



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of higher Education and scientific research

جامعة عباس لغرور خنشلة

Abbas Laghrour University Khenchela

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Faculty of Economics, Management and Commercial Sciences



قسم: علوم التسيير

دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية

دراسة حالة اتصالات الجزائر - المديرية الفرعية لولاية خنشلة -

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: تسيير عمومي

إشراف الأستاذ

- نزاري رفيق

من إعداد الطالبتين:

- هاني رانيا آية الرحمان

- عثمانى نصيرة

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
خالد محمد بلجبل	أستاذ مساعد - أ -	جامعة عباس لغرور خنشلة	رئيسا
رفيق نزاري	أستاذ	جامعة عباس لغرور خنشلة	مشرفا
عادل بوعافية	أستاذ مساعد - ب -	جامعة عباس لغرور خنشلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023



اهداء

إلى من كلل العرق جبينه وعلمني أن النجاح لا يأتي إلا بالعبر والاحترام إلى النور الذي أثار دربي
والسراج الذي لا ينطفئ نوره بقلبي أبداً، من بذل الغالي والنفيس واستمدت منه قوتي واعتزلي
بذاتي

والدي العزيز

إلى من جعل الجنة تحت أقدامها وسهلت لي الشدائد بدعائها إلى الإنسانية العظيمة التي لطالما
تمنت أن تقر عينها لرؤيتي في يوم كهذا

أمي العزيزة

إلى الذين كان لهم السند والعون في كل قراراتي إخواني،

إلى كل من ساعدني في كل خطوة في هذا الطريق من الأصدقاء الأوفياء

إن هذا الإنجاز هو ثمرة النجاح التي لا طالما تمنيناه بفضل سبحانه وتعالى الحمد لله على ما
وهبني وأن يعينني أينما كنت، فمن قال أنا لها نالها فانا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها الحمد

لله

شكر وتقدير

قال الله تعالى: ﴿وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ﴾

سورة إبراهيم (الآية رقم 7)

اللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضى

نحمد الله عز وجل أنه وفقنا إلى إنجاز هذا العمل المتواضع ونسأله أن ينفعنا والأمة به.

ولن نكون منصفين في شيء إن لم نتقدم بباقيات الشكر والعرفان للأستاذ "نزاري رفيق" الذي قبل

الإشراف على هذا العمل والمعاملة المميزة التي خصنا بها.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لجميع أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

والى كل من ساهم في إنجاح هذه المذكرة ولو بكلمة طيبة.

الشكر لكم جميعا

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
I	إهداء
II	شكر وتقدير
III	فهرس المحتويات
IV	قائمة الجداول
V	قائمة الاشكال
VI	قائمة الملاحق
VII	الملخص
أ - ي	مقدمة
1	الفصل الأول: الأدبيات النظرية لتكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية
3	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات
3	المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات
10	المطلب الثاني: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات
16	المطلب الثالث: واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات في الجزائر
18	المبحث الثاني: الميزة التنافسية
19	المطلب الأول: مفهوم الميزة التنافسية
24	المطلب الثاني: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية
29	المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات وسلسلة القيمة والميزة التنافسية
33	المبحث الثالث: العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية
34	المطلب الأول: الاستراتيجيات التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات
36	المطلب الثاني: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية
37	المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية
40	الفصل الثاني: تطبيق تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية على اتصالات الجزائر وكالة خنشة
42	المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر خنشة
42	المطلب الأول: ماهية المؤسسة
47	المطلب الثاني: منتجات وخدمات المديرية العملياتية للاتصالات بخنشة
49	المطلب الثالث: المعايير التي تعتمدها اتصالات الجزائر لولاية خنشة

50	المبحث الثاني: الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة
51	المطلب الأول: أداة الدراسة وأساليب إحصائية
53	المطلب الثاني: صدق وثبات الاستبيان
55	المطلب الثالث: اختبار التوزيع الطبيعي
56	المبحث الثالث: نتائج دراسة تحليل الاستبيان
56	المطلب الأول: تحليل إجابات أفراد العينة
61	المطلب الثاني: تحليل اتجاهات أفراد العينة نحو محاور الدراسة
66	المطلب الثالث: اختبار وتحليل الانحدار البسيط للاستبيان
70	خاتمة
74	قائمة المراجع
78	الملاحق

قائمة الجداول

رقم	العنوان	الصفحة
1	تعريف تكنولوجيا المعلومات	5
2	التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات	6
3	مؤشر عدد المشتركين في الانترنت	48
4	المشتركين النشيطين لانترنت الهاتف النقال	48
5	تطور عدد المشتركين النشيطين لانترنت الهاتف الثابت والنقال	48
6	تطور النطاق الترددي المستخدم جيغابايت في الثانية	48
7	الاستثمارات الموزعة والمسترجعة من عينة الدراسة	51
8	درجات مقياس ليكرت	52
9	طول الخلية لسلم ليكرت	52
10	الصدق الداخلي لعبارات المحور الاول باستخدام معامل الارتباط لبيرسون	54
11	الصدق الداخلي لابعاد المحور الثاني باستخدام معامل الارتباط لبيرسون	55
12	معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات محاور الاستبيان	55
13	نتائج معامل الإلواء ومعامل التقطح لمتغيرات	56
14	توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي	56

57	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	15
58	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	16
59	توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	17
60	توزيع عينة الدراسة حسب رتبة الوظيفة	18
62	تحليل العبارات الخاصة بالمحور الاول	19
63	تحليل العبارات الخاصة بالبعد الاول	20
64	تحليل العبارات الخاصة بالبعد الثاني	21
65	تحليل العبارات الخاصة بالبعد الثالث	22
66	نتائج تحليل الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و التكلفة	23
67	نتائج تحليل الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و المرونة.	24
67	نتائج تحليل الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الجودة. تكنولوجيا المعلومات	25
68	نتائج تحليل الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية	26

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم
4	التعريف الإجرائي للتكنولوجيا	1
9	أهداف تكنولوجيا المعلومات	2
15	احتياجات المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات	3
23	تطور مفهوم الميزة التنافسية	4
24	خصائص الميزة التنافسية	5
44	الهيكل التنظيمي لاتصالات الجزائر خنشة	6
47	مؤشر عدد المشتركين في الهاتف الثابت	7
49	عمليات الدفع عبر الخط	8
57	توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي	9
58	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	10
59	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	11
60	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	12
61	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رتبة الوظيفة	13

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم
121-78	مختلف الملاحق الخاصة بالدراسة	39-1

الملخص:

في ظل التغيرات المتسارعة والحاصلة في مختلف نواحي الحياة، وجدت اتصالات الجزائر نفسها أمام تحديات الحفاظ على مكانتها على المستوى الدولي من خلال تمييز خدماتها بالمقارنة مع نفس الخدمات للمنافسين الآخرين وفي هذا السياق، تهدف هذه الدراسة الى التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية، في مديرية اتصالات الجزائر لولاية خنشلة، وتوصلت الدراسة إلى أن لتكنولوجيا المعلومات نقاط جوهرية تساعد المؤسسة على اكتساب ميزة تنافسية كربح الوقت وأداء الأعمال بكفاءة وجودة عالية ودقة المعلومات، لاتخاذ أنجح القرارات والإستراتيجيات لرفع أداء المؤسسة وبالتالي التميز في عملها.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، الميزة التنافسية، اتصالات الجزائر.

Abstract:

In light of the rapid changes taking place in various aspects of life, communications of Algiers found it self facing the challenges of maintaining its position at the international level by distinguishing its services in comparison with the same services of other competitors. In this context, this study aims to identify the impact of Information Technology on the competitive advantage, in the Directorate of Etisalat Algiers for the state of Khenchela, and the study found that information technology has essential points that help the organization gain a competitive advantage such as time gain, business performance efficiently, high quality and accuracy of information, to make the most successful decisions and strategies to raise the performance of the institution and thus excellence in its work.

Keywords: information technology, competitive advantage, communications of Algeria.

مقدمة:

عرف العالم في الآونة الأخيرة عدة تطورات تكنولوجية مست مختلف القطاعات سواء الاقتصادية منها او الاجتماعية او الثقافية وغيرها من القطاعات.

هذا التطور أدى إلى خلق مؤسسات جديدة تعمل على تطوير المنتجات الموجودة بالفعل او ابتكار منتجات جديدة بديلة لتلك الموجودة بالسوق، بالتالي ولّد صراع بين المؤسسات سواء العمومية منها أو الخاصة، وهذا الصراع ساعد مختلف المؤسسات والشركات في تطوير بعض الأساليب التي من شأنها تحسين الدراسة السوقية للمنافسين، ومن بين هذه الأساليب تكنولوجيا المعلومات والذي يعتبر نوع من أنواع التكنولوجيا.

عرفت الجزائر في الوقت الراهن إقبالا كبيرا على المشاريع المقاولاتية والمؤسسات الناشئة، الذي خلق تنافس بين المؤسسات والشركات العمومية والخاصة.

يعد قطاع اتصالات الجزائر من القطاعات التي لها أهمية كبيرة لدى الدولة عامة والمجتمع خاصة وذلك لما تقدمه من خدمات الانترنت، الهواتف الأرضية...، وهذه الأخيرة رغم أنها الشركة الوحيدة التي تقدم هذه الخدمات إلا أنها لم تسلم من وحش المنافسة، وتتمثل هذه المنافسة في الجانب الدولي حيث تتنافس الدول فيما بينها ضمن مجال سرعة تدفق الانترنت حيث يتم تقسيم الدول حسب سرعة تدفق الانترنت كلما كانت السرعة كبيرة كلما تقدمت مرتبة الدولة والعكس صحيح وهذا ما شهدته الجزائر في الآونة الأخيرة.

أولاً: الإشكالية الرئيسية:

في بحثنا هذا سنقوم بعرض أهم النقاط الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية، ومعرفة دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية، من خلال طرح الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية في شركة اتصالات الجزائر وكالة خنشة؟

وللإجابة على الإشكالية تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي ماهية تكنولوجيا المعلومات؟ وما واقع تطبيقها في الجزائر؟
- ماهي أهم الاستراتيجيات التنافسية التي يمكن تحقيقها من خلال تكنولوجيا المعلومات في اتصالات الجزائر وكالة خنشة؟

- ما هو دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم تنافسية وكالة اتصالات الجزائر خنشة.

الفرضيات:

فرضية رئيسية: هناك علاقة إيجابية بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية ويندرج ضمن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الأولى: تقوم الجزائر بالاعتماد الكلي على تكنولوجيا المعلومات في شتى المجالات

الفرضية الثانية: من بين استراتيجيات التنافسية التي يمكن تحقيقها بتكنولوجيا المعلومات هي استراتيجية المنافسين واستراتيجية الزبائن.

الفرضية الثالثة: من آليات تكنولوجيا المعلومات في تدعيم تنافسية وكالة اتصالات الجزائر خنشة هي التكلفة والجودة والمرونة.

ثانيا: أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية دراستنا في احتواءها على أهم متغيرين ألا وهما تكنولوجيا المعلومات والميزة

التنافسية، وذلك لما لهما دور في المجتمع العلمي حيث يعتبر موضوع البحث كمركب نجاه للمؤسسات والتي تساهم في الوصول إلى الغاية المرغوبة وهي اكتساب أكبر حصة سوقية وتحقيق الأرباح وتلبية حاجات المجتمع، أيضا إلقاء الضوء على مستجدات تكنولوجيا المعلومات في الجزائر من خلال أخذ بعض من العينات التي تطبقها.

ثالثا: أهداف الدراسة:

يمكن تحديد أهم أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- معرفة مختلف الأدبيات النظرية لتكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية.
- معرفة مكانة تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات والشركات.
- إبراز دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في اتصالات الجزائر وكالة خنشة.

رابعا: حدود الدراسة:

- الحدود البشرية: موظفين من إدارة اتصالات الجزائر.
- الحدود الزمنية: خلال السداسي الثاني لعام 2024.
- الحدود المكانية: دراسة شركة اتصالات الجزائر وكالة خنشة.

- **الحدود الموضوعية:** من بين أهم الأساليب التي تساعد على تحقيق الميزة التنافسية قمنا باختيار تكنولوجيا المعلومات.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع:

تم اختيار هذا الموضوع لعدة أسباب نذكر منها:

➤ ذاتية

-الميل الشخصي لهذا النوع من المواضيع، خاصة تلك التي تتعلق بالجانب التكنولوجي.

➤ موضوعية

- أهمية متغيرات الدراسة في حياة الفرد عامة والمؤسسات خاصة.

- الدور الفعال لتكنولوجيا المعلومات في تطوير المؤسسات.

- دور الميزة التنافسية في إنعاش المؤسسات واستمرارها.

سادسا: المنهج المتبع في الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري للدراسة وذلك من اجل إبراز أهم المفاهيم النظرية لتكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية والوصول إلى العلاقة الكامنة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية من خلال الاعتماد على مجموعة من الكتب والمجلات والمحاضرات والمواقع الالكترونية. أما الجانب التطبيقي فتم الاعتماد على منهج دراسة الحالة من خلال توزيع 40 استبيان على العاملين باتصالات الجزائر وكالة خنشة وذلك للوصول إلى دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في اتصالات الجزائر وكالة خنشة.

سابعا: الدراسات السابقة

في إطار سعينا لبناء هذه الدراسة صادفنا العديد من الدراسات السابقة، والتي حاولت أن تجمع بين متغيرات الدراسة بصور مختلفة، حيث استفدنا منها كثيرا في تحليل الإطار النظري وفي ضبط أبعاد الدراسة الميدانية. وفيما يلي سنقوم بعرض أهم هذه الدراسات السابقة والتي تم تقسيمها إلى ثلاثة جوانب:

أ. جانب تكنولوجيا المعلومات

دراسة براهيم ورحموني احمد تحت عنوان: "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على العملية التعليمية بالمركز الجامعي مرسلني عبد الله في ظل جائحة كورونا"

- منهج وأدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة في إجراءاتها على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعتمد على جمع البيانات من عينة الدراسة، والمتمثلة في أعضاء هيئة التدريس، باستخدام الاستبيان. حيث يتكون الاستبيان من 20 فقرة، وتم توجيهها للمدرسين العاملين في المركز الجامعي مرسلين عبد الله، وتكون الاستبيان في صورته النهائية من 20 فقرة، يقابلها تدرج ثلاثي على النحو التالي: (غير موافق، محايد، موافق) وقد تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي: Stastical Package for Social Sciences 25 والتي يرمز لها باختصار Spss.v25 وتم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية:

- معامل الفاكرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة.
- معامل الارتباط Pearson: لدراسة العلاقة بين محاور الاستبيان.
- التكرار والنسب المئوية لإظهار تكرار ونسب إجابات أفراد عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية.
- الانحراف المعياري: للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة.
- اختبار التباين الأحادي: لتوضيح ما إذا كان هنالك اختلاف معنوي أم لا.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط Linear Regression لقياس العلاقة بين المتغيرين على هيئة علاقة دالة $Y = a + Bx$.
- كما تم الاعتماد على مقياس " لكارت الثلاثي"، ولحساب الحدود العليا والدنيا لكل فئة من فئات مقياس "لكارت الثلاثي" تم حساب طول المدى.

أهداف الدراسة:

- التطرق إلى مزايا وعيوب استخدام تكنولوجيا المعلومات في التعليم بالجامعة الجزائرية.
- معرفة سير نظام التعليم الإلكتروني عبر الانترنت، وتفاعل الاساتذة الجامعيين مع برامجه من خلال الواقع المعاش.

نتائج الدراسة:

- وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.01$ لاستخدام تكنولوجيا المعلومات (التعليم عن بعد) على العملية التعليمية بالمركز الجامعي تيبازة في ظل جائحة كورونا.

- وجود علاقة طردية بين تكنولوجيا المعلومات والعملية التعليمية أي عند إضافة وحدة واحدة في المتغير المستقل استخدام تكنولوجيا المعلومات (التعليم عن بعد) يؤثر بالزيادة في المتغير التابع (العملية التعليمية) بمقدار 0.751 أي ما يمثل نسبة مئوية قدرها 75%.

ب. جانب الميزة التنافسية

دراسة مراد سليم آتياني ومحمود نورواخرون تحت عنوان: "الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية الأردنية" منهج وأدوات الدراسة

تألف مجتمع الدراسة من كافة العاملين في البنوك الإسلامية الأردنية المتمثلة في البنك الإسلامي الأردني (2236) والبنك العربي الإسلامي (877) ، وبنك صفوة الإسلامي (469) وتمثلت عينة الدراسة بفئة المديرين العاملين في الإدارات الرئيسية للبنوك الإسلامية ومن جميع المستويات الإدارية حيث تتمتع هذه الفئة بالمعرفة الكافية بموضوع الدراسة والقدرة على التعامل مع إدارة الدراسة، حيث قام الباحثون بتوزيع (30) استبيان على كل بنك، وقد بلغ عدد الاستبيانات المستردة (78) استبانة وبنسبة استرداد بلغت (86.6%)، في حين بلغ عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل الإحصائي (75) بعد أن تم استبعاد (3) استبيانات نظرا لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي. **أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الخدمات المصرفية الالكترونية المتبعة في البنوك الإسلامية الأردنية في تحقيق الميزة التنافسية، وفي ضوء هذا الهدف الأساسي تتدرج مجموعة من الأهداف الفرعية التي يمكن إجمالها بالآتي:

- التعرف على اثر استخدام البنوك الإسلامية الأردنية للتطبيقات المصرفية الالكترونية في تحقيق ميزة قيادة التكلفة.
 - دراسة اثر استخدام البنوك الإسلامية الأردنية للتطبيقات المصرفية الالكترونية في تحقيق التميز في الخدمات المصرفية.
 - قياس اثر استخدام البنوك الإسلامية الأردنية للتطبيقات المصرفية الالكترونية في تحقيق ميزة الاستجابة السريعة لحاجات ورغبات المتعاملين.
- نتائج الدراسة:**

- توصلت الدراسة إلى وجود اثر دال إحصائيا للخدمات المصرفية الالكترونية بأبعادها المتمثلة في: (خدمات الصراف الآلي (ATM) ، خدمات الهواتف الذكية (Phone Banking) والخدمات المصرفية عبر الانترنت (Internet Banking) في تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الإسلامية الأردنية.
- كشفت نتائج التحليل الإحصائي عن وجود اثر دال إحصائيا للخدمات المصرفية الالكترونية في مجالي خدمات الهواتف الذكية (Phone Banking) ، والخدمات المصرفية عبر الانترنت (Internet Banking) في تميز الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية الأردنية في حين لم تجد الدراسة اثر دال إحصائيا للخدمات المصرفية المقدمة عبر الصراف الآلي في تميز الخدمات المصرفية وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حيث يعتقد أفراد عينة الدراسة أن الخدمات الالكترونية المقدمة عبر الصرافات الآلية لا تعتبر مصدر من مصادر تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية حيث تمتلك جميع البنوك الإسلامية صرافات آلية وفي مختلف المواقع الجغرافية الأمر الذي لم تستطع عينة الدراسة اعتبار هذا الأمر يشكل ميزة تنافسية للبنك.
- كما بينت نتائج التحليل الإحصائي عن وجود اثر دال إحصائيا للخدمات المصرفية الالكترونية بكافة أبعادها التي تناولتها هذه الدراسة وهي (خدمات الصراف الآلي (ATM) ، خدمات الهواتف الذكية (Phone Banking) ، والخدمات المصرفية عبر الانترنت (Internet Banking) في سرعة الاستجابة لحاجات المتعاملين مع البنوك الإسلامية الأردنية.

ت. الجانب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية

دراسة عطاوي علي نبيل وبوعنان نعمان تحت عنوان: "دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة بريد الجزائر - مقر الوحدة البريدية لولاية عين الدفلى - "

منهج وأدوات الدراسة

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أداة التحليل محاولة تقديم مختلف المفاهيم النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة، أما الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على دراسة الحالة حيث تم جمع المعلومات والبيانات من مقر الوحدة البريدية لولاية عين الدفلى وذلك من أجل الإجابة على الإشكالية المقدمة والخروج بنتائج وتقديم اقتراحات وتوصيات.

كما تم الاعتماد على مجموعة من الأدوات للحصول على البيانات والمعلومات أهمها الكتب والمجلات، الدراسات والبحوث السابقة، بالإضافة إلى مواقع شبكة الانترنت من أجل الحصول

على الدراسات الحديثة التي يتعذر علينا إيجادها في المكتبات، أما الجانب التطبيقي فتم الاعتماد على المقابلات الشخصية والوثائق الموجودة في مقر الوحدة البريدية لولاية عين الدفلى.

← أهداف الدراسة

- التحقق من صحة الفرضيات من اجل الخروج بنتائج.
- التعرف على أنواع تكنولوجيا المعلومات المطبقة في المؤسسات الاقتصادية.
- التعرف على مدى تطبيق تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الاقتصادية.
- دراسة واقع تكنولوجيا المعلومات في مقر الوحدة البريدية لولاية عين الدفلى.

نتائج الدراسة

- إن الاستخدام الصحيح والأمثل لتكنولوجيا المعلومات من شأنه أن يحسن كفاءة و مردودية المؤسسة لتطوير خدماتها المتاحة للزبائن و بالتالي الوصول إلى درجة عالية من إرضاء الزبائن والعملاء .
- الاهتمام بالعنصر البشري في عملية التلقين والتكوين والتدريب لاستعمال تكنولوجيا المعلومات يعتبر لبنة أساسية في نجاح وتحقيق الأهداف المسطرة.
- تسخير المجهودات في استعمال تكنولوجيا المعلومات في نقل وإيصال المعلومة لأصحاب القرار من شأنها اختصار الوقت وتقليل التكاليف في عملية اتخاذ القرار في الوقت المناسب واقتناص الفرص قبل المنافسين وبالتالي يعتبر عامل هام في المنافسة.
- قامت مؤسسة بريد الجزائر بعملية واسعة في الاستثمار في البنى التحتية واللوجيستية والبشرية سرعان ما حصدت ثمارها في المدى القريب من خلال تحسين رقم أعمالها وبالتالي تحسين ظروف عملها.
- مواكبة العصرية من خلال وضع تطبيقات وأنظمة حديثة تحت تصرف عمالها وزبائنها في إطار تسهيلات استخدامها عن بعد وفي وقت غلق المكاتب البريدية.
- الاهتمام أكثر بخدمات البريد والطرود والاستثمار فيها بحيث كانت تعتبر الحلقة الأضعف في خدمات المؤسسة.
- استحداث خدمات جديدة استهدفت بها زبائنها سعيا منها لتنويع إيراداتها وزيادة عدد زبائنها الشيء الذي استطاعت تحقيقه من خلال زيادة أرباحها ومراجعة شبكة أجور عمالها بزيادة أقرت سنة 2019 ب 14%.

- بالإضافة إلى الاهتمام بالجانب الاجتماعي لعمالها من خلال إعادة بعث لجنة المشاركة والخدمات الاجتماعية وضخ أموال معتبرة فيها استقدام معظم العمال منها.

دراسة جمال ملكي تحت عنوان: " إعادة هندسة الأعمال وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات _ دراسة حالة _"

المنهج المعتمد في الدراسة:

اتبع الباحث في دراسته في الجانب النظري على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لضبط المفاهيم الأساسية لمتغيرات البحث وتحديد الفجوات المعرفية والعملية من خلال الدراسات السابقة، أما بالنسبة للجانب التطبيقي تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة عن طريق الأساليب الكمية. وقد تم الاعتماد على الموظفين من الإدارة العليا في مؤسسة كوندور.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى:

- توصيف متغيرات البحث بشكل يزيل أي غموض حولها من خلال تعريفهما وتقريب المفاهيم الخاصة بها وتحديد أبعادها مع توضيح كل بعد على حدة، بالاعتماد على الأدبيات النظرية والدراسات السابقة.

- اكتشاف مستوى تبني كل من الميزة التنافسية وتكنولوجيا المعلومات في المؤسسة الجزائرية.

- وقد تم الاعتماد على الملاحظة والمقابلة والاستبانة كأدوات لجمع البيانات.

نتائج الدراسة:

النتائج النظرية:

- الميزة التنافسية والحصول عليها والمحافظة عليها لم يعد أمرا محل شك لدى المنظمات لكن تعقد بيئة الأعمال وتسارع التغييرات فيها جعل تلك المنظمات أمام خيارات جديدة في مجال اكتساب الميزة التنافسية والحصول عليها بطرق غير معهودة.

- ضبط التعريفات الإجرائية لمختلف المفاهيم يساعد الباحثين والإدارة العليا في عديد المنظمات على تحديد عناصر قياس واضحة لمعرفة مدى تقدمها في تبني تلك المنهجيات أو تحديد المستويات التي تحوزها من مختلف الموارد والكفاءات.

- يتم تحقيق الميزة التنافسية من خلال تحقيق أبعادها وهذه الأبعاد تنشأ مجتمعة أو كل واحدة على حدة من خلال تأثير أبعاد إعادة الهندسة عليها والمساهمة في الحصول عليها ولا يعتبر نهج إعادة هندسة الأعمال النهج الوحيد الذي بإمكانه إحداث هذا الأثر.

النتائج الميدانية:

- تمتلك المؤسسة ميزة تنافسية ترتكز على الأبعاد التالية: (الجودة، التكلفة، الإبداع، التسليم، المرونة) وهو ما دلت عليه إجابات المبحوثين، وهي تعمل على تنميتها والمحافظة عليها.
 - توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية حيث قيمة الارتباط بين المتغيرين (R) تساوي 0.760 مما يدل على علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين المتغيرين، كما أن قيمة الانحدار (الأثر) للمتغير المستقل على المتغير التابع تساوي 97.199 مع درجة معنوية (sig) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.01.
- الفرق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالي:

- **زمانية:** من خلال استعراض الدراسات السابقة فترة الست سنوات وهي فترة مناسبة نتيجة التغيرات الحاصلة من ذلك الوقت إلى الآن.
- **مكانية:** تمت مراعاة أن تتنوع الدراسات بين المحلية (الجزائر) وعربيا (العراق - الاردن) أي أن العينات تختلف من بيئة إلى أخرى.

• من حيث الأهداف

وجدنا أن معظم الدراسات أهدافها متناسقة مع إشكالية الدراسة.

• من حيث اختيار العينات

لاحظنا أن معظم الدراسات لم تمس أو لم تقترب من مجتمع الدراسة وذلك نظرا لصغر العينات المأخوذة.

مساهمة الدراسة:

- عدم وجود دراسة مشابهة في نفس المؤسسة.
- تعالج الدراسة متغيرين مهمين للغاية هما تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل والميزة التنافسية كمتغير تابع.

- السعي إلى الإحاطة بكافة جوانب الدراسة سواء من حيث التعريفات الإجرائية والنظرية لمختلف المتغيرات أو أبعادها.

- الوصول إلى نتائج دراسة مراعية لنتائج الدراسات السابقة.

ثامنا: هيكل الدراسة

تم تقسيم الدراسة إلى فصلين فصل نظري يحتوي على الجانب النظري للدراسة وينقسم إلى ثلاثة مباحث وينقسم كل مبحث إلى ثلاثة مطالب حيث يحتوي المبحث الأول على نظرة عامة حول تكنولوجيا المعلومات وينقسم إلى المطلب الأول مفهوم تكنولوجيا المعلومات والمطلب الثاني البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والمطلب الأخير واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات في الجزائر أما المبحث الثاني فكان تحت عنوان التنافسية والميزة التنافسية حيث يحتوي المطلب الأول على مفهوم الميزة التنافسية والمطلب الثاني الاستراتيجيات العامة لبناء الميزة التنافسية بينما تناول المطلب الثالث دور سلسلة القيمة في تحقيق الميزة التنافسية وأخيرا المبحث الثالث والذي كان تحت عنوان دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية ينقسم إلى المطلب الأول الاستراتيجيات التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والمطلب الثاني كان تحت عنوان تأثير تكنولوجيا المعلومات على القوى الخمس لبورتر والمطلب الثالث شمل تكنولوجيا المعلومات كآلية لتحقيق الميزة التنافسية. بالنسبة للفصل الثاني الذي شمل الدراسة التطبيقية لتكنولوجيا المعلومات والتي كانت في مديرية اتصالات الجزائر لولاية خنشلة فقد تم تقسيمها إلى ثلاثة مباحث رئيسية حيث كان المبحث الأول تحت عنوان التعريف بمديرية اتصالات الجزائر لولاية خنشلة وتم تقسيمها إلى المطلب الأول التعريف بمديرية اتصالات الجزائر لولاية خنشلة والمطلب الثاني منتجات المديرية العملياتية للاتصالات خنشلة أما المبحث الثاني فكان يحتوي الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة فكان المطلب الأول يتناول أداة الدراسة وأساليب إحصائية والمطلب الثاني صدق وثبات الاستبيان أما المبحث الأخير نتائج دراسة تحليل الاستبيان حيث تناول المطلب الأول تحليل إجابات أفراد العينة أما المطلب الثاني فكان تحليل اتجاهات أفراد العينة نحو محاور الدراسة. وأخيرا خاتمة تحتوي على أهم نتائج الدراسة المتوصل إليها إضافة إلى صحة الفرضيات وأهم التوصيات المقدمة وآفاق الدراسة.

الفصل الأول: الأدبيات
النظرية لتكنولوجيا
المعلومات والميزة التنافسية

تمهيد:

تعتبر الميزة التنافسية واحدة من أهم النقاط التي يجب على رائد الأعمال أن يحددها، في مشروعه الناشئ ليضمن من خلالها تفوقه على منافسيه، ويجذب من خلالها أكبر عدد ممكن من العملاء المهتمين. ولكي تتحقق الميزة التنافسية يجب إتباع مجموعة من الخطوات أهمها مواكبة العصرنة واقتناء تكنولوجيا معلومات حديثة، وتعد هذه الأخيرة بأدواتها المتطورة ذات أهمية بالغة، فلم يؤثر شيء في الحياة الإنسانية منذ الثورة الصناعية مثلما أثرت فيها تكنولوجيا المعلومات.

فالعالم يشهد تحول متسارع في التقنيات في مجال أجهزة الحاسوب والبرمجيات وأجهزة الاتصالات ووسائلها. فما على المؤسسات ومنظمات الأعمال الحديثة الاختلاف في أنواعها وأحجامها ومواكبة كل هذه التغيرات للبقاء داخل حيز البيئة التنافسية. وفي ظل الأحداث التقنية المتسارعة تلعب تكنولوجيا المعلومات دور الأعمدة الحاملة لهذا التقدم.

وسيتم التطرق في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث بالعناوين التالية:

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات

المبحث الثاني: التنافسية والميزة التنافسية

المبحث الثالث: العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات

تعتبر تكنولوجيا المعلومات واحدة من أهم الأدوات التي يستخدمها المديرون لمواجهة التحديات الطارئة لما لها من مزايا فعالة في تطوير المؤسسة واستمرارها.

الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات

وهنا سيتم عرض نشأة ومفهوم وأهم خصائص تكنولوجيا المعلومات.

أولاً: مفهوم تكنولوجيا المعلومات

لتعريف تكنولوجيا المعلومات لابد من تقسيم المصطلح إلى قسمين الأول تكنولوجيا والثاني المعلومات واللدان سيتم التطرق إلى مفهومهما الآن من أجل تعريف المصطلح ككل.

1. تعريف التكنولوجيا

التعريف 01: عرفت التكنولوجيا على أنها مصطلح مكون من كلمتين الأولى Techno بمعنى فن أو صناعة، والثاني Logo أي مذهب أو نظرية وجمع اللفظتان فنجد أن كل فن لابد أن يؤطرها العلم.¹

التعريف 02: الأدوات والآلات والتطبيقات المستخدمة خلال العمليات، وقد تكون أداة بسيطة جداً، كالقلم ودفتر اليومية الذي يسجل فيه أنشطتك يوماً بيوم، أو أداة معقدة نسبية مثل مفكرة إلكترونية مرتبطة. بشبكة داخلية مع باقي الزملاء، حيث يقوم كل فرد بتسجيل كافة الأنشطة التي يقوم بها.²

التعريف 03: هي عملية شاملة تقوم بتطبيق العلوم والمعارف بشكل منظم في ميادين عدة لتحقيق أغراض ذات قيمة عملية للمجتمع.³

التعريف 04: يصفها لودافومايسيو بأنها: "مجموعة منظمة ومتناسكة من التقنيات والأدوات والمواد والأساليب، وجميع تطبيقات محتوى العلوم المستخدمة لأغراض اقتصادية في أغلب الأحيان، بهدف إنتاج السلع أو الخدمات".¹

¹ رائد محمد عبدربه، نظرية المنظمة والمؤسسات، الجندرية للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2012، ص 53.

² جورج غرين، الوجيز في إدارة العمليات والتكنولوجيا، ترجمة: سامي سمير جورجي، دار الكتاب العربي، بيروت (لبنان)، 2009، ص 26.

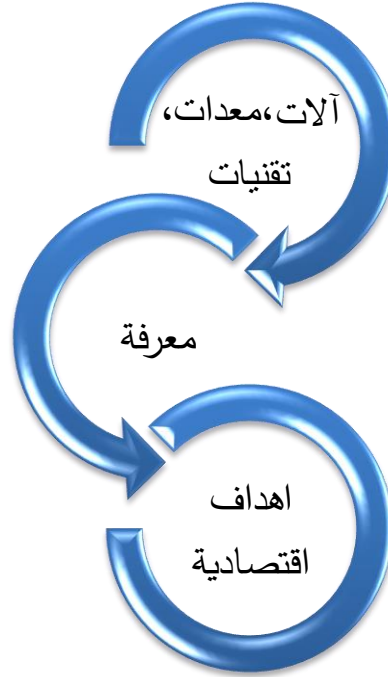
³ موهوبون، بحث تعريف التكنولوجيا وفوائدها وأضرارها ومجالات استخدامها، <https://Mawhapon.net/le1/3/2024>.

التعريف 05: هي تطبيق المعرفة العلمية على الأهداف العملية للحياة البشرية.²

مما سبق نستخلص التعريفاً إجرائي التالي للتكنولوجيا:

هي مجموعة من الآلات والمعدات والتقنيات التي يطبق فيها الإنسان معرفته من أجل تحقيق أهداف اقتصادية. ويمكن إيجاز مصطلح تكنولوجيا في الشكل الموالي:

الشكل 1: التعريف الإجرائي للتكنولوجيا



¹Hubert Drouvot, Gérard Verna, **Les Politiques Dedéveloppement Technologique**, l'HEAL, Paris, 1994, P.16.

