

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: علوم اقتصادية تجارية وعلوم التسيير
فرع: علوم التسيير
تخصص: إدارة الإنتاج و التمويل



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير
رقم:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالبتين:

خيراني إيناس فاطمة
شامي خديجة

تحت عنوان:

أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في ترشيد قرارات
الشراء في المؤسسة الاقتصادية

لجنة المناقشة:

رئيسا
مشرفا ومقررا
مناقشا

جامعة المسيلة
جامعة المسيلة
جامعة المسيلة

زريق عمر
قروش عيسى
مهدي نزيه

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا

إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ

صدق الله العظيم

سورة البقرة الآية 32



شكر وتقدير

نتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير لإلكل من قدم يد العون للإمام
هذا العمل المتواضع ونخص بذكره:

الأستاذ المتصرف "عيسى قروشي" على يد العون للإنجاز هذه المذكرة

والذي كان لنا المرشد والموجه للإتراء هذا العمل

فتكرا لك.

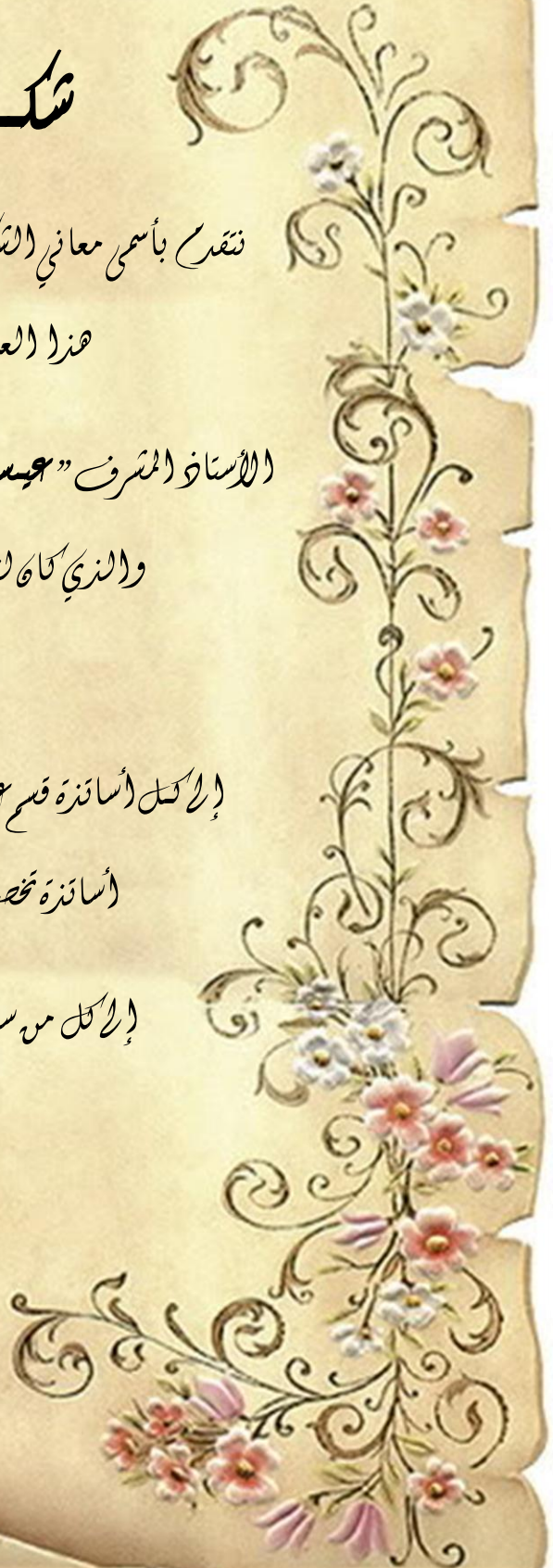
إلكل أسانزة قسم علوم التنبير بجامعة المييلة والأخص بالذكر

أسانزة تخصص "إدارة الإنتاج والتكوين".

إلكل من ساهم في هذا العمل من قريب أو بعيد

إلكل طالب علم.

وشكرا



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

I..... شكر وتقدير

رس

.II..... المحتويات

.V..... فهرس الجداول

VII..... فهرس الأشكال

أ- ب مقدمة

الفصل الأول: الإطار الفكري للبحث

02 تمهيد

03..... المبحث الأول: أساسيات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

03 المطلب الأول: نظرة تعريفية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال (تعريف، أهمية)

03 الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

07 الفرع الثاني: المفهوم الشامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

09 الفرع الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

10 المطلب الثاني: مزايا وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

10 الفرع الأول: مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال

11 الفرع الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات

12 المطلب الثالث: مكونات ووظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

12 الفرع الأول: مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المحتويات.....	
13	الفرع الثاني: وظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصال.....
14	المبحث الثاني: أساسيات حول وظيفة الشراء.....
14	المطلب الأول: ماهية وظيفة الشراء (تعريف، أهمية، أهداف).....
14	الفرع الأول: تعريف وظيفة الشراء.....
15	الفرع الثاني: أهمية وظيفة الشراء.....
16	الفرع الثالث: أهداف وظيفة الشراء.....
18	المطلب الثاني: استراتيجيات وظيفة الشراء.....
18	الفرع الأول: تعريف استراتيجية الوظيفة.....
18	الفرع الثاني: الاستراتيجيات المختلفة للشراء.....
19	المطلب الثالث: مبادئ وظيفة الشراء.....
20	المبحث الثالث: تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على وظيفة الشراء.....
20	المطلب الأول: تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على وظيفة الشراء من منظور سلسلة القيمة في المؤسسة....
22	المطلب الثاني: أثر بعض مكونات تكنولوجيا المعلومات على وظيفة الشراء.....
22	الفرع الأول: أثر استخدام الشبكات المعلوماتية على وظيفة الشراء.....
23	الفرع الثاني: أثر استخدام البرمجيات على وظيفة الشراء.....
25	خلاصة الفصل:
26	الخاتمة.....
29	قائمة المراجع.....
33	الملخص:.....

فهرس الجداول

.....الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
24	فوائد استخدام نظام ERP	(1-1)

فهرس الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
06	نمذج عام للاتصال	(1-1)
09	تكنولوجيا المعلومات	(2-1)
20	نمذج سلسلة القيمة لبورتر	(3-1)

مقدمة

تمهيد:

أحدث الانفجار المعرفي والمعلوماتي الحاصل في السنوات الأخيرة تطورات متعاقبة وسريعة شملت كل المجالات، زاد من قوة وعمق تأثيرها ظهور تكنولوجيا المعلومات وما رافقها من انتشار وتوسع كبيرين في استخدام الحاسوب والشبكات المعلوماتية المختلفة ومختلف البرمجيات، والتي سمحت بدورها بتحليل وتبادل كميات هائلة من المعلومات في جميع المجالات عبر مسافات بعيدة، فأصبحت المعلومة متوفرة في كل وقت وفي أي مكان، مما ما أتاح زيادة الفعالية في اتخاذ مختلف القرارات باعتبار المعلومة تمثل أساسا لذلك.

إن تحقيق أهداف المؤسسة الصناعية يرتبط بدرجة كبيرة في التحكم في تكاليف مدخلاتها ومستويات الجودة لمخرجاتها عن طريق استغلال كل الفرص والمعلومات المتاحة في بيئتها الداخلية والخارجية.

في ظل ما تتيحه تكنولوجيا المعلومات من خدمات وحلول مختلفة لإدارة وظائف المؤسسة، فإن من الضروري بالنسبة للمؤسسة الصناعية البحث عن السبل الممكنة لاستغلال ما تقدمه هذه التكنولوجيات من حلول في تحقيق أقصى درجات الكفاءة والفعالية في إدارة الشراء وترشيد مختلف القرارات المرتبطة، اعتبارا لأهمية وظيفة الشراء في المؤسسة عموما والصناعية على وجه الخصوص، وبالنظر لتأثيرها المباشر على التكاليف والجودة وحتى علاقتها مع العملاء.

1. الإشكالية:

انطلاقا من أهمية تكنولوجيا المعلومات من جهة، وإدراك المؤسسة الصناعية لأهمية ترشيد وظيفة الشراء سنحاول في هذا العمل معالجة الإشكالية الرئيسية ونبحث عبرها عن الآثار المحتملة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في ترشيد قرارات الشراء في المؤسسة الصناعية، وقد تم صياغتها كما يلي:

- ما هو أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في ترشيد قرارات الشراء؟

وباعتبار أن هذا الإشكال عبارة عن سؤال شامل، فقد حاولنا تفكيكه إلى عدة تساؤلات فرعية تمثلت في:

- ما المقصود بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات؟

- ماهي مكونات ووظائف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات؟

- ما المقصود بوظيفة الشراء؟

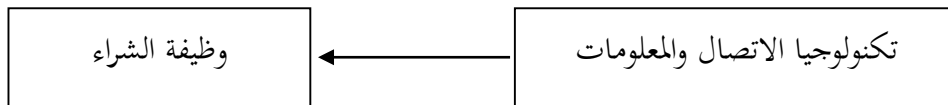
- ما هي طبيعة العلاقة بين المورد والمشتري في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات؟

2-فرضيات البحث:

تتمثل الفرضية الأساسية للبحث فيما يلي:

- يوجد أثر إيجابي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترشيد قرارات الشراء في المؤسسة.
- يوجد أثر إيجابي لاستخدام المكونات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات في ترشيد قرارات الشراء في المؤسسة.

3-نموذج الدراسة:



4-أهداف الدراسة:

- التعرف على المفاهيم الأساسية لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات؛
- التوعية بأهمية الموضوع وضرورة تكثيف الجهود البحثية فيه؛
- معرفة واقع تكنولوجيا المعلومات وأثرها على أداء المؤسسات الصناعية.

