

عنوان المقال

مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات كمؤشر للميزة التنافسية الحديثة في أسواق التجارة الدولية

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على أهم الاتجاهات ذات التأثير القوي على تغير بيئة المعاملات التجارية الدولية في ظل الإنفتاح وعودة الأسواق، وهي تكنولوجيا المعلومات التي أتاحت الفرصة للمؤسسات للتعامل من خلال التجارة الإلكترونية ودمج قدرات الأعمال الإلكترونية مع نشاطات مثل تحديد المصادر وإدارة المعاملات مع العملاء، الأمر الذي يسر التدويل السريع والمبكر لأعداد لاحتصرتها من المؤسسات. وقد قامت تكنولوجيا المعلومات بتغيير قواعد المنافسة مما ساعد على تغيير هيكل الصناعات بإعطاء المؤسسات طرقاً جديدة لكسب الريادة والتميز عن المنافسين، وبذلك أوجدت ميزات تنافسية حديثة.

وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها: استخدام تكنولوجيا المعلومات يعزز ويقوة المزايا التنافسية وأهداف الأداء في الأسواق العالمية.

الكلمات المفتاح: تكنولوجيا المعلومات، التجارة الدولية، الميزة التنافسية، الأسواق العالمية.

Abstract:

This study aim to highlight the most important trends has a strong impact on the environment of international business transactions, openness and globalization of markets. This is the information technology that allowed organizations to deal through e-commerce and integrate e-business capabilities with activities such as identifying sources and managing transactions with customers, which facilitated rapid internationalization and early for countless numbers of institutions. Information technology has changed the rules of competition, helping to change the structure of industries by giving enterprises new ways to gain leadership and excellence from competitors, thus creating modern competitive advantages.

The research has reached a number of results, the most important of which are: The use of information technology strongly enhances the competitive advantages and performance objectives in global markets.

Keyword: Information Technology, international trade, competitive advantage, global markets.

مقدمة:

يعتبر التقدم التكنولوجي في المعلومات والاتصالات والصناعة والنقل أهم محرك لعودة السوق منذ سنة 1980، ومع أن العودة جعلت التدويل أمراً حتمياً فإن التقدم التكنولوجي في المعلومات والاتصالات وفر السبيل لحدوثها. وكبداية، فإن تكنولوجيا المعلومات يسرت الكثير من الأمور لإدارة المعاملات التجارية الدولية، وهي الآن تتفاعل بكفاءة مع الشركاء الأجانب وأعضاء سلسلة القيمة أكثر من أي وقت مضى، وهم يقومون بنقل جميع

أنواع البيانات والمعلومات والاتصالات الحيوية التي تساعد على ضمان حسن سير العمل في مجالاتهم في جميع دول العالم.

إن التكامل الضخم لتكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسات وأنشطة سلسلة القيمة، غير قواعد المنافسة مما ساعد على تغيير هيكل الصناعات بإعطاء المؤسسات طرقاً حديثة يتفوقون بها على المنافسين في الأسواق الدولية، وبذلك أوجدت ميزات تنافسية جديدة.

على ضوء ما سبق ذكره نطرح الإشكالية التالية:

كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات في إكتساب ميزة تنافسية في أسواق التجارة الدولية في ظل الإقتصاديات الحديثة؟

للإجابة على هذا التساؤل إرتأينا التطرق إلى المحاور التالية:

أولاً: ماهية تكنولوجيا المعلومات:

1- مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

تعرف تكنولوجيا المعلومات بعلم وطريقة إنشاء وإستخدام مصادر المعرفة، ويوصف تأثيرها بأنه الحدث الثوري⁽¹⁾.

