

دور الكفاءة التكنولوجية في دعم أبعاد الصورة الذهنية للمنظمة جمال كامل إسماعيل مراد

الملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الكفاءة التكنولوجية في دعم أبعاد الصورة الذهنية للمنظمة ، وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وتم استخدام قائمة الأستقصاء لإستطلاع آراء عينة الدراسة ، وتألف مجتمع الدراسة من مستوى الإدارة العليا والوسطى في شركات التكرير البترول بمحافظة الإسكندرية والبالغ عددهم (١٩٩) مفردة ، واستخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية البسيطة ، وأظهرت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة التكنولوجية لدعم أبعاد الصورة الذهنية للمنظمة .

واوصت بضرورة تبني فلسفة إدارية شاملة لتطبيق الكفاءة التكنولوجية وبشكل مستمر ، ووضع الخطط والبرامج على مستوى القطاع.



Abstract

The study aims to identify the role of Technology and Efficiency in support of the mental image dimensions of the organization, the study is based on the descriptive analytical method, and questionnaire was used to survey opinions of the study sample. The study population consisted of top and middle management level in the refining companies in Alexandria, The researcher collect data using simple random sample of 199 units. The results revealed that there is not a statistically significant relationship between the Technology and Efficiency to support the mental image dimensions of the organization, The study made recommendations, including, the necessity to adopt a comprehensive management philosophy to apply continuously the Technology and Efficiency, and it takes place only through the development of plans and future programs at this sector.



مقدمة :-

تشير الكفاءة التكنولوجية إلى كفاءة الأجهزة والمعدات أي بمعنى كفاءة المكونات المادية والبرامج المتوفرة لدى المنظمة ، حيث أن المكونات المادية تشمل المعدات المستخدمة لإدخال المعلومات وتخزينها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها وبنائها للمستفيدين ، في حين إن البرامج تمثل المكونات غير الملموسة التي تتولى مهمة تشغيل الحاسب حيث إنها عبارة عن مجموعة من الاوامر التي يتم إعطاؤها لأجهزة الحاسب حتى تتمكنها من إجراء العمليات المنطقية والرياضية واستخراج النتائج المطلوبة ، وهي أحد أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات ، وتعتبر تكنوستراتيجية إدارة المعلومات بمثابة العمود الفقري للمنظمة في العصر الحالي ، من خلال الأنشطة التي تسهم في تنفيذها لتدعيم بقائها واستمراريتها ، وهذه الأنشطة تشمل جميع عملياتها الخاصة بالبيئة الداخلية والبيئة الخارجية.

مشكلة الدراسة :-

إضافة الى ما تم التطرق إليه في المقدمة ، ظهرت عدة مواضيع حديثة وجوهرية في مجال العمل الإداري ، والتي تتضمن مجابهة التحديات التي تواجهها المنظمات في بيئة الأعمال، وتسعى في ظلها لتحقيق الريادة والتميز للوصول لموقع متميز وتحسين الصورة الذهنية للمنظمة، وعلية فقد جاءت هذه الدراسة للأجابة عن السؤال الرئيسي التالي :

ما هو أثر الكفاءة التكنولوجية في دعم أبعاد الصورة الذهنية للمنظمة ؟

فروض الدراسة :-

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة التكنولوجية كأحد أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات وأبعاد الصورة الذهنية للمنظمة .
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المهارة والخبرة كأحد أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات وأبعاد الصورة الذهنية للمنظمة .



أهمية الدراسة :-

١. الأهمية العلمية :

أ- تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية مفهوم الكفاءة التكنولوجية ، والمهارة والخبرة كأحد أبعاد تكتوستراتيجية إدارة المعلومات والتي لا بد من دراستها بتعمقٍ شديدٍ وذلك لكونه مفهوماً يُمارس في مختلف المجالات .

ب- إنبثقت أهمية الدراسة من خلال دراسة متغيرات الكفاءة التكنولوجية ، والمهارة والخبرة لتكتوستراتيجية إدارة المعلومات والصورة الذهنية للمنظمة والتي لم تتم دراستهما معاً على حد علم الباحث وذلك من خلال الاطلاع على البحوث والدراسات العلمية ، الأمر الذي حفّزه على تطبيق هذه الدراسة .

٢. الأهمية العملية :- تكتسب الدراسة أهميتها العملية من خلال ما يلي :-

أ- أهمية المتغيرات المبحوثة فالدراسة ركزت على متغيرين مُهمين هما الكفاءة التكنولوجية ، والمهارة والخبرة من جانب والصورة الذهنية للمنظمة من جانب آخر حيث أن لهذين المتغيرين الأثر الأكبر في تطوير المنظمات بشكل عام سواء الإنتاجية منها أو الخدمية .

ب- بما أن أغلب المنظمات تُعاني من مشاكل تكنولوجية ومعرفية ، لذا فإن هذه الدراسة يمكن أن تُسهم في وضع حلول مناسبة لمشاكل واقعية تعاني منها المنظمات .

أهداف الدراسة :-

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :-

١. التعرف على الأطر والمفاهيم لكل من الكفاءة التكنولوجية ، والمهارة والخبرة من جانب والصورة الذهنية للمنظمة من جانب آخر وما يحتويه هذان المفهومان من أفكارٍ لدى عينة الدراسة .



٢. تحديد الممارسات التي تركز عليها الكفاءة التكنولوجية والصورة الذهنية للمنظمة.
٣. تقديم توصيات واقتراحات تساعد في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة من خلال تعزيز دور كلا من الكفاءة التكنولوجية ، والمهارة والخبرة .

