الشكر والتقدير لتعاونكم واستعدادكم على الاجابة

الباحث	المشرف المشارك	اشراف
فراس عدنان عباس	**د. إحسان دهش جلاب**	**د. يونس يوسف عواد**

التعريفات الاجرائية لمتغيرات الدراسة .

اولا: تخطيط نظام المعلومات الإستراتيجي : Strategic Information system planning(SISP)

هو عملية تحديد مجموعة من التطبيقات المعتمدة على الحاسوب التي تساعد المنظمة في تنفيذ خطط العمل وتحقيق أهداف أعمالها .

وقد اعتمد الباحث في تحديد مؤشرات تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي على مقياس Segar & Grover , (1998).

1. المحاذاة: Alignment

يقصد بها لأغراض هذه الدراسة (ذلك البعد الذي يعتبر واحد من العوامل الرئيسة لنجاح تخطيط نظام المعلومات الإستراتجي بالارتباط الوثيق مع استراتيجية الاعمال ، حيث يساعد هذا البعد على تسهيل امتلاك ونشر تكنولوجيا المعلومات التي تكون منسجمة مع الاحتياجات التنافسية للمنظمة .

2. التحليل: Analysis

يقصد به لأغراض هذه الدراسة (فهم العمليات الداخلية للمنظمة كالإجراءات والعمليات والتكنولوجيا الحالية)

3. التعاون: Cooperation

يقصد به لأغراض هذه الدراسة (تحقيق الاتفاقات العامة بين أصحاب المصالح لتقليل الصراعات وضمان التوافق داخل المنظمة)

4. تحسين القدرات: Improvement in Capabilities

يقصد بها لأغراض هذه الدراسة (تحسين إمكانات نظام التخطيط بمرور الزمن لدعم المنظمة)

ثانيا: جودة المعلومات: Information Quality (IQ)

وهي الدرجة التي تقدم بها المعلومات قيمة الى الذين يستخدمونها والى المنظمة بشكل عام ، والتي تحدد بأبعاد وخصائص ، حيث تقيس مستوى جوده المعلومات التي تم الحصول عليها من مصادر خارجية او داخلية .

وقد اعتمد الباحث في تحديد جودة المعلومات على ابعاد وخصائص (Wong & Strong , 1996)

1. الواقعية: Intrinsic

يقصد بها لأغراض هذه الدراسة (على ان المعلومات لديها جوده في حد ذاتها ، والدقة والموضوعية والمصداقية هي خصائص هذا البعد) .

2. السياقية: Contextual

يقصد بها لأغراض الدراسة (بأن جودة المعلومات ضمن سياق المهمة التي بين أيدينا ، ويجب ان تكون المعلومات ملائمة ، في الوقت المناسب وشمولية من حيث كمية المعلومات وحداثتها للاستفادة منها عند تقديمها وتداولها في المنظمة) .

3. التمثيل: Representational

يقصد بها لأغراض الدراسة (جوانب التنسيق وعرض المعلومات ، والذي يتطلب نظم معلومات للحصول على معلومات موجزه وامكانية التفسير وسهولة الفهم من قبل المستخدمين للمعلومات) .

4. امكانية الوصول: Accessibility

يقصد بها لأغراض الدراسة (امكانية الوصول الى المعلومات ، ويجب ان يكون نظام المعلومات متاح وامناً)

ثالثاً: قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات : Business value of Information Technology

تعني زيادة الانتاجية ، تحسين الربحية ، تحسين علاقات العمل ، ميزة تنافسية وكفاءة استخدام الموارد.

وقد اعتمد الباحث في تحديد قيمة أعمال تكنولوجيا لمعلومات على ابعاد (Tallon et al., 1997)

1. دعم وتخطيط العملية: Process planning & Support

يقصد بها لأغراض الدراسة (تحسين توفير المعلومات لأغراض التخطيط واتخاذ القرارات من خلال تحسين الاتصال والتنسيق المرونة التنظيمية ، وتأثير تكنولوجيا المعلومات على عملية التخطيط والرقابة سوف تؤثر على سلسلة القيمة) .

2. تحسين الخدمة: Service Enhancement

يقصد بها لأغراض الدراسة (أن تكنولوجيا المعلومات يمكن استخدامها في تطوير خدمات جديدة ، وتكنولوجيا المعلومات يمكن ان تتيح الخدمات لتكون متميزة بشكل فريد في مجموعة متنوعة من الطرق) .

3. دعم التسويق والمبيعات: Sales & marketing Support

يقصد بها لأغراض الدراسة (تطوير منتجات وخدمات جديدة تمكن المنظمة في خدمة قطاعات السوق الجديدة ، وتكنولوجيا المعلومات يمكن استخدامها لتتبع اتجاهات السوق والاستجابة لبرامج التسويق) .

4. علاقات العملاء: Customer Relations

يقصد بها لأغراض الدراسة (تحسين العلاقات مع العملاء ، وينتج عنه تحسن في حصة المنظمة في السوق . وتكنولوجيا المعلومات يمكن ان يكون لها تأثير واضح على قدره المنظمة لتحقيق الميزة التنافسية) .

اولاً: المعلومات الديموغرافية

اسم الشركة .....

النوع الاجتماعي :

ذكر ..... أنثى .....

العمـــــر:

أقل من 25 سنة..... 25 وأقل من 35 سنة.....35 وأقل من 45 سنة.....45 سنة فما فوق.....

المؤهل العلمي :

أقل من الثانوية..... ثانوية أو معهد..... جامعة فأكثر.....

عدد سنوات الخبرة :

أقل من 5 سنوات..... من 5 – 10 سنوات..... من 11 – 15 سنة..... 16سنة فما فوق.....

ثانيا: تخطيط نظام المعلومات الإستراتيجي (SISP)

ت	الابعاد	الفقرات	مقياس الاستجابة				
			اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
1	المحاذاة	تدرك الادارة العليا للشركة الاسبقيات الاستراتيجية .					
2		تنسجم استراتيجية نظام المعلومات مع الخطة الاستراتيجية للشركة .					
3		يتم تبني اهداف نظام المعلومات التي تنسجم مع اهداف الشركة .					
4		هناك فهم متبادل مع الادارة العليا للشركة حول دور نظام المعلومات في دعم الاستراتيجية .					
5		يجري تحديد الفرص المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات لدعم التوجه الاستراتيجي للشركة .					
6		هناك أدراك عالي لدى الادارة العليا للشركة لأهمية تكنولوجيا المعلومات .					
7		الشركة تعتمد التكنولوجيا في احداث التغيير الاستراتيجي .					
8		تقوم الادارة العليا لشركة بتقييم الاهمية الاستراتيجية للتكنولوجيا الجديدة .					
9	التحليل	تتمكن الادارة العليا لشركة من تحديد المعلومات المطلوبة من قبل الوحدات التنظيمية الفرعية .					
10		تتمكن الادارة العليا لشركة من تحديد فرص التحسين في العمليات الداخلية بالاستفادة من تكنولوجيا المعلومات .					
11		تعمل الادارة العليا على تحسين فهم الكيفية التي تعمل بها الشركة في الواقع .					
12		تناقش الادارة العليا للشركة تطوير مخطط هياكل العمليات التنظيمية .					
13		يجري مراقبة العمليات الداخلية المطلوبة وقابلية نظام المعلومات على تلبية ذلك .					
14		تدرك الادارة العليا في الشركة ضرورة تغيير العمليات والاجراءات التنظيمية .					
15		تسعى الادارة العليا لشركة الى توليد افكار جديدة لإعادة هندسة عمليات الاعمال بالاستفادة من تكنولوجيا المعلومات .					
16		لدى الادارة العليا فهم حول البيانات والتطبيقات وغيرها من التكنولوجيات المستخدمة في الشركة .					

ت	الابعاد	الفقرات	مقياس الاستجابة				
			اتفق تماما	اتفق	محايد	لا أتفق	لا اتفق تماما
17	التعاون	تتجنب الادارة العليا احداث التغييرات التي من شأنها ان تعيق تطوير النظم الرئيسة في الشركة .					
18		هناك اتفاق عام بين الادارة العليا والادارات في الشركة حول مخاطر وعلاقات مشروعات نظام المعلومات .					
19		يوجد بين الادارة العليا لشركة والادارات الفرعية قاعدة موحدة لترتيب اوليات تطوير المشروعات .					
20		يوجد خطوط اتصال مفتوحة بين الادارة العليا ومختلف الادارات في الشركة .					
21		هناك تنسيق لجهود التطوير بين الادارة العليا والادارات في الشركة .					
22		يتم تبني طرائق المعالجة الممكنة لمواجهة مقاومة تطبيق خطط نظام المعلومات في الشركة .					
23		يوجد دليل واضح حول المسؤولية الادارية عن تطبيق خطة الشركة .					
24	تحسين القدرات	تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على تشخيص المشاكل الرئيسة .					
25		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على تحديد فرص الاعمال الجديدة .					
26		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على موائمة استراتيجية نظام المعلومات مع الاستراتيجية التنظيمية .					
27		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على توقع المفاجئات والازمات .					
27		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على فهم الاعمال وحاجتها للمعلومات .					
29		هناك مرونة لدى الشركة للتكيف مع التغيرات غير المتوقعة .					
30		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على تحقيق التعاون بين المستخدمين لخطط نظام المعلومات .					

ثالثاً: جودة المعلومات (IQ)

ت	الابعاد	الفقرات	مقياس الاستجابة				
			اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
1	الواقعية	تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بدرجة عالية من الدقة وخالية من الخطأ تقريبا .					
2		تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بالمصداقية ومتطابقة مع الواقع على النحو الصحيح .					
3		تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بالموضوعية وغير متحيزة .					
4	السياقية	تتسجم المعلومات التي تمتلكها الشركة مع معطيات البيئة التي تعمل بها .					
5		لدى الشركة القدرة على تقديم المعلومات بالوقت المناسب .					
6		تمتاز المعلومات التي تمتلكها الشركة بشموليتها لطبيعة إعمالها .					
7		تساهم معلومات الشركة بتوسيع أفاق التحديث والتجديد لإعمالها .					
8	التمثيل	لدى الشركة القدرة على تقديم المعلومات باللغات المناسبة والرموز والتعريفات الواضحة .					
9		تمتاز معلومات الشركة بالوضوح وسهولة الفهم .					
10		تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بكونها موجزة ومقتضبة .					
11	بعد امكانية الوصول	المعلومات التي تتوفر في الشركة يمكن استرجاعها بسهولة وبسرعة .					
12		تمتلك الشركة وسائل خاصة لحماية معلومات زبائنها .					

