



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
شعبة علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم الاقتصاد  
تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات

بعنوان:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافسية  
- دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي -

تحت إشراف الدكتور:

- نصر ضو

من إعداد الطلبة:

- أبو عبيدة عجيبة

- عمار قسوم

- وليد عجيبة

أمام اللجنة المكوّنة من الأساتذة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أستاذ محاضر أ	عياشي عبد الله
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أستاذ محاضر أ	نصر ضو
ممتحنا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	أستاذ محاضر أ	وليد نوه مرتضى

السنة الجامعية: 2023/2022



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
شعبة علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم الاقتصاد  
تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات

بعنوان:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافسية  
- دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي -

تحت إشراف الدكتور:

- نصر ضو

من إعداد الطلبة:

- أبو عبدة عجبية

- عمار قسوم

- وليد عجبية

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، ذلك بدراسة ميدانية على مؤسسة اتصالات الجزائر -بالوادي- بالاعتماد على وجهة نظر جميع موظفي المؤسسة حيث تم توزيع (30)، ومن ثم تحليل إجابات أفراد مجتمع الدراسة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS، وبالتالي فإن هذه الدراسة خلصت إلى مجموعة من النتائج أبرزها وجود دور تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافسية، وأنه يساهم بشكل فعال في تحقيق أهداف الدراسة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ميزة تنافسية، مؤسسة اتصالات الجزائر -بالوادي-

This study aimed to clarify the role of information and communication technology in enhancing the competitive advantage of the enterprise, by conducting a field study on the Algeria Telecom –in EL Oude– based on the point of view of all the employees of the enterprise, where (30) were distributed, and then analyzing the answers of the members of the study community based on the analysis program Statistical SPSS, and therefore this study concluded a set of results, most notably the existence of a role played by information and communication technology in achieving competitive advantage, and that it contributes effectively to achieving the objectives of the study.

Keywords: information and communication technology, competitive advantage, Algeria Telecom – in EL Oude –

## شكر وتقدير

الحمد لله والشكر لله عز وجل الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل المتواضع ولا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتقدم بالشكر للأستاذ المشرف نصر ضو، الذي وسعنا بتوجيهاته المنهجية والعلمية السديدة، ولم يكن هذا العمل ليرى النور لولا تلك النصائح التي أسدها إلينا ومتابعته لعملنا من أوله لآخره.

وإلى أسرة كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير و إلى كل من ساهم في هذا البحث العلمي ولو بكلمة توجيهية واحدة نتقدم بالشكر الجزيل لكم راجين من المولى العزيز القدير أن يمدكم بموفور الصحة والعافية وبارك في رسالتكم ويسدد خطاكم.

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى طاقم مؤسسة اتصالات الجزائر وعلى رأسهم " مدير الموارد البشرية " المحترم " إدريس سالمى " الذين قدموا لنا الدعم والمساندة ولم يبخلوا علينا ولو بمعلومة واحدة.

وإلى كل أعضاء لجنة المناقشة التي سننال شرف مناقشتها لعملنا هذا.

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى

وأهله ومن وفى أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لتتمين هذه الخطوة

في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه

ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين

حفظها الله وأدامهما نورا لدربي لكل العائلة الكريمة

التي ساندتني ولا تزال من إخوة وأخوات

و إلى كل من ساعدنا في انجاز هذا

البحث من قريب أو من بعيد



**قسوم عمار**

الى من كان سببا في وجودي فكرس نفسه في تربيته  
وتحمل ألما وتقلد صبورا إلى الذي سال عرقه وطال أرقه  
في سبيل دراستي فعلمني أن أدوس على الجراح و أمشي،،  
إلى الغالي الذي سرت في طاعته وكبرت في ظله  
إلى سندي الأكبر والداعم الوحيد لي في الحياة " أبي"  
حفظك الله من كل سوء،،، إلى التي تحت قدميها الجنة  
إلى ذات الحزن الدافئ التي ذبلت زهرة شبابها من أجلنا  
التي تشتعل كالشمعة لتضيء لنا طريق النجاح الإنسانية العظيمة  
التي طالما تمننت أن تقر عينها برؤيتي في يوم كهذا،،،  
أمي الغالية.

والى من كانوا داعمين لي فالأوقات الصعبة.

**عجبة أبو عبدة**

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى

وأهله ومن وفى اما بعد:

وصلت رحلتي الجامعية إلى نهايتها بعد تعب ومشقة وها أنا اختم  
مذكرة تخرجي بكل الشكر والامتنان اهدي ثمرة جهدي وتعبي إلى  
الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نورا لدربي وتاجا فوق راسي  
ولكل العائلة الكريمة التي سندتني ولا تزال والى رفيقي طيلة مشواري  
الذي قاسمني لحظاته وتحمل كل افعالي الي اعز صديق  
وقريب حفظه الله ورعاه ونور دربه :ابوعبيدة خاصة وكل الأصدقاء  
عامة. ولكل من اعطاني يد العون من قريب أو بعيد  
وساعدني في أنجز هذي المذكرة  
وأخص بالذكر المشرف الدكتور نصر ضوء.



عجبية وليد

# مقدمة عامة

## المقدمة:

نتيجة التطورات التي يشهدها العالم من زيادة حركة الاتصال، وإتساع مجالاتها، وزيادة حركة التجارة العالمية، ونمو الأسواق واتساعها، حيث شملت مختلف أنحاء العالم، وكل ذلك أدى إلى زيادة عدد المنظمات التي تدخل حلبة المنافسة، التي لم تعد تقتصر على المحلي فقط، بل امتدت إلى المستوى العالمي، وأصبحت المنظمات تسعى إلى تحقيق مكانة تنافسية مرموقة، تمكنها من مواجهة التحديات، خاصة منها البقاء في المنافسة فتعدد المنظمات أدى إلى تعدد المنتجات التي بدورها رجحت الكفة لصالح العميل.

فقد أصبح مجال الاختيار والتفضيل مفتوحاً أمامه، فيحاول اقتناء الأفضل منها من جهة، والأقل تضحية من جهة أخرى ومن هذا المنطلق بدأت المنظمات تهتم به وتراعي ما يريده، لأنه الحكم في المنافسة.

وعليه فإن المنظمة وفي سعيها لتحقيق رضاه تسعى إلى تحقيق ما يعرف بالميزة التنافسية التي تسمح لها بتحسين مكانتها، وفي إطار ذلك لا بد من معرفة مختلف التغيرات الحاصلة في البيئة التي تعمل فيها المنظمة، وكذا مختلف التطورات الحاصلة في مجتمع وقطاع الأعمال خاصة من الجانب التنافسي الذي أصبح يقوم على أسس وقواعد جديدة لتتمكن المنظمة من رسم وتحديد مصب إهتمامها لتحقيق الميزة التنافسية بمختلف جوانبها.

حيث تواجه المؤسسات اليوم في ظل الانفتاح وعولمة الأسواق منافسة قوية تشتد حدتها مع زيادة المتغيرات البيئية، فظهرت الحاجة إلى الفكر الاستراتيجي المبني على استشراف المستقبل والاستعداد له من خلال عملية التخطيط حتى تستطيع التكيف مع هذه المتغيرات، فالإدارة الاستراتيجية هي الإدارة التي تستطيع ان تستثمر الإمكانيات الموجودة لتخلق منها قيماً لعملائها رغم كل الظروف .

لأجل ذلك انصب اهتمام المسيرين على دراسة البيئة وتشخيص متغيراتها حتى يتسنى لهم الاستفادة من فرصها وتقادي تهديداتها في ظل سيادة آليات السوق واتخاذ القرارات في إطار من التنافسية من خلال الاستفادة بالثورة التكنولوجية وثورة الاتصالات التي منحت مزايا كثيرة للمؤسسات التي تملكها وتحسن استغلالها كمنطلق لكسب الريادة والتميز عن المنافسين، ويعتبر العنصر البشري المتميز هو

جوهر الفكر الاستراتيجي الذي غير النمط الاقتصادي السائد المبني على الثروات الطبيعية الى الاقتصاد المبني على المعرفة دعامة الاساسية لتكنولوجيات المعلومات والاتصال، هذه التكنولوجيات التي ربطت العالم وحولته الى قرية صغيرة فرضت تحديات كثيرة على المؤسسات لعل ابرزها هو اكتسابها وحسن استغلالها.

### 1. إشكالية الدراسة:

إن مؤسسات الأعمال تمثل نظاما مفتوحة تؤثر وتتأثر بالبيئة المحيطة بجميع مكوناتها وعناصرها، حيث تتعرض إلى مجموعة من التهديدات والأزمات التي تواجهها وتؤثر على مستقبلها ولهذا كان إلزاما على كل مؤسسة مواجهة التهديدات والأزمات ومحاولة استغلال الفرص، بما يحقق أهدافها ويحافظ على مركزها التنافسي.

وبناء على ما سبق فإن الدراسة الحالية تدور حول التساؤل الرئيسي التالي:

"ما هو أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على تحقيق ميزة تنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر؟"

ومن هذه الفكرة تتبادر أسئلة فرعية تتمثل في:

- ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ؟

- فيما تتمثل الميزة التنافسية ؟

- هل هناك علاقة بين التكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي

عند مستوى معنوية 5% ؟

- هل يوجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محاور الدراسة ترجع الى المعلومات

الشخصية عند مستوى معنوية 5% ؟

- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات

الجزائر بالوادي عند مستوى معنوية 5% ؟

## 2. فرضيات الدراسة

- التكنولوجيا هي ذلك العلم الذي يعني بعملية التطبيق المنهجي للبحوث والنظريات وتوظيف عناصر بشرية وغير بشرية في مجال معين لمعالجة المشكلات وتصميم الحلول العلمية المناسبة لها.
- الميزة التنافسية هي القدرة على إنتاج السلع الصحيحة والخدمات بالنوعية الجيدة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية طلبات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة مقارنة بالمؤسسات الأخرى
- هناك علاقة بين التكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي عند مستوى معنوية 5%
- لا يوجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محاور الدراسة ترجع الى المعلومات الشخصية عند مستوى معنوية 5%
- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي عند مستوى معنوية 5%

## 3. أهداف الدراسة

- التعرف على واقع ومستوى تطبيق واستخدام تكنولوجيا المعلومات في انجاز مهام مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي.
- التعرف على طبيعة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي.
- التأكد من وجود علاقة تأثير ما بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي.

#### 4. أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- يستمد هذا الموضوع أهميته من الواقع الذي تزيد فيه حدة المنافسة، وهو الأمر الذي فرض على المنظمات التفكير بجدية في حمول تمكنها من تحقيق الريادة والبقاء والاستمرار.
- كما تتمثل أهمية هذا البحث في كونه يتطرق لموضوع مهم في الوقت الحاضر الذي له تأثير كبير على المنظمات بشكل عام، وعلى المؤسسات بشكل خاص كونه يؤثر على الاستراتيجية العامة لها في ظل البيئة التنافسية.
- إبراز ضرورة الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصال باعتبارها محددًا أساسيًا لأداء المنظمة.

#### 5. أسباب اختيار الموضوع

لكل موضوع له دوافع وأسباب اختيار من قبل الباحث فنجد أسباب ذاتية وأخرى موضوعية:

##### ❖ أسباب ذاتية

- الميول الذاتي والرغبة في دراسة الموضوع.
- اهتمامنا الشديد بالمعلوماتية في ظل التحولات التكنولوجية الهائلة.

##### ❖ الأسباب الموضوعية

- اقتناء المؤسسات الخدمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاستثمار فيها.
- شدة المنافسة ما بين المؤسسات ومحاولة كسبها لمزايا تنافسية مقرنة بمنافسيها.
- التطرق ومعرفة مميزاتها عن قرب.
- جدية الموضوع بصفة عامة وحدثه على المستوى الوطني يعتبران من أهم الأسباب التي دفعتني إلى اختياره.

#### 6. حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

- الحدود الزمنية: تم انجاز البحث خلال السنة الجامعية 2023/2022.
- الحدود المكانية: مؤسسة اتصالات الجزائر-بالوادي-

- الحدود البشرية: شملت كل العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر من مدير و رؤساء الأقسام والمكلفين ببرمجيات نظم المعلومات وموظفون إداريون

#### 7. منهج الدراسة

من اجل تحقيق أهداف هذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي، من حيث أن الوصفي يقوم على جمع المعلومات وبيانات من مختلف المراجع والمصادر من أجل تكوين صورة متكاملة حول ظاهرة مدروسة، مع تحليل النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية، حيث أن الهدف الرئيسي منها هو اختيار مدى صحة الفروض من خلال إجراء دراسة حالة للتعرف على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر -بالوادي-

#### 8. تقسيمات الدراسة

يشتمل البحث على جزء نظري و آخر تطبيقي، فالجزء النظري يشتمل على فصل واحد يتمحور حول الأدبيات النظرية لتكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية والدراسات السابقة ، والفصل الثاني دراسة ميدانية حول اتصالات الجزائر بالوادي.

# الفصل الأول

الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية.

تمهيد.

المبحث الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة.

خلاصة الفصل.