5-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أنها تعطي للباحث إضافة علمية ودراسة موضوعية واكتساب معرفة عن واقع تكنولوجيا المعلومات وأثرها على وظيفة الشراء في المؤسسات الصناعية.

6-منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يلائم وصف وتقييم الظاهرة المدروسة انطلاقاً من المعلومات التي يتم الحصول عليها سواء من مصادرها الأولية أو الثانوية، هذه الأخيرة التي كانت أساس دراستنا في غياب الجانب التطبيقي، حيث شملت على وجه الخصوص الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والندوات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

7-حدود الدراسة:

بالنسبة للحدود الزمانية والمكانية: فقد تم إعداد الدراسة خلال السداسي الثاني للسنة الجامعية 2020/2019، بالنسبة للحدود الموضوعية فقد تم التركيز على مكونات تكنولوجيا المعلومات الرئيسية والتي تشمل البرمجيات والشبكات.

8-صعوبات الدراسة:

شكلت الظروف التي رافقت ظهور جائحة (كوفيد 19) أكثر الصعوبات تأثيراً في إخراج العمل وإتمامه بالصورة المطلوبة، حيث تم الاقتصار على تحليل الإطار النظري فقط للبحث وذلك راجع بالأساس لصعوبة التواصل والحصول على المعلومات من المؤسسات.

الفصل الأول: دراسة نظرية تأثير تكنولوجيا المعلومات

في ترشيد قرار الشراء في المؤسسة.

المبحث الأول: أساسيات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

المبحث الثاني: أساسيات حول وظيفة الشراء

المبحث الثالث: تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على وظيفة الشراء

خلاصة الفصل"

تمهيد:

يتناول هذا الفصل الإطار النظري للبحث، حيث يستعرض المبحث الأول أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يليه المبحث الثاني الذي يتناول أساسيات حول وظيفة الشراء، وأخيراً يتم مناقشة تأثير تكنولوجيا المعلومات وأدواتها المختلفة على وظيفة الشراء بما تتضمنه من أبعاد وسياسات.

المبحث الأول: أساسيات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

سنتناول في هذا المبحث بعض المفاهيم العامة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا أهميتها ومزايا وخصائص، وكذلك وظائفها.

المطلب الأول: نظرة تعريفية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال (تعريف، أهمية)

سنحاول في الفرع الأول إعطاء أهم التعاريف المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال كل على حدى، أما الفرع الثاني فقد خصص لمفهوم شامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وفي الأخير نتطرق إلى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الفرع الثالث.

الفرع الأول: تعاريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أولاً: تعريف التكنولوجيا:

تعد التكنولوجيا من أكثر الألفاظ شيوعاً واستخداماً في عصرنا، حتى من قبل المواطن العادي، مما زاد في اللبس والغموض، حتى أصبح له معاني كثيرة ومفاهيم مختلفة ومتناقضة حسب مستخدم اللفظ.¹

فقد تعددت التعاريف التي أعطيت لهذا المصطلح إلا أنّ الغموض ما زال يشوبه إلى حد كبير فالكثير يستخدمونه دون العناية بتحديد معناه أو مضمونه.

من ناحية المدلول اللغوي يرجع أصل كلمة تكنولوجيا "technology" إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين هما "techno" وتعني التشغيل الصناعي والثاني "logos" أي العلم أو المنهج، لذا تكون بكلمة واحد، هي علم التشغيل الصناعي.²

كما يلاحظ أنّ هناك اختلاط خاصة في اللغة الفرنسية بين لفظ تقنية "technique" ولفظ تكنولوجيا "technologie" والأول لفظ قديم والثاني لفظ حديث نسبياً، والتقنية هو الأسلوب أو (الطريقة) التي يستخدمها الإنسان في إنجاز عمل أو عملية ما، أما التكنولوجيا فهي "علم الفنون والمهن" "la science des arts et métiers" ودراسة خصائص المادة التي تصنع منها الآلات والمعدات، فقد ظهر استخدام لفظ التكنولوجيا في العصور الحديثة وبالأخص بعد ظهور الثورة الصناعية عندما بدأت الآلة تأخذ مكانتها البارزة في مجال الإنتاج الصناعي.³

تعرف التكنولوجيا وفق ما جاء في معجم (Wepster) بأنها: "اللغة التقنية والعلوم التطبيقية والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي، فضلاً عن كونها مجموعة من الوسائل المستخدمة لتوفير التكنولوجيا أيضاً بأنها "اللغة التقنية والعلوم التطبيقية والطريقة الفنية لتحقيق

¹ - محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص15.

² - محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2009، ص13.

³ - محمود علم الدين، مرجع سابق، صص 16-17.

غرض عملي، وكونها مجموعة من الوسائل المستخدمة كل ما هو ضروري لمعيشة البشر ورفاهيتهم، أما التقنية تعرف بأنها أسلوب أو طريقة معالجة التفاصيل الفنية، أو الطريقة لإنجاز غرض منشود.¹

وهناك من يعرفها بأنها: "هي الجهد المنظم إلى استخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات الإدارية، أساليب جديدة يفترض أنها أجدى للمجتمع".²

كما تم تعريف على أنها: "دراسة الوسائل الفنية التي تشمل كل موضوعات الثقافة المادية وهي لذلك تتضمن كل ما يقدمه العالم الطبيعي من أمور مادية".³

نجد أنّ تعريف التكنولوجيا يتراوح بين (الاستخدام العام للمعرفة) إلى (عالم فنون الصناعة) و(الأدوات بما فيها الآلية) ولكنها تشمل أيضا الأدوات العقلية مثل لغات (العقول المبرمجة) والتحليل المعاصر والتقنيات الرياضية والتطبيقات المنظمة للمعرفة العلمية على المهام العملية بل يوجد من عرف التكنولوجيا بأنها (قواعد نمو المستقبل).⁴

التكنولوجيا هي حصيلة التفاعل المستمر بين الانسان والطبيعة، تلك الحصيلة التي تزيد من كفاءة هذا التفاعل بهدف زيادة الانتاج أو تحسين نوعه أو تقليل الجهد المبذول.⁵

التكنولوجيا هي الأدوات أو الوسائل التي تستخدم لأغراض علمية تطبيقية والتي يستعين بها الانسان في عمله لإكمال قواه وقدراته وتلبية تلك الحاجات التي تظهر في إطار ظروفه الاجتماعية والتاريخية.⁶

كذلك هناك من يعرف التكنولوجيا على أنها مجمل المعارف العلمية المستخدمة في المجال الصناعي خاصة المكرسة لدراسة وتحقيق وانتاج وتسويق السلع والخدمات السلعية لاستبدال العمل اليدوي بآلات حديثة ومتطورة.

ثانياً: تعريف المعلومات:

نظراً للتداخل بين مفهوم كل من المعلومات والبيانات لا يمكن التحدث عن تعريف المعلومات دون الحديث عن البيانات، فبالرغم من أن البعض يستخدمها على أساس أنهما

¹ - غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومدخل تقنيات تطبيقات عملية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص22.

² - جمال أبو شنب، العلم والتكنولوجيا والمجتمع من البداية وحتى الآن، دار المعرفة الجامعية، 1990، ص 28.

³ - علي غربي، يمينة نزار، التكنولوجيا المستوردة، مخبر علم الاجتماع والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2002، ص17.

⁴ - عزت محمد جرادات، صادق إبراهيم عودة، العلم والتكنولوجيا والتنمية، دار صفا، عمان، ط1، 2007، ص 137.

⁵ - عبده سمير، العرب والتكنولوجيا، دار الأفق الجديدة، بيروت، 1981، ص120.

⁶ - قرين علي، هبال عبد المالك، تسيير الموارد التكنولوجية وتطوير الابداع التكنولوجي في المؤسسة، الملتقى الدولي حول اقتصاد المعرفة، كلية العلوم الاقتصادية

وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2005، ص76.

مترادفين لمعنى واحد، إلا أنه توجد العديد من المفاهيم التي بواسطتها يمكن من خلالها التعريف بينهما.

أ. البيانات:

تعرف بكونها المادة الخام اللازمة لإنتاج المعلومات وذلك طبقاً لمفهوم النظام، بحيث تمثل البيانات المدخلات والمعلومات والمخرجات وهذا بعد المعالجة. ومن خلال التعريف يتضح أن البيانات تشكل المادة الخام الأساسية التي تنتج منها المعلومة.

ب. المعلومات:

تتضمن المعلومات ما يعرف بنظم المعلومات، أي أحد الأنظمة الفرعية للمؤسسة وتتكون من مجموعة من العناصر البشرية والآلية وتعمل بصورة متكاملة لتحقيق تدفق منظم للمعلومات على المستويات الإدارية المختلفة.

ويمكن القول ان التعريف المفيد والنافع من زاوية نظم المعلومات هو التعريف التالي: "المعلومات هي البيانات التي تم اعدادها لتصبح في شكل أكثر نفعاً للفرد مستقبلاً، نحو التي لها إما قيمة مدركة في الاستخدام الحالي، أو المتوقع أو في القرارات التي يتم اتخاذها...".¹ أو هي: "عبارة عن بيانات منسقة ومنظمة مرتبة والتي تفيدها الجهة التي تملكها الإدارة لاتخاذ قرار معين".

ثالثاً: تعريف الاتصال:

لقد ظهرت تعريفات عديدة لا يمكن حصرها من قبل الباحثين والمتخصصين، عكست في معظمها أهميته ودوره في الحياة الإنسانية ككل، والمكونات أو العناصر الأساسية لعملية الاتصال، ومن هذه التعريفات:

الاتصال لغويًا في القواميس العربية كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساس الصلة وبلوغ الغاية.²

أما كلمة اتصال (communication) في الأصل اللاتيني مشتقة من كلمة (communes) وتعني عام أو مشترك ولهذا فهي تكون قاعدة مشتركة عامة.³

¹ - قرين علي، هبال عبد المالك، تسيير الموارد التكنولوجية وتطوير الابداع التكنولوجي في المؤسسة، مرجع سابق، ص20

² - فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه (نظرياته، وسائله)، دار الفجر، القاهرة، ط1، 2003، ص15.