الإطار النظري والدراسات السابقة :-

مفهوم تكنو استراتيجية إدارة المعلومات :-

تتضمن تكنو استراتيجية إدارة المعلومات الكثير من المفاهيم المستخدمة بالأعمال والإدارة وتكنولوجيا المعلومات، فمن منظور الأعمال يتضمن مساحاً للبيئة و إيجاد الصيغة المؤثرة والفاعلة في اتخاذ القرارات الصائبة ، ومن المنظور الإداري فهو في الأساس نشاط تخطيطي مع منهج يستفيد من طريقة (SWOT) ، أما من منظور تكنولوجيا المعلومات فهو يشكل المحتوى الذي تدور حوله الأنشطة (Tidd, Bessant and Pavitt, 2001: 77)⁽¹⁾.

حيث عرفت (الدهان، ٤: ٢٠١١)^(٢) تكنو استراتيجية إدارة المعلومات بأنها خطة استراتيجية خاصة لتكنولوجيا المعلومات تنبع وتتألف مع الخطة الاستراتيجية العامة لأعمال المنظمة واستخدام هذه الخطة وأنظمتها وعملياتها بالمشاركة في المعارف والمعلومات.

بينما عرف (الحدراوى، ٢٠١١: ٣٧)^(٣) على أنها مجموعة من العمليات المتكاملة المتمثلة في التخطيط الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والشبكات بهدف استخدامها الاستخدام الأمثل في نشر المعلومات والمعرفة بين المستخدمين للوصول إلى أفضل الحالات في تحقيق رضا المستخدم في بيئة الأعمال الإلكترونية.



أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات :-

- أوضح (Curry and Jonne,2000: 2)⁽⁵⁾ أن الغرض من تحديد الفائدة لأى مفهوم يراد تطبيقه لابد وأن يتم تحديد أبعاد قياسه ومن ثم المقارنة فيما بين هذه الأبعاد وبين ما هو موجود على أرض الواقع من تطبيق عملى وعليه فإن التنسيق لتكنولوجيا إدارة المعلومات لابد وأن يحتوى على عدة أمور هامة منها :-
١. زيادة مستوى تبادل المعلومات .
 ٢. تكوين المهارات والخبرة .
 ٣. تحقيق المستويات المتقدمه للتكنولوجيا .
 ٤. توفير التمويل اللازم .

أولاً : الكفاءة التكنولوجية :-

تشير الكفاءة التكنولوجية إلى كفاءة الأجهزة والمعدات المستخدمة أي بمعنى كفاءة المكونات المادية والبرامج المتوفرة لدى المنظمة (Hardware & Software) ، حيث أن المكونات المادية تشمل المعدات المستخدمة لإدخال المعلومات وتخزينها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها وبنها للمستفيدين ، كما أنها تتضمن الحاسب الآلي وما يرتبط به من وحدة المعالجة المركزية (CPU) واللوحة الأساسية والشاشة وغيرها ، في حين إن البرامج تمثل المكونات غير الملموسة التي تتولى مهمة تشغيل الحاسب حيث إنها عبارة عن مجموعة من الاوامر التي يتم إعطاؤها لأجهزة الحاسب حتى تتمكنها من إجراء العمليات المنطقية والرياضية واستخراج النتائج المطلوبة (الحدراوى، ٢٠١١: ٧٢)^(٦) .

كما يُعرفها (الفضل، ٢٠٠٢: ٥٠)^(٨) على أنها مجموعة الأوامر والتعليمات التي تمكن الأجهزة المكونة للحاسب من معالجة البيانات وتخزينها ومعالجتها وإجراء العمليات المنطقية والحسابية المعقدة عليها ، واستخراج النتائج المطلوبة منها فضلاً عن الاشراف على وحدات الحاسب المختلفة والتنسيق فيما بينها.



ثانياً : المهارة والخبرة :-

تعد المهارات هي تلك الأشياء التي نستطيع أن نحدد لها مقاييس ملموسة لاكتسابها الناجح أما الخبرة فهي الملاحظة الفعلية أو المعرفة العملية بالحقائق أو الأحداث حيث تعد الخبرة الأكثر قيمة وصعوبة من الموجودات الضمنية وأن أحد أهم العوامل التي يجب على إدارة المنظمة إيلاؤها الأهمية القصوى هو كيفية تهيئة بيئة عمل الموارد البشرية الموجودة لديها ، ويشير كلا من (Yang and Wei,2010:1034)⁽⁹⁾ أن هناك مجموعة من السمات الهامة التي يمكن أن تتصف بها الموارد البشرية ذات المهارة والخبرة وهي:-

- استخدامهم للتكنولوجيا في جمع المعلومات وتحليلها وتوضيح المعرفة.
- امتلاكهم للمهارات التحليلية العالية.
- قدرتهم على التكيف مع التغير السريع وغير المتوقع.
- فهمهم لكيفية توافق عملهم و ملاءمته مع عمل منظماتهم .

كما تُعرف (الشلمه، ٢٠٠٩: ١٥٣)^(١٠) المهارة على أنها موهبة طبيعية أو مكتسبة تنمو بالمعرفة أو التعليم ، وتُصقل بالتدريب وتجعل الفرد قادراً على الأداء جسدياً أو ذهنياً، وتستخدم في التأثير على سلوك الآخرين ، أما الخبرة فهي معرفة مكتسبة تصف تجارب الفرد العملية عبر عدد سنوات استقراره في المركز الإداري الذي يتبوأه حالياً ومستقبلاً ، ولا بد من الإشارة إلى أن الموارد البشرية ذات المهارة والخبرة يمثلون الركيزة الأساسية لتطبيق تكنولوجيات إدارة المعلومات .

