

للمنظمه (Huijens,2001).

رابعاً: جودة معلومات إستراتيجية المعلومات:

Quality of IS information

وهذه تشير إلى الاعتمادية، الملائمة، الدقة، الالتزام بالقواعد والاكتمال لمعلومات إستراتيجية المعلومات (Wang & Strong,1996;Teng et al.,1995; Nicolaou et al.,1995)، ومعنى توازنه البقاء في مكان محدد، وكمثال أن الاعتمادية تشير إلى المعلومات التي يمكن أن تعتمد على

الملائمة والتي تعني الاهتمام من قبل صناع القرار وهي بمثابة مؤشر دقيق بأن لا يحصل أي خطأ (Dunk,2004).

وقد أشار (Wang & Strong,1996;McNair & Carr,1991) إلى أن المعلومات هي بشكل مركزي تعبر عن إجراءات تنظيمية متعددة لها تأثير في صناعة القرار وتزيد الاهتمام في النجاح التنافسي، وبالتعاقب تمسكوا (Typanski & Mukherjee et al.,1998;Welch,1997) بوجهة نظر بأن قيمة الملائمة من المعلومات هي موضوعة على جزء من المساهمة لتحديد إجراءات القرار المتعلقة بتسليم المنظمة لمنتجاتها، كما ناقش عدد من الباحثين (Moore & Yuen,2001;Naveh & Halevy,2000;Teng et al.,1995) صنع القرار في الشركة وكانت المنظمات أكثر حرصاً على معلوماتها، وقد نمت المناقشة في كتاباتهم على المنافذ المتعلقة بالمعلومات وهي تتعلق بتحديد مضمون نظم المعلومات، إذ أن نظم المعلومات تمثل تطبيقات المنظمة التي تزيد تكنولوجيا المعلومات (IT).

وفيما يتعلق بجودة معلومات إستراتيجية المعلومات التي تتعلق عنها بالمضمون المشار إليه، لهذا فإن نظام المعلومات يهدف إلى الرقابة التنظيمية وصنع القرار ويؤشر للشركة بأنها قد تحتاج إلى جانب من الانتباه لأنظمة وطبيعة المعلومات لكي تكون هنا مضمونة (Dunk,2004).

لقد ذكر كل من (Glazer,1999;Teng et al.,1995) في تقريرهم بأن الشركة تزداد على وفق المعلومات المتعلقة بالموجودات الرئيسة وإدارة المعلومات التي تشمل أسبقية رئيسة أكثر من تبادلات تكنولوجيا المعلومات، وعلى هذا

النحو في هذه الأدبيات جعلت هناك وضوحاً بأن الشركات تعمل على وضع تسهيلات IS للوصول لمعلومات ذات جودة عالية تكون ضرورية للوظائف التنظيمية (Naveh & Halevy,2000;Robbins & Stylianou,1999;Mirani & Lederer,1998)، وأن التطويرات لهذا الجانب يستعمل على تركيز أعظم على جودة معلومات إستراتيجية المعلومات.

يشير (Dunk,2004) إن جودة معلومات إستراتيجية المعلومات هي قد تتوقع مساهمة محتوى تحليل دورة حياة التكلفة والتي هي تستعمل من قبل الشركة وأن جودة المعلومات العالية تشكل عامل تحسين للإنتاجية والأداء عبر المنظمات (Raghunathan,1999)، كذلك أن جودة المعلومات هي تشكل أساس ضروري لتسهيل تحسين إجراءات صنع القرار (Navey & Halevy,2000;Teng et al.,1995) أن الجودة الكبيرة لمعلومات (IS) سوف تعمل على تسهيل تحليل دورة حياة الكلفة آخذة المكان المحدد لذلك (Moore & Yven,2001) طبقاً للمحاسبة الإدارية وطبقاً لضمان المعلومات الملائمة والتي هي متاحة لمقابلة الحاجات التنظيمية المتنوعة ضمن مصطلح تحليل دورة حياة التكلفة.

وقد افترض (Weitz et al.,1994) وزملائه بأن معلومات التكلفة الأفضل هي التي تأخذ بالتوقيت والملائمة في استعمالات المعلومات على الحاسوب والتي تكون عموماً ذات مقابلة لتحليل دورة الحياة هذه. وناقش (Nicolaou et al.,1995) وزملائه التحسين في جودة المعلومات

لزيادة استعمالية نظم القرار، ووفقاً لذلك فإن توازنية جودة معلومات استراتيجية المعلومات سوف تسهم في تحديد ذلك الغرض المنشور.