رابعاً: قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (B.V/IT)

ت	الابعاد	الفقرات	مقياس الاستجابة				
			اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
1	دعم وتخطيط العملية	تعمل الشركة على تحسين الاتصال والتنسيق بين جميع المستويات التنظيمية .					
2		تعمل الشركة الى اعتماد التخطيط الاستراتيجي .					
3		تعمل الشركة الى اعتماد وتطوير هياكل تنظيمية جديدة .					
4		تعمل الشركة الى اعتماد الاساليب العلمية في اتخاذ القرارات الادارية .					
5	تحسين الخدمة	تسعى الشركة الى تحسين قيمة الخدمات عن طريق ادخال تكنولوجيا المعلومات فيها .					
6		تسعى الشركة الى تخفيض تكاليف تصميم وتطوير الخدمات الجديدة .					
7		تسعى الشركة الى تخفيض الوقت اللازم لتطوير الخدمات الجديدة .					
8		تسعى الشركة الى تحسين جودة الخدمة .					
9		تقدم الشركة فرص لدعم ابتكار الخدمة .					
10		تسعى الشركة الى وصول الخدمات الى السوق في الوقت المحدد .					
11	دعم التسويق والمبيعات	تقوم الشركة بدور هام في تحديد اتجاهات السوق .					
12		تستطيع الشركة توقع احتياجات ومتطلبات الزبائن وتلبيتها .					
13		استطاعت الشركة زيادة مبيعاتها من خلال الاعتماد على مندوبي المبيعات .					
14		تعتمد الشركة على أساليب دقيقة للتنبؤ بالمبيعات .					
15		لدى الشركة مرونة في الاستجابة لاستراتيجيات تسعير المنافسين .					
16	علاقات العملاء	توفر الشركة الدعم والخدمة للعملاء ما بعد البيع .					
17		تمتلك الشركة مرونة في الاستجابة لاحتياجات العملاء .					
18		تحرص الشركة على تقديم المنتجات والخدمات التي يحتاجها العملاء .					
19		قدره الشركة على توفير الدعم للعملاء خلال عملية البيع للمنتجات .					
20		تحرص الشركة على اعتماد عملاء الموقع على نظم الدعم الالكتروني .					

ملحق (2)

الاستبانة المحكمة

جامعة دمشق

كلية الاقتصاد

قسم إدارة الأعمال

الدراسات العليا

م/ تحكيم استبانه

الأستاذ الفاضل ..... المحترم

تعد استمارة الاستبانة التي بين ايديكم ، مقياساً لمتغيرات الدراسة الموسومة (**دور تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي لجودة المعلومة في قيمة الأعمال**) دراسة مقارنة بين شركتي سيريتل للاتصالات – سورية وزين للاتصالات – العراق، والتي تشكل جزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال.

ونظراً لما نتوسمه فيكم من خبرة ودراية في هذا المجال أرجو قراءة العبارات والتفضل بأبداء رأيكم حول الأبعاد والفقرات الواردة في الاستبانة، مع بيان الملاحظات الضرورية التي تخدم الدراسة في ضوء المحاور الاتية:

1. هل أن الفقرات تقيس متغيرات الدراسة الأساسية ؟
2. مدى وضوح كل فقرة مندرجة تحت كل بعد ، وقياس الغرض الذي وضعت من أجلة ؟
3. مدى انتماء كل فقرة لكل بعد ؟
4. مدى امكانية اضافة فقرات أخرى الى الأبعاد المحددة او استبعاد الفقرات غير المناسبة؟

الملاحظات:

1. سيتم استخدام المقياس الخماسي

1	2	3	4	5
لا اتفق تماماً	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماماً

2. الاستبانة موجهة الى مديري الشركة وفروعها الموزعين حسب المستويات الادارية .
3. سيتم اجراء الدراسة على شركتي سيريتل للاتصالات – سورية وزين للاتصالات – العراق ونرفق لكم طياً التعريفات الاجرائية الخاصة بمتغيرات الدراسة الرئيسة والفرعية .

وتفضلوا بقبول فائق الشكر والتقدير لتعاونكم واستعدادكم على الاجابة

الباحث	المشرف المشارك	اشراف
فراس عدنان عباس	**د. إحسان دهش جلاب**	**د. يونس يوسف عواد**

التعريفات الاجرائية لمتغيرات الدراسة .

اولاً: تخطيط نظام المعلومات الإستراتيجي: Strategic Information system planning(SISP)

هو عملية تحديد مجموعة من التطبيقات المعتمدة على الحاسوب التي تساعد المنظمة في تنفيذ خطط العمل وتحقيق أهداف أعمالها.

وقد اعتمد الباحث في تحديد مؤشرات تخطيط نظام المعلومات الاستراتيجي على مقياس Segar & Grover (1998 ,) .

1. المحاذاة: Alignment

يقصد بها لأغراض هذه الدراسة (ذلك البعد الذي يعتبر واحد من العوامل الرئيسة لنجاح تخطيط نظام المعلومات الإستراتجي بالارتباط الوثيق مع استراتيجية الاعمال ، حيث يساعد هذا البعد على تسهيل امتلاك ونشر تكنولوجيا المعلومات التي تكون منسجمة مع الاحتياجات التنافسية للمنظمة .

2. التحليل: Analysis

يقصد به لأغراض هذه الدراسة (فهم العمليات الداخلي للمنظمة كالإجراءات والعمليات والتكنولوجيا الحالية)

3. التعاون: Cooperation

يقصد به لأغراض هذه الدراسة (تحقيق الاتفاقات العامة بين أصحاب المصالح لتقليل الصراعات وضمان التوافق داخل المنظمة)

4. تحسين القدرات: Improvement in Capabilities

يقصد بها لأغراض هذه الدراسة (تحسين إمكانات نظام التخطيط بمرور الزمن لدعم المنظمة)

ثانياً : جودة المعلومات: Information Quality (IQ)

وهي الدرجة التي تقدم بها المعلومات قيمة الى الذين يستخدمونها والى المنظمة بشكل عام ، والتي تحدد بأبعاد وخصائص ، حيث تقيس مستوى جوده المعلومات التي تم الحصول عليها من مصادر خارجية او داخلية .

وقد اعتمد الباحث في تحديد جودة المعلومات على ابعاد وخصائص (Wong & Strong , 1996)

1. الواقعية: Intrinsic

يقصد بها لأغراض هذه الدراسة (على ان المعلومات لديها جوده في حد ذاتها ، والدقة والموضوعية والمصداقية هي خصائص هذا البعد).

2. السياقية: Contextual

يقصد بها لأغراض الدراسة (بأن جودة المعلومات ضمن سياق المهمة التي بين أيدينا ، ويجب ان تكون المعلومات ملائمة ، في الوقت المناسب وشمولية من حيث كمية المعلومات وحداثتها للاستفادة منها عند تقديمها وتداولها في المنظمة) .

3. التمثيل: Representational

يقصد بها لأغراض الدراسة (جوانب التنسيق وعرض المعلومات ، والذي يتطلب نظم معلومات للحصول على معلومات موجزه وامكانية التفسير وسهولة الفهم من قبل المستخدمين للمعلومات) .

4. امكانية الوصول: Accessibility

يقصد بها لأغراض الدراسة (امكانية الوصول الى المعلومات ، ويجب ان يكون نظام المعلومات متاح وامناً).

ثالثاً: قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات : Business value of Information Technology

تعني زيادة الانتاجية ، تحسين الربحية ، تحسين علاقات العمل ، ميزة تنافسية وكفاءة استخدام الموارد .

وقد اعتمد الباحث في تحديد قيمة أعمال تكنولوجيا لمعلومات على ابعاد (Tallon et al., 1997)

1. دعم وتخطيط العملية: Process planning & Support

يقصد بها لأغراض الدراسة (تحسين توفير المعلومات لأغراض التخطيط واتخاذ القرارات من خلال تحسين الاتصال والتنسيق المرونة التنظيمية ، وتأثير تكنولوجيا المعلومات على عملية التخطيط والرقابة سوف تؤثر على سلسلة القيمة) .

2. تحسين الخدمة: Service Enhancement

يقصد بها لأغراض الدراسة (أن تكنولوجيا المعلومات يمكن استخدامها في تطوير منتجات وخدمات جديدة ، وتكنولوجيا المعلومات يمكن ان تتيح المنتجات والخدمات لتكون متميزة بشكل فريد في مجموعة متنوعة من الطرق) .

3. دعم التسويق والمبيعات: Sales & marketing Support

يقصد بها لأغراض الدراسة (تطوير منتجات وخدمات جديدة تمكن المنظمة في خدمة قطاعات السوق الجديدة ، وتكنولوجيا المعلومات يمكن استخدامها لتتبع اتجاهات السوق والاستجابة لبرامج التسويق) .

4. علاقات العميل : Customer Relations

يقصد بها لأغراض الدراسة (تحسين العلاقات مع العملاء ، وينتج عنه تحسن في حصة المنظمة في السوق . وتكنولوجيا المعلومات يمكن ان يكون لها تأثير واضح على قدره المنظمة لتحقيق الميزة التنافسية) .

اولاً : المعلومات الديموغرافية

اسم الشركة .....

النوع الاجتماعي :

ذكر ..... أنثى .....

العمـــــر:

أقل من 25 سنة..... 25 وأقل من 35 سنة.....35 وأقل من 45 سنة.....45 سنة فما فوق.....

المؤهل العلمي :

أقل من الثانوية..... ثانوية أو معهد..... جامعة فأكثر.....

عدد سنوات الخبرة :

أقل من 5 سنوات..... من 5 – 10 سنوات..... من 11 – 15 سنة..... 16سنة فما فوق.....