ثالثاً : الصورة الذهنية :-

يتزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للمجتمعات والمنظمات نظراً للقيمة الفعالة التي تؤديها في تشكيل الآراء والانطباعات الذاتية وخلق السلوك الايجابي للأفراد تجاه المنظمات ، وأصبح تكوين الصورة الذهنية



الطبية هدفاً أساسياً تسعى إليه معظم المنظمات التي تنشُد النجاح ، وقد وعت المنظمات أهمية ودراسة وقياس الصورة الذهنية المتكونه في أذهان جماهيرها لكي تبني الخطط والاستراتيجيات التي تعنى بتحسين الانطباعات والمعارف الذهنية للجماهير ، وبالتالي خلق بيئة ملائمة لتحقيق أنشطة المنظمات المختلفة بكافة مجالاتها الإدارية والتسويقية والمالية (الشيخ، ٢٠٠٩: ٣) (١١).

وينظر (الكردي، ٢٠١١: ١٩) (١٢) إلى الصورة الذهنية على أنها واحدة من الأصول الاستراتيجية التي تقود إلى ميزة تنافسية وظروف مشجعة للبقاء والتطور للمنظمة.

كما يوضح (عبد الحميد و دكروري و عبد اللطيف، ٢٠١٦: ١٨٢) (١٣) أن صورة أى منظمة تعد أداة هامة لتحديد هويتها التنافسية ، وأصبح من الضروري اليوم في عالم الأعمال أن تحتل صورة المنظمة أولوية واهتماماً مرتفعين ، ويتمثل أكثر الأصول أهمية بالنسبة لأى منظمة في صورتها في ذهن العميل.

مفهوم الصورة الذهنية :-

إن مفهوم الصورة الذهنية ظهر كمصطلح متعارف عليه في أوائل القرن العشرين وأطلقه "والتر ليبمان" ويصلح لتفسير الكثير من عمليات التأثير التي تعمل بها وسائل الإعلام وتستهدف بشكل رئيسي ذهن الإنسان، والصورة الذهنية عبارة عن مجموعة من الإدراكات التي يكونها الفرد حول شيء ما (Philip, 2003: 729) (14).

كما يعرفها (Ingrida and Petras, 2006: 89) (15) على أنها أداة استراتيجية ذات قيمة عالية ، إذ يمكن لصورة المنظمة أن تتحول إلى ميزة تنافسية ، وذلك كون صورة المنظمة واحدة من أصعب الأمور التي يمكن تقليدها، فضلاً عن طول المدة الزمنية اللازمة لتشكيلها.



وظائف الصورة الذهنية :

تتمثل هذه الوظائف كما حددها كلاً من (صادق، ٧٧:٢٠١٦) (١٦) ، (الكوفحي، ٤٣:٢٠١٥) (١٧) في:

١. تقدم الصورة الذهنية معياراً تقييمياً لما يتدفق إلينا من رسائل فهذه الصور تشكل فيما بينها ما يشبه بالجهاز المرشد أو بالبوصلية التي توجه صاحبها صوب الواقع أو المعقول.
٢. تسهم الصورة الذهنية في تفسير مواقف الفرد وأرائه وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية وتفسر أساس فلسفته في الحياة، وذلك لارتباطها بقيمة ومعتقداته وثقافته .
٣. تساعد على الحفاظ على مجموعة الأيدلوجيات التي تستخدم لشرح وتصنيف المواقف الاجتماعية .
٤. تحقق الصورة الذهنية للفرد أكبر قدر من التكيف مع ظروف الحياة من خلال دورها في اختصار جهد الفرد بما تقدمه له من أطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر .
٥. تحقق عملية تكوين الصورة الذهنية بما تشتمل عليه من تعميم وأختزال وتجريد هدفاً أساسياً من الأهداف التوافقية للعلم أو المعرفة الأنسانية بصفة عامه .
٦. للصورة الذهنية دوراً كبيراً في تكوين الرأي العام ، ذلك لأنها اللبنة الأولى التي يتكون منها الرأي العام بما لها من تأثير في آراء الناس ومواقفهم وسلوكهم .

أبعاد الصورة الذهنية :-

ويشير كلاً من (أحمد، ٨٥١:٢٠٠٢) (١٨) ، (الكحكي، ٢٠٠٢:٣٣٥) (١٩) ، (عجوه، ٢٠٠٥: ١٨٥) (٢٠) ، (الشلقاني، ٢٠٠٠:٣٨) (٢١) أن أبعاد الصورة الذهنية المتكونة لدى الفرد عن موضوع أو شخص تتحدد من خلال عدة أبعاد غير أنه يمكن تصنيف هذه الأبعاد في إطارين هما :-



أ- الإطار التكويني :-

ينظر الإطار التكويني إلى الصورة الذهنية من حيث تكوينها على أنها تشمل ثلاثة أبعاد هي:-

أولاً - البعد المعرفي : Cognitive Component :

ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعاً أو قضية أو شخصاً ما، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناءً على دقة المعلومات والمعارف التي تحصل عليها عن الآخرين تكون دقة الصورة الذهنية التي تكونها عنهم.

ثانياً- البعد الوجداني Affective Component :

يقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي ، ويتدرج البعد الوجداني بين الايجابية والسلبية.

ثالثاً- البعد السلوكي Behavioral Component :

فيما أوضح البعد السلوكي على أنه يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكّله لديه في مختلف شئون الحياة ، إذ تصبح موجهاً للسلوك بصورة لا إرادية بفعل تلك الصورة بالعقل الباطن.

ب- الإطار الموضوعي :-

وهو يقسم أبعاد الصورة الذهنية حسب الموضوع والذي قد يكون عن مكان أو زمان محددتين أو عن شخص أو قضية أو ما إلى ذلك من موضوعات وقضايا مما يقبل التصور والتخيل العقلي .



الدراسات السابقة :

١. دراسة : (Lee,2014)⁽²²⁾

هدفت الدراسة إلى تفعيل واعتماد التعاون بين الكفاءة التكنولوجية وبين الأوساط الأكاديمية ، كما هدفت إلى تحليل إطار أهمية ومفهوم للكفاءة التكنولوجية داخلياً وخارجياً.