²Britannica, **technology**, The Editors of Encyclopaedia Britannica, Viewed <https://www.britannica.com/technology/technology,le1/3/2024,12:45>.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التعريف الإجرائي للتكنولوجيا

2. تعريف المعلومات

التعريف 01: هي عنصر من عناصر المعرفة قابل للتشفير أو الحفاظ عليه أو معالجته أو نقله.¹

التعريف 02: جميع البيانات التي تنتجها الإدارة أو تتلقاها، وتتاح للجمهور لإعادة استخدامها، بما في ذلك للأغراض التجارية.²

التعريف 03: عرف مارتن (Martin) المعلومات (Information) بأنها عبارة عن بيانات تمت معالجتها لتكون مفيدة في صنع القرارات الإدارية.³

التعريف 04: كل البيانات والحقائق والأفكار الموجودة والمسجلة في شكل من أشكال الموارد التي يمكن الاستفادة منها في صورة مقروءة أو مسموعة أو مرئية أو غيرها، تستخدم في المؤسسات كأحد العناصر الإنتاجية الهامة. وتلعب ثلاث أدوار أساسية، وهي مصدر المعرفة، وسيلة اتصال وسند لاتخاذ القرارات.⁴

التعريف 05: وهي البيانات التي تمت معالجتها وأصبحت مفهومة وذات فائدة.⁵ ومما سبق نستنتج التعريف الآتي للمعلومات:

هي جميع البيانات المعالجة التي أنتجتها أو تلقتها إدارة المؤسسة في صورة مقروءة أو مسموعة أو مرئية من أجل الاستفادة منها في اتخاذ القرار السليم. ويمكن اختصار التعريف الإجرائي للمعلومات في المعادلة التالية:

$$\text{بيانات} + \text{معالجة} = \text{اتخاذ قرار سليم}$$

3. تعريف تكنولوجيا المعلومات

من الجدير بالذكر أن التعريفات ووجهات نظر الباحثين أفرزت اتجاهات لها الأثر في بلورة مفهوم تكنولوجيا المعلومات، ويمكن حصرها كالآتي:¹

¹Dictionnaire Larousse de Français, LAROUSSE, France, 2016, P222.

²Ibid, <https://larousse.fr/dictionnaires/français/information/42993.le1/3/2024>.

³Christopher, Martin, Ph. Powel, **Information Systems, A Management Perspective**, Mc. Grow-Hill Bock Company, London, 1992, P10.

⁴عربي وهيبية، محاضرات في نظم المعلومات والاتصال، سنة أولى ماستر مقاولاتية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص 1.

⁵نفس المرجع، ص 1.

➤ **الاتجاه الأول:** ينظر لتكنولوجيا المعلومات من جانب المعرفة والعلم والفن. إما بشكل خليط منها، أو بالتركيز على بعضها.

➤ **الاتجاه الثانية:** يصفها بالأساليب والأدوات والعمليات والآلات المستخدمة.

➤ **الاتجاه ثالث:** ينظر لها عن طريق العلاقات والتوافق بين الإنسان والآلة، أي أنها تركيب من توافق محدد من الأشياء والأفراد.

➤ **الاتجاه الرابع:** ويركز على الغرض أو الهدف منها، وأنها تحويل مدخلات إلى مخرجات. وللتوضيح أكثر نتطرق إلى الجدول التالي:

الجدول 1: تعريف تكنولوجيا المعلومات

الاتجاه	التعريف
الاتجاه الأول جانب المعرفة العلم، الفن.	- عرفها كل من (السامرائي، قنديلجي) بأنها التنظيم والاستخدام الفعال والمؤثر لمعرفة الإنسان وخبرته من خلال وسائل ذات كفاءة تطبيقية عالية، وتوجيه الاكتشافات والقوى الكامنة المحيطة بنا لغرض التطوير وتحقيق الأداء الأفضل. ²
الاتجاه الثاني: الأساليب، الأدوات، العمليات، الآلات المستخدمة.	- هي استخدام أنظمة الكمبيوتر لإدارة المعلومات ومعالجتها وحمايتها وتبادلها. ³ - هي الأجهزة والبرامج المستخدمة لإنشاء المعلومات والبيانات وتخزينها ونقلها ومعالجتها وعرضها. ⁴
الاتجاه الثالث: العلاقة بين الإنسان والآلة.	- عرفها (كايد حمد 2021) بأنها: ⁵ - هيكل متداخل من الأفراد والأجهزة والإجراءات المصممة لتدفق المعلومات المجمعة من المصادر الداخلية والخارجية للمنظمة كي تستخدم كأساس لاتخاذ

¹حيدر شاكر البرزنجي، محمود حسن جمعة، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة منظور [إداري -تكنولوجي]، 2013، ص.18.

²هاشم فوزي العبادي، جليل كاظم العارضي، نظم إدارة المعلومات (منظور إستراتيجي)، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012، ص.20.

³Coursera, What is Information Technology ? 2024 Guide, Jessica Schulze, <https://www.coursera.org/articles/what-is-information-technology> 1/3/2024.

⁴Product Plan, Information Technology, <https://www.productplan.com/glossary/information-technology/>. 1/3/2024

⁵محمد مسلم الدماك، "دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة"، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، العدد3، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة جامعة السادات، مصر، مارس 2022، ص.1265.

القرارات. - نظام مفتوح تتفاعل فيه مجموعة من الأشخاص والإجراءات والآلات والأدوات لضمان تدفق مستمر من المعلومات المفيدة التي يتم الحصول عليها من المصادر الداخلية أو الخارجية وذلك لاستخدامها في اتخاذ القرارات.	
- يعرفها Slack وزملائه على أنها: المكان، المعدات، الوسائل، التي تساعد على تحويل المدخلات إلى مخرجات من أجل تحقيق أهداف إستراتيجية العمليات.¹	الاتجاه الرابع: الهدف، الغرض منها.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الاتجاهات السابقة لتعريف تكنولوجيا المعلومات، حيدر شاكر البرزنجي، محمود حسن جمعة، مرجع سبق ذكره

كثيرا مما يعتقدون أن تكنولوجيا المعلومات عبارة عن حاسوب ومعدات تكنولوجيا فقط إلا أن هذا الاعتقاد خاطئ وذلك لان تكنولوجيا المعلومات عبارة عن مجموعة من الأساليب والأدوات والمعدات التي يتفاعل معها الإنسان من خلال صب معرفته بها وذلك لحفظ ومعالجة ونقل المعلومات من اجل الخروج بمخرجات فعالة.

ثانيا: نشأة وتطور تكنولوجيا المعلومات: من خلال الجدول الآتي يظهر تطور تكنولوجيا المعلومات عبر العصور.

¹هاشم فوزي العيادي، جليل كاظم العارضي، مرجع سبق ذكره، ص20.

الجدول 02: التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات

التاريخ	التطور التاريخي في مجال تكنولوجيا المعلومات
3500 ق.م	اختراع الكتابة المسمارية في بلاد وادي الرافدين من قبل السومريين.
1594	اكتشاف الطباعة المعدنية المتحركة من قبل كوتنبرغ في ألمانيا.
1642	ظهور أول مجلة وكان ذلك في ألمانيا.
1837	اكتشاف أول ماكينة للعد والحساب. Machine Mechanical Adding
1865	اكتشاف التلغراف، صامويل مورس (Samuel B. Morse) وهو أول نظام اتصال رقمي بعيد.
1881	بدأت خدمة أول ناسوخ/ فاكس (Fax) بين مدينتي باريس وليون.
1921	استخدام أول خط هاتفي بعيد المدى في الولايات المتحدة.
1944	استخدام تكنولوجيا الناسوخ/ الفاكس ملي / Facsimile في الولايات المتحدة الأمريكية.
1947	اكتشاف أول حاسوب الكتروني - ميكانيكي Electro-Mechanical باسم مارك 1 (Mark 1).
1951	اكتشاف الترانزستور (Teansistor) في أمريكا.
1964	أول مكالمات هاتفية مباشرة بعيدة المدى، من دون توسط البدالة.
1969	عرض معالج الكلمات (Word Processor).
1973	إنشاء شبكة المعلومات الحاسوبية، المعروفة باسم (Arpanet) والتي كانت نواة الانترنت فيما بعد.
1982	بداية خدمة الفيديو تكتست (Videotexte) في الولايات المتحدة الأمريكية.
1993	أول عرض للحاسوب النقال أو المحمول وظهور الأقراص المدمجة (Compact Disc) أو الأقراص المضغوطة، أو المدمجة... إلخ. وإطلاق القمر الصناعي الأوروبي للاتصالات والأغراض المتعددة.
1996	عرض الحواسيب المنضدية للوسائط المتعددة / الملتيميا (Computers Multimedia Desktop)
1997	أطلق محرك البحث هوت بوت (Hote Bot) على الانترنت.
1998	ظهور خدمة الاتصالات الهاتفية عبر الانترنت. (Internet Telephone-to Telephone Serves)
2001	بداية بث التلفزيون الرقمي (Digital HD TV).
2002	أطلقت مايكروسوفت نظام (Windows XP).
من 2003 إلى غاية الآن	لازالت التطورات متلاحقة.

المصدر: هاشم فوزي العبادي، جليل كاظم العارضي، مرجع سبق ذكره، ص ص-26-25

من الجدول السابق يمكننا استخلاص مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات وهي كالتالي:

- **المرحلة الأولى:** تسمى بالمرحلة قبل ميكانيكية الكتابة المسمارية وغيرها من الكتابات.
- **المرحلة الثانية:** بداية من 1450 والذي تم فيها إدخال الكهرباء وبداية المرحلة الميكانيكية والتي كانت فيها بداية اختراع الطابعات.
- **المرحلة الثالثة:** بداية 1881 والتي تم فيها اختراع مختلف أنواع مصادر المعلومات المسموعة والمرئية، كالهاتف، والمذياع إلى غاية 1980.
- **المرحلة الرابعة:** وكانت بداية 1982 إلى 1997، وتم فيها اختراع الحواسيب ودمجها مع تقنيات الاتصال المختلفة.
- **المرحلة الخامسة:** من 1998 إلى غاية الآن، والتي تم فيها بداية بث تلفزيون الرقمي وبداية إطلاق نظام الحاسوب ومواصلة التطورات إلى غاية الآن.

الفرع الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات

أولاً: خصائص تكنولوجيا المعلومات

تتميز تكنولوجيا المعلومات بعدة خصائص نذكرها:

خصائص عامة وهي:¹

- توفير المعلومات اللازمة في كافة المجالات "الاقتصاد، والسياسة والتعليم وغيرها.
- تنسيق عمل المؤسسات داخل وخارج الدولة الواحدة، مع مؤسسات أخرى بشكل سريع، وآمن .
- توفير المعلومات اللازمة عن منتج معين، وهذا مهم للشركات حديثة المنشأ والتي ترغب بالترويج لمنتجاتها .
- تطوير العلوم والأبحاث والدراسات في مختلف المجالات، من خلال جمع المعلومات عن آخر الدراسات التي تتم في مناطق مختلفة من العالم.

الخصائص الخاصة وهي:²

¹ حروف عربي، خصائص تكنولوجيا المعلومات، المجنون، <https://horofar.com/>، 1e1/3/2024

² فتيحة علوط، "تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحقيق الميزة التنافسية"، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، العدد2، ديسمبر 2021، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجزائر، ص ص140، 141.

- **تحسين الكفاءة الزمنية:** تكنولوجيا المعلومات ساهمت في توفير الوقت للمؤسسات، حيث جعلت العمليات متاحة إلكترونياً، مما يسمح بإنجاز مهام متنوعة بسرعة أكبر.
 - **تقليص الفوارق الجغرافية:** حوّلت تكنولوجيا المعلومات العالم إلى قرية صغيرة، حيث يمكن للمؤسسات التواصل مع الآخرين، سواء داخل البلاد أو خارجها، ومتابعة التطورات بدقة لحظية.
 - **تقاسم المهام العقلية مع الآلة:** من خلال تفاعل الموظفين مع التكنولوجيا، يمكنهم تطبيق معرفتهم فيها لتنفيذ المهام بكفاءة أكبر.
 - **التحسين المستمر:** يتيح التقدم التكنولوجي النمو بسرعة أكبر وتقليل التكاليف.
 - **الذكاء الاصطناعي:** يتميز تطور التكنولوجيا بتعزيز المعرفة وتعزيز فرص التعلم للمستخدمين، مما يساهم في تحقيق الشمولية والتحكم الفعال في عمليات الإنتاج.
 - **تشكيل شبكات الاتصال:** تمكن تكنولوجيا المعلومات من تبادل المعلومات بين المستخدمين عبر شبكات الاتصال مثل الإنترنت والانترانت والاكسترانت.
 - **التفاعلية:** تعزز التكنولوجيا التفاعل بين المستخدمين من خلال تبادل الأدوار، مما يتيح لهم العمل كمُرسلين ومستقبلين في الوقت نفسه.
 - **اللاتزامنية:** تسمح بإمكانية استقبال الرسائل من قبل المستخدم في أي وقت يناسبه.
 - **اللامركزية:** تعني استقلالية تكنولوجيا المعلومات وعدم تبعيتها لأي مركز معين.
 - **قابلية التوصيل:** تعني القدرة على ربط الأجهزة مع بعضها البعض لتبادل المعلومات.
 - **قابلية التحرك والحركية:** تعني القدرة على الاستفادة من خدمات التكنولوجيا حتى أثناء التنقل والتحرك.
 - **قابلية التحويل:** تعني القدرة على نقل الرسائل أو المعلومات من وسيط إلى آخر.
 - **الاجماهيرية:** تعني القدرة على توجيه الرسالة أو المعلومات إلى فرد أو جماعة محددة دون الحاجة إلى توجيهها لجمهور كبير.
 - **الشيوع والانتشار:** يشير إلى انتشار واسع وشمولي للتكنولوجيا في مختلف أنحاء العالم.
 - **العالمية:** تعني أن المعلومات تنتقل عبر مسارات متعددة ومعقدة وتنتشر في مختلف أنحاء العالم بسهولة، مما يسهل تدفق رؤوس الأموال الإلكترونية.
- ثانياً: أهمية تكنولوجيا المعلومات**

تعد تكنولوجيا المعلومات مهمة لعدة أسباب، منها: ¹

- تسهيل التواصل.
- تحسين تخزين البيانات وإدارتها.
- حماية الأنظمة الهامة.
- تعزيز الإنتاجية والكفاءة.
- دعم ترتيبات العمل المرنة: تغيير الطريقة التي يعمل بها الأشخاص من خلال توفير البنية التحتية لدعم الترتيبات المرنة مثل العمل عن بعد حيث لها القدرة على توفير مرونة العمل أي تساعد أصحاب العمل على خفض نفقات التشغيل.
- استخدامها في استراتيجيات الأعمال لتحسين الوضع التنافسي للمنظمة على مستوى التصنيع واقتصاداته ونشاط توزيعه وتسويقه.
- توليد ونقل المعرفة من خلال استجابتها لاحتياجات المستخدم وسهولة الوصول الى بنية ومضامين محتوياتها، وتكامل أنظمتها وقدرتها وقابليتها على التوسع والتطوير.²

ثالثاً: أهداف تكنولوجيا المعلومات

بالحديث عن أهمية تكنولوجيا المعلومات لا شك انه يجب بالضرورة التطرق إلى أهدافها، حيث تشتمل على ما يلي:³

(1) تقليل التكاليف:⁴

وذلك عن طريق استخدامها في الممارسة العملية. حيث تؤثر الأخيرة على سلوك المنظمات ويؤثر السلوك على الإنتاجية التنظيمية بالإضافة إلى سياسة خفض التكلفة.

(2) تقليل الوقت في الأعمال:

¹ indeed, *What Is Information Technology?(Importance, Roles and Types)*, Indeed Editorial Team, <https://Sg.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-information-technologyle1/3/2024>.

² ليث عبد الله القهيوي وآخرون، جودة المعلومات والذكاء الاستراتيجي في بناء المنظمات المعاصرة، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص119.

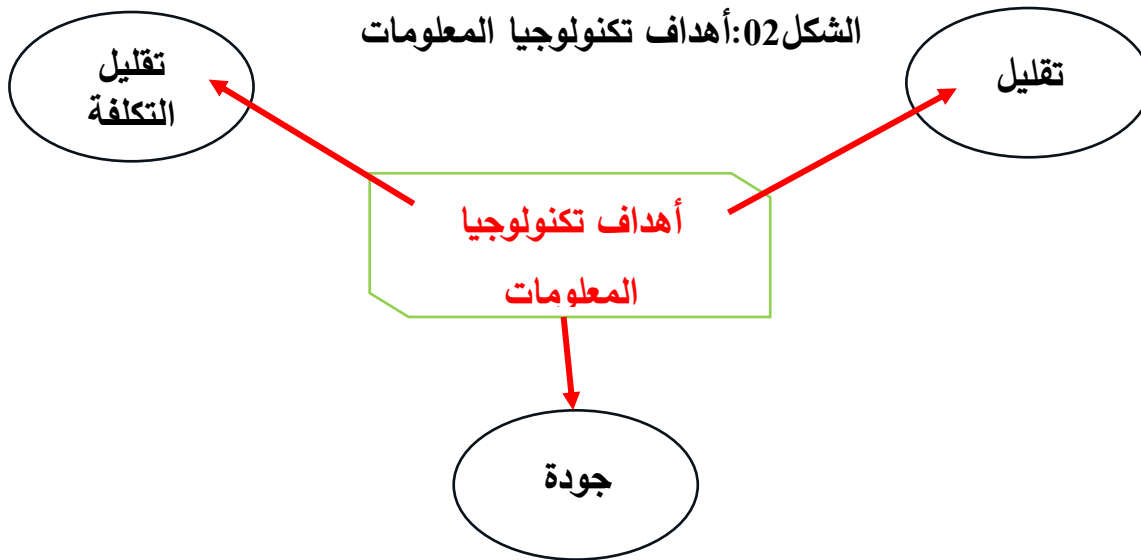
³ نفس المرجع، ص119.

⁴ Rana Raad Shaker and Mansoor Noori Hussin :(*Journal of Physics : The impact of Information Technology and Big Data Business Intelligence*), 1530, 2020, College of Education, University of Al-Qadisiyah, Iraq. P04.

ويكون ذلك من خلال تقليل الوقت المطلوب مع الفرص الجديدة، التي توفرها القدرة التكنولوجية المعززة، كما يجب على المنظمات أن تقرر المسارات التي يجب إتباعها، وبذلك تجسد قيم وأولويات تلك المنظمة في خياراتها المستقبلية. وبناء على ذلك، تؤثر القيم التنظيمية على الاستثمار التكنولوجي والذي يؤثر بدوره على الاختيارات المستقبلية التي يجب اتخاذها على أساس قيمها التنظيمية وكفاءة العمل من حيث الوقت.

(3) جودة مخرجات الأعمال:

إن الاتجاهات العالمية للتكنولوجيا أدت إلى زيادة التردد والمخاطر المتعلقة بتنظيم ريادة الأعمال كأسواق متوقعة، ومع ذلك أدت التقلبات المتزايدة والمنافسة المتسلسلة إلى تحسين تعقيد التنبؤ بشأن تحقيق النمو، بالتالي فتكنولوجيا المعلومات تؤثر على جودة مخرجات أي عمل في الاتجاه التصاعدي.



Source: Ranaraad, shaker and Mansoor Noori Hussin, previous reference, p04.

الفرع الثالث: أنواع تكنولوجيا المعلومات

لتكنولوجيا المعلومات عدة أنواع وهي:¹

❖ **أنظمة إدارة المعلومات (MIS):**

تستخدم هذه الأنظمة لجمع وتخزين ومعالجة المعلومات في الشركات والمؤسسات، تساعد في اتخاذ قرارات استراتيجية وتحسين إدارة الموارد.

❖ **تكنولوجيا المعلومات السحابي (Cloud Computing):**

تسمح بالوصول إلى المعلومات والخدمات عبر الإنترنت دون الحاجة إلى تخزينها محليا. هذا يزيد من مرونة وفعالية الأعمال.

❖ **أمن المعلومات (Information Security):**

يهتم هذا النوع بحماية المعلومات من التهديدات والاختراقات يتضمن ذلك استخدام تقنيات الحماية وتطوير سياسات الأمان.

❖ **نظم أتمتة المكاتب:**

عبارة عن نظام تشغيل آلي للمكاتب، حيث يستلزم هذا النظام شبكة من الأدوات والتقنيات المختلفة، والأشخاص المطلوبين لإجراء المهام الكتابية والإدارية، فمن خلال استخدام نظام التشغيل، الآلي للمكاتب، يمكن للشركات تحسين الاتصال بين العمال، وتبسيط الأنشطة الإدارية، وتحسين إدارة معلومات الشركة.

❖ **أنظمة معالجة المعلومات**

تشتمل المعاملات جميع العمليات الشراء والبيع للمنتجات والخدمات، إلى جانب أي معاملات تجارية يومية أو أنشطة مطلوبة لتشغيل الشركة. ويضمن نظام معالجة المعاملات تخزين جميع بيانات التعاقدية والمعاملات، والعلاقة مع العملاء في مكان آمن، حيث يمكن الوصول إليها في كل وقت.²

❖ **البرمجيات**

من أنواع تكنولوجيا المعلومات تطبيقات البرمجيات التي تطورها شركات حلول البرمجيات المتخصصة للعمل بكامل طاقتها.

¹أفضل ويب، مفهوم تكنولوجيا المعلومات وأنواعها، <https://afdalweb.com/le3/3/2024>.

²موضوع، أنواع تكنولوجيا المعلومات، محمد عبد العزيز، <https://mawdoo3.com/le3/3/2024>.

❖ المنصات

وهي المنصات التي تستخدم في نشر وإدارة وتطوير التطبيقات والأنظمة المخصصة.

❖ الشبكات

تقدم خدمات شبكات شركات الاتصالات، وتتمثل تلك الخدمات في جدران الحماية والجسور، وأجهزة إعادة الإرسال، ووحدات تحكم، وشبكة Wifi.

❖ واجهات برمجة التطبيقات

عبارة عن خدمات تستخدم في توسيع وظيفة الكود. على سبيل المثال يستخدمها الهاتف المحمول للتحقق من هوية المستخدم.¹

❖ برامج التحكم في التكلفة

تعد منتجات البرمجيات التي توفر وظائف إدارة المشروع أو التكاليف التشغيلية متخصصة غالبا في صناعة معينة مثل مشاريع البناء أو العمليات الفندقية.

❖ التجارة الإلكترونية

هي الخدمات والمنصات التي تدعم الأعمال التي يتم إجراؤها إلكترونيا.

❖ الجغرافيا المكانية

استخدام المعلومات حول الفضاء ثلاثي الأبعاد وتطبيقها في مجالات مثل أنظمة الملاحة، والأجهزة المحمولة، وبرامج الأعمال، والهندسة، والبحث العلمي .

❖ البرامج الصحية

تعد البرامج الصحية صناعة في حد ذاتها تتضمن منصات عمل مخصصة لمقدمي الرعاية الصحية، وأنظمة وتقنيات تسجيل المرضى المستخدمة مباشرة في العلاج والوقاية .

❖ برامج إدارة الحوادث

تقدم التقنيات المتقدمة في القضاء القدرة على تتبع وتحديد أولويات الحوادث، مثل انقطاع الشبكة من خلال تحليل آلي لسبب الجذري الذي يمكن أن يشير إلى سبب عند حدوث العديد من المشاكل في وقت واحد.²

¹بكه،تكنولوجيا المعلومات: التعريف والتخصصات والخصائص والأنواع وخدمات

الدعم، <https://bakkah.com/ar/Knowledge-center/information-technology-iti-businessle3/32024>

²مقالة،أنواع تكنولوجيا المعلومات، <https://mqalla.com/-le4/3/2024>

الفرع الأول: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات

أولاً: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات

لغرض تبني آليات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأدواتها وتطبيقاتها، والتي باتت تعد من أهم التوجهات لدى المؤسسات، وعلى اختلاف توجهاتها ونشاطاتها، يؤكد الباحثون والمختصون في هذا المجال أن هناك عدداً من، المتطلبات المختلفة يجب توفيرها لغرض تحقيق نجاح في تطبيق هذه التكنولوجيا، وهذه المتطلبات هي كالتالي:¹

👉 المتطلبات الفنية

- تحسين البنى التحتية والارتكازية من اتصالات مواصلات وغيرها.
- تهيئة مهارات بشرية من ذوي الخبرة والكفاءة.
- توفير معدات مناسبة للتشغيل بكفاءة وتحديثها باستمرار.

👉 المتطلبات الاقتصادية: يمكن تحديدها ب

- تخصيص مبالغ كافية للقيام بنشاطات البحث والتطوير في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- دعم صناعة المعلوماتية وأساسيتها.
- تشجيع الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

👉 المتطلبات الاجتماعية

ومن أبرزها:

- إنشاء أنماط العمل الجماعي ونشر روح التعاون بين مجموعات العمل المختلفة.
- تبني آليات تشجيع للأفراد على تقبل التغيير الفني .
- العمل على تغيير أنماط الثقافة التنظيمية السائدة، وكما تلائم مع ثقافة المعلوماتية.

👉 المتطلبات الإدارية

ومنها ما يلي:²

- تعيين قيادات إدارية قادرة على التغيير .
- اعتماد الهياكل اللامركزية والمرنة.

¹الخامسة ساجي، آمال حفناوي، التسويق الالكتروني للخدمات، اليازوري للنشر، 2022، صص 61-62.

² عادل محيد عيدان العادلي، حسين وليد حسين عباس، الاقتصاد في ظل التحولات المعرفية والتكنولوجية، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان (الأردن)، 2016، صص 135.

- إنشاء وحدات تنظيمية تتولى إدارة تطوير مستلزمات تكنولوجيا المعلومات.
- إعادة هندسة الأعمال والعمليات داخل المنظمة.

👉 متطلبات أخرى

من أهمها:

- إصدار قوانين وتشريعات تنظم عملية تبادل عبر قنوات تكنولوجيا المعلومات، وتحمي مصالح الأطراف. توفير مقومات الأمن والخصوصية على الشبكات.
- توفير مبادئ حماية حقوق الملكية الفكرية، واحترام الخصوصية.

ثانياً: محددات تطبيق تكنولوجيا المعلومات

رغم هذه المتطلبات إلا أنها تواجه بعض المعوقات في تطبيقها نذكر منها:¹

1. التوقعات المبالغ فيها لقدرة تكنولوجيا المعلومات:

إن ما قدمته هذه التقنيات من المساعدة في بعض المجالات، ومن المؤكد، ليس جميعها، قد جعل المنظمات والأفراد يقعون في خدعة مفادها أن تبني هذه التقنيات المتطورة هو الحل لجميع المشاكل، ولكن في الحقيقة إن مشاكل الأعمال هي أكبر بكثير من أن يتم حلها عن طريق المعدات، وبرمجيات الحاسوب. إن الحل لأغلب مشاكل الأعمال هو أن تقوم المنظمة بأداء أعمالها بطريقة مختلفة، وقد يتضمن ذلك استخدام تكنولوجيا المعلومات كعامل من العوامل المساعدة، ولكن قد لا يكون أكثر أهمية من العوامل الأخرى.

2. صعوبة توحيد (دمج) الأنظمة المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات

يكون للمنظمة نظام واحد معتمد على تكنولوجيا المعلومات، وإنما هناك عدد من الأنظمة سواء على المستوى الأقسام أم الفروع. وقد تبرز مشكلة على قدر من الصعوبة عندما يراد دمج هذه الأنظمة مع بعضها البعض.

3. مشكلات مقاومة التغيير

¹ عبد الناصر علك حافظ، حسين وليد حسين عباس، نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان (الأردن)، 2014، ص73/75.

كما هو متعارف عليه أن أي عملية تغيير سيرافقها مقاومة وخاصة لمن سيتأثر مواقعهم وامتيازاتهم التي كانوا يحصلون عليها في السابق، وقد يقاوم الأفراد الذين اعتادوا على نمط معين في أداء أعمالهم يرونها سهلة وروتينية.

4. صعوبة التنبؤ بتطورات استخدام تكنولوجيا المعلومات

إن من الصعوبات التي تواجه حتى المبتكرين وقادة الأعمال والباحثين الأساسيين في مجال تكنولوجيا المعلومات، هي كيفية تطور استخدام. أي ابتكار معين، وتكيفها بمرور الوقت، فمثلا كانت فكرة التحويل الإلكتروني بلا أموال جيدة لما لهن مميزات عديدة في مجال الأعمال، ولكن في الوقت نفسه كانت له سلبيات، إذ سمح للمجرمين بنقل أموال، المخدرات وغيرها بشكل سهل دون أن يمكن تتبعها، كذلك فإن التنبؤات لدور بعض الابتكارات في تكنولوجيا المعلومات لم تكن دقيقة، إذ كان يتوقع للبعض منها أن تستمر لمدة زمنية طويلة، إلا أن ذلك الابتكار لم يصمد لمدة زمنية قصيرة، كما أن بعض الابتكارات كان يتوقع لها النجاح، ولكنها ما أن خرجت من المختبرات إلى حيز الوجود فشلت.

الفرع الثاني: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

أولاً: مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

تشمل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات على المكونات اللازمة لتشغيل وإدارة بيئات تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالمؤسسات، وتتكون من الأجهزة والبرامج ومكونات الشبكة ونظام التشغيل ونظام تخزين البيانات المستخدمة لتقديم خدمات وحلول تكنولوجيا المعلومات.¹

1. أدوات وأجهزة المدخلات والمخرجات (Input and Output):

وهي المعدات المادية للحاسوب التي تستخدم لإدخال المعلومات والأوامر واستقبال نتائج الطلب المرغوب به وذلك قد يكون من خلال الاستماع أو المشاهدة وتشمل: الماوس، لوحة المفاتيح، شاشة العرض، الطابعة.

2. البرمجيات software

هي مجموعة البرامج والتعليمات التي تؤدي مهمة معينة وتشمل: أنظمة التشغيل برمجيات لمعالجة الكلمات والميزانية، والأجور، والاتصالات.

¹ Redhate, Une infrastructure informatique, qu'est-ce que c'est ?, Consulté le 3 mars 2024, 9:00, <https://redhate.com/fr/topics/cloud-computing/what-is-it-infrastructure>.

3. أدوات وأجهزة الاتصالات:

وهي تشمل الموديمات Modems، والأقمار الصناعية Sattellites، والكابلات المحورية ...

4. وحدة المعالجة:

و تشمل على مكونين وحدة المعالجة المركزية Central Processing والذاكرة الداخلية Internal Memory فوحدة المعالجة المركزية تقوم بتنفيذ البرمجيات لتأدية مهمة معينة، بينما تقوم الذاكرة بالعمل كمنطقة للتخزين المؤقت للبرمجيات والمعلومات.

5. المعلومات :

اليوم يمكن أن تتعامل مع المعلومات في أشكال متنوعة، نصوص مقروءة، ومسموعة ومرئية ومتحركة....

6. أدوات وأجهزة التخزين التي تحفظ المعلومات والبرمجيات، ومن أدوات وأجهزة التخزين الأقراص المدمجة cd_rom، والأشرطة، والأقراص .

7. العنصر البشري والأخير والأهم.¹

رابعاً: أنواع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

بفضل التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات (IT)، تتوفر عدة أنواع مختلفة من البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات نذكرها:²

البنية التحتية التقليدية Traditional Infrastructure

تشير إلى المكونات والأنظمة المادية التقليدية التي تدعم تشغيل مركز البيانات وتتضمن الأجهزة الفعلية التي تستخدم في تكنولوجيا المعلومات، مثل الخوادم وأجهزة التخزين، وأجهزة الشبكات. وتتطلب البنية التحتية المادية توفير مركز بيانات Data Center لاستضافة وتشغيل هذه الأجهزة.

البنية التحتية السحابية (Cloud Infrastructure)

تشير البنية التحتية السحابية إلى مجموعة الموارد والخدمات الافتراضية والموزعة التي يقدمها موفر الحوسبة السحابية. وتشمل شبكة من الخوادم وأنظمة التخزين، ومكونات الشبكات، وأدوات

¹نعيم إبراهيم الظاهر، إدارة المعرفة، عالم الكتب الحديث، ط1، اريد (الأردن)، 2009، صص 187، 188.

² بكه، البنية التحتية الرقمية: المكونات والأنواع وطرق تطويرها وأهم الدورات الخاصة بها، بكه، لوحظ 4 مارس 2024،

9:00 <https://bakkah.com/ar/Knowledge-center> .

البرامج التي تتيح توصيل موارد الحوسبة عند الطلب عبر الإنترنت، ومن أهم ما يميزها عن البنية التحتية التقليدية زيادة قابلية التوسع والمرونة وكفاءة التكلفة، والقدرة على توفير الموارد بسرعة.

لـ **البنية التحتية المختلطة:**

وهي عبارة عن مزيج بين الموارد المتوفرة من العديد من مزودي السحابة ومراكز البيانات المحلية الداخلية لتلبية المتطلبات المختلفة بكفاءة وبتكلفة معقولة.¹

خامسا: تقييم البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

فيما يلي بعض المجالات الرئيسية التي يجب على المشتري التركيز عليها عند إجراء العناية الواجبة في مجال تكنولوجيا المعلومات:²

○ البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات:

أي تقييم الأجهزة والشبكات والبرامج، وعمرها وقدرتها وحالتها من أجل معرفة جاهزيتها لتلبية احتياجات الشركة الحالية والمستقبلية.

○ الأمن السيبراني:

أي تحديد نقاط القوة والضعف والمخاطر، بالإضافة إلى السياسات والإجراءات والضوابط الأمنية للمؤسسة وهذه الأخيرة تشمل ضوابط الوصول وتشفير البيانات وخطط الاستجابة للحوادث.

○ إدارة البيانات:

تقييم ممارسة إدارة المؤسسة المستهدفة لتحديد ما إذا كانت تتوافق مع أهداف المشتري. أيضا تقييم جودة البيانات وتوافرها وأمنها للتأكد من أن أصول بيانات المؤسسة تتم إدارتها بشكل جيد، ويمكن أن تدعم أهداف العمل.

○ حوكمة تكنولوجيا المعلومات:

تقييم حوكمة وسياسات وإجراء تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالمؤسسة المستهدفة لتحديد إذا كانت تتوافق مع أهداف المشتري ومتطلباته التنظيمية، تقييم استراتيجية تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالمؤسسة والميزانية وتخصيص الموارد لتحديد ما إذا كانت تدعم أهداف العمل.

¹Aws، مالمقصود بالبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات؟ لوحظ يوم 4 مارس 2024، على الساعة 9:00

<https://aws.amazon.com/what-is/it-infrastructure/>،

²faster capital، البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، لوحظ 4 مارس 2024، 9:30، <https://fastercapital.com/mawdoo3/البنية-التي-البنية-للتكنولوجيا.html>.

○ **توظيف تكنولوجيا المعلومات**

تقييم القدرات الفنية والفكرية والإبداعية لموظفو المؤسسة بالإضافة إلى تقييم الخبرة للموظفين من أجل دعم أهداف العمل.

الفرع الثالث: مدى الحاجة لتكنولوجيا المعلومات

أولاً: مدى حاجة المؤسسات لتكنولوجيا المعلومات

في خضام التنافسية الشديدة التي تحدث بين المؤسسات زادت حاجة المؤسسات الاقتصادية في تبني وتطوير تكنولوجيا المعلومات ومن بين هذه الأسباب الملحة نذكر:¹

⇐ **الحاجة إلى السرعة في الحصول على المعلومات:**

حتى نتمكن من عرض المعلومات المطلوبة بالسرعة المناسبة يراعى توافر نظام معلومات تتوافر فيه البيانات المختلفة للحصول على المعلومات المطلوبة وتوافر من المصدر المباشر لها.