كما تعرف على أنها نموذج تقني إقتصادي جديد، تؤثر على تسيير ومراقبة أنظمة الإنتاج والخدمات في الإقتصاد، يعتمد على مجموعة مترابطة من الإكتشافات المعمقة في ميدان الحواسيب، الإلكترونيك، هندسة البرمجيات، أنظمة المراقبة والاتصالات البعيدة، مما سمح من تخفيض التكاليف: التخزين، المعالجة، تبادل وتوزيع المعلومات بشكل كبير جداً.⁽²⁾

2- خصائص تكنولوجيا المعلومات:

تميز تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وجه الخصوص ب:⁽³⁾

- **الفعالية:** ويعني أن الذي يستعمل هذه التكنولوجيات مستقبل ومرسل في آن واحد، كما أن الأطراف في عملية الإتصال يمكنهم تبادل الأدوار، وهذا بسبب نوع من الفعالية بين الاشخاص والمؤسسات ومجموعات أخرى.

- غير محدد بالوقت: يعني أنه يمكن إستقبال الرسائل في أي وقت كحالة البريد الإلكتروني.

- **اللامركزية:** هي الخاصية التي تسمح بإستقلالية التكنولوجيات الجديدة مثل حالة الانترنت تملك إستمرارية على العمل في كل الحالات يستحيل على أية جهة ما أن توقف الأنترنت لأنها شبكة إتصال بين الأشخاص والمؤسسات.

- **الإتصال عن طريق النت:** يمكن ربط الأجهزة حتى لو كانت مختلفة الصنع بين الدول أو المدن الصانعة.

- **الحركية:** يعني أن المستعمل يمكن له أن يستفيد من الخدمات أثناء تنقلاته مثل الحاسوب المحمول والهاتف النقال.

- عملية تحويلية: يمكن أن ترسل معلومات من وسط إلى آخر مثال إرسال رسالة مسموعة إلى رسالة مكتوبة أو منطوقة مثل القراءة الإلكترونية.
 - عملية الكشف عن الهوية: يعني يمكن أن نبعث رسالة إلى شخص مثل أن ترسل إلى أشخاص آخرين دون المرور بالمؤسسة ويمكن التحكم فيها مثل حالة الإرسال من المنتج إلى المستهلك.
 - التوزيع: يعني أن الشبكة يمكن أن تتسع مثل أن تشمل عدد كبير من الأشخاص.
 - العولمة: هي البيئة التي تفعل هذه التكنولوجيات لأنها تستعمل فضاء أكبر في أي ناحية من العالم وتسمح بتدفق رأس مال المعلومة في عاصمة المعلومات، لا مركزيتها سمحت بازدهارها في البيئة العالمية خاصة في التبادل التجاري الذي سمح بأن يتجاوز مشكل الزمن والمكان.
- 3- مؤشرات تكنولوجيا المعلومات:**

تختلف الدول من حيث مستوى تقدمها ومستوى استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، فمن المؤكد أن احتياجات الدول النامية وتطلعاتها في التحول نحو مجتمع المعلومات تختلف عن احتياجات وتطلعات الدول المتقدمة، وبما أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي الركيزة الأساسية في بناء مجتمع المعلومات، كان لزاماً على الدول تركيز الرؤية بخصوص مجتمع المعلومات، من خلال وضع مؤشرات يساند عليها في تقديم صورة واضحة عن الوضع الراهن وتساعد صانعي القرارات على إتخاذ القرارات والإجراءات المناسبة، لتوجيه وإستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق عملية التنمية، حيث دعت الأمم المتحدة ومنظمة العمل الدولية إلى إيجاد مؤشرات مشتركة يتم الإعتداد لها في قياس مدى إستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بناء مجتمع المعلومات على المستوى العالمي بحيث تتمكن كل دولة من مراقبة وضعها في عملية البناء ومقارنتها مع الدول الأخرى، وفي ظل توجه العالم نحو الشراكة في تطوير تكنولوجيا المعلومات التي تضم عدة مؤسسات دولية وإقليمية كالأسكو التي قامت بإعداد دراسات حول مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإستغلالها في بناء مجتمع المعلومات وبالتعاون مع جهات دولية أخرى وضعت قائمة من المؤشرات نوجزها فيمايلي⁽⁴⁾.