وكانت نتائجها على النحو التالي :

- أ- ينبغي إعداد استراتيجية إدارة التكنولوجيا للتعاون الأكاديمي في مجال الصناعة باستخدام خارطة الطريق وهي الكفاءة التكنولوجية وتنفيذها.
- ب- ينبغي إعداد نظام دعم التعاون بين الجهات المختلفة الفاعلة للابتكار والأوساط الأكاديمية.
- ت- اعتماد الأوساط الأكاديمية لنظام الابتكار المفتوح وتحويلها لثقافة منفتحة خاصة بهم.

٢. دراسة : (Choudary,2015)⁽²³⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استراتيجية نظم المعلومات وإدارة تكنولوجيا المعلومات حتى تكون للشركة ميزة تنافسية في البيئة المحيطة ، كما هدفت إلى استخدام نموذج للكفاءة التكنولوجية يدار عن طريق الإدارة العليا بالشركة.

ومن أهم نتائج الدراسة :

- أ- هناك بعض التشابه في نمط التخطيط بين الشركات حيث تستعرض الشركات استراتيجياتها من خلال التأكيد على رضا العملاء كهدف رئيسي .
- ب- لا يزال ترتيب استراتيجية تكنولوجيا المعلومات لرجال الأعمال مشكلة خطيرة في الإدارة وقد وفرت هذه الدراسة تحليلاً للإطار المرجعي للكفاءة التكنولوجية لهذه المشكلة والتحقيق فيها واقتراح الحلول الممكنة لذلك.



٣. دراسة : (Malki,2015) (24)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مكونات وأدوات الكفاءة التكنولوجية داخل مجتمع المعرفة ، والتركيز على امكانية أن تحدث الكفاءة التكنولوجية والاتصالات ثورة في المكتبات ومراكز خدمات المعلومات.

ومن أهم نتائجها :

- أ- لم يتفق الباحثون على مفهوم موحد للكفاءة التكنولوجية ، حيث يعتبره البعض أنه من تقنيات الشبكات والتطبيقات، في حين يرى آخرون أنها مجموعة من الأنشطة والخدمات بما في ذلك المعلومات ،
- ب- هناك علاقة قوية بين الكفاءة التكنولوجية وتكنولوجيا الاتصال في بناء مجتمع المعرفة .

٤. دراسة : (Fard and Ansari,2015) (25)

تتمثل أهداف الدراسة دراسة العوامل المؤثرة في تطوير وتحسين الصورة الذهنية والبنية التحتية والاتصالات السلوكية واللاسلكية على ثقة عوامل العملاء في البنك ، بالإضافة لاستقصاء العوامل التي تؤثر على تطوير وتحسين الصورة الذهنية للعملاء حول الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وكانت نتائجها على النحو التالي :

- أ- أن موقف العملاء، ومهارة العملاء والمزيج التسويقي هذه المتغيرات لها تأثير إيجابي على مؤشر ثقة المستهلك، ويمكن أن تزيد من الطلب على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- ب- نظرا للدور الرائع من الصورة الذهنية من العملاء عن الخدمات الالكترونية للبنوك، وثقة العملاء يمكن تحسين خدمات البنوك لتعزيز الصورة الذهنية للعملاء عن الخدمات المصرفية الالكترونية.

٥. دراسة : (صادق ، ٢٠١٦) (٢٦)

هدفت الدراسة إلى تقديم خلفية حول مفهوم التسويق بالعلاقات و مفهوم الصورة الذهنية للمؤسسات، وتوضيح العلاقة بين التسويق بالعلاقات و



دوره في إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات، ودراسة طبيعة هذه العلاقة و تفسيرها، وكذلك توضيح دور استراتيجيات التسويق بالعلاقات في تكوين و إدارة الصورة الذهنية للمنظمات .

وبيّنت أهم نتائجها :

- أ- إن أكثر العناصر تأثيراً في الصورة الذهنية للبنك جودة أداء العاملين قياساً بالعناصر الثلاثة الأخرى مما يعني أن هذا البنك يهتم باختيار الأفراد الأكفاء في العملية التسويقية مما يسهم في تحقيق صورة ذهنية مرغوبة.
- ب- هناك علاقة طردية بين استراتيجيات التسويق بالعلاقات وكل من الصورة الذهنية الذاتية، الصورة الذهنية المرغوبة و الصورة الذهنية المدركة للبنك محل الدراسة.

منهجية الدراسة :

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة ووصفها والتعبير عنها كمياً وكيفياً ، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها ، أما التعبير الكمي فيعطى وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر ، وقد تم استخدام مصدرين أساسيين للمعلومات :

أ- البيانات الثانوية :-

إتجه الباحث في معالجة الإطار النظري للدراسة إلي مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة ، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة ، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

ب- البيانات الأولية :-

لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأ الباحث إلي جمع البيانات الأولية من خلال قائمة الاستقصاء ، والتي تم جمعها عن طريق المقابلة الشخصية لخدمة أغراض الدراسة .



مجتمع الدراسة :-

يقصد به جميع المفردات محل الدراسة ، وذلك طبقاً للمجال الموضوعي لمشكلة الدراسة ، وهو عبارة عن كافة أعضاء الإدارة العليا والوسطى بشركات تكرير البترول في جمهورية مصر العربية والبالغ عددها (٧) شركات قطاع عام.