⇐ **الحاجة إلى معلومات دقيقة:**

عرض معلومات غير مطلوبة تؤدي إلى عدم التركيز، والدخول في مشاكل أخرى فرعية، مما يوضح لنا مدى أهمية الحاجة إلى الدقة في المعلومات.

الحاجة إلى معلومات حديثة: يتم جمع البيانات من جهات عديدة داخل نظام المعلومات، ونلاحظ أحياناً أن تلك البيانات لا يتم تحديثها إلا عند حدوث أزمة، مما يضيع الوقت في عملية التحديث، وعدم الاعتماد وفقد الثقة بنظام المعلومات الحالي، حيث أن المعلومات الناتجة عنه قد تكون غير صحيحة لعدم تحديث قاعدة البيانات.

⇐ **الحاجة إلى أسلوب مناسب لعرض المعلومات:**

هنا تظهر عملية التهويل والتهوين، التي تعد من أكبر المشاكل في أسلوب عرض المعلومات. ويمكن تلخيص هذه الاحتياجات في الشكل التالي:

¹ اشرف السعيد احمد، تكنولوجيا المعلومات وإدارة الأزمات، دار النهضة العربية للنشر، 2013، ص ص 72-73.

الشكل 3: احتياجات المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مدى احتياج المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات اشرف السعيد احمد، تكنولوجيا المعلومات وإدارة الأزمات، دار النهضة العربية للنشر، 2013.

ثانيا: أسباب تسارع المؤسسات نحو تكنولوجيا المعلومات:

إن أسباب التسارع في التوجه نحو تكنولوجيا المعلومات هي:¹

1. تعقد وتقلب بيئة الأعمال:

¹شمس، تكنولوجيا المعلومات، مفهومها، مراحل تطورها، خصائصها ومكوناتها (بحث كامل)، Amr، لوحظ يوم 3 مارس 2024، على الساعة 10:00، <https://starshams.com/2022/12/Information-technology.html>.

إن التقدم التكنولوجي والعوامل السياسية والاقتصادية أدت بالضرورة إلى إحداث تغيرات مست بيئة المؤسسات الاقتصادية.

مما جعلها تقوم بالأنشطة الهادفة إلى تحسين وحماية عملياتها، كإعادة الهندسة تحسين عملية التنبؤ، بناء تحالفات استراتيجية مع منظمات أخرى، وذلك بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات كأداة مدعمة لكل هذه الأنشطة، لضمان بقاء المنظمة واستمراريتها في بيئة تتميز بالتعدد وعدم الاستقرار.

2. المنافسة القوية والاقتصاد العالمي

أدت الضغوط التي تمارسها المنظمات الدولية، وكذلك التكنولوجيا المتقدمة، إلى حدة المنافسة العالمية، هذه الأخيرة التي أصبحت لا تركز فقط على الأسعار، وإنما على الجودة، مستوى الخدمة، سرعة التسليم، وتقديم منتجات حسب طلب العميل، وفي هذا الإطار، تساعد تكنولوجيا المعلومات المنظمات العالمية في الحصول على مزايا متعددة لتحسين الإنتاجية، رفع مستوى الخدمة وزيادة الربحية.

3. المسؤولية الاجتماعية:

لا شك أن التفاعل بين المؤسسات والمجتمع لا ينقطع، وأصبحت المؤسسات في الآونة الأخيرة أكثر إدراكا لهذا التفاعل وأهميته، إذ تسعى إلى المساهمة في القيام بالخدمات الاجتماعية، كالرقابة البيئية، الصحة والسلامة المهنية، تكافؤ الفرص ومراعاة حقوق المستهلك .

4. توقعات المستهلكين

أصبح المستهلك اليوم أكثر دراية ومعرفة بالسلع والخدمات المتاحة وجودتها، مما جعله يطلب أفضلها، فضلا عن المنتجات التي تنتج حسب طلبه. ومن ناحية أخرى، فإن المستهلك يطلب معلومات أكثر تفصيلا عن السلع التي يريدها، وهذا ما جعل المؤسسات في حاجة إلى أن تصبح قادرة على توصيل المعلومات بسرعة لإشباع رغبات وحاجات المستهلك. ومن هنا ظهر دور تكنولوجيا المعلومات في تمكين المؤسسات من تحقيق ذلك.

5. تغيير هيكل الموارد:

يرى Morris أن عامل المعلومات أدى إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات. ففي العصر الصناعي، ساد الاعتقاد بأن هناك أربعة موارد رئيسية للمنظمة هي: (المادية، البشرية،

المالية، المواد الخام). أما الآن، فيوجد عامل رئيسي خامس هو المعلومات. من هنا ظهرت أهمية تكنولوجيا المعلومات للقيام بمعالجة هذه المعلومات والاستفادة منها، خاصة في ظل الانفجار المعلوماتي الحالي.

6. العولمة:

تعد هذه الأخيرة من أهم العوامل التي أدت إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات التي أصبحت المحرك للمؤسسات تجاه العولمة من خلال استخدام الحاسبات الآلية وتكنولوجيا الاتصالات والثورة المعلوماتية كطاقة مولدة ومحركة للعولمة بكل ما تحمل من تقنيات جديدة وأساليب حديثة، وذلك عبر التجارة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني.

المطلب الثالث: واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات في الجزائر

أحرزت الجزائر تقدما بـ 14 مرتبة في مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وفق تقرير صادر عن الاتحاد الدولي للاتصالات، حيث احتلت المرتبة 88 من بين 169 دولة عضو في الاتحاد بعدما كانت تحتل المرتبة 102 سابقا، متجاوزة المعدل الإفريقي 47.4 نقطة ومعدل البلدان العربية 74.5 نقطة ومعدل البلدان المتوسطة الدخل 62 نقطة بـ 77.8 نقطة.¹ ويمثل مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أهم مؤشر لقياس وتقييم مستوى تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دول العالم مع المقارنة بينها.²

التقاضي الإلكتروني في الجزائر

لجأت الحكومة الجزائرية إلى اعتماد التقاضي الإلكتروني تماشيا مع الثورة المعلوماتية ولتطور التكنولوجي الهائل بعد تبني اغلب التشريعات الدولية والداخلية هذا النظام ضمن منظومته القانونية والقضائية، وكان السبب الرئيسي للتعجيل بالانطلاق في جراء المحاكمات عن بعد هو نقشي وباء كورونا، وذلك نظرا لكونها:³

¹ وكالة الأنباء الجزائرية، الجزائر تتقدم بـ 14 مرتبة في مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لوحظ يوم 3 مارس 2024، على الساعة 10:30، <https://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/153697-14>

² النهار أونلاين، الجزائر تحتل المرتبة 88 في مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فريق النهار أونلاين، لوحظ يوم 3 مارس 2024، على الساعة 13:00، <https://ennaharonline.com/الجزائر-تحتل-المرتبة-88-في-مؤشر-تنمية-تك/>

³ INDEPENDENT عربية، التقاضي الإلكتروني في الجزائر بين ثورة المعلوماتية وعدالة المحاكمات، الصحافي الجزائري محمد لهوازي، لوحظ يوم 3 مارس 2024، على الساعة 13:15، <https://independentarabia.com/node/472991> ثورة المعلوماتية وعدالة المحاكمات، الصحافي الجزائري محمد لهوازي، لوحظ يوم 3 مارس 2024، على الساعة 13:15، <https://independentarabia.com/node/472991>

وفق القانون 03_15 المتعلق بعصرنة العدالة، الذي تضمن التبادل الإلكتروني للوثائق واستخدام تقنية المحاكمة المرئية عن بعد في المجال الجزائي، وكذا التركيز على وضع قاعدة معطيات، مشيرة إلأن اللجوء إلى استخدام هذه التقنية يكون وفق شروط محددة، باعتبارها عملية استثنائية جاءت لدعم التحول الرقمي في قطاع العدالة.

أكد الخبير الجزائري في تكنولوجيا المعلومات يزيد اقدال، انه تم ربط كل المحاكم والمجالس القضائية والمؤسسات العقابية بانترنت عالي التدفق، أيضا تجهيزها بكاميرات حديثة من اجل تسهيل التحاضر المرئي.

استعرض السيد بداري خلال تدخله في قمة " الجهود الكبيرة " التي بذلتها الجزائر لتطوير مجالات التعليم العالي والبحث العلمي والمؤسسات الناشئة والمقاولاتية، من خلال " تفعيل دور مؤسسة الجامعة باعتبارها خزان للمشاريع المبتكرة ومنبع رئيسي للشركات الناشئة". حيث ابرز بضرورة تعزيز وتقوية البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في البلدان النامية. أيضا تسليط الضوء على ضرورة تطوير القدرات والمهارات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال والعمل على ضمان نشر المعلومات بنزاهة ووفق ضوابط أخلاقية وتنظيمات ومدونات السلوك. كما دعا إلى تصميم آليات متخصصة في تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال ونقلها للبلدان النامية مع تعزيز الآليات المتاحة لتسهيل الولوج للتكنولوجيا الحديثة.¹

أكد مدير جامعة التكوين المتواصل على أهمية مواكبة جامعة التكوين المتواصل لهذا التطور حيث عمدت على إنشاء مركز للبيانات من جهة، وتوظيف مهندسين وتقنيين في مجال الإعلام الآلي وكذا إبرام اتفاقيات للتعاون التقني مع مؤسسات ومراكز بحث، أيضا البحث عن بلوغ جاهزية

24

تشغيلية قصوى للأرضيات التعليمية الرقمية وتأمينها وتأسيس نظام معلوماتي بيداغوجي وتحسين التنظيم والتجهيز وتخزين البيانات ودعم الاتصال وتعزيز الرقابة والابتكار.¹

الفرع الثالث: مستجدات تكنولوجيا المعلومات في شركة اتصالات الجزائر

شهدت سنة 2023 تقدما ملحوظا في نشر انترنت عالية التدفق، وذلك من أجل تحسين مستوى الخدمات في القطاعات الحيوية وتعميم الألياف البصرية، ويتمثل هذا التقدم المحرز أساسا في نشر تقنية FTTH (ألياف بصرية إلى غاية المنزل)، في جميع أنحاء البلاد، وهي تقنية تضمن تدفقات وجودة عالية خاصة وأنها ضرورية للاستخدامات الرقمية الحديثة مثل العمل والتعليم عن بعد وخدمة بث الفيديوها، وقد كللت هذه الجهود بارتفاع استثنائي لعدد مشتركى الألياف البصرية في السنوات الأخيرة، بحيث انتقل من 53.000 في بداية 2020 إلى مليون مشترك مع بداية نوفمبر الفارط. وتهدف هذه الإستراتيجية إلى ربط الأقطاب الحضرية الجديدة بالألياف البصرية، مع مواصلة عملية تحول الشبكات الثابتة الموجودة (النحاسية) إلى تقنيات أكثر تطورا. وقد ارتفع عدد مشتركى الانترنت الثابت من 3.5 مليون بداية عام 2020 إلى 5.3 مليون في سبتمبر 2023 أي بارتفاع يزيد عن 50 % في ثلاث سنوات. وعلاوة على هذا الارتفاع في عدد المشتركين فقد تم تحسين الخدمة المقدمة من خلال رفع التدفق الأدنى لانترنت الهاتف الثابت من 2 إلى 10 ميغابايت في الثانية، مع عروض تصل إلى 300 ميغابايت بالنسبة للعروض الإقامية، أما بخصوص انترنت الهاتف النقال، فقد حققت تقدما ملحوظا مع تحرير حزم ذبذبات إضافية وتسريع نشر شبكة الجيل الرابع، مما سمح بتغطية 85% من السكان وعليه ارتفع عدد مشتركى الانترنت عبر الهاتف المحمول (G3/4G) من 37 مليون مشترك مطلع سنة 2020 إلى 45 مليون مشترك في سنة 2023 ، وارتفع المتوسط الشهري لاستهلاك البيانات عبر الهاتف المحمول من 3.7 جيجا إلى 8.6 جيجا.

وقصد السماح باستفادة عادلة في كل مكان وللجميع، خصوصا في المناطق المعزولة، وضعت الدولة آلية تسمح باستفادة المناطق التي يقل عدد سكانها عن 2000 نسمة من خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية وفي شهر جويلية 2023 المنصرم تم إطلاق إجراء يهدف إلى

¹ الجزائر الجديدة، هكذا يتم تأمين الأرضيات التعليمية الرقمية بالجامعة، أمينة صحراوي، لوحظ يوم 3 مارس 2024 ، على الساعة 14:00، هكذا-يتم-تأمين-الأرضيات-التعليمية-الـ <https://eldjazaireldjadida.dz>

تجسيد برنامج جديد يرمي إلى تغطية 1400 منطقة عبر الوطن بخدمات الاتصالات الالكترونية المتنقلة (هاتف + انترنت) وهذا أدبإلى زيادة النطاق الترددي الدولي، حيث ارتفعت السعة المجهزة من 1.5 تيرابايت في الثانية مطلع سنة 2020 إلى 7.8 تيرابايت حاليا.

وحاليا قامت وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية بإعداد مخطط عمل شامل يرمي إلى دراسة كيفية استغلال التقنيات الساتلية للتزود بخدمة الانترنت بالتنسيق مع كافة الأطراف المعنية، بهدف تقوية مساهمة التكنولوجيا الساتلية في العرض الوطني للاتصالات والانترنت، بالتنافس مع النظرة الاستشرافية التي تراها السلطات العليا للبلاد، وستتضوي تحتها كافة الأفكار والمبادرات، بالتشاور مع مختلف الفواعل والشركاء، على منوال يكفل التحضير للاستجابة إلى احتياجات الأجيال المستقبلية من حيث الاتصال والتواصل والابتكار والاندماج في مجتمع المعلومات.¹

المبحث الثاني: الميزة التنافسية

في ثلاثينيات القرن الماضي ظهر مفهوم الميزة النسبية والتي هي عبارة عن امتلاك شركة أو دولة ما الموارد اللازمة لإنتاج مجموعة من السلع والخدمات بدلا من التركيز على منتج واحد فقط²، كنظرية لتفسير المنافسة التجارية ثم تطورها لتصبح أكثر من مجرد نظرية، بعد ذلك بعقود أصبحت كل الشركات تسعى للتميز على منافسيها بخلق قيمة مضافة جديدة أو تحسين الموجودة والاهتمام بالابتكارات والاستثمار في حقل البحث العلمي للوصول إلى الميزة التنافسية³. لكن هناك من لا يفرق بين المنافسة والتنافسية والميزة التنافسية، حيث أن المنافسة هي عبارة عن تواجه أو تسابق بين المنتجين للسلع أو الخدمات، أما التنافسية فهي تعتبر كمقياس لقياس قدرة المنتج على المنافسة مع المنافسين، أما الميزة التنافسية فهي عبارة عن تمايز منتج عن منتج

¹الاتحاد، بدخول العديد من الإصلاحات: 2023....، "ثورة في قطاع الاتصالات"، بالجزائر، لوحظ يوم 3 مارس 2024، على الساعة 17:00، بدخول-العديد-من-الإصلاحات-2023-ثورة-في-<https://www.elitihadcom.dz>.

²أرقام، الميزة المطلقة والميزة النسبية؟ وما لفرق بينهما؟، أرقام، لوحظ يوم 6 مارس 2024، على الساعة 9:00، <https://www.argaam.com/ar/article/articledetail/id/1600622>.

³موفق، كيف تختار الميزة التنافسية لمشروعك التجاري، لوحظ يوم 6 مارس 2024، على الساعة 10:00، <https://mowaffaq.com/competitive-advantage>.

آخر، سواء عن طريق تقليل التكلفة، أو الرفع من الجودة، أو المرونة، وتكون ضمن نفس المنتج أو الخدمة .

المطلب الأول: مفهوم الميزة التنافسية

تعتبر الميزة التنافسية سلاح المنظمات والمؤسسات الاقتصادية التي بفضلها تتطور وتستمر وتكتسب حصة سوقية كبيرة، مما يسمح لها بتحقيق الربحية . إلا أننا نميز نوعين من الميزة التنافسية، على المستوى المحلي، وعلى المستوى الدولي. ومن أجل التعرف أكثر على الميزة التنافسية لابد من التطرق أولاً إلى التنافسية .

الفرع الأول: مفهوم التنافسية

هي قدرة الدولة على الاستغلال الأمثل لجميع مواردها وسياساتها ومؤسساتها لرفع كفاية الخدمات المقدمة للأفراد وقطاع الأعمال وجودتها بما يسهم في تحقيق التنمية المستدامة للدولة وجعلها في مركز تنافسي متقدم.

تعريف التنافسية المرتكزة على الإنتاجية والاستدامة والشمولية:¹

- **الإنتاجية:** هي قدرة الدولة على الاستغلال الأمثل لكافة مواردها لإنتاج السلع والخدمات بكفاءة وجودة أعلى لتتنافس الإقتصادات الأخرى على المستوى المحلي والعالمي بنية تحتية وتقنية داعمة، كفاءة المنظومة القضائية، اتفاقية تجارية للوصول إلى الأسواق العالمية، السياسات النقدية والمالية الممكنة، سوق مالي مفتوح، إجراءات ممكنة لقطاع الأعمال، رأس مال بشري موائم لاحتياجات السوق ومنافسة عادلة في السوق.

ركائز التنافسية الإنتاجية: التنوع في أسلوب العمل والابتكار والاستثمار في البحث والتطوير والمهارات وتحسين الإجراءات لرفع كفاءة الجهات الحكومية والمنشآت التجارية والعاملين بهدف إنتاج حجم أعلى من السلع والخدمات والوصول إلى العالم وتحقيق مستوى أعلى من الأرباح.

¹World economicforum," world competitiveness report", Geneva, 1999, p2.

- **الاستدامة:** هي مجموعة من المبادرات البيئية والاجتماعية المدرجة ضمن استراتيجيات ونماذج عمل الجهات الحكومية وقطاع الأعمال بهدف المحافظة على الموارد الحكومية والطبيعية واستغلالها بالشكل الأمثل لتلبية التوجهات الاقتصادية الراهنة واستدامتها للأجيال القادمة ويشمل ذلك الطاقة والمياه والنقل.
- **الشمولية:** تطوير السياسات الاقتصادية والتنموية لتحقيق فرص متساوية بين الجنسين في مختلف المجالات وضمان وصول الخدمات والسلع بذات الجودة إلى كافة المناطق تلك السياسات نسيج المجتمع بكافة فئاته والمجتمعات المحلية وتمكنهم من المشاركة في تحقيق التنمية الاقتصادية وتوفير مهارات متنوعة للسوق.
- **تعريف التنافسية على مستوى الدولة:**
تعرف تقرير المنافسة العالمية تنافسية البلد بأنها "القدرة على تحقيق نمو اقتصادي مستدام ومتسارع لدخل الفرد الحقيقي، ويتم قياس هذا النمو بنسبة حصة الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي"¹.
- **مفهوم التنافسية على مستوى القطاع**
ان مفهوم التنافسية على مستوى القطاع أو الصناعة يتشابه إلى حد كبير مع مفهوم التنافسية على مستوى المنشأة. ويوحى هذا بأن الصناعات التي تتمتع بالقدرة على التنافس هي تلك التي تضم شركات قادرة على المنافسة في الأسواق المحلية والعالمية².
- **مفهوم التنافسية على مستوى المؤسسة**

¹ أ. رسلان خضور، أ. نادية شبانة، دراسة تحليلية لتنافسية الاقتصاد السوري، مجلة الدراسات المالية، المحاسبية والإدارية، العدد الثاني، ديسمبر 2014، جامعة ام البواقي، الجزائر، ص 91.

² بضياف عبد المالك، محاضرات في مقياس: اقتصاد الاستثمار والتنافسية، موجهة لطلبة السنة أولى ماستر علوم اقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، السنة الجامعية 2019/2020، ص 63.

التعريف البريطاني للتنافسية ينص على أنها قدرة الشركة على إنتاج السلع والخدمات بأكثر كفاءة من المؤسسات المنافسة من خلال تميزها بالنوعية الجيدة والسعر والوقت المناسبين.¹ مما سبق يمكن تعريف التنافسية على أنها قدرة الدولة أو الشركة على إنتاج السلع أو الخدمات من خلال استخدام الموارد المتاحة لها بكفاءة ويكون ذلك سواء على الصعيد الدولي أو المحلي.

الفرع الثاني: القوى الخمس لبورتر

1. القوى التنافسية الخمس لمايكل بورتر:

وضع بورتر خمس قوى تؤثر على المؤسسة وهي:²

- ✓ تهديد الوافدين الجدد.
- ✓ القوة التفاوضية للموردين.
- ✓ القوة التفاوضية للمشتريين.
- ✓ تهديد المنتجات البديلة.
- ✓ شدة التنافس بين المتنافسين.

2. تحليل القوى الخمس لبورتر

⚡ تهديد المنتجات البديلة :

إن وجدت منتجات بديلة خارج نطاق المنتج التنافسي العام يزيد من ميل المستهلكين إلى السلع البدائل:³

- نزوح المشتريين إلى السلع البديلة، المنافسة السعرية للبضائع البديلة،، تكلفة الفرصة البديلة التي يتكبدها المشتري.
- مدى تميز المنتجات في تصور المشتري.

¹ محمد هاني محمد، إدارة وتنظيم وتطوير الأعمال (قياس الاداء المتوازن)، دار المعتر للنشر والتوزيع، ط1، عمان (الأردن)، 2014، ص 197.

² Haridas Jogdankar, **Basics of Entrepreneurship Development**, Laxmi Book Publication, India, 2017, p112.

³ Michael porter, **les choix stratégiques concurrence economic**, paris, France, 1986, p04.

⚡ التهديد من دخول منافسين جدد

الأسواق المربحة التي تدير عوائد عالية تجذب الشركات، وهذا يخلق وجود العديد من الشركات المنافسة في السوق، مما يتسبب بانخفاض الربح الجزئي للشركة، ومالم يتم الحد من دخول شركات جديدة من قبل الشركات التي تستغل السوق فإن معدل الربح سينخفض إلى مستوى تنافسي مثل ذلك في الأسواق التنافسية المثالية.

- وجود حواجز للدخول (براءات الاختراع والحقوق... الخ)، اقتصاديات، اختلافات المنتج.
- العلامة التجارية.. تكاليف التبديل وتكاليف التعمق.. متطلبات رأس المال.. إمكانية الولوج إلى قنوات التوزيع..، إيجابيات ومنافع التكلفة المطلقة.
- إيجابيات ومنافع منحى التعلم.. ردة الفعل الانتقامي المتوقعة من جانب شاغلي السوق الحاليين.
- السياسات الحكومية.

⚡ حدة المنافسة من الخصوم

في معظم الصناعات تعد المنافسة من الخصوم المحدد الرئيسي بقدرة الشركة التنافسية في الصناعة والمجال الذي ستنافس فيه أحيانا المنافسين يتنافسون بشكل عدائي وأحيانا المنافسين يتنافسون في مجالات غير السعر مثل المنافسة في الإبداع والتسويق وغيرها من المجالات.

- تفاوت وتناوب الإفراط في الصناعة، عوائق أمام الخروج من السوق.
- التعقيد في المعلومات وعدم التناظر، اقتصاديات الحجم الكبير، مستوى تكلفة الإعلانات.
- التوفيرات في التكاليف لأحجام السلع الكبيرة، الميزة التنافسية المستمدة من خلال الارتجال.

⚡ القوى التفاوضية للعملاء:

أو ماتعرف أيضا بالقدرة التفاوضية لسوق النواتج قدرة العملاء على وضع الشركة تحت ضغط ما يؤثر أيضا على حساسية الزبائن للتغيرات في الأسعار، نسبة المشتريين إلى الشركة، درجة الاعتماد على قنوات التوزيع القائمة، مدى نفوذ المساومة خاصة في الصناعات التي تكون التكاليف الثابتة عالية فيها .

- حجم شريحة المشتري، تكلفة التبديل للمشتري بالمقارنة مع تكلفة الشركة للتبديل.
- مدى توافر المعلومات للمشتري، قدرة الشركة على الدمج الخلقي.
- توافر المنتجات البديلة، مدى حساسية المشتري إلى التغيرات بالأسعار.
- الميزات الفريدة لمنتجات الصناعة المختلفة، تحليل حادثة العمليات الشرائية ترددها، وتكرارها، والقيمة المالية .

القوى التفاوضية للموردين

- أو ما توصف أحيانا بالقدرة التفاوضية لسوق المدخلات، موردي المواد الخام، والمكونات، والعمالة، والخدمات، مثل الخبراء للشركة يمكن أن يشكلوا مصدر قوى تضغط على الشركة، فالموردين قد يرفضون العمل مع الشركة، أو على سبيل المثال يفرضون أسعار باهظة للموارد الخاصة والمهمة.
 - تكاليف التبديل للموردين بالمقارنة مع تكاليف التبديل للشركة، درجة التمايز لمدخلات الصناعة، توافر المدخلات البديلة، نسبة الموردين إلى الشركة، تضامن الموظفين مثل النقابات العمالية.
- ### الفرع الثالث: مفهوم الميزة التنافسية

تعد الميزة التنافسية الركيزة الأساسية لدعم منتجات وخدمات الشركات بين منافسيها من أجل اكتساب أكبر حصة سوقية ممكنة. وتعددت التعاريف حولها من بين هذه التعاريف نذكر:

← تعريف M.Porter

تنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل الشركة إلى إكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الإكتشاف ميدانيا، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومها الواسع¹.

← تعريف علي السلمي:

¹ خراز الاخضر، دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية (أطروحة ماجستير: تخصص مالية دولية)، التسيير الدولي للمؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، الجزائر، 2011، ص 142.

هي المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج القيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز حيث يحقق لهم الميزة من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون.¹

← تعريف نبيل مرسى خليل

تعرف الميزة التنافسية على أنها ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس.²

← عرفها Wang:

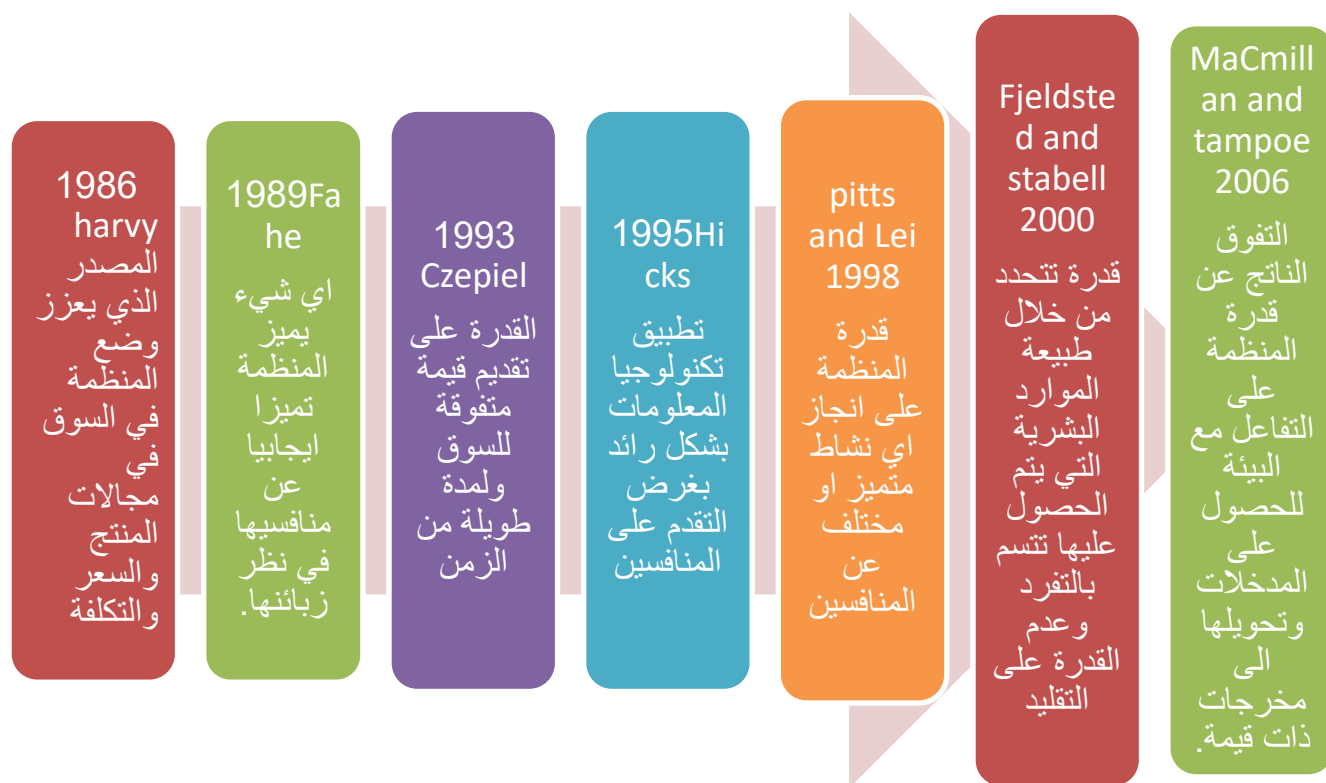
مجموعة من السمات (أو إجراءات التنفيذ) التي تسمح لها بالتفوق في الأداء على منافسيها.³ من خلال ماسبق نتوصل إلى التعريف الإجرائي التالي للميزة التنافسية: هي عبارة عن عنصر يميز منتج أو خدمة الشركة والتي يسمح لها بالتغلب على المنافسين الذين لديهم نفس المنتج أو الخدمة ويكون هذا التميز سواء في التكلفة أو المرونة أو النوعية. ويمثل الشكل الموالي تطور مفهوم الميزة التنافسية.

¹نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الإسكندرية، 1998، ص82.

²نبيل مرسى خليل، مرجع سابق، ص82.

³ Pawel Ceglinski, (Journal of Positive Management: The Concept of Competitive Advantages.Logic,Sources and Durability), No.3, May 2017, Department of Business Excellence, faculty of Economic Sciences and Management, University Nikolas,Poland, P58.

الشكل 04: تطور مفهوم الميزة التنافسية



المصدر: جمال ملكي ، " إعادة هندسة الأعمال وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات دراسة حالة (أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة العمليات التجارية)، قسم علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2022/2021، ص 88.

من خلال التعريف السابقة نستخلص خصائص وأهمية التالية للميزة التنافسية:

أولاً: خصائص الميزة التنافسية

تتميز الميزة التنافسية بخصائص فريدة تجعل المؤسسات تسرع في تبنيها وهي:¹

❖ **الإستمرارية:** من خلال استقطاب الرأس المال البشري الذي يتميز بالإبداع وذلك من أجل التطوير المستمر للمنتج أو الخدمة.

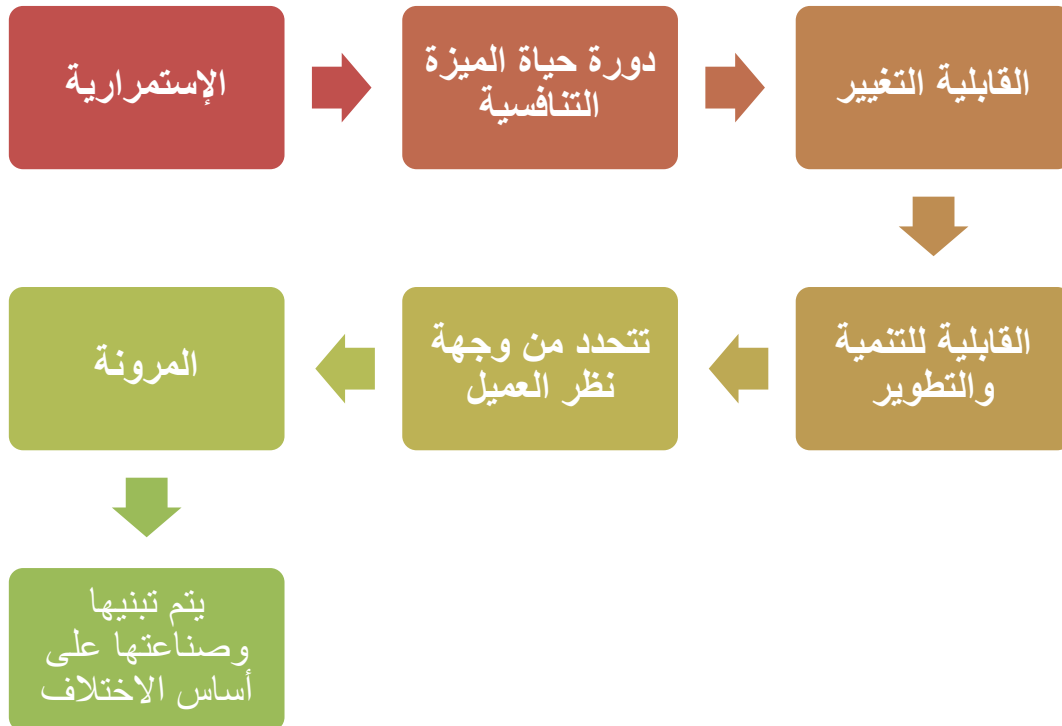
❖ **دورة حياة الميزة التنافسية:** ونميز فيها ثلاث مراحل هي :

✓ **مرحلة التقديم:** وهنا تكون في نمو وتوسع.

¹مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، الميزة التنافسية، العدد السادس، ديسمبر 2015، ص 99-100.

- ✓ **مرحلة التبني:** بداية المؤسسات المنافسة في تقليد تلك الميزة وهذا ما يؤدي إلى توقف نموها.
- ✓ **مرحلة الانتشار بين المنافسين:** وهنا يلزم على المؤسسة البحث عن ميزة تنافسية أخرى من أجل التنافس.
- ❖ **القابلية للتغيير:** من خلال تغيير المصادر والموارد التي تعتمد عليها في صنع الميزة التنافسية، في ظل التغيرات الطارئة في محيط المؤسسة.
- ❖ **القابلية للتنمية والتطوير:** أي تصبح الميزة التنافسية مرنة تتكيف مع التطورات والتغيرات الحاصلة في المحيط الخارجي للمؤسسة من خلال جعلها قادرة على التنافس.
- ❖ **تحدد من وجهة نظر العميل:** وذلك من خلال كسب أكبر عدد ممكن من العملاء من خلال إرضاءهم من أجل تحديد مدى تميز المنتج أو الخدمة.
- ❖ **المرونة:** وذلك من خلال إمكانية تبديل الميزات التنافسية الموجودة بميزات أخرى نتيجة للتغيرات التي تطرأ في المحيط.
- ❖ **يتم تبنيها وصناعتها على أساس الاختلاف.**

الشكل 5: خصائص الميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على خصائص الميزة التنافسية، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، الميزة التنافسية، العدد السادس، ديسمبر 2015.