## تمهيد

إن ظهور المعلوماتية وما واكبها من التطور التكنولوجي السريع في عالم الاتصالات جعل من عالم الأعمال يبدو كمضمار سباق يضم كل المؤسسات التي تسعى إلى استيعاب واستخدام أكبر كم من المعرفة، نتيجة سرعة المتغيرات وتعاضم الفرص الناشئة عنها من جهة واشتداد المنافسة وضغوط العملاء من جهة أخرى، الأمر الذي دفع بالمؤسسات إلى الاعتماد أكثر على المعلومات من أجل البحث دائماً عن الجديد من المنتجات والأساليب المستخدمة لاستقطاب أكبر جزء من العملاء وتحقيق التفوق والأسبقية على المنافسين، ولعل من أهم مقومات نجاح المؤسسات في تحقيق ذلك القدة على اللحاق بأحدث المتغيرات التي يشهدها عصر الثورة التكنولوجية والمعلوماتية من خلال استخدام وامتلاك التكنولوجيا المرتكزة على أسس علمية جديدة والتي تسمى عادة بالتكنولوجيا العالية والمتعلقة بمجالات متسارعة التطور والتي تمكن من المعالجة الآنية والدقيقة للبيانات ثم التواصل الثنائي والجماعي و انتقال الرسالة من مرسل إلى متلقي، وهذه التكنولوجيا يشار إليها بتكنولوجيا المعلومات والاتصال

## المبحث الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية

تعد تكنولوجيا المعلومات كالقلب النابض في مختلف منظمات الأعمال إذ تساهم في تسهيل انسيابية القرارات المناسبة وفي توجيه وتنفيذ مختلف عملياتها، فهي مصدر حيوي لديمومتها وبقاء تميزها التنافسي بدأ التفكير بتكنولوجيا المعلومات كمدخل معاصر في إدارة الأعمال في عقد الستينيات من القرن العشرين، ويتوقع في الألفية الثالثة نمو التفكير بأهمية منظومة المعلومات المحوسبة بسبب تنامي عدد الحسابات والمختصين في علم الحاسوب من علماء وباحثين وممارسين بسرعه فائقة .

## المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

## ❖ الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

يرى بعض الباحثين الاقتصاديين أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمثل تلك الحريق الذي قد يعطي طاقة لتحويل المؤسسة الحالية إلى مؤسسة إلكترونية قد يقضي على المؤسسة بالكامل، فلقد شهد عالم الأعمال تحولاً كبيراً لبعض المؤسسات بسبب توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصال يعتبر من المصطلحات الأكثر حداثة، تجدد وتداول في وسط الأعمال والمؤسسات الحديثة، ظهر كثمرة تزاوج بين كل من التكنولوجيا الحديثة كمرآة لدرجة تطور المؤسسة والمعلومات التي تعتبر المورد الأهم والأثمن، إضافة إلى الاتصالات التي تعتبر أكسجين المؤسسة في بيئتها:

## 1. تعريف التكنولوجيا: يعرف المعجم (webster) التكنولوجيا بأنها اللغة التقنية والعلم التطبيقي

والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي، فضلاً عن كونها مجموعة الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهياتهم.<sup>1</sup>

يمكن تعريف التكنولوجيا بأنها ذلك العلم الذي يعني بعملية التطبيق المنهجي للبحوث والنظريات وتوظيف عناصر بشرية وغير بشرية في مجال معين لمعالجة المشكلات وتصميم الحلول العلمية المناسبة لها وتطويرها واستخدامها وإدارتها وتقييمها لتحقيق أهداف محددة.

أما التكنولوجيا في المؤسسات فهي " أداة من أدوات الإدارة المستخدمة لمعايشة التغيرات وتتألف من المكونات المادية والاجهزة بمختلف أجزائها وأنواعها والمكونات البرمجية التي تمثل البرامج التطبيقية المختلفة وتكنولوجيا التخزين إضافة إلى تكنولوجيا الاتصالات والشبكات<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 15.

2. **تعريف المعلومات:** تعرف المعلومات على أنها "عبارة عن ترجمة للبيانات مجموعة من الحقائق، قياسات او معطيات تأخذ شكل صورة، حرف، رقم أو شكل ومعالجتها والتي يمكن تخزينها، استرجاعها وتشكيلها".<sup>2</sup>

كما تعرف أيضا بأنها مجموعة من البيانات المنظمة والمنسقة بطريقة توليفية مناسبة بحيث تعطي معنى خاص وتركيبية متجانسة من الافكار والمفاهيم، تمكن الانسان من الاستفادة منها للوصول إلى المعرفة واكتشافها.<sup>3</sup>

وتعرف أيضا بأنها "مجوع الحقائق والبيانات المشتقة من الدراسة والتجربة الشخصية والعملية، بحيث تجعل الشخص أكثر معرفة، ويتم تقييمهما وتتميتها على أساس الابداع والمعرفة".<sup>4</sup>

ويجب التمييز بين التقنية والتكنولوجيا.

• **التقنية:** "هي كيفية التصرف، طريقة، وسيلة، أو فعل مجسد عن طريق تجميع خاص لعناصر (موردة، معرفة، حركة يد عاملة،...الخ) والتي تسمح بتحويل وتحويل فقط للمواد الأولية إلى منتج، فالتقنية تعمل على مزج عناصر المعرفة الخاصة بميدان ما بغية اتخاذ شكلها النهائي كمنتج".<sup>5</sup>

• **التكنولوجيا:** ويقصد بها المعرفة المنهجية للتقنية، فهي مجموع المعارف العلمية والتقنية التي يجب أن نتحكم بها من أجل تشكيل الاهداف، فالتكنولوجيات تتطور وفق العلوم والتقنيات فهما متلازمان، وتنتشر بفعل انسياق السريان العادي أو التقليد.<sup>6</sup>

كما تعرف التكنولوجيا على أنها: "عملية أو مجموعة من العمليات تسمح من خلال طريقة واضحة للبحث العلمي، تحسين التقنيات الأساسية وتطبيق المعارف العلمية من أجل تطوير الإنتاج الصناعي".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> بشير عباس العلق، الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق، مجلة المنظمة العربية للتنمية الإدارية، العدد 2007، 392، ص108.

<sup>2</sup> محمد الصيرفي إدارة تكنولوجيا المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص15.

<sup>3</sup> عامر إبراهيم قنديلجي وعلاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2005، ص36

<sup>4</sup> مزهر شعبان العاني وشوقي ناجي جواد، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، ط1، إثراء للنشر والتوزيع.

<sup>5</sup> الطيب داودي، سولاف رحال فيروز شين، البقطة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ورقة عمل قدمت إلى الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهماتها في تكوين الميزة التنافسية في الدول العربية 27-28 نوفمبر

2007، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسبية بن بو علي الشلف، الجزائر.

<sup>6</sup> رتيبة حديد ونوفل حديد، البقطة التنافسية وسيلة تسييره حديثة لتنافسية المؤسسة، ورقة عمل قدمت إلى المؤتمر الدولي حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات، 8-9 مارس 2005، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية جامعة قاصدي مبراح ورقلة، الجزائر.

3. **تكنولوجيا المعلومات:** لم تحض تكنولوجيا المعلومات كغيرها من المصطلحات الجديدة خاصة مع ظهور الاقتصاد الجديد بتعريف موحد، بل تعددت هذه التعاريف وتتنوعت تبعاً لرؤية كل واحد لها، لذا سندرج عدة تعاريف حتى تبرز لنا أوجه الاختلاف والاتفاق فيما بينهما.

-تكنولوجيا المعلومات هي استعمال التكنولوجيا الحديثة للقيام بالنقاط ومعالجة، وتخزين واسترجاع، وإيصال المعلومات سواء في شكل معطيات رقمية، نص، صوت أو صورة<sup>2</sup>.

- (تعرف منظمة اليونيسكو): وهي تطبيق التكنولوجيا الالكترونية ومنها الحاسب الآلي والاقمار الصناعية وغيرها من التكنولوجيات المتقدمة لإنتاج المعلومات التناظرية والرقمية وتخزينها واسترجاعها وتوزيعها ونقلها من مكان إلى آخر<sup>3</sup>.

- جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل، ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الرابطة وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات<sup>4</sup>

\*من خلال التعاريف السابقة نستنتج عنصرين هامين:

الأول: أن تكنولوجيا المعلومات هي حقل من حقول التكنولوجيا والتي تهتم بمعالجة المعلومات.  
الثاني: التركيز على عمليات الاستقطاب، التخزين والمعالجة (المعلوماتية)، وعملية البث (الاتصال).

#### 4. مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

• لقد برزت تكنولوجيا المعلومات والاتصال كتكنولوجيا مستقلة بواسطة مزيج تكنولوجيا معالجة البيانات والاتصالات السلكية واللاسلكية، فالأولى تعطي القدرة على معالجة وتخزين المعلومات أما الثانية فهي الحامل لتوصيلها، هذا المزيج قد تم إحداثه بفضل المكونات الإلكترونية الدقيقة وتجهيزاتها المعقدة.

<sup>1</sup> عبد الفتاح بوخمم، كريمة شابونية، **تسيير الكفاءة ودورها في بناء الميزة التنافسية** ورقة عمل قدمت إلى الملتقى الدولي حول تسيير المؤسسات، المعرفة : الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات والاقتصاديات، 12-13 نوفمبر 2005 كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

<sup>2</sup> مراد رايس، **أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة**، رسالة ماجستير في علوم التسيير فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر 2005-2006 ص28.

<sup>3</sup> فاطمة الزهراء غربي، خديجة بالعليا، **تكنولوجيا المعلومات واثارها في تحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة** ورقة عمل قدمت إلى الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين الميزة التنافسية في الدول العربية 27-28 نوفمبر 2007 كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير الشلف، الجزائر.

<sup>4</sup> سعاد بوميله وفارس بوباكور، **أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية**، مجلة الاقتصاد المناجمت، العدد 03، مارس 2004، ص205.

• يعرف المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها "تقنيات الحصول على المعلومات واختزانها وبنائها وذلك باستخدام توليفة من المعدات الميكرو الإلكترونية الحاسبة والاتصالية عن بعد<sup>1</sup>.

• ويمكن القول أن المقصود بتكنولوجيا المعلومات والاتصال الخاصة بالمؤسسة جميع التقنيات الحديثة المتوفرة على صعيد الاتصالات والمعلومات الملموسة منها وغير الملموسة، والموضوعة في انسجام مدمج ومنظم تحت تصرف أفراد المؤسسة من عاملين ومدراء بغية تحسين أدائهم وإنتاجيتهم.

#### ❖ الفرع الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

✓ عولمة الاقتصاد، إذ أن فروق الزمان والمكان لم تعد تذكر، فكل النشاطات الاقتصادية (الإنتاج الاستهلاك التسويق الاستثمار...)، طغى عليها طابع العالمية.

✓ من خلال شبكات المعلومات والاتصالات يمكن لمنشآت الأعمال التواصل مع فروعها و كأنها موجودة في نفس المكان والزمان، فالشركة المكسيكية Cemex التي تعد ثالث أكبر منتج للإسمنت في العالم تتصل بالشاحنات التابعة لها عن طريق شاشة كمبيوتر موجودة داخل كل شاحنة موصولة بنظام خاص بها للأقمار الصناعية ، و برامج لتوجيه الاتصالات و بفضل ذلك صار بإمكانها تسليم الطلبات في الوقت المحدد، كما أصبحت الشركة بحاجة إلى شاحنات أقل بمقدار الثلث.

✓ توفير المعلومات من مصادرها الأصلية المختلفة، فبإمكان المنشآت اللجوء إلى مصادر المعلومات الخارجية كما المصادر الداخلية بسهولة ويسر، و بالتالي فاتخاذ قراراتها يبنى على ظروفها الداخلية في إطار ما يحيط بها عالميا، فممنشآت الفندقية مثلا بالإضافة إلى ما تحصل عليه من معلومات داخلية، تلجأ إلى التعرف على الأرصاء الجوية، حركة السياحة، الملاحة، مراكز الترفيه، وكلاء الأسفار، الظروف السياسية... ، ليس في الدولة مركز نشاطها فحسب ولكن في مختلف مناطق العالم.

✓ المساهمة في تخفيض التكاليف والجهد والوقت، فالكل أصبح يميل إلى تقليل الحركة وتعويضها بالاتصال عبر الوسائل المختلفة، فنشأت اليوم تتجه إلى استبدال حركة عمالها وما ينتج عنها من

<sup>1</sup> ناديا أيوب، اتخاذ القرارات الإدارية، ط2، دار وائل للنشر، عمان، 1994، ص202.

مصاريف التنقل والإقامة وكذا الوقت المستغرق في السفر، بإنشائها لمختلف شبكات الاتصال التي تكفل لها ذلك بكلفة منخفضة و وقت أقل.<sup>1</sup>

✓ تحسين نوعية المنتجات المقدمة لتوفرها على كم متزايد من المعلومات، من خلال تزويدها بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لقد أخذت المنشآت تعمل جاهدة على تخصيص جزء من رأسمالها للاستثمار في هذه التكنولوجيات الحديثة مما يجعل إنتاجها أكثر فأكثر كثيف المعرفة، وخير دليل على ذلك السيارات التي تتوفر على جهاز كمبيوتر و موصولة بشبكة الانترنت والهاتف النقال و النتيجة أنها تستطيع أن تزود راكبها بمعلومات مختلفة، كمية الوقود المسافة، تشخيص الأعطال التي قد تتعرض لها، حالة الجو، .... الخ.

✓ انتشار ظاهرة اللامحلية و اللامركزية في العديد من نشاطات الإنسان و نلمس ذلك من خلال إمكانية قيام العامل ببعض مهامه في بيته، فك العزلة عن المناطق الريفية واستفادتها من الخدمات التي تقدمها شبكات المعلومات و الاتصالات، إجراء مختلف عمليات البيع و الشراء عن طريق التجارة الإلكترونية، القيام بنشاطات التعلم عن بعد، هذه بعض الأمثلة فقط وغيرها كثير.

✓ زيادة نمو الاقتصاد العالمي إذ أن نمو قطاع المعلومات يسير بوتيرة أسرع من نمو الاقتصاد الكلي، فقد قدر الاتحاد الدولي للاتصالات أن قطاع المعلومات على المستوى العالمي نما بمعدل أكثر من 5%، بينما معدل النمو في الاقتصاد العالمي بصفة عامة كان أقل من 3%.<sup>2</sup>

#### ❖ الفرع الثالث: خصائص تكنولوجيا المعلومات.

تتميز تكنولوجيا المعلومات بعدة خصائص من شأنها أن تزيد في أهميتها سواء على المستوى الفردي أو الدولة، ويمكن حصر هذه الخصائص في النقاط التالية:

1. المرونة: تعددت استعمالات تكنولوجيا المعلومات بتعدد مستعملها فعند استعمالنا مثلا الحاسوب: قد نستخدمه لكتابة نصوص أو من أجل استخدام برنامج معين أو لأغراض أخرى،

<sup>1</sup> خديجة فرح، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الرفع من الميزة التنافسية المصرفية - دراسة ميدانية في المجمع الجهوي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر علوم اقتصادية، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2012/2013، ص26 و27

<sup>2</sup> بن وراث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة- مع الإشارة للعالم العربي-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مانجمنت المؤسسة، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ام بواقي، 2007/2008، ص16.

