

المحاضرة الثالثة

خصائص جودة المعلومات

يحتاج متخذ القرار إلى معلومات عالية الجودة؛ حيث ترتبط جودة المعلومات ارتباطاً وثيقاً بعملية اتخاذ القرار داخل المؤسسة وهي تعد من بين المحددات الأساسية لخلق الميزة التنافسية للمؤسسة. فإن تحقيق أهداف المؤسسة يرتبط بمدى قدرتها على تفعيل نظم معلومات فعال ولا يمكن تحقيق ذلك سوى من خلال توافر عناصر معلوماتية ذو جودة. وتحدد جودة المعلومات بمدى ملاءمتها، ويمكن تحديد خصائص المعلومات الجيدة من خلال الأبعاد الثلاثة التالية¹¹:

I بعد المحتوى

ويتضمن هذا البعد الجوانب التالية:

1- **الموضوعية:** يقصد بها أن تكون المعلومات قادرة على وصف مختلف الوضعيات العملية والتشغيلية للمؤسسة بطريقة موضوعية بعيدة عن التحيز تركز على حقائق مثبتة

2- **الدقة:** ويقصد به خلو المعلومات من الأخطاء حيث أن دقة المعلومات تساهم في جودة القرار، تعمل على تجنب القرارات الخاطئة وتقلل من التكلفة وإهدار الوقت كما يجب أن تكون هذه الأخيرة قادرة على تصوير الحقيقة وبدون غموض.

¹¹ Lacroux, F., Augier, M., & Lecoer, A., Systèmes d'information organisationnels. Pearson education, 2005.

3- **المصادقية:** هي إعطاء المعلومات نفس النتائج التي أعطتها في كل مرة واستخدمت

فيها وأن تكون المعلومات التي يقدمها النظام ممتاز بالصدق والواقعية وتتطابق مع

معطيات الواقع شكلا ومضمونا وتوجهها

4- **الآثرية:** تكمن في قدرة إثبات صحة المعلومات وذلك بتوفير المصدر أو طريقة

الحصول عليها.

5- **الملائمة:** أن تكون المعلومات ملائمة وثيقة الصلة و لها دور في تحسين عملية اتخاذ

القرار، ولا بد أن تكون ملائمة للموضوع و لها صلة بالمشكلة المراد اتخاذ قرار

بشأنها

6- **الشمولية:** و يقصد بها قدرة المعلومات على إعطاء صورة كاملة عن المشكلة أو عن

الحقائق الظاهرة لموضوع الدراسة مع تقديم بدائل الحلول المختلفة لها حتى تتمكن

الإدارة من تأدية وظائفها المختلفة، وعلى المدير أن يقدر كمية التفاصيل اللازمة عن

المشكلة حتى يتجنب الوقوع في كم هائل من المعلومات ما يسمى

(بالإغراق المعلوماتي) .

7- **الإيجاز:** أي تقديم المعلومات اللازمة لكل مستوى إداري و ما يتناسب مع متطلباته

من المعلومات إذ لا بد من الإيجاز في المستوى الاستراتيجي دون الخوض في كم

كبير من المعلومات عن الموضوع، و يمكن لمحلل النظم أن يساعد المدير على تحقيق

هذه المهمة بطريقة منطقية.

II البعد الزمني

يتضمن هذا البعد الجوانب التالية:

1- التوقيت: يجب توفير المعلومات عند الحاجة إليها وفي الزمن المناسب لمتخذ القرار

وقد تكون المعلومة مفيدة في الزمن الحاضر ولكن قد تفقد أهميتها بعد زمن قليل لذا

على المسؤول الأول أن يكون قادرا على الحصول على معلومات في وقت الحاجة

إليها.

2- الحداثة: يجب ان تجاري المعلومات كل ما يحدث داخل وخارج المؤسسة كما يجب

أن تكون المعلومات متجددة وحديثة للاستفادة منها عند تقديمها لمتخذ القرار حيث

تلعب الحداثة دورا هاما في جودة المعلومات إذ تقل قيمة المعلومات بتقدمها.

3- الفترة الزمنية: ويقصد بها الفترة الزمنية المطلوب توفير معلومات عنها، على

سبيل المثال يحتاج المدير معلومات عن حجم المبيعات للسنوات الخمس الماضية،

فالمعلومات الملائمة هي التي تغطي الفترة الزمنية المطلوب الاستعلام عنه.

III البعد الشكلي

ويتضمن هذا البعد الجوانب التالية:

يتعلق البعد الشكلي بكيف تقدم المعلومة وتكون حاضرة لمن يطلبها، فهي تتعلق بالإجابة على

تساؤل (كيف) ويتضمن الجوانب التالية:

1- **الوضوح:** يقصد به تقديم المعلومات بطريقة وشكل يسهل فهمهما من قبل المستخدم

كلما أمكن ذلك، بحيث تكون المعلومات واضحة وخالية من الغموض حتى يتمكن

المدير من الوصول إلى قرارات صائبة.

2- **درجة التفصيل:** يجب ان تكون هناك قدرة على توفير المعلومات في صورة ملخصة

ومفصلة.