ثانياً: أهمية الميزة التنافسية

- ✚ تساهم الميزة التنافسية في ارتفاع منتج المؤسسة من خلال اكتسابه لجودة وأداء مميز.
- ✚ تساعد المؤسسة في جذب رضا الزبون من خلال الرفع من أداء الخدمة المقدمة.
- ✚ تساعد على التفاعل بين الزبون والمؤسسة.
- ✚ تقدم مرونة في العمليات الداخلية للمؤسسة إذ يصبح بإمكانها التكيف مع كافة التغيرات.¹

المطلب الثاني: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

الفرع الأول: أنواع الميزة التنافسية

أولاً: أنواع الميزة التنافسية

اختلفت تقسيمات الميزة التنافسية بين النashرين وعدم اتفاقهم على تقسيم معين ومن بين هذه التقسيمات نذكر²:

1. تصنيف بورتر M.Porter:

اقر بورتر بأن الميزة التنافسية هي نوعين:

✚ التميز في التكلفة:

وهنا تكون مرتبطة بقدرة المؤسسة على تخفيض التكلفة، حيث يكون مجموع تكاليف الأنشطة التي تساهم في خلق قيمة للمنتج أو الخدمة أقل من مجموع تكاليف الأنشطة التي تخلق القيمة للمنافسين.

✚ التميز عن طريق الإختلاف أو التمييز:

¹ وسام بنت مشعل الغمس، نسرین بنت ناصر السیاری، "دور القيادة الإبداعية في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات السعودية رؤية مستقبلية"، مجلة منار الشرق للتربية والتكنولوجيا، العدد 3، سبتمبر 2023، قسم الإدارة والتخطيط التربوي، كلية التربية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، ص 17.

² ولید بن التركي، دور نقل التكنولوجيا في تحسين القدرة التنافسية، مكتبة الوفاء القانونية، ط 1، الاسكندرية، 2016، ص 126/121.

وتكون عن طريق اكتساب منتج أو خدمة المؤسسة قيمة مضافة ذات خصائص فريدة من نوعها التي تساهم في جذب الزبون لذلك المنتج أو الخدمة على غير منتجات المنافسين. ومن أجل تحقيق التميز يلزم على المؤسسة العمل بالإرشادات التالية:

- تحديد الفئة المستهدفة من العملاء سواء كان داخل المؤسسة أو خارجها.
- إيجاد سلسلة القيمة للعميل، وكيفية تفاعل المنظمة مع العميل من أجل خلق قيمة له، البحث عن طرق التي من شأنها دعم تلك القيمة، وأخيرا تطبيقها في أرض الواقع.
- تحديد معايير الشراء لدى العميل وأسلوبه في الشراء.
- تحديد الأنشطة التي تساهم في خلق القيمة والتي تساعد في التأثير على خصائص الشراء لدى العملاء، ثم تحديد عوامل تميز منتجها أو خدمتها عن منتج أو خدمة المنافسين الآخرين، بعدها البحث عن أساليب أخرى جديدة للتميز والتفرد بالمنتج.
- تحديد تكاليف التميز سواء كانت أقل بالتالي تساعد المؤسسة في تحقيق التميز أم تكون كبيرة وتشكل عائق أمام المؤسسة لتحقيق تميزها.
- تقييم فعالية إستراتيجية التميز الخاصة بالمؤسسة من أجل تقييم استمرارها ودرجة صمودها أمام المنافسين مع مرور الوقت.
- تقليص فائض القيمة من قبل المنافسين وتحسين ربحية المؤسسة عن طريق التخفيض من التكاليف الإضافية الغير ضرورية.

2. التقسيم وفق الزمن:

وهنا نميز بين نوعين هما:

لـ **التنافسية اللحظية:** تركز على النتائج الايجابية في الدورة المحاسبية، لكن لا يمكن الاعتماد على هذه النتائج لكونها غير دقيقة في بعض الأحيان، نتيجة لتأثرها بالتغيرات الحاصلة مثل تغير في السوق أو حصول حدث جعل مكانة المؤسسة احتكارية، أي نتائج الوقت الحالي ليست هي نفس نتائج المستقبل.

لـ **القدرة التنافسية:**

يرتكز هذا النوع على الفرص المستقبلية عبر عدة دورات.

3. التقسيم وفقا لمصادر الميزة التنافسية:

وهنا تنقسم إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

➤ **ميزة ترتكز على التكلفة:**

والتي تمتاز بأنها تساعد المؤسسة على التصدي للتلاعب بالأسعار من قبل المنافسين أو السوق من خلال خفض سعر البيع.

➤ **ميزة مرتكزة على الجودة:**

وهذه الميزة تكمن في أنها تعطي الحق للمؤسسة في رفع سعر المنتج أو الخدمة نتيجة لجودتها العالية عكس نفس منتجات أو خدمات المنافسين الآخرين.

➤ **ميزة ترتكز على الموارد والمهارات الأساسية:**

أي امتلاك المؤسسة لمواد أولية ومعدات ذات نوعية جيدة، واستغلالها بكفاءة وفعالية، بحيث تساعد على احتلال مركز قيادي في السوق وتميز وتفرّد منتجها عن باقي منتجات المنافسين.

ثانياً: مصادر الميزة التنافسية

يمكن تقسيم مصادر الميزة التنافسية إلى قسمين هما¹ :

➤ **القسم الفني والمكتسب:** ويشمل:

➤ **الإبداع:** وهو إضافة لمسة خاصة إلى المنتج أو العملية الإنتاجية، الخدمة، التنظيم، التسويق... ما يؤدي بالمؤسسة إلى اكتساب حصة سوقية إضافية. كما تسعى معظم المؤسسات إلى جذب العاملين المبدعين من خلال تقديم عروض وامتيازات، حيث يساهم في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة والخروج بالمخرجات المحددة.

➤ **المعرفة:** وهو الرأس المال الفكري الذي يكتسبه الإنسان عن طريق التعلم والخبرة، بحيث يمكن سقل معرفته على الأساليب والتكنولوجيا والخدمات والسلع الخاصة بالمؤسسة، عن طريق تحليلها وتفسيرها والقيام بإثراء العمليات الإنتاجية، وتحقيق تحسن في الأداء وتحسين مستوى الإنتاج، لتحقيق التميز على المنافسين.

➤ **أما القسم الثاني فهو قسم خاص بالموارد وتشتمل هذه الموارد على**

➤ **الموارد البشرية** التي تسعى المؤسسة إلى تعظيم الاستفادة من هذه الموارد.

➤ **والموارد المالية:** حيث تساعد هذه الموارد إلى توسيع نطاق المنتج بالتالي تحقيق أهداف مالية وتنافسية. وآخر عنصر بهذا القسم هو:

¹ شريف حمدي، تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعزيز الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2023، القاهرة، ص85/87.

➤ **الجودة:** والتي تعتبر كمقياس لرضا الزبون ودرجة ثقته بالمنتج، وتتحقق من خلال ارتفاع مستوى القبول لدى الزبون ورفع مستوى أداء المنتجات والخدمات.

الفرع الثاني: أبعاد الميزة التنافسية

أولاً: أبعاد الميزة التنافسية

تتمثل أبعاد الميزة التنافسية في الخصائص المميزة لها وقد تم إضافة عنصرين آخرين هما التسليم في الوقت المناسب والمرونة، والتي أدت إلى إمكانية تميز المؤسسة عن منافسيها بأكثر من بعد¹.

👉 التكاليف:

وهي عبارة عن خفض من تكلفة المنتج، والذي يكسبها ميزة التكلفة الأقل، بالتالي التفوق على المنافسين كما تعتبر هذه الميزة حاجز أمام الداخلين الجدد.

👉 الجودة:

أي كلما زادت جودة المنتج زادت نسبة ثقة العميل به، بالتالي اكتساب حصة سوقية أكبر وزيادة ربحية المؤسسة.

👉 المرونة:

حيث تشير المرونة إلى المقدرة على إنتاج مدى واسع من المنتجات والخيارات، وتستطيع المنظمات التي يمكنها أن تغير خطوط المنتج بسرعة أكبر في مواجهة التغييرات في طلبات المستهلك واستغلال التقنيات الحديثة في أن تكسب ميزة تنافسية. وبها نوعين:

1. **مرونة المنتجات:** أي قدرة المؤسسة على إنتاج منتج يتكيف مع التغييرات سواء كانت تغيرات اقتصادية، اجتماعية، قانونية... و رغبات العملاء وتفضيلاتهم والتطورات التكنولوجية وخير مثال على ذلك الهواتف النقالة حيث نرى أن كل شهر يتم إنتاج هاتف نقال جديد ذو مواصفات تتماشى مع رغبات الزبون وتفضيلاته ومع التكنولوجيا الحاصلة.

2. **مرونة الحجم:** وهي التغير في كمية إنتاج المنتج سواء كان بزيادة الإنتاج أو بخفض حجم الإنتاج نتيجة للتغيرات في الطلب .

👉 التسليم:

¹اسالم إلياس، "التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال، مجلة أبحاث ودراسات التنمية"، العدد1، جوان 2021، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، ص ص 240-241.

وهو الوقت الذي تحتاجه المؤسسة لتحويل المدخلات إلى مخرجات نهائية يمكن للزبون استغلالها، أي هي الوقت المستغل في تصميم وهندسة المشتريات واختبارها وتغليفها وشحنها .

ثانياً: وحدات البناء للميزة التنافسية

هناك أربعة عوامل لبناء الميزة التنافسية هي: الكفاءة الجودة والاستجابة للزبون وهي وحدات بناء شاملة للميزة التنافسية والتي يمكن أن تتبناها أي شركة بغض النظر عن الصناعة التي تعمل فيها ومنتجاتها وخدماتها التي تقدمها للزبائن.

على الرغم من أننا سنناقش كل منها على انفراد لاحقاً، إلا أنها متشابكة وتعتمد الواحدة على الأخرى بصورة كبيرة فعلى سبيل المثال النوعية العالية ممكن أن تقود إلى الكفاءة العالية في حين يمكن أن يقوي الابتكار من النوعية والكفاءات والاستجابة للزبون¹.

(1) **الكفاءة:** أن العمل هو وسيلة لتحويل المدخلات إلى مخرجات، وأن المدخلات هي العوامل الرئيسية للإنتاج مثل الجهد البشري الأرض ورأس المال والإدارة والمعرفة الكيف من الناحية التكنولوجية. أما المخرجات هي الخدمات والبضائع المقدمة. إن أبسط قياس للكفاءة هي كمية المدخلات اللازمة للإنتاج . وهذا يعني **الكفاءة = المخرجات / المدخلات**.

فكلما كانت كفاءة المنظمة عالية كلما قلت المدخلات اللازمة للإنتاج. فعلى سبيل المثال فإذا كان الوقت اللازم لتجميع سيارة في شركة جنيرالموتور 30 ساعة. فإن الوقت اللازم لذلك في فورد 25 ساعة. نستطيع القول أن شركة فورد أكثر كفاءة من شركة جنيرالموتور. ولذلك فإن الكفاءة تساعد المؤسسة على الحصول على ميزة تنافسية أقل كلفة.

(2) **الجودة:** أن المنتجات ذات الجودة هي بضائع أو خدمات موثوق بها بمعنى أنها تؤدي العمل الذي صممت من أجله، موضوع الجودة يستعمل إذا كنا نتحدث عن شركة تويوتا للسيارات أو شركات صنع الملابس أو قدرة الخطوط الجوية إيصال طائراتها إلى المكان المحدد والوقت محدد. جودة المنتج تؤثر على الميزة التنافسية من جانبيين الأول تقديم إنتاج عالي للجودة، والثاني يزيد من قيمة هذا الإنتاج في نظر المستهلكين. بالمقابل أن ذلك الإدراك القوي للقيمة يسمح للشركة أن

¹فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، الإدارة الإستراتيجية نظريات، مداخل، أمثلة وقضايا معاصرة، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص188/194.

تحمل بضاعتها سعرا عاليا ،أن الأثر الثاني للجودة العالية للميزة التنافسية يأتي من كفاءة الشركة العالية ومن كلفة إنتاجها المنخفضة كلما قل المهدور في صناعة المنتجات أو في تقديم خدمة ثانوية وكلما قل الوقت اللازم لإصلاح الخطأ. كلما تحول ذلك إلى زيادة في إنتاجية العامل وتخفيض كلفة الوحدات الواحدة لذلك فإن جودة الإنتاج العالي لا تسمح فقط للشركة أن تحمل بضاعتها أسعارا عالية ولكن تسمح بالإنتاج العالي بل تسمح بتخفيض الكلفة.

(3) **الابتكار:** يمكن أن يعرف الابتكار بوصفه شيئا جديدا أو غير مألوف في طريقة عمل الشركة أو في الإنتاج الذي تقدمه يتضمن الابتكار التقدم في أنواع المنتجات وعمليات الإنتاج وأنظمة الإدارة والهيكل التنظيمي والاستراتيجيات التي تضعها الشركة. أن كل ما يأتي يمكن عده ابتكار. والابتكار الإشارة أكثر أهمية لوحدة بناء الميزة التنافسية فعلى المدى الطويل يمكن أن ينظر إلى المنافسة كونها عملية يقودها الابتكار. وبالرغم عدم نجاح كل الابتكارات ولكن الناجح منها يكون مصدر مهم للميزة التنافسية لأنه يعطي للشركة شيئا فريدا. شيء يفقده المنافسون.

(4) **الاستجابة للزبون:** لغرض تحقيق استجابة عالية للزبون يجب على الشركة أن تكون قادرة على تنفيذ أعمالها بصورة أفضل من منافسيها وقادرة على أن تلبي حاجات زبائنهم بفاعلية. لذلك فإن المستهلكين سيقومون بمنتجات الشركة بصورة أعلى من منتجات الشركات المنافسة ونتيجة لذلك فإن الشركة يمكن أن تجد ميزة تنافسية مبنية على التميز. أن تحسين نوعية منتجات الشركة ينسجم مع مدخل تحقيق الاستجابة العالية للزبون. أن العامل الآخر نجده في أي نقاش يخص الاستجابة للزبون وهو الحاجة لصنع البضاعة وتقديم الخدمات للزبون بحسب طلبه فردا كان أو مجموعة.

وتلخيص لما سبق ذكره فإن الكفاءة والجودة والاستجابة للزبون والابتكار ،كلها عناصر مهمة للحصول على ميزة تنافسية. أن الكفاءة العالية تساعد الشركة على تخفيض كلفة إنتاجها. وأن الجودة العالية تسمح للشركة أن تزيد من سعر منتجاتها وتخفيض من كلفتها وأن الاستجابة العالية للزبون تسمح للشركة أن تزيد من سعر منتجاتها وتخفيض من كلفتها. وأن الاستجابة العالية للزبون تضع أسعارا عالية وتخفيض كلفة الوحدة الواحدة.

الفرع الثالث: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

أولا: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

أولا : مصدر الميزة: وتنقسم إلى :

← **التكلفة الأقل:** وتتضح عن طريق اليد العاملة والمواد الأولية إذ من الممكن تقليدها وتحقيقها من قبل المنظمات المنافسة، وهي مرتبة منخفضة كمصدر للميزة التنافسية.

← **العلامة التجارية ذات السمعة الطيبة:** وتكون عن طريق التميز في تقديم السلعة أو الخدمة العلاقة الجيدة مع العملاء، التكنولوجيا المستخدمة وهي مرتبة مرتفعة كمصدر للميزة التنافسية.

ثانياً: عدد مصادر الميزة التنافسية المنظمة مصادرها التي تمتلكها المنظمة عند تعدد مصادر الميزة التنافسية لدى المنظمة يصعب على المنافسين تقليدها والتغلب عليها والعكس صحيح¹.

← **ثالثاً : درجة التحسين، التطوير والتجديد المستمر في الميزة** تقوم المؤسسات بخلق مزايا جديدة وشكل أسرع لتفادي قيام المؤسسات المنافسة تقليد أو محاكاة ميزتها التنافسية الحالية، لذا نتجه لخلق مزايا تنافسية ومدى سدادها بالاستناد على المعايير السائدة في القطاع . كما يمكنها إثراء هذه المعايير بهدف التقييم الصائب لها وعلى المعايير السائدة في القطاع. كما يمكنها إثراء هذه المعايير بهدف التقييم الصائب لها وعلى معرفة مدى نجاعتها وبالتالي اتخاذ القرار في الاحتفاظ بها أو التخلي عندها في حالة أنها لا تحقق هدفي التفوق على المنافس والوفورات الاقتصادية².

← **تصنيف اتصالات الجزائر من حيث سرعة تدفق الانترنت الثابت والنقال لسنة 2024:**

سجلت الجزائر ارتفاعاً معتبراً خلال الفترة الممتدة من جانفي 2023 إلى جانفي 2024، حسب ما جاء في تقرير "ديجيتال 2024" الصادر عن المكتب الدولي "داتا ريبورتال"، المختص في الإحصائيات المتعلقة باستعمال الانترنت في العالم.

حيث قدر معدل سرعة الانترنت الثابت في الجزائر بـ 12.32 ميغابايت في الثانية في شهر جانفي 2024، مقابل 11.01 ميغابايت في الثانية خلال نفس الفترة من سنة 2023، أي بارتفاع بـ 1.32 ميغابايت في الثانية.

وقد بلغ سرعة الإنترنت النقال عبر الشبكات الخلوية 21.36 ميغابايت في الثانية في مطلع سنة 2024، فيما كانت تقدر بـ 11.01 ميغابايت في الثانية خلال نفس الفترة من سنة 2023، أي زيادة تقدر بـ 10.35 ميغابايت في الثانية، حسب المصدر نفسه. كما تم تسجيل مجموع 50.65 مليون

¹ بهجت راضي، إدارة الجودة الشاملة (المفهوم و الفلسفة و التطبيقات)، الطبعة الأولى، مصر (القاهرة)، 2016، ص 175.

² أكاديمك التدريب والتعليم عم بعد، الميزة التنافسية للموارد البشرية، 9 فيفري 2024، عل الساعة 18:00،

وصلة انترنت نقال في مطلع السنة الجارية، مقابل 48.53 مليون خلال نفس الفترة من السنة الماضية، أي بزيادة ب2.12 مليون مابين 2023 و2024¹.

يعتبر سبيد تاست من بين التطبيقات التي تقيس سرعة الانترنت شهريا عالميا، وكانت نتائج شهر افريل 2024 كالآتي:

صنفت الجزائر في المرتبة 154 عالميا من حيث سرعة تدفق انترنت الثابت بمعدل تحميل يقدر ب14.44 ميغابايت في الثانية حيث بعد باكستان والصومال ولبنان، كما شهدت ارتفاعا ب2 ميغابايت في الثانية في معدل سرعة تدفق الانترنت النقال بمعدل تحميل قدر ب24.64 مقارنة بالشهر الفارط، وصنفت في المرتبة 107 عالميا².

ثالثا: أنواع نماذج الميزة التنافسية

هناك نوعان من نماذج الميزة التنافسية يتمثلان في النموذج القائم على السوق، والنموذج القائم على الموارد وكلاهما متكاملان ويرتكز كل منهما على الآخر، حيث أن نموذج الميزة التنافسية القائم على السوق يشتمل على متغيرات التكلفة، والتمايز والفعالية، وتقييم المنافسين والتهديدات والمخاطر التي تواجه عمل الشركة أما نموذج الميزة التنافسية القائم على الموارد فإنه يشتمل على جميع الموارد التي تمتلكها الشركة سواء المادية أم المالية أم البشرية بحيث يكون تحريكه وتنميته من داخل الشركة³.

المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات وسلسلة القيمة والميزة التنافسية

الفرع الاول: تعريف سلسلة القيمة

¹وكالة الأنباء الجزائرية، "سرعة الأنترنت الثابت والنقال في الجزائر تسجل "ارتفاعا معتبرا"، لوحظ يوم 20 مارس 2024، على الساعة 10:00، <https://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/157969-2024-02-28-16-23-48>.

²مؤشر سبيد تيسست العالمي، ترتيب سرعات النطاق العريض المتنقل والثابت من جميع أنحاء العالم على أساس شهري، لوحظ يوم 20 مارس 2024، على الساعة 13:00، <https://www.speedtest.net/global-index>.

³مدونة الدكتور صنهاة العتيبي، لوحظ يوم 21 مارس 2024، على الساعة 10:00، <https://blogkouode.sa/sunhat/2000>.

هناك عدة مفاهيم لسلسلة القيمة رغم انها تصب في نفس المعنى كما انها تضم مجموعة من مكونات.

أولاً: تعريف سلسلة القيمة

تم تقديم نموذج او مفهوم سلسلة القيمة والمرتبطة بالميزة التنافسية للمؤسسة من خلال التعريفين التاليين:

← **تعريف بورتر:** تكتيك يستخدم لتحليل الأنشطة الرئيسية في المؤسسة وذلك بهدف تحديد مصادر الميزة التنافسية وبالتالي معرفة عناصر القوة والضعف الداخلية الحالية والمحتملة ايضاً حيث تعتبر المؤسسة من منظور هذا النموذج عبارة عن سلسلة من الأنشطة الأساسية التي تضيف قيمة الى منتجاتها او خدماتها.¹

← من الأساليب الجديدة في تحليل المناخ الداخلي لمحاولة التعرف على الأوضاع السائدة ومدى التناسق فيها، وإمكانيات التحسين والتطوير من خلال تغيير العلاقات والأنماط فيها والأنشطة التي تؤدي داخل المؤسسة.²

من خلال التعريفين السابقين يتضح لنا بان سلسلة القيمة لها علاقة وطيدة بالميزة التنافسية، وذلك من خلال الأدوار التي تقوم بها والأهداف التي تطمح الوصول اليها من خلال:

- الأنشطة الرئيسية في المؤسسة التي تضيف القيمة لمنتجاتها وخدماتها
- السماح بمعرفة نقاط القوة والضعف في المؤسسة وبالتالي معرفة مصادر الميزة التنافسية.
- تحديد درجة التكامل و التعامل الداخلي بين الأنشطة.
- التعرف على الروابط التي توضح تأثير أسلوب أداء أحد الأنشطة على تكلفة نشاط آخر:
- والتوصل إلى تحسين و تطوير الأوضاع والتناسق من خلال تغيير العلاقات و الأنماط بين الأنشطة الممارسة داخل المؤسسة.

ثانياً: الأنشطة المكونة لسلسلة القيمة:

¹ سعد غالب ياسين، الإدارة الدولية: مدخل استراتيجي، دار اليازوري، عمان، 1999، ص39.

² علي السلمي، تطوير اداء وتجديد المنظمات، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ص59.

تتكون سلسلة القيمة من مجموعة من الأنشطة . تساهم و تتكامل فيما بينها من أجل تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة و السعي إلى التفوق على المنافسين ، و عادة ما تصنف إلى نشاطات رئيسية و أخرى داعمة ، كما بينا ذلك في شرح الموجز لأهم هذه الأنشطة:

← النشاطات الرئيسية :

تتمثل أساس في التكوين المادي للمنتج أو خدمة التي تقدمها المؤسسة و تسليمها و تسويقها للمشتري، و كذلك خدمة ما يعد البيع مع العلم ان كل نشاط يمكن أن تنبثق عنه نشاطات فرعية متميزة والتي ترتبط بالفرع المعني و إستراتيجية المؤسسة و عادة ما تنقسم النشاطات الرئيسية إلى خمسة أصناف و هي:

الأمداد الداخلي:

يسمى البعض السوقيات الداخلية و ترتبط هذه الأنشطة بأستلام تخزين و توصيل المدخلات اللأزنة للمنتج ،و تشمل المناولة،للمواد المخازن .الرقابة على المخزون .المرتجعات الى الموردين .برمجة للموردين الشحن برمجة النقل.....الخ.¹

الانتاج (المعطيات):

و تتمثل في عمليات التشغيل فهي بمثابة أنشطة مرتبطة بتحويل المداخلات إلى منتجات في شكل نهائي ،و تشمل التشغيل على الآلات التجميع التعبئة ،صيانة الآلات . التسيهات.²

الامداد الخارجي

و تتمثل في المخرجات من المنتج إلى المشتريين، كما تشمل تخزين المنتجات التامة، مناولة المواد ،تنقية و جدولة الطلبيات، الأبداع.....، و بهذا تشمل كل النشاطات التي تتكفل بالمنتج من نهاية صنعه إلى غاية إيصاله إلى المستهلك النهائي.

التسويق و المبيعات:

و تتمثل في كل الأنشطة التسويقية من تخطيط المزيج التسويقي و مختلف الوسائل إلى تجلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين لأقتناء منتجات المؤسسة و تشمل مثلا: الإعلان الترويج

¹ على سلمي ،مرجع سابق، ص29.

²نبيل مرسى خليل، التنافسية في مجال الأعمال، مركز اسكندرية للكتاب ،ص90

، رجال البيع اختيار المنفذ العلاقات مع منافذ التوزيع و التسعير و كل ماله علاقة مباشرة بالتسويق.

الخدمة

هي أنشطة مرتبطة بدعم المبيعات و تقديم خدمات ما بعد البيع ،من اجل الوصول إلى الرضى التام للمستهلك ،أو بعبارة أخرى هي أنشطة مرتبطة بتقديم الخدمة لتدعيم أو محافظة على قيمة المنتج و وفاء المستهلك ، و تشمل: خدمات التركيب ، الإصلاح ، التدريب قطع الغيار و الأجزاء تعديل المنتج¹. كل هذه النشاطات التي تعمل على اعطاء قيمة المنتج لدى المستهلك وخلق ميزة تنافسية للمؤسسة لا يتأتي إلا بالتنسيق و الترابط بين مختلف هذه الأنشطة و تختلف أهمية الأنشطة في صنع قيمة المنتج من قطاع لآخر و هو ما يبينه porter: بحسب القطاعات فإن احد النشاطات قد تكون له أهمية كبيرة في الميزة التنافسية و لكن مهما كانت المؤسسة فإن كل أصناف النشاطات الرئيسية ستكون حاضر بدرجة أو بأخرى و تلعب دورا ما في الميزة التنافسية.²

← النشاطات الداعمة

- يمكن تعريفها على أنها " النشاطات الداعمة توفر الوسائل المستهلكة و الهياكل التي تسمح بإنجاز النشاطات الرئيسية ، و بالتالي تتمثل مهمتها في تدعيم النشاطات الرئيسية و تتعاون الواحدة مع الأخرى لضمان الشراء بوسائل الإنتاج و توفير التكنولوجيات و الموارد البشرية و تصطلح بمسؤولية مختلف وظائف المؤسسة.³ و عادة ما تنقسم النشاطات الداعمة إلى أربعة أصناف أساسية ، و التي بدورها تتجزأ إلى نشاطات فرعية منشئة القيمة و هي:

↳ البنية الأساسية للمؤسسة (البنية التنظيمية): و تشمل العديد من الأنشطة. مثل الإدارة العامة المحاسبة ، الشؤون القانونية التمويل، التخطيط الاستراتيجي ، بتسيير الجودة ، و كل الأنشطة الداعمة الأخرى . و هناك ما يسميها "البنية التحتية " .⁴

¹نبيل مرسى خليل، الإدارة الاستراتيجية: تكوين و تنفيذ إستراتيجيات التنافس، ص169.

² porterzlicheale "liavantagecomcurrentrel".tradit de l'américain par DELEVERGER philippe . Durnod .paris1997.p57.

³porterMichael.«lacoucurrence se laourpoeter» village mondial, paris,1999,p85.

⁴علي السلمي، مرجع السابق، ص 59 .

- إدارة الموارد البشرية:

و هي تلك الأنشطة الضرورية التي تسعى إلى ضمان حسن اختيار. التدريب و تنمية الافراد فهي بذلك تشتمل على ما يلي كل نشاط يتعلق بالموارد البشرية و بالتالي تتفكك أنشطة إدارة الموارد البشرية عبر الحلقة ككل.¹

- التنمية التكنولوجية : وتشتمل كل الأنشطة المتعلقة بصميم المنتجات وتحسين طريقة أداء

الأنشطة المختلفة في الحلقة القيمة ، وتشمل عامة البحوث ، تحسين العمليات التطوير المعرفة الفنية وتدخل التنمية التكنولوجية في كل الأنشطة بمختلف مستوياتها، كما انها من أهم مكونات القدرة التنافسية للمؤسسة في عصر العولمة من خلال:²

- تحويل الطريقة التي تؤدي بها النشاطات.
 - تحويل طبيعة الروابط فيما بينها.
 - تؤثر على حقل (حلبة) المنافسة وتؤثر على طريقة ارضاء المنتجات لحاجيات المشترين
- ومن هنا تتضح لنا الأهمية الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات في إعطاء التفوق. والتميز للمؤسسات التي تحسن استغلالها واستعمالها في تطوير المزايا التنافسية وإذا علمنا أن كل نشاط منشئ للقيمة يتضمن تراكيب أساسيتين تسييران جنباً إلى جنب و هما:
- التركيب المادية :** شامل كل الحلقات المادية الضرورية لتأدية النشاط.
- التركيب المعالجة المعلومات :** وتضم كل المراحل الضرورية لتحصيل المعالجة نمط معين من المعلومات.

نخلص بذلك إلى أن كل نشاط من النشاطات الرئيسية أو الثانوية التسع المذكورة انفا في سلسلة القيمة تطالب معلومات معينة من أجل تحسين أداء نشاطاتها. وبالتالي الوصول إلى تحقيق ميزة تنافسية ، فنجد مثلاً نشاط الإمداد يتوجب عليه الحصول على معلومات (حول رزنامة الارسل ،تعريفات الناقلين، مخطط الانتاج ...) وهذا حتى تستطيع ضمان القيام بعملية تسليم المنتجات في أجالها المحددة ويتكاليف ملائمة ومعقولة وتنافسية ، وهكذا الشأن بالنسبة لمختلف. النشاطات

¹نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في المجال الأعمال، مرجع سابق صص 90_91.

²Porter Michoal, la concurrence sebutforss'op.cit. p88.

المشكلة لسلسلة القيمة لأن أساس اتخاذ القرارات في كل مؤسسة تبحث عن موقع تنافسي وهو الحصول على معلومة المناسبة ومعالجتها بالطريقة المناسبة.

و هذا ما يوفر التطور التكنولوجي في مجال المعلوماتية والاتصال والتطور التكنولوجي المتصل.

- الشراء :

وتتعلق بالأنشطة التي تعمل وتساعد المؤسسة للحصول على المدخلات المطلوبة سواء المواد الأولية أو الآلات، وكل ما هو ضروري للمؤسسة، وبهذا فهي تغلغل عبر حلق القيمة ككل. لأنها تدعم كل نشاط في المؤسسة إدارية أو داعم يقوم بعملية الشراء (أو هو في حالة الشراء)¹.

الفرع الثاني: تكنولوجيا المعلومات وسلسلة القيمة والميزة التنافسية

ان لثورة المعلومات أو كما يسميها البعض الثورة الصناعية الثانية، الأثر الكبير على المؤسسات من نواحي عديدة (التنظيم الاتصال ...) حيث أن هذه الثورة المعلوماتية حولت من طريقة العمل في المؤسسات، ومن طريقة معالجة المعلومات واتخاذ القرارات وتنظيم الوظائف ، ولهذا يمكن القول بأن تكنولوجيا المعلومات لها دور كبير وتحديات ضخمة ، تفرض على المؤسسات العالمية والقوية والطموحة في كسب مكانة من بين الكبار في سوق تنافسي على المستوى العالمية . التكيف مع هذه التكنولوجيات ومسايرتها، نظرا لتأثيرها الكبير على المنافسة و مصادر الميزة التنافسية تصل إلى نتيجة وهي أن تكنولوجيا المعلومات لها مجموعة من التأثيرات على تنافسية المؤسسة وقدرتها على الصمود امام المنافسين في السوق وربح حصص سوقية ولعل أهم هذه التأثيرات تتمثل في تحويل سلسلة القيمة، ويتم ذلك من خلال تأثيرها على النشاطات المكونة لسلسلة القيمة، سواء الرئيسية منها أو الداعمة ، وعليه يمكن القول بأن تكنولوجيا المعلومات تمس مجمل سلسلة القيمة.

ان الأمثلة التالية عن عديد من المؤسسات المستفيدة من تكنولوجيا المعلومات في الاتصال ، يبين لنا أثر كبير التي تمارسه على اداء المؤسسات ماديا لو مناحية الاتصال و المعلوماتية و ذلك مين خلال تحسين قدراتها التنافسية و هذه والنماذج عن تلك المؤسسات

¹porter Michel. l'avantage concurrentiel, Référence mentionnée ci-dessus , p62.

- استطاع جنرال إلكتريك إنشاء قاعدة بيانات d'mterto. Assistaneetèlèjhonipue و هو بمثابة " قاعدة بيانات موجهة لجمع كل خبرات مهندسيها فيما يخص خدمات ما بعد البيع ومعارفهم الحدية في غالب الأحيان .
- كذلك تعتبر تكنولوجيا المعلومات المحرك للمزيد من البيانات، بفعل تحصيل واسترجاعها للمعلومات أثناء سير المؤسسة ، واستغلالها وتحليلها بصفة واسعة ، وهذا هو الشأن بالنسبة للمهندسين suler Brothers، حيث بفعل تكنولوجيا المعلومات تمكن مهندسيها من ادخال تحسينات على محركاتها تضامن نوع ديزال . (IDise) لم يكن يسمح بها الحساب اليدوي.
- تمكنت تكنولوجيا المعلومات من تجاوز الدور المعلوماتي لتنتقل إلى تحويل و التأثير على التركيبة المادية للنشاطات، فمثلا مؤسسة Schumberger استطاعت وضع جهاز التكنولوجي يسمح لمهندسيها أثناء حفر الآبار البترولية بحساب زاوية الآبار ،حرارة الصغره، ومتغيرات أخرى لم تكن من قبل التوصل الى قياسها و حسابها، وهذا ما يستمح للمؤسسة بتخفيض وتقليل مدة الحفر واقصاء بعض المراحل بوضع الآبار في الخدمة، وبالتالي الحصول على ميزة تنافسية من حيث سرعة التنفيذ وقلة التكاليف.¹

المبحث الثالث: العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية

من اهم الاساليب التي تحقق الميزة التنافسية هي تكنولوجيا المعلومات والتي تلعب دور فعال في تقليل التكلفة وزيادة الجودة وجعل المنتج مرن وكل هذا يؤدي الى اكتساب المنتج للميزة التنافسية ايضا هناك عدة مزايا اخرى سنذكرها في هذا المبحث.

المطلب الأول: الإستراتيجيات التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات.

¹ابن ناقلة قدور « المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية » ، المداخلة في الملتقى الدولي حول « متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية.