وبالتالي فإن استعمال الحاسوب يختلف من شخص لآخر وهذا ما يكسب تكنولوجيا المعلومات مرونة كبيرة.

2. **النممة:** نقصد بالنممة: الأسرع، الأصغر، والأقل تكلفة، وهي من أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات فهي تتميز بالتحسن الدائم في سرعتها وسعة ذاكرتها مع انخفاض في أسعارها سنويا مما يجعلها موضوع طلب دائم وكبير في جميع الميادين وخاصة ميدان التسيير والاقتصاد.

3. **النمو بوتيرة متزايدة:** حيث يرتبط التطور الاقتصادي ارتباطا وثيقا بالتطور في تكنولوجيا المعلومات، فكلما تطورت هذه الأخيرة صاحبت معها تطورا ملحوظا في النظام الاقتصادي ككل، مما يؤدي إلى التغير السريع في قطاعات الأعمال الأخرى، وبالتالي إمكانية تكيفها مع هذا التغير.<sup>1</sup>

4. **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل و استقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه ، فمثلا نظام البريد الالكتروني يرسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد مستقبل الرسالة

5. **قابلية الحركة:** أي بث المعلومات واستقبالها من أي مكان آخر أثناء حركة المنتج ومستقبل المعلومات وذلك باستخدام عدد من الأجهزة المختلفة مثل التلفزيون، الهاتف النقال، التلفاز المدمج في ساعة اليد، الحاسوب الالكتروني النقال....

6. **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

7. **الشيوع والانتشار:** ونعني به الانتشار المنهجي لنظام الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع و لا يكون حكرا على الأثرياء فقط وإنما يشمل كل فئات و طبقات المجتمع.

8. **اللاجماهيرية:** أي إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك، أي بإمكانها توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة كما أنها تسمح بالجمع بين أنواع المختلفة للاتصالات سواء كان ذلك من شخص إلى شخص أو من مجموعة إلى مجموعة.

9. **المرونة وسهولة النقل:** فمثلا يتيح الهاتف المحمول أو الحاسوب المحمول للفرد الاتصال بالشبكة من أي مكان كان فلم يعد مضطرا للجلوس بالمكتب أمام حاسوب مكتبي فمع استخدام

<sup>1</sup> عبد الله غانم، محمد قريشي، دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات الزبائن، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد العاشر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، (2011)، ص138.

الشبكات اللاسلكية يمكن التعرف على أسعار البورصة وأسعار العملات النقدية والفرد جالس بالبيت، كما يمكن تفحص البريد الإلكتروني، بالإضافة إلى ذلك يمكن حمل الحاسوب خارج البيت إلى أي مكان كالمطار والفنادق والجامعة والمقهى والاتصال بالإنترنت من خلال نقاط الاتصال المنتشرة "الويفي".<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> نبار ربيحة، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الخصائص والتأثيرات، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 09، العدد 02، 2018، ص 91-92.

### المطلب الثاني: ماهية الميزة التنافسية

يعتبر مفهوم الميزة التنافسية ثورة حقيقية في عالم الإدارة فقد أصبح ينظر للميزة التنافسية كعلمية ديناميكية تستهدف تحقيق التفوق والتميز المستمر للمؤسسة على المنافسين، ونظرا لاختلاف وجهات النظر نتج عنه عدم الإنفاق واتخاذ تعريف موحد بشأن مفهوم الميزة التنافسية، وفيما يلي بعض التعاريف

#### ❖ الفرع الأول: مفهوم الميزة التنافسية.

يتميز مفهوم التنافسية بالحدثة ولا يخضع لنظرية اقتصادية عامة وأول ظهور له كان خلال الفترة (1981-1987)، التي عرفت عجزا كبيرا في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية (خاصة في تبادلاتها مع اليابان) وزيادة حجم الديون الخارجي، وظهر الاهتمام مجددا بمفهوم التنافسية مع بداية التسعينات كنتاج للنظام الاقتصادي العالمي الجديد وبروز ظاهرة العولمة، وكذا التوجه العام لتطبيق اقتصاديات السوق.

عموما يصعب تقديم تعريف موحد ودقيق حول التنافسية، وهذا لاختلاف وجهات نظر وتجربة الممارسين في الميدان<sup>1</sup>.

#### أولاً- تعريف التنافسية:

##### 1. التعريف المستند إلى عوامل التنافسية :

يركز معظم مدراء المؤسسات على ثلاثة عوامل وهي: السعر، الجودة والتكلفة وكان تواترها على التوالي: 67,5%؛ 58,75%؛ 33,75%. وبناءً على ذلك فإن التنافسية يمكن تعريفها على أنها تقديم منتج ذو جودة عالية وسعر مقبول من قبل الزبائن.

##### 2. التعريف المرتكز على السوق :

مفاد هذا التعريف، أن التنافسية تقاس من خلال أداء المؤسسة في السوق مقارنة بنظيراتها، وذلك استناداً إلى تقويم حصة السوق النسبية .

##### 3. التنافسية كسلوك :

يُنظر للتنافسية من زوايا مختلفة، فمنهم من يرى أنها قيد تحول دون النمو في السوق، ومنهم من

<sup>1</sup> علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، دار غريب، مصر، 2005، ص 101.

يرى أنها محفز قوي يدفع نحو بدل المزيد من الجهد؛ قصد تحسين متواصل للأداء على كل المستويات. وعليه فإن التنافسية تخضع هنا لتقويم ذاتي من قبل الممارسين.

يمكن على ضوء ما سبق تقديم صورة التنافسية كمفهوم متعدد الأبعاد، تجتهد المؤسسة في تحقيقه؛ قصد احتلال موقع تنافسي مستمر في السوق. فهي - أي التنافسية - حالة ذهنية تدفع إلى التفكير في الكيفيات التي تجعل المؤسسة تحافظ وتطور موقعها في السوق أطول فترة ممكنة.

### ثانياً: تعريف الميزة التنافسية.

ولقد ظهر مفهوم التنافسية تحديداً منذ الثمانينات أين بدأت بالانتشار والتوسع بعد كتابات مايكل بورتر porter بشأن إستراتيجية التنافس والميزة التنافسية (1980-1985-1990)، فقد أصبحت تمثل العنصر الاستراتيجي الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المؤسسة ربحية متواصلة بالمقارنة مع منافسيها. وللتعرف على مفهوم الميزة التنافسية سنقوم بعرض بعض التعاريف التي تقدم مختلف وجهات نظر أصحاب الاختصاص نذكر منها ما يلي:

- يشير مصطلح الميزة التنافسية إلى " قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس الشروط"، حيث تتحقق من خلال الاستغلال الأفضل لمختلف القدرات والكفاءات والإمكانيات التي تتمتع بها المؤسسة.

- حسب porter " تنشأ الميزة التنافسية بمجرد وصول المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية بتلك المستعملة من قبل المنافسين، أي بمجرد إحداث المؤسسة لعملية الإبداع"<sup>1</sup>. ويتضح أن porter يؤكد أن جوهر الميزة التنافسية يتمثل في الإبداع.

- تعرف الميزة التنافسية على أنها القدرة على إنتاج السلع الصحيحة والخدمات بالنوعية الجيدة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية طلبات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة مقارنة بالمؤسسات الأخرى، كما ان الميزة التنافسية تمثل مجموع الخصائص أو الصفات التي يتصف بها المنتج أو العلامة، ويعطي المؤسسة بعض التفوق على منافسيها المباشرين<sup>2</sup>.

من التعاريف السابقة يتضح أن الميزة التنافسية هي تعبير عن المهارات والتقنيات ومظاهر التميز الذي تملكه المؤسسة، والتي تتبلور في منتجات وخدمات تحقق العملاء مستوى من الإشباع والمنافع

<sup>1</sup> حيدر معالي فهمي، نظم المعلومات مدخل لتحقيق ميزة التنافسية، الدار الجامعية، مصر، 2002، ص 08.

<sup>2</sup> الشيخ الداوي، دور التسيير الفعال لموارد وكفاءات المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية، جامعة ورقلة، 09-10 مارس 2004، ص 209.

أكبر مما يقدمه المنافسون، ويؤهل المؤسسة إلى تحقيق مزايا عدة منها الحصول على هوامش ربح مرتفعة وتطبيق سعار جد منخفضة، مع الحفاظ على حصة سوقية أكبر والنمو والبقاء أطول ما يمكن. يعتبر Porter أول من وضع نظرية الميزة التنافسية وصمم نموذجاً لقياسها يعتمد على المتغيرات الجزئية الداخلية، واعتبر أن التنافس يتم بين المؤسسات فيما بينها، حيث عرف بورتر الميزة التنافسية للمؤسسة على أنها " تنشأ أساساً من القيمة التي تستطيع مؤسسة ما أن تخلقها لزبائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية، أو بتقديم منافع مفقودة في المنتج تعوض الزيادة السعرية المطبقة<sup>1</sup>

أيضاً تعرف الميزة التنافسية على أنها: " قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط<sup>2</sup>.

#### ❖ الفرع الثاني: أهمية الميزة التنافسية.

إن أهمية الميزات التنافسية تتمثل في:

- ✓ أنها تعطي تفوقاً نوعياً وكمياً وأفضلية على المنافسين، وبالتالي تتيح لها تحقيق نتائج عالية؛
- ✓ تجعل منظمة الأعمال متفوقة في الأداء أو في قيمة ما تقدمه للعملاء أو الاثنين معاً؛
- ✓ تساهم في التأثير الإيجابي في إدراك العملاء، وباقي المتعاملين مع المنظمة وتحفيزهم لاستمرار وتطوير التعامل
- ✓ إن كون الميزات التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد فإن هذا الأمر يتيح للمنظمة متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد.
- ✓ نظراً لكون الميزات التنافسية مستندة على موارد المنظمة وقدرتها ومجالاتها فإنها تعطي حركة ديناميكية للعمليات الداخلية للمنظمة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> أحمد فوزي ملوخية، نظم المعلومات الإدارية، مؤسسة حورس الدولية، الاسكندرية، 2006، ص 225.

<sup>2</sup> مزهر شعبان العاني وشوقي ناجي جواد، مرجع سبق ذكره، ص 184-185.

<sup>3</sup> دانة خالد عمرو، علاقة إدارة التصميم بتحقيق الميزة التنافسية، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق

الأوسط، الأردن، 2009، ص 40

## ❖ الفرع الثالث: أنواع الميزة التنافسية

## أولاً: ميزة التكلفة الأقل:

وهي الميزة التي تتأتى للمؤسسة إذا ما كانت تكاليف أنشطتها المنتجة للقيمة أدنى من تلك المحققة عند منافسيها، حيث يمكن للمؤسسة الاقتصادية بلوغ وتحقيق ميزة تنافسية بالتكلفة الأقل من خلال تخطيط وتصميم، إنتاج ثم تسويق السلع أو الخدمات بتكلفة أقل مقارنة بالمنافسين في نفس القطاع أو السوق، مما يعكسه تحقيق المؤسسة لأرباح وعوائد أكبر<sup>1</sup>

## ثانياً. ميزة التميز:

تتميز المنظمة عن منافسيها عندما يكون بمقدورها الحياة على خصائص فريدة تجعل العميل يتعلق بها، وحتى يتم تملك هذه الميزة يجب الاستناد إلى عوامل تسمى عوامل التفرد، والتي تميز من بينها التعلم وآثاره، بحيث قد تتجم خاصية التفرد نشاط معين عندما يمارس التعلم بصفة جيدة ، فالجودة الثابتة في العملية الإنتاجية يمكن تعلمها، ومن ثم فإن التعلم الذي يتم امتلاكه بشكل شامل كفيل بأن يؤدي إلى تميز متواصل<sup>2</sup>

ونلخص أنواع الميزة التنافسية في الشكل التالي:

<sup>1</sup> غيايد كريمة، دور تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد 02، 2017، ص 189

<sup>2</sup> عماد أحمد إسماعيل، خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد المنافسة الاستراتيجية في الإدارتين العليا والوسطى، دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة، دراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية-غزة، 2011، ص 47

الشكل رقم (01): أنواع الميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الطلبة.

#### ❖ الفرع الرابع: محددات الميزة التنافسية

قبل التطرق إلى محددات الميزة التنافسية في المنظمة، تجدر الإشارة إلى تقسيمها على المستوى الكلي حيث تنقسم إلى أربعة أقسام<sup>1</sup>:

##### 1. أوضاع عوامل الإنتاج: facteur condition:

يجب الأخذ بعين الاعتبار العوامل الإنتاجية دون الإستثناء، إنطلاقاً من موارد طبيعية وبنية أساسية، ورأس المال، المناخ، الموقع، المورد البشري والميزة التنافسية بدورها لا تتوقف عند توفر هذه الشروط وإنما تشترط الكفاءة في مجال إستخدامها مع باقي المحددات

##### 2. أوضاع الطلب المحلي: (rome demend condition)

تتم معرفة الأوضاع بالمقارنة بين الطلب المحلي، ومعدل النمو وكلما كان التوافق بينهما، أدى ذلك إلى العمل والتطوير للمنتجات من أجل الدخول إلى الأسواق العالمية.