³ - بشير عباس العلاق، نظريات الاتصال مدخل متكامل، دار البازوري العلمية، عمان، 2010، ص13.

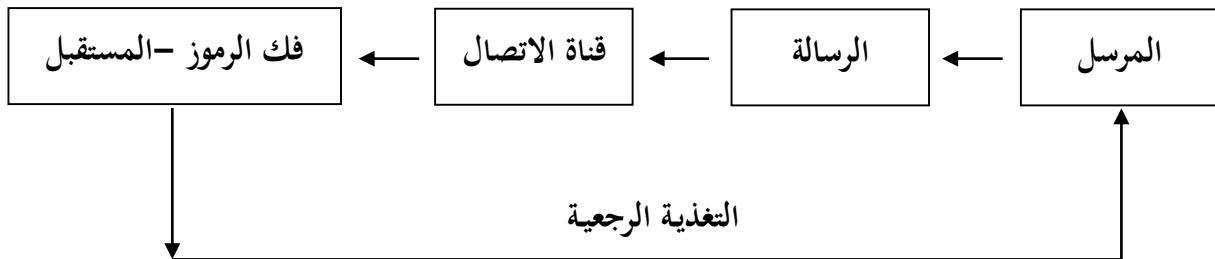
وفي هذا السياق تم تعريف الاتصال أيضا على أنه عملية اجتماعية تتم بالتفاعل بين طرفين، فرادى أو جماعات، في إطار دولي أو جهوي أو محلي، من أجل تحقيق أغراض محددة سلفا¹.

كما عرّف الاتصال على أنه فن نقل المعلومات والأفكار والمواقف من شخص لآخر².

يمكن النظر للاتصال في المؤسسة من زوايا مختلفة، وفقا لتعدد تخصصات الأفراد فيها واختلاف مستوياتهم الإدارية، فرجل العلاقات العامة يقصد به "توصيل وتحسين صورة المشروع أمام المجتمع" ورئيس مجلس الإدارة يقصد به "تقريب وجهة النظر بين المشروع والحكومة" ويرى رجل المبيعات أنه "إخبار العملاء والمستهلكين بمزايا المنتج" أما مدير إدارة الأعمال يقصد به "توفير المعلومات كاملة عن سياسة المشروع للعاملين"، والمدير الممارس يقصد به "تبادل المعلومات بينه وبين الرؤوسين" أما الرؤوسون يقصدون به "الطرق السليمة لإخبار مسؤول المشروع بمشاكلهم"³.

عملية الاتصال تعني: إيصال المعلومات والفهم وذلك بغرض إيجاد التغيير المطلوب في سلوك الآخرين ولذلك فهي عملية تتكون على الأقل من مرسل واحد ومستقبل واحد وترسل المعلومات من المرسل إلى المستقبل ثم الرد إلى المرسل لمعرفة بما أحدثته أثر في المستقبل.

الشكل رقم (1-1): نموذج عام للاتصال



المصدر: مصطفى نجيب شاويش، إدارة المكاتب والاعمال المكتبية دار وائل، عمان، الأردن، 2006، ص70.

الفرع الثاني: المفهوم الشامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

1 - عبد القادر قندوز، محمد الطيب الزاوي، المدخل إلى علوم الاتصال، المطبعة العربية، غرداية، 2011، ص9.

2 - عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، إتراف للنشر والتوزيع، عمان، ط6، 2009، ص23.

3 - بشير كاجحة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية الجزائرية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة ورقلة 2013-2014، ص17.

لم تخص تكنولوجيا المعلومات والاتصال كغيرها من المصطلحات بتعريف واحد، فقد اختلف الباحثون حول تحديد مفهومها تبعاً لرؤية كل واحد لها.

تعتبر المعلومات إحدى ركائز مجتمعنا المعاصر، ولكن هذه المعلومات تصبح بلا فائدة أو قيمة إذا لم تصل إلى مرادها في الوقت المناسب وبالقدر المناسب، ولقد أحدثت ثورة الاتصالات تغييراً جذرياً في أنماط حياتنا العادية، ودخلت وسائل الاتصال الحديثة مختلف جوانب الحياة.

كما شهد العالم في السنوات الأخيرة تطوراً مذهلاً في صناعة الإلكترونيات وباتت هي السمة الرئيسية التي تطبع عصرنا الحالي، ويشار إليه اصطلاحاً بالصناعة المتقدمة التي ميزت هذا العصر بتكنولوجيا الاتصال فلماذا كانت سمة العصر هي هذه الصناعة المتسارعة والتطور وميزت عصرنا الحالي عن باقي العصور السابقة.

ولابد من الذكر بأن تطور الاتصال عبر التاريخ مر على خمس ثورات أساسية، تمثلت الثورة الأولى في تطور اللغة والثانية في تدوين اللغة واقتزنت الثورة الثالثة باختراع الطباعة في منتصف القرن التاسع عشر وبدأت معالم الثورة الرابعة من خلال اكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية والتلغراف والهاتف والتصوير الفوتوغرافي والسينما ومن ثم ظهرت ثورة العلم والتكنولوجيا التي سميت من طرف الباحثين بالثورة الخاصة نتيجة التطورات التكنولوجية والمعلوماتية، وتطوير شبكات الهاتف بإدخال وسائط مثل الألياف البصرية والأقمار الصناعية لتسريع بث ونقل وتلقي المعلومات.¹

إن حديثي العهد بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ينظرون إليها على أنها كل ما هو جديد ومكتشف أو مخترع من قبل العلماء والمستكشفين عبر العصور المختلفة.²

تكنولوجيا المعلومات هي نموذج تقني اقتصادي جديد، تؤثر على تسيير ومراقبة أنظمة الانتاج والخدمات في الاقتصاد، يعتمد على مجموعة مترابطة من الاكتشافات المعمقة في ميدان الحواسيب، الإلكترونيك وهندسة البرمجيات، أنظمة المراقبة والاتصالات البعيدة مما سمح من تخفيض تكاليف التخزين المعالجة تبادل وتوزيع المعلومات بشكل كبير جداً.³

في تعريف آخر نقصد بتكنولوجيا المعلومات جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في التشغيل، نقل تخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحسابات الآلية

1- عبد الملك ريمان الدناي، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، دار المراتب، بيروت، 2001، ص 81-82.

2- محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة والإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها المعاصرة، دار الصفا للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص 270.

3- Freemanet. **Soete technologie d'information et domaines de croissances**, EDOCDE, 1989, P148.

ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستعمل في الاتصالات.

كما أنه تم تعريف تكنولوجيا الاتصال من قبل الباحثين والدارسين على أنها: "هي التي تمكننا من نقل المعلومات من أي مكان في العالم إلى أي مكان آخر بفاعلية وسرعة عالية".¹

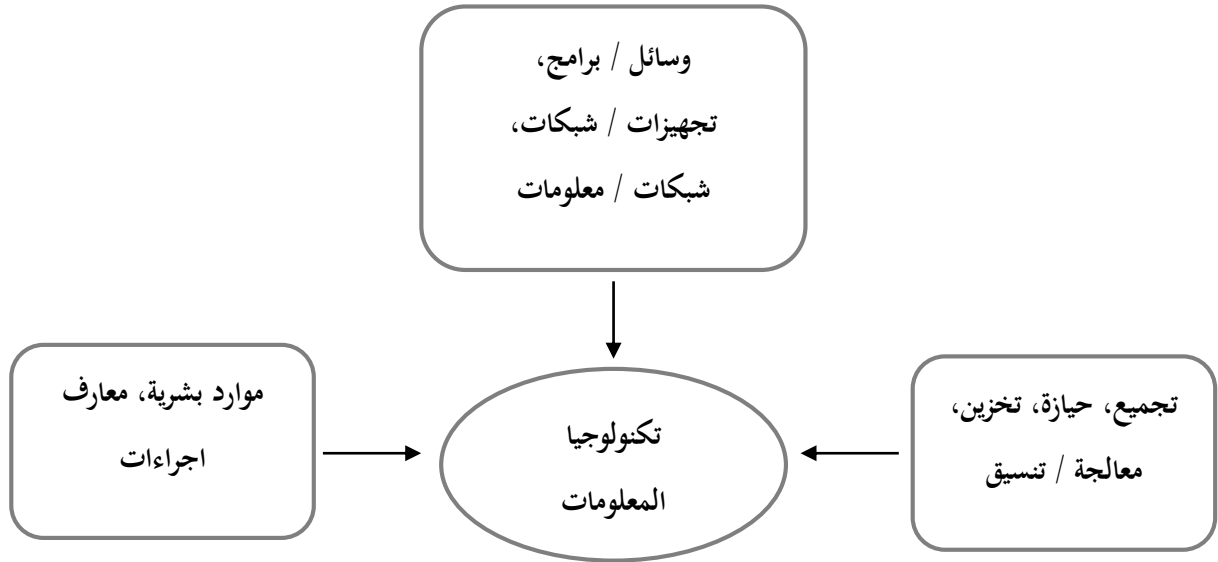
من خلال هذه التعاريف نستنتج:

- تكنولوجيا المعلومات هي حقل من حقول تكنولوجيا التي تهتم بمعالجة المعلومات.
- تبرز تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال ظاهرتين من جهة الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة والصورة الساكنة والمتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية ثم تخزين المعلومات واستعمالها، ومن جهة أخرى اعتماد الأسلوب الرقمي للقيام بالعمليات.
- وبشكل أشمل وأدق يمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات هو التزاوج والترابط الهائل بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة الأنواع والاتجاهات، التي حققت امكانية تناقل كمية هائلة من المعلومات بسرعة فائقة وبغض النظر عن الزمان والمكان، وصولاً إلى شبكات المعلومات وفي قمته شبكة الأنترنت.²

الشكل رقم (1-2): تكنولوجيا المعلومات

1- ربحي مصطفى، عدنان محمود الطوبالي، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفا، عمان، ط1، 2005، ص109.