❖ الفئة الأولى: المؤشرات التي تركز على جاهزية شبكات الإتصالات، وتضم هذه الفئة مجموعة من المؤشرات نذكر منها:

- مؤشرات الكثافة الإتصالية: وتقاس بعدد الهواتف النقالة والثابتة لكل 100 فرد، وسعة شبكات الإتصال من حيث معدل تدفق البيانات عبرها.
 - مؤشرات التقدم التكنولوجي: وتقاس بعدد الحواسيب، وعدد مستخدمي الانترنت، وحياسة الأجهزة الإلكترونية كالفاكس والهواتف من قبل الأفراد والمؤسسات.
 - مؤشرات الإنجاز التكنولوجية: سواء المستوردة أو المصدرة.
- ❖ الفئة الثانية: فتتمثل في مؤشرات كثافة الإستخدام حيث تجسد مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجالات الحياة المختلفة كالتعليم والأعمال والقطاع الحكومي والإداري.
- كما يجب التنويه إلى أن هناك بعض المؤشرات المكتملة تستخدم لقياس مدى تطور ونمو مجتمع المعلومات في منطقة معينة، ويصطلح على هذا النوع من المؤشرات بالمؤشرات الإقليمية المكتملة، وذلك للدلالة أكثر على طبيعة

NTIC لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة هذه التكنولوجيا المتجددة والمتطورة، ما يؤكد مدى إرتباط مفهوم المعلومات بتكامل البيانات بالإعتماد على الحاسوب لتوجيه عملية إتخاذ القرارات. كما أن المعلومات مادة أولية لنشاط الموارد البشرية من خلال عملية التحليل والمعالجة، لجملة من المعطيات التي تساهم بشكل فعال في إنجاح عملية التنظيم والوصول إلى النتائج المرغوبة المحققة لأهدافها كما تشكل المعلومات موردا حيويا للمعرفة والإلمام بعملية الإتصال داخل البناء التنظيمي.

ثانيا: الميزة التنافسية وتكنولوجيا المعلومات:

1- تعريف الميزة التنافسية:

عرف Porter الميزة التنافسية بأنها "القدرة على تحقيق عائد الاستثمار يفوق باستمرار متوسط العائد على الاستثمار في الصناعة".⁽⁵⁾

كما تعرف الميزة التنافسية على أنها "قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الإستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط".⁽⁶⁾

2- تعريف سلسلة القيمة:

تعد سلسلة القيمة التي جاء بها Porter في كتابه الميزة التنافسية، تقنية تهدف إلى تحديد مصادر الميزة التنافسية الحالية والمحتملة من خلال تحليل النشاطات الداخلية للمؤسسة، بحيث تعمل على تفكيك نشاط المؤسسة إلى وظائف مستقلة من أجل البحث عن مصادر الميزة التنافسية المحتملة، كما تساعد سلسلة القيمة على إظهار نقاط القوة التي يجب الإهتمام بها أكثر من أجل تخفيض التكاليف وتعظيم الإيراد.⁽⁷⁾ إن مفهوم سلسلة القيمة يساعد في توضيح وتشخيص النشاطات التي يمكن تحليلها وتحويلها من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات، فسلسلة القيمة تقسم نشاطات المؤسسة إلى مجموعة من نشاطات القيمة نوضحها كمايلي:⁽⁸⁾

❖ **النشاطات الأولية:** تتولى الأنشطة الأولية مهمة التكوين المادي للمنتج أو الخدمة التي تقدمها المؤسسة،

تسليمها وتسويقها للعميل وكذلك خدمات ما بعد البيع وتتكون ممايلي:

- الإمدادات الداخلة وتتضمن استلام ومناولة المواد الداخلة.
- العمليات وتتضمن الوظائف المرتبطة بالتصنيع مثل تجميع الأجزاء وتأكيد الجودة.
- الإمدادات الخارجة وتقوم بدعم معالجة الطلبات وشحن السلع والخدمات إلى العملاء.
- التسويق والمبيعات وتتضمن نشاطات الإعلان والترويج وإدارة المبيعات.
- الخدمة وهي نشاطات تسمح بدعم ورفع مبيعات المؤسسة.

❖ **النشاطات الداعمة:** تشمل الموارد التي تساند النشاطات الأولية وتمثل في: التنظيم، الموارد البشرية،

التكنولوجيا والشراء.