##### 3. الصناعات المكملية والمغذية (related and supporting industries)

تلعب الصناعات المكملية دوراً هاماً في خلق ميزة تنافسية وذلك من خلال ما يمكن أن تقدمه كمخرجات لها و مدخلات لصناعات أخرى، مما يوفر الوقت ويقلص التكاليف، بسبب إنخفاض أسعار المدخلات.

##### 4. استراتيجية المؤسسة وهيكلتها ودرجة المنافسة (Firm strategie structureandrivaly)

<sup>1</sup> - عمر صقر، العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 93-95.

تعتبر استراتيجية المنظمة أحد الدعائم الأساسية للميزة التنافسية ، ولكن مع الربط بين هيكل المنظمة ، ومدى توافقه لخدمة استراتيجيتها ، وهذا في ظل الإطار العام للمنافسة ، من أجل تحديد الموقع ورسم المسار الصحيح للوصول إلى الهدف ، وهذا يختلف باختلاف المنظمات وهو بدوره يخلق نوع من المزايا التنافسية لا سيما والعلاقة الوطيدة بين العمل والإدارة، لأنهما العصب الديناميكي لعملية التحسين والتطوير والابتكار، وتجسيد التفاعل الحاصل بين مختلف هذه المحددات يمكن تصوره في شكل ماسة، أبعادها تتمثل في المحددات الأربعة السابقة.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أثر التكنولوجي على الميزة التنافسية

فالإبداع التكنولوجي يغير وبشكل مفاجئ بنى النشاط، وفي وقت قصير يتم تبديل المنافسين القدامى، الموردن القدامى، وحتى الموزعين القدامى بقادمين جدد، ومنه يمكننا ان نجد هذا الأثر على ما يلي

#### الفرع الأول: تأثيرها على قوى التنافس الخمس (2) :

##### 1. أثر الإبداع على الزبائن والموردين:

يمكن أن يؤدي الإبداع في المنتجات أو طرائق الإنتاج إلى تعديل عميق في العملية الإنتاجية، أو في منتج تام الصنع، إلى درجة أن جزء من التموين التقليدي لا يدخل في عملية تصميم أو تشكيل المنتج. مما يعني بالنسبة للمورد خسارة منفذ من منافذه التجارية. وبالمقابل، فإن الإبداع يمكن أن يؤدي إلى ظهور موردين جدد، أو على الأقل يطور قدرات الموردين الحاليين. حيث يمكن ذكر حال موردي القطع الإلكترونية الذين لا يستغني عنهم في أنشطة عديدة مثل: صناعة السيارات، أو صناعة آلة التصوير.

أما بالنسبة للزبائن فإن التأثير يكون من خلال قدرة الإبداع على تعديل تكاليف التبديل، حيث قد يؤدي التطور التكنولوجي إلى تنميط المنتجات الموجودة في السوق.

##### 2. أثر الإبداع على المنتجات البديلة:

المنتجات البديلة هي عموماً نتاج لإبداع جذري في المنتج. ونادراً ما يحدث ألا يؤدي الإبداع الجذري إلى إحلال المنتج الجديد محل المنتج القديم، ويكون ذلك في حال ما إذا تدخل كل المتعاملين،

<sup>1</sup>فلاح حسين ، الإدارة الاستراتيجية ، ط1 ، دار وائل للنشر، عمان ، 2000 ، ص302.

<sup>(2)</sup>Idem, 1993, pp. 86-89.

بمعنى الذين يشكلون القوى التنافسية الأربعة الأخرى، بالإضافة إلى الدولة، حيث يقف هؤلاء كلهم أمام هذا الإحلال.

وتجدر الإشارة إلى أنه في بعض الحالات، يؤدي الإبداع إلى احلالات داخلية، بمعنى إحلال جزء استراتيجي بآخر ينتمي إلى نفس النشاط.

### 3. الأثر على الداخلين المحتملين:

يكون الأثر أساسا على حواجز الدخول، التي تحمي المؤسسات المتواجدة سلفا من الداخلين المحتملين. فبإمكان الإبداع أن يساهم في تخطي حاجز من حواجز الدخول كالتيكولوجيا، معرفة كيفية العمل، أو الحياة على براءة اختراع، ففي هذه حال تحمي المؤسسات نفسها من المنافسين المحتملين، من خلال انفرادها في التحكم في طرائق الإنتاج أو أنها قادرة على تصميم المنتج. فهي تحمي وراء تحكمها في التكنولوجيا، فالقدرة المستمرة على الإبداع هي التي تشكل حواجز الدخول، وتميز بين المؤسسات التي بإمكانها احتلال مكان في السوق.

### 4. الأثر على حدة المنافسة:

يمكن للإبداع أن يعدل من حدة المنافسة، من خلال التقليل أو الرفع من قدرات النشاط، وبخاصة التأثير على نموه. ومن ثمة فإنه كلما كان النشاط مزدهرا-بخاصة إذا كان الإبداع جذريا- فإن عدد المؤسسات الراغبة في التقدم إلى هذا النشاط يكون كبيرا. وعلى خلاف ذلك، فإذا أدى الإبداع إلى تقادم مفاجئ للصناعة بكاملها، فيتضاءل بذلك عدد المنافسين، مما يؤدي بدوره إلى تناقص حدة المنافسة.

و من جهة أخرى، فإن الإبداع قد يؤثر على حدة المنافسة، من خلال تعديل حواجز الدخول أو الخروج، ومن ثمة التأثير على عدد المؤسسات الموجودة في السوق. ويدفع تعميم تكنولوجيا معينة بعض المؤسسات إلى الدخول وأخرى إلى الخروج من السوق.

### 5. الآثار على بنية التكاليف :

- الأثر على توزيع التكاليف حسب طبيعتها: يؤثر الإبداع بقوة على تكاليف اليد العاملة المشكّلة لمنتج معين من خلال، مثلا التسيير الآلي لسلاسل الإنتاج. وأيضا بمقدور الإبداع أن يعدل من حصة المشتريات واستهلاك الطاقة من خلال تحسين مرد ودية طرائق الصنع. فالإبداع أي كانت درجته -جذريا أو طفيفا- يؤدي عموما إلى تقليص تكلفة الوحدة الواحدة بشكل واضح، مما يعني التأثير على المرد ودية إيجابيا.

• الأثر على توزيع التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة: يعدل الإبداع في المنتج من طبيعة المكونات الداخلة في صنع المنتج، ومن ثمة التعديل في تكلفته المتغيرة. ويؤدي الإبداع في الطرائق إلى التقليل، أو الرفع من التكلفة الثابتة للأصول الضرورية للإنتاج. وفي بعض الحالات يؤدي الإبداع إلى تحويل التكلفة الثابتة إلى متغيرة والعكس. وقد يؤدي أيضا إلى التأثير في التكاليف الثابتة (المتغيرة) في ذات الوقت، ولكن بنسب متفاوتة، فيؤدي ذلك كله إلى تعديل بنية التكاليف.

الفرع الثاني: الآثار على الاستراتيجيات العامة :

### 1. الأثر على استراتيجية التكلفة :

يؤثر الإبداع على المؤسسة التي تعتمد استراتيجية التكلفة سلبا، لأنه قد يلغي منحنى التجربة لديها، حيث يعتبر هذا الأخير مصدرا لتخفيض التكاليف. ويتمثل الأثر الإيجابي في كون الإبداع يساعد المؤسسة على تدعيم عملية التعلم لديها، واكتساب الخبرة في أقصر مدة، وكذا يوفر الأدوات التي تسمح بتخفيض التكاليف.

### 2. الأثر على استراتيجية التميز :

يؤثر الإبداع على استراتيجية التميز من خلال عرض المؤسسة لمنتجات جديدة، أو إضافة بعض الخصائص، أو استعمالات جديدة لمنتجات قديمة. والغرض من ذلك كله هو إشباع رغبات الزبائن بشكل مختلف وتميز عما تقدمه المؤسسة المنافسة. ومن ثمة إقناع الزبائن بضرورة دفع ثمن مرتفعا، مقابل القيمة التي يتلقونها وهم متأكدون بأنهم لم يُخدعوا.<sup>1</sup>

المبحث الثاني: الدراسات السابقة:

المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بتكنولوجيا بالمعلومات

❖ دراسة عادل بن عطاء الله 2009/2010:

بعنوان "دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء النشاط الإنتاجي بالمؤسسة الاقتصادية" رسالة ماجستير في علوم الاقتصادية، تخصص تسيير المؤسسة، جامعة بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مختلف جوانب تكنولوجيا المعلومات وأنواعها وكذا دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء النشاط الإنتاجي بالمؤسسة وكذا تحليلها ومعرفة أثارها على المؤسسة والأفراد.

<sup>1</sup> أعمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية (مصادرها، تنميتها و تطويرها)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، الخروبة، جامعة الجزائر، 2002، ص82.

حيث توصلت هذه الدراسة الى العديد من النتائج نذكر منها:  
 -لتكنولوجيا المعلومات دور هام في تحسين النشاط الاقتصادي للمؤسسة من خلال مساعدة على التحكم في كميات الإنتاج وتحقيق أهدافها الإنتاجية .  
 -تسمح تكنولوجيا المعلومات بالتحكم في التكاليف الإنتاجية والمساعدة على تخفيض من خلال التحكم في مصاريف الناتجة عن التوقف والإعطاب.

#### ❖ دراسة بختي إبراهيم، شعوبي محمود فوزي 2009-2010

**بعنوان:** "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة".  
 هدفت الدراسة إلى:

-التركيز على دور استخدام التكنولوجيا في السياحة وأثرها في زيادة الطلب السياحي.  
 - إبراز فوائد الأنترنت في مجال السياحة والفندقة لدعم التنمية المستدامة.  
 ومن أهم النتائج المتوصل إليها:  
 - إن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها تأثير ذو أهمية بالغة في دفع نمو السياحة داخل الدولة.  
 -ما تفتقر إليه معظم الدول العربية هو ضعف الاستثمار في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.  
 -كما تفتقر العروض السياحية المعروضة على الويب إلى المصداقية، خصوصا فيما يتعمق بالأسعار.

#### ❖ دراسة آسيا محجوب 2011

**بعنوان:** "البنوك التجارية والمنافسة في ظل بيئة مالية معاصرة -حالة البنوك الجزائرية-"،مذكرة مكملة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص استراتيجية مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08ماي، 1945قائمة.  
 هدفت هذه الدراسة إلى تحديد الآليات و المکانیزمات التي تجعل البنوك قادرة على مواجهة المنافسة في ظل تغيرات والتحويلات التي تعرفها البيئة المالية المعاصرة، وكذلك محاولة التعرف على الوضعية التنافسية في البنوك الجزائرية وعن أثر الإصلاحات البنكية في ذلك.  
 وقد توصلت الدراسة إلى أن المنافسة في البنوك الجزائرية محدودة طالما لا توجد بنوك خاصة قوية من شأنها الزيادة في حدة المنافسة، أما البنوك العمومية فتبقى المنافسة محصورة في شكل وصورة البنك الخارجية، طريقة استقبال العمء وكذا في بعض المنتجات، وهذا يعود إلى أن هذه البنوك ذات رأس المال العمومي، تعمل وفق توجيهات بنك الجزائر، خاصة فيما يخص أسعار الفائدة.

**المطلب الثاني: الدراسات المتعلقة بالميزة التنافسية**

❖ دراسة بعسي سامية 2007/2008:

بعنوان "فعالية الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية" مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير واقتصاد المؤسسة، جامعة بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، قسم علوم التسيير. هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على التطورات التي مست العديد من التخصصات للموارد البشرية في الفكر الإداري وخرجت هذه الدراسة بجملة من النتائج :

- التفاعل بين رغبة والقدرة على تطوير الموارد البشرية هو المدخل الاستراتيجي للإدارة أهم الأصول تهدف إلى تحقيق التميز المستمر.
- يجب اخذ بعين الاعتبار المحيط الخارجي حيث يجب التطلع إلى الأفق واخذ التغيرات البيئية المستقلة .

**المطلب الثالث: الدراسات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية**

❖ دراسة سلوى محمد شرفا 2008:

بعنوان "دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة" رسالة ماجستير في إدارة الأعمال (غير منشورة)، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الإسلامية، كلية العلوم التجارية، غزة، فلسطين. سلطت هذه الدراسة الضوء على إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية السائدة في المصارف العاملة في قطاع غزة، وكذلك تسليط الضوء على أهمية إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في مواجهة التحديات الغير المسبوقة التي تواجهها في القطاع المصرفي في قطاع غزة. خرجت هذه الدراسة بجملة من النتائج نذكر أهمها -تعد المعلومات قوة مؤثرة وفعالة، تتحكم في مختلف نواحي الحياة بما في ذلك المؤسسات المالية حيث تغلغت المعلومات في جميع عمليات ونشاطات المصارف.

-تلعب تكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة المستخدمة في المصارف في قطاع غزة دور أساسا في تحسين جودة الخدمات القائمة واستحداث خدمات جديدة تحقق لها الأسبقية على المنافسين.

❖ دراسة سملاي يحضية 2005:

بعنوان أثر التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مدخل الجودة والمعرفة، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

تناولت الدراسة الإشكالية التالية: هل يمكن للتسيير الاستراتيجي للموارد البشرية من خلال تسيير وتنمية الكفاءات وتسيير المعرفة وتسيير الجودة الشاملة أن يؤثر في الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية.

أهداف الدراسة: تمحورت أهداف الدراسة حول النقاط التالية

- محاولة المساهمة في صياغة نموذج فكري حديث مبني على التحليل الاستراتيجي للموارد الداخلية والكفاءات الاستراتيجية باعتبارها مدخلا متميزا لامتلاك المؤسسة الاقتصادية للميزة التنافسية، من خلالا لتأكيد على أهمية الموارد البشرية في تحسين فرص تحقيق ميزة تنافسية؛
- محاولة اقتراح مقارنة نظرية تقترض أن تحقيق المؤسسة الاقتصادية لميزة تنافسية مرتبط بشكل رئيسي بالتسيير الاستراتيجي لمواردها البشرية وتضمن كفاءات الفردية؛
- التأكيد على أهمية الدور المتنامي للرأسمال الفكري كأحد أهم عوامل تحقيق التفوق التنافسي.