3- **التنظيم والترتيب:** ويقصد به تقديم المعلومات بترتيب وتنسيق ضمن معايير محددة

مسبقا كي يتم تعظيم الاستفادة منها.

4- **المرونة:** يقصد بها قابلية المعلومات على التكيف لأكثر من مستخدم وأكثر من تطبيق،

لذلك يجب أن تكون المعلومات متوفرة بشكل مرّن يمكن استخدامه من قبل المستويات

الإدارية المختلفة بفاعلية في عملية اتخاذ القرار.

5- **أسلوب العرض:** ويقصد به طريقة عرض المعلومات، أي أن تقدم بشكل مناسب كأن

تكون مختصرة أو تفصيلية، أو بشكل كمي أو وصفي أو أن تعرض على شكل جداول

توضيحية (أرقام/أشكال بيانية).



شكل بياني رقم 02 يوضح أبعاد جودة المعلومات

ان نجاح عملية اتخاذ القرار يرتبط وبصفة مباشرة مع مدى توفير المعلومات الملائمة والتي يجب أن تكون ذو جودة تستجيب الى مختلف المؤشرات الموضحة في الشكل البياني، فقد أثبتت العديد من الدراسات أن 90% من نجاح القرار يعتمد على المعلومات و10% على قدرات ومهارات متخذ القرار، ومن هنا يتضح أهمية ودور المعلومات الملائمة في عملية اتخاذ القرار¹².

¹² Aubert, B. A., & Dussart, A., *Systèmes d'information inter-organisationnels*, Edition CIRANO, 2002.

أهمية جودة المعلومات

تمكن جودة المعلومات من خلال تحقيق التميز ومن خلال مساهمتها في التحديد الدقيق والواضح للأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها، فجودة المعلومات تعتبر كأساس للتخطيط والتوجيه في كافة المجالات بالمؤسسة.

فلا يمكن القيام بالتخطيط دون الاعتماد والاستناد على المعلومات التي يمكن التنبؤ بواسطتها ورسم الأهداف على ضوءها، كما تساهم جودة المعلومات في دراسة وتفحص المناخ المحيط بالمؤسسة والكشف عما به من فرص وتهديدات، وبالتالي فهي تساهم في تهيئة العناصر والمقومات الموجودة بالمؤسسة لاستثمار الفرص أو التعامل الجيد مع التهديدات المحتملة¹³.

كما توفر جودة المعلومات للمؤسسة المعطيات اللازمة لكل ما يتعلق بالمستهلك، مما يساعدها على التأثير في قرار الشراء لديه، من خلال معرفة ودراسة سلوك المستهلكين.

إضافة لذلك تساهم جودة المعلومات من قدرات المؤسسة على اقتحام أسواق جديدة من خلال معرفتها لمميزات وخصائص هذه الأسواق.

أما على المستوى القيادي فجودة المعلومات تعتبر من بين العوامل المؤثرة في تحقيق التميز للمؤسسة من خلال أثرها على القيادة الإبداعية للمؤسسة، وينعكس ذلك من خلال الأبعاد الممثلة لجودة المعلومة وفي دقة المعلومة، شموليتها وتوقيتها، بحيث تساهم وبشكل مباشر على قدرة

¹³ Comyn-Wattiau, I., Akoka, J., & Berti-Equille, L., La qualité des systèmes d'information ? Vers une vision plus intégrée. Revue des Sciences et Technologies de l'Information-Série ISI: Ingénierie des Systèmes d'Information, 15(6), 2010, pp.9-32.

المسؤول الأول على حل المشكلات واتخاذ القرار، وتزيد من قدرته على الاتصال والتواصل مع الأفراد العاملين بالمؤسسة، بحيث تصبح المعلومة ذات جودة عاملا محفزا في كل العمليات القيادية والتي تشمل كل من العمليات الاتصالية والتنسيقية وحتى الرقابة¹⁴.

وبالتالي فجودة المعلومات توفر القدرة على التعامل مع المواقف والقرارات المختلفة بطريقة تعتمد على ابتكار الحلول للتحرك باتجاه المساهمة في تحقيق الأهداف التي صممتها المؤسسة. -تساهم جودة المعلومات في تحقيق التميز للمؤسسة من خلال إمكانية تحقيق الرضا للزبون، فالمعلومة المصاغة بشكل جيد، والمقدمة في شكل ملائم يضمن استلامها من قبل الزبون بسهولة، وتمكنه من فهمها بسهولة، والاستفادة منها والوثوق بها لأغراض اتخاذ القرارات، كل هذه الخصائص تمنح المؤسسة فرصة توفير الخدمة لزبائنهم الذين يتفاوتون فيما بينهم من حيث الأنواق، الاحتياجات، الأوضاع الاجتماعية والثقافية، لذا على المؤسسة أن تراعي تلك الحقائق لكسب ودهم وولائهم.

¹⁴ David, A., & Thierry, O., Prise en compte du profil de l'utilisateur dans un système d'information stratégique. VSST, 2001.