3- تأثير تكنولوجيا المعلومات على سلسلة القيمة:

تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على سلسلة القيمة من خلال إحداث تغيير في أسلوب نشاطات القيمة، فكل نشاط في سلسلة القيمة يتضمن عنصر مادي وعنصر لمعالجة المعلومات، فالعنصر المادي يضم المهام المادية المطلوبة لأداء النشاط، أما عنصر معالجة المعلومات فيتضمن الخطوات المترتبة على الحصول على البيانات وتحليلها

وتوفيرها بالشكل النهائي من أجل أداء النشاط المطلوب، فالمهام المادية مثلا، قد تنطوي على القيام بتأمين المخزون الكافي من السلع لتلبية حاجات المستهلكين وينبغي تصميم عنصر معالجة المعلومات لتوفير معلومات مرتدة من متطلبات المخزون بالإسناد إلى البيانات الخاصة بتاريخ المبيعات.⁽⁹⁾ كما أن تكنولوجيا المعلومات تدعم عمليات التشغيل بحيث نظم السيطرة على العمليات تستخدم في مهام تحسين الجودة وتأمين الإنتاج وترشيد استخدام المواد الخام، تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا مهما آخر في تعزيز نشاطات الدعم والإسناد التي تمثل جزء من سلسلة القيمة، فنظام البريد الإلكتروني على مستوى المؤسسة يسهل التفاعل بين كافة مستويات الهيكل الإداري ويؤدي إلى تنظيم أكثر مرونة وديناميكية مما قد يخلق ميزة لدى المؤسسة التي تتحكم في هذه التقنيات.⁽¹⁰⁾ ومن جانب آخر بإمكان تكنولوجيا المعلومات والإتصال أن تدعم تسيير الموارد البشرية من خلال أنظمة الخبرة والتكوين الافتراضي مما يتيح للمؤسسة فرصة التميز من خلال النهوض بموردها البشري الذي يعتبر بمثابة العنصر المحرك لأنشطة المؤسسة.⁽¹¹⁾

4- المزايا الإستراتيجية والتنافسية لتكنولوجيا المعلومات:

تحقق تكنولوجيا المعلومات والإتصال مزايا إستراتيجية وتنافسية للمؤسسات موضحة في الجدول الآتي:

الجدول (01): أبعاد المزايا الإستراتيجية والتنافسية لتكنولوجيا المعلومات

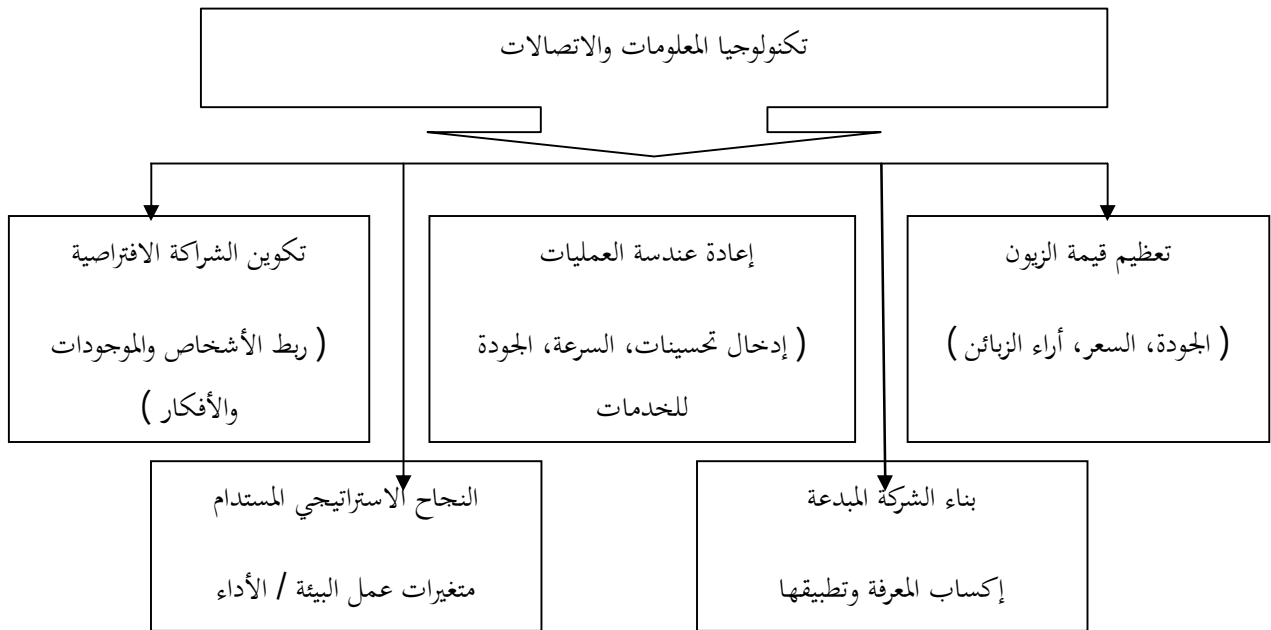
الأبعاد	المزايا الإستراتيجية والتنافسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات
بالنسبة للمستهلكين	- همل قواعد بيانات للخدمات والمنتجات المتاحة محليا وعالميا. - خدمة المستهلكين حسب الاحتياجات والرغبات المختلفة في أي مكان.
بالنسبة للمنافسين	- توفير بدائل للمنتجات. - إعداد خطط وقائية ضد المنافسين (منتج وخدمة جديدة).
بالنسبة للموردين	- تحديد مصادر التوريد البديلة. - إعادة التوازن مع الموردين مع إقامة علاقات متميزة (لصالح المؤسسة).
الأسواق	- تحديد اتجاهات الأسواق. - اكتشاف أسواق جديدة ومربحة لبيع منتجات المؤسسة.
المنتجات والخدمات	- تدعم جودة المنتجات والخدمات. - تسمح للمؤسسات بإرسال وتوزيع معلومات عن منتجاتها وخدماتها. - تسمح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بتطوير منتجاتها وخدمات جديدة. - تدعم أنشطة وخدمات ما بعد البيع.
بالنسبة للكفاءة التنظيمية البحث والتطوير	- تحسين التخطيط الاستراتيجي. - سهولة التغيير التنظيمي للمؤسسة (مؤسسة خفية). - تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنسيق بين مجهودات البحث والتطوير. - تطوير نظم دعم القرار والنظم الخبيرة للمؤسسة والنظم الاستراتيجية.
بالنسبة للكفاءة فيما بين المنظمات، تخفيض مخاطر الأعمال ومرونة العمليات	- تحسين الاتصالات، التنسيق والمعاملات مع المؤسسات الأخرى. - تسهيل القيام بالاستثمارات المختلفة. - مساعدة المؤسسة في تنوع العمل في أسواق جديدة عبر العالم. - تسمح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمرونة في تحديد مواقع العمليات. - تصنيع الأجزاء المختلفة في أماكن مختلفة. - توفير الإمدادات السريعة للمؤسسة وشبكات التوزيع. - تحقيق التكامل بين المؤسسة من جهة وبين الموردين والموزعين من جهة أخرى.

المصدر: عبد الله فرغلي، علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2008، ص37.

يوضح الجدول أعلاه أهم المجالات الإستراتيجية التي تحقق فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مزايا تنافسية لكل من المستهلكين، المنافسين، الموردين، الأسواق، المنتجات والمؤسسات أي أنها تعود بالنفع على الجميع.

والشكل الموالي يوضح أهم العوامل الإستراتيجية التي يجب أن تعتمد عليها المؤسسة بشكل خاص لتحقيق ميزة تنافسية.

الشكل (02): عوامل النجاح الإستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية



Source : James, O'Brien : Les systemes d'information de gestion, éd, du renouveau pédagogique, paris, 2001, p :69

يوضح الشكل أعلاه أن المؤسسة تعيش في خضم تطورات تكنولوجية عميقة تجعلها تتحول من شكلها المادي إلى شكلها الافتراضي الجديد عن طريق إعادة هندسة كافة عملها والإهتمام بإدارة المعرفة لتصبح مؤسسة مبدعة تستطيع مجارات المنافسة العالمية وبالتالي تحقيق مستويات أداء عالية تسمح لها بتحقيق النجاح الأستراتيجي المستدام.