أضاف استخدام تكنولوجيا المعلومات إستراتيجيتين جديدتين حيث حققت المنظمات من خلالها مزايا التنافسية هما استراتيجية الصلة واستراتيجية القيادة المعلوماتية، هذا بالإضافة إستراتيجيات التقليدية المتمثلة، في قيادة التكاليف التميز والتركيز وفما يلي سيتم استعراض الاستراتيجيات :

أولاً: استراتيجية قيادة التكلفة :

تحاول الشركة التي تسعى الى تطبيق القيادة بالتكلفة كإستراتيجية شاملة بأن تخفض كل ما يمكن تخفيضه من أوجه التكلفة حتى تتمكن في النهاية من بيع منتجاتها أو خدماتها بسعر أقل من المنافسين الذين يقدمون نفس المنتجات او الخدمات وبنفس الجودة ،فالفكرة من هذه الاستراتيجية ان تحدد الشركة أسعاراً أقل من المنافسين للحصول على حصة سوقية كبيرة، وتستطيع الشركة تجسيد هذه الاستراتيجية من خلال ثلاث خيارات كالتالي

١- المنتج

حيث تميل الشركة الى اختيار مستوى منخفض من تمييز المنتجات و ذلك لئى تمييز ، مكلف فإذا أنفقت الشركة الموارد إضافية لجعل المنتجات متميزة فإن معادلة التكاليف تكون المرتفعة، وكذلك تسعى الشركة الى تمييز المنتجات وذلك من أجل تحقيق الاستفادة من اقتصاديات الحجم ومن أثر الخبرة ، اذ تستلهم هذه الإستراتيجية فكرتها من ظاهرة منحى التعلم الذي عرف في العشرينات من القرن السابق ،والذي يقضى بأن تكاليف العمل المتكرر تتناقص بنسبة مئوية ثابتة كلما تضاعف حجم الإنتاج المتراكم ،لذا فإنه من الملائم أن تنتج الشركة بكميات كبيرة وتعتمد على شبكات توزيع منخفضة التكاليف ،لتنتمكن من تحقيق هوامش ربح تضمن لها السيطرة والقيادة في التكاليف بالسوق ، وهنا تتجاهل الشركة كل الشرائح والأجزاء الخاصة في السوق ،حيث توجه منتجاتها الى العميل العادي ،والدافع وراء هذا الخيار هو ارتفاع تكلفة المنتجات التي يجري تصميمها وإنتاجها وفق طلبات خاصة من أجزاء خاصة ، ومهما كان فإن السعر المنخفض لمنتجات الشركة يعتبر العامل جذب قوي للعملاء ،التي تتبنى إستراتيجية القيادة في تكلفة تبحث عن تغطية أسواق واسعة جغرافياً حتى تصل إلى عولمتها .

٢- التجديد و الابتكار

وهما عنصرين مهمين في إستراتيجية قيادة التكلفة فهي لم تعد ترتبط فقط بحجم الإنتاج ومنحنى التعلم، بل وايضا برفع الكفاءات الإنتاجية والتجديد المستمر للاستجابة لحاجات السوق ، حيث تسعى الشركة لتطوير المهارات التي ترتبط بعمليات الإنتاج المرنة وتبني تقنيات خاصة

بتسيير الموارد الخاصة التي تتميز بالكفاءة وتنمية الموارد البشرية بواسطة برامج تدريب ملائمة ،ونظم مكافئات مناسبة ،والتي تؤدي إلى خفض التكاليف من خلال دعم إنتاجية العمال ،ويكون هذا تطوير على مستوى كل وظائف الشركة .

إن النجاح هذه الإستراتيجية يتطلب تمتع الشركة بحصة سوقية كبيرة ،وتصميم منتجات بطريقة تضمن سهولة التصنيع،وذلك حفاظا على خفض التكاليف كما يجب محاولة إنتاج مجموعة سلعية متكاملة وذلك لضمان توزيع التكاليف على أكبر قدر ممكن من المنتجات مما يجعل نصيب كل منتج من تكاليف قليل ، وكذلك الاعتماد على تكنولوجيا متطورة وحديثة. إلا أن (مايكل بورتر porter) أوضح أن هناك بعض المخاطر التي قد تتعرض لها هذه الإستراتيجية مثل التغيير التكنولوجي ،أو أن يقوم المنافسون بتقليد سياسات الكلفة ،أو تعرض الشركة إهمال المتغيرات التسويقية والإنتاجية بسبب التركيز على التكلفة فقط.

ثانيا: إستراتيجية التمايز عن المنافسين

وفيها تكون إستراتيجية الشركة أن تقدم سلعا أو خدمات مميزة عن تلك التي تقدم من طرف الشركات المنافسة أي أن هذه الاستراتيجية تهدف الى تقديم سلعة فريدة ومميزة عن سلع المنافسين ، على أن يتم النظر الى السلعة أنها فريدة. ومتميزة من قبل العملاء. إن تبني هذه الاستراتيجية يشكل حاجز قويا أمام القوى التنافسية الأخرى في السوق ،فتطبق هذه الإستراتيجية يعني زيادة توجه العملاء لشراء سلعة الشركة مع انخفاض الحساسية تجاه السعر بسبب التميز مما يعني زيادة أرباح الشركة. وهناك محاور أساسية يمكن أن تحقق بها الشركة التميز في منتجاتها وهو كما يلي :

➤ التجديد والتحديث :

وهو مصدر مهم للتميز خاصة للمنتجات التي تتصف بالتعقيد التقني ،حيث تمثل الخصائص الجديدة عناصر للتميز ، والي مانع العملاء في دفع سعر عالي للمنتجات الجديدة والمتطورة مثل الهواتف الخلفية و السيارات.

➤ الإستجابة للعملاء

تعتمد هذه الإستراتيجية على البحث عن سمات التميز وذلك للاستجابة لمتطلبات السوق واهتمامات ،العمال مثل تقديم خدمات ما بعد البيع وصيانة المنتجات ،أو قد يكون قدرة المنتج

على تلبية الرغبات النفسية للعملاء مصدر مهما للتمييز مثل الإهتمام بالماركات أو الهيئة . كما أن هناك طرق مختلفة للتمييز مثل العلامات التجارية ،أو عن طريق التوزيع ،أو السمعة والصورة الذهنية . للشركة إن إستراتيجية التميز تبنى على كسب ثقة وولاء العميل بالدرجة أولى ،والذي يعمل على تخفيف حساسية العميل تجاه أسعار خاصة في ظل مقارنة العميل لسلعة الشركة مع سلع الشركات، مما يعني حصول الشركة على مركز تنافسي قوي.

❖ مخاطر تطبيق هذه الإستراتيجية :

أما مخاطر تطبيق هذه الاستراتيجية فيتمثل في أن الشركة تركز على تقديم المنتج، متميز وهذا قد يؤدي إلى ارتفاع أسعار المنتج بشكل كبير مما يعني عدم قدرة الشركة على ولاء العميل في ظل وجود فارق سعري كبير بين المنتج الشركة ومنتجات الشركات المنافسة خاصة بأن الشركات التي تتبنى هذه الاستراتيجية تقوم بأنشطة مكلفة جدا تنعكس بشكل كبير على أسعار ،مما يعني انحصار الحصة السوقية للشركة ومن أهم هذه الجوانب التي يجب التركيز عليها للتمييز هي:

- تحليل احتياجات العميل.
- القدرة على تطوير المنتجات .
- قرارات تسويقية عالية.
- التركيز على الإبداع والتطوير .
- الإنفاق على البحث والتطوير.

ثالثا: إستراتيجية التركيز :

تركز هذه الاستراتيجية على فئة معينة من العمال أو قطاع معين، من السوق بحيث تعمل الشركة على تحديد هدفها التسويقي بشكل دقيق، وتقوم على إرضاء حاجاته سواء كانت عن طريق قيادة التكلفة أو عن طريق التمايز أو كلاهما معا وتقوم هذه الاستراتيجية على الاعتقاد بأن التركيز على الخدمة جزء معين من السوق يشكل كفاءة و فاعلية أكثر في حالة خدمة السوق بالكامل أي أن الشركة لا تستطيع تحقيق تميز في الكلفة أو التميز في المنتج في حال قامت بخدمة السوق ككل إلا أنه باستطاعتها ذلك في حال ركزت على أهداف سوقية معينة بحيث يتم تقديم سلعة إما متميزة أو تتمتع بأسعار منخفضة تخدم قطاعا محددا من السوق، مما يعني تمتع الشركة بحماية من القوى التنافسية مع ضرورة أن تدرس الشركة السوق المستهدف بعناية، والذي يجب فيه المنافسة.

❖ مخاطر تطبيق هذه الاستراتيجية:

ومن مخاطر تطبيق هذه الاستراتيجية هو ضآلة فرق التكاليف بين المنافسين الذين يخدمون السوق ، الكامل الشركة التي تطبق على خدمة جزء معين من السوق ، وعدم وضوح الفرق بين سلع الشركة و سلع المنافسين الذين يخدمون السوق بالكامل¹.

رابعاً: إستراتيجية (الإرتباط):

تحصل المنظمة على الميزة التنافسية من خلال بناء عالقة قوية ومتميزة مع العملاء ، الموردين والمنافسين وهذا يتطلب معلومات على رغبات المستهلكين ، الترتيبات الخاصة بالموردين وعالقات المحتملة مع المنافسين . وفي هذا الصدد تساهم تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير في دراسة وتحليل هذه المعلومات بما يخدم أهداف المنظمة.

خامساً: إستراتيجية قيادة المعلومات :

تتم الزيادة قيمة المنتجات من السلع وخدمات من توفير المعلومات والمعرفة الخاصة، بها فعلى سبيل المثال تقوم بعض المنظمات بتقديم بعض التقارير مختصرة والعمال تتضمننا لمعلومات عن المنتج وعن السوق ،وتتعامل بعض المنظمات مع موقعها على شبكة الانترنت على أنه جزء هام من إستثماراتها ، وتقوم بتزويد هذا الموقع بمعلومات جاهزة يمكن تحميلها بواسطة المستهلك بإضافة إلى المعلومات عن السلع والخدمات التي تقدمها.²

المطلب الثاني: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية

يمكن للشركة استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق من خلالها الميزة التنافسية وذلك على النحو الآتي:³

1/تعظيم قيمة الزبون:من خلال التركيز على الجودة والسعر وفقاً لما يدركه من قيمة وفي هذا الشأن تساعد الانترنت في جعل بؤرة الاهتمام للشركة هو الزبون من خلال ما تقدمه الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.

¹مدونة، استراتيجيات الميزة التنافسية لمايكل بورتر، الدكتور محمد طاهر صالح، لوحظ يوم 26 مارس 2024، على الساعة

09:00 <https://www.drmtaher.com/2022/01/porter.html>

²Judith r.gorden steven R information system a management approach second edition new york the Dryden press 1999, p46.

³غسان عيسى العمري، سلوى امين السامرائي، نظم المعلومات الاستراتيجية مدخل استراتيجي معاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2008، ص135/137.

2/إعادة هندسة الاعمال: وذلك من خلال إدخال التحسينات المثيرة في الكلفة والجودةوالسرعة للخدمات المقدمة.

3/تحسين جودةالاعمال:من خلال التركيز على الجودة من وجهة نظر الزبائن وذلك من خلال العديد من الصفات مثل :الآداء،الموثوقة،الاستجابة،الحماس.

4/تشكيل الشركة الرشيقة(Becoming) AgileCompany:أحداث التغيير السريع والمستمر وفقا للأسواق العالمية .

5/تكوين الشركة الافتراضية:في بيئة الأعمال التنافسية العالمية،إذ يعد بناء الشركة الافتراضيةأحد أهم الاستراتيجيات التي تتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات وتقوم هذه الشركات بربط الأشخاص والموجودات والافكار معا من خلال ربط الزبائن والموردين والمنافسين مع الشركة .

6/بناء الشركة المبدعة احيانا تسمى بالمنظمات التعليمية:التي تقوم باكتساب المعرفة ونشرها وتطبيقها من خلال استخدامها تكنولوجيا والاساليب التي تستطيع بناء و تراكم المعرفة من اماكن مختلفة.

7/النجاح الاستراتيجي المستدام وذلك بالاعتماد على ثلاث عوامل رئيسية هي :

أ/البيئة:العامل البيئي الرئيسي هو هيكل الصناعة ومعطيات المنافسة والاوضاع الفريدة للشركة التي تتضمن التشريعات والسياسات وبراءات الاختراع.

ب/العوامل الرئيسية:الموقف الفريد في الصناعة والهيكل التنظيمي والتحالفات و الموجودات والموارد التكنولوجية والمعرفية التي تساعد في تمييز الأعمال عن المنافسين وكسب النجاح في عملية المنافسة.

ج/استراتيجيات وانشطة الادارة:مثل الدخول اولا للسوق واستخدامات تكنولوجيا المعلومات في مقدمة المنافسين أو:

- ايجاد موانع دخول وقيادة الكلفة.

- تطبيق إدارة المعرفة والتعلم المنظمي.

- تطوير استراتيجيات سريعة للاستجابة لطلبات الزبائن والموردين بشكل اسرع من المنافسين.

- إدارة مخاطر الأعمال من خلال تطبيق الجديد من تكنولوجيا المعلومات ومبادراتها الاستراتيجية.

التخطيط الاستراتيجي لموارد المعلومات: معظم الشركات تحتاج الى المشاركة المعلومات داخليا وخارجيا مع الموردين والزبائن كما أنها تستخدم المعلومات الاستراتيجية لتحقيق مزايا عملياتية واستراتيجية. في حين استراتيجية المعلومات يجب أن تكون بمحاذاة استراتيجية الأعمال في المنظمة كمبدأ أساسي. كما أن مديري تكنولوجيا المعلومات يجب أن تتوفر لديهم معرفة كاملة عن التكنولوجيا الحديثة التي يمكن أن تتكامل مع الأعمال بالإضافة إلى تكاملها مع تكنولوجيات الأخرى. ومن هنا فإنه في حال نقاش استراتيجية المنظمة الكلية يجب أن يساهم في هذا النقاش المديرون في المستويات العليا ومديرو إدارات تكنولوجيا المعلومات بحيث يتم تحديد نقاط القوة والضعف في تكنولوجيا قيد البحث .

المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية

يمكن تحقيق الميزة التنافسية بواسطة تكنولوجيا المعلومات من خلال ثلاثة عناصر اساسية تعتبر ركائز الميزة التنافسية نذكرها:¹

- ✓ **التكلفة:** يعد السعر الأدنى للبعد التنافسي الأول الذي الذي تسعى اليه الكثير من المنظمات التي تتمكن من السيطرة على تكلفتها ويجعلها في أدنى نسبة إلى المنافسين في الصناعة ذاتها فإنها سوف تمتلك يد عالية في السوق وتكون في مواقع تتيح لها السيطرة على السوق .
- ✓ **الجودة:** بعدما كان الاهتمام منصبا على بعد التكلفة ونتيجة لتغير اذواق المستهلكين وزيادة وعيهم اصبحوا يركزون على بعد آخر وهو الجودة والتي تعني خصائص المتفردة والمتميزة في المنتج والتي تتم إدراكها وتقبلها من طرف الزبون إذ يتوجب على المؤسسات الرغبة في البقاء في المنافسة داخل الأسواق العالمية من أن تصنع منتجات ذات جودة عالمية.
- ✓ **المرونة:** وتعرف على أنها قدرة على التجاوب مع المتغيرات في الحاجات والرغبات للزبائن عن طريق نوعين من المرونة :

أولاً: مرونة الحجم

وتعني القدرة على التكيف مع الطلب وتقلباته من خلال التحكم في حجم الإنتاج.

ثانياً : مرونة المزيج من المنتجات

¹ عبد الرؤوف بوزيدي، بلال نصيرة، مروة مويسي، "دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في خلق الميزة التنافسية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة ولاية الوادي"، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد 1، ماي 2021، الجزائر، ص 36.

ويرتبط هذا النوع بمدى مقدرة مزيج المنتجات على مواكبة حاجات ورغبات الزبائن وإشباعها والتكيف مع تقلبات الحاصلة فيها عن طريق تصاميم منتجات ومواصفات فنية .

خلاصة الفصل الاول

تعرفنا من خلال هذا الفصل على اهم المفاهيم الاساسية لتكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية ولقد اعتمدنا في انجاز هذا العمل على المنهج الوصفي التحليلي ايضا اعتمادنا على مجموعة من المراجع المتمثلة في مختلف الكتب والمحاضرات والدوريات وغيرها من المراجع وبعد تعرضنا الى اهم مفاهيم تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية توصلنا إلى عدة نتائج أهمها انه يمكن تحقيق الميزة التنافسية عن طريق تكنولوجيا المعلومات من خلال تطبيق مجموعة من الاستراتيجيات المتمثلة في استراتيجية قيادة التكلفة او استراتيجية الارتباط وغيرها من الاستراتيجيات او تبني منظمة متعلمة او الاعتماد على الشركة الرشيقة وغيرها من الاستخدامات ومنه نستنتج مما سبق أن هناك علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية. حيث ان تكنولوجيا المعلومات أصل معنوي ومورد إستراتيجي ،لا يقل عن الموارد البشرية والمالية،حيث أصبحت المعلومة تتحكم في تسيير النشاطات الحيوية للمنظمة ومنحها قدرة وكفاءة وفعالية وسط البيئة التنافسية من خلال الإستجابة على متطلبات السوق وفق معايير عالمية(الجودة ،الكلفة، المرونة).

الفصل الثاني:

دور تكنولوجيا المعلومات
في تحقيق الميزة التنافسية
بمديرية اتصالات الجزائر
لوكالة خنشلة

تمهيد:

بعدما تناولنا في الفصول السابقة الإطار النظري لمتغيرات الدراسة المتمثلة في علاقة تكنولوجيا المعلومات بالميزة التنافسية، سنحاول في الجانب الميداني تبين دور تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في مديرية اتصالات الجزائر لولاية خنشة انطلاقا من المنهج الوصفي والمنهج التحليلي وذلك من خلال بعض الأدوات الكيفية والكمية التي تتمثل في الاستمارة، ومن ثم محاولة تفسير النتائج، ولقد تمت هذه الدراسة في مؤسسة اتصالات الجزائر - خنشة -

وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر خنشة

المبحث الثاني: أدوات جمع البيانات

المبحث الثالث دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية بالمديرية

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر خنشة

نتطرق من خلال هذا المبحث الى تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر محل دراستنا.

المطلب الأول: ماهية المؤسسة:

أولاً: التعريف بالمديرية العملياتية للاتصالات خنشة:

وفق قرار المديرية العامة رقم 02/15 بتاريخ 11 نوفمبر 2002 الخاص بتنظيم المديرية العامة للاتصالات الجزائر تم تأسيس المديرية العملياتية للاتصالات بخنشة. وفي 01 جانفي 2003 كانت الانطلاقة الرسمية لهذه المؤسسة "المديرية".

وهذا بعد تقسيم قطاع البريد والمواصلات الى مؤسستين، بريد الجزائر واتصالات الجزائر كشركة عمومية ذات أسهم.

تقع المديرية العملياتية للاتصالات خنشة في حي السعادة خنشة، المدير العام لها هو السيد ب. ش.، تضم 205 عاملاً مقسمين حسب تنظيمها الهيكلي.¹

نشأة اتصالات الجزائر

تم إنشاء " اتصالات الجزائر " المؤسسة الأم 05 أوت 2000 م بالجزائر العاصمة المحمدية، بلائحة رقم 2000/03 وهي عبارة عن مؤسسة عمومية اقتصادية تحت اسم شركة ذات أسهم SPA متخصصة في توفير خدمات الاتصال من هاتف ثابت، نقال، هاتف بدون كابل. وقد كانت معروفة سابقا بالبريد والمواصلات وتم انفصالها في التاريخ المحدد سابقا، انقسمت إلى أربع فروع خاصة ولكل فرع تخصصه وهي:

- الوحدة العملية للاتصالات الجزائر SPA
- الوحدة العملية لبريد الجزائر EPIC
- وحدة سلطة الضبط (تحتوي على إطارات مؤهلة ومتخصصة تدخل في مراقبة وتنظيم مصالح القسم).
- المديرية الولائية للبريد والمواصلات والتكنولوجيا والإعلام والاتصال.

¹ وثائق ادارية مقدمة من طرف السيد عصايدي عبد الوهاب رئيس دائرة الدعم التجاري.

- وفيما يخص المؤسسة الفرعية "اتصالات الجزائر" التي بصدد الدراسة التطبيقية عليها في الوحدة العملية لاتصالات الجزائر فقد تم فتحها نهائيا بولاية خنشة في 03/01/2003م ودشنت من طرف فخامة رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة وهي تضم الأعضاء التالية:
- المدير العام؛ محافظ الحسابات؛ المصالح الإدارية؛ الإدارة العامة؛ مجلس الإدارة.

ثانيا: تطور اتصالات الجزائر

تتمثل الخطوة الأولى في هذا المجال في إصدار قانون جديد لقطاع الاتصالات هو القانون (03) لعام 2000، والذي جاء لإنهاء احتكار الدولة لنشاطات البريد والمواصلات ووضع حد فاصل بين نشاطي التنظيم واستغلال أو إدارة الشبكات ومع صدور هذا القانون تم إنشاء «سلطة ضبط البريد والاتصالات» والتي تعتبر سلطة مستقلة حكما بين الجهات المختلفة.

وتهيمن شركة "اتصالات الجزائر" على سوق الاتصالات وهي الشركة الأم والتابعة للحكومة والتي تقدم خدمات للاتصالات الهاتفية الثابتة والمحمولة ولكنها لم تكن الشركة الأولى التي قدمت خدمات الهاتف المحمول بالجزائر عبر شركتها «جزي» قبل أن تطلق الجزائرية للاتصالات شركتها "موبيليس" وأخيرا الشركة الوطنية الكويتية من خلال شركة "نجمة"، ونجحت هذه الشركات خطوط هاتفية لأول فترة لا تتجاوز 4 سنوات بعدد مشتركين خدمات الهاتف المحمول لأكثر من 13 مليون مشترك في الوقت الذي لا يتجاوز فيه عدد مشتركين الهواتف الثابتة 2.6 مليون مشترك الأمر الذي يتأثر بشكل واضح على انتشار خدمات الانترنت، هذا رغم إعلان الدولة الجزائرية بان تبدي اهتماما كبيرا بقطاع الاتصالات حيث يعتبر هذا الأخير انه سيصبح أهم القطاعات التي تجذب الاستثمار بع الثورة النفطية ولكن هذا الوضع الاحتكاري أصبح في طريقة للتغيير مع حصول شركة "اوراسكوم" الجزائرية بالتعاون مع الشركة المصرية للاتصالات على رخصة إقامة شبكة هواتف أرضية في علم 2005، وقد أعلنت الشركة إنها تجهز العديد من المفاجآت السارة للعملاء عندما تبدأ العمل على مستوى الخدمات والأسعار بما في ذلك تقديم خدمة الانترنت السريع ADSL بالتعاون مع إحدى الشركات الصينية.¹

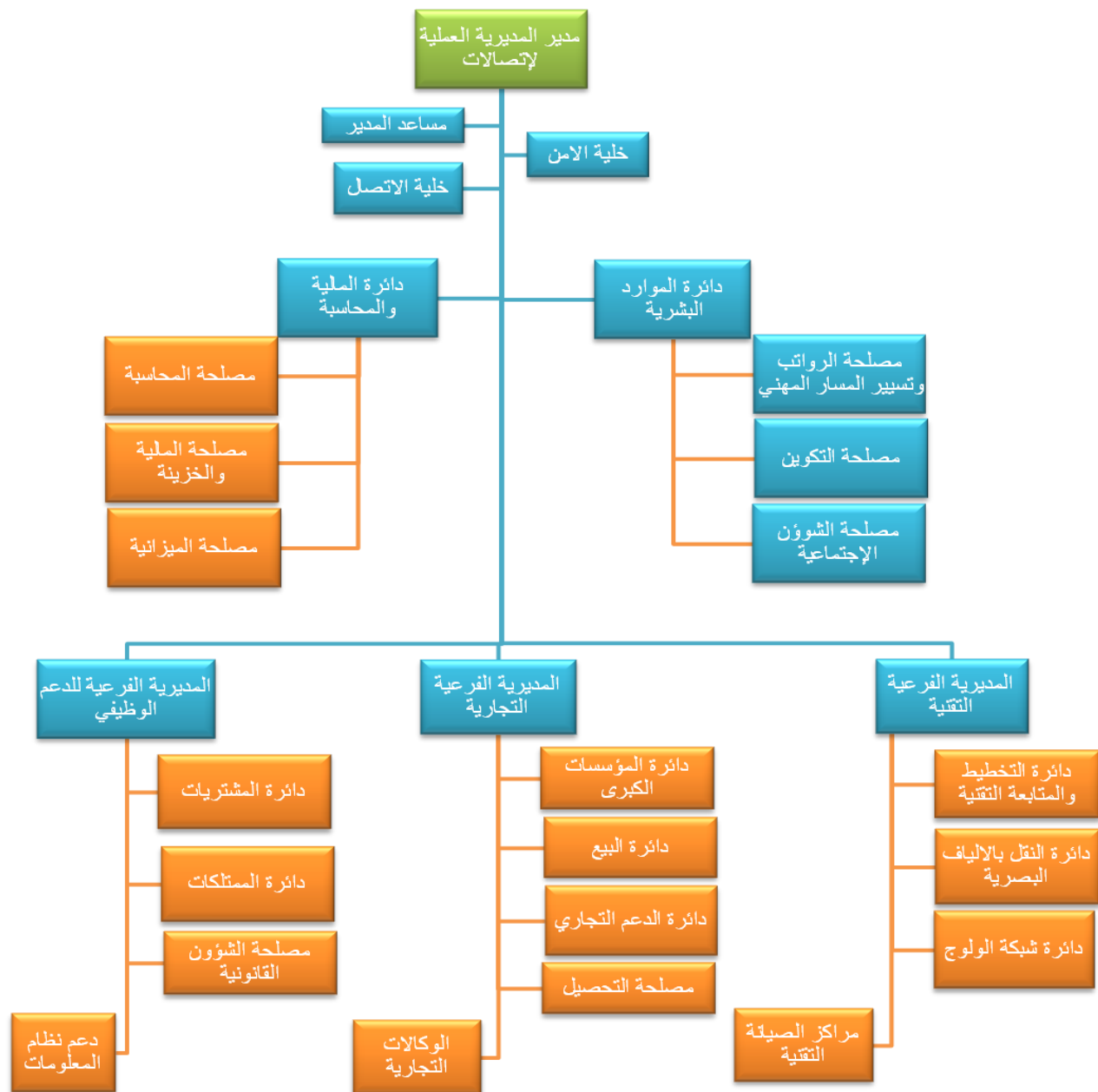
¹- نفس المرجع السابق.

ثانيا: اقسام المديرية العملياتية اتصالات الجزائر خنشة وهيكلها التنظيمي:

ضمن الإطار الجديد لتنظيم المؤسسة على المستوى العملياتي اعتمدت المؤسسة على اهداف بغية التطور التقني وتنافسية السوق ونظرا للاختلافات الموجودة حول انفصال الوظائف انبثق هيكل المديرية العملياتية وتنظيم المديرية العملياتية للاتصالات والذي تم المصادقة عليه من طرف القرار رقم 252 في 27 ماي 2010 وقد جاء فيه التقسيمات الادارية التالية:

- ادارة الموارد البشرية والوسائل؛ الادارة التجارية؛ الادارة التقنية؛ الادارة المالية والمحاسبية.

الشكل رقم 6: الهيكل التنظيمي لاتصالات الجزائر خنشة -



المصدر: بالاعتماد على قرار المديرية العامة رقم 123 لسنة 2017 المتعلق بتنظيم مديرية اتصالات الجزائر لولاية خنشة

وظائف المديرية العملياتية للاتصالات خنشة

1- وظائف ومهام رئيسية وتتمثل في:

- رفع مستوى تحصيل الاستحقاقات الهاتفية الة نسبة تفوق 80 بالمئة؛

- ترتيب وتوسيع الشبكة الهاتفية في الولاية - وكذا زيادة عدد المشاركين في الهاتف الثابت بنوعية الخطي واللاسلكي وزيادة عدد المشتركين في الانترنت عالي التدفق ADSL؛
- اصلاح الاعطال في خطوط المشتركين بالإضافة الى المراقبة المستمرة واليومية لشبكة الاليف البصرية الممتدة عبر الولاية؛
- تزويد المؤسسات العمومية والشركات بالخدمات المختلفة مثل: انشاء شبكات محلية (إنترنت) وتزويدها بالتحضيرات التي تستخدم في نقل واستقبال وارسال المعطيات؛
- تزويد المديرية الاقليمية والجهوية بالإحصائيات الاسبوعية والشهرية والسنوية، وبالمعطيات والمعلومات التي تتعلق بالمشاريع المستقبلية.

2- الوظائف الفرعية (وظائف ومسؤوليات الادارات والمصالح):

باعتبار الوحدة العملياتية للاتصالات خنشة وحدة عملية مستقلة فهي مستقلة ماليا وتسييرا (تسيير الوحدات التقنية والتجارية التابعة لها). وقد قسمت الى أربع ادارات اساسية ذات ارتباط مباشر بالمدير العملي للاتصالات اضافة الى الخلايا.

وتتمثل مهامها في:

***المدير:**يقوم بالتسيير والتنسيق ما بين مختلف القطاعات التقنية والمالية والوسائل من اجل بلوغ الاهداف المسطرة.

***الادارة التقنية:**

-التنسيق ما بين مختلف المصالح التقنية، ومتابعة انجازاتها.

-متابعة انشغالات الزبائن حول توسيع شبكة الاتصالات.

-متابعة مختلف المراسلات والتقارير سواء الاسبوعية الشهرية والسنوية المرفوعة الى المدير.

تنقسم الادارة التقنية الى 03 مصالح هي:

-مصلحة الهياكل القاعدية مهامها:

-صيانة العتاد والاجهزة عبر مختلف المراكز الجهوية؛

-وضع برامج صيانة للأجهزة والتوصيلات؛

وضع خطط حالية ومستقبلية لشبكة الاتصالات وكذا التقارير الاسبوعية والشهرية والسنوية

وتبليغها للمصالح المعنية؛متابعة الانجازات الجديدة على مستوى العتاد والاجهزة في الولاية.

- مصلحة شبكة المعطيات مهامها:

-مراقبة شبكات المؤسسات والمديريات على مستوى الولاية مثل: الداخلية -الصحة -العدالة
-المشاركة في اعداد البرامج التوسعية لشبكة الاتصالات.

-مصلحة شبكة الدخول من مهامها:

-تسيير شبكة الخطوط الهاتفية على مستوى الولاية؛وضع برامج الصيانة وشبكة الخطوط؛
-وضع برامج توسعية لشبكة الخطوط على مستوى مختلف البلديات؛تحضي التقارير ورفعها الى الجهات المعنية.

*ادارة الموارد البشرية: تقوم ب:

-مراقبة اعمال المصالح الملحقة والتنسيق بينها؛متابعة برنامج التشغيل وانجاز البيانات.
++تتقسم هذه الادارة ايضا الى أربع مصالح هي:

- مصلحة تسيير رواتب الموظفين:

تقوم بمتابعة ملفات العمال من حيث الرواتب -الاقدمية ...
اعداد ملفات العمال الجدد والمحاليين على التقاعد.

- مصلحة تسيير التكوين:

تقوم ب: اعداد برامج التكوين بالمساواة مع مختلف المصالح للمدير
متابعة ملفات التكوين لجميع العمال بمختلف المستويات

- مصلحة تسيير الوسائل:

تقوم ب: مراقبة الصيانة لمختلف الوسائل بالمؤسسة وكذا البرامج الجديدة من حيث البناء
مراقبة وصيانة وسائل النقل واقتناء مختلف احتياجات الموظفين
متابعة فواتير الكهرباء والماء والغاز بالمؤسسة

- مصلحة تسيير الممتلكات:

احصاء ممتلكات المؤسسة على مستوى الولاية والممتلكات الجديدة وكذا متابعة الاحصاءات
السنوية للمؤسسة.

*الادارة التجارية: تتمثل في ثلاثة مصالح هي:

- مصلحة العلاقات مع الزبائن:

- مهامها: السهر على ارضاء الزبون من خلال الوحدات التقنية والتجارية التابعة لها

- دراسة ومعالجة الشكاوى والطعون الخاصة بالزبائن

- **مصلحة قوة البيع وشبكة الوكالات التجارية:** من مهامها:
- الحرص على توفير الوسائل اللازمة لتحقيق اهداف البيع المرجوة
- تقوم بدراسة تحليلية لسلوك الزبائن اتجاه عملية البيع
- تعد مخططا للعمل التجاري يحدد اهداف عملية البيع في كل وحدة تجارية
- تكوين مستخدمي المصلحة
- **مصلحة الاتاوات وتسوية الديون:**
- تقوم ب: ضمان متابعة الفواتير الهاتفية وتحصيلها وكذا المعالجة الودية للمستحقات مع الزبون
- اعداد ميزانية الفواتير وارسالها للمديرية الإقليمية والعمل على ضمان صحة المعلومات للمساهمة في ارضاء الزبون
- *** الادارة المالية والمحاسبية والشؤون القانونية:**
- تتكون من أربع مصالح مشتركة مهامها اعداد الميزانية والتسيير المالي والمحاسبي لأموال المؤسسة وكذا متابعة النزاعات بين المؤسسة وخصومها.
- *** الخلايا: تتمثل في:**
- **خلية الامن والوقاية** مهامها
- اعداد وتحضير بروتوكول السلامة في المؤسسة والسعي الى تطبيقه.
- **خلية التفتيش**
- مهامها التحقق من الاعطاب التي تمس نظام المؤسسة وكذا التحقق من الانقطاعات المفاجئة في الوحدات التجارية
- **خلية الاتصال والعلاقات الخارجية:**
- لها دور كبير في تحقيق الانسجام بين وحدات المؤسسة ضمن خطط الاتصال الخاصة بالمؤسسة ايضا؛
- تضمن الخلية وصول المعلومات الى المواطن بمختلف الوسائل سواء التلفاز الاذاعة او مواقع التواصل الاجتماعي؛
- تسعى لتحسين صورة المؤسسة.
- **خلية تسيير النوعية:**

- تساهم في تحديد خطط نوعية بالتزامن مع الخطط الموضوعة لتحسين اداء ونوعية وجودة خدمات المؤسسة؛

- ضمان الاداء الفعال للمؤسسة من خلال تحقيق الاهداف المسطرة من قبل المؤسسة.

رابعا: أهداف المديرية العملياتية للاتصالات بخنشة:

من أهم أهداف المديرية العملياتية للاتصالات بخنشة نذكر:

- الزيادة في نسبة المعروض من الخدمات الهاتفية، وكذا تيسير الحصول على خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية خاصة الارياض؛

- التحسين من جودة الخدمات بهدف الرفع من تنافسية تشكيلة الخدمات المقدمة؛

- تطوير شبكة فعالة موصولة بمختلف قنوات تدفق المعلومات؛

- تطوير خدمات جديدة للعملاء؛

- تقديم المساعدة التقنية؛

- تحسين قيمة المبيعات.