❖ دراسة اسحق محمود الشعار وآخرون 2014:

بعنوان: أثر تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية:

أجريت هذه الدراسة بشكل مقال مقدم للمجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، وهدفت هذه الدراسة أساسا إلى معرفة مدى أثر عناصر وخصائص تكنولوجيا المعلومات على أبعاد الميزة التنافسية الشركات الصناعية المساهمة

العامة بالأردن، حيث قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية، من خلال توزيع استبانة على عينة الدراسة، التي تمثلت في عينة عشوائية بسيطة من المجتمع المتمثل في الشركات الصناعية المساهمة العامة، حيث قدر حجم العينة 295 فردا وتم استرداد 155 استبانة أي بنسبة 59% فيما كانت الاستبانات الصالحة للتحليل 140 استبانة أي ما نسبته 90% من الاستبانات المسترجعة. وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

- دلت النتائج على وجود أثر لعناصر تكنولوجيا المعلومات في الميزة التنافسية، وتم تفسيرها بأن تكنولوجيا المعلومات يمكن أن تقلل التكاليف من خلال أتمتة العمليات الإنتاجية والأنشطة التسويقية؛
- أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر لخصائص تكنولوجيا المعلومات في الميزة التنافسية (الجودة)، مما دل على وجود دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة المنتجات بما يوافق رغبات العملاء؛

- توصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر لعناصر وخصائص تكنولوجيا المعلومات في الميزة التنافسية (وقت التسليم)، حيث زادت تكنولوجيا المعلومات من مرونة الشركات في الاستجابة لمطالب السوق، والاستجابة السريعة لمطالب العملاء؛

❖ دراسة عبد الجليل مقدم وآخرون 2020:

بعنوان: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية للاتصالات موبيليس:

أجريت هذه الدراسة بشكل مقال مقدم لمجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، وهدفت هذه الدراسة أساسا إلى معرفة مدى أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية للاتصالات موبيليس،

حيث قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية، من خلال توزيع استبانة على عينة الدراسة، التي تمثلت في عينة ميسرة من المجتمع المتمثل في العاملين بمؤسسة موبيليس، حيث قدر حجم العينة 60 فردا وتم استرداد 57 استبانة أي بنسبة

(95%). وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

- أظهرت آراء العمال من خلال التحدث معهم على أن تكنولوجيا المعلومات لديها أثر إيجابي على عناصر الميزة التنافسية، الأمر الذي يشير إلى أهمية تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للمؤسسة والأفراد العاملين؛

- تكنولوجيا المعلومات ساعدت عناصر الميزة التنافسية في عدة جوانب منها: السرعة والثقة في الأداء، وتقليص التكاليف؛

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية.

عند ملاحظة هذه الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع دراستنا " دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي" والتي قد قسمناها إلى قسمان تناولنا في القسم الأول الدراسات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات ، اما القسم الثاني تناولنا الدراسات المتعلقة بالميزة التنافسية، أما القسم الثالث فتناولنا فيه بتكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية وهذه الدراسات هي القريبة لموضوع دراستنا، وتوصلنا من خلالها إلى الملاحظات التالية:

- تتوافق الدراسة الحالية والدراسات السابقة في موضوع الميزة التنافسية من الجانب الجانب النظري.

- هناك اختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة في إطار المكان والزمان للدراسة.

- الدراسة الحالية تختلف مع الدراسات السابقة في المتغير المستقل.

- الدراسة الحالية تختلف مع بعض الدراسات السابقة في المتغير التابع.

- تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الأبعاد التي تم من خلالها دراسة العلاقة بين

متغيري الدراسة.

ومن خلال اطلاعنا على الدراسات فقد استفدنا في العديد من النواحي منها إثراء الجانب النظري لكل من تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية، وكذا النتائج التي تم التوصل إليها.

## خلاصة الفصل:

يشهد عالم اليوم تغيرات سريعة، متعددة ومتشابكة العناصر، وشديدة التعقيد، إذ أصبحت في مجملها تشكل ضغوطا وتحديات على المنظمات وتهدد بقائها، الأمر الذي دفع هاته الأخيرة على إعادة التفكير في طريقة أدائها لأعمالها وكيفية إضافة القيمة لأصحاب المصالح. كون أن هذا العصر يتميز بأنه عصر المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، أين يشكل فيه الإبداع، الابتكار، المعرفة والمعلومات أهم الوسائل لتحقيق أهداف ورؤى المنظمات. حيث تشكل تكنولوجيا المعلومات نقطة قوة تمكن منظمات الأعمال من التنبؤ بالتغيرات وتطوير بيئتها الداخلية والتكيف مع البيئة الخارجية وتحقيق أهدافها الاستراتيجية بكفاءة وفاعلية ومنه إعطاء ميزة تنافسية لها.

ومنه يمكن القول بأن ضمان بقاء المنظمة في ظل محيط عالي التنافسية يتوجب عليها العمل بتكنولوجيات المعلومات المتمثلة في شكل استراتيجيات وسياسات واضحة المعالم محددة الأهداف في سبيل توافقها وتماشيها مع البيئة الخارجية للمنظمة، بحيث ينتج عنها أداء جيد وبالتالي تستطيع هاته الأخيرة من خلاله أن تخلق ميزة تنافسية لها.

# الفصل الثاني

تمهيد.

المبحث الأول: الأدوات والإجراءات المتبعة في الدراسة.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

خلاصة الفصل.

## تمهيد الفصل

بعد التطرق للدراسة والتحليل لمختلف الجوانب النظرية ذات العلاقة بموضوع الدراسة و المتمثل في دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي ، وسيتم من خلال هذا الفصل التطبيقي إلى إسقاط العناصر النظرية على أرض الواقع من خلال اخذ ثلاث فروع من مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي نموذجا للدراسة، ولا يمكن القيام بهذه الدراسة دون إتباع إجراءات منهجية تسمح بتحديد الخطوات التي يجب المرور بها والمعلومات التي يمكن الحصول عليها، وسنحاول التطرق إلى الإطار الميداني للبحث من خلال عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية للمؤسسات وذلك من خلال تقسيم الفصل إلى مبحثين:

**المبحث الأول: الأدوات والإجراءات المتبعة في الدراسة.**

**المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة واختبار الفرضيات**

### المبحث الأول: الأدوات والإجراءات المتبعة في الدراسة

تتمحور الدراسة الميدانية بشكل أساسي على دراسة دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي من وجهة نظر الموظفين العاملين فيها، حيث اشتمل هذا المبحث على الأدوات والإجراءات المتبعة في جمع البيانات المتعلقة بالدراسة.

#### المطلب الأول: الطريقة المتبعة في الدراسة

اشتمل هذا المبحث على الأدوات والإجراءات المتبعة في جمع البيانات المتعلقة بالدراسة، واستخدمنا المنهج الوصفي والتحليلي في تحليل البيانات واختبار الفرضيات، حيث تم استخدام استبانة في جمع البيانات من أجل تفسيرها والوصول إلى استنتاجات تسهم في تحسين الواقع وتطويره . تهدف الدراسة في هذا الجزء إلى معرفة هل لتكنولوجيا المعلومات اثر في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي من خلال تحليل الاستبيان المعد كأداة لذلك .

#### أولا / مجتمع الدراسة وطريقة سحب العينة :

**1/ مجتمع وعينة الدراسة :** كون الظاهرة المدروسة تتعلق بتكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية داخل المؤسسة الاقتصادية فان المجتمع هو كل المؤسسات الاقتصادية العاملة في اقليم ولاية الوادي ، اما عينة الدراسة فتمثلت في مؤسسة اتصالات الجزائر . . .

#### 2 / التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر:

لقد باشرت الدولة الجزائرية منذ سنة 1999 بإصلاحات عميقة في قطاع البريد و المواصلات. و قد تجسدت هذه الإصلاحات في سن قانون جديد للقطاع في شهر أوت 2000. جاء هذا القانون لإنهاء احتكار الدولة على نشاطات البريد و المواصلات و كرس الفصل بين نشاطي التنظيم و استغلال و تسيير الشبكات. و تطبيقا لهذا المبدأ، تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إداريا و ماليا و متعاملين، أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية و الخدمات المالية البريدية متمثلة في مؤسسة "بريد الجزائر" و ثانيهما بالاتصالات متمثلة في "اتصالات الجزائر".

و في إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة تم في شهر جوان 2001 بيع رخصة لإقامة و استغلال شبكة للهاتف النقال وأستمر تنفيذ برنامج فتح السوق للمنافسة ليشمل فروع أخرى، حيث تم بيع رخص تتعلق بشبكات VSAT و شبكة الربط المحلي في المناطق الريفية. كما شمل فتح السوق كذلك الدارات الدولية في 2003 و الربط المحلي في المناطق الحضرية في 2004. و بالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في 2005، و ذلك في ظل احترام دقيق لمبدأ الشفافية و

لقواعد المنافسة. و في نفس الوقت، تم الشروع في برنامج واسع النطاق يرمي على تأهيل مستوى المنشآت الأساسية اعتمادا على تدارك التأخر المتراكم.

2-الإطار القانوني : اتصالات الجزائر SPA ، مؤسسة عمومية ذات أسهم برأس مال تنشط في سوق الشبكة وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر ، تأسست وفق قانون 03/2000 المؤرخ في 05 أغسطس أوت سنة 2000 المحدد للقواعد العامة للبريد والمواصلات ، فضلا عن قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة (CNPE) بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية اقتصادية أطلق عليها اسم " إصالات الجزائر". وفق هذا المرسوم الذي حدد نظام مؤسسة عمومية اقتصادية تحت صيغة قانونية لمؤسسة ذات أسهم برأسمال اجتماعي دينار جزائري والمسجلة في المركز السجل التجاري يوم 11 ماي 2002 المقدر ب 115.000.000.000,00 دج . تحت رقم

B 001808302

### 3/ طريقة سحب العينة :

بما أنه تم الاعتماد على أسلوب الاستبيان في جمع المعلومات والبيانات فقد ارتأينا توزيع وإجراء الاستبيان بالاعتماد على هذه الطريقة القصدية ، وهذا راجع لطبيعة الأسئلة المطروحة في الاستمارة تتطلب أشخاص ذوي خبرة عالية ولديهم دراية كافية حول تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية، وقمنا بتوزيع الاستمارات كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (1-2): يبين كيفية توزيع وجمع الاستبيان على عينة الدراسة

البيان	العدد
عدد الاستبيانات الموزعة	45
عدد الاستبيانات المسترجعة	40
عدد الاستبيانات الملقاة (غير صالحة) بسبب عدم استرجاعها من قبل عينة الدراسة	05
عدد الاستبيانات الصالحة	30

المصدر : من اعداد الطلبة

وقد كانت إجابات كل فقرة وفق مقياس ليكرت الخماسي ( Likert Scale ) ، بحيث يقابل كل عبارة قائمة تحمل الاختيارات التالية : (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) وتمثل رقميا (1,2,3,4,5) على التوالي:

جدول رقم (2-2): توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	بدائل القياس
05	04	03	02	01	الدرجة/الترميز

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مقياس ليكارت (Likert Scale)

لإعداد دليل الموافقة لتحليل إجابات أفراد العينة الدراسة على عبارات الاستبيان: فإنه تم اعتماد على أدوات الإحصائية التالية: المدى، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري حيث: المدى: لتحديد مجالات ل مقياس ليكارت الخماسي المستخدم في الاستبيان الدراسة حيث تم حساب المدى و يساوي= (أعلى درجة في مقياس - أدنى درجة في مقياس) = 4 = (5-1) (وللحصول على طول الفئة للتنقل بين المجالات الموافقة نقوم بقسمة المدى على عدد درجات الموافقة وذلك على نحو التالي: طول الفئة = المدى / عدد درجات المقياس، طول الفئة =  $4/5 = 0.8$  وبإضافة هذه القيمة في كل مرة للحد الأدنى لدرجة الموافقة نحصل على الحد الأعلى لكل مجال مثلا  $1 + 0.8 = 1.80$  : فنحصل على مجال [1.80 - 1] وهو مجال موافقة بدرجة منخفضة جدا . وهكذا مع كل مجالات الموافقة، وتفيد هذه العملية في التعرف على موقف المشترك لإجمالي أفراد العينة على كل عبارة وعلى كل محور حيث نحصل على المجالات كما يلي:

جدول رقم (3-2): تحديد الاتجاه المستجوبين حسب قيم المتوسط الحسابي

الاتجاه (التقييم)	الاوزان	مجال المتوسط الحسابي
غير موافق بشدة	1	من 01 إلى 1.80 درجة
غير موافق	2	من 1.81 إلى 2.60 درجة
محايد	3	من 2.61 إلى 3.40 درجة
موافق	4	من 3.41 إلى 4.20 درجة
موافق بشدة	5	من 4.21 إلى 5 درجة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على المرجع: د. ضو نصر ، محاضرات في مقياس تقنيات الاستقصاء ، مقدمة للسنة الأولى ماستر اقتصاد كمي ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الشهيد حمه الأخضر بالوادي ، 2018

إضافة إلى تحديد اتجاهات العينة نحو مدى موافقتهم على عبارات الاستبيان فإننا أيضا نقوم بترتيب العبارات من خلال أهميتها في المحور بالاعتماد على أكبر قيمة متوسط حسابي في المحور وعند تساوي المتوسط الحسابي بين عبارتين فإنه يأخذ بعين الاعتبار أقل قيمة للانحراف المعياري بينهما.