إن مراجعة اقتراحات الأدبيات، نجد أن تفضيلات الزبون، الميزة التنافسية وجودة معلومات إستراتيجية المعلومات تأثر على استعمال تحليل دورة حياة الكلفة في المنظمات وهذا التوقع يتضمن الافتراضات الآنية التي تتضمنها في الشكل البديل (Dunk,2004).

خامساً: الملائمة Relevance :

إن الملائمة النظرية من هذا الفصل تقوم على أساس أكمال كل من نظرية كلفة المبادلة ونظرية الموارد وهي تتعامل مع مشكلات المعلومات كأساس للإستراتيجية، ويمكن توضيح مصدر الميزة التنافسية على وفق هذه المعلومات وهي: الملائمة التطبيقية من خلال تجهيز المنظمة بإطار نظري على وفق وجهة النظر لإستراتيجية من خلال إجراءات لمبادلة المعلومات مع مالكي الأسهم في الشركة ومستهلكيها، أن المنظمات المتجهة صوب الزبون تلك التي تفهم حاجات الزبون وتبني علاقات طويلة الأجل معه مع اعتماد سلسلة من المبادلات أيضاً لمواجهة الفرص الإستراتيجية لمشكلات المعلومات وكيفية التعامل مع هذه المشكلات الذي يعني تحديد سلوك منتظم لصياغة إستراتيجية المعلومات، منظمات التوجه نحو الزبون قد تواجه صعوبات في تطوير الطريق الواجب الاعتماد عليه للتعامل مع مشكلات المعلومات والاحتفاظ بالزبون لفترة أطول (Truijens,2001).

إن موضوع مظاهر صياغة إستراتيجية المعلومات بحسب توجهات الزبون يهدف إلى تفحص المنظمات المتجهة صوب اختيار الزبون والتي تجعل من صياغة إستراتيجية المعلومات مجالاً مطابقاً للاعتبارات المذكورة سابقاً، وهذه النتائج تبرز من خلال أسئلة ينبغي على المنظمات أن تسألها وهي (Truijens,2001):

1- ما هو الطريق لتحديد مفهوم إستراتيجية المعلومات المجهزة كرابط بين نظرية تكلفة المبادلات وفكر الإدارة الإستراتيجية؟.

2- ما هي المفاهيم المأخوذة في الحسبان التي تهدف إلى صياغة إستراتيجية المعلومات بحسب توجهات الزبون؟.

3- ما هي الخيارات المحددة المنقادة لهذه المفاهيم المحددة في حالات مدروسة؟.

سادساً : التوقعات Expectations :

إن التوقعات في الشركات التي تأخذ بوجهة نظر الزبون والتي هي بالتأكيد تمتلك إستراتيجية معلومات عن كل ما يتعلق بمستهلكيها، وأن هذه الإستراتيجية للمعلومات هي تتضح، إلا أنها في الوقت ذاته قد تكون غير واضحة في حالات معينة ضمن مدى معين من المفاهيم الممكنة لإستراتيجية الأعمال وهي الموضحة في الجدول (3) والذي يسجل مجموعة من المفاهيم لإستراتيجية المعلومات الممكنة، وهذه القائمة تحدد مواقع إستراتيجية الأعمال وكالاتي (Truijens,2001):

الجدول (3) المناظير والمفاهيم الممكنة لإستراتيجية المعلومات

المفهوم	الوصف
المدى	محتوى المعلومات القابلة للمبادلة
التوجه	المفهوم المركزي حول مركز المعلومات (مثل المنظمة الجغرافية، النشاطات، الزبون، العملية).
المبادرات	صنع مديات الرقابة على مبادلة المعلومات بين المنظمات والأجزاء الأخرى (المزيج/ تفاعلي/ السحب/ الدفع).
العلاقات	العلاقات مع مجهزي المعلومات/ الزبائن.
الحاكمية	المسؤولية عن الجودة/ التوقيت/ صحة المعلومات.
التوقيت	التوقيت/ التذبذب لمبادلة المعلومات والتي تكون مطلوبة.
درجة الإيحاء	درجة اختلاف الأجزاء ومناسبتها مع الطرق المختلفة.

Source: Truijens, Onno. (2001), "Aspects of Information Strategy Formulation for Customer Orientation", University of Amsterdam, Netherlands . Sprouts: Working Papers on Information Systems, 1(5). <http://sprouts.aisnet.org/1-5>. P: 8.