المطلب الثاني: منتجات وخدمات المديرية العملياتية للاتصالات بخنشة

من اهم المنتجات والخدمات المقدمة من قبل المديرية العملياتية للاتصالات بخنشة نذكر:

✓ الهاتف الثابت، الأنترنت FTTH-ADSL، الجيل الرابع للهاتف الثابت GLTE4

✓ خدمة الويسي (wici)، خدمات التداول عن طريق الفيديو (Visio conference)

✓ تصميم أو إنشاء المواقع الإلكترونية (بنقرة واحدة)، المكتبة الإلكترونية (في مكتبي)

✓ الرقابة الأبوية (fi@mane)، خدمة الدفع الإلكتروني (خلاص)

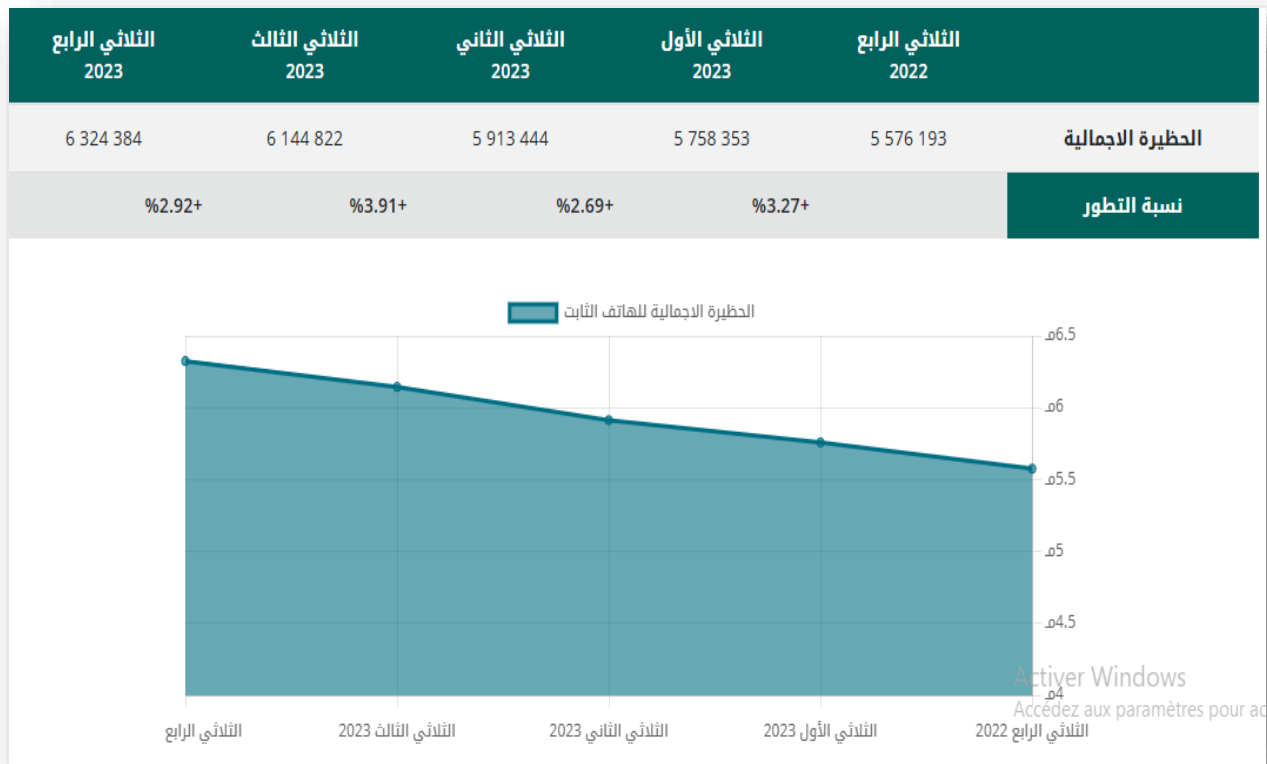
✓ تقديم حلول متكاملة للشركات والمؤسسات العمومية

وسنقوم بعرض بعض التقارير والاحصائيات في مجال التنمية لسوق الهاتف والإنترنت باعتبارهما

اهم الخدمات المقدمة من اتصالات الجزائر والتي تشكل من العناصر المكونة للبنية التحتية للإدارة

الإلكترونية:

الشكل 7: مؤشر عدد المشتركين في الهاتف الثابت



نلاحظ من خلال الجدول ارتفاع عدد المشتركين في الهاتف الثابت من 5.57 مليون مشترك في سنة 2022 الى 6.32 مليون مشترك في نهاية السداسي الرابع من سنة 2023 أي بمعدل 0.75 وهذا يدل توجه الافراد والمؤسسات الى طلب خدمة الهاتف الثابت بشكل متزايد.

الشكل 8: مؤشر عدد المشتركين في الأنترنت

نوع المشتركين	عدد المشتركين
مشتركو ADSL	2 726 994
مشتركو الأنترنت الثابت 4G LTE	1 719 308
مشتركو انترنت الالياف FTTH	1 080 948
مشتركو أنترنت LS	2 157
مجموع مشتركو الأنترنت الثابت	5 529 407

المصدر: <https://www.arpce.dz/ar/indic/internet>

الشكل 9: المشتركين النشيطين لأنترنت الهاتف النقال

نوع المشتركين	عدد المشتركين
المشركون النشيطون لأنترنت الهاتف النقال 3G	5 029 344
المشركون النشيطون لأنترنت الهاتف النقال 4G	43 060 888
مجموع المشتركين النشيطين للجيل الثالث والجيل الرابع	48 090 232

المصدر: <https://www.arpce.dz/ar/indic/internet>

• الشكل 10: تطور عدد المشتركين النشيطين لأنترنت الثابت والنقال

الثلاثي الرابع 2023	الثلاثي الثالث 2023	الثلاثي الثاني 2023	الثلاثي الأول 2023	الثلاثي الرابع 2022	عدد المشتركين (بالمليون)
53.62	52.28	50.21	50.18	49.45	
نسبة التطور (الثلاثي الرابع 2022 - الثلاثي الرابع 2023)					%8.43+

المصدر: <https://www.arpce.dz/ar/indic/internet>

نلاحظ من خلال الجدول ارتفاع عدد المشتركين في الانترنت من 49.45 مليون مشترك في سنة 2022 الى 53.62 مليون مشترك في نهاية الثلاثي الرابع من سنة 2023 أي بمعدل نمو 4.17 وهذا يدل تزايد الطلب على خدمة الانترنت بمختلف التدفقات.

الشكل 11: تطور النطاق الترددي المستخدم جيغابايت في الثانية

الثلاثي الرابع 2023	الثلاثي الثالث 2023	الثلاثي الثاني 2023	الثلاثي الأول 2023	الثلاثي الرابع 2022	النطاق الترددي المستخدم (جيغابايت في الثانية)
3 360	2 800	3 350	3 092	3 220	

المصدر: <https://www.arpce.dz/ar/indic/internet>

الفرع الاول: الدفع عبر الانترنت

• العمليات المنجزة بواسطة تطبيق "بريدي موب"

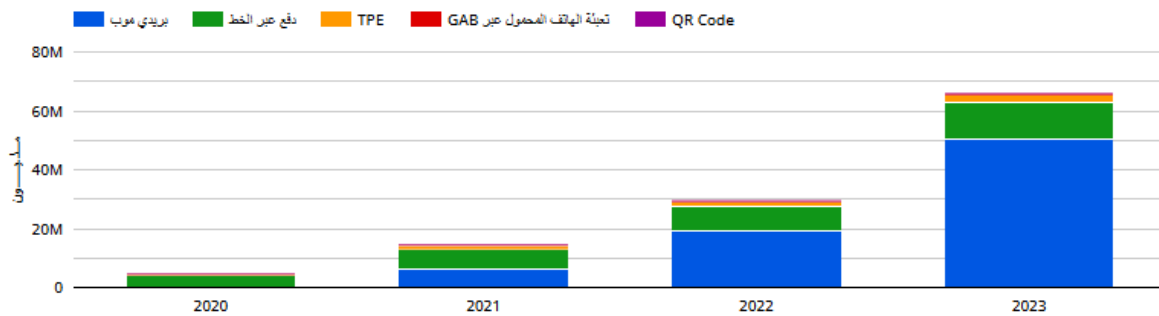
يعتبر "بريدي موب" التطبيق الأكثر تحميلا من بين التطبيقات النقدية في الجزائر عبر أجهزة الأندرويد بأكثر من 5 مليون تحميل الى غاية الآن.

حيث سجل مبلغو عدد العمليات المنجزة بواسطة التطبيق (تعبئة رصيد الهاتف النقال، دفع فواتير اتصالات الجزائر، دفع فواتير الجزائرية للمياه، دفع فواتير سيال...) تطورا محسوسا بين سنتي 2020 و2022 قَدَّرَ بأكثر من 6 مرات من حيث المبالغ وأكثر من 24 مرة من حيث عدد العمليات المنجزة عبر تطبيق بريدي موب.¹

• عمليات الدفع عبر الخط

سمح رفع عدد الحاملين للبطاقة النقدية الذهبية وكذا توسيع باقة الخدمات المتاحة على المنصة التجارية لبريد الجزائر بتسجيل زيادة معتبرة في عدد ومبلغ عمليات الدفع عبر الخط، حيث سجل عدد عمليات الدفع ارتفاعا فاق 98 % بين سنتي 2020 و2022، بينما ارتفع مبلغ العمليات بحوالي 240 % خلال نفس الفترة.

الشكل 12: عمليات الدفع عبر الخط



المصدر: /تعزيز-الشمول-المالي-وتعميم-الدفع-الال/ <https://www.mpt.gov.dz>

يلاحظ من الجدول ارتفاع المعاملات الاليكترونية بشكل ملحوظ من سنة 2020 الى 2023 وهذا من خلال بريدي موب.

الفرع الثاني: المعايير المعتمدة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية خنشة

اولا: الآفاق المستقبلية للمؤسسة

تتمثل في:

¹الموقع الرسمي لاتصالات الجزائر، لوحظ يوم 6 ماي 2024، عل الساعة، 9:00،/تعزيز-الشمول-المالي-وتعميم-الدفع-الال/ <https://www.mpt.gov.dz>

- **البنى التحتية** يجب أن تتوافق معايير البناء و صيانة الشبكات مع الرغبات التقنية و الفنية المعتمدة دوليا و محليا.
- **تلتزم الشركة** بمعايير محددة لجودة الخدمة الشركة تضمن مستوى معين للأداء و السرعة في خدمتها و الاستقرار.
- **ضرورة توفر الانترنت:** وهنا نميز نوعين من الزبائن زبون عادي وزبون محترف حيث يتمثل الزبون العادي في الأشخاص الطبيعيين أي المجتمع والزبون المحترف يتمثل في الشركات والمؤسسات والمنظمات ويتم توفير عروض الانترنت كل حسب الكمية التي تطلبها المؤسسة بالنسبة للزبون المحترف والقدرة الشرائية للزبون العادي.
- **معيار الأمان و الخصوصية** حيث تخضع صفحة اتصالات الجزائر الرسمي إلى صرامة في حماية البيانات و المعلومات الحساسة للمستخدمين .
- **امن الشبكات** أي أن مؤسسة تتخذ تدابير أمنية لحماية شبكاتها من تهديدات الكترونية كالقرصنة.
- **معيار الخدمة و الانتفاع للعملاء:** من خلال إرضاء الزبون و السلوك الملائم للاستقبال و تحقيق رضا العملاء عند تقديم الخدمة.
- **معيار البيئة الاجتماعية و الاستدامة البيئية.** شركة اتصالات الجزائر تقيم البصمات الكربونية أي عند سرقة الكوابل النحاسية تقوم بتحديث الشبكات الهاتفية بتقنية جديدة . بصرية حفاضا على الزبون و على الدولة و مسايرة مع الدول الغربية ووضع تقنيات الجديدة لأن النحاس معرض لسرقة هذا يؤثر علينا نحن و على الزبائن وتكثر الشكاوي الوقت الحالي تقوم المؤسسة بتحديث تقنية الألياف البصرية و تقليل البصمة للحفاظ على البيئة .
- **المسؤولية الاجتماعية** تخضع المؤسسة لرقابة من قبل الهيئات التنظيمية تلتزم بالتطورات.
- **معيار الخدمة الدولية :** تلتزم الشركة بالمعايير الصادرة عن المنظمات الدولية مثل منظمة الايزو لتوفير الخدمات التي تتوافق مع المقاييس العالمية
- **معيار التكنولوجيا و الابتكار و تطوير البحث واتصالات الجزائر:** بحث و تطوير في ميدان التكنولوجيا و الابتكار مثل الجيل الرابع تبحث لتقديم الجيل الخامس ،دعم المبادرة الرقمية للبنية التحتية لتقديم خدمات تقنية مبتكرة مثل الخدمات السحابية و الانترنتية مع وضع التسعيرة و الشفافية.

- **تطوير الموارد البشرية:** التدريب و التطوير والتكثيف بإرسال بعثات تعليمية للصين لنقل الخبرة لمواكبة التحديات اللازمة.
- **معايير الصحة و السلامة:** تقوم المؤسسة بتوقيع عقود مع مستشفيات وهيئات الصحة بحيث العامل يدفع مبلغ رمزي فقط عند العلاج.
- **بنسبة لخدمة العملاء** أنشأت مراكز خدمة للعملاء والإجابة على كافة الأسئلة لحل المشاكل التي يقع فيها العملاء¹.

ثانيا: الآفاق المستقبلية للمؤسسة

- التفكير في إمكانية تطبيق الجيل الخامس.
 - تعميم الألياف البصرية على جميع أنحاء التراب الوطني.
 - توصيل مناطق الظل بالانترنت وشبكات الاتصال.
- المبحث الثاني: الطريقة والأدوات المتبعة في الدراسة.**

سننتقل في هذا المبحث إلى عرض مجتمع وعينة الدراسة وخطوات بناء الاستبيان والتحقق من الأدوات المستخدمة بالإضافة إلى الأدوات الإحصائية المستخدمة فيها.

المطلب الأول: اداة الدراسة وأساليب احصائية.

في هذا المطلب نسلط الضوء على إجراءات الدراسة وذلك من خلال إعطاء لمحة موجزة عن مجتمع وعينة الدراسة، ومن ثم سنتعرف على مصادر جمع المعلومات لهذه الدراسة ويعتبر تحديد مجتمع الدراسة أهم خطوة في الدراسة التطبيقية لارتباطه المباشر بهدفها ونتائجها، وللحصول على دراسة تتسم بالدقة وذات مصداقية لابد وأن يكون أفراد المجتمع المختار من ذوي الخبرة في الميدان العملي، وبذلك يتمثل مجتمع البحث في جميع الموظفين بشركة اتصالات الجزائر بخنشة.

فيما يتعلق بعينة الدراسة البالغ عددها حوالي 50، حيث اعتمدنا طريقة العينة العشوائية البسيطة في اختيار عينة البحث، وقد تم توزيع الإستبانة عليهم من خلال عدة زيارات ميدانية للمؤسسة،

¹ السيد عصايدي عبد الوهاب، رئيس دائرة الدعم التجاري.

واسترجعنا منها 43 استبانة، وبعد جمع وفحص الاستبانات المسترجعة وتدقيقها حتى تستوفي الشروط اللازمة للمعالجة الإحصائية، أصبحت 40 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، وهو عدد جيد مقبول لأغراض البحث العلمي، وكان سبب عدم تمكن الطالب من إسترجاع النسبة المتبقية هو عدم تمكن بقية الموظفين من الإجابة على الاستبيان بسبب الضغوطات وانشغالاتهم. والجدول أدناه يوضح عدد الاستثمارات الموزعة و المسترجعة من عينة الدراسة.

الجدول 13: الاستثمارات الموزعة والمسترجعة من عينة الدراسة

الاستثمارات	عدد الاستثمارات	النسبة المئوية
الاستثمارات الموزعة	50	100%
الاستثمارات المسترجعة	43	95%
الاستثمارات غير قابلة للتحليل	03	7.50%
الاستثمارات الصالحة للتحليل	40	87.50%

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على النتائج المتحصل عليها من جمع الاستبانات.

ولجمع المعلومات حول موضوع الدراسة تم استخدام مصدرين رئيسيين هما:

1. المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية المتعلقة ب: دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق

الميزة التنافسية دراسة حالة في شركة اتصالات الجزائر خنشة"، قام الطلبة بإعداد الاستبيان الملحق بهذه الدراسة كأداة رئيسية لجمع المعلومات اللازمة حيث صمم خصيصا لهذا الغرض ووزع على 50 موظف من المؤسسة.

2. المصادر الثانوية: اعتمد الطلبة لمعالجة الإطار النظري للدراسة على مجموعة من مصادر

البيانات الثانوية التي تخدم موضوع الدراسة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة و تتمثل هذه المصادر في الكتب، المذكرات، المقالات، المجالات، ذات صلة بالموضوع.

3. أداة الدراسة: تماشيا مع طبيعة الموضوع الذي نحن بصدد دراسته، وبغرض جمع البيانات اللازمة

للإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها، اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان كأداة دراسة أساسية لجمع المعلومات والبيانات الخاصة بعينة الدراسة.

وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة وتحديد أبعاد الموضوع، تم تصميم الاستبيان وفقا لما أملته علينا المعطيات سابقة الذكر، بحيث اشتمل على مجموعة من العبارات المندرجة تحت محاور وأبعاد الدراسة التالية:

أ- القسم الأول: يتعلق بالمعلومات الشخصية لأفراد العينة ويتكون من خمس عبارات المتمثلة في (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، الرتبة الوظيفية).

ب- القسم الثاني: والذي يتعلق بموضوع الدراسة دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة في شركة اتصالات الجزائر خنشة. حيث ينقسم هذا الأخير إلى محورين هما:

- المحور الأول: المتعلق بالمتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات ، حيث يضم 12 عبارة.

- المحور الثاني: والمتعلق بالمتغير التابع الميزة التنافسية، حيث يضم 15 عبارة. ، قسمت الى ثلاثة ابعاد كالتالي: التكلفة، الجودة، المرونة.

استخدمت الطالبتين مقياس ليكرت الخماسي لتحديد أوزان فقرات الاستبيان والذي يتضمن 05 علامات (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) كما هو موضح بالجدول أدناه.

الجدول 14: درجات مقياس ليكرت

درجات الإستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
رقم الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر:
إعداد

اعتمادا على دراسات سابقة

تم تحديد الحدود العليا و الدنيا لمقياس ليكرت الخماسي وهذا من خلال تحديد طول فئات المقياس المستخدم في محاور الدراسة عن طريق حساب المدى (5-1=4)، ومن ثم تقسيمه إلى عدد فئات المقياس للحصول على طول الفئة الصحيح أي (5/4=0.8) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس والمتمثلة في الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الفئة وهكذا أصبح طول الفئات كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 15: جدول يوضح طول الخلية لسلم ليكرت

الفئات	درجة الموافقة
(1 - 1.79)	غير موافق بشدة
(1.80 - 2.59)	غير موافق
(2.60 - 3.39)	محايد
(3.40 - 4.19)	موافق
(4.20 - 5)	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على دراسات سابقة

4. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

في إطار إجراء معالجة وتحليل للبيانات المتحصل عليها، سيتم الاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss) إصدار 26 الذي تم من خلاله دراسة وتحليل العلاقة بين المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والمتغير التابع الميزة التنافسية، بحيث تتمثل أهم الاختبارات المعتمدة في الدراسة كالآتي:

أ. معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach Test): للتأكد من مدى ثبات فقرات الاستبيان.

ب. التكرارات والنسب المئوية: لغرض التعرف على تكرار فئات متغير ما، ويفيد في وصف عينة الدراسة.

ج. المتوسطات الحسابية: لمعرفة اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة، ومتوسط محتوى المحاور والأبعاد والعبارات.

د. الانحرافات المعيارية: للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة المتعلقة بالعبارات والمحاور الأساسية لمتغيراتها.

هـ. معامل الإلتواء ومعامل التفلطح: لمعرفة مدى إتباع البيانات لتوزيع الطبيعي.

و. معامل الارتباط بيرسون (Pearson): يستعمل لقياس صدق أداة الدراسة، وأيضاً دراسة مختلف علاقات الارتباط بين محاور متغيرات الدراسة.

ز. اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression Test): لدراسة أثر كل محور من محاور المتغير المستقل على المتغير التابع.

المطلب الثاني: صدق وثبات الاستبيان.

لتحقيق في صدق أداة الدراسة تم استخدام طريقتين وهما: الصدق الظاهري (المحكمين) الصدق الذاتي (صدق الاتساق الداخلي).
أولاً: الصدق الظاهري لأداة الدراسة:

يقصد بصدق اختبار الأداة مدى تناسق فقرات الاستبيان مع متغيرات الدراسة التي تعمل على قياسها وأن مضمونها يتفق مع الغرض الذي صممت من أجله، لذا وللتحقق من صدق محتوى أداة البحث ومدى تغطيتها لأبعاد الرئيسية لموضوع الدراسة، تم مراجعتها وتصحيحها من قبل الأستاذة المشرفة، وفي ضوء ملاحظاتها وتوجيهاتها تم إجراء التعديلات المطلوبة من حيث إعادة الصياغة أو حذف بعض العبارات وإضافة عبارات جديدة بشكل يحقق التوازن بين مضامين الأداة في فقراتها لنتحصل على الاستبيان في صورته النهائية (الملحق رقم 01).

ثانياً: الصدق الذاتي لأداة الدراسة:

الصدق الذاتي لأداة الدراسة يهدف إلى تحديد مدى تجانس الاستبيان وتناسقه الداخلي، وللقيام بهذا الاختبار قمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون (Pearson)، بين كل عبارة من عبارات الاستبيان والبعد الذي تنتمي إليه وقد حصلنا على النتائج المبينة في الجدول الآتي:

1. الصدق الداخلي للمحور الأول: تكنولوجيا المعلومات: وهي خاصة لعبارات المحور الأول

تكنولوجيا المعلومات الذي يضم 12 عبارة بحيث نرى أن جميعها قيم معاملات الارتباط المبنية موجبة و دالة عند مستوى 0.005 أو أقل و عليه بالاعتماد على النتائج تعتبر عبارات محور الأول مرتبطة ارتباطاً متوسطاً مع محور تكنولوجيا المعلومات لأنها محصورة بين معامل ارتباط (0.518 - 0.763) مما يشير إلى دلالة إحصائية و العبارات الموضوعة في هذا المحور صادقة.

الجدول 16: يوضح الصدق الداخلي لعبارات المحور الاول باستخدام معامل الارتباط لبيرسون.

رقم العبارات	العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدالة
1.	تمتلك المؤسسة أجهزة حاسوب ومعدات لتقديم الخدمات الإلكترونية.	0,643	0,000
2.	لكل مكتب جهاز حاسوب خاص به مزود بخدمات الانترنت.	0,676	0,000
3.	تعتمد المؤسسة على فكرة تحديث التكنولوجيا الخاصة بنظام المعلومات بصفة مستمرة.	0,763	0,000
4.	تساعد أجهزة الحاسوب المتاحة على تسهيل العمليات الخاصة بأداء المهام.	0,646	0,009
5.	للاتصال بباقي فروع المؤسسة او بزيائنها تستعمل المؤسسة شبكات اتصال خارجية.	0,748	0,002
6.	لغرض تنظيم وظائف المؤسسة تستخدم برمجيات متعددة لتسهيل عملها.	0,727	0,005
7.	تتوفر لدى المؤسسة قاعدة بيانات كافية و شاملة لمختلف الوحدات والاقسام.	0,742	0,049
8.	تساهم البرامج المثبتة في إيجاد الحلول للمشاكل التي تواجه المؤسسة.	0,637	0,005
9.	تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في المؤسسة من تحسين جودة منتجاتها بما يتوافق مع رغبات زبائنها.	0,604	0,000
10.	تعمل المؤسسة بتوعية العاملين بأهمية استخدام التكنولوجيا المعلومات.	0,518	0,001
11.	توظف المؤسسة أفراد مؤهلين علميا وعمليا في استخدام تكنولوجيا المعلومات.	0,571	0,000
12.	يتم تقديم دورات تدريبية لفائدة العاملين عن كل ما هو جديد فيما يخص تكنولوجيا المعلومات.	0,538	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V 26

1. الصدق الداخلي لابعاد المحور الثاني:

الميزة التنافسية:

يتم توضيح صدق الاتساق لكل بعد من أبعاد الميزة التنافسية مع المحور نفسه و الذي يضم 12 عبارة من خلال الجدول الموالي بحيث نرى أن جميع قيم معاملات الارتباط المبنية موجبة و دالة عند مستوى 0.000، و عليه بالاعتماد على نتائج المسجلة تعتبر أبعاد محور الاول (التكلفة/ المرونة/ الجودة) مرتبطة ارتباطا قويا مع محور الميزة التنافسية وذلك لانها محصورة بين معامل ارتباط (0.733** - 0.928**) و متميزة بنجوم التي تدل أن النتيجة ذات دلالة إحصائية عالية عند مستوى 0.001 وهذا يعني أن هناك أقل من 1% احتمال أن تكون النتيجة بسبب الصدفة، مما يشير إلى دلالة إحصائية قوية وبالتالي فإن العبارات الموضوعة في هذا المحور صادقة لما وصفت لقياسه.

لجدول 17: الصدق الداخلي لابعاد المحور الثاني باستخدام معامل الارتباط لبيرسون.

البعد	عنوان البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
البعد الاول	- التكلفة	,733**	0.000
البعد الثاني	- المرونة.	,928**	0.000
البعد الثالث	- الجودة	,872**	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss26

ثالثا: ثبات الاستبيان:

من أجل قياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) تم الاستعانة بالبرنامج الإحصائي "SPSS" من خلال استعمال معامل "ألفا كرونباخ"، وكانت نتائج كما يلي:

الجدول 18: معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات محاور الاستبيان

المحاور الدراسية	الأبعاد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول	تكنولوجيا المعلومات	12	0.873
	- التكلفة	04	0.477
	- المرونة.	04	0.779

0.619	14	- الجودة	المحور الثاني
0.785	12	الميزة التنافسية	
0.960	24	عبارات الاستبيان ككل	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss26

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لجميع "عبارات تكنولوجيا المعلومات" ككل (0.873) وهي قيمة مرتفعة وجيدة ملائمة للدراسة حيث أظهرت أعلى مستوى من الثبات، مما يعزز من موثوقية الأداة في قياس محور تكنولوجيا المعلومات. بينما معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لأبعاد المحور الثاني قد تراوحت ما بين (0.477/0.779) وهي قيم مقبولة، وبلغت قيمة معامل ثبات (ألفا كرونباخ) لجميع "عبارات الميزة التنافسية" ككل (0.785) وتعد قيمة مقبولة وملائمة للدراسة وبهذا أظهرت جميع نتائج المحور الثاني مستويات جيدة من الثبات، مما يعني أنها أدوات موثوقة لقياس هذه الجوانب. أما فيما يخص معامل الثبات الإجمالي لعبارات الاستبيان ككل فقد بلغت قيمته (0.960) وهي قيمة مرتفعة و جيدة مما يعكس جودة وفعالية الأداة المستخدمة في قياس المحاور المختلفة للاستبيان، وبما أن معامل الثبات ألفا كرونباخ في إجمالي محاور الاستبيان، كانت أكبر من الحد الأدنى أي من 60.0، يمكن القول أن أداة الدراسة صادقة وثابتة في جميع عباراتها.

المطلب الثالث: اختبار التوزيع الطبيعي:

سيتم اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة، وهو عنصر ضروري لاختبار الفرضيات، للتأكد من خضوع بيانات الدراسة للتوزيع الطبيعي أم لا. حيث يتم احتساب قيمة معامل الالتواء ومعامل التفلطح للمتغيرات، ويجب أن تكون هذه القيم محصورة ما بين [-3، 3] بالنسبة لمعامل الالتواء، وما بين [-7، 7] بالنسبة لمعامل التفلطح والجدول أدناه يوضح ذلك:

الجدول 19: جدول يوضح نتائج معامل الالتواء ومعامل التفلطح لمتغيرات الدراسة

معامل التفلطح (Kurtosis)		معامل الالتواء (Skewness)		متغيرات الدراسة
الخطأ المعياري	الاحصائيات	الخطأ المعياري	الاحصائيات	
,733	-,695	,374	-,034	تكنولوجيا المعلومات
,733	-,097	,374	-,668	- التكلفة

- المرونة.	-259,	374,	-1,101,	733,
- الجودة	-167,	374,	-184,	733,
الميزة التنافسية	044,	374,	-894,	733,

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss26

من خلال هذا الجدول أوضحت نتائج الاختبار مدى إتباع البيانات لتوزيع الطبيعي، حيث كانت قيمة معاملات الالتواء بالنسبة للمتغيرات الدراسة بمختلف أبعادها محصورة بين (-0.668 - /0.044) وهي محصورة ما بين [-3 ، 3] أي البيانات لا تتبع انحرافاً كبيراً عن التوزيع الطبيعي وبالتالي فمتغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، ونتأكد من ذلك أيضاً من خلال قيمة معاملات التفلطح التي كانت محصورة بين (-1.101 / -0.097) أي هذه قيمة محصورة ما بين [-7 ، 7] أي أن البيانات لا تحتوي على تفلطح وتحذب كبير يؤثر على نتائج التحليل مما يشير إلى أن البيانات في هذه الدراسة تتبع توزيعاً طبيعياً بالتالي تحقق شروط إجراء التحليل الانحدار لضمان الوثوق بنتائجه والقدرة على مواصلة تحليل نموذج الدراسة اعتماداً على الأساليب الإحصائية المعلمية.

المبحث الثالث: نتائج دراسة تحليل الاستبيان

يعرض هذا المبحث النتائج التي تم التوصل إليها في الدراسة الميدانية من خلال التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها من استبيان الدراسة.

المطلب الأول: تحليل اجابات أفراد العينة

سنتطرق لتحليل القسم الأول من الاستمارة، والذي يسمح لنا بالتعرف على بعض الخصائص المميزة لعينة الدراسة والمتمثلة في الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، رتبة الوظيفي.

أولاً: توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي (الجنس).

يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة جنسهم كما هو موضح في الجدول والشكل التاليين:

الجدول 20: توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي.

النوع الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	18	45%
أنثى	22	55%
المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

الشكل 13: توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي



المصدر: مستخرج من Excel بالاعتماد على الجدول اعلاه.

يتضح من خلال معطيات الجدول و الشكل اعلاه أن 55 % من عينة الدراسة هم من الإناث، و 45% من عينة الدراسة هم من الذكور، اذا نلاحظ ان هناك ارتفاع في نسبة العاملين من جنس الإناث في شركة اتصالات الجزائر بخنشة مقابل إنخفاض في نسبة العاملين من جنس الذكور لكن بنسبة قليلة فقط وهذا يدل على التنوع وشمول الجنسين في المؤسسة اي تنوع في يد العاملة يمكن أن يؤدي إلى تحسين الأداء التنظيمي والإبداع في حل المشكلات. ثانيا: توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية.

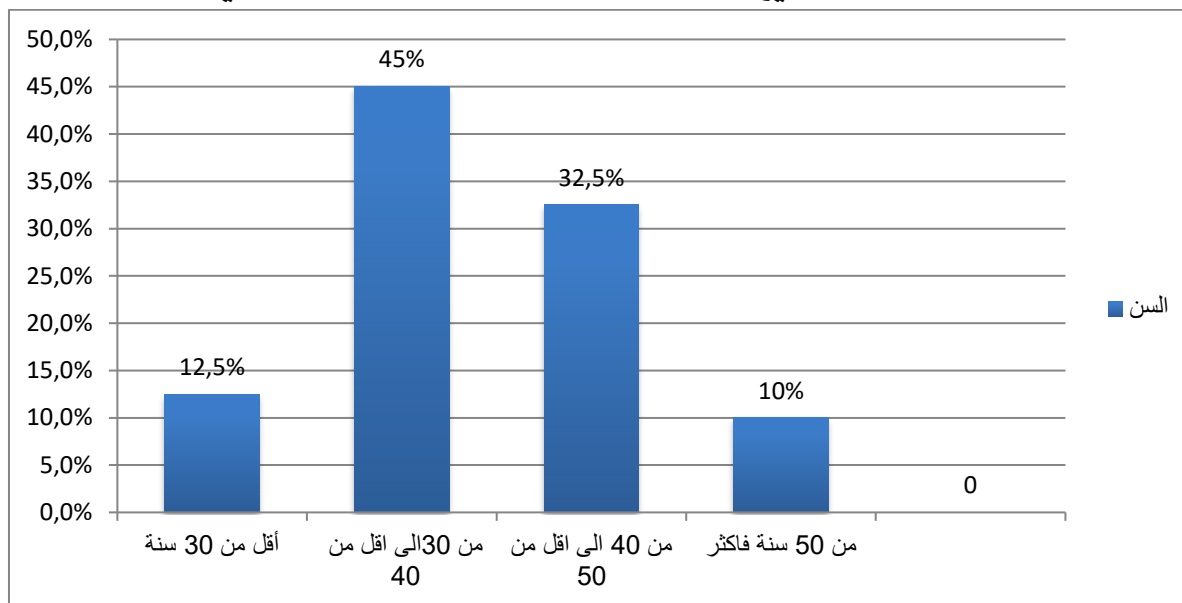
يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب عمرهم كما هو موضح في الجدول والشكل التاليين:

جدول 11: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية

العمر	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	05	12.5%
من 30 إلى أقل من 40	18	45%
من 40 إلى أقل من 50	13	32.5%
من 50 سنة فأكثر	04	10%
المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

الشكل 14: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية



المصدر: مستخرج من Excel بالاعتماد على الجدول أعلاه

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 30 إلى أقل من 40 سنة بنسبة مئوية بلغت 45% تليها الفئة العمرية من 40 إلى أقل من 50 سنة بنسبة مئوية تبلغ 32,5% أما الفئتان العمريتان اللتان تشملان أقل من 30 سنة ومن 50 سنة فأكثر، فقد بلغت نسبتهما 12,5% و 10% لكل منهما على ترتيب ويتضح من هذه البيانات أن أغلب أفراد العينة الخاصة بالدراسة هم من الفئة العمرية المتوسطة.

ثالثا: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

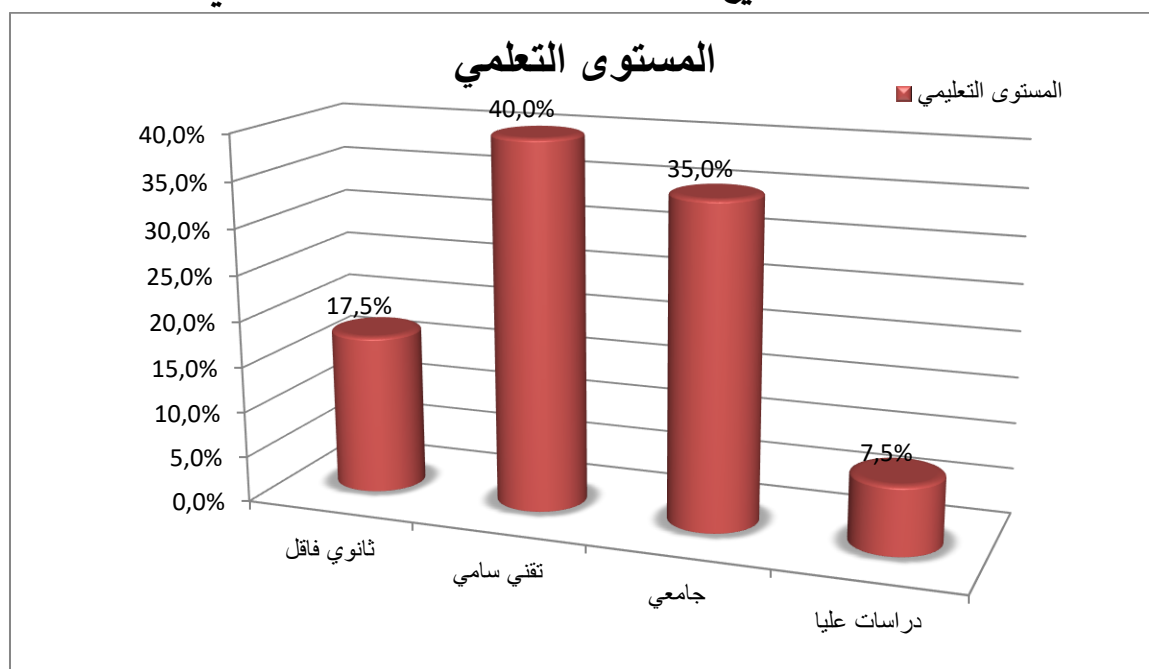
الجدول والشكل الآتيان يمثلان النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.