ثانيا: تخطيط نظام المعلومات الإستراتيجي (SISP)

ت	الفقرات / التقويم		مدى انتماء الفقرة للبعد		وضوح الفقرة		امكانية اضافة او تعديل الفقرة
			تنتمي	لا تنتمي	واضحة	غير واضحة	
1	المحاذاة	تدرك الادارة العليا للشركة الاسبقيات الاستراتيجية .					
2		تنسجم استراتيجية نظام المعلومات مع الخطة الاستراتيجية للشركة .					
3		يتم تبني اهداف نظام المعلومات التي تغير من اهداف الشركة .					
4		هناك فهم متبادل مع الادارة العليا للشركة حول دور نظام المعلومات في دعم الاستراتيجية .					
5		يجري تحديد الفرص المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات لدعم التوجه الاستراتيجي للشركة .					
6		هناك توعية من الادارة العليا للشركة على اهمية تكنولوجيا المعلومات.					
7		الشركة تعتمد التكنولوجيا في احداث التغيير الاستراتيجي .					
8		تقوم الادارة العليا لشركة بتقييم الاهمية الاستراتيجية للتكنولوجيا الجديدة .					
9	التحليل	تتمكن الادارة العليا لشركة من تحديد المعلومات المطلوبة من قبل الوحدات التنظيمية الفرعية .					
10		تتمكن الادارة العليا لشركة من تحديد فرص التحسين في العمليات الداخلية بالاستفادة من تكنولوجيا المعلومات .					
11		تعمل الادارة العليا على تحسين فهم حول الكيفية التي تعمل بها الشركة في الواقع .					
12		تناقش الادارة العليا للشركة تطوير مخطط هياكل العمليات التنظيمية .					
13		يجري مراقبة العمليات الداخلية المطلوبة وقابلية نظام المعلومات على تلبية ذلك .					
14		تدرك الادارة العليا في الشركة ضرورة تغيير العمليات والاجراءات التنظيمية .					
15		تسعى الادارة العليا لشركة الى توليد افكار جديدة لإعادة هندسة عمليات الاعمال بالاستفادة من تكنولوجيا المعلومات .					
16		لدى الادارة العليا فهم حول البيانات والتطبيقات وغيرها من التكنولوجيات المستخدمة في الشركة .					

ت	الفقرات / التقويم		مدى انتماء الفقرة للبعد		وضوح الفقرة		امكانية اضافة او تعديل الفقرة
			تنتمي	لا تنتمي	واضحة	غير واضحة	
17		تتجنب الادارة العليا احداث التطويرات التي من شأنها ان تعيق تطوير النظم الرئيسة في الشركة .					
18		هناك اتفاق عام بين الادارة العليا والادارات في الشركة حول مخاطر وعلاقات مشروعات نظام المعلومات .					
19		يوجد بين الادارة العليا لشركة والادارات الفرعية قاعدة موحدة لترتيب اوليات تطوير المشروعات .					
20	التعاون	يوجد خطوط اتصال مفتوحة بين الادارة العليا ومختلف الادارات في الشركة .					
21		هناك تنسيق لجهود التطوير بين الادارة العليا والادارات في الشركة .					
22		يتم تبني طرائق المعالجة الممكنة لمواجهة مقاومة تطبيق خطط نظام المعلومات في الشركة .					
23		يوجد دليل واضح حول المسؤولية الادارية عن تطبيق خطة الشركة .					
24		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على تشخيص المشاكل الرئيسة .					
25		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على تحديد فرص الاعمال الجديدة .					
26		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على موائمة استراتيجية نظام المعلومات مع الاستراتيجية التنظيمية .					
27	تحسين القدرات	تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على توقع المفاجئات والازمات .					
28		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على فهم الاعمال وحاجتها للمعلومات .					
29		هناك مرونة لدى الشركة للتكيف مع التغيرات غير المتوقعة .					
30		تمتلك الادارة العليا في الشركة القدرة على تحقيق التعاون بين المستخدمين لخطط نظام المعلومات .					

ثالثاً: جودة المعلومات (IQ)

ت	الفقرات	التقويم	مدى انتماء الفقرة للبعد		وضوح الفقرة		إمكانية إضافة او تعديل الفقرة
			تنتمي	لا تنتمي	واضحة	غير واضحة	
1	الواقعية	تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بدرجة عالية من الدقة وخالية من الخطأ .					
2		تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بالمصداقية ومتطابقة مع الواقع على النحو الصحيح .					
3		تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بالموضوعية وغير متحيزة .					
4	السياقية	تتطابق المعلومات التي تمتلكها الشركة مع معطيات الواقع في البيئة التي تعمل بها .					
5		لدى الشركة القدرة على تقديم المعلومات بالوقت المناسب .					
6		تمتاز المعلومات التي تمتلكها الشركة بشموليتها لطبيعة إعمالها .					
7		تساهم معلومات الشركة بتوسيع أفاق التحديث والتجديد لإعمالها .					
8	التمثيل	لدى الشركة القدرة على تقديم المعلومات باللغات المناسبة والرموز والتعريفات الواضحة .					
9		تمتاز معلومات الشركة بالوضوح وسهولة الفهم .					
10		تتصف المعلومات التي تمتلكها الشركة بكونها موجزة ومقتضبة .					
11	بعد امكانية الوصول	المعلومات التي تتوفر في الشركة يمكن استرجاعها بسهولة وبسرعة .					
12		تمتلك الشركة وسائل خاصة لحماية معلومات عملائها .					

رابعاً: قيمة أعمال تكنولوجيا المعلومات (B.V/IT)

ت	الفقرات / التقويم		مدى انتماء الفقرة للبعد		وضوح الفقرة		إمكانية إضافة او تعديل الفقرة
			تنتمي	لا تنتمي	واضحة	غير واضحة	
1	دعم وتخطيط العملية	تعمل الشركة على تحسين الاتصال والتنسيق بين جميع المستويات التنظيمية .					
2		تعمل الشركة الى اعتماد التخطيط الاستراتيجي .					
3		تعمل الشركة الى اعتماد وتطوير هياكل تنظيمية جديدة .					
4		تعمل الشركة الى اعتماد الاساليب العلمية في اتخاذ القرارات الادارية .					
5	تحسين الخدمة	تسعى الشركة الى تحسين قيمة المنتجات والخدمات عن طريق ادخال تكنولوجيا المعلومات فيها .					
6		تسعى الشركة الى تخفيض تكاليف تصميم وتطوير المنتجات والخدمات الجديدة .					
7		تسعى الشركة الى تخفيض الوقت اللازم لتطوير المنتجات والخدمات الجديدة .					
8		تسعى الشركة الى تحسين جودة المنتج والخدمة .					
9		تقدم الشركة فرص لدعم ابتكار المنتجات والخدمة .					
10		تسعى الشركة الى وصول المنتجات والخدمات الى السوق في الوقت المحدد .					
11	دعم التسويق والمبيعات	تقوم الشركة بدور هام في تحديد اتجاهات السوق .					
12		تستطيع الشركة توقع احتياجات ومتطلبات العملاء وتلبيتها .					
13		استطاعت الشركة زيادة مبيعاتها من خلال الاعتماد على مندوبي المبيعات .					
14		تعتمد الشركة على أساليب دقيقة للتنبؤ بالمبيعات .					
15		لدى الشركة مرونة في الاستجابة لاستراتيجيات تسعير المنافسين .					

ت	الفقرات / التقويم		مدى انتماء الفقرة للبعد		وضوح الفقرة		إمكانية إضافة او تعديل الفقرة
			تنتمي	لا تنتمي	واضحة	غير واضحة	
16	علاقات العميل	توفر الشركة الدعم والخدمة للعملاء ما بعد البيع .					
17		تمتلك الشركة مرونة في الاستجابة لاحتياجات العملاء					
18		تحرص الشركة على توزيع المنتجات والخدمات للعملاء .					
19		قدره الشركة على توفير الدعم للعملاء خلال عملية البيع للمنتجات .					
20		تحرص الشركة على اعتماد عملاء الموقع نظم الدعم الالكتروني.					

ملحق (3)

قائمة بأسماء المحكمين الأكاديميين

الاسم	الدرجة العلمية	التخصص	جهة العمل
صالح عبد الرضا رشيد	أستاذ	إدارة الأعمال	كلية الادارة والاقتصاد – جامعة القادسية – العراق
يوسف حجيم سلطان	أستاذ	إدارة الاعمال	كلية الادارة والاقتصاد – جامعة الكوفة – العراق
كاوة محمد فرج قرداغي	أستاذ	إدارة الاعمال	كلية الادارة والاقتصاد– جامعة السليمانية– العراق
احسان دهش جلاب	أستاذ	إدارة الأعمال	كلية الادارة والاقتصاد – جامعة القادسية – العراق
طاهر ريسان دخيل	أستاذ	أحصاء	كلية الادارة والاقتصاد – جامعة القادسية – العراق
يونس يوسف عواد	أستاذ مساعد	إدارة الأعمال	كلية الاقتصاد – جامعة دمشق
جمال اليوسف	أستاذ مساعد	إدارة الأعمال	كلية الاقتصاد – جامعة دمشق
تيسير زاهر	أستاذ مساعد	إدارة الأعمال	كلية الاقتصاد – جامعة دمشق
حيدر حمزه جودي	أستاذ مساعد	إدارة الأعمال	كلية الادارة والاقتصاد – الجامعة المستنصرية – العراق
جواد محسن راضي	أستاذ مساعد	إدارة الأعمال	كلية الادارة والاقتصاد – جامعة القادسية – العراق

ملحق (4)