2- عبد الله فرعلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، إيتراك للنشر والتوزيع، ط1، 2007، ص28-32.



المصدر: عبد الرزاق حميدي، تكنولوجيا المعلومات كمدخل لتعزيز المصارف، مجلة المعارف، العدد 13، الجزائر العاصمة، أكلي محند أولحاج البويرة، 2012، ص 158.

الفرع الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات

أدت مجموعة من العوامل إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات وتتمثل في:

- **التغير المستمر والمعقد في بيئة العمل:** تمثل تكنولوجيا المعلومات دعامة لكل الأنشطة التي تهدف إلى حماية المؤسسات، حيث توفر معطيات عبر تحليل المعلومات المختلفة داخل وخارج المؤسسة وبالتالي اكتشاف على الفور مواطن القوة والضعف مما يسمح باتخاذ الإجراءات المناسبة في الوقت المناسب.
- **المنافسة القوية:** في ظل العولمة الاقتصادية انتقلت المنافسة من الطابع المحلي إلى الطابع الدولي، وذلك من خلال ما تقدمه تكنولوجيا المعلومات من إمكانيات كبيرة للاتصال عن بعد، تمكن المؤسسات من دخول الأسواق باختلاف موقعها الجغرافية والمنافسة بقوة سواء تقليديا عبر الاعتماد على الأسعار أو من خلال تقديم خدمات ذات جودة وفقا لطلب العميل، وكلها عوامل أصبحت تستند كثيرا على استخدام تكنولوجيا المعلومات.

- **المسؤولية الاجتماعية:** إن تكنولوجيا المعلومات يمكن أن تدعم أنشطة المسؤولية الاجتماعية حيث تمكن المؤسسة من استخدام نظم دعم القرار لمراقبة برامج تكافؤ الفرص، كما يمكن استخدام النظم الخبيرة لتحسين الرقابة البيئية.
- **توقعات المستهلكين:** أصبح المستهلك أكثر دراية ومعرفة بالمتاح من السلع والخدمات وكذلك تلك المنتجات التي تنتج حسب طلب المستهلك مثال: مشتري الحاسب بطلب الحاسب الآلي الذي يحتوي على البرامج التي يريدها وغيرها من خيارات أخرى مثل السعة التخزينية... إلخ.
- من ناحية أخرى فإن المستهلكين يطلبون معلومات مفصلة عن السلع والخدمات التي يريدونها، ومعرفة الضمانات التي يحصلون عليها.
- ومن هنا ظهور دور تكنولوجيا المعلومات في تمكين المؤسسات من تحقيق ذلك.
- **الاختراعات والابتكارات التكنولوجية:** في هذا الصدد نجد أن التكنولوجيا الجديدة أدت إلى خلق بدائل عديدة للمنتجات والخدمات، وكذا ارتفاع مستوى الجودة، ولذلك فإن التكنولوجيا تزيد من حدة المنافسة.
- **العولمة:** تعد من أهم العوامل التي أدت إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات حيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات بمثابة محرك لمنظمات الأعمال اتجاه العولمة من خلال استخدام الحاسبات الآلية وتكنولوجيا الاتصالات.
- **تغيير هيكل الموارد:** أصبحت المعلومات المورد الأساسي للمؤسسة، وبالتالي أصبح من الضروري الاعتماد على التكنولوجيا لمعالجة الكميات الكبيرة المتدفقة من المعلومات والاستفادة منها في اتخاذ القرارات المختلفة.

المطلب الثاني: مزايا وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الفرع الأول: مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال

- **البعد الزمني:** حيث أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد إلغاء الفرق بين زمن البث والزمن الواقعي في حالة البث المباشر على الأقمار الصناعية.
- **البعد المكاني:** حيث وفرت كمأ هائلاً من المساحات المطلوبة لتخزين المعلومات ونقلها، كما أيضا تكاد تحدد عنصر المسافة مهما بعدت.

- **البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي:** حيث أتاحت ثورة الاتصال للمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع هذه التكنولوجيا كالتلفاز الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج.

الفرع الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات

تتمثل أهم خصائص تكنولوجيا المعلومات فيما يلي:

1. **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مرسل أو مستقبل في نفس الوقت فالمعنيين بعملية الاتصال بإمكانهم تبادل الأدوار والمهام، وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل.
2. **اللاتزامنية:** يعني ذلك استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم فالمشاركين في عملية الاتصال غير ملزمين باستخدام النظام في نفس الوقت.
3. **اللامركزية:** هذه الخاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالإنترنت تتمتع باستمراريتها عملها في كل الأحوال، فلا يمكن أي جهة أن تعطل الأنترنت على مستوى العالم بأسره.
4. **قابلية التواصل:** أي إمكانية الربط بين أجهزة اتصال مختلفة وذلك بغض النظر عن الشركة أو البلد المنتج لهذه الأجهزة.
5. **قابلية التحرك والحركية:** أي يمكن للمستخدم ان يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته من أي مكان عن طريق الحاسب الآلي النقال، الهاتف النقال.
6. **قابلية التحويل:** بمعنى إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.
7. **اللاجماهيرية:** إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها إلى جماهير ضخمة، هذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك.
8. **الشيوع والانتشار:** بمعنى قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر مساحات غير محدودة في العالم، حيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنظامها المرن.

9. **العالمية والكونية:** المقصود به المحيط الذي تعيش فيه هذه التكنولوجيا، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر على مختلف محيط عملها فمثلا تسمح لرأس المال أن يتدفق إلكترونياً.¹
10. **تخفيض الوقت:** بإمكاننا القول وبدون مبالغة أن تكنولوجيا المعلومات تمكنت من اقتصار الوقت والمكان وخير دليل على ذلك شبكة الأنترنت، التي تسمح لكل واحد منا للحصول على ما يلزمه من معلومات في وقت قصير جداً.
11. **تقليص المكان:** تنتج تكنولوجيا المعلومات وسائل التخزين التي تستوعب حجماً هائلاً من المعلومات، والتي يمكن الوصول إليها بيسر وسهولة.
12. **المرونة:** تعددت استعمالات تكنولوجيا المعلومات بتعدد الاحتياجات لها وأبسط مثال على ذلك الحاسوب الذي نستعمله في حياتنا اليومية فهو أداة لكتابة النصوص ومعالجتها، والقيام بعمليات معقدة، وكذا الاتصال من بعيد أو من قريب...، وهذا ما يكسب تكنولوجيا المعلومات مرونة كبيرة بالمقارنة مع آلة محدودة الاستعمال.²

المطلب الثالث: مكونات ووظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الفرع الأول: مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتكون تكنولوجيا المعلومات من أربع تقنيات فرعية هي:

1. **مكونات مادية:** وتشمل معدات مستخدمة لإدخال المعلومات وتخزينها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها وبثها للمستخدمين، كما أنها تضم وحدة المعالجة المركزية واللوح الأساسي والشاشة وغيرها وتسمى بالمكونات المادية.³
2. **البرمجيات:** هي عبارة عن مجموعة من المكونات المعنوية لنظام الحاسب من تعليمات وإجراءات وبرامج وأنظمة تشغيل ولغات برمجة وتقوم هذه البرمجيات بعدة وظائف وأهمها: إدارة عمليات الحاسوب، استرجاع البيانات، ودعم تطبيقات الأعمال.⁴

¹ بومالية سعاد، فارس بوباكور، أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات الاقتصادية، مجلة الاقتصاد للمناجمت، العدد الثالث، مارس 2004، ص 205-206.

² زهر شعبان العاني، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، اثر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2008، ص 78.

³ غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومدخل تقنيات تطبيقات عملية، مرجع سابق، ص 169-171.

⁴ James A, O'Brine. **Management 'information system**, Manging information technology in the internet worked Enterprise, 1999, P190.

3. قواعد البيانات: هي مجموعة من البيانات تجمع بينها علاقة منطقية يسهل تخزينها واسترجاعها بغرض استخدامها أو تعديلها أو الاضافة عليها لتكون جاهزة للاستخدام، ويؤدي استخدام قواعد بيانات إلى تحقيق مجموعة من المزايا مثل عدم تكرار البيانات وزيادة امكانيات اقتسام البيانات وتحقيق الرقابة.
4. شبكات الاتصال: وهي مكون أساسي لتكنولوجيا المعلومات، يمكن اعتبارها بأنها الأكثر أهمية فهي أدوات أو وسائل الاتصالات عن بعد مثل الهواتف، الفاكس، والألياف الضوئية، ومكوناتها.¹

الفرع الثاني: وظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتمثل الوظيفة الأساسية لتكنولوجيا المعلومات في تسجيل وتخزين ونقل ومعالجة واستخدام واسترجاع المعلومات، يمكن حصر وظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصال فيما يلي:

1. جمع تفاصيل قيود أو سجلات نشاطات؛
2. تحويل وتحليل وحساب جميع البيانات أو المعلومات؛
3. إجراء عدة أنواع من المعالجات للمعلومات في وقت واحد سواء كانت كتابة أو صوت أو صورة؛
4. إرسال البيانات والمعلومات من موقع لآخر باستخدام الإيميل الإلكتروني أو الرسائل الصوتية أو غيرها؛
5. معالجة البيانات لتحويلها إلى معلومات مفيدة؛
6. إعادة معالجة المعلومات واستخدامها كبيانات في خطوات المعالجة الأخرى؛
7. تبسيط المعلومات بحيث يسهل فهمها من قبل المستخدم لتصبح أكثر جاذبية وأكثر فائدة.