أسئلة الفصل السابع

- أسئلة التذكر والاسترجاع:

- 1- بعد قراءتك لهذا الفصل! برأيك إلى ماذا يهدف؟
 - 2- ما هي الافتراضات السلوكية للمورد البشري؟
 - 3- كيف يمكن للمنظمات المتجهة صوب اختيار الزبون من أن تختبر نفسها والتي تجعل من صياغة إستراتيجية المعلومات مجالاً مطابقاً لعدة اعتبارات ينبغي توافرها؟.
 - 4- عدد أنواع مشكلات المعلومات؟.
 - 5- تكلم عن جودة معلومات إستراتيجية المعلومات؟.
 - 6- بمن تتعلق المشكلة في المعلومات غير الكاملة؟.
 - 7- من أين تنجم المشكلة في المعلومات غير المؤكدة؟.
 - 8- بماذا وصف إستراتيجية المعلومات؟.
 - 9- تكلم بشكل تفصيلي عن الملائمة بين نظرية كلفة المبادلة ونظرية الموارد؟.
 - 10- ضع جدولاً خاصاً بالمناظير والمفاهيم الممكنة لإستراتيجية المعلومات؟.
- أسئلة التفكير والرأي:
- 1- كيف يمكن للمنظم من أن تصوغ مظاهر إستراتيجية المعلومات بحسب توجهات الزبون؟.
 - 2- ما هو السبب الرئيس لتقديم مفهوم إستراتيجية المعلومات ضمن هذا الفصل؟.

3- ما هما الافتراضان السلوكيان المتعلقان بالموارد البشري والليدان ينعكسان على المبادلات فيما بين المشتريين والبائعين في مكان محدد؟.

4- ناقش العبارة الآتية: (إن المورد البشري لا يتسم فقط بالعقلانية وإنما أيضاً يتصف باعتماد هذه العقلانية وعلى افتراض عرض السلوك الفرصي)؟.

5- إلى ماذا تشير جودة معلومات إستراتيجية المعلومات؟.

- أسئلة الخيار المتعدد:

1- إن الأساس النظري لهذا الفصل هو اعتماده على -----:

- نظرية واحدة.

- نظريتين.

- ثلاث نظريات.

2- إن درجة اختلاف الأجزاء ومناسبتها مع الطرق المختلفة تعني -----:

- العلاقات.

- التوقيت.

- درجة الإيحاء.

- الحاكمة.

3- يرمز إلى الرصف الإستراتيجي بالرمز الآتي -----:

- (AS).

- (SA).

- (SI).

4- إن تفضيلات الزبون، والميزة التنافسية وجودة معلومات إستراتيجية المعلومات تؤثر على استعمال تحليل دورة ----- في المنظمات:

- حياة المنتج.

- حياة الكلفة.

- الصنع الإنتاجية.

5- إن ----- لا تسمح لمشكلات المعلومات أن تحدث.

- نظرية موارد الشركة.

- نظرية كلفة المبادلة.

- نظرية التكاليف الثابتة.

6- إن أثر ----- قد يسبب مشكلة في مجال تفحص وتحديد البيانات المختارة، كما هو الحال في الإعلان المختار والمفاجآت غير المتوقعة.

- البيئة.

- الشركة.

- المعلومات.

7- تسمح ----- لمشكلات المعلومات بأن تحصل في

مفهوم الإستراتيجية.

- نظرية موارد الشركة.

- نظرية كلفة المبادلة.

- نظرية المنظمة.

8- إن مفهوم إستراتيجية المعلومات يمكن أن يردم الفجوة ويكون بمثابة رسالة أو رابط بين نظرية ----- وفكر الإدارة الإستراتيجي.

- نظرية موارد الشركة.

- نظرية كلفة المبادلة.

- نظرية المنظمة.

9- إن ----- هي تشكل أساس ضروري لتسهيل تحسين إجراءات صنع القرار في المنظمة.

- جودة الخدمات.

- جودة المعلومات.

- جودة اللاملموسات.

- جودة المعرفة.

10- إن أنموذج ----- يأخذ الاهتمام المكثف من المعلومات للإستراتيجية، واحدة من أدناه ليس من معنى هذا النموذج.

- المحاذاة الإستراتيجي.

- الرصف الإستراتيجي.

- التحالف الإستراتيجي.