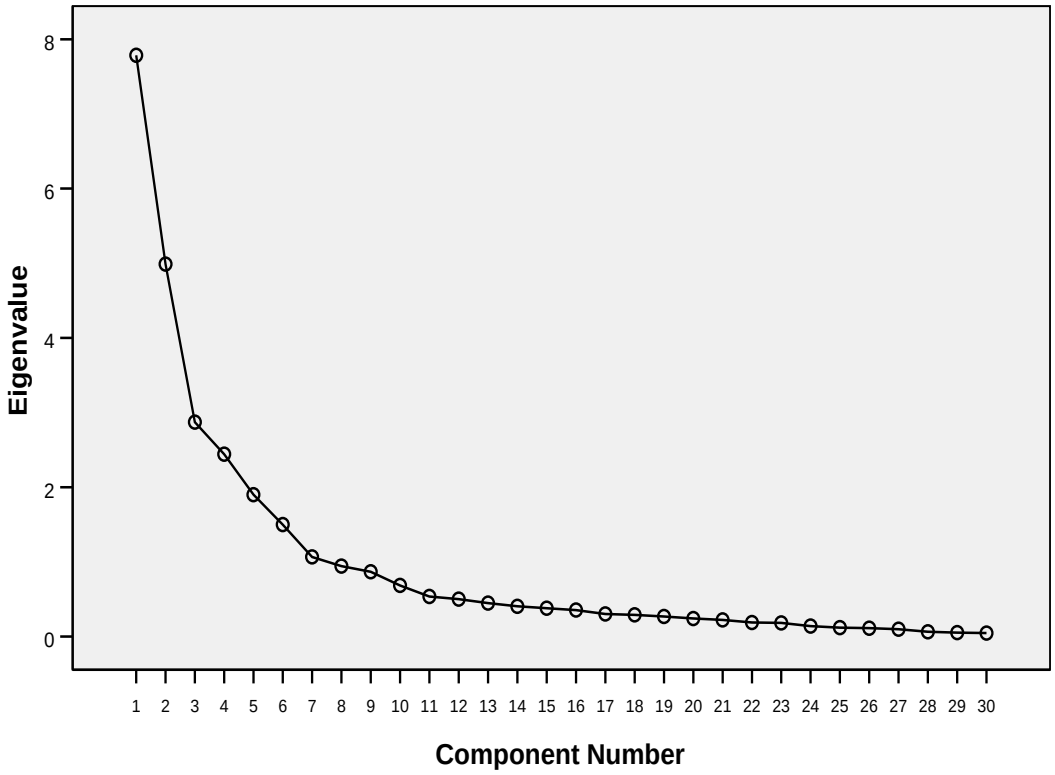
مخرجات التحليلات الاحصائية لبرنامج Spss v.20 وبرنامج Amos v.20

شركة سيريتل للاتصالات السورية
التحليل العاملي للمتغير المستقل

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.742
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1094.018
	df	399
	Sig.	.000

Scree Plot



Rotated Component Matrix(a)

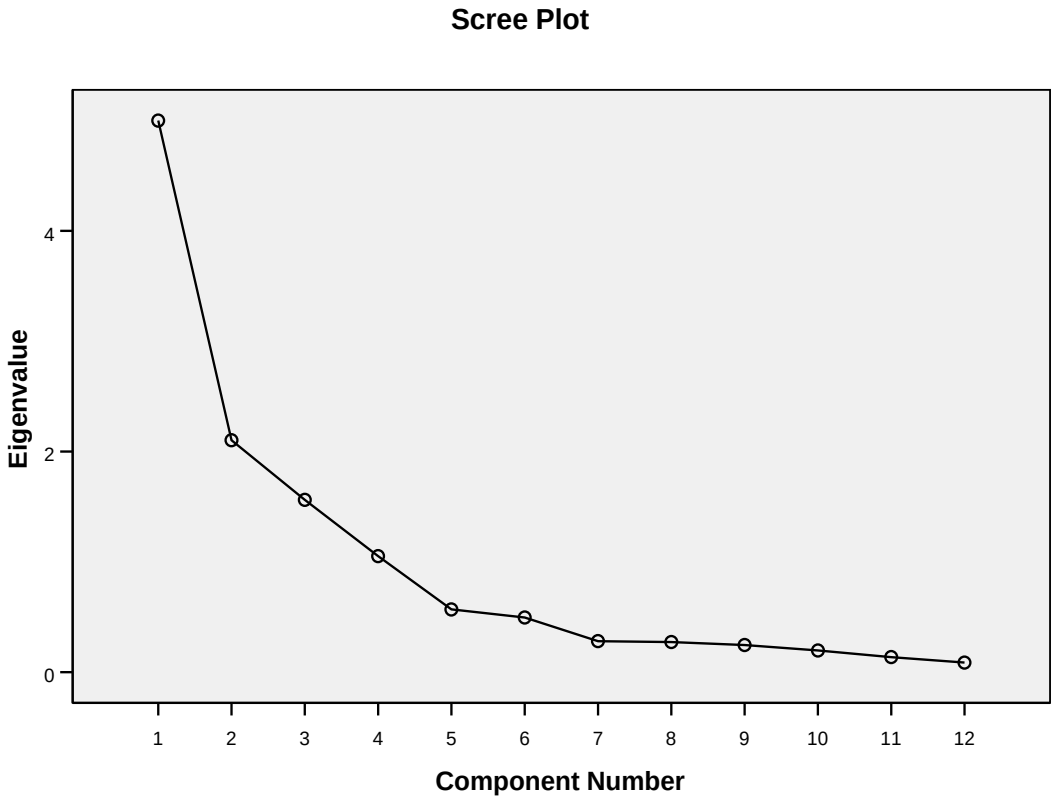
	Component			
	1	2	3	4
SIA2	.879			
SIA3	.858			
SIA1	.840			
SIA4	.828			
SIA5	.786			
SIA6	.695			
SIA7	.658			
SIA8	.594			
SIN3		.801		
SIN8		.792		
SIN7		.790		
SIN6		.766		
SIN5		.733		
SIN2		.729		
SIN1		.658		
SIN4		.649		
SIC6			.843	
SIC7			.834	
SIC1			.738	
SIC5			.727	
SIC4			.555	
SIC2			.538	
SIC3			.503	
SII5				.806
SII4				.756
SII6				.735
SII1				.703
SII7				.698
SII2				.670
SII3				.547

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a Rotation converged in 6 iterations

التحليل العاملي للمتغير الوسيط

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.785
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	90.634
	df	50
	Sig.	.000



Rotated Component Matrix(a)

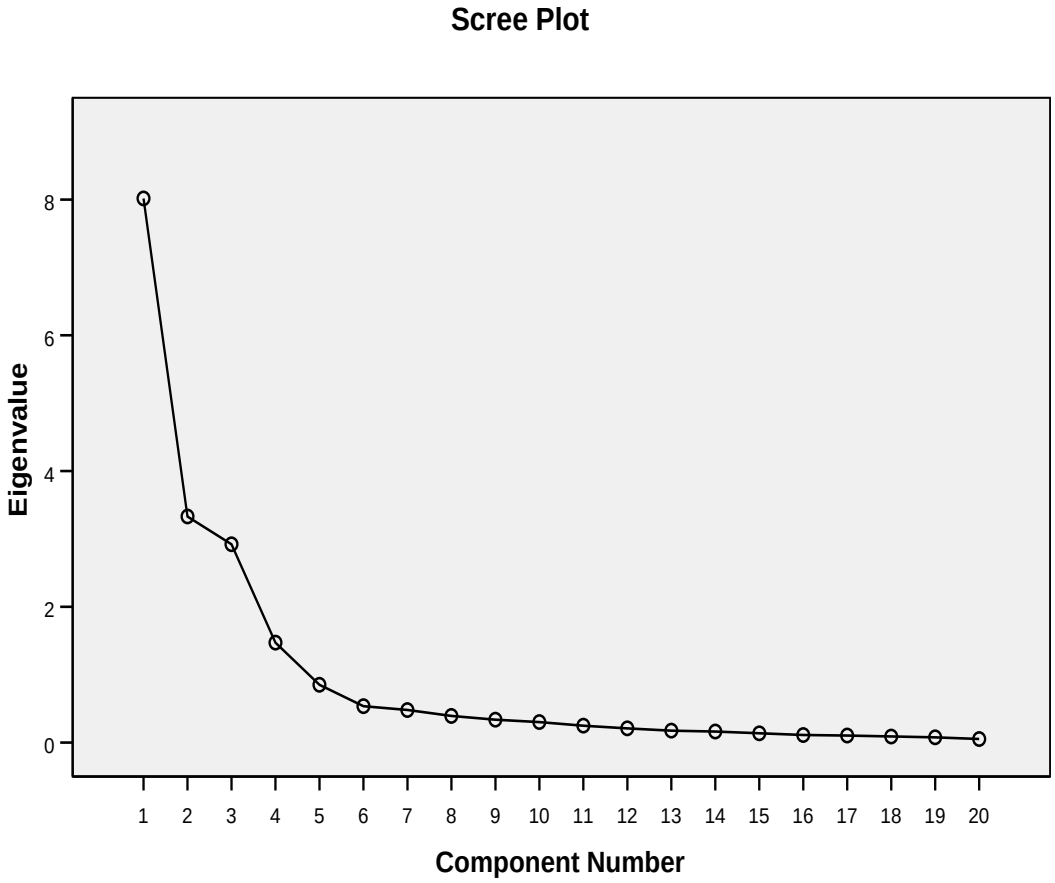
	Component			
	1	2	3	4
IQC2	.953			
IQC1	.887			
IQC3	.876			
IQC4	.810			
IQI3		.908		
IQI1		.878		
IQI2		.812		
IQR1			.841	
IQR2			.835	
IQR3			.604	
IQD1				.856
IQD2				.835

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a Rotation converged in 5 iterations.

التحليل العاملي للمتغيرالمعتمد

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.839
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1094.018
	df	399
	Sig.	.000



Rotated Component Matrix(a)

	Component			
	1	2	3	4
ITI6	.904			
ITI2	.848			
ITI1	.811			
ITI5	.808			
ITI4	.779			
ITI3	.738			
ITR5		.878		
ITR2		.861		
ITR3		.838		
ITR4		.815		
ITR1		.794		
ITM5			.886	
ITM3			.869	
ITM2			.865	
ITM4			.819	
ITM1			.663	
ITD4				.907
ITD3				.897
ITD1				.893
ITD2				.848

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a Rotation converged in 5 iterations.