ثالثاً: تأثير تكنولوجيا المعلومات على المعاملات التجارية الدولية:

لعبت تكنولوجيا المعلومات والاتصال دوراً فعالاً في تحويل المعاملات التجارية الدولية، فقد أتاحت الفرصة للمؤسسات للتعامل من خلال التجارة الإلكترونية ودمج قدرات الأعمال الإلكترونية مع نشاطات مثل تحديد وإدارة المعاملات مع العملاء، كذلك جعلت تكنولوجيا المعلومات العمليات الدولية متاحة لجميع أنواع المؤسسات، وهذا ما يوضح لماذا قامت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالتدويل خلال العقدين الماضيين. فالمعاملات الإلكترونية تقود الجهود الدولية للمؤسسات بمساعدتها في التغلب على الحدود الجغرافية وفروق التوقيت والقياسات بأعمال حول العالم بصفة يومية على مدار اليوم. كما جعلت تكنولوجيا المعلومات من

السهل الوصول إلى بيانات لا حصر لها لأسواق البحث والعملاء والمنافسين والحالة الاقتصادية للدول، وعلى مستوى أعلى فإن تكنولوجيا المعلومات دعمت إتخاذ القرارات الإدارية للمؤسسات كإختيار شريك أجنبي ذي كفاءة معينة، وتمكنت أيضا من الحصول على المعلومات الأساسية وتبادلها. وتقدم تكنولوجيا المعلومات عدة فوائد تساهم في إكتساب مزايا تنافسية في أسواق المبادلات التجارية الدولية نورد بعضها كمايلي.⁽¹²⁾

- زيادة الإنتاج وتقليل التكلفة في سلسلة النشاطات ذات القيمة دوليا من خلال دمج وتعاون الإنتاج والتوزيع وخدمات مابعد البيع، حيث كان إنتشار الانترنت والبريد الإلكتروني سببا في جعل تدويل المؤسسات مناسبا من حيث التكلفة، فمثلا شركة أمداهال Amdahl وهي شركة مصنعة للكمبيوتر تستخدم الانترنت لطلب دوائر اللوحات من مصانع في آسيا وتقوم بترتيب إجراءات الشحن لبعض الأجزاء عن طريق شركة فيدرال إكسبريس. وقد فتح الانترنت الاسواق العالمية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الأخرى التي ينقصها الموارد المادية للدخول في مجال التجارة الدولية، وأصبح بإمكان المؤسسات متناهية الصغر أن تأخذ أولى الخطوات كي تصبح مؤسسات دولية بإنشاء موقع لها على الانترنت.⁽¹³⁾

- خلق قيمة للعملاء الحاليين وكشف الغطاء على العديد من فرص البيع عن طريق زيادة تركيز العملاء، وتعزيز القدرات التسويقية، وإطلاق المبادرات لقيام المشاريع. وقد ساعد استخدام تكنولوجيا شبكة المعلومات المؤسسات على تنظيم خطط تسويقية بشكل روتيني على الصعيد الدولي، فالروابط الظاهرية تقوم على تسهيل تبادل الأفكار الجديدة والحالية.

- تعزز الأعمال الإلكترونية تدفق المعلومات والمعرفة خلال العمليات الدولية للمؤسسات. وهكذا تنهي شبكة الانترنت القدرة على التفاعل مع كل من العملاء والموردين والشركاء من مختلف الدول، كما يستطيع المديرون القيام بتعديل فوري لخطط وترتيبات في سلسلة الأنشطة ذات القيمة فمن الممكن للمؤسسات إستيعاب التغيرات الحقيقية في أحوال السوق بمجرد حدوثها. فمثلا تستخدم شركة سيسكو الأعمال الإلكترونية لتقليل التكلفة وزيادة الأداء الجيد للعمليات التجارية في سلسلة التوريد الدولية، فتستخدم الشركة شبكة المعلومات للتواصل مع الموردين والموزعين مما يساعد شركة سيسكو على متابعة المخزون، ومواصفات المنتجات، وطلبات الشراء، ودورة حياة المنتج. فتكون نظم الشراء الإلكتروني بذلك قد ساعدت الشركة في توفير مصاريف عمليات التحويلات، وتقليل الدورة الزمنية للمنتج والإرتقاء بالمعاملات مع الموردين.