عينة الدراسة :-

تم تقسيم عينة الدراسة على مرحلتين :-

المرحلة الأولى :

نظراً لتشابه أنشطة شركات تكرير البترول تم أخذ عينة عشوائية بسيطة مكونة من ثلاث شركات، وهي الشركات الموجودة في محافظة الإسكندرية ، كما هو موضح في الجدول رقم (١) وهي شركة الإسكندرية للبترول، شركة العامرية للبترول، شركة البتروكيماويات المصرية :

جدول رقم (١)**توزيع أفراد عينة الدراسة للمرحلة الأولى**

النسبة المئوية %	عدد المبحوثين	اسم الشركة
٣٦%	١٥٥	شركة الإسكندرية للبترول
٣٥%	١٥١	شركة العامرية للبترول
٢٩%	١٢٥	شركة البتروكيماويات المصرية
١٠٠%	٤٣١	المجموع

المصدر : إدارة الموارد البشرية بالشركات

المرحلة الثانية :

تم أخذ عينة عشوائية بسيطة من مسئولى الإدارة العليا والوسطى (مساعد رئيس الشركة ، مدير عام) بتلك الشركات محل الدراسة وهي شركة الإسكندرية للبترول، شركة العامرية للبترول ، شركة البتروكيماويات المصرية وذلك عن طريق



المقابلة الشخصية ، والبالغ عددهم (١٩٩) مفردة كما هو موضح بالجدول رقم (٢) .

جدول رقم (٢)

توزيع أفراد عينة الدراسة للمرحلة الثانية

النسبة المئوية %	عدد المبحوثين	اسم الشركة
٣٦%	٧٢	شركة الإسكندرية للبترول
٣٥%	٦٩	شركة العامرية للبترول
٢٩%	٥٨	شركة البتروكيماويات المصرية
١٠٠%	١٩٩	المجموع

المصدر : إدارة الموارد البشرية بالشركات

أداة الدراسة :

تم استخدام قائمة الأستقصاء حول دور الكفاءة التكنولوجية في دعم أبعاد الصورة الذهنية للمنظمة كأداة لخدمة أغراض الدراسة ، والتي تم جمعها عن طريق المقابلة الشخصية.

بناء أداة الدراسة :

من أجل تحديد آراء واتجاهات السادة المديرين داخل قطاع البترول ، ومدى إسهام الكفاءة التكنولوجية في مواجهة مشكلات العاملين داخل القطاع ، تم إعداد قائمة الأستقصاء لجمع البيانات الأولية من أفراد مجتمع الدراسة ، وقد جاء البناء على النحو التالي :

• محاور أداة الدراسة :

أشتملت على محورين أساسيين هما : الكفاءة التكنولوجية ، والصورة الذهنية للمنظمة ، وقد استخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي لقياس



المحورين حسب التنوع حيث أحتوى كل محور على مجموعة من الأبعاد لقياس متغيرات الدراسة كالتالى :

المحور الأول :

الخاص بالمتغير المستقل (الكفاءة التكنولوجية) حيث تم تقسيمه إلى :

- الكفاءة التكنولوجية بواقع (٥) أسئلة .
- المهارة والخبرة بواقع (٥) أسئلة .

أى يكون إجمالى المحور الأول وهو (الكفاءة التكنولوجية) بواقع (١٠) أسئلة .

المحور الثانى :

الخاص بالمتغير التابع (الصورة الذهنية للمنظمة) حيث تم تقسيمه إلى :

- البُعد المعرفى للصورة الذهنية بواقع (٥) أسئلة .
- البُعد الوجدانى للصورة الذهنية بواقع (٥) أسئلة .
- البُعد السلوكى للصورة الذهنية بواقع (٥) أسئلة .

أى يكون إجمالى المحور الثانى وهو (الصورة الذهنية للمنظمة) بواقع (١٥) سؤال .

أختبار ثبات وصدق المقاييس المستخدمه فى الدراسه :

أ- أختبار ثبات أداة الدراسه :

قام الباحث بالتأكد من ثبات أداة الدراسة بأختبار معامل الثبات (ألفا كرونباخ) كما هو موضح بالجدول (٣)



جدول رقم (٣)

معامل ثبات أداة الدراسة

معامل الثبات	عدد العبارات	متغيرات الدراسة
٠,٨٩٣	١٥	المتغير المستقل
٠,٨٣٠	١٠	المحور الأول (الكفاءة التكنولوجية)
٠,٧٤٨	٥	المحور الثاني (المهارة والخبرة)
٠,٨٥٩	٢٠	المتغير التابع (الصورة الذهنية)
٠,٧٠٤	٥	المحور الثاني (البعد المعرفي)
٠,٧٩٣	٥	المحور الثالث (البعد الوجداني)
٠,٧١٦	٥	المحور الرابع (البعد السلوكي)

المصدر : من إعداد الباحث نتيجة للتحليل الأحصائي

من الجدول السابق يتضح أن المقياس المستخدم لقياس عبارات المتغير المستقل كان ثابتاً بمعامل ثبات مساوياً (٨٩.٣ %) أكبر من (٧٠ %) ، وكذا المقياس المستخدم لعبارات المتغير التابع كانت ثابتة أيضاً حيث كان معامل الثبات مساوياً (٨٥.٩ %) أكبر من (٧٠ %) ، مما يشير إلى إمكانية ثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها عند تطبيقها .

ب- اختبار معامل الصدق :

١. صدق المحكمين :

والذي يعتبر أبسط أشكال صدق المحتوى حيث يعبر عن المظهر العام للمقياس والتقييم الذاتي لمدى قدرة الفقرات المتضمنة في المقياس على قياس المفهوم قيد الدراسة ، ومن هذا المنطلق وللتأكد من مدى صدق وصلاحيته المقياس المستخدم في الدراسة الحالية تم عرضه على عدد من



الأساتذة الأكاديميين لأخذ وجهات نظرهم بخصوص محتواها ومدى تعبيرها عن موضوع الدراسة.