الجدول 22: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
17.5%	07	ثانوي فاقل
40%	16	تقني سامي
35%	14	جامعي
7.5%	03	دراسات عليا
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

الشكل 15: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: مستخرج من Excel بالاعتماد على الجدول اعلاه

يمكن ملاحظة أن نسبة الحاصلين على شهادة "تقني سامي" تهيمن على العينة المستجوبة بنسبة 40%، تليها فئة الحاصلين على شهادة "جامعية" بنسبة 35%، تأتي بعد ذلك فئة الحاصلين على شهادة "ثانوي فاقل" بنسبة 17.5%، وتأتي فئة الحاصلين على شهادة "دراسات عليا" بنسبة 7.5%، وعليه، نستنتج أن أكثر من نصف عينة البحث يحملون شهادات التكوين المهني وجامعية، مما يعني أن المؤسسة تعتمد على كفاءات وقدرات جيدة ومعارف متخصصة لشغل الوظائف المختلفة.

رابعا: توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة.:

الجدول والشكل الآتيين يمثلان النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

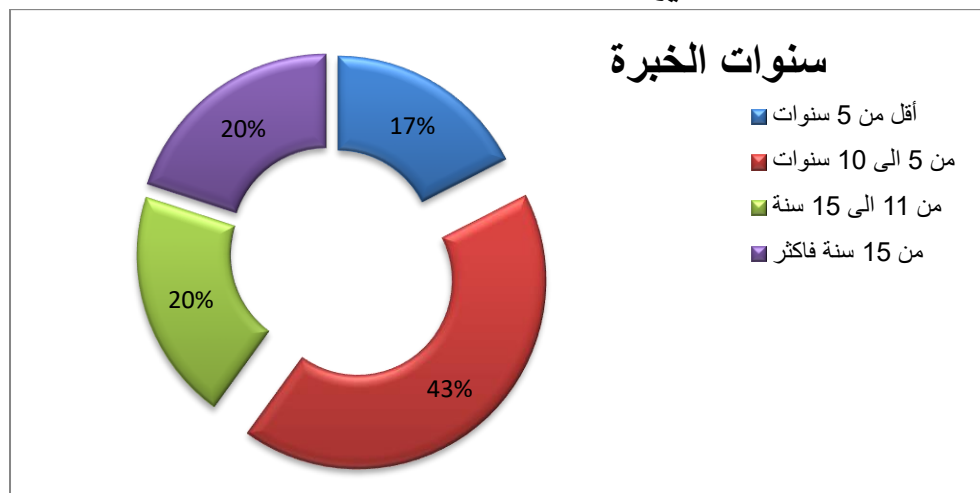
جدول 23: توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة.

سنوات الخبرة	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	07	17.5%
من 5 إلى 10 سنوات	17	42.5%
من 11 إلى 15 سنة	08	20%
من 15 سنة فأكثر	08	20%

المجموع	40	100%
---------	----	------

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

الشكل 16: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة



المصدر: مستخرج من EXCEL بالاعتماد على الجدول أعلاه

يبين الجدول والشكل أعلاه أن الفئة التي تتمتع بأكثر قدر من الخبرة بين أفراد عينة الدراسة هي تلك التي تتراوح خبرتها بين 05 إلى 10 سنوات، بنسبة مئوية بلغت 42.5%، تليها الفئة التي تمتلك خبرة (من 11 إلى 15 سنة) و (من 15 سنة فأكثر) بنسبة مئوية بلغت 20% لكل منهما، وأخيراً، تأتي الفئة التي تمتلك خبرة (أقل من 05 سنوات) بنسبة 17.5% وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة يمتلكون خبرة تزيد عن 5 سنوات، مما يدل على أن الموظفين يتميزون بتراكم رصيد معرفي وعملي جيد يساعد في عملية تحديد وإنشاء المعارف والاستفادة منها في شركة اتصالات الجزائر وكالة خنشة.

خامساً توزيع عينة الدراسة حسب رتبة الوظيفة.

الجدول والشكل الآتين يمثلان النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب رتبة الوظيفة.

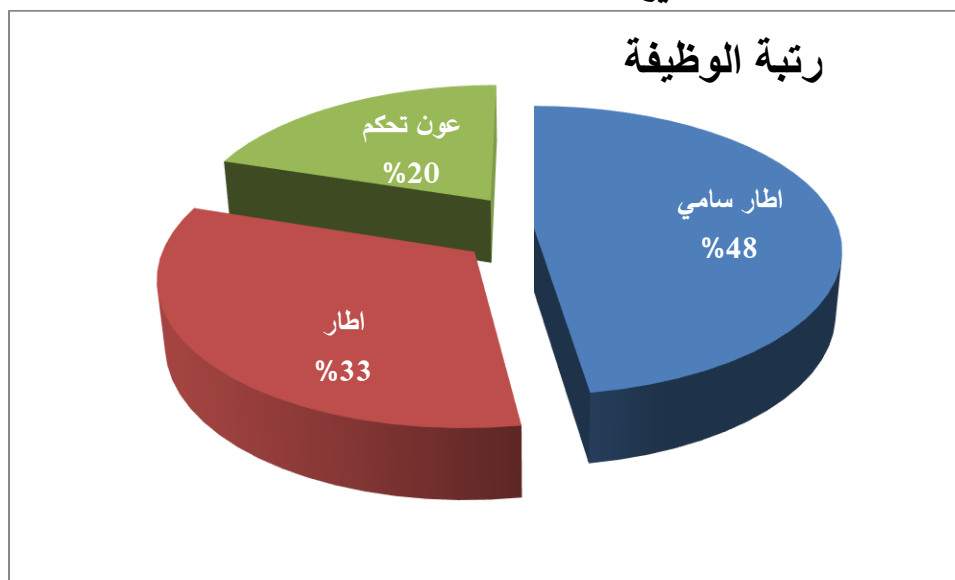
جدول 24: توزيع عينة الدراسة حسب رتبة الوظيفة.

رتبة الوظيفة	التكرارات	النسبة المئوية
اطار سامي	19	47.5%
اطار	16	32.5%
عونتحكم	08	20%

المجموع	40	%100
---------	----	------

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

الشكل 17: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رتبة الوظيفة.



المصدر: مستخرج من EXCEL بالاعتماد على الجدول اعلاه

يبين الجدول والشكل أعلاه أن الفئة التي رتبها الوظيفية بين أفراد عينة الدراسة المسيطرة هي **اطار سامي**، بنسبة مئوية بلغت 47.5%، تليها رتبة **اطار** بنسبة مئوية بلغت 32.5%، وأخيراً، تأتي رتبة **عون تحكم** بنسبة 20%. وتشير هذه النتائج إلى أن هناك تنوع في رتب الوظيفية في المؤسسة محل الدراسة مما يعكس هيكلية متنوعة وشاملة تعزز من تنوع الخبرات والمهارات داخل الفريق.

المطلب الثاني: تحليل اتجاهات أفراد العينة نحو محاور الدراسة.

سيتم في هذا المطلب تحليل محاور الاستبيان بغرض الإجابة عن أسئلة الدراسة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS، حيث سيتم استخدام كل من قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري على مقياس ليكرت [1-5] لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الاستبيان المتعلقة بمحور تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية.

الفرع الاول: تحليل بيانات محور تكنولوجيا المعلومات.

سنحلل نتائج عبارات محور المتغير الاول "تكنولوجيا المعلومات"، حيث تضمن هذا المحور (12) عبارات، وبعد تفريغ إجابات أفراد العينة، كانت النتائج موضحة في الجدول الموالي:

الجدول 25: تحليل العبارات الخاصة بالمحور الاول

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب	اتجاه إجابات أفراد العينة
1.	تمتلك المؤسسة أجهزة حاسوب ومعدات لتقديم الخدمات الإلكترونية.	3,90	1,128	1	موافق
2.	لكل مكتب جهاز حاسوب خاص به مزود بخدمات الانترنت.	3,48	1,062	9	موافق
3.	تعتمد المؤسسة على فكرة تحديث التكنولوجيا الخاصة بنظام المعلومات بصفة مستمرة.	3,45	1,176	10	موافق
4.	تساعد أجهزة الحاسوب المتاحة على تسهيل العمليات الخاصة بأداء المهام.	3,53	1,154	7	موافق
5.	للاتصال بباقي الفروع المؤسسة او بزملائها تستعمل المؤسسة شبكات اتصال خارجية.	3,62	1,005	6	موافق
6.	لغرض تنظيم وظائف المؤسسة تستخدم برمجيات متعددة لتسهيل عملها.	3,08	1,141	12	محايد
7.	تتوفر لدى المؤسسة قاعدة بيانات كافية و شاملة لمختلف الوحدات والاقسام.	3,32	,917	11	محايد
8.	تساهم البرامج المثبتة في إيجاد الحلول للمشاكل التي تواجه المؤسسة.	3,50	,934	8	موافق
9.	تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المؤسسة من تحسين جودة منتجاتها بما يتوافق مع رغبات زبائنها.	3,80	,608	4	موافق
10.	تعمل المؤسسة بتوعية العاملين بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات	3,80	,464	3	موافق
11.	توظف المؤسسة أفراد مؤهلين علميا وعمليا في استخدام تكنولوجيا المعلومات.	3,75	,588	5	موافق
12.	يتم تقديم دورات تدريبية لفائدة العاملين عن كل ما هو جديد فيما يخص تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	3,83	,747	2	موافق
	تكنولوجيا المعلومات	3,5875	60739		موافق

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام مخرجات spss26

يتضح من الجدول اعلاه أن اتجاهات مفردات عينة الدراسة قد أظهرت اتجاهها عاما نحو الموافقة في اغلب عبارات محور تكنولوجيا المعلومات، وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.5875)

وبانحراف معياري قدره (0.60739)، ويعكس هذا تشتت متوسطا في آراء الموظفين، مما يعني أن هناك تباينا معقولا في مستويات الرضا، ولكن بشكل ان غالبية الموظفين يرون أن شركة اتصالات الجزائر تستعمل تكنولوجيا معلومات جيدة، وقد اتضح أن أكثر العبارات موافقة في الإجابة هي العبارة (01) (تمتلك المؤسسة أجهزة حاسوب ومعدات لتقديم الخدمات الإلكترونية). بمتوسط حسابي قدره (3.90) وهذا يشير إلى أن امتلاك معدات تكنولوجيا له تأثير إيجابي كبير على تقديم المعلومات و تطور العمل، في حين كانت أقل العبارات في درجة المحايدة هي العبارة (06) (لغرض تنظيم وظائف المؤسسة تستخدم برمجيات متعددة لتسهيل عملها). بمتوسط حسابي قدره (3.08) هذا يشير إلى أن هناك بعض التحفظات أو المحايدة حول كفاءة برمجيات التي تستعملها المؤسسة محل الدراسة.

يمكن القول أن شركة اتصالات الجزائر بخنشة يحرص على تحسين تكنولوجيا المعلومات التي لديها، وهذا يظهر من الاتجاه العام الإيجابي لآراء الموظفين وبهذا تعتبر تكنولوجيا المعلومات في شركة اتصالات الجزائر بخنشة جيدة إلى حد كبير، مما يعزز مكانتها في السوق ويساهم في تعزيز الثقة والرضا بين العملاء بالرغم أن ليس لديها منافسين في الجزائر.

الفرع الثاني: تحليل بيانات محور أبعاد الميزة التنافسية.

من خلال هذا الفرع سنحلل نتائج عبارات أبعاد محور الميزة التنافسية وذلك بالاستعانة بكل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، والترتيب حسب درجة الأهمية و اتجاه آراء أفراد العينة لكل بعد من أبعاد هذا المحور، كما هو موضح في الجدول الموالي:

أولا: البعد الأول (التكلفة)

يضمن هذا البعد 04 عبارات، والجدول الموالي يوضح إجابات أفراد العينة حول عبارات هذا البعد.

الجدول 26: تحليل العبارات الخاصة بالبعد الاول.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه إجابات أفراد العينة
1.	تسعى المؤسسة إلى تخفيض تكاليف منتجاتها دون المساس بجودة المنتج	3,60	1,744	3	موافق

2.	تركز المؤسسة على تطبيق أساليب تخفيض التكاليف	3,68	1,917	2	موافق
3.	تعمل المؤسسة على توفير أسعار أقل من أسعار المنافسين	3,90	1,128	1	موافق
4.	تعمل المؤسسة على دعم أنشطة البحث والتطوير من أجل خفض التكاليف	3,45	1,085	4	موافق
	التكلفة	3,6562	,61155		موافق

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام مخرجات spss26

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن اتجاهات مفردات عينة الدراسة قد أظهرت اتجاهها عاما مرتقعا في الاجابة على بعد التكلفة، وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.6562) وبانحراف معياري قدره (0.61155) وهذا يشير إلى تباين ضعيف في آراء الموظفين حول التكلفة، حيث أن الانحراف المعياري ليس كبيراً جداً ولكنه يشير إلى وجود بعض الاختلاف بسيط، وقد اتضح اغلب عبارات الخاصة بهذا البعد كانت موافقة في الاجابة على اسئلته اذ تأتي في مرتبة الاولى من حيث الموافقة العبارة رقم (03) (تعمل المؤسسة على توفير أسعار أقل من أسعار المنافسين) بمتوسط حسابي قدره (3.90) مما يعني أن هناك موافقة عامة على تميز المؤسسة بأسعارها المنخفضة برغم ان شركة اتصالات الجزائر ليس لديها منافسين في الجزائر ، في حين كانت أقل العبارات في درجة الموافقة هي العبارة (04) (تعمل المؤسسة على دعم أنشطة البحث والتطوير من أجل خفض التكاليف) بمتوسط حسابي قدره (3.45) مما يدل على قناعة الموظفين بأن النظام يتم تحديثه وتطويره بشكل منتظم بهدف خفض التكلفة ويظهر أن هناك جهود مستمرة لتحسين النظام، مما يعني أن المؤسسة تسعى بشكل دائم إلى تطوير التكنولوجيا والبنية التحتية لتحقيق كفاءة أعلى وتقليل التكاليف. نلاحظ أن المتوسط الحسابي لبعد الاول كان مرتقعا، وهو ما يشير إلى موافقة افراد العينة على ان شركة اتصالات الجزائر بخنشة تعتمد على نظام لتخفيض التكلفة بشكل فعال ومن المحتمل أن الشركة تعتمد على تقنيات حديثة لتحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل النفقات وهذه التحسينات يمكن أن تشمل أتمتة العمليات، استخدام البرمجيات المتقدمة لتحليل البيانات، وتنفيذ استراتيجيات الصيانة الوقائية اذ ان الاعتماد على نظام خفض التكاليف

يشير إلى إدارة فعالة للموارد، سواء كانت مادية أو بشرية. هذا يمكن أن يشمل تحسين استخدام المواد الخام، تقليل الفاقد، وتعزيز كفاءة استخدام الطاقة.

ثانياً: البعد الثاني (المرونة)

يتضمن هذا البعد 04 عبارات، وبعد تفريغ إجابات أفراد العينة كانت النتائج موضحة في الجدول كآتي:

الجدول 27: تحليل العبارات الخاصة بالبعد الثاني.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب	اتجاه إجابات أفراد العينة
5.	تستجيب المؤسسة بسرعة لاحتياجات وتطلعات الزبائن	3,48	1,109	3	موافق
6.	يمكن للمؤسسة تلبية الطلبات المتزايدة لعملائها من حيث النوعية	3,55	1,176	1	موافق
7.	المؤسسة على اطلاع مسبق بما يحدث في السوق	3,05	1,176	4	محايد
8.	تعمل المؤسسة على التكيف والتجاوب مع تطورات المحيط خاصة التكنولوجي	3,53	1,037	2	موافق
	المرونة	3.4000	0.87303		موافق

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام مخرجات spss26

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن اتجاهات مفردات عينة الدراسة قد أظهرت توافقاً عاماً نحو إيجابية بعد المرونة، وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.4000) وانحراف معياري قدره (0.87303)، ويعني أن هناك تجانسا نسبيا في تقييم دور البعد الثاني وان الأغلبية العظمى من الموظفين اتفقوا على أن المرونة لها تأثير إيجابي على اكتساب الميزة التنافسية، هذا يشير إلى أن المرونة تعد عنصراً أساسياً في استراتيجية الشركة، وقد اتضح أن أكثر العبارات موافقة في الإجابة هي العبارة (06) (يمكن للمؤسسة تلبية الطلبات المتزايدة لعملائها من حيث النوعية) بمتوسط حسابي قدره (3.55) مما يعكس توافقا كبيرا بين الموظفين على أن المؤسسة تستغل الفرص المتاحة بشكل جيد من خلال تلبية رغبات الزبون قدرة الشركة على تلبية طلبات العملاء بسرعة وجودة يعزز من رضا العملاء ويمكن الشركة من استغلال الفرص السوقية لتحقيق نمو مستدام في حين كانت أقل

العبارات في درجة موافقة بخيار محايد هي العبارة (07) (المؤسسة على اطلاع مسبق بما يحدث في السوق) بمتوسط حسابي قدره (3.05) مما يشير عكس توافقاً أقل بين الموظفين حول مدى اطلاع الشركة على ما يحدث في السوق هذا يشير إلى أن هناك شعوراً بين بعض الموظفين بأن الشركة قد تحتاج إلى تحسين آليات الرصد والاستجابة للتغيرات السوقية. نلاحظ أن المتوسط الحسابي لبعد الأول كان مرتفعاً، إذ أن الموظفين في شركة اتصالات الجزائر بخنشة يتفقون على أن المرونة تلعب دوراً مهماً في اكتساب الميزة التنافسية وهناك رضا عاماً عن هذه السمة التنظيمية في تلبية الطلبات المتزايدة للعملاء بأعلى درجة من التوافق الذي يشير إلى نجاح الشركة في استغلال الفرص، بينما يشير التقييم الأقل للاطلاع المسبق على السوق إلى وجود مجال للتحسين في هذه النقطة، مما يمكن أن يعزز من فعالية الاستراتيجيات المرنة للشركة بشكل أكبر.

ثالثاً: البعد الثالث (الجودة)

يتضمن هذا البعد 04 عبارات، وبعد تفرغ إجابات أفراد العينة كانت النتائج موضحة في الجدول كالتالي:

الجدول 28: تحليل العبارات الخاصة بالبعد الثالث

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب	اتجاه إجابات أفراد العينة
9.	لدى المؤسسة القدرة على المنافسة على أساس الجودة.	3,35	0,949	4	موافق
10.	تحاول إدارة المؤسسة مطابقة المنتج مع متطلبات الأداء التي يطلبها الزبون	3,47	1,037	3	موافق
11.	تمتاز منتجات وخدمات المؤسسة بالجودة العالية قياساً بالمنافسين الحاليين	3,72	0,640	2	موافق
12.	تسعى المؤسسة إلى تحسين جودة خدماتها لتكون أفضل في سوق	3,90	0,441	1	موافق
	الجودة	3,6125	0,54875		موافق
	الميزة التنافسية	3,5562	,57901		موافق

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام مخرجات spss26

من خلال الجدول السابق، نلاحظ أن اتجاهات مفردات عينة الدراسة قد أظهرت اتجاهاً عاماً نحو الموافقة على بعد الجودة، وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.6125) وبانحراف معياري قدره (0.54875). هذا يظهر أن هناك تبايناً ضعيفاً في آراء الموظفين، بمعنى آخر، أن أغلب الموظفين كانوا إيجابيين بشأن الجودة المقدمة.

وقد اتضح أن أكثر العبارات موافقة في الإجابة هي العبارة (12) (تسعى المؤسسة إلى تحسين جودة خدماتها لتكون الأفضل في السوق)، بمتوسط حسابي قدره (3.90). هذا يشير إلى اتفاق قوي بين الموظفين على أن المؤسسة تبذل جهوداً مستمرة لتحسين جودة خدماتها لتظل رائدة في السوق برغم أن ليس لديها منافسين، في حين كانت أقل العبارات من حيث درجة الموافقة المحايدة هي العبارة (09) (لدى المؤسسة القدرة على المنافسة على أساس الجودة)، بمتوسط حسابي قدره (3.35). هذا يشير إلى أن هناك بعض الشكوك بين الموظفين حول قدرة المؤسسة على المنافسة اعتماداً على الجودة وحدها.

وكحوصلة لنتائج الجدول نلاحظ أن المتوسط الحسابي لبعـد الجودة، كان مرتفعاً مما يشير إلى أن هناك اعترافاً واسعاً بالجودة في الخدمات التي تقدمها شركة اتصالات الجزائر في خنشة. و نلاحظ أيضاً أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة قد أظهرت اتجاهاً عاماً نحو الموافقة على

محور الميزة التنافسية ككل وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.5562) وبانحراف معياري قدره (0.57901) اذ يظهر أن هناك تشتتاً ضعيفاً في آراء الموظفين، مما يشير إلى جهود واضحة لتحسين فعالية الميزة التنافسية في شركة اتصالات الجزائر في خنشة وهذا يشير وجود رضا عام بين الموظفين حول الخدمات والقدرة التنافسية لشركة اتصالات الجزائر في خنشة وأن الشركة تبذل جهوداً مستمرة لتحسين التكلفة و المرونة وجودة خدماتها وتعزيز مكانتها التنافسية في السوق ومع ذلك، هناك بعض الشكوك حول القدرة على المنافسة على أساس الجودة وحدها، مما قد يشير إلى الحاجة إلى استراتيجيات دعم إضافية لتعزيز هذه الميزة.

المطلب الثالث: اختبار وتحليل الانحدار البسيط للاستبيان

في هذا المطلب سنتطرق إلى تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضيات الرئيسة والفرعية للدراسة، والهدف منه هو التحقق من خطية العلاقة بين المتغير المستقل و المتغير التابع.

الفرع الاول: اختبار الانحدار البسيط للاستبيان.

أولاً: تحليل الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و التكلفة.

بإستخدام اختبار تحليل الانحدار البسيط لتحقيق من وجود دور وأثر بين تكنولوجيا المعلومات و التكلفة في شركة اتصالات الجزائر بخنشة، كانت النتائج كما هي موضح في الجدول الموالي:

الجدول 29: يوضح نتائج تحليل الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و التكلفة.

تكنولوجيا المعلومات						
معامل	قيمة F	قيمة T	مستوى	معامل	معامل	التكلفة
الانحدار B	المحسوبة	المحسوبة	الدلالة Sig	التحديد R ²	الارتباط R	
0.640	25.714	5.071	0.000	0.404	0.635	

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام مخرجات spss26

من خلال نتائج الواردة في الجدول اعلاه يتضح أن:

- معامل الارتباط R: من خلال قيمة الارتباط المقدرة ب(0.635)، وقيمة مستوى المعنوية اقل من 0.05 يدل على وجود علاقة متوسطة بين تكنولوجيا المعلومات و التكلفة.
- معامل التحديد R²: من خلال معامل التحديد الذي قدر ب(0.404)، يتضح أن العمل تكنولوجيا المعلومات يحدث تغير في التكلفة بنسبة 40 %.
- معنوية التأثير قيمة T المحسوبة: تشير قيمة T المحسوبة والمقدرة ب(4.071)، الأقل من القيمة الجدولية إلى وجود تأثير لمحور تكنولوجيا المعلومات على التكلفة في مؤسسة محل الدراسة.
- جودة النموذج قيمة F المحسوبة: تشير قيمة F المحسوبة والتي تقدر ب(25.714)، إلى جودة نموذج العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات و التكلفة.
- معامل الانحدار B (معامل التأثير): تشير قيمة معامل التأثير والمقدرة ب(0.640)، إلى أنه كلما زادت الجهود المبذولة لإنجاح تكنولوجيا المعلومات بوحدة واحدة يعقبها زيادة في تحسين التكلفة بنسبة 64 %.

ثانيا: تحليل الانحدار البسيط بينتكنولوجيا المعلومات و المرونة

بإستخدام اختبار تحليل الانحدار البسيط لتحقيق وجود دور وأثر بينتكنولوجيا المعلومات و المرونة في شركة اتصالات الجزائر بخنشة ، كانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول 30: يوضح نتائج تحليل الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و المرونة.

تكنولوجيا المعلومات

المرونة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى الدلالة Sig	قيمة T المحسوبة	قيمة F المحسوبة	معامل الانحدار B
	0.883	0.780	0.000	11.613	134.863	1.270

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام مخرجات spss26

من خلال نتائج الواردة في الجدول اعلاه يتضح أن:

- **معامل الارتباط R** : من خلال قيمة الارتباط المقدرة ب(0.883)، وقيمة مستوى المعنوية اقل من 0.05 يدل على وجود علاقة قوية بين تكنولوجيا المعلومات و المرونة.
- **معامل التحديد R²** : من خلال معامل التحديد الذي قدر ب(0.780)، يتضح أن تكنولوجيا المعلومات يغير من المرونة بنسبة 78%.
- **معنوية التأثير قيمة T المحسوبة**: تشير قيمة T المحسوبة والمقدرة ب(11.613)، الأقل من القيمة الجدولية إلى وجود تأثير بين تكنولوجيا المعلومات و المرونة.
- **جودة النموذج قيمة F المحسوبة**: تشير قيمة F المحسوبة والتي تقدر ب(134.863)، إلى جودة نموذج العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات و المرونة.
- **معامل الانحدار B (معامل التأثير)**: تشير قيمة معامل التأثير والمقدرة ب(1.270)، إلى أنه كلما زادت الجهود المبذولة لإنجاح تكنولوجيا المعلومات بوحدة واحدة يعقبها زيادة في تحسين المرونة بنسبة 100%.

ثالثا: تحليل الانحدار البسيط بينتكنولوجيا المعلومات و الجودة.

يستخدم اختبار تحليل الانحدار البسيط لتحقيق وجود دور وأثر بين تكنولوجيا المعلومات و الجودة في شركة اتصالات الجزائر بخنشة، كانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول 31: يوضح نتائج تحليل الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الجودة.

تكنولوجيا المعلومات						
الجودة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى الدلالة Sig	قيمة T المحسوبة	قيمة F المحسوبة	معامل الانحدار B
	0.810	0.655	0.000	8.500	72.250	0.731

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام مخرجات spss26

- من خلال نتائج الواردة في الجدول اعلاه يتضح أن:
 - **معامل الارتباط R:** من خلال قيمة الارتباط المقدرة ب(0.810)، وقيمة مستوى المعنوية أقل من 0.05 مما يدل على وجود علاقة قوية بين تكنولوجيا المعلومات و الجودة.
 - **معامل التحديد R² :** من خلال معامل التحديد الذي قدر ب(0.655)، يتضح أن وجود تكنولوجيا المعلومات يساهم في احداث تغير في الجودة بنسبة 65%.
 - **معنوية التأثير قيمة T المحسوبة:** تشير قيمة T المحسوبة والمقدرة ب(8.500)، الاقل من القيمة الجدولية عند مستوى إلى وجود تأثير بين تكنولوجيا المعلومات و الجودة.
 - **جودة النموذج قيمة F المحسوبة:** تشير قيمة F المحسوبة والتي تقدر ب(72.250)، إلى جودة نموذج العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات و الجودة.
 - **معامل الانحدار B (معامل التأثير):** تشير قيمة معامل التأثير والمقدرة ب(0.731)، إلى أنه كلما زادت الجهود المبذولة لتطبيق تكنولوجيا المعلومات بوحدة واحدة يعقبها زيادة في تحسين الجودة بنسبة 73%.
- رابعا :تحليل الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية.
- باستخدام اختبار تحليل الانحدار البسيط لتحقق من وجود دور وأثر بين تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية في شركة اتصالات الجزائر بخنشة، كانت النتائج كما هي موضح في الجدول الموالي:

الجدول 32: يوضح نتائج تحليل الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية

تكنولوجيا المعلومات						
الميزة التنافسية	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى الدلالة Sig	قيمة T المحسوبة	قيمة F المحسوبة	معامل الانحدار B
	0.923	0.853	0.000	14.822	219.700	0.880

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام مخرجات spss26

- من خلال نتائج الواردة في الجدول اعلاه يتضح أن:
- **معامل الارتباط R :** من خلال قيمة الارتباط المقدرة ب(0.923)، وقيمة مستوى المعنوية أقل من 0.05 مما يدل على وجود علاقة قوية بين تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية.

- معامل التحديد R^2 : من خلال معامل التحديد الذي قدر ب(0.853)، يتضح أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في تغيير الميزة التنافسية بنسبة 85%.
- معنوية التأثير قيمة T المحسوبة: تشير قيمة T المحسوبة والمقدرة ب(0.853)، الأقل من القيمة الجدولية والدالة الإحصائية عند مستوى دلالة (0.000) إلى وجود تأثير تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية.
- جودة النموذج قيمة F المحسوبة: تشير قيمة F المحسوبة والتي تقدر ب(219.700)، إلى جودة نموذج العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية.
- معامل الانحدار B (معامل التأثير): تشير قيمة معامل التأثير والمقدرة ب(0.880)، إلى أنه كلما زادت الجهود المبذولة لتطبيق تكنولوجيا المعلومات بوحدة واحدة يعقبها زيادة في تحسين الميزة التنافسية بنسبة 88%.

خلاصة الفصل:

تعرفنا من خلال هذا الفصل على لمحة عن شركة اتصالات الجزائر بخنشة وكذا هيكلها التنظيمي، ولقد اعتمدنا في انجاز هذا العمل على طريقة الاستبانة التي وزعناها على موظفي المؤسسة، والتي تحتوي على مجموعة محاور هي تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية، وكان هدفنا من خلالها إلى الإجابة على إشكالية بحثنا التالية: " ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية؟

وبعد استرجاعها قمنا بتفريغها وتحليل بياناتها باستخدام أساليب إحصائية عديدة كالنسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، اختبار ألفا كرو نباخ، ثم قمنا بعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات، وتوصلنا إلى عدة نتائج أهمها أن هناك علاقة و دور ذو دلالة إحصائية بين دور ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات في تحسين الميزة التنافسية بشركة اتصالات الجزائر عند مستوى الدلالة (0.05)."

وعند بحث أثر كل محور من محاور الاستبيان تبين ان تكنولوجيا المعلومات تأثر على نحو مستقل في مستوى امتلاك و تحسن الميزة التنافسية لدى أفراد عينة البحث، وجدنا أن هناك اثر ذو دلالة إحصائية عند نقطة الفصل مستوى المعنوية ($a=0.05$).

الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة تبين لنا ان تكنولوجيا المعلومات اصبحت جزء لا يتجزأ من مؤسسة اتصالات الجزائر فبفضلها جعلت اتصالات الجزائر تقوم بقفزة فريدة من نوعها وانتقالها لمكانة جيدة في خدماتها من خلال مساعدتها في تسهيل القيام بوظائفها بكفاءة وفعالية وباستغلالها لتكنولوجيا المعلومات طورت من خدماتها التي ادت هذه الاخيرة الى زيادة عدد الزبائن بشكل ملحوظ. وللإجابة على الاشكالية الرئيسية للدراسة تمت دراسة ميدانية في مديرية اتصالات الجزائر لولاية خنشلة ككل وذلك من خلال اسقاط الجانب النظري على المؤسسة، حيث تم الوصول الى نتائج نظرية أهمها:

- تهدف تكنولوجيا المعلومات الى تقليل التكلفة والوقت وزيادة جودة المنتج او الخدمة المقدمة.
- زيادة حاجة المؤسسات إلى تكنولوجيا المعلومات والاسراع في تبنيها
- الاستغلال الامثل لتكنولوجيا المعلومات يحسن من مستوى المؤسسة وتطويرها واستمراريتها.
- استلاء اتصالات الجزائر للمرتبة 14 في تنمية تكنولوجيا المعلومات.
- مواكبة العصرنة من خلال استعمالها لتكنولوجيا المعلومات واستغناءها عن الطرق التقليدية في حفظ ونقل ومعالجة المعلومات.
- تسهيل العمليات اليومية للزبون من دفع الفواتير، والارصدة عن طريق تطبيقات خاصة كبريدي موب دون عناء التقدم الى الشبايبك الخاصة بهم.
- اما نتائج الدراسة التطبيقية فتتمثل في الاتي:
- تطبق اتصالات الجزائر لولاية خنشلة تكنولوجيا المعلومات مما يساهم في تطوير المؤسسة واستمرارها
- حرص مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية خنشلة على التجديد والتحسين المستمر لتكنولوجيا المعلومات والذي يساعد على كسب ثقة الزبون.
- تتميز مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية خنشلة بأسعارها المنخفضة بالتالي تحقيق ركيزة من ركائز الميزة التنافسية ألا وهي التكلفة.
- اعتماد المؤسسة على أنظمة وتقنيات حديثة الكفاءة التشغيلية والتقليل من النفقات حيث تشمل اتمة العمليات واستخدام البرمجيات المتقدمة لتحليل البيانات.

- من العناصر الأساسية لاستراتيجية الشركة المرونة من خلال استغلالها للفرص المتاحة والذي يؤدي الى تلبية رغبات الزبون بسرعة وجودة.
- بذل المؤسسة جهد مستمر لتحسين جودة خدماتها.
- تخضع خدمات اتصالات الجزائر للجودة بالرغم من انها لا تخضع للتنافس لاحتكارها السوق.
- عدم تطبيق القوى الخمس لبورتر في مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية خنشلة
- توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على التكلفة حيث قيمة الارتباط بين المتغيرين (R) تساوي (0.635) مما يدل على علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائيا بين المتغيرين، كما أن قيمة الانحدار (الأثر) للمتغير المستقل على المتغير التابع تساوي (0.640) مع درجة معنوية (sig) تساوي اقل من (0.05) مما يدل على علاقة متوسطة بين تكنولوجيا المعلومات والتكلفة.
- توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على المرونة حيث قيمة الارتباط بين المتغيرين (R) تساوي (0.883) مما يدل على علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائيا بين المتغيرين، كما أن قيمة الانحدار (الأثر) للمتغير المستقل على المتغير التابع تساوي (1.270) مع درجة معنوية (sig) تساوي أقل من (0.05) مما يدل على علاقة قوية بين تكنولوجيا المعلومات والمرونة.
- توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على الجودة حيث قيمة الارتباط بين المتغيرين (R) تساوي (0.810) مما يدل على علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائيا بين المتغيرين، كما أن قيمة الانحدار (الأثر) للمتغير المستقل على المتغير التابع تساوي (0.731) مع درجة معنوية (sig) تساوي أقل من (0.05) مما يدل على علاقة قوية بين تكنولوجيا المعلومات والجودة.
- توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية حيث قيمة الارتباط بين المتغيرين (R) تساوي (0.923) مما يدل على علاقة ارتباطية ايجابية دالة إحصائيا بين المتغيرين، كما أن قيمة الانحدار (الأثر) للمتغير المستقل على المتغير التابع تساوي (0.880) مع درجة معنوية (sig) تساوي أقل من (0.05) مما يدل على علاقة قوية بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية.