¹ - غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومداخل تقنيات تطبيقات عملية، مرجع سابق، ص 169-171.

المبحث الثاني: أساسيات حول وظيفة الشراء

يتناول هذا القسم من البحث، مختلف الأسس النظرية المتعلقة بوظيفة الشراء، من حيث مفهوماتها وأهميتها وأهدافها، بالإضافة إلى بيان الاستراتيجيات المختلفة للشراء وموقع التنظيم في المؤسسة

المطلب الأول: ماهية وظيفة الشراء (تعريف، أهمية، أهداف)

الفرع الأول: تعريف وظيفة الشراء

تعرف وظيفة الشراء بأنها: "الوظيفة المسؤولة عن توفير وتسيير احتياجات المشروع من المواد والتجهيزات المختلفة وفق سياسة محددة وواضحة بما يخدم نشاطات المشروع المختلفة للوصول إلى الأهداف المرسومة".

أما إدارة الشراء فهي: "الإدارة المسؤولة عن تخطيط وتنظيم وتنفيذ ومراقبة كافة الأعمال والمهام والأنشطة التي تهدف إلى تحقيق التدفق المستمر للمواد والسلع بالكميات والنوعيات والأسعار والأوقات المناسبة لإشباع حاجات الإدارات المختلفة في المشروع من مصادر الشراء الملائمة".¹

وتعرف أيضا على أنها: "الوظيفة المسؤولة على الحصول على المواد والمستلزمات الضرورية لعمل المؤسسة وذلك باحترام مستوى الجودة المطلوبة وبكميات مناسبة وفي الآجال المرغوب فيها وبأفضل شروط الخدمة وضمن التمويل".

كما عرفت على أنها: "الوظيفة المسؤولة عن توفير وتسيير احتياجات المشروع من المواد والتجهيزات المختلفة وفق سياسة محددة وواضحة بما يخدم نشاطات المشروع المختلفة للوصول إلى الأهداف المرسومة".²

وظيفة الشراء يقصد بها كل الأنشطة الخاصة بالمعاملات أو التبادل مع الأطراف الداخلية والخارجية وهي تهدف إلى تلبية الحاجة كما تطلبها الجهات المستخدمة وفقا لإجراءات محددة، وتتضمن وظيفة الشراء الأنشطة التفصيلية التالية:

¹ - محمد العدوان، علي المشاقية، هيثم الزعبي، إدارة الشراء والتخزين، دار صناع للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص22.

² - مهني لوريش، مساهمة في تخفيض تكاليف المؤسسة من خلال التحكم في وظيفة التمويل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011-2012، ص66.

1. توصيف الحاجات
2. وضع برامج الشراء
3. الاتصال بالموردين
4. إصدار أوامر التوريد
5. مراجعة الفواتير وتسوية المستحقات
6. متابعة التوريد.¹

كما تجدر الإشارة إلى أن هناك نوعين من الشراء في ميدان الأعمال، مع استبعاد الشراء بهدف الاستهلاك الشخصي الذي يقوم به الأفراد من أجل إشباع حاجاتهم، وهذان النوعان هما ما يلي:

1. **الشراء التجاري:** وغرضه إعادة البيع، ويقوم به التجار الذين يشترون احتياجات المستهلك من السلع ويضيفون عليها نسبة معينة من الربح، ثم يقومون بإعادة بيعها للمستهلك.
2. **الشراء الصناعي:** وغرضه تحويل المشتريات من المواد والمستلزمات من حالتها هذه إلى سلع أخرى تختلف صفاتها بعد إجراء العمليات الصناعية عليها عن صفاتها عند الشراء.²

ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن وظيفة الشراء تتضمن مجموعة من الأنشطة المرتبطة بحصول المؤسسة على احتياجاتها من المواد والخدمات والمعدات اللازمة للقيام بعملياتها وأنجاز مهامها وبأفضل الشروط، كما أنها مسؤولة عن دورة هذه المواد من الوقت الذي يطلب فيه صنف معين إلى الوقت الذي يتم فيه تسليمه إلى الجهة التي تستعمله.

الفرع الثاني: أهمية وظيفة الشراء

لوظيفة الشراء أهمية كبرى بالنسبة لأي مؤسسة صناعية كانت أم خدمية، حيث أنها تعمل على ضمان استمرار وانتظام الإنتاج من خلال إمداده بالاحتياجات الضرورية وتبرز أهمية وظيفة الشراء من خلال الآتي:

1. تأمين احتياجات المنظمة من المواد المختلفة لضمان عدم تدفق الإنتاج فيها؛
2. حجم الانفاق الكبير عند شراء المواد المختلفة يبرز أهمية إدارة الشراء وعليه؛ فإن إدارة الشراء تحاول أن تحصل على احتياجات المنظمة بأقل تكاليف الممكنة (مع الالتزام بالجودة المناسبة) كي تستطيع منافسة المنظمات الأخرى عند تحديد سعر بيع منتجاتها، كي تحقق الميزة التنافسية وبالتالي تضمن لها حصة مناسبة في السوق؛
3. إن قيام إدارة الشراء بالعملية الشرائية بالكفاءة المناسبة ينعكس إيجابياً على كفاءة إدارة الإنتاج، إذ سيتوفر للأخيرة المواد التي تحتاج إليها بالكمية المناسبة والجودة المناسبة... إلخ؛

¹ - محمد الصيرفي، استراتيجيات الشراء، المكتب العربي للمعارف، مصر الجديدة، القاهرة، ط1، 2009، ص 48.

² - عمر عقيلين، قحطان العبدلي، إدارة الشراء والتخزين، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2008، ص 8-9.

4. تقوم إدارة الشراء بالحد من مبالغة الإدارات الأخرى في المنظمة خاصة تلك التي تستخدم مواداً بكميات كبيرة، سواء كانت هذه المبالغة في طلب كميات كبيرة من المواد تزيد عن حاجتها الفعلية أو من حيث الجودة، أي طلب مواد بمواصفات عالية مما قد ينعكس على التكاليف العالية التي ستحملها المنظمة في ذلك؛¹
5. تعتبر وظيفة الشراء مصدر رئيسي للتمويل قصير الأجل في المشروعات الصناعية من خلال الشراء بالأجل من مصدر التوريد المناسب مما يوفر الحصول على الأموال + تكلفتها خاصة أن تكلفة الشراء تمثل وزناً ملموساً من ميزانية المنشأة الصناعية في ضوء العلاقات الوطيدة مع الموردين؛
6. تعبر قيمة المشتريات أكبر مؤثر على إجمال الإيرادات، كما تعتبر تكلفة المشتريات أكبر مؤثر على إجمالي التكاليف الكلية للمنشأة؛²
7. كبر حجم المنشآت وتضخيم نشاطها وتوسعه أدى إلى تزايد ما تحتاج إليه من المستلزمات كما ونوعاً، وهذا ما جعل عمل وظيفة الشراء ذا أهمية أكبر وأكثر تعقيداً، هذا إلى جانب ارتفاع كلفة المشتريات نسبة إلى الكلفة الإجمالية في المنشآت عامة والصناعية منها بشكل خاص؛
8. ندرة بعض المستلزمات وصعوبة توفرها في السوق، تعطيان المزيد من الأهمية لوظيفة الشراء.³

الفرع الثالث: أهداف وظيفة الشراء

تسعى المنظمة ومن خلال وظيفة الشراء إلى الوصول إلى مجموعة من الأهداف التي تحقق أفضل النتائج ويمكن النظر إلى أهداف عملية الشراء من خلال جانبين وهما:

أولاً: أهداف وظيفة الشراء بشكل عام.

يمكن تحديد أهداف وظيفة الشراء بشكل عام من خلال توفير مستلزمات واحتياجات المنظمة من المواد والعدد والاجهزة والمستلزمات الأخرى المرتبطة بالعملية الانتاجية وفقاً إلى:

1. الكمية المناسبة؛
2. الجودة المناسبة؛
3. الوقت المناسب؛
4. السعر المناسب؛
5. مصدر التوريد المناسب؛

¹ - سليمان خالد عبيدات، مصطفى نجيب شاويش، إدارة المواد الشراء والتخزين، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص 17-18.

² - نظيمة عبد العظيم خالد، فوزي شعبان مذكور، إدارة المشتريات والمخازن، كلية التجارة، القاهرة، ص 9-10.

³ - عمر عقيلين، قحطان العبدلي، إدارة الشراء والتخزين، مرجع سابق، ص 10.

6. الاستلام بالمكان المناسب.

نشير إلى أن مصطلح " المناسب " قد يتباين من مؤسسة لأخرى ومن ظرف لآخر حتى داخل نفس المؤسسة، وبالتالي فإن مدلوله العام يشير إلى توفير أفضل الظروف ومسايرة التغيرات الحاصلة في البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة بحيث تحقق أفضل النتائج لوظيفة الشراء وللمنظمة.

ثانيا: أهداف وظيفة الشراء بشكل تفصيلي

يمكن تحديد أهداف وظيفة الشراء بشكل أكثر تفصيلا وانسجاما مع ما يتلاءم وعمل وظيفة المنظمة والتطورات والمتغيرات الموجودة في بيئتها الداخلية والخارجية وكما يلي:

1. ضمان استمرارية التوريد: يمثل الهدف التقليدي لوظيفة الشراء في ضمان استمرار وتدفق المواد والمستلزمات الضرورية لعمليات التشغيل والإنتاج، وذلك عبر تحليل مختلف الأنشطة والعمل على تحديد وتلبية متطلباتها المختلفة
2. إدارة عملية الشراء بكفاءة فاعلية: فالشراء يجب إدارة عملياته الداخلية بكفاءة وفاعلية عن طريق الآتي:

✓ تحديد مستويات التوظيف؛

✓ التطوير والتمسك بالميزانيات الادارية؛

✓ توفير التدريب المهني وفرص النمو للموظفين؛

✓ إدخال الشراء بالأنظمة التي تؤدي إلى تحسين رؤية الإنفاق، وقوائم الدفع، ورضا الزبائن.