٢. صدق البناء :

تم حساب الصدق بطريقة الأتساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط لكل محور مع الدرجة الكلية من خلال معامل ارتباط بيرسون كما يتضح من الجدول رقم (٤) :

جدول رقم (٤)

معامل صدق أداة الدراسة

معامل الصدق	عدد العبارات	متغيرات الدراسة
٠,٩٤١	١٥	المتغير المستقل
٠,٩١١	١٠	المحور الأول (الكفاءة التكنولوجية)
٠,٨٦٤	٥	المحور الثاني (المهارة والخبرة)
٠,٩٢٦	٢٠	المتغير التابع (الصورة الذهنية)
٠,٨٣٩	٥	المحور الأول (البعد المعرفي)
٠,٨٩٠	٥	المحور الثاني (البعد الوجداني)
٠,٨٤٦	٥	المحور الثالث (البعد السلوكي)

المصدر : من إعداد الباحث نتيجة للتحليل الأحصائي

من الجدول السابق يتضح أن المقياس المستخدم لقياس عبارات المتغير المستقل كان صادقاً بمعامل (٩٤.١ %) ، وكذا المقياس المستخدم لعبارات المتغير التابع كان صادقاً أيضاً حيث كان معامل الصدق مساوياً (٩٢.٦ %) ، وتعتبر هذه القيم مؤشراً لصلاحية أداة الدراسة للتطبيق بغرض تحقيق أهدافها من خلال الأجابة على أسئلتها ، مما يشير إلى إمكانية صدق النتائج التي يمكن أن تسفر عنها عند تطبيقها .



الأساليب الإحصائية المستخدمة :-

تم تبويب وجدولة وتحليل بيانات الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1. توصيف بيانات عينة الدراسة باستخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة ، ولتحديد الاستجابة تجاه محاور وأبعاد الدراسة التي تضمنتها أداة الدراسة .
2. المتوسطات كمقاييس للنزعة المركزية ، والوزن النسبي .
3. تحليل (ANOVA) وذلك لقياس وجود مفهوم الصورة الذهنية بمعنوية أم لا .
4. تحليل الانحدار المتعدد لقياس دور الكفاءة التكنولوجية على الصورة الذهنية.
5. اختبار معنويات المعاملات باستخدام (t) ، (f) وذلك لمعرفة ما إذا كانت المعاملات التي تم الحصول عليها من كل التحليلات السابقة وكذلك نموذج الدراسة كان معنوياً أم لا .

الدراسة الميدانية :-

نتيجة فروض الدراسة :

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة التكنولوجية كأحد أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات وأبعاد الصورة الذهنية للمنظمة .
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المهارة والخبرة كأحد أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات وأبعاد الصورة الذهنية للمنظمة .

أولاً- تأثير الكفاءة التكنولوجية على الصورة الذهنية

في حين جاءت نتيجة أثر معامل الإنحدار (٠.٠٦٣) الخاص بالفرض الأول للمتغير المستقل (الكفاءة التكنولوجية) على المتغير التابع (الصورة الذهنية) كما في الجدول رقم (٥) طردية ، وعند بيان معنوية هذا المعامل تم استخدام اختبار (t) ذو الطرفين والذي يختبر مدى أختلاف هذا المعامل عن الصفر معنوياً كما في الجدول رقم (٥) ، وبالأشارة إلى القيمة الاحتمالية (P-value) كانت



مساوية (0.187) مما يدل على عدم معنوية معامل الإنحدار وأن الكفاءة التكنولوجية كأحد أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات ليس لها أثر معنوي على الصورة الذهنية.

جدول رقم (٥)

معامل الإنحدار ومعنويته باستخدام اختبار (t) للكفاءة التكنولوجية

المعنوية	t	B	الحد الثابت	الكفاءة التكنولوجية
0.000	20.127	3.91	البعد الرابع	
0.187	1.325	0.063		

المصدر : من إعداد الباحث نتيجةً للتحليل الأحصائي

واخيراً يُظهر جدول تحليل التباين رقم (٦) ، من أن النموذج غير معنوي وفقاً لقيمة (f) والبالغة (1.754) فوق مستوى المعنوية (0.05) ويؤكد هذا على أن الكفاءة التكنولوجية كأحد أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات ليس لها أثر على الصورة الذهنية.

جدول رقم (٦)

تحليل التباين (ANOVA) للكفاءة التكنولوجية

المعنوية	إحصائية f	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
		0.141	1	0.141	بين المجموعات
0.187	1.754	0.080	197	15.828	داخل المجموعات
			198	15.969	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث نتيجةً للتحليل الأحصائي



ثانياً- تأثير المهارة والخبرة كأحد أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات على الصورة الذهنية

ويبين اختبار الفرض الثاني المهارة والخبرة على الصورة الذهنية كما جاء في الجدول رقم (٧) أن نتيجة معامل الإنحدار (٠.٢٦٢) مما يكون له أثراً طردياً ، ولبيان معنوية هذا المعامل تم استخدام اختبار (t) ذو الطرفين والذي يختبر مدى أختلاف هذا المعامل عن الصفر معنوياً ، وبالأشارة إلى القيمة الاحتمالية (P-value) حيث كانت مساوية للصفر مما يدل على معنوية معامل الإنحدار وأن المهارة والخبرة كأحد أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات لها أثر على الصورة الذهنية .

جدول رقم (٧)

معامل الإنحدار ومعنويته باستخدام اختبار (t) للمهارة والخبرة

المعنوية	t	B		المهارة والخبرة
٠.٠٠٠	١٤.٨	٣.٠٨	الحد الثابت	
٠.٠٠٠	٥.٢١٩	٠.٢٦٢	البعد الثالث	

المصدر : من إعداد الباحث نتيجة للتحليل الأحصائي

في حين يوضح جدول تحليل التباين رقم (٨) ، من أن النموذج معنوي وفقاً لقيمة (f) والبالغة (٢٧.٢٤) تحت مستوى معنوية (٠.٠٥) وهذا يؤكد على أن المهارة والخبرة كأحد أبعاد تكنوستراتيجية إدارة المعلومات أثر على الصورة الذهنية .