التحليل الوصفي للمتغير المستقل

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
SIA1	176	1	5	3.69	.072	.956	.913
SIA2	176	1	5	3.59	.070	.934	.873
SIA3	176	1	5	3.65	.060	.799	.639
SIA4	176	1	5	3.74	.079	1.047	1.097
SIA5	176	1	5	3.72	.073	.973	.947
SIA6	176	1	5	3.47	.071	.944	.890
SIA7	176	1	5	3.39	.067	.894	.800
SIA8	176	1	5	3.59	.062	.816	.666
SIN1	176	1	5	3.43	.074	.983	.967
SIN2	176	1	5	3.49	.069	.913	.834
SIN3	176	1	5	3.45	.068	.900	.809
SIN4	176	1	5	3.37	.071	.947	.897
SIN5	176	1	5	3.35	.066	.882	.778
SIN6	176	1	5	3.43	.062	.818	.670
SIN7	176	1	5	3.47	.064	.855	.730
SIN8	176	1	5	3.28	.067	.892	.796
SIC1	176	1	5	3.29	.073	.963	.927
SIC2	176	1	5	3.54	.069	.919	.844
SIC3	176	2	5	3.70	.069	.917	.840
SIC4	176	1	5	3.56	.070	.930	.865
SIC5	176	2	5	3.58	.057	.759	.576
SIC6	176	1	5	3.44	.075	.996	.991
SIC7	176	1	5	3.53	.070	.932	.868
SII1	176	1	5	3.43	.065	.859	.738
SII2	176	1	5	3.50	.067	.888	.789
SII3	176	1	5	3.41	.092	1.221	1.490
SII4	176	1	5	3.35	.066	.875	.765
SII5	176	1	5	3.18	.066	.874	.763
SII6	176	1	5	3.30	.070	.923	.852
SII7	176	1	5	3.40	.070	.927	.859
Valid N (listwise)	176						

التحليل الوصفي للمتغير الوسيط

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
IQR1	176	1	5	3.24	.074	.981	.963
IQR2	176	1	5	3.35	.078	1.037	1.075
IQR3	176	1	5	3.36	.075	.993	.987
IQC1	176	1	5	3.36	.074	.988	.976
IQC2	176	1	5	3.34	.075	.989	.978
IQC3	176	1	5	3.32	.068	.908	.824
IQC4	176	1	5	3.32	.078	1.031	1.064
IQI1	176	1	5	3.22	.086	1.141	1.302
IQI2	176	1	5	3.17	.087	1.154	1.331
IQI3	176	1	5	3.26	.086	1.141	1.303
IQD1	176	2	5	3.43	.067	.885	.783
IQD2	176	1	5	3.44	.070	.924	.854
Valid N (listwise)	176						

التحليل الوصفي للمتغير المعتمد

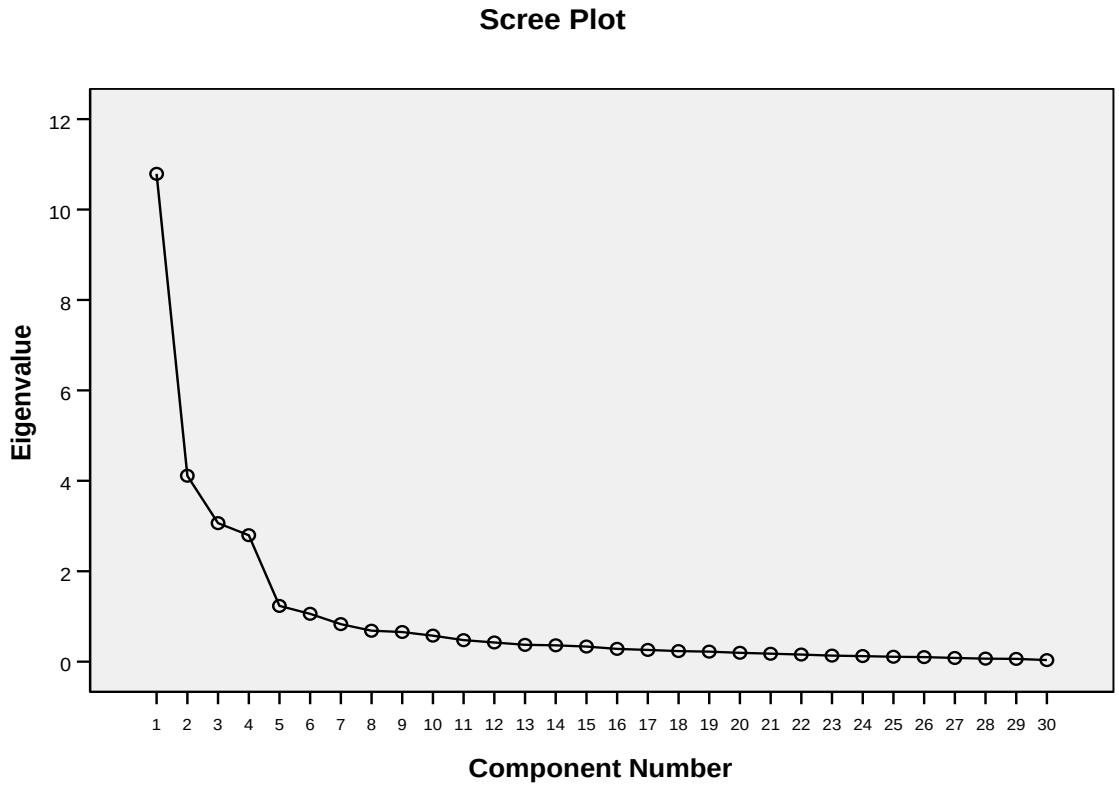
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
ITD1	176	1	5	3.48	.072	.956	.914
ITD2	176	1	5	3.38	.072	.949	.900
ITD3	176	1	5	3.49	.070	.932	.868
ITD4	176	1	5	3.54	.071	.943	.890
ITI1	176	1	5	3.46	.070	.931	.867
ITI2	176	2	5	3.53	.057	.759	.576
ITI3	176	1	5	3.37	.092	1.221	1.491
ITI4	176	2	5	3.56	.073	.972	.945
ITI5	176	1	5	3.56	.071	.936	.876
ITI6	176	1	5	3.44	.074	.978	.957
ITM1	176	1	5	3.23	.073	.971	.942
ITM2	176	1	5	3.30	.066	.877	.769
ITM3	176	1	5	3.31	.070	.924	.854
ITM4	176	1	5	3.34	.081	1.078	1.161
ITM5	176	1	5	3.39	.072	.950	.903
ITR1	176	1	5	3.40	.074	.987	.973
ITR2	176	1	5	3.30	.070	.934	.872
ITR3	176	1	5	3.38	.073	.966	.933
ITR4	176	1	5	3.36	.072	.952	.907
ITR5	176	1	5	3.44	.075	.996	.991
Valid N (listwise)	176						

شركة زين العراق للاتصالات
التحليل العاملي للمتغير المستقل

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.851
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1250.763
	df	399
	Sig.	.000



Rotated Component Matrix(a)

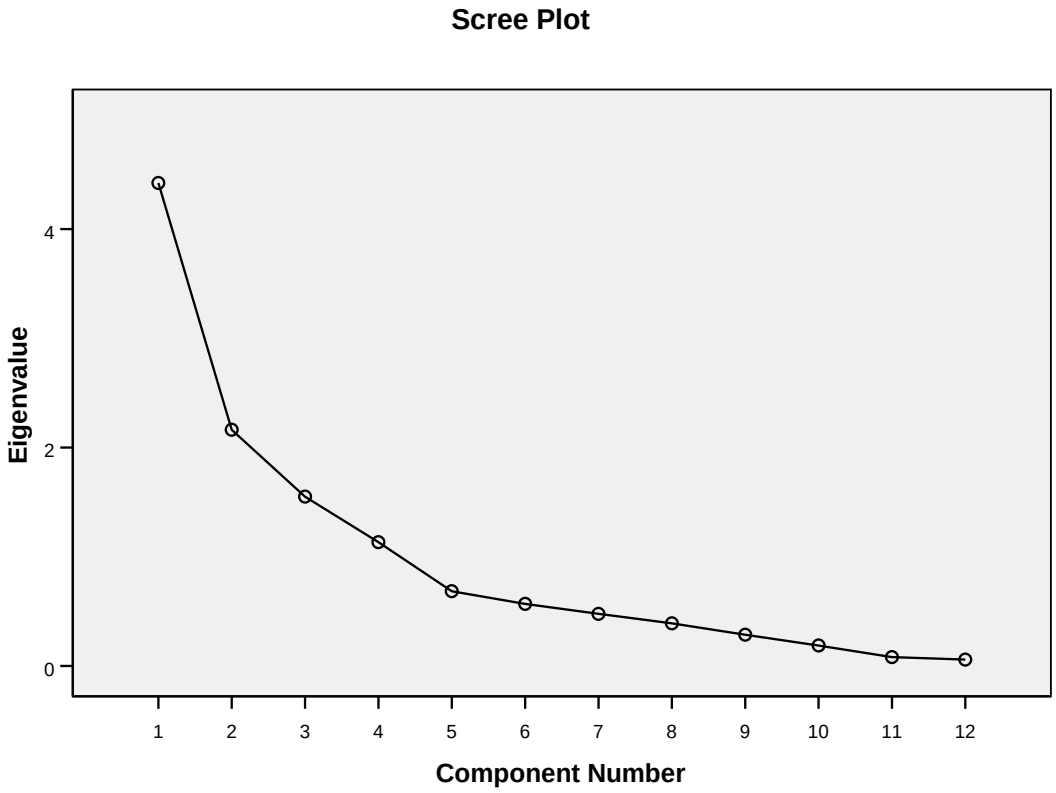
	Component			
	1	2	3	4
SII5	.887			
SII6	.882			
SII7	.881			
SII4	.828			
SII1	.778			
SII2	.760			
SII3	.694			
SIC4		.864		
SIC6		.835		
SIC3		.833		
SIC1		.821		
SIC7		.809		
SIC5		.802		
SIC2		.798		
SIN6			.850	
SIN7			.815	
SIN3			.804	
SIN8			.785	
SIN5			.769	
SIN2			.761	
SIN1			.723	
SIN4			.610	
SIA3				.840
SIA2				.791
SIA1				.751
SIA5				.750
SIA4				.737
SIA7				.726
SIA6				.700
SIA8				.544

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a Rotation converged in 6 iterations.