اختبار صحة الفرضيات

بعد تحليل العلاقة بين كل من تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية وابعادها بشركة اتصالات الجزائر بخنشة كانت العلاقة إيجابية عند معنوية اختبارالفصل (0.05) والتي كانت مدخل لمناقشة الفرضيات واختبارها.

الفرضية الأولى: رغم التطورات والتغيرات الحالية إلا أن الجزائر لا تعتمد بشكل كلي على تكنولوجيا المعلومات. ومنه الفرضية الاولى خاطئة.

الفرضية الثانية: يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال تكنولوجيا المعلومات عن طريق وضع استراتيجيات للمنافسين والزبائن. ومنه صحة الفرضية الثانية.

الا ان اتصالات الجزائر لا تطبق هذا النوع من الاستراتيجيات لاعتبارها محتكرة للسوق.

تم استخدام تحليل الارتباط وتحليل الانحدار البسيط في اختبار الفرضية الرئيسية والفرعية التابعة لها، للتأكد من صلاحية النموذج، وقد اعتمدت قاعدة القرارات التالية:

- الفرضية الصفرية: H_0 هناك دورذودلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية بشركة اتصالات الجزائر بخنشة
- الفرضية الصفرية: H_1 ليس هناك دور ذو دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية بشركة اتصالات الجزائر بخنشة
- قبول الفرضية الصفرية H_0 : إذا كانت قيمة مستوى الدلالة المعنوية أقل من (0.05).
- قبول الفرضية: H_1 إذا كانت قيمة مستوى الدلالة المعنوية أكبر من (0.05).
- من أجل اختبار الفرضية الرئيسية ومعرفة مدى قبولها أو رفضها، علينا أولاً أن نختبر الفرضيات الفرعية.

أولاً: اختبارالفرضية الفرعية الأولى

" هناك دورذودلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات في تحسين التكلفة بشركة اتصالات الجزائر بخنشة عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) "

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الموضحة بالجدول السابقة أن مستوى الدلالة المعنوية كانت أقل من 0.05 مما يعني قبول الفرضية الصفرية H_0 ورفض الفرضية البديلة H_1 والذي ينص على ان هناك دور ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات في تحسين التكلفة بشركة اتصالات الجزائر بخنشة وهذا ما يعني صحة الفرضية الفرعية الأولى.

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية

" هناك دور ذو دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات في تحسين المرونة بشركة اتصالات الجزائر بخنشة عند مستوى الدلالة (0.05) "

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الموضحة بالجدول السابقة أن مستوى الدلالة المعنوية كانت أقل من 0.05 مما يعني قبول الفرضية الصفرية H_0 ورفض الفرضية البديلة H_1 والذي ينص على ان هناك دور ذو دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات في تحسين المرونة بشركة اتصالات الجزائر بخنشة وهذا ما يعني صحة الفرضية الفرعية الثانية.

ثالثا: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

" هناك دور ذو دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات في تحسين الجودة بشركة اتصالات الجزائر بخنشة عند مستوى الدلالة (0.05) "

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الموضحة بالجدول السابقة أن مستوى الدلالة المعنوية كانت أقل من 0.05 مما يعني قبول الفرضية الصفرية H_0 ورفض الفرضية البديلة H_1 والذي ينص على ان هناك دور ذو دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات في تحسين الجودة بشركة اتصالات الجزائر بخنشة وهذا ما يعني صحة الفرضية الفرعية الثالثة.

رابعا: اختبار الفرضية الرئيسية

" هناك دور ذو دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات في تحسين الميزة التنافسية بشركة اتصالات الجزائر بخنشة عند مستوى الدلالة (0.05) "

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الموضحة بالجدول السابقة أن مستوى الدلالة المعنوية كانت أقل من 0.05 مما يعني قبول الفرضية الصفرية H_0 ورفض الفرضية البديلة H_1 والذي ينص على ان هناك دور ذو دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات في تحسين الميزة التنافسية بشركة اتصالات الجزائر وهذا ما يعني صحة الفرضية الرئيسية.

توصيات الدراسة:

- التحسين من مستوى خدماتها خاصة الانترنت.
- الاسراع في تغطية مناطق الظل بالانترنت وشبكة الاتصال.
- دراسة امكانية تطبيق الجيل الخامس.
- الشراكة مع مؤسسات خاصة من اجل تحسين تسيير المؤسسة والرفع من جودة خدماتها اكثر.
- نظرا للاهمية البالغة التي يكتسبها موضوع البحث، نفترح فتح افاق لبحوث اخرى اكثر دقة وتحتوي احصاءات جديدة من خلال التطرق إلى:
- تأثير الجودة على أداء المؤسسات الاقتصادية.
- تأثير رضا الزبون على تنافسية المؤسسات الاقتصادية.
- دور معاليم التنافسية في تحسين مستوى المؤسسات الوطنية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع باللغة العربية

الكتب

1. اشرف السعيد احمد، تكنولوجيا المعلومات وإدارة الأزمات، 2013.
2. الخامسة سايجي، د. آمال حفاوي، التسويق الالكتروني للخدمات، اليازوري.
3. بهجت راضي، إدارة الجودة الشاملة (المفهوم و الفلسفة و التطبيقات)، الطبعة الأولى، مصر (القاهرة)، 2016.
4. جورج غرين، الوجيز في إدارة العمليات والتكنولوجيا، ترجمة: سامي سمير جرجي، دار الكتاب العربي، بيروت (لبنان)، 2009،
5. حيدر شاكر البرزنجي، محمود حسن جمعة، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة منظور [إداري _تكنولوجي]، 2013.
6. رائد محمد عبدربه، نظرية المنظمة والمؤسسات، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان (الأردن) 2012،
7. سعد غالب ياسين، الادارة الدولية: مدخل استراتيجي، دار اليازوري، عمان، 1999،.
8. شريف حمدي، تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعزيز الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2023، القاهرة.
9. عادل محيد عيدان العادلي، حسين وليد حسين عباس، الاقتصاد في ظل التحولات المعرفية والتكنولوجية، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان (الأردن)، 2016.
10. عبدالناصر علك حافظ، حسين وليد حسين عباس، نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان (الأردن)، 2014،.
11. علي السلمي، تطوير اداء وتجديد المنظمات، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان،
12. غسان عيسى العمري، سلوى امين السامرائي، نظم المعلومات الاستراتيجية مدخل استراتيجي معاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2008،
13. فاضل حمد القيسي، علي حسون الطائي، الإدارة الإستراتيجية نظريات، مداخل، أمثلة وقضايا معاصرة، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014،

14. ليث عبد الله القهيوياخرون، جودة المعلومات والذكاء الاستراتيجي في بناء المنظمات المعاصرة، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.
15. محمد هاني محمد، إدارة وتنظيم وتطوير الأعمال (قياس الاداء المتوازن)، دار المعترف للنشر والتوزيع، ط1، عمان (الأردن)، 2014،
16. نبيل مرسي خليل، التنافسية في مجال الأعمال، مركز اسكندرية للكتاب ،
17. نبيل مرسي خليل، الإدارة الاستراتيجية: تكوين و تنفيذ إستراتيجيات التنافس،
18. نعيم إبراهيم الظاهر، إدارة المعرفة، عالم الكتب الحديث، ط1، اربد (الأردن)، 2009.
19. هاشم فوزي العبادي، جليل كاظم العارضي، نظم إدارة المعلومات (منظور إستراتيجي)، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012.
20. وليد بن التركي، دور نقل التكنولوجيا في تحسين القدرة التنافسية، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الاسكندرية، 2016،

مجلات وملتقيات

1. ابن ناقله قدور « المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية » ، المداخلة في الملتقى الدولي حول « متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية.
2. أ. رسلان خضور، أ. نادية شبانة، دراسة تحليلية لتنافسية الاقتصاد السوري، مجلة الدراسات المالية، المحاسبية والإدارية، العدد الثاني، ديسمبر 2014، جامعة ام البواقي، الجزائر.
3. سالم إلياس، "التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال، مجلة أبحاث ودراسات التنمية"، العدد1، جوان 2021، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.
4. عبد الرؤوف بوزيدي، بلال نصيرة، مروة موسى، "دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في خلق الميزة التنافسية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة ولاية الوادي"، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد1، ماي 2021، الجزائر.
5. فتيحة علوط: (مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية: تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحقيق الميزة التنافسية)، العدد2، ديسمبر 2021، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجزائر.
6. مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، الميزة التنافسية، العدد السادس، ديسمبر 2015،

7. محمد مسلم الدماك، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية - العدد الثالث)، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة السادات، مصر، مارس 2022.
8. نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، الإسكندرية، 1998.
9. وسام بنت مشعل الغمس، نسرین بنت ناصر السيارى، "دور القيادة الإبداعية في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات السعودية رؤية مستقبلية"، مجلة منار الشرق للتربية والتكنولوجيا، العدد 3، سبتمبر 2023، قسم الإدارة والتخطيط التربوي، كلية التربية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.

محاضرات واطروحات

1. بضياف عبد المالك، محاضرات في مقياس: اقتصاد الاستثمار والتنافسية، موجهة لطلبة السنة أولى ماستر علوم اقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، السنة الجامعية 2019/2020.
2. جمال ملكي، "إعادة هندسة الأعمال وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعومات دراسة حالة (أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة العمليات التجارية)، قسم علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2021/2022.
3. خراز الاخضر، دور الإبداع في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية (أطروحة ماجستير: تخصص مالية دولية)، التسيير الدولي للمؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، الجزائر، 2011.
4. محاضرات، مقدمة في نظم المعلومات والاتصال، مفهوم البيانات والمعلومات، سنة أولى ماستر مقاولاتية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

مواقع الكترونية

1. وكالة الأنباء الجزائرية، الجزائر تتقدم بـ 14 مرتبة في مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
2. وكالة الأنباء الجزائرية، "سرعة الأنترنت الثابت والنقل في الجزائر تسجل ارتفاعا معتبرا"،
3. موهوبون، بحث متكامل حول تعريف التكنولوجيا وفوائدها وأضرارها ومجالات استخدامها.

4. موفق، كيف تختار الميزة التنافسية لمشروعك التجاري.
5. مؤشر سبيد تيسر العالمي، ترتيب سرعات النطاق العريض المتنقل والثابت من جميع أنحاء العالم على أساس شهري،..
6. مقالة، أنواع تكنولوجيا المعلومات، لوحظ يوم 4 مارس 2024، على الساعة 01:15،
7. مدونة، استراتيجيات الميزة التنافسية لمايكل بورتر، الدكتور محمد طاهر صالح،
8. مدونة الدكتور صنفات العتيبي،
9. محمد عبد العزيز، أنواع تكنولوجيا المعلومات.
10. عربية، التقاضي الالكتروني في الجزائر بين ثورة المعلوماتية وعدالة المحاكمات، الصحافي الجزائري محمد لهوازي.
11. شمس، تكنولوجيا المعلومات، مفهومها، مراحل تطورها، خصائصها ومكوناتها (بشكل كامل)
12. حروف عربي، خصائص تكنولوجيا المعلومات، المجنون، لوحظ يوم 1 مارس 2024.
13. بكة، تكنولوجيا المعلومات: التعريف والتخصصات والخصائص والأنواع وخدمات الدعم، بكة.
14. بكة، البنية التحتية الرقمية: المكونات والأنواع وطرق تطويرها وأهم الدورات الخاصة بها، بكة، 4 مارس 2024،
15. النهار اونلاين، الجزائر تحتل المرتبة 88 في مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فريق النهار اونلاين.
16. الشعب اونلاين، بداري يستعرض جهود الجزائر في تطوير البحث العلمي والمؤسسات الناشئة، واج.
17. الجزائر الجديدة، هكذا يتم تأمين الأرضيات التعليمية الرقمية بالجامعة، أمينة صحرابي
18. الاتحاد، بدخول العديد من الإصلاحات: 2023،... ثورة في قطاع الاتصالات، بالجزائر،
19. الاتحاد، بدخول العديد من الإصلاحات: 2023....، ثورة في قطاع الاتصالات، بالجزائر.
20. أكاديمك التدريب والتعليم عن بعد، الميزة التنافسية للموارد البشرية،
21. أفضل ويب، مفهوم تكنولوجيا المعلومات وأنواعها، أفضل ويب.
22. أرقام، الميزة المطلقة والميزة النسبية؟ وما لفرق بينهما؟، أرقام،

23. Aws، مالمقصود بالبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات؟

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

- 1-Hubert Drouvot, Gérard verna, **LES POLITIQUES DEDÉVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE**, l'IHEAL, Paris, 1994.
- 2-Christopher, Martin, Ph. Powel, **Information Systems, A Management Perspective**, Mc. Grow-Hill Bock Company, London, 1992.
- 3-**Dictionnaire Larousse de français**, LAROUSSE, France, 2016.
- 4-Coursera, **What is Information Technology ? 2024 Guide**, Jessica Schulze, viewed in1 march 2024.
- 5-indeed, **What Is Information Technology?(Importance, Roles and Types)**, Indeed Editorial Team, viewed in 1march2024.
- 6-Rana Raad Shaker and Mansoor Noori Hussin :(**Journal of Physics the impact of information technology and big data business intelligence**), 1530, 2020, College of Education, University of Al-Qadisiyah, Iraq..
- 7-Redhate, **Une infrastructure informatique, qu'est-ce que c'est ?**, Consulté le 3 mars 2024.
- 8- World economic forum, " world competitiveness report", Geneva, 1999, haridasJogdankar, **Basics of Entrepreneurship Development**, Laxmi Book Publication, India, 2017,
- 9- Michael porter, **les choix stratégiques concurrence economic**, paris, France, 1986,
- 10- .Pawel Ceglinski, (**journal of Positive Management: The Concept of Competitive Advantages.Logic,Sources and Durability**), No.3, May 2017, Department of Business Excellence, faculty of Economic Sciences and Management, University Nikolas,Poland.
- 11- porterzlicheale "**liavantagecomcurrentrel**".tradit de l'américain par DELEVERGER philippe . Durnod .paris1997.
- 12- porterMichael.«**laconcurrence se laourpoeter**» village mondial, paris,1999,
- 13- Porter Michoal, **la concurrence se buforterss'op.cit.**
- 14- porter Michel. **l'avantage concurrertip**, Référence mentionnée ci-dessus
- 15- Judith r.gorden steven R **information system a management approach** second edition new york the Dryden press 1999.

LES CITE DE WEB

1. <https://Mawhopon.net>
2. <https://www.elitihadcom.dz/>.

3. <https://eldjazairdjadida.dz/>
4. <https://echaab.dz/2023/09/17/>
5. <https://independentarabia.com/node/472991/>
6. <https://ennaharonline.com/>
7. <https://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/153697-14>
8. <https://starshams.com/2022/12/Information-technology.html>
9. <https://fastercapital.com/mawdoo3/البنية-التحتية-لتكنولوجيا.html>
10. <https://aws.amazon.com/what-is/it-inrastructure/>
11. <https://bakkah.com/ar/Knowledge-center>
12. <https://redhate.com/fr/topics/cloud-computing/what-is-it-infrastructure>.
13. <https://bakkah.com/ar/Knowledge-center/information-technology-iti-business-processes> .
14. <https://afdalweb.com/>
15. <https://mawdoo3.com/>
16. <https://Sg.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-information-technology> .
17. <https://horofar.com/>.
18. <https://www.productplan.com/glossary/information-technology/>
19. <https://www.coursera.org/articles/what-is-information-technology>.
20. <https://larousse.fr/dictionnaires/français/information/42993>
21. <https://www.britannica.com/technology/technology>
22. <https://www.elitihadcom.dz/>، بدخول-العديد-من-الإصلاحات-2023-ثورة في
23. <https://www.arqaam.com/ar/article/articledetail/id/1600622> .
24. <https://mowaffaq.com/competitive-advantage> .
25. <https://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/157969-2024-02-28-16-23-48>
26. <https://www.speedtest.net/global-index>
27. <https://blogkouode.sa/sunhat/2000>.
28. <https://www.drmtaher.com/2022/01/porter.html>
29. <https://www.arpce.dz/ar/indic/fixe>
30. <https://www.arpce.dz/ar/indic/internet>

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et De la Recherche Scientifique
Université Abbes Lghrour - Khanchela
جامعة عيسى لغورور خنشلة
Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences gestion
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الرقم: / ك ع ا ت ع ت / ن ع ل ب ت ب ع ع خ / 2024

خنشلة في : إلى السيد: مدير إتصالات الجزائر

تسهيـــــــــل مهـــــــــمة

سعيًا لإستكمال البرنامج الدراسي ، المقرر للحصول على شهادة ماستر نظام ل م د في علوم التسيير والعلوم التجارية ، ومن أجل تجسيد المفاهيم النظرية للطلبة . يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة وتسهيل المهمة للطلاب:

الاســــــــم : رانيا آية الرحمان / نصيرة
تاريخ الميلاد: 1999-02-21 / 2001-03-13
رقم التسجيل: 34053986 / 34051956
الشعبة : تسيير عمومي
عنوان المذكرة : دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية
*وذلك من أجل إجراء تريض تطبيقي لدى مؤسساتكم

استكمال التسهيل
تاريخي 2024
التي هي إتصالات
المدير العملي للإتصالات خنشلة
شمس الدين بويش

رئيس القسم
شمس الدين بويش
رئيس قسم العلوم التجارية
شمس الدين بويش
المكاتب العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
جامعة عباس لغزور خنشلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences gestion
نيلية الصادة للدراسات مابعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية
Vice décanat chargé de la post graduation
De la recherche scientifique et de relations extérieures

الرقم: / ك ع ا ت ع ت / ن ع ل ب ت ب ع ع خ / 2024

استمارة تقييم المتربص(ة)

اللقب: هاني / عثمانى

الاسم: رانيا آية الرحمان / نصيرة

مكان الميلاد: خنشلة / خنشلة

تاريخ الميلاد: 1999-02-21 / 2001-03-13

ال تخصص: تسيير عمومي

رقم التسجيل: 34053986 / 34051956

عنوان المذكرة: دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية

مكان التربص: إتصالات الجزائر

فترة التربص من: 04 - 04 إلى 30 - 04 - 2024

ملاحظة	العلامة	عناصر المراقبة
	04/...	المواظبة
	04/...	المبادرة
	04/...	المعارف التطبيقية
	04/...	قدرة العمل
	04/...	العلاقة مع العمال
	04/...	العلامة النهائية
20/...	...	

الملاحظات أخرى:

رئيس قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
رئيس قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
رئيس قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

ممثل المؤسسة
Chef de Département
Support Commercial





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم والبحث العلمي
جامعة عباس لغرور - خنشلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
تخصص تسيير عمومي



استبيان حول

دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية "دراسة حالة في شركة اتصالات الجزائر خنشلة".

الى السيد (ة):

في اطار تحضير رسالة ماستر 02 تحت عنوان "دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية " نرجو من سيادتكم المحترمة الاجابة على الاستبانة التالية وذلك من اجل مساعدتنا في جمع المعلومات اللازمة حول الموضوع. كما نحيطكم علما ان جميع الاجابات والمعلومات التي تدلون ستبقى سرية ولا يتم استخدامها الا في غرض البحث العلمي.

وفي الاخير تقبلوا منا أسمى عبارات الشكر والتقدير

الأستاذ المشرف:

- نزاري رفيق

الطالبة:

- هاني رانيا اية الرحمان

- عثمانى نصيرة

السنة الجامعية: 2024/2023

✓ القسم الأول: لبيانات الشخصية

يرجى منكم وضع علامة (✓) في المربع المناسب لاختيارك

- 1- الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- العمر: ☐ أقل من 30 سنة ☐ من 30 إلى أقل من 40 سنة ☐ من 40 إلى أقل من 50 سنة ☐ من 50 سنة فأكثر
- 3- المؤهل العلمي: ☐ ثانوي فاقل تقني سامي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا
- 4- عدد سنوات الخبرة: ☐ أقل من 5 سنوات ☐ من 5 إلى أقل من 10 سنوات ☐ من 10 إلى أقل من 15 سنة ☐ أكثر من 15 سنة
- 5- الرتبة الوظيفية: ☐ إطار سامي ☐ إطار ☐ عون تحكم

✓ القسم الثاني:

المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات.

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	تمتلك المؤسسة أجهزة حاسوب ومعدات لتقديم الخدمات الإلكترونية.					
02	لكل مكتب جهاز حاسوب خاص به مزود بخدمات الانترنت.					
03	تعتمد المؤسسة على فكرة تحديث التكنولوجيا الخاصة بنظام المعلومات بصفة مستمرة.					
04	تساعد أجهزة الحاسوب المتاحة على تسهيل العمليات الخاصة بأداء المهام.					
05	للاتصال بباقي الفروع المؤسسة او بزيانها تستعمل المؤسسة شبكات اتصال خارجية.					
06	لغرض تنظيم وظائف المؤسسة تستخدم برمجيات متعددة لتسهيل عملها.					
07	تتوفر لدى المؤسسة قاعدة بيانات كافية و شاملة لمختلف الوحدات والاقسام.					
08	تساهم البرامج المثبتة في إيجاد الحلول للمشاكل التي تواجه المؤسسة.					
09	تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة في المؤسسة من تحسين جودة منتجاتها بما يتوفق و رغبات زبائننا.					

10	تعمل المؤسسة بتوعية العاملين بأهمية استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصال.				
11	توظف المؤسسة أفراد مؤهلين علميا وعمليا في استخدام تكنولوجيا المعلومات.				
12	يتم تقديم دورات تدريبية لفائدة العاملين عن كل ما جديد فيما يخص تكنولوجيا المعلومات والاتصال.				

المحور الثاني: الميزة التنافسية.

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
اولا: التكلفة						
01	تسعى المؤسسة إلى تخفيض تكاليف منتجاتها دون المساس بجودة المنتج					
02	تركز المؤسسة على تطبيق أساليب تخفيض التكاليف					
03	تعمل المؤسسة على توفير أسعار أقل من أسعار المنافسين					
04	تعمل المؤسسة على دعم أنشطة البحث والتطوير من أجل خفض التكاليف					
ثانيا: المرونة						
05	تستجيب المؤسسة بسرعة لاحتياجات وتطلعات الزبائن					
06	يمكن للمؤسسة تلبية الطلبات المتزايدة لعملائها من حيث النوعية					
07	المؤسسة على اطلاع مسبق بما يحدث في السوق					
08	تعمل المؤسسة على التكيف والتجاوب مع تطورات المحيط خاصة التكنولوجي					
ثالثا: الجودة						
09	لدى المؤسسة القدرة على المنافسة على أساس الجودة.					
10	تحاول إدارة المؤسسة مطابقة المنتج المتطلبات الأداء التي يطلبها الزبون					
11	تمتاز منتجات وخدمات المؤسسة بالجودة العالية قياسا بالمنافسين الحاليين					
12	تسعى المؤسسة إلى تحسين جودة خدماتها لتكون أفضل في سوق					

شاكرين لكم حسن تعاونكم

DATASET ACTIVATE Jeu_de_données3.

```

SAVE OUTFILE='C:\Users\MO\Desktop\نورخنشلة.sav'
/COMPRESSED.
RELIABILITY
/VARIABLES=x1 x2 x3 x4 x6 x5 x7 x8 x9 x10 x11 x12
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Fiabilité

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY-2024 16:56:01
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نورخنشلة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées		Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=x1 x2 x3 x4 x6 x5 x7 x8 x9 x10 x11 x12 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,03
	Temps écoulé	00:00:00,02

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	40	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,873	12

```
DATASET ACTIVATE Jeu_de_données3.
```

```
SAVE OUTFILE='C:\Users\MO\Desktop\نورخنشلة.sav'  
/COMPRESSED.
```

```
RELIABILITY
```

```
/VARIABLES=y1.1 y1.2 y1.3 y1.4
```

```
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA.
```

Fiabilité

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:08:44
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نورخنشلة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3

	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=y1.1 y1.2 y1.3 y1.4 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,05
	Temps écoulé	00:00:00,04

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	40	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,477	4

RELIABILITY

```

/VARIABLES=y2.1 y2.2 y2.3 y2.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Fiabilité

Remarques

Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:09:07
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشلة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.

Syntaxe		RELIABILITY
		/VARIABLES=y2.1 y2.2 y2.3 y2.4 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
		/MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,03
	Temps écoulé	00:00:00,08

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	40	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,779	4

```

RELIABILITY
  /VARIABLES=y3.1 y3.2 y3.3 y3.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Fiabilité

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:09:29
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées		Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=y3.1 y3.2 y3.3 y3.4 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,05
	Temps écoulé	00:00:00,03

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	40	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,619	4

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Fiabilité

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:09:43
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>

	N de lignes dans le fichier de travail	40
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,05

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	40	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,785	3

RELIABILITY

/VARIABLES=X Y

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Remarques

Sortie obtenue

23-MAY-
2024 17:10:01

Commentaires

Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=X Y /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,03
	Temps écoulé	00:00:00,03

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	40	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,960	2

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X x1 x2 x3 x4 x5 x6 x7 x8 x9 x10 x11 x12
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:11:18
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=X X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIR WISE.

Ressources	Temps de processeur	00:00:00,06
	Temps écoulé	00:00:00,12

Corrélations

		X
X	Corrélation de Pearson	1
	N	40
x1	Corrélation de Pearson	,643
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40
x2	Corrélation de Pearson	,676
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40
x3	Corrélation de Pearson	,763
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40
x4	Corrélation de Pearson	,646
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40
x5	Corrélation de Pearson	,748
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40
x6	Corrélation de Pearson	,727
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40
x7	Corrélation de Pearson	,742

	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40
x8	Corrélation de Pearson	,637
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40
x9	Corrélation de Pearson	,604
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40
x10	Corrélation de Pearson	,518
	Sig. (bilatérale)	,001
	N	40
x11	Corrélation de Pearson	,571
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40
x12	Corrélation de Pearson	,538
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	40

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y Y1 Y2 Y3

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:11:41
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=Y Y1 Y2 Y3 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIR WISE.

Ressources	Temps de processeur	00:00:00,06
	Temps écoulé	00:00:00,07

Corrélations

		Y	Y1	Y2	Y3
Y	Corrélation de Pearson	1	,733**	,928**	,872**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40
Y1	Corrélation de Pearson	,733**	1	,486**	,433**
	Sig. (bilatérale)	,000		,001	,005
	N	40	40	40	40
Y2	Corrélation de Pearson	,928**	,486**	1	,804**
	Sig. (bilatérale)	,000	,001		,000
	N	40	40	40	40
Y3	Corrélation de Pearson	,872**	,433**	,804**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,005	,000	
	N	40	40	40	40

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

DESCRIPTIVES VARIABLES=X Y1 Y2 Y3 Y
/STATISTICS=KURTOSIS SKEWNESS.

Descriptives

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:12:11
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشلة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Toutes les données non manquantes sont utilisées.
Syntaxe		DESCRIPTIVES VARIABLES=X Y1 Y2 Y3 Y /STATISTICS=KURTOSIS SKEWNESS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,03

Statistiques descriptives

	N	Skewness		Kurtosis	
		Statistiq ues	Erreur standard	Statistiq ues	Erreur standard
X	40	-,034	,374	-,695	,733
Y1	40	-,668	,374	-,097	,733
Y2	40	-,259	,374	-1,101	,733
Y3	40	-,167	,374	-,184	,733
Y	40	,044	,374	-,894	,733
N valide (liste)	40				

FREQUENCIES

VARIABLES=الوظيفة . العلميا الخبرة رتبة . الجنس السن المؤهل
/ORDER=ANALYSIS .

Fréquences

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY- 2024 17:12:24
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40

Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe		FREQUENCIES VARIABLES= الجنس السن المؤهل الوظيفة. العلمية الخبرة رتبة /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,03
	Temps écoulé	00:00:00,04

Statistiques

		الجنس	السن	المؤهل العلمي	الخبرة	رتبة الوظيفة
N	Valide	40	40	40	40	40
	Manquant	0	0	0	0	0

Table de fréquences

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ذكر	18	45,0	45,0	45,0
	انثى	22	55,0	55,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	سنة 30 اقل من	5	12,5	12,5	12,5
	40 الباقل من 30 من	18	45,0	45,0	57,5
	50 الباقل من 40 من سنة	13	32,5	32,5	90,0
	سنة فاكثر 50 من	4	10,0	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

العلمي. المؤهل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ثانوي فاقل	7	17,5	17,5	17,5
	تقني سامي	16	40,0	40,0	57,5
	جامعي	14	35,0	35,0	92,5
	دراسات عليا	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

الخبرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid	سنوات 5 اقل من	7	17,5	17,5	17,5

e	10 إلى 5 من سنوات	17	42,5	42,5	60,0
	15 إلى 11 من سنة	8	20,0	20,0	80,0
	سنة فاكر 15 من	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

		الوظيفة.رتبة			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	اطار سامي	19	47,5	47,5	47,5
	اطلر	13	32,5	32,5	80,0
	عونت حكم	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

DESCRIPTIVES VARIABLES=x1 x2 x3 x4 x5 x6 x7 x8 x9 x10
x11 x12 X
/STATISTICS=MEAN STDDEV.

Descriptives

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:16:33
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشة.sav

	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Toutes les données non manquantes sont utilisées.
Syntaxe		DESCRIPTIVES VARIABLES=x1 x2 x3 x4 x5 x6 x7 x8 x9 x10 x11 x12 X /STATISTICS=MEAN STDDEV.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,03
	Temps écoulé	00:00:00,03

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
x1	40	3,90	1,128
x2	40	3,48	1,062
x3	40	3,45	1,176
x4	40	3,53	1,154
x5	40	3,62	1,005

x6	40	3,08	1,141
x7	40	3,32	,917
x8	40	3,50	,934
x9	40	3,80	,608
x10	40	3,80	,464
x11	40	3,75	,588
x12	40	3,83	,747
X	40	3,5875	,60739
N valide (liste)	40		

DESCRIPTIVES VARIABLES=y1.1 y1.2 y1.3 y1.4 Y1 y2.1
y2.2 y2.3 y2.4 Y2 y3.1 y3.2 y3.3 y3.4 Y3 Y
/STATISTICS=MEAN STDDEV.

Descriptives

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY- 202417:17:14
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشلة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40

Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Toutes les données non manquantes sont utilisées.
Syntaxe		DESCRIPTIVES VARIABLES=y1.1 y1.2 y1.3 y1.4 Y1 y2.1 y2.2 y2.3 y2.4 Y2 y3.1 y3.2 y3.3 y3.4 Y3 Y /STATISTICS=MEAN STDDEV.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,04

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
y1.1	40	3,60	,744
y1.2	40	3,68	,917
y1.3	40	3,90	1,128
y1.4	40	3,45	1,085
Y1	40	3,6562	,61155
y2.1	40	3,48	1,109
y2.2	40	3,55	1,176
y2.3	40	3,05	1,176
y2.4	40	3,53	1,037
Y2	40	3,4000	,87303

y3.1	40	3,35	,949
y3.2	40	3,47	1,037
y3.3	40	3,72	,640
y3.4	40	3,90	,441
Y3	40	3,6125	,54875
Y	40	3,5562	,57901
N valide (liste)	40		

Régression

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:18:55
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشلة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) /NOORIGIN /DEPENDENT Y1 /METHOD=ENTER X.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,06
	Mémoire requise	3680 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
--------	--------------------------	------------------------	---------

1	X ^b	.	Introduire
---	----------------	---	------------

a. Variable dépendante : Y1

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,635 ^a	,404	,388	,47847

a. Prédicteurs : (Constante), X

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	5,887	1	5,887	25,714	,000 ^b
	de Student	8,699	38	,229		
	Total	14,586	39			

a. Variable dépendante : Y1

b. Prédicteurs : (Constante), X

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
	B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.

1	(Constante)	1,362	,459		2,968	,005
	X	,640	,126	,635	5,071	,000

a. Variable dépendante : Y1

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN (.05) POUT (.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT Y2

/METHOD=ENTER X.

Régression

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:19:07
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40

Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y2 /METHOD=ENTER X.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,05
	Temps écoulé	00:00:00,07
	Mémoire requise	3680 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	X ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : Y2

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,883 ^a	,780	,774	,41468

a. Prédicteurs : (Constante), X

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	23,191	1	23,191	134,863	,000 ^b
	de Student	6,534	38	,172		
	Total	29,725	39			

a. Variable dépendante : Y2

b. Prédicteurs : (Constante), X

Coefficients^a

		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
Modèle		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	-1,155	,398		-2,904	,006
	X	1,270	,109	,883	11,613	,000

a. Variable dépendante : Y2

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN (.05) POUT (.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y3
  /METHOD=ENTER X.

```

Régression

Remarques		
Sortie obtenue		23-MAY-2024 17:19:21
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>

	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) /NOORIGIN /DEPENDENT Y3 /METHOD=ENTER X.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,03
	Temps écoulé	00:00:00,08
	Mémoire requise	3680 octets

Mémoiresupplémentaireobligatoire pour les tracésrésiduels	0 octets
---	----------

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	X ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : Y3

b. Toutes les variables demandéesontétéintroduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,810 ^a	,655	,646	,32637

a. Prédicteurs : (Constante), X

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	7,696	1	7,696	72,250	,000 ^b
	de Student	4,048	38	,107		
	Total	11,744	39			

a. Variable dépendante : Y3

b. Prédicteurs : (Constante), X

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	,989	,313		3,159	,003
	X	,731	,086	,810	8,500	,000

a. Variable dépendante : Y3

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN (.05) POUT (.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X.

```

Régression

Remarques

Sortie obtenue	24-MAY-2024 00:35:59	
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\MO\Desktop\نور خنشة.sav

	Jeu de données actif	Jeu_de_données3
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Scinder un fichier	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) /POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,06
	Temps écoulé	00:00:00,09

Mémoire requise	3680 octets
Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	X ^b		Introduire

a. Variable dépendante : Y

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,923 ^a	,853	,849	,22525

a. Prédicteurs : (Constante), X

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression de Student	11,147	1	11,147	219,700	,000 ^b
		1,928	38	,051		
	Total	13,075	39			

a. Variable dépendante : Y

b. Prédictors : (Constante), X

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	,399	,216		1,845	,073
	X	,880	,059	,923	14,822	,000

a. Variable dépendante : Y