واستنادا إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها لتفسير البيانات حسب مستوى الأهمية وذلك على النحو التالي:

مرتفع	متوسط	منخفض
3,67 فأكثر	3,66-2,34	2,33-1

حيث تم اعتماد هذا المقياس على أساس: طول الفئة =  $\frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى}}{\text{المستويات عدد}}$

$$1,33 = \frac{4}{3} = \frac{(1-5)}{3} \quad \text{حيث أن عدد المستويات} = 3$$

وبناءً عليه فإذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات أكبر من 3.67 فيكون مستوى مرتفعاً (ويعني موافقة عالية لأفراد العينة على العبارة) أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي من 2.34-3.66 فيكون المستوى متوسطاً، وإذا كان المتوسط الحسابي من 1-2.33 فيكون المستوى منخفض.

#### ثانياً : تحديد مصادر البيانات وطريقة جمعها

اعتمدنا في الدراسة الميدانية على مصدرين أساسيين للبيانات، حيث قمنا بجمعها من خلال المصادر الأولية والثانوية والتي لها علاقة بموضوع الدراسة وتمثلت فيما يلي:

- 1- المصادر الثانوية: تمثلت المصادر الثانوية للدراسة في مجموعة من المقالات العلمية والبحوث الجامعية إضافة إلى الدراسات السابقة والتي تطرقت إلى موضوع بحثي.
- 2- المصادر الأولية: تتمثل المصادر الأولية للدراسة في أداة الاستبيان بهدف تجميع البيانات اللازمة لموضوع الدراسة ومعالجتها إحصائياً بالاستعانة ببرنامج spss.

#### المطلب الثاني : أدوات الدراسة :

من أجل تسهيل عملية تحليل ومناقشة النتائج تم الاستعانة بكل من برنامج Excel وبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: spss21 لمعالجة البيانات وتحليلها واستخراج نتائج الدراسة، وقد تم أيضاً استخدام عدد من الأساليب الإحصائية والتي تتناسب مع متغيرات الدراسة

#### أولاً : استمارة ونموذج الدراسة :

1/ تصميم الاستبيان تمثل استمارة الاستبيان الأداة الرئيسية التي تم الاعتماد عليها في الدراسة لجمع البيانات و المعلومات من الواقع، و المتمثلة في آراء و جهات نظر موظفي حول مشكلة الدراسة.

■ ولكي تكون الاستمارة دقيقة و منظمة في شكلها العلمي من حيث البساطة و الوضوح و المضمون، فقد تم تصميمها على ثلاثة مراحل.

تعتبر هذه المرحلة الخطوة الأولى في إعداد الاستمارة، و انطلاقا من الجانب النظري تم صياغة مجموعة من الأسئلة مراعين في ذلك إشكالية البحث و الفرضيات الموضوعية، و لقد راعينا في إعداد الأسئلة ما يلي:

✓ استعمال لغة سليمة؛

✓ صياغة أسئلة بسيطة و غير قابلة للتأويل؛

✓ ترتيب الأسئلة و تسلسلها و ربطها بالأهداف المرجوة من الدراسة الميدانية.

ولقد قمنا بتصميم وتوزيع استبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة ، وذلك بناء على فرضيات الدراسة ومتغيراتها المستقلة ، ويتكون هذا الاستبيان من قسمين على النحو التالي :

القسم الأول: وهو عبارة عن السمات الشخصية عن المستجيب (الجنس ، العمر ، المستوى العلمي، المهنة، سنوات الخبرة ) .

القسم الثاني: وهو عبارة عن محاور الدراسة وتتكون الاستبانة من 20 فقرة موزعة على محورين رئيسيين هما المحور الأول : تكنولوجيا المعلومات ، والمحور الثاني : الميزة التنافسية كما هو موضح في الملحق رقم 1 (الاستمارة)

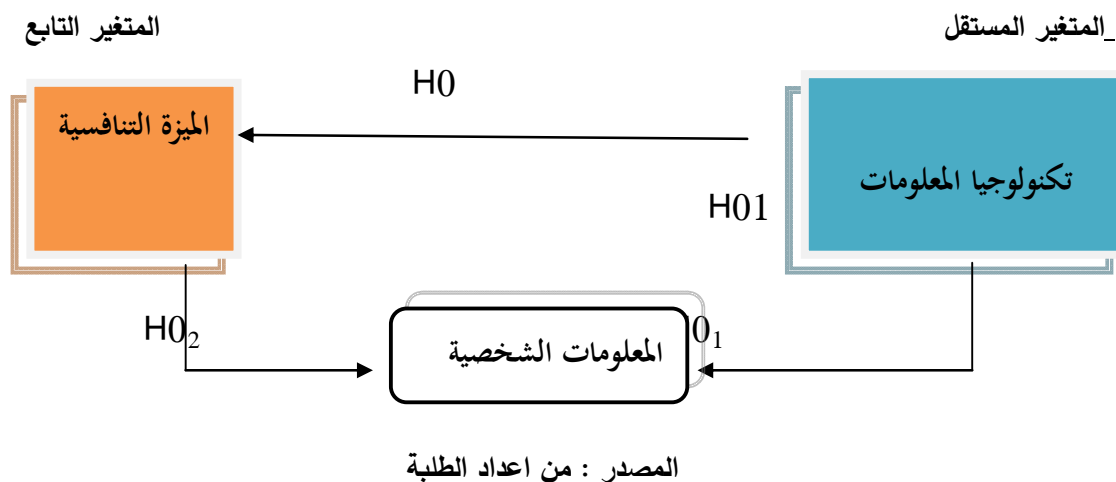
المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات ويتكون من (10) فقرات .

المحور الثاني: الميزة التنافسية ويتكون من (10) فقرات .

2 / نموذج الدراسة: من خلال هذه الدراسة لدينا متغيرين مهمين هما تكنولوجيا المعلومات

كمتغير مستقل ، الميزة التنافسية كمتغير تابع ، وسيتم اختبار الفرضيات بين محاور الدراسة والمعلومات الشخصية لعينة الدراسة ، والشكل التالي يبين نموذج الدراسة :

الشكل رقم (1-2) نموذج الدراسة



ثانيا : تحديد نوع توزيع بيانات المستجوبين وأساليب المعالجة الإحصائية

1 / تحديد نوع توزيع بيانات المستجوبين نحو محاور الاستبيان: بعد جمع بيانات المستجوبين وترميزها وإدخالها في برنامج spss21 فإنه قبل تحليل البيانات يجب تحديد ما إذا كانت بيانات المستجوبين على مضمون متغيرات الدراسة التي يتم دراستها تتبع التوزيع الطبيعي أم التوزيعات الاحتمالية الأخرى. وهناك عدة طرق إحصائية للكشف عن نوع توزيع بيانات الاستبيان وهي (طريقة اختبار Kolmogorov-Smirnov، وطريقة اختبار (Shapiro-Wilk) وبالإستعانة ببرنامج spss وعند إجراء استكشاف نوع توزيع البيانات فإن اختبار (Tests of Normality) يعطي لنا مخرجات معًا لكل من (اختبار Kolmogorov-Smirnov، واختبار (Shapiro-Wilk) في جدول واحد، و- بأي منهما نستدل على نوع التوزيع؟ وهنا سنعتمد على القاعدة التالية: أن اختبار Kolmogorov-Smirnov يستخدم إذا كان عدد العينة أكبر أو يساوي 50، في حين نستدل بنتائج اختبار Shapiro-Wilk إذا كان عدد العينة اقل من 50<sup>(1)</sup>.

2 / تحديد أساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة: تم إخضاع البيانات إلى عملية التحليل الإحصائي بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية ( SPSS: V21 SPSS: Statistical Package for the Social Sciences) وتم الاعتماد على بعض الأساليب الإحصائية كما هو موضح فيما يلي:

(1) - أبو زيد، محمد خير سليم، أساليب التحليل الإحصائي باستخدام برمجية SPSS، الرياض، دار جرير للنشر والتوزيع، 2005، ص 156.

الجدول رقم (4-2): يبين شرح أساليب الإحصائية لتحليل البيانات واختبار الفرضيات الدراسية

وصفها	الأداة الإحصائية
لوصف أفراد عينة الدراسة	التكرار والنسبة % والرسوم البيانية
اختبار ثبات الاستبانة	معامل ألفا كرونباخ
لاختبار صدق الاستبانة	معامل ارتباط بيرسون
وهو متوسط مجموعة من القيم، أو مجموع القيم المدروسة مقسوم على عددها، وذلك بغية التعرف على متوسط إجابات المستجوبين حول الاستبيان ومقارنتها بالمتوسط الفرضي المقدر ب (03) لأن التتقيط يتراوح من (01) إلى (05)، والمتوسط يساعد في ترتيب العبارات حسب أعلى قيمة له.	المتوسط الحسابي:
وذلك من أجل التعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة اتجاه كل فقرة أو محور، ويوضح التشتت في استجابات أفراد الدراسة فكلما اقتربت قيمته من الصفر هذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها، كما أنه يفيد في ترتيب العبارات أو العبارات لصالح الأقل تشتتاً عند تساوي المتوسط الحسابي بينها.	الانحراف المعياري:
لمعرفة الدلالة الإحصائية (دال أو غير دال) في اختبار الفرضيات (الإحصاء الاستدلالي) ويفيد هذا الاختبار (one Sample t-test) في الكشف عن ما إذا كان هناك فرق جوهري (دال إحصائياً) بين المتوسط الحسابي $(\bar{X})$ الفرضي والمتوسط العينة أفراد لإجابات $(=03\bar{X})$	اختبار T (one Sample t-test)
يتم اختبار الفرضية على مستوى دلالة محدد ومستوى الدلالة الشائع الاستخدام في الدراسات السابقة هو 0.05 وهو ما يعرف بقيمة ألفا، أي أنه يتم اختبار الفرضية الصفرية على مستوى الدلالة ألفا تساوي 0.05 ويعني ذلك أن احتمال الخطأ في المعايينة، يجب ألا يزيد عن 0.05 أو بمعنى آخر يقبل مقدار خطأ في صحة النتائج لا يزيد عن 0.05.	مستوى الدلالة 0.05
يظهر في مخرجات البرامج الإحصائية مثل Spss، وعلى أساسه يتم اختبار الدلالة الإحصائية للمؤشرات الإحصائية المحسوبة وهذا من خلال مقارنة من خلال قيمة احتمال الخطأ (Sig) المصاحبة لقيم المؤشرات الإحصائية مع مستوى الدلالة 0.05	مستوى المعنوية (Sig)، أو (احتمال الخطأ) (P-value):

المصدر: من إعداد الطلبة وبتصرف بالاعتماد على المرجع التالي:

ط. ويطي مصطفى، د. وعيل ميلود، مطبوعة جامعية موسومة بـ "أساليب تصميم إعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي -"، معتمد من طرف المجلس العلمي بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير - جامعة البويرة، 2014/06/30 <http://dspace.univ-bouira.dz:8080/jspui/handle/123456789/3327>

### المطلب الثالث : صدق وثبات الاستبيان

وهنا اعتمدنا على الصدق الظاهري كمرحلة أولى ثم قيمنا الصدق والثبات عن طريق الأساليب الإحصائية كما يلي:

**أولا/ الصدق الظاهري:** عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (05) أعضاء في هيئة التدريس، لأخذ بملاحظاتهم في بناء الاستبيان، والتأكد من صدق وملائمة فقرات الاستبيان لتحقيق الأهداف البحثية المتوخاة من الدراسة، حيث تم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية.

**ثانيا/ الصدق البنائي:** يقصد بصدق أداة الدراسة ، أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقمنا بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان.

صدق الاتساق الداخلي ووفقا لمعامل الارتباط بيرسون يهدف إلى معرفة مدى قدرة كل مجموعة من عبارات المحور على قياس متغير بوضوح حيث عندما يتم حساب معامل الارتباط بيرسون بين متغيرين فإن هذا المعامل يتراوح في كل الحالات بين (-1) و (+1)، لكن هذا المعامل لا يكتسب دلالاته من قيمته المطلقة، ويتعين أن يتم فحص دلالة معامل الارتباط بيرسون وهذا من خلال مقارنة القيمة الاحتمالية (sig)<sup>(1)</sup> لكل معامل ارتباط مع مستوى الدلالة 0.05، فإذا كانت قيمة (sig) أقل أو تساوي مستوى الدلالة (2) \* 0.05 فإن معامل الارتباط بيرسون ذو دلالة إحصائية أي توجد علاقة بين العبارة ومحورها أي بعبارة أخرى أن العبارة صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه ، أي أن مضمون العبارة يتلاءم مع مفهوم المحور الذي تنتمي إليه ، والجدول التالي يوضح ذلك:

\* - القيمة الاحتمالية (Sig): أو ما يسمى ب (احتمال الخطأ) (P-value): تظهر في مخرجات البرامج الإحصائية مثل برنامج Spss، وعلى أساسها يتم اختبار دلالة الإحصائية لنتائج الدراسة الميدانية نقلا عن عبد الكريم بوحفص: الأساليب الإحصائية وتطبيقاتها يدويا وباستخدام Spss، الجزء 02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص: 24.

\* - مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) وهي قيمة يختارها الباحث في بحثه وعادة في دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية يتم اختبار مستوى الدلالة شائع الاستخدام وهو 0.05 ويعني ذلك ان الباحث يشك في النتائج الميدانية بنسبة 5% ويعني ذلك أن الاحتمال المقبول بالخطأ في المعايير، يجب ألا يزيد عن 0.05 أو بمعنى آخر يُقبل مقدار خطأ في صحة النتائج إذا كانت قيمة sig لا تزيد عن 0.05، نقلا عن عبد الكريم بوحفص: الأساليب الإحصائية وتطبيقاتها يدويا وباستخدام Spss، الجزء 02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص: 24.