التحليل العاملي للمتغير الوسيط

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.779
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	183.980
	df	48
	Sig.	.000



Rotated Component Matrix(a)

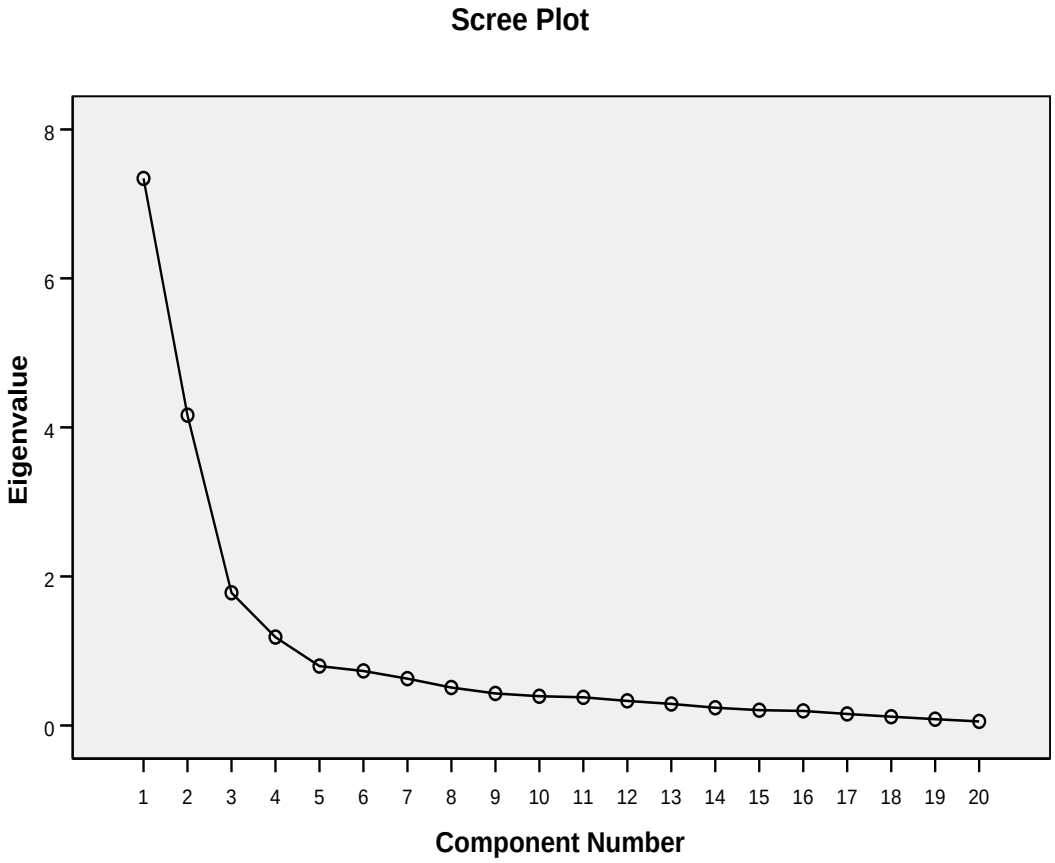
	Component			
	1	2	3	4
IQC2	.870			
IQC3	.845			
IQC1	.827			
IQC4	.670			
IQI2		.942		
IQI3		.940		
IQI1		.936		
IQR1			.816	
IQR2			.736	
IQR3			.718	
IQD2				.872
IQD1				.872

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a Rotation converged in 5 iterations.

التحليل العاملي للمتغير المعتمد

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.841
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	366.367
	df	164
	Sig.	.000



Rotated Component Matrix(a)

	Component			
	1	2	3	4
ITI1	.916			
ITI2	.906			
ITI5	.879			
ITI4	.810			
ITI6	.795			
ITI3	.664			
ITR4		.883		
ITR5		.873		
ITR3		.816		
ITR2		.795		
ITR1		.660	.505	
ITM4			.859	
ITM5			.781	
ITM2			.745	
ITM3			.731	
ITM1			.706	
ITD3				.757
ITD1				.751
ITD2				.743
ITD4				.681

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a Rotation converged in 5 iterations.

التحليل الوصفي للمتغير المستقل

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
SIA1	201	1	5	3.48	.067	.949	.901
SIA2	201	1	5	3.47	.061	.866	.750
SIA3	201	1	5	3.48	.062	.884	.781
SIA4	201	1	5	3.55	.071	1.009	1.019
SIA5	201	1	5	3.50	.066	.939	.881
SIA6	201	1	5	3.31	.065	.920	.846
SIA7	201	1	5	3.33	.059	.839	.703
SIA8	201	1	5	3.64	.067	.945	.892
SIN1	201	1	5	3.33	.070	.987	.973
SIN2	201	1	5	3.53	.072	1.025	1.050
SIN3	201	1	5	3.49	.065	.928	.861
SIN4	201	1	5	3.24	.073	1.036	1.073
SIN5	201	1	5	3.26	.066	.941	.885
SIN6	201	1	5	3.39	.074	1.044	1.090
SIN7	201	1	5	3.37	.069	.971	.944
SIN8	201	1	5	3.34	.070	.987	.975
SIC1	201	1	5	3.06	.065	.922	.851
SIC2	201	1	5	3.07	.071	1.008	1.015
SIC3	201	1	5	2.96	.064	.913	.833
SIC4	201	1	5	3.06	.055	.785	.616
SIC5	201	1	5	2.80	.059	.831	.690
SIC6	201	1	5	3.05	.068	.960	.922
SIC7	201	1	5	3.12	.069	.985	.969
SII1	201	1	5	3.36	.070	.991	.982
SII2	201	1	5	3.40	.074	1.054	1.111
SII3	201	1	5	3.46	.093	1.311	1.720
SII4	201	1	5	3.28	.075	1.064	1.132
SII5	201	1	5	3.11	.077	1.096	1.202
SII6	201	1	5	3.23	.076	1.076	1.157
SII7	201	1	5	3.27	.077	1.086	1.180
Valid N (listwise)	201						

التحليل الوصفي للمتغير الوسيط

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
IQR1	201	1	5	3.19	.069	.972	.944
IQR2	201	1	5	3.34	.078	1.108	1.227
IQR3	201	1	5	3.24	.075	1.064	1.133
IQC1	201	1	5	3.27	.071	1.014	1.027
IQC2	201	1	5	3.25	.072	1.019	1.038
IQC3	201	1	5	3.24	.067	.951	.905
IQC4	201	1	5	3.03	.066	.932	.869
IQI1	201	1	5	3.02	.078	1.102	1.214
IQI2	201	1	5	3.00	.080	1.134	1.285
IQI3	201	1	5	3.02	.079	1.124	1.264
IQD1	201	1	5	3.24	.065	.918	.843
IQD2	201	1	5	3.16	.063	.893	.798
Valid N (listwise)	201						

التحليل الوصفي للمتغير المعتمد

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
ITD1	201	1	5	3.18	.067	.948	.898
ITD2	201	1	5	3.43	.077	1.089	1.187
ITD3	201	1	5	3.35	.065	.921	.848
ITD4	201	1	5	3.70	.075	1.059	1.122
ITI1	201	1	5	3.53	.065	.928	.860
ITI2	201	1	5	3.38	.068	.965	.932
ITI3	201	1	5	3.06	.089	1.261	1.591
ITI4	201	1	5	3.44	.071	1.004	1.008
ITI5	201	1	5	3.48	.064	.900	.811
ITI6	201	1	5	3.39	.068	.969	.940
ITM1	201	1	5	3.39	.071	1.010	1.020
ITM2	201	1	5	3.41	.069	.977	.954
ITM3	201	1	5	3.33	.070	.997	.993
ITM4	201	1	5	3.26	.085	1.201	1.443
ITM5	201	1	5	3.31	.068	.968	.936
ITR1	201	1	5	3.24	.069	.981	.963
ITR2	201	1	6	3.15	.073	1.040	1.081
ITR3	201	1	5	3.20	.071	1.005	1.010
ITR4	201	1	5	3.22	.066	.939	.882
ITR5	201	1	5	3.19	.073	1.032	1.064
Valid N (listwise)	201						

أختبار مقارنة المتوسطات الحسابية للشركتين سيريتل وزين العراق للاتصالات

(Independent Sampeles T Test)

الابعاد الفرعية للشركتين سيريتل وزين		حجم العينة للشركتين	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR00001	سيريتل	176	3.6534	.92538	.06975
	زين	201	3.7015	1.29246	.09116
VAR00002	سيريتل	176	3.4943	.84851	.06396
	زين	201	3.4328	1.45145	.10238
VAR00003	سيريتل	176	3.5227	.74798	.05638
	زين	201	3.3881	1.41020	.09947
VAR00004	سيريتل	176	3.6989	1.05028	.07917
	زين	201	3.7363	1.31344	.09264
VAR00005	سيريتل	176	3.5739	.98862	.07452
	زين	201	3.7065	1.26032	.08890
VAR00006	سيريتل	176	3.3807	.79100	.05962
	زين	201	3.5423	1.30746	.09222
VAR00007	سيريتل	176	3.2102	.70598	.05322
	زين	201	3.6219	1.25153	.08828
VAR00008	سيريتل	176	3.5739	.76733	.05784
	زين	201	3.8060	1.26774	.08942
VAR00009	سيريتل	176	3.3068	.86663	.06532
	زين	201	3.1791	1.50591	.10622
VAR00010	سيريتل	176	3.5114	.92575	.06978
	زين	201	3.7562	1.33239	.09398
VAR00011	سيريتل	176	3.3977	.77149	.05815
	زين	201	3.6567	1.32158	.09322
VAR00012	سيريتل	176	3.2443	.78738	.05935
	زين	201	3.2687	1.39552	.09843
VAR00013	سيريتل	176	3.2955	.67034	.05053
	زين	201	3.5274	1.33060	.09385
VAR00014	سيريتل	176	3.3580	.71892	.05419
	زين	201	3.5274	1.40730	.09926
VAR00015	سيريتل	176	3.3807	.75402	.05684
	زين	201	3.6119	1.35965	.09590
VAR00016	سيريتل	176	3.1591	.73113	.05511
	زين	201	3.5622	1.37017	.09664
VAR00017	سيريتل	176	3.1136	.75490	.05690
	زين	201	3.3632	1.37566	.09703
VAR00018	سيريتل	176	3.2784	.82586	.06225
	زين	201	3.1990	1.46636	.10343
VAR00019	سيريتل	176	3.4602	.82018	.06182
	زين	201	3.0746	1.47966	.10437