- كما تعد إدارة علاقات العملاء أمرا ليس بالهين خاصة في الأسواق الأجنبية، حيث إنه عادة ما يجذب المشترون للباعه المحليين. فمن ثم تزودنا النظم القائمة على شبكة الانترنت بمعلومات وفتية صحيحة بالإضافة إلى التنبؤ بتحولات إحتياجات السوق قصيرة وطويلة المدى وتزايد كفاءة خدمات مابعد البيع. وبذلك تعزز تكنولوجيا المعلومات وبقوة المزايا التنافسية وأهداف الأداء في الأسواق الدولية.

الخاتمة:

من خلال الدراسة تبين لنا الأهمية الكبيرة التي تكتسبها تكنولوجيا المعلومات، فقد أصبح لها تأثير واضح في المعاملات التجارية الدولية، حيث سلطت الإتجاهات العالمية الضوء على إنبثاق التجارة الإلكترونية وتأثيرها على

تدويل المؤسسات، خاصة وأن استخدام تكنولوجيا المعلومات أصبح يعزز ويقوة الأهداف التنافسية وأهداف الأداء في الأسواق العالمية.

إن أهم ما تم التوصل له من هذه الدراسة:

- يعتبر التقدم التكنولوجي من أهم محركات عولمة السوق خاصة في مجال المعلومات والاتصالات والأنترنت والتصنيع، وكل هذا ساعد على خلق ترابط شبكات العملاء والموردين والوسطاء في جميع أنحاء العالم، وأصبحت تكلفة التجارة الدولية مناسبة لكل أنواع المؤسسات.

- على مستوى المؤسسات التجارية فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال ساعدت في إعادة تشكيل سلسلة القيمة وتسلسل أنشطة القيمة المضافة والتي تشمل المصادر، التصنيع، والتسويق والتوزيع على مستوى العالم، وهو ما منح المؤسسات طرقاً حديثة يتفوقون بها على المنافسين، وبذلك أوجدت ميزات تنافسية جديدة.

قائمة الهوامش:

- 1- إس. تامر كافوجيل وآخرون، المعاملات التجارية الدولية، ترجمة صائغ عالمية ناشرون، مكتبة لبنان ناشرون، ط1، 2014، ص47.
- 2- Fremant, Soete, Technologie d'information et domaines de croissances, EDOCDE, 1989, p:148.
- 3- بودخدخ كريم، كرباش رحمة، واقع البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات كدعامة رئيسية للإقتصاد الرقمي في الجزائر، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والإقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، 24/23 أبريل 2018، ص1582.
- 4- محمد يدو، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحديث الخدمة المصرفية (دراسة حالة الجزائر)، رسالة ماجستير، جامعة سعد دحلب البليدة، 2007، ص65.
- 5- Porter, M.E : Competitive Advantage, Ny.the F.P, 1985, p:17.
- 6- معالي فهد حيدر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص28.
- 7- بلعلاء خديجة، معموري صورية. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الإقتصاديات الحديثة، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف، 14/13 ديسمبر 2011، ص06.
- 8- نفس المرجع السابق، ص07.
- 9- بشير العلاق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال (مدخل تسويقي)، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، ط1، 2002، ص12.
- 10- هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكتساب المؤسسة ميزة تنافسية (دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس، رسالة دكتوراه في علوم التسيير تخصص: تسيير المنظمات، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016، ص18.
- 11- نفس المرجع السابق، ص186.
- 12- إس. تامر كافوجيل وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص51.
- 13- نفس المرجع السابق، ص ص48.49. (بتصرف)
- 14- عبد الله فرغلي، علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2008.
- 15- James, O'Brien : Les systemes d'information de gestion, éd, du renouveau pédagogique, paris, 2001