3. تطوير سلاسل التوريد: من أهداف وظيفة الشراء هي الاختيار والتنمية، وصيانة سلاسل التوريد، وذلك عبر:

✓ اختيار الموردين القادرين على المنافسة؛

✓ تحدد موردين جدد من الذين لديهم قدرة للحصول أداء ممتاز مع تطوير علاقات أوثق مع هؤلاء الموردين؛

✓ تحسين العلاقات مع الموردين الحاليين؛

✓ البحث عن موردين جدد للتنافس من خلالهم.

4. دعم غايات الشركة وأهدافها: الهدف الأهم لنشاط الشراء هو دعم الأهداف والغايات التنظيمية للمؤسسة، والعمل على إحداث تجانس بين الأهداف الشرائية والأهداف التنظيمية.

إضافة إلى ما سبق يمكن إدراج العناصر التالية التي تعكس جانبا أهداف الشراء كما يلي:

- ✓ المحافظة على المستوى المطلوب في الجودة؛ إذن إدارة الشراء هي الإدارة القادرة على معرفة وتحديد الاحتياجات والاستعداد لتلبية تلك الاحتياجات من خلال عملية تنسيق بين الإدارة والإدارات الأخرى.
- ✓ تفادي حدوث الازدواجية والتلف في المواد المشتراة؛
- ✓ اختيار الموردين الجيدين واستمرار التعامل معهم من خلال تحقيق علاقات إيجابية؛
- ✓ خلق علاقات تبادلية جيدة مع جميع الإدارات الأخرى في المؤسسة؛
- ✓ المحافظة على المكانة التنافسية للمنظمة؛
- ✓ إيجاد موارد بشرية تمتلك مهارات وقدرات عالية في مجال النشاط الشراء؛
- ✓ إدارة عمليات الشراء بشكل كفوء وفعال؛
- ✓ تطوير استراتيجيات الشراء الشاملة والمتكاملة التي تدعم استراتيجية المؤسسة.

المطلب الثاني: استراتيجيات وظيفة الشراء

الفرع الأول: تعريف استراتيجية الشراء

يقصد باستراتيجية الشراء المنهج العام التي تنتهجه وتسير عليه عملية الشراء وتوفير الاحتياجات المؤسسة من المواد المختلفة، وبالتالي فالاستراتيجية عبارة عن قواعد عامة يتم في ضوءها اتخاذ قرارات الشراء داخل المؤسسة انطلاقاً من المعلومات والاقتراحات التي تقدمها إدارة شراء المواد.

الفرع الثاني: الاستراتيجيات المختلفة للشراء

تضمنت الأدبيات النظرية خمسة استراتيجيات ممكنة للشراء يمكن للمؤسسة أن تتبنى واحدة أو أكثر أو مزيجاً منها وذلك وفقاً لظروفها، نذكر منها ما يلي:

1. استراتيجية الشراء حسب الحاجة والكميات الدنيا:

تعني شراء المنظمة مستلزماتها بكميات تكفي أو تغطي احتياجاتها الجارية أو لفترات قصيرة من الزمن، دون مراعاة لضرورة وجود احتياطي من المخزون لمواجهة بعض الظروف الغير متوقعة.

2. استراتيجية الشراء أم التصنيع:

يعني قرار الشراء أو الصنع، هل من الأفضل للمنظمة أن تصنع احتياجاتها من المواد والمستلزمات داخلياً أم تقوم بشرائها من مصادر خارجية.

3. استراتيجية الشراء للتخزين (الشراء المقدم):

يقصد بهذه الاستراتيجية قيام المنظمة بشراء المواد اللازمة للإنتاج بكميات كبيرة واقتصادية لتغطية الاحتياجات المستقبلية، أي الشراء هنا يكون يزيد عن الاحتياجات الحارية ويتوقف ذلك على دقة التنبؤ بأنواع المواد المطلوبة وكمياتها.

4. استراتيجية الشراء لغرض المضاربة:

بموجب هذه الاستراتيجية يتم شراء المواد بكميات كبيرة تفوق احتياجات المنظمة، بهدف تحقيق الربح عند ارتفاع سعر المواد، فالمواد المشتراة لا تستخدم في العملية الإنتاجية فحسب وإنما يتم إعادة بيعها أو جزء منها عند ارتفاع السعر.

ولا تخلو هذه الاستراتيجية من المخاطرة فقد يتعرض المشتري إلى خسارة في حالة انخفاض أسعار المواد أو عدم ارتفاعها في المستقبل.

5. استراتيجية المبادلة في الشراء:

بموجب هذه الاستراتيجية يتم الاتفاق بين المشتري والمورد على تبادل منتجاتها، بمعنى أن المورد سيعتمد في الحصول على احتياجاتها من المواد والمستلزمات المختلفة التي تظهر الحاجة إليها بشكل دوري أو مؤقت، من المشتريين الذين يتعاملون معه ويحصلون على احتياجاتهم من المواد والمستلزمات المختلفة منه.

المطلب الثالث: مبادئ وظيفة الشراء

على الرغم من الاختلافات في تطبيق إجراءات الشراء بين مختلف المنظمات ووفقا لطبيعة عملها وشكل ملكيتها ونوعية وكمية الموارد المالية التي تتعامل معها، فإنه يوجد عدد من المبادئ يجب مراعاتها والتقيدها بها في كل المنظمات، حيث أثبت الواقع جدواها وفعاليتها، وأهم هذه المبادئ هي:

1. يجب أن يتجه الإجراء إلى الهدف بصورة مباشرة؛
2. يجب مراعات مبدأ البساطة والوضوح لكل العاملين المسؤولين عن تطبيقها؛
3. يجب تحديد الجهة أو الشخص المسؤول في كل خطوة من خطوات تنفيذ عمليات الشراء والإمداد وذلك تسهيل عملية الرقابة والمساءلة والكفاءة؛
4. يجب أن تتمتع الإجراءات بقدر كاف من المرونة؛
5. يجب مراعات مبدأ تحقيق الوفورات من إجراء تطبيق أي إجراء أو على الأقل عدم تكبيد المنظمة نفقات إضافية نتيجة تطبيق هذا الإجراء؛
6. مراعاة الاقتصاد في التكاليف مع عدم التضحية بالسلامة تأدية الأعمال التي من أجلها وضعت هذه الإجراءات.¹

¹ - عباس لخضر أحمد محمد الشيخ، أثر إجراءات الشراء على جودة المنتجات، جامعة شندى، 2017، ص18.

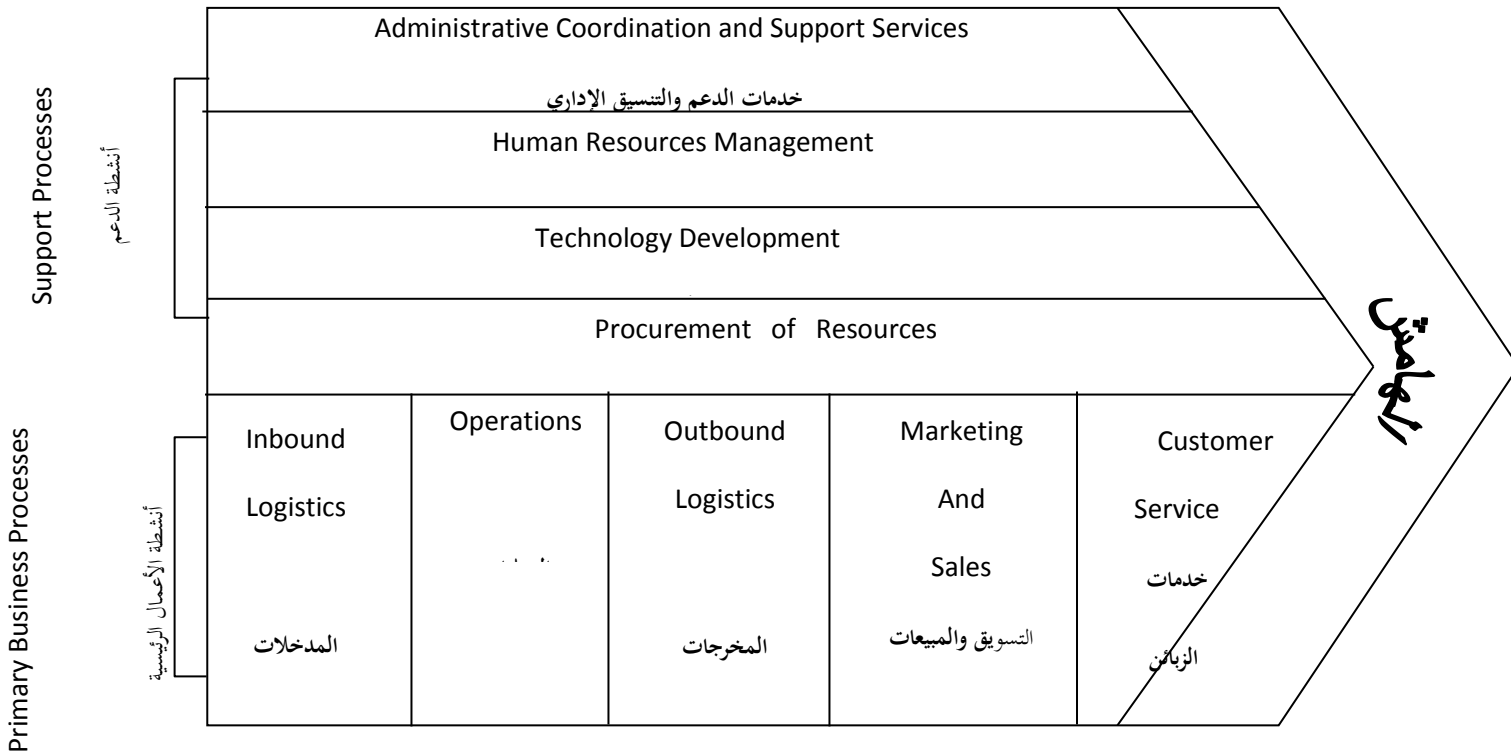
المبحث الثالث: تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على وظيفة الشراء

يتناول المبحث دراسة الآثار المحتملة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات ومكوناتها المختلفة على وظيفة الشراء بالمؤسسة.