VAR00020	سیریتل	176	3.2443	.80176	.06044
	زین	201	3.2090	1.39503	.09840
VAR00021	سیریتل	176	3.2273	.58996	.04447
	زین	201	3.2090	1.35503	.09558
VAR00022	سیریتل	176	3.2330	.82617	.06228
	زین	201	3.3632	1.35736	.09574
VAR00023	سیریتل	176	3.3409	.81957	.06178
	زین	201	3.1542	1.50369	.10606
VAR00024	سیریتل	176	3.3409	.76175	.05742
	زین	201	3.6169	1.29132	.09108
VAR00025	سیریتل	176	3.4148	.81669	.06156
	زین	201	3.6368	1.33133	.09390
VAR00026	سیریتل	176	3.5114	1.36900	.10319
	زین	201	3.6667	1.46059	.10302
VAR00027	سیریتل	176	3.2216	.85643	.06456
	زین	201	3.5622	1.35918	.09587
VAR00028	سیریتل	176	3.0114	.82107	.06189
	زین	201	3.2338	1.50998	.10651
VAR00029	سیریتل	176	3.1250	.89203	.06724
	زین	201	3.0896	1.64071	.11573
VAR00030	سیریتل	176	3.2159	.92519	.06974
	زین	201	3.1741	1.56988	.11073
VAR00031	سیریتل	176	3.1136	.92498	.06972
	زین	201	3.3881	1.39236	.09821
VAR00032	سیریتل	176	3.1875	1.05509	.07953
	زین	201	3.4577	1.42107	.10023
VAR00033	سیریتل	176	3.1307	.96804	.07297
	زین	201	3.1791	1.52242	.10738
VAR00034	سیریتل	176	3.1420	.94853	.07150
	زین	201	3.3831	1.40624	.09919
VAR00035	سیریتل	176	3.1136	.89356	.06735
	زین	201	3.4279	1.36968	.09661
VAR00036	سیریتل	176	3.1307	.77088	.05811
	زین	201	3.3980	1.35676	.09570
VAR00037	سیریتل	176	3.0852	.98480	.07423
	زین	201	3.1343	1.35531	.09560
VAR00038	سیریتل	176	3.0511	1.13273	.08538
	زین	201	3.1542	1.51117	.10659
VAR00039	سیریتل	176	3.0016	1.16339	.08769
	زین	201	3.0111	1.46417	.10327
VAR00040	سیریتل	176	3.0852	1.15566	.08711
	زین	201	3.0811	1.55402	.10961
VAR00041	سیریتل	176	3.3409	.81957	.06178

	زین	201	3.0995	1.56207	.11018
VAR00042	سیریتل	176	3.2955	.80227	.06047
	زین	201	3.0398	1.51913	.10715
VAR00043	سیریتل	176	3.2784	.84636	.06380
	زین	201	3.3781	1.34027	.09454
VAR00044	سیریتل	176	3.3352	.85931	.06477
	زین	201	3.5124	1.40039	.09878
VAR00045	سیریتل	176	3.3864	.91254	.06879
	زین	201	3.1891	1.40502	.09910
VAR00046	سیریتل	176	3.3920	.91947	.06931
	زین	201	3.5721	1.43388	.10114
VAR00047	سیریتل	176	3.6080	.85507	.06445
	زین	201	3.2239	1.48480	.10473
VAR00048	سیریتل	176	3.5693	.80130	.06040
	زین	201	3.5632	1.31245	.09257
VAR00049	سیریتل	176	3.4489	1.17483	.08856
	زین	201	3.4179	1.44723	.10208
VAR00050	سیریتل	176	3.6648	.89832	.06771
	زین	201	3.3184	1.45537	.10265
VAR00051	سیریتل	176	3.6193	.88639	.06681
	زین	201	3.5323	1.30775	.09224
VAR00052	سیریتل	176	3.5909	.90883	.06851
	زین	201	3.2736	1.35268	.09541
VAR00053	سیریتل	176	3.1477	.87557	.06600
	زین	201	3.2438	1.48838	.10498
VAR00054	سیریتل	176	3.1420	.86006	.06483
	زین	201	3.5771	1.31730	.09292
VAR00055	سیریتل	176	3.1477	.86242	.06501
	زین	201	3.3284	1.47365	.10394
VAR00056	سیریتل	176	3.0795	1.10295	.08314
	زین	201	3.1841	1.57827	.11132
VAR00057	سیریتل	176	3.1420	.86668	.06533
	زین	201	3.4925	1.32333	.09334
VAR00058	سیریتل	176	3.1477	.90762	.06841
	زین	201	3.1244	1.53279	.10811
VAR00059	سیریتل	176	3.1250	.87912	.06627
	زین	201	3.0398	1.53245	.10809
VAR00060	سیریتل	176	3.1591	.93670	.07061
	زین	201	3.4428	1.38490	.09768
VAR00061	سیریتل	176	3.2216	.91451	.06893
	زین	201	3.4229	1.35103	.09529
VAR00062	سیریتل	176	3.2330	.95453	.07195
	زین	201	3.0945	1.48863	.10500

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
VAR00001	Equal variances assumed	25.475	.000	-.410-	375	.682	-.04808-	.11727	-.27868-	.18251
	Equal variances not assumed			-.419-	361.231	.676	-.04808-	.11479	-.27382-	.17765
VAR00002	Equal variances assumed	79.130	.000	.493	375	.622	.06148	.12472	-.18375-	.30672
	Equal variances not assumed			.509	329.262	.611	.06148	.12071	-.17599-	.29895
VAR00003	Equal variances assumed	88.787	.000	1.135	375	.257	.13467	.11868	-.09870-	.36803
	Equal variances not assumed			1.178	312.318	.240	.13467	.11434	-.09030-	.35963
VAR00004	Equal variances assumed	11.113	.001	-.303-	375	.762	-.03745-	.12366	-.28060-	.20569
	Equal variances not assumed			-.307-	372.024	.759	-.03745-	.12186	-.27708-	.20217
VAR00005	Equal variances assumed	13.703	.000	-1.125-	375	.261	-.13260-	.11785	-.36433-	.09913
	Equal variances not assumed			-1.143-	370.663	.254	-.13260-	.11600	-.36070-	.09549
VAR00006	Equal variances assumed	69.872	.000	-1.427-	375	.154	-.16161-	.11326	-.38431-	.06110
	Equal variances not assumed			-1.472-	335.209	.142	-.16161-	.10982	-.37762-	.05441
VAR00007	Equal variances assumed	99.114	.000	-3.859-	375	.141	-.41166-	.10668	-.62143-	-.20189-
	Equal variances not assumed			-3.994-	323.021	.134	-.41166-	.10308	-.61445-	-.20888-
VAR00008	Equal variances assumed	47.296	.000	-2.113-	375	.135	-.23211-	.10983	-.44807-	-.01614-
	Equal variances not assumed			-2.179-	335.291	.130	-.23211-	.10650	-.44159-	-.02262-
VAR00009	Equal variances assumed	87.642	.000	.991	375	.323	.12771	.12894	-.12581-	.38124
	Equal variances not assumed			1.024	326.518	.307	.12771	.12470	-.11760-	.37303
VAR00010	Equal variances assumed	36.351	.000	-2.044-	375	.242	-.24486-	.11980	-.48042-	-.00929-
	Equal variances not assumed			-2.092-	357.227	.237	-.24486-	.11705	-.47506-	-.01465-
VAR00011	Equal variances assumed	79.307	.000	-2.281-	375	.123	-.25899-	.11352	-.48221-	-.03577-
	Equal variances not assumed			-2.357-	329.014	.119	-.25899-	.10987	-.47512-	-.04285-
VAR00012	Equal variances assumed	91.202	.000	-.205-	375	.838	-.02434-	.11896	-.25826-	.20958
	Equal variances not assumed			-.212-	323.060	.832	-.02434-	.11494	-.25047-	.20179
VAR00013	Equal variances assumed	122.715	.000	-2.091-	375	.237	-.23191-	.11090	-.44996-	-.01385-
	Equal variances not assumed			-2.176-	303.593	.230	-.23191-	.10659	-.44166-	-.02216-
VAR00014	Equal variances assumed	108.023	.000	-1.441-	375	.151	-.16941-	.11759	-.40062-	.06181
	Equal variances not assumed			-1.498-	305.925	.135	-.16941-	.11309	-.39195-	.05313
VAR00015	Equal variances assumed	100.751	.000	-2.003-	375	.246	-.23126-	.11548	-.45832-	-.00420-
	Equal variances not assumed			-2.074-	320.042	.239	-.23126-	.11148	-.45058-	-.01193-
VAR00016	Equal variances assumed	125.582	.000	-3.492-	375	.144	-.40310-	.11545	-.63011-	-.17609-
	Equal variances not assumed			-3.623-	313.352	.140	-.40310-	.11125	-.62200-	-.18420-
VAR00017	Equal variances assumed	137.091	.000	-2.141-	375	.133	-.24955-	.11658	-.47877-	-.02032-
	Equal variances not assumed			-2.218-	318.205	.127	-.24955-	.11249	-.47086-	-.02824-

