

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا

**أثر نظم المعلومات التسويقية على فاعلية
اتخاذ القرارات
دراسة تطبيقية على شركات الصناعات النسيجية في
الأردن**

بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراة في إدارة الأعمال

**إعداد
راكان عاطف الضلاعين**

**المشرف
البروفسور عز الدين محمد عثمان**

2013

الإهداء

**إلى...
والله**

إخواني وأخواتي وعائلاتهم

الشكر والتقدير

أتقدم بالشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل البروفسور عز الدين محمد عثمان على الجهود والتوجيهات التي كان لها الأثر الكبير في إغناء هذه الرسالة. كما أتقدم بالشكر إلى الدكتور بشير عباس العلق على توجيهاته، وأتقدم بالشكر والتقدير إلى أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بمناقشة هذه الرسالة وتوجيهاتهم.

موفور الشكر لكل من أسهم في إنجاز هذا البحث.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	الإهداء
ج	شكر وتقدير
د	قائمة المحتويات
ز	قائمة الجداول
ح	قائمة الأشكال
ط	الملخص بالعربية
ك	الملخص بالإنجليزي
1-13	الفصل الأول: المبحث الأول: الإطار العام للدراسة
1	مقدمة
3	أهمية الدراسة
3	أهداف الدراسة
4	مشكلة الدراسة
4	نموذج الدراسة
5	فرضيات الدراسة
6	التعريفات الإجرائية
7	منهجية الدراسة
7	مجتمع الدراسة
7	عينة الدراسة
8	أساليب جمع البيانات
8	الدراسات السابقة
15- 20	الفصل الأول: المبحث الثاني: صناعات النسيج في الأردن
15	واقع ودور صناعة النسيج في الاقتصاد الوطني
19	الحوسبة وصناعة النسيج
22-49	الفصل الثاني: المبحث الأول: نظم المعلومات التسويقية وتكنولوجيا المعلومات
22	مفهوم نظام المعلومات التسويقية
23	نشأة وتطور نظم المعلومات التسويقية
24	مميزات نظام المعلومات التسويقية

26	أهداف نظام المعلومات التسويقية
26	خصائص المعلومات التسويقية
28	أنواع المعلومات التسويقية
31	مشاكل نظم المعلومات التسويقية
32	الفرق بين نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق
33	مجالات العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والتسويق
43	دور تكنولوجيا المعلومات في دعم نشاطات الأعمال
48	التأثير الاستراتيجي للانترنت والتجارة الالكترونية
51-67	الفصل الثاني: المبحث الثاني: دور نظام المعلومات التسويقية في صنع القرارات
51	دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات مزيج الترويج
57	دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات مزيج المنتجات
60	دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات مزيج التسعير
64	دور نظام المعلومات التسويقية في صنع قرارات مزيج التوزيع
69-89	الفصل الثاني: المبحث الثالث: الرقابة على الأنشطة التسويقية واتخاذ القرارات
69	أنواع الرقابة التسويقية
71	فوائد التخطيط
75	أهداف المنشأة
77	مراحل اتخاذ القرارات التسويقية
80	المعلومات وأثرها على اتخاذ القرارات التسويقية
80	أساليب اتخاذ القرارات التسويقية
81	أنواع القرارات التسويقية
81	خطوات اتخاذ القرارات التسويقية
84	الفرق بين نظم المعلومات الإدارية ونظم دعم القرارات
89	الفرق بين نظام دعم القرارات ونظام المعلومات التسويقية
90-103	الفصل الثالث: عرض وتحليل البيانات
90	مقدمة
91	خصائص عينة الدراسة
96	اختبار صدق وثبات أداة القياس
97	اختبار قوة نموذج الدراسة

98	عرض نتائج الدراسة
99	اختبار الفرضيات
105-114	الفصل الرابع: النتائج والتوصيات
105	النتائج
106	التوصيات
107	المراجع بالعربي
109	الدوريات
110	المراجع بالإنجليزي
111	ملحق: استبانة الدراسة

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
89	الفرق بين نظام دعم القرارات ونظام المعلومات التسويقية	1.
91	خصائص عينة الدراسة حسب العمر	2.
92	خصائص عينة الدراسة حسب الجنس	3.
93	خصائص عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	4.
94	خصائص عينة الدراسة حسب الخبرة	5.
95	معلومات لها علاقة بوجود دائرة لنظم المعلومات التسويقية	6.
95	جدول يبين أهمية الحاسب	7.
96	اختبار صدق وثبات الأداء	8.
98	الوسط الحسابي والانحراف المعياري	9.