المطلب الأول: تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على وظيفة الشراء من منظور سلسلة القيمة في المؤسسة:

تعرف سلسلة القيمة بأنها: "أسلوب يسمح بتحليل الداخلي للمؤسسة بهدف التعرف على سلسلة الأنشطة التي تؤديها وتحليل هذه الأنشطة للوصول إلى تحديد مصادر الميزة التنافسية وبالتالي معرفة عناصر القوة والضعف الداخلية الحالية والمحتملة"¹. فالمؤسسة من هذا المنظور عبارة عن سلسلة من الأنشطة الأساسية التي تضيف قيمة تظهر بصورة إجمالية في منتجاتها أو خدماتها، وحسب نموذج Porter يمكن تمييز أنشطة سلسلة القيمة لأي مؤسسة انطلاقاً من أنشطتها الرئيسية والداعمة كما هو موضح في الشكل الموالي:

شكل رقم (1-3): نموذج سلسلة القيمة لبورتر



المصدر: سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص70.

¹ - سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، مرجع سابق، ص70.

نلاحظ حسب الشكل السابق أن سلسلة القيمة تتكون من:

- **الأنشطة الرئيسية:** تتولى الأنشطة الرئيسية عملية التكوين المادي للمنتوج أو الخدمة ويبيعه للزبون وكذلك خدمات ما بعد البيع، وتوصف هذه النشاطات بالنشاطات المنشأة للقيمة، وتتضمن النشاطات التالية¹: المدخلات، العمليات الإنتاجية، المخرجات التسويق والمبيعات وخدمات الزبائن.
 - **الأنشطة الداعمة:** وتشمل الشراء، تطوير التكنولوجيا إدارة الموارد البشرية: البنية الأساسية
- تلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً مهماً في تعزيز نشاطات الدعم والإسناد التي تمثل جزءاً من سلسلة القيمة للمؤسسة، فمثلاً يساهم البريد الإلكتروني في تسهيل عملية التفاعل بين كافة المستويات الإدارية، ويؤدي لإقامة علاقة مرنة وديناميكية بين المؤسسة العاملين مما يسمح بتزويد متخذ القرار بمعلومات تمكنهم من تشخيص المشاكل وتخصيص الموارد بشكل أكثر فعالية، كما يمكن أيضاً إتاحة قناة تواصلية مع الموردين مما يسمح بخلق علاقات وارتباطات بين المؤسسة وبينهم.
- وإجمالاً يظهر أثر تكنولوجيا المعلومات من خلال تأثيرها في العناصر التالية:
- **تطوير دور حياة المنتج:** تخفيض زمن البحث والتطوير، تخفيض وقت الإنتاج، تخفيض زمن التوزيع المادي؛
 - **تدعيم جودة المنتج:** جعل المنتج أو الخدمة أكثر اعتماداً عليه أو سرعة في الاعتماد عليه أو تخفيض وقت التعطلات؛
 - **تخفيض تكلفة المكتب:** تخفيض الوقت في الأعمال المكتبية والوظائف المكتبية؛
 - **ميكنة دورة أمر الشراء:** تخفيض الجهود والتكلفة في طرح أوامر الشراء وتشغيل الأوامر لإمكانية الشراء في أي وقت؛
 - **رقابة المخزون وقنوات التوزيع:** تخفيض المخزون وجعله أكثر استجابة لاحتياجات المستهلك؛

¹ - سعد غالب ياسين، تحليل وتصميم نظم المعلومات، دار المناهج، عمان، الأردن، 2000، ص 81-82.

- تخفيض في المستويات إدارية: القضاء على الوسطاء والوظائف التي تقوم بتنقية البيانات ونسخها واحتكارها.

المطلب الثاني: أثر بعض مكونات تكنولوجيا المعلومات على وظيفة الشراء

مثلما تم التطرق إليه سابقا، تضم تكنولوجيا المعلومات العديد من المكونات الرئيسية، سنحاول في هذا المطلب دراسة تأثير كل واحد منها على وظيفة الشراء.

الفرع الأول: أثر استخدام الشبكات المعلوماتية على وظيفة الشراء:

تعتبر الأنترنت الأنترانت والإكسترنات من أهم الشبكات المعلوماتية الممكن استغلالها في إطار المهام اليومية لوظيفة الشراء، ويمكن توضيح أثر كل منها على حدى في الآتي:

✓ تأثير شبكة الأنترنت على وظيفة الشراء: ينتج عن استخدام الأنترنت العديد من الآثار الإيجابية على سيورة وظيفة الشراء أهمها:

- تتيح الوصول إلى مصادر المعلومات بمختلف أنواعها كالمعلومات الاقتصادية، العلمية، الثقافية؛
- زيادة فعالية الاتصال سواء مع العملاء، أو الموردين، فالإنترنت يتيح للمؤسسة فرص لتحسين وتفعيل مستوى الاتصالات المباشرة مع هذه الأطراف بشكل يحقق لكل منهم أهدافه المحددة؛
- تتيح الوصول إلى مصادر المعلومات المتعلقة بفرص البيع والشراء، والاستفسار عن أسعار المواد الأولية؛
- التعريف على السلع والخدمات الممنوحة من طرف المتعاملين الاقتصاديين؛
- تقليص التكاليف وذلك من خلال تقليل الحاجة للاستفسارات المتعلقة بالمشترىات بالإضافة إلى تقليل تكاليف الاتصال مع الموردين والتكاليف الورقية الناتجة عن طباعة أوامر الشراء وغيرها.

✓ تأثير شبكة الأنترنت على وظيفة الشراء: يظهر أثرها خصوصا في الجوانب التالية:

- تخفيض التكاليف: من خلال التنسيق بين مختلف المصالح في المؤسسة، وتجنب الكثير من التكاليف الورقية كالمطبوعات والنماذج الورقية والأعمال المكتبية؛
- توفير الوقت: تساهم الأنترنت في تقليل الكثير من الوقت الضائع في الاتصال بين أقسام وإدارات المؤسسة الواحدة، كما تعد وسيلة لضمان دقة سير الاتصالات وعدم تكرارها؛
- الاستقلالية والمرونة: حيث تتيح شبكة الأنترنت إمكانية النفاذ إلى موارد المعلومات عن طريق تطبيق واحد داخل المؤسسة.

✓ تأثير شبكة الإنترنت على وظيفة الشراء: تتيح شبكة الإنترنت للمؤسسة إقامة تحالفات وشراكات عن طريق تبادل المعلومات بالوسائل الإلكترونية، ولهذا السبب توجد أنواع مختلفة من شبكات الإنترنت تبعاً لقطاع الأعمال، نبينها في الآتي:

- إدارة العمل بصورة تلقائية وفورية وللمحافظة على مستويات ثابتة من المخزون في المستودعات وبالتالي تقليل احتمال رفض الطلبات بسبب عجز المخزون، إضافة للعديد من الخدمات الأخرى المتعلقة بإدارة المخزون والتسهيلات اللوجستية المرتبطة بإدارة المواد؛¹

- تتيح خدمات الطلب الإلكتروني وتسوية الحسابات آلياً مع التوريد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والمواصفات التقنية وما إلى ذلك من خدمات أخرى؛

- تتيح تبادل المعلومات عن الأسعار والمواصفات التقنية الدقيقة للمنتجات، مما يرفع من مستوى الخدمة ويعزز جودة المنتجات.

- تسمح بتخفيض مدة التحصيل وذلك اعتماداً على السرعة في الإدارة ومتابعة شئون الفواتير؛

- تسمح بخصيص وقت الموظفين الإداريين في أشغال ومهام ذات قيمة مضافة أكبر لم تكن في السابق متاحة بسبب ضيق الوقت.

الفرع الثاني: أثر استخدام البرمجيات على وظيفة الشراء:

توجد الكثير البرامج المتكاملة التي يمكن أن تعتمد عليها المؤسسات المعاصر في إدارة أنشطتها ووظائفها المختلفة والتي منها وظيفة الشراء، وفيما يلي عرض لبعض البرمجيات وكذا تأثيرات استخدامها على وظيفة الشراء.

1- برمجيات تخطيط موارد المؤسسة (ERP: Enterprise Resource Planning):

هو تقنية لتحديد الكمية والوقت لاقتناء متطلبات المواد التي تحتاجها المؤسسة لاستيفاء متطلبات جدول الإنتاج الرئيسية، وهو أيضاً نظام لدمج كل عمليات المؤسسة (الإنتاج والتصنيع، المالية والمحاسبة، المبيعات والتسويق والموارد البشرية) في نظام برمجي واحد ما يسمح بجمع كافة المعلومات التي كانت مجزأة سابقاً في العديد من الأنظمة الفرعية وتخزينها في قاعدة معلومات واحدة وشاملة، يمكن استخدامها من قبل كافة الأطراف في المؤسسة¹

يظهر أثر نظام ERP من خلال مجموعة من العناصر نبينها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (1-1): فوائد استخدام نظام ERP

¹ - بشير عباس العلاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2007، ص 23.