VAR00018	Equal variances assumed	92.117	.000	.635	375	.526	.07940	.12495	-.16629-	.32510
	Equal variances not assumed			.658	322.745	.511	.07940	.12072	-.15809-	.31690
VAR00019	Equal variances assumed	72.531	.000	3.069	375	.504	.38560	.12566	.13852	.63268
	Equal variances not assumed			3.179	319.959	.502	.38560	.12130	.14695	.62425
VAR00020	Equal variances assumed	78.580	.000	.296	375	.767	.03536	.11941	-.19943-	.27015
	Equal variances not assumed			.306	326.288	.760	.03536	.11548	-.19181-	.26253
VAR00021	Equal variances assumed	120.317	.000	.166	375	.868	.01832	.11030	-.19857-	.23521
	Equal variances not assumed			.174	280.921	.862	.01832	.10542	-.18919-	.22582
VAR00022	Equal variances assumed	101.267	.000	-1.106-	375	.269	-.13023-	.11776	-.36177-	.10131
	Equal variances not assumed			-1.140-	336.249	.255	-.13023-	.11421	-.35489-	.09443
VAR00023	Equal variances assumed	104.674	.000	1.467	375	.143	.18668	.12725	-.06353-	.43689
	Equal variances not assumed			1.521	317.022	.129	.18668	.12274	-.05481-	.42817
VAR00024	Equal variances assumed	69.602	.000	-2.482-	375	.213	-.27601-	.11119	-.49464-	-.05737-
	Equal variances not assumed			-2.563-	330.836	.211	-.27601-	.10767	-.48781-	-.06420-
VAR00025	Equal variances assumed	60.931	.000	-1.919-	375	.156	-.22204-	.11572	-.44958-	.00550
	Equal variances not assumed			-1.978-	337.586	.149	-.22204-	.11228	-.44291-	-.00118-
VAR00026	Equal variances assumed	1.688	.195	-1.060-	375	.290	-.15530-	.14644	-.44326-	.13265
	Equal variances not assumed			-1.065-	373.250	.288	-.15530-	.14582	-.44203-	.13142
VAR00027	Equal variances assumed	72.466	.000	-2.864-	375	.065	-.34060-	.11894	-.57448-	-.10672-
	Equal variances not assumed			-2.947-	342.108	.066	-.34060-	.11558	-.56793-	-.11326-
VAR00028	Equal variances assumed	126.794	.000	-1.742-	375	.082	-.22247-	.12772	-.47360-	.02867
	Equal variances not assumed			-1.806-	316.616	.072	-.22247-	.12318	-.46483-	.01989
VAR00029	Equal variances assumed	128.212	.000	.255	375	.799	.03545	.13877	-.23742-	.30832
	Equal variances not assumed			.265	316.591	.791	.03545	.13384	-.22789-	.29878
VAR00030	Equal variances assumed	96.086	.000	.309	375	.757	.04178	.13515	-.22396-	.30752
	Equal variances not assumed			.319	330.670	.750	.04178	.13086	-.21565-	.29921
VAR00031	Equal variances assumed	77.009	.000	-2.220-	375	.057	-.27442-	.12359	-.51743-	-.03141-
	Equal variances not assumed			-2.278-	350.620	.073	-.27442-	.12044	-.51130-	-.03754-
VAR00032	Equal variances assumed	41.797	.000	-2.072-	375	.089	-.27021-	.13044	-.52669-	-.01373-
	Equal variances not assumed			-2.112-	365.522	.065	-.27021-	.12795	-.52183-	-.01859-
VAR00033	Equal variances assumed	74.342	.000	-.363-	375	.717	-.04842-	.13354	-.31101-	.21417
	Equal variances not assumed			-.373-	343.613	.709	-.04842-	.12983	-.30378-	.20694
VAR00034	Equal variances assumed	59.284	.000	-1.923-	375	.055	-.24104-	.12536	-.48753-	.00545
	Equal variances not assumed			-1.971-	352.936	.057	-.24104-	.12227	-.48151-	-.00057-
VAR00035	Equal variances assumed	71.725	.000	-2.598-	375	.061	-.31422-	.12097	-.55209-	-.07636-
	Equal variances not assumed			-2.668-	347.774	.078	-.31422-	.11777	-.54586-	-.08259-
VAR00036	Equal variances assumed	99.662	.000	-2.308-	375	.062	-.26733-	.11584	-.49510-	-.03956-
	Equal variances not assumed			-2.388-	324.282	.068	-.26733-	.11196	-.48758-	-.04707-
VAR00037	Equal variances assumed	32.570	.000	-.397-	375	.691	-.04910-	.12355	-.29203-	.19383
	Equal variances			-.406-	363.052	.685	-.04910-	.12103	-.28712-	.18891

	not assumed									
VAR00038	Equal variances assumed	38.525	.000	.940	375	.348	.13074	.13914	-.14286-	.40434
	Equal variances not assumed			.957	366.538	.339	.13074	.13657	-.13782-	.39930
VAR00039	Equal variances assumed	27.781	.000	.047	375	.963	.00642	.13753	-.26402-	.27685
	Equal variances not assumed			.047	371.601	.962	.00642	.13548	-.25999-	.27283
VAR00040	Equal variances assumed	42.269	.000	.632	375	.528	.09020	.14272	-.19042-	.37083
	Equal variances not assumed			.644	365.698	.520	.09020	.14001	-.18513-	.36553
VAR00041	Equal variances assumed	123.904	.000	1.840	375	.067	.24141	.13118	-.01654-	.49935
	Equal variances not assumed			1.911	310.452	.057	.24141	.12632	-.00714-	.48995
VAR00042	Equal variances assumed	102.995	.000	3.715	375	.541	.47456	.12774	.22338	.72574
	Equal variances not assumed			3.857	311.572	.521	.47456	.12304	.23247	.71665
VAR00043	Equal variances assumed	67.375	.000	-.850-	375	.396	-.09970-	.11736	-.33046-	.13106
	Equal variances not assumed			-.874-	342.471	.383	-.09970-	.11405	-.32402-	.12462
VAR00044	Equal variances assumed	75.317	.000	-1.456-	375	.146	-.17721-	.12173	-.41657-	.06215
	Equal variances not assumed			-1.500-	337.636	.134	-.17721-	.11812	-.40955-	.05513
VAR00045	Equal variances assumed	60.048	.000	1.592	375	.112	.19731	.12394	-.04640-	.44102
	Equal variances not assumed			1.636	347.062	.103	.19731	.12063	-.03996-	.43458
VAR00046	Equal variances assumed	63.485	.000	-1.429-	375	.154	-.18009-	.12606	-.42796-	.06777
	Equal variances not assumed			-1.469-	344.997	.143	-.18009-	.12261	-.42125-	.06106
VAR00047	Equal variances assumed	85.760	.000	3.021	375	.522	.38407	.12715	.13406	.63409
	Equal variances not assumed			3.123	326.638	.501	.38407	.12297	.14215	.62599
VAR00048	Equal variances assumed	62.116	.000	.054	375	.957	.00613	.11395	-.21792-	.23019
	Equal variances not assumed			.055	336.775	.956	.00613	.11053	-.21129-	.22356
VAR00049	Equal variances assumed	17.651	.000	.226	375	.821	.03095	.13700	-.23843-	.30033
	Equal variances not assumed			.229	372.921	.819	.03095	.13514	-.23478-	.29668
VAR00050	Equal variances assumed	63.290	.000	2.734	375	.247	.34636	.12670	.09724	.59549
	Equal variances not assumed			2.817	338.638	.221	.34636	.12298	.10447	.58826
VAR00051	Equal variances assumed	42.401	.000	.745	375	.457	.08698	.11674	-.14256-	.31652
	Equal variances not assumed			.764	353.660	.446	.08698	.11390	-.13702-	.31098
VAR00052	Equal variances assumed	54.200	.000	2.634	375	.612	.31728	.12045	.08044	.55411
	Equal variances not assumed			2.701	352.346	.620	.31728	.11746	.08627	.54828
VAR00053	Equal variances assumed	104.450	.000	-.750-	375	.454	-.09605-	.12808	-.34789-	.15578
	Equal variances not assumed			-.775-	330.355	.439	-.09605-	.12400	-.33999-	.14788
VAR00054	Equal variances assumed	81.925	.000	-3.739-	375	.447	-.43507-	.11637	-.66388-	-.20625-
	Equal variances not assumed			-3.840-	347.900	.451	-.43507-	.11330	-.65790-	-.21224-
VAR00055	Equal variances assumed	104.430	.000	-1.426-	375	.155	-.18063-	.12666	-.42968-	.06842
	Equal variances not assumed			-1.473-	329.451	.142	-.18063-	.12260	-.42180-	.06054
VAR00056	Equal variances assumed	66.411	.000	-.735-	375	.463	-.10453-	.14215	-.38405-	.17498
	Equal variances not assumed			-.752-	358.027	.452	-.10453-	.13894	-.37778-	.16871
VAR00057	Equal variances assumed	81.874	.000	-2.996-	375	.711	-.35049-	.11700	-.58055-	-.12043-

	Equal variances not assumed			-3.076-	348.392	.701	-.35049-	.11393	-.57457-	-.12641-
VAR00058	Equal variances assumed	82.072	.000	.177	375	.860	.02335	.13210	-.23640-	.28310
	Equal variances not assumed			.182	331.493	.855	.02335	.12794	-.22833-	.27503
VAR00059	Equal variances assumed	88.899	.000	.650	375	.516	.08520	.13112	-.17261-	.34301
	Equal variances not assumed			.672	325.966	.502	.08520	.12679	-.16422-	.33462
VAR00060	Equal variances assumed	66.727	.000	-2.296-	375	.077	-.28370-	.12355	-.52663-	-.04076-
	Equal variances not assumed			-2.354-	353.345	.074	-.28370-	.12053	-.52074-	-.04665-
VAR00061	Equal variances assumed	57.113	.000	-1.670-	375	.096	-.20129-	.12056	-.43834-	.03575
	Equal variances not assumed			-1.711-	353.464	.088	-.20129-	.11761	-.43260-	.03001
VAR00062	Equal variances assumed	58.215	.000	1.058	375	.291	.13843	.13087	-.11890-	.39575
	Equal variances not assumed			1.088	344.990	.278	.13843	.12729	-.11193-	.38878

Abstract

The Role Of Strategic Information System Planning to Quality of Information in Business Value Comparative Study with Syriatel Telecom and Zain – Iraq

Student preparation

Firas Adnan Abbas

The supervision of Assistant Professor Dr. Younis Yousef Awad

Co-Supervisor: Prof. Dr. Ihssan dahash Gulab

The study aimed class basis to determine the strength and type of relationship between strategic information system planning and business value of information technology. Analyze the impact of relationship between the strategic information system planning and the information quality in the business value of information technology variables in my company Syriatel and Iraq Zain Telecom. And that by proposing a model linking these variables based on the results of previous studies of the relationship, Then test this model and improve it, as it can form the search results and recommendations of the framework is based on the organizers of the company Syriatel Syrian Telecom, and Zain Iraq Telecom. In this context, the researcher community Select your search by selecting several administrative levels (the Board of Directors, or commissioners, and directors of departments, managers and people, and managers of units, offices and managers), In order to collect the necessary data for research and resulted in the collection of data (377) questionnaire is valid for statistical analysis of (176) questionnaire the company Syriatel communications and (201) questionnaire Zain Iraq for communications, The study found a set of results and recommendations. The most important interest dimensions of strategic information system planning, particularly to improve the capacities and alignment leads to increased business value of information technology. There is a role for the quality of information as a variable direct mediator of the relationship between strategic information system planning and indirectly to the value of business information technology, and the study recommended the establishment of a specialized unit within the organizational structure of the two companies for the the planning strategic information system, and the involvement of staff training courses specialized to increase their skills and experience, and the emphasis on the improvement and development potential of the planning system the two companies.

Syrian Arab Republic

Damascus University

Faculty of Economics

Business Administration Department

The Role Of Strategic Information System Planning to Quality of Information in Business Value Comparative Study with Syriatel Telecom and Zain – Iraq

Dr's Submitted to obtain

Doctoral Degree in Business Administration

Prepared by

Firas Adnan Abbas AL-Tabtabae

Supervision

Assistant Professor

A.P. Younis Yousef Awad

Co-Supervisor

Professor.

Dr. Ihsan Dahash Challab

2016