الجدول رقم (5-2) يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات محاور الدراسة

المحور الثاني				المحور الأول			
النتيجة	قيمة المعنوية	معامل الارتباط	العبارة رقم	النتيجة	قيمة المعنوية	معامل الارتباط	العبارة رقم
غير دال	0.194	0.244	العبارة رقم 01	دال	0.001	**0.558	العبارة رقم 01
دال	0.000	**0.606	العبارة رقم 02	دال	0.000	**0.683	العبارة رقم 02
دال	0.005	**0.499	العبارة رقم 03	دال	0.000	**0.771	العبارة رقم 03
دال	0.000	**0.742	العبارة رقم 04	دال	0.004	**0.512	العبارة رقم 04
دال	0.000	**0.605	العبارة رقم 05	غير دال	0.230	0.226	العبارة رقم 05
دال	0.014	*0.443	العبارة رقم 06	دال	0.015	*0.438	العبارة رقم 06
دال	0.000	**0.666	العبارة رقم 07	دال	0.011	*0.457	العبارة رقم 07
دال	0.000	**0.735	العبارة رقم 08	دال	0.003	**0.517	العبارة رقم 08
دال	0.046	*0.367	العبارة رقم 09	دال	0.000	**0.713	العبارة رقم 09
دال	0.004	**0.510	العبارة رقم 10	دال	0.000	**0.695	العبارة رقم 10

دال: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها

\*\* تدل في برنامج SPSS على وجود دلالة الإحصائية وعدم وجود \*\* تدل على عدم وجود دلالة الإحصائية

قاعدة: إذا كانت قيمة احتمال الخطأ (Sig. or P-value) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة، 0.05 فإنه يوجد ارتباط معنوي. بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V .21

من النتائج الارتباطات الثنائية المبينة أعلاه نلاحظ أن: عبارات المتعلقة بالمحورين نلاحظ انها تمتاز بالاتساق الداخلي مع محورها حيث أن علاقة الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور وعباراته دالة إحصائية، إذ أن قيمة المعنوية (القيمة الاحتمالية) للقيم الإحصائية لمعاملات الارتباط بيرسون (Correlation de Pearson) المحسوبة في كل عبارة من عبارات المحاور هي أقل من مستوى دلالة 0.05 ، ماعدا العبارة السادسة من المحور الاول التي ليست لها دلالة احصائية ، والعبارة الاولى من المحور الثاني كذلك ، اما باقي العبارة فلها دلالة احصائية ، عند مستوى دلالة 0.05 ، فمثلا معامل الارتباط للعبارة رقم 01 للمحور الاول مع محورها بلغ قيمة  $r=0.558$  وهو دال

إحصائياً حيث قيمة  $\text{sig}=0.001$  وهي أقل من 0.05 ، ونفس المقارنة مع باقي العبارات ومنه عبارات المحور الأول والثاني صادقة ومتسقة، لما وضعت لقياسه.

ثالثاً/ قياس ثبات الاستبيان: يقصد بثبات الاستبيان أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، ويكون من خلال معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha). الذي يعد من أفضل المقاييس للدلالة على ثبات وصدق الاستبانة، وقد قدر هذا المقياس بواسطة برنامج (SPSS) ، حيث قيمته موضحة لكل بعد ومحور كما في الجدول التالي و الذي يوضح اختبار الثبات والصدق لمحاور الدراسة.

الجدول رقم (6-2): نتائج اختبار ثبات وصدق الاستبانة.

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
المحور الأول : تكنولوجيا المعلومات	10	0.714	0.844
المحور الثاني : الميزة التنافسية	10	0.739.	0.859
الإجمالي	20	0.818	0.904

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات spss

تدل معاملات الثبات على ثبات المحتوى بصورة عامة نظراً لأن معامل الثبات عالي ويقترب للواحد الصحيح وهذا يدل على قدرة الأداة في تحقيق أغراض الدراسة، حيث يتضح من الجدول السابق أن أعلى معامل ثبات للمحاور هو (0.739) للمحور الثاني ، بينما كان معامل الثبات لإجمالي المحاور عالي حيث بلغ (0.818) ،بينما معاملات الصدق تقترب للواحد الصحيح مما يدل على ثبات وصدق المحتوى لاستمارة الأسئلة .

المبحث الثاني : عرض النتائج واختبار الفرضيات

بعد عملية استرجاع الاستبيانات وتشفيرها وتفريغها في البرنامج الاحصائي spss21 تتم عملية عرض النتائج من خلال تحديد خصائص العينة ثم معرفة اتجاهات اجابات العينة حول كل العبارات والمحاور لنصل في الاخير لاختبار فرضيات الدراسة كما يلي :

المطلب الاول : عرض خصائص العينة :

أولاً: توزيع أفراد العينة تبعا الجنس : وهي كما يوضحها الجدول التالي :

جدول رقم ( 2-7 ) : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس      الشكل رقم ( 2-2 ) : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



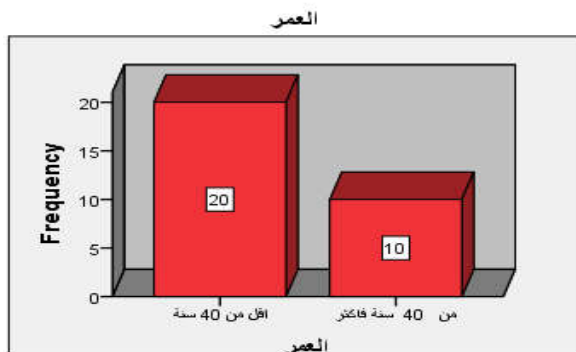
البيان	التكرار	النسبة
ذكر	26	%86.7
أنثى	04	%13.3
المجموع	30	%100

المصدر : من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS

من خلال الجدول والشكل أعلاه و حسب متغير الجنس نلاحظ أن فئة الذكور اكبر من الاناث حيث قدرت نسبتهم بـ 86.7% وأن فئة الإناث تمثل 13.3% فقط ، وهذا منطقي كون ان العدد الكبير من الموظفين من الذكور

ثانيا : توزيع أفراد العينة تبعا العمر: وهي كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم ( 2-8 ) : توزيع عينة الدراسة حسب العمر الشكل رقم ( 2-3 ) : توزيع عينة دراسة حسب العمر



البيان	التكرار	النسبة
أقل من 40 سنة	20	%66.7
من 40 سنة فأكثر	10	%33.3
المجموع	30	%100

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه والخاص بالمعلومات حسب متغير العمر نلاحظ تباين في الأعمار وأن الفئة العمرية (أقل من 40 سنة) بنسبة مئوية 66.7% ، وهي عالية جدا اي أن أفراد العينة معظمهم من الطاقات الشابة تليها ، ثم تأتي الفئة (من 40 سنة فأكثر) بنسبة 33.3% .

ثالثا: توزيع أفراد العينة تبعا للمؤهل العلمي : وهي كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم ( 2-9 ) : توزيع عينة دراسة حسب المؤهل العلمي الشكل رقم ( 2-4 ) : توزيع عينة دراسة حسب المؤهل العلمي



البيان	التكرار	النسبة
ثانوي	9	%30
جامعي	21	%70
المجموع	30	%100

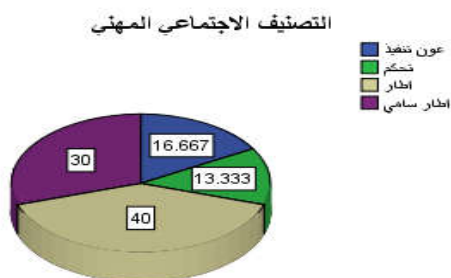
المصدر: من إعداد الطلبة باعتماد على برنامج spss

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بتوزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل (المستوى التعليمي) أن أغلبية أفراد العينة من حاملي شهادات جامعية حيث بلغ عددهم 21 فرد بنسبة مئوية

70% وهي نسبة مرتفعة، في حين بلغت النسبة الباقية للمستوى الثانوي بنسبة 30% ،أي أن أغلبية أفراد العينة لديهم مستوى جامعي وهذا ما يزيد من أهمية البحث و النتائج المتوصل إليها.

خامسا : توزيع أفراد العينة تبعا للمهنة : وهي كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم ( 2-11) : توزيع عينة دراسة حسب المهنة الشكل رقم ( 6-2) : توزيع عينة دراسة حسب المهنة



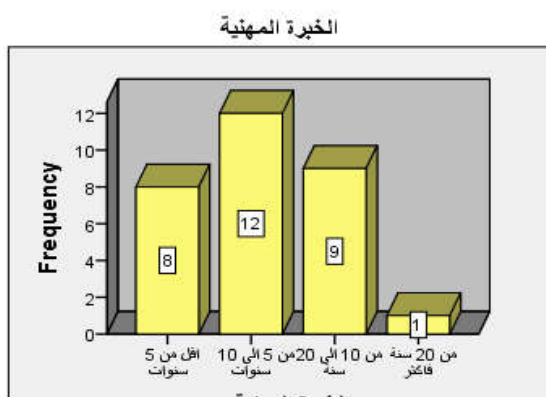
البيان	التكرار	النسبة
اعون تنفيذ	5	16.7%
تحكم	4	13.3%
اطار	12	40%
اطار سامي	9	30%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة باعتماد على برنامج spss

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بتوزيع عينة الدراسة حسب التصنيف المهني أن أغلبية أفراد العينة لديهم تصنيف إطار وإطار سامي ، أي ان نسبة 70% من عينة الدراسة هم إطارات وإطارات ساميين وهي نسبة مرتفعة وجيدة للاستبيان ، في حين بلغت النسبة الباقية والمقدرة بـ 30% موزعة بين اعون تنفيذ و اعون تحكم .

سادسا: توزيع أفراد العينة تبعا للخبرة المهنية : وهي كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم ( 2-12) : توزيع عينة دراسة حسب الخبرة الشكل رقم ( 7-2) : توزيع عينة دراسة حسب الخبرة



البيان	التكرار	النسبة
اقل من 5 سنوات	8	26.7%
من 5 سنوات الى 10 سنوات	12	40%
من 10 سنوات الى 15 سنوات	9	30%
من 15 سنة فاكثر	1	3.3%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة باعتماد على برنامج spss

يمثل الجدول اعلاه توزيع العينة حسب متغير الخبرة ، حيث نجد أن أغلب أفراد العينة لديهم خبرة في العمل محصورة بين 5 سنوات الى 10 سنوات بنسبة 40% ، وهي نسبة عالية مما يبين ويوضح ان اتصالات الجزائر بها طاقات شابة لاتمتلك خبرة عالية ، ثم تليها نسبة الذين لديهم خبرة اقل من 5 سنوات

والذين لديهم خبرة بين 10 سنوات و 15 سنة تقريبا بنسبة متساوية ، وفي المرتبة الأخيرة وجدنا ان الذين لديهم خبرة اعلى من 15 سنة لا تتجاوز نسبتهم 3.3 % .

### المطلب الثاني: اتجاه إجابات العينة على أسئلة الاستبيان حسب مقياس ليكارت الخماسي

سنتطرق إلى عرض و تحليل نتائج هاته الدراسة حسب مقياس ليكارت الخماسي والذي سبق ذكره في المبحث الاول، وحتى تكون النتائج دقيقة و واضحة فقد تم حوصلة نتائج الاستبيان في جدول و بوبت الإجابات على حسب التسلسل للأسئلة المدرجة في الاستبيان، و تم حساب من النسب المئوية المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية، كما تم ترتيب العبارات حسب وجهة نظر المستجوبين اعتمادا على اكبر قيمة للمتوسط الحسابي و حسب اقل قيمة للتشتت و الذي يمثل الانحراف المعياري عند تساوي قيم المتوسط الحسابي.

أولا : دراسة اتجاهات إجابات العينة حول محور تكنولوجيا المعلومات : لدينا الجدول التالي الذي يشير إلى مدى إدراك أفراد عينة الدراسة الى تكنولوجيا المعلومات كما يلي :

الجدول رقم ( 13-2 ): اتجاه إجابات العينة حول تكنولوجيا المعلومات

الأهمية	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	العبارات
مرتفعة	موافق بشدة	0.621	4.40	تمتلك مؤسستكم أجهزة حاسوب ومعدات لتقديم الخدمات الالكترونية.
مرتفعة	موافق	0.868	4.07	تستخدم تكنولوجيا المعلومات بجميع أقسام المؤسسة.
مرتفعة	موافق	0.759	4.10	تمتلك المؤسسة قواعد بيانات لتقديم خدماتها الكترونيا.
مرتفعة	موافق	0.531	3.83	تعتمد المؤسسة على المعلومات المخزنة في قواعد بياناتها والمنقولة عبر شبكاتنا الداخلية لاتخاذ القرار.
متوسطة	محايد	1.185	3.10	يسمح نظام العمل الالكتروني بالدخول إليه حتى من خارج العمل ما يسهل من أداء المهام .
مرتفعة	موافق	1.031	3.80	تهتم المؤسسة بتوعية الموظفين بها بضرورة استخدام تكنولوجيا المعلومات وأهميتها.
متوسطة	موافق	1.129	3.63	استخدام تكنولوجيا المعلومات يساعد في عملية التقييم والرقابة في المؤسسة .
مرتفعة	موافق	1.048	3.73	توظف المؤسسة أشخاص مؤهلين علميا وعمليا في استخدام تكنولوجيا

المعلومات.				
متوسطة	موافق	1.159	3.63	توفر المؤسسة التمويل الكافي لتطوير إمكانياتها في تكنولوجيا المعلومات لغرض زيادة الإنتاجية .
مرتفعة	موافق	0.858	3.77	المؤسسة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات اعتمادا كبيرا
مرتفعة	موافق	0.4996	3.806	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطلبة بناء علي مخرجات spss

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن اتجاهات اجابات العينة حول محور تكنولوجيا المعلومات اتجهت للموافقة وبأهمية مرتفعة على كل العبارات بمتوسط مرجح قدره (3.80) وهو يقترب للوسط النظري (4) ، وانحراف معياري بـ(0.4996) ، أما بخصوص العبارات فلقد احتلت العبارة الأولى المرتبة الأولى بأعلى متوسط مرجح قدره 4.40 مما يعني تقريبا إجماعا عاما وبموافقة تامة وبأهمية مرتفعة على ان المؤسسة تمتلك أجهزة حاسوب ومعدات لتقديم الخدمات الالكترونية ، ولقد احتلت العبارة الثالثة المرتبة الثانية من حيث الترتيب والأهمية ، فلقد بلغ المتوسط المرجح لها (4.10) ، حيث تمت الموافقة على أن المؤسسة تمتلك قواعد بيانات لتقديم خدماتها الكترونيا .

أما فيما يخص الترتيب الأخير في العبارات فقد احتلته العبارة الخامسة بمتوسط مرجح قدره (3.10) وبانحراف معياري كبير مما يدل على التفاوت الشاسع في الإجابات لأفراد العينة على هذه العبارة ، حيث اتجهت الإجابة للمحايد مما يعني أن أفراد العينة لم يبدو رأيهم في أن نظام العمل الالكتروني يسمح بالدخول إليه حتى من خارج العمل ما يسهل من أداء المهام ، وهذه العبارة الوحيدة التي لم تتضح فيها رؤية أفراد العينة .

بينما باقي العبارات تقريبا تقاربت في الأهمية والترتيب حيث اتجهت كامل الإجابات فيهم الى الموافقة وبأهمية مرتفعة إلا أن الانحرافات المعيارية كانت كبيرة ، وعلى الرغم من الموافقة إلا انه يثبت ذلك على وجود تفاوت في الإجابات

"عموما نستنتج أن أفراد العينة مدركون لمفهوم تكنولوجيا المعلومات في مؤسسة اتصالات الجزائر

بالوادي"

ثانيا : دراسة اتجاهات إجابات العينة حول محور الميزة التنافسية: لدينا الجدول التالي الذي يشير إلى مدى إدراك أفراد عينة الدراسة إلى الميزة التنافسية كما يلي :

الجدول رقم ( 14-2 ) : اتجاه إجابات العينة حول الميزة التنافسية

الأهمية	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	العبارة
مرتفعة	موافق	0.662	3.90	تعمل المؤسسة على اعاقه دخول منافسين جدد من خلال التركيز على الجودة
مرتفعة	موافق	0.761	3.80	تقوم المؤسسة بدراسة نقاط القوة والضعف لدى المنافسين لتحقيق الفرص والتفوق
مرتفعة	موافق	0.964	3.97	تعمل المؤسسة على تقديم منتجات بمزايا جديدة وتحسينات مختلفة عن المنافسين تعتبر أسعار خدمات البنك أحسن من تكاليف البنوك الأخرى المنافسة له
متوسطة	موافق	1.248	3.40	يتمتع البنك بأحسن علاقة بين جودة الخدمات وأسعارها
مرتفعة	موافق	0.944	3.73	عملاء البنك يبديون رضاهم عن الخدمات والمنتجات المقدمة لهم
متوسطة	محايد	1.159	3.37	يتبنى البنك معايير ضمان الجودة بشكل صارم
متوسطة	محايد	0.913	3.17	تتمتع معاملات البنك بالمصداقية لدى العملاء
متوسطة	موافق	0.855	3.40	يتم اختيار الموردين على اساس وقت تسليم المواد الاولية
مرتفعة	موافق	0.640	3.93	يتم اجراء الدراسات الاستطلاعية بشكل دوري للتعرف على احتياجات ورغبات العملاء وتوقعاتهم المستقبلية
مرتفعة	موافق	0.774	3.77	تسعى المؤسسة للحصول على المزايا سعريه من الموردين لتخفيض التكاليف
متوسطة	موافق	0.4980	3.64	الإجمالي
		5		

المصدر: من إعداد الطلبة بناء علي مخرجات spss

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن اتجاهات اجابات العينة حول محور الميزة التنافسية اتجهت للموافقة وبأهمية متوسطة على كل العبارات بمتوسط مرجح قدره (3.64) وهو يقترب للوسط النظري (4) ، وانحراف معياري بـ(0.4980) وهو تشتت صغير مما يدل على تقارب الإجابات مع وسطها النظري المحدد بالوزن (4) .

أما بخصوص العبارات فلقد احتلت العبارة الثالثة المرتبة الأولى بأعلى متوسط مرجح قدره 3.97 مما يعني تقريبا إجماعا عاما وبموافقة وبأهمية مرتفعة على ان الميزة التنافسية الرشيدة تتطلب أن يتمتع متخذها بالخبرة والقدرة على القراءة الصحيحة لما يصاحبها من مخاطر ، ولقد احتلت العبارة التاسعة المرتبة الثانية بمتوسط مرجح قدره 3.93 مما يعني تقريبا إجماعا عاما وبموافقة وبأهمية مرتفعة على ان مؤسسة اتصالات الجزائر بفروعها في ولاية الوادي تضع الميزة التنافسية ضمن اولوياتها الإستراتيجية

أما فيما يخص الترتيب الأخير في العبارات فقد احتلته العبارتين السادسة والسابعة بمتوسطين مرجحين قدره على التوالي (3.37، 3.17) وهو ضمن الفئة الثالثة في مقياس ليكارت الخماسي أي تتجه الإجابة للمحايد مما يعني أن عموم أفراد العينة لم يبدو رأيهم على هاتين العبارتين بالذات ، ومع انحراف معياري كبير يدل على التفاوت الشاسع في الإجابات لأفراد العينة على هذه العبارتين ، مما يعني أن أفراد العينة تباينت اجابتهم على العبارة السادسة والسابعة بين من هو غير موافق ومن هو محايد ومن هو موافق أي لا وجود لاجماع عليهما أي لا وجود للمفاضلة بين مختلف البدائل التنافسية المتاحة بناء على عدة معايير للتقييم ، ولاحتى معيار وحيد .

بينما باقي العبارات تقريبا تقاربت في الأهمية والترتيب حيث اتجهت كامل الإجابات فيهم الى الموافقة وبأهمية متوسطة ومرتفعة إلا أن الانحرافات المعيارية كانت كبيرة ، وعلى الرغم من الموافقة إلا انه يثبت ذلك على وجود تفاوت في الإجابات

"عموما نستنتج أن أفراد العينة مدركون لمفهوم الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر

بالوادي "

المطلب الثالث : مناقشة نتائج التحليل و إختبار الفرضيات :

قبل اختبار الفرضيات وتطبيق الادوات الاحصائية والاختبارات يجب اولا معرفة ما اذا كانت البيانات تتبع توزيعا طبيعيا أو لا ، و لان حجم العينة يساوي 30 اذا البيانات تقترب للتوزيع الطبيعي وسوف نتأكد من ذلك من خلال اختبارات شايبورو و سمبرنوف وذلك قصد معرفة تطبيق الاختبارات المناسبة.

اولا : اختبار التوزيع الطبيعي

نستخدم هذا الاختبار لمعرفة ما اذا كانت البيانات تتبع توزيعا طبيعيا أو لا ولمعرفة ذلك نستخدم اختبارين معروفين هما Kolmogorov-Smirnov واختبار Shapiro-Wilk وهذا بوضع الفرضيتين التاليتين عند مستوى دلالة 0.05 :

$H_0$ : البيانات تتبع توزيعا طبيعيا

$H_1$ : البيانات لا تتبع توزيعا طبيعيا

في دراستنا لدينا محورين ، في المحور الأول : نظم المعلومات أما المحور الثاني: الميزة التنافسية ، وبعد ادخال البيانات للبرنامج الاحصائي spss تحصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم (15-2) اختبار التوزيع الطبيعي

إختبار شابيرو		إختبار سيمنروف		المحاور
مستوى الدلالة	قيمة الإحصائية	مستوى الدلالة	قيمة الإحصائية	
0.030	0.922	0.200	0.128	المحور الاول: تكنولوجيا المعلومات
0.349	0.962	0.200	0.112	المحور الثاني: الميزة التنافسية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج spss (انظر الجدول 01 الملحق 03)

نلاحظ من الجدول لاختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة باستخدام اختبارين هما سمينروف واختبار شابيرو ، ان قيمة المعنوية للاختبارين اكبر من 0.05 مما يجعلنا نقبل الفرضية الصفرية أي ان البيانات تتبع توزيعا طبيعيا ، وبعد اختبار الطبيعة وجب علينا استخدام الاختبارات المعلمية للدراسة

ثانيا : الاختبارات المعلمية

تستخدم هذه الاختبارات في حالة واحدة عندما تكون البيانات تتبع توزيع طبيعي والعينة كبيرة ومن بين أهم هذه الاختبارات هي اختبار t لعينتين مستقلين ، واختبار تحليل التباين الاحادي ANOVA ، وفي دراستنا سوف نختبر ثلاث أنواع من الفرضيات وهي فرضية العلاقة ، وفرضية الفرق ، فرضية التأثير

فرضية العلاقة نستخدم فيها اختبار معامل الارتباط بيرسون لأن التوزيع طبيعي ، بينما فرضية الفرق نستخدم فيها اختبار t لعينتين مستقلين ، واختبار ANOVA ، أما فرضية التأثير سوف نستخدم الانحدار البسيط.

1 / اختبار فرضيات العلاقة : سوف نقوم هنا بحساب مصفوفة الارتباطات لبيرسون لأن التوزيع طبيعي نختبر معامل الارتباط لمعرفة الدلالة الإحصائية له كالتالي :

$$H_0: \text{لا توجد علاقة بين المتغيرات } r = 0$$

$$H_1: \text{توجد علاقة بين المتغيرات } r \neq 0$$

من مخرجات SPSS تحصلنا على الجدول التالي :

الجدول رقم (16-2) :معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة

الميزة التنافسية		
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0.002	0.550	تكنولوجيا المعلومات

المصدر من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS (انظر الملحق 03 )

من خلال الجدول السابق وجدنا ما يلي :

☒ العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية كانت طردية متوسطة ومعامل الارتباط

مساوي إلى

(0.550) وهذا الارتباط معنوي عند مستوى دلالة 5% ، لأن قيمة sig اصغر من 0.05 أي

نرفض الفرض الصفري.

كنتيجة نهائية نقول انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية

في مؤسسة اتصالات الجزائر عند مستوى معنوية 5%.

2/ اختبار فرضيات الفرق : لاستخدام هذا الاختبار لدينا اختبارين مهمين هما اختبار t لعينتين

مستقلين ، واختبار تحليل التباين الاحادي ANOVA كما يلي :

1-2- اختبار t لعينتين مستقلين: هذا الاختبار من الاختبارات المعلمية ويستخدم لمعرفة الفروقات

في متوسطات اجابات العينة حسب خاصية تقسم العينة إلى قسمين فقط ، وفي دراستنا توجد

خاصيتين تقسم العينة لقسمين وهي الجنس والسن ، اذا ستكون هناك فرضيتين رئيسيتين وأربعة فرضيات جزئية .

**1-1-2/ الفرضية الرئيسية الأولى :** لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة ترجع الى جنس المستجوب عند مستوى دلالة احصائية 0.05 ، وانطلاقا من هذه الفرضية سوف نقسّمها الى فرضيتين جزئيتين.

☒ **الفرضية الجزئية الاولى :** لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور تكنولوجيا المعلومات ترجع الى جنس المستجوب عند مستوى دلالة احصائية 0.05 .

☒ **الفرضية الجزئية الثانية :** لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور الميزة التنافسية ترجع الى جنس المستجوب عند مستوى دلالة احصائية 0.05

وللإجابة على كل هذه الفرضيات استخدمنا اختبار  $t$  للاستقلالية للمحورين مع متغيرة الجنس ، وتحصلنا على الجدول التالي الشامل من مخرجات spss عند مستوى دلالة 0.05 كما يلي:

الجدول رقم (17-2) اختبار  $t$  لإجمالي المحاور مع متغيرة الجنس

الأقسام	اختبار تجانس التباين F	مستوى دلالة	اختبار $t$ لعينتين مستقلتين	مستوى دلالة
تكنولوجيا المعلومات	0.161	0.691	-0.610	0.547
الميزة التنافسية	0.026	0.874	1.165	0.254

المصدر من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن قيمة اختبار التجانس للمحور الأول تكنولوجيا المعلومات  $F = 0.161$  وهي ليست معنوية عند مستوى دلالة 0.05 لان القيمة المعنوية اكبر من 0.05 أي أن التباين متساوي ونقبل الفرض الصفري القائل أن التباين متساوي أي أن العينتين من مجتمعين غير مختلفين ومنه نختار السطر الأول في جدول اختبارات للاستقلالية ، وكذلك بالنسبة لمحور الميزة التنافسية الذي نقبل فيه الفرض الصفري لأن القيمة المعنوية لقيمة  $F = 0.026$  أكبر من 0.05 ومنه نقول أن التباين متساوي ونختار السطر الأول من جدول الاختبارات للاستقلالية .

وبناء على اختبار التجانس كانت نتائج الاختبارات  $t$  كانت كما يلي وعلى الترتيب (0.610- ، 1.165) وكلها بمستويات معنوية كالاتي وعلى الترتيب (0.547، 0.254) وكلها أكبر من 0.05 ، مما يعني قبول كل الفرضيات الجزئية القائلة بأنه لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على المحورين ترجع لجنس المستجوب عند مستوى دلالة 0.05 ، وعليه لا يوجد هناك اختلاف بين اجابات العينة للمحورين وهذا منطقي كون العينتين غير مستقلتين.

**1-1-2/ الفرضية الرئيسية الثانية :** لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة ترجع الى سن المستجوب عند مستوى دلالة احصائية 0.05 ، وانطلاقا من هذه الفرضية سوف نقسمها الى فرضيتين جزئيتين.

☒ **الفرضية الجزئية الاولى :** لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور تكنولوجيا المعلومات ترجع الى سن المستجوب عند مستوى دلالة احصائية 0.05 .

☒ **الفرضية الجزئية الثانية :** لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور الميزة التنافسية ترجع الى سن المستجوب عند مستوى دلالة احصائية 0.05

وللإجابة على كل هذه الفرضيات استخدمنا