جدول رقم (٨)

تحليل التباين (ANOVA) للمهارة والخبرة

المعنوية	إحصائية F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
٠.٠٠٠	٢٧.٢٤	١.٩٤٠	١	١.٩٤٠	



بين المجموعات			
	٠.٠٧١	١٩٧	١٤.٠٢٩
داخل المجموعات			
المجموع		١٩٨	١٥.٩٦٩

المصدر : من إعداد الباحث نتيجةً للتحليل الأحصائي

ثالثاً: استخدام تحليل الإنحدار المتعدد بطريقة Stepwise لقياس أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع : ويمكن استنتاج ما يلي :-

تبين من نموذج الإنحدار النهائي باستخدام طريقة Stepwise أن الصورة الذهنية (المتغير التابع) يتأثر بصورة جوهرية وذات دلالة إحصائية بالمتغير المستقل وهو (المهارة والخبرة) ، والجدول رقم (٩) يمثل نتيجة تحليل الإنحدار المتعدد لمعاملات الإنحدار لكل من المتغيرات المستقلة المؤثرة .

جدول رقم (٩)

تحليل الإنحدار المتعدد المتدرج لمعاملات الإنحدار للمتغيرات المستقلة المؤثرة

المتغيرات المستقلة المؤثرة	معاملات الإنحدار	الخطأ المعياري	قيمة اختبار t	المعنوية
المقدار الثابت	٢,٧٦٧	٠,٢٢٧	١٢,١٦٨	٠,٠٠٠
المهارة والخبرة	٠,١٨٨	٠,٠٥٤	٣,٤٥٧	٠,٠٠١

المصدر : من إعداد الباحث نتيجةً للتحليل الأحصائي

ومن خلال الجدول رقم (٩) يتضح أن قيمة المعنوية للمهارة والخبرة تساوى (٠.٠٠١) ، وبالتالي فإن المهارة والخبرة تؤثر في الصورة الذهنية للمنظمة ، ويرجع ذلك إلى أن قطاع البترول يحرص دائماً على نقل الخبرات للعاملين داخل القطاع



وتنظيم الدورات التدريبية النظرية والعملية وفقاً لبرامج مخططة ، حيث أن هناك داخل كل شركة توجد إدارة عامة مختصة عن التدريب وتنمية الموارد البشرية ، كما توجد برامج تدريبية لنقل الخبرات ليست مركزية فقط أي ليست داخل الشركة بل أيضاً هناك برامج تدريبية لتبادل الخبرات بين جميع الشركات داخل القطاع .

النتائج :-

١. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة التكنولوجية وأبعاد الصورة الذهنية للمنظمة حيث بلغ معامل الارتباط المعنوي للكفاءة التكنولوجية ٠.٠٩٤ . على الرغم من اهتمام القطاع ببناء قدرات العاملين من خلال تواصل عمليات التدريب والتطوير، بالإضافة إلى القدرة على التمويل اللازم لشراء الأجهزة والمعدات والبرامج إلا ان كفاءة هذه الأجهزة والمعدات والبرامج لم تكن بالجودة الكافية في وقت تجميع بيانات الدراسة وبعد فترة زمنية من إقتناء هذه التكنولوجيا ، ويرجع ذلك إلى أننا نعيش اليوم في عالم تتزايد فيه صناعة التكنولوجيا بدرجة متطورة وبشكل أكبر مما سبق ، وحتى يتم ملاحقة هذا التطور السريع في التكنولوجيا على المستوى العالمي لابد من اهتمام القطاع بالأطلاع على ما هو جديد في مجال تكنولوجيا إدارة المعلومات وإقتنائه .
 ٢. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المهارة والخبرة وأبعاد الصورة الذهنية للمنظمة حيث بلغ معامل الارتباط المعنوي للمهارة والخبرة ٠.٣٤٩ . ويرجع ذلك إلى الحرص على نقل الخبرات للعاملين داخل القطاع وتنظيم الدورات التدريبية النظرية والعملية وفقاً لبرامج مخططة ، حيث أن هناك داخل كل شركة توجد إدارة عامة مختصة عن التدريب وتنمية الموارد البشرية ، كما توجد برامج تدريبية لنقل الخبرات ليست مركزية فقط أي ليست داخل الشركة بل أيضاً هناك برامج تدريبية لتبادل الخبرات بين جميع الشركات داخل القطاع .
- ومما سبق يتم قبول الفرض الرئيسي جزئياً ، حيث ثبت أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة التكنولوجية وأبعاد الصورة الذهنية للمنظمة بينما



كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المهارة والخبرة وأبعاد الصورة الذهنية للمنظمة .

التوصيات :-

1. ضرورة أن تكون هناك مبادرات إلى تطوير الكفاءة التكنولوجية ، وبالشكل الذي يمكن من خلاله تحقيق المرونة والقدرة على مواكبة التغيرات التكنولوجية السريعة.
2. ضرورة تنمية وتطوير مهارات وخبرات جميع العاملين سواء الكوادر الإدارية أو الفنية من خلال إدخالهم في دورات تدريبية متخصصة في مجال تكنوستراتيجية إدارة المعلومات ، داخل وخارج البلاد ، وذلك لما لهذا الأمر من دور في تحقيق نجاح تكنوستراتيجية إدارة المعلومات من جانب ، والتأثير على تحسين الصورة الذهنية للقطاع من جانب آخر.
3. ضرورة اعتماد موازنات مالية وذلك لدعم وتمويل البرامج والأنشطة التكنولوجية وبما يتناسب مع التوجه الاستراتيجي الذي يشهده العالم.
4. وضع خطة استراتيجية في كل شركة لتوفير التكنولوجيا ، والموارد البشرية ذات الكفاءة العالية القادرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة ، والاستجابة لكافة الظروف والمتغيرات التي تواجه القطاع .
5. ضرورة الدعم المتواصل للعنصر البشري وذلك لما لهذا العنصر من أثر كبير في تحقيق الصورة الذهنية الجيدة للقطاع .



المراجع

1. Tidd, Joe ،Bessant, John and Pavitt, Keith, (2001)• Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, John Willey, Sussex, UK.
٢. الدهان ، جنان مهدي شهيد (٢٠١١) ، " تكنولوجيا استراتيجية إدارة المعلومات ودورها في تحقيق الميزة التكنولوجية التنافسية المستدامة " دراسة استطلاعية في عينة من منظمات الأعمال العربية والأجنبية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة كربلاء ، العراق .
٣. الحدراوى ، حامد كريم (٢٠١١) ، "تكنولوجيا استراتيجية إدارة المعلومات ، مفاهيم ونماذج" ، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد ١٣ ، العدد ٢ ، ٣٣- ٥٨ .
4. Melean, M. & Yen, D. C., (2005), "A Framework for the Utilization of Information Technology in Higher Education Admission Department", International Journal of Educational Management, vol. 19(2), 87- 101.
5. Curry, Joanne and Joanne, Jeff, (2000), "Increasing the Success of the Global Information Technology Strategic Planning Process", by Proceedings of the 33rd Hawaii International Conference on System Sciences, IEEE, 1- 10.
٦. اشتون ، كريس (٢٠٠١) ، "تقييم الأداء الإستراتيجي: المعرفة والأصول الفكرية" ، (مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك)، ترجمة علاء أحمد صلاح ، القاهرة – مصر).
٧. الحدراوى ، حامد كريم (٢٠١١) ، مرجع سبق ذكره .
٨. الفضل ، علي عبد الحسين خليل (٢٠٠٢) ، " تقييم البناء التحتي للمعلوماتية " دراسة تحليلية تطبيقية في الشركة العامة للأسمنت الجنوبية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الكوفة ، العراق .
9. Yang, Cheng Lang and Wei, Suz Tsung, (2010), "Modeling the performance of CoP in knowledge management" by Total Quality Management, Vol. 21, No. 10, 1033- 1045.



١٠. الثلثة ، ميسون عبد الله احمد (٢٠٠٩) ، "دور أبعاد القيادة في رأس المال البشري" ، دراسة لأراء مجموعة من القادة الأكاديميين في جامعة الموصل والمعهد التقني ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإدارة والأقتصاد ، جامعة الموصل ، العراق.
١١. الشيخ ، صالح (٢٠٠٩) ، " تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الأكاديمية السورية الدولية ، سوريا.
١٢. الكردي ، أحمد السيد (٢٠١١) ، " إدارة الصورة الذهنية للمنظمات فى إطار واقع المسؤولية الاجتماعية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة بنها.
١٣. عبد الحميد، طلعت أسعد و ذكرورى ، منى ابراهيم و عبد اللطيف ، محمد محمود (٢٠١٦) ، "التسويق الأبداعى" ، (دار المغربى للطباعة).
14. Philip, Kotler, (2003), "(Marketing) Insight's from A to Z", (1Ed) New Jersey, john Wiley & Sons, Inc.
15. Ingrida, Smaizien and Petras, Orzekauskas, (2006),"Corporate Image Audit", VADYBA/ Management.
١٦. صادق ، زهراء (٢٠١٦) ، "إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات وفق مدخل التسويق بالعلاقات" ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الأقتصاديه ، جامعة أبى بكر بلقايد ، الجزائر.
١٧. الكوفى ، عامر مفلح (٢٠١٥) ، "أثر عناصر المزيج التسويقي المصرفي في تكوين الصورة الذهنية لدى عملاء البنك العربي الإسلامي الدولي في الأردن(دراسة ميدانية في مدينة إربد)" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الزرقاء ، الأردن.
١٨. أحمد ، محمد رضا (٢٠٠٢) ، "أساليب تحسين صورة العرب والمسلمين كما تدركها الصفة المصرية" ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن ، الأعلام وصورة المسلمين والعرب، الجزء الثانى، جامعة القاهرة ، كلية الأعلام ، مايو.
١٩. الكحكي ، عزة مصطفى (٢٠٠٢)، " دور وسائل الأعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري ، الأعلام وصورة العرب والمسلمين" ، المؤتمر السنوي الثامن ، كلية الأعلام ، الجزء الأول ، جامعة القاهرة.
٢٠. عوجة ، على و فريد ، كريمان (٢٠٠٨) ، " إدارة العلاقات العامه بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات" ، (الطبعة الأولى، عالم الكتب ، القاهرة) .
٢١. الشلقانى ، نشوى (٢٠٠٠) ، "دور قناة النيل الدولية في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجنب المقيمين" ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة .



22. Lee, Won-Il, (2014), "Technology Management Strategy for Activating the Industry-Academia Cooperation, Journal of the Korea Academia-Industrial", Vol. 15, No. 1, 211-219.
23. Choudhary, Aakash, (2015), "Importance of Business Strategic Management Information System", International Journal of Engineering, Management & Medical Research (IJEMMR), Vol- 1, Issue- 3 ,37- 45.
24. Malki, Zohair, (2015), "Information and Communication Technologies Role in Developing Electronic Libraries and Information Centers", Journal of Theoretical and Applied Information Technology, Vol.71, No.2, 167-183.
25. Fard, Ruhollah and Ansari, Yaghoub, (2015), "Examine the Factors Affecting the Development and Improvement of Customer Mental Image about Electronic Banking Services", AENSI Journals, Advances in Environmental Biology, Vol. 9, No. 3,639-642.

٢٦. صادق ، زهراء (٢٠١٦) ، مرجع سبق ذكره .