99	نتائج اختبار الفرضية الأولى	10.
100	نتائج اختبار الفرضية الثانية	11.
101	نتائج اختبار الفرضية الثالثة	12.
102	نتائج اختبار الفرضية الرابعة	13.
103	نتائج اختبار الفرضية الخامسة	14.

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
4	نموذج الدراسة	1.
79	مراحل عملية اتخاذ القرارات التسويقية	2.
91	خصائص مجتمع الدراسة حسب العمر	3.
92	خصائص مجتمع الدراسة حسب الجنس	4.
93	خصائص مجتمع الدراسة حسب المؤهل العلمي	5.
94	خصائص مجتمع الدراسة حسب الخبرة	6.

ملخص

أثر نظم المعلومات التسويقية على فاعلية اتخاذ القرارات. دراسة تطبيقية على شركات الصناعات النسيجية في الأردن

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام نظم المعلومات في شركات الصناعات النسيجية الأردنية وتأثيرها على فاعلية اتخاذ القرارات، وذلك لمعرفة مستوى الاستخدام للنظم في هذه الشركات، بفرض تقديم توجيهات، واقتراحات يمكن أن تسهم في زيادة الإنتاج وسرعة اتخاذ القرارات الصحيحة وتعزيز دور المعلومات في هذه الشركات بناءً على نتائج تقييم الدراسة. وقد شملت عينة الدراسة (180) مديراً من أصل (240) مدير من مختلف المستويات الإدارية، واعتمد المباحث في عملية جمع البيانات على استبانة احتوت على أسئلة متعلقة بنظم المعلومات واتخاذ القرارات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:
1. أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظم المعلومات وفاعلية اتخاذ القرارات .

2. أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية الأجهزة المستخدمة وفاعلية اتخاذ القرارات.
3. أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة العاملين وفاعلية اتخاذ القرارات.
4. أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملائمة المعلومات وفاعلية اتخاذ القرارات.
5. أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاية الاقتصادية لنظم المعلومات وفاعلية اتخاذ القرارات.
6. أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظم المعلومات وبيئة العلم الداخلية والتسهيلات الإدارية.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها :

1. ضرورة إعداد برامج تدريبية للموظفين من مختلف المستويات وتدريبهم على التعامل الفعال مع التكنولوجيا والتقنيات المتوفرة في شركاتهم وزيادة وعي مستخدمي تلك التكنولوجيا واستغلالها بشكل الصحيح وجعلها ميزة تنافسية تستفيد منها في تعزيز وضعها الحالي .
2. ضرورة وجود دائرة خاصة لنظم المعلومات في كل شركة وذلك بهدف مساعدة الإدارة ومتخذي القرارات على حل مشاكلهم وسرعة اتخاذ القرارات وتزويدهم بالمعلومات الدقيقة عند الحاجة إليها.
3. ضرورة التعامل مع الأجهزة الالكترونية وذلك بهدف الحصول على المعلومات الإدارية والتسويقية اللازمة.
4. ضرورة الاهتمام بنوعية الأجهزة المستخدمة في نظم المعلومات لان الواقع اثبت أهميتها وتأثيرها على فاعلية اتخاذ القرارات.
5. ضرورة الاهتمام بملائمة المعلومات في عملية اتخاذ القرارات السلمية وكذلك على المديرين القيام باستخدام والتعامل مع نظم المعلومات التسويقية وذلك لاتخاذ قراراتهم بدقة وسهولة تطبيقها.
6. ضرورة استخدام نظم معلومات تسويقية ذات كفاية اقتصادية حيث يكون العائد منها اكبر من التكاليف على هذا النظام.

ABSTRACT

Impact Of Marketing Information System On Effectiveness Of Decision Making an Applied Study On Company Of Weaving Industries In Jordan

The study aimed at identifying the state of information systems in textile firms in Jordan, and its effect on effectiveness of decision-making process, with a view to learning more about the level of the systems usage firms.

Then making recommendations and suggestions that aid in the process of production and decision-making enhancement. A sample of 120 managers out of population of 180 was selected for the purpose of the study. A questionnaire was used for data collection the study reached a number of results namely:

1. There exists a relationship between information systems & decision-making effectiveness.
2. There exists a positive relationship between quality of equipment used and decision making effectiveness.
3. There is a positive relationship between employees efficiency and decision-making process.
4. There is a positive relationship between information suitability and decision-making effectiveness.
5. There is a positive relationship between economic efficiency of information systems and decision-making effectiveness.
6. There is a positive relationship between information systems and internal work infra-structure & administration Facilities.

Recommendations:

1. Need for training courses at all organization levels, and dealing with information technology.
2. Need for a separate information system departments.
3. Use of electronics appliances in work environment.
4. Attention be given to quality of appliances & equipment in use.

5. Interest be given to information suitability.
6. Marketing information systems be used with effectiveness.