فوائد غير ملموسة	فوائد ملموسة	
وضوح المعلومات	تحسين إدارة الأموال	تقليل مستويات المخزون
تجديد / تحسين العمليات	زيادة الدخل والأرباح	تقليل العاملين
المسؤولية تجاه العملاء	تقليل تكاليف النقل واللوجستيات	زيادة الإنتاجية
المرونة	تقليل تكاليف تكنولوجيا المعلومات	تحسين إدارة الأوامر
العالمية	تخفيض تكاليف الصيانة	تقليل تكاليف الشراء
تحسين الأداء		تحسن مستويات التسليم في الوقت المحدد

المصدر: أكرم احمد رضا الطويل، بلال توفيق يونس، نظام تخطيط موارد المنظمة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 67

2- برمجيات إدارة علاقات العملاء (CRM Customer Relationship Management):

الهدف الأساسي لها هو مساعدة المؤسسة على إدارة علاقاتها مع عملائها الحاليين والمرتبين، تركز على مجالات البيع والتسويق وخدمة العملاء، تساعد المؤسسة على مضاعفة أرباحها من خلال: زيادة عدد العملاء وزيادة الهامش كل زبون الحفاظ على ولاء الزبون. يؤثر استخدام هذه البرمجية بطريقة غير مباشرة على وظيفة الشراء، من خلال استغلال المعلومات المتأتية من تحليل طبيعة العملاء وتفضيلاتهم المتعلقة بالشكل والجودة وغيرها، وبالتالي ترجمتها في نوعية وكمية وحتى أسعار المواد المشتراة بما يضمن في النهاية كسب رضا العملاء من جهة وتوجيه عمليات الشراء وترشيدها من جهة أخرى.

خلاصة الفصل:

نتج عن التطورات الكبيرة لتكنولوجيا المعلومات لظهور استخدامات كبيرة لتكنولوجيا المعلومات حيث أصبح لاستغلال الشبكات والأنظمة والبرمجيات المعلوماتية الأثر البالغ في تقديم حلول معلوماتية تعدت استخداماتها حدود المؤسسة الداخلية وامتدت لتشمل علاقاتها مع عملائها ومورديها.

خاتمة

تعد وظيفة الشراء هي احدى الوظائف المهمة والأساسية في المنشأة فهي الجهة المسؤولة عن تموين المنشآت باحتياجاته من مستلزمات العمل والإنتاج وتوفير مالها وفق ما هو محدد ومطلوب من شروط تشمل السعر والكمية والجودة والآجال والمصادر الملائمة، كما يقع على عاتقها تقوية المركز التنافسي للمؤسسة، لذا فإن استخدام تكنولوجيا المعلومات واستغلال التطبيقات والحلول التي تتضمنها أصبح ضمن صميم اهتمامها، فمن خلالها يمكن التحكم في مختلف جوانب الشراء سواء تعلق الأمر بالبحث عن الأسعار المناسبة ومقارنة المتاح منها في أقل وقت ممكن، أو المفاضلة بين المصادر المحتملة للتوريد واختيار أفضلها والذي تضمن من خلال التعامل معه الحصول على الكميات المطلوبة في الآجال والمواصفات المحددة.

نتائج الدراسة

من خلال الدراسة النظرية للموضوع، تم الوصول إلى مجموعة من النتائج والتي تتفق في أغلبها مع الفرضيات المعتمدة في الدراسة، نوجزها في النقاط التالية:

- تعد وظيفة الشراء من أهم الوظائف في المؤسسة من خلال تأثيرها المباشر على ربحية المؤسسة واستمراريتها؛
- يتضمن التحكم الجيد في إدارة الشراء ترشيد مختلف العمليات الجوهرية المرتبطة بها والتي تشمل: الشراء بالكميات، الجودة، الأسعار، المصادر والتوقيت المناسب؛
- تتيح تكنولوجيا المعلومات العديد من الحلول التي تساعد في التحكم في وظائف المؤسسة عموماً ووظيفة الشراء خصوصاً؛
- تساعد المكونات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات التي تشكل الحاسوب، الشبكات والبرمجيات وقواعد البيانات في التحكم الجيد في إدارة الشراء؛
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات على إدارة الشراء من ثلاثة مداخل مختلفة، تشمل على الخصوص:

✓ **التأثير على اتخاذ القرارات:** وذلك من خلال استغلال المعلومات المختلفة من داخل المؤسسة وخارجها؛

✓التأثير على المتابعة والتقييم: من خلال تشكيل ذاكرة رقمية للمؤسسة تحفظ لها جميع تعاملاتها الحالية والسابقة وبالرجوع لها تتم المتابعة الجيدة لتطور المؤسسة ووظائفها بما فيها وظيفة الشراء؛

✓التأثير على عملية التنسيق والتكامل مع الوظائف الأخرى: وذلك من خلال تنسيق الجهود بين مختلف أطراف النظام داخل المؤسسة استنادا إلى الشبكات والبرامج المعلوماتية المتخصصة.

آفاق الدراسة:

في ظل الظروف المميزة التي ميزت هذه السنة الدراسية، والتي لم يكن باستطاعتنا خلالها إثبات فرضيات دراستنا ميدانيا، تم الاكتفاء بعرض الجانب النظري للموضوع واستنباط من خلاله اهم الآثار المختلفة لتكنولوجيا المعلومات على وظيفة الشراء بالمؤسسة الاقتصادية، لذا نقترح مستقبلا القيام بدراسة إحصائية لتحديد هذا الأثر كميًا، كما نقترح دراسة تأثير الأنترنت بصفقتها أهم مظاهر تكنولوجيا المعلومات على أداء وظيفة الشراء في المؤسسة الاقتصادية.

قائمة المراجع

الكتب:

1. أكرم احمد رضا الطويل، بلال توفيق يونس، نظام تخطيط موارد المنظمة ERP، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013.
2. بشير عباس العلق، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2007.
3. بشير عباس العلق، نظريات الاتصال مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية، عمان، 2010.
4. جمال أبو شنب، العلم والتكنولوجيا والمجتمع من البداية وحتى الآن، دار المعرفة الجامعية، 1990.
5. ربحي مصطفى، عدنان محمود الطوبالي، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفا، عمان، ط1، 2005.
6. سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
7. سعد غالب ياسين، تحليل وتصميم نظم المعلومات، دار المناهج، عمان، الأردن، 2000.
8. سليمان خالد عبيدات، مصطفى نجيب شاويش، إدارة المواد الشراء والتخزين، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
9. عباس لخضر أحمد محمد الشيخ، أثر إجراءات الشراء على جودة المنتجات، جامعة شندي، 2017.
10. عبد القادر قندوز، محمد الطيب الزاوي، المدخل إلى علوم الاتصال، المطبعة العربية، غرداية، 2011.
11. عبد الله فرعلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، ايتراك للنشر والتوزيع، ط1، 2007.
12. عبد المالك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، دار المراتب، بيروت، 2001.
13. عبده سمير، العرب والتكنولوجيا، دار الأفاق الجديدة، بيروت، 1981.
14. عزت محمد جرادات، صادق إبراهيم عودة، العلم والتكنولوجيا والتنمية، دار صفا، عمان، ط1، 2007.
15. عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، ط6، 2009.
16. علي غربي، يمينة نزار، التكنولوجيا المستوردة، مخبر علم الاجتماع والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2002.
17. عمر عقيلين، قحطان العبدلي، إدارة الشراء والتخزين، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2008.

18. غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومدخل تقنيات تطبيقات عملية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007.
19. فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه، (نظرياته، وسائله)، دار الفجر، القاهرة، ط1، 2003.
20. محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2009.
21. محمد الصيرفي، استراتيجيات الشراء، المكتب العربي للمعارف، مصر الجديدة، القاهرة، ط1، 2009.
22. محمد العدوان، علي المشاقبة، هيثم الزعبي، إدارة الشراء والتخزين، دار صناء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
23. محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة والإدارة الالكترونية وتطبيقاتها المعاصرة، دار الصفا للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011.
24. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
25. مزهر شعبان العاني، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ، 2008.
26. نظيمة عبد العظيم خالد، فوزي شعبان مذكور، إدارة المشتريات والمخازن، كلية التجارة، القاهرة.

الرسائل الجامعية:

1. بشير كاوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية الجزائرية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة ورقلة، 2013-2014.
2. مهني بوريش، مساهمة في تخفيض تكاليف المؤسسة من خلال التحكم في وظيفة التموين، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011-2012.

➤ المجالات:

1. بومالية سعاد، فارس بوباكور، أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات الاقتصادية، مجلة الاقتصاد للمناجمت، العدد الثالث، مارس 2004.
2. عبد الرزاق حميدي، تكنولوجيا المعلومات كمدخل لتعزيز المصارف، مجلة المعارف، العدد 13، الجزائر العاصمة، أكلي محند أولحاج البويرة، 2012.

➤ الملتقيات والأيام الدراسية:

1. قرين علي، هبال عبد المالك، تسيير الموارد التكنولوجية وتطوير الابداع التكنولوجي في المؤسسة، الملتقى الدولي حول اقتصاد المعرفة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2005.

➤ **Ouvrages**

1. Freemanet. **Soete technologie d'information et domaines de croissances**, EDOCDE, 1989.
2. James A, O'Brine. **Management 'information system**, Manging information technology in the internet worked Enterprise, 1999.

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحديد الآثار المحتملة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات و مكوناتها المختلفة في ترشيد قرارات الشراء في المؤسسة الاقتصادية، تم الاعتماد على التحليل النظري في اختبار فرضيات الدراسة و التي توصلت إلى وجود أثر إيجابي لتكنولوجيا المعلومات في ترشيد قرار الشراء ، كما بينت الدراسة أيضا أن أثارها تظهر بشكل كبير في مجال اتخاذ قرارات الشراء، الرقابة و المتابعة تنظيم إدارة الشراء وعلاقتها مع باقي الإدارات في المؤسسة.

Abstract :

The study aimed to determine the potential effects of using information technologies and their various components in rationalizing purchasing decisions in the economic enterprise. The theoretical analysis was relied upon in testing the hypotheses of the study, which concluded that there is a positive effect of information technology in rationalizing the purchase decision, and the study also showed that its effects appear. Majorly in the field of purchasing decision-making, monitoring and follow-up, organizing the purchasing department and its relationship with the rest of the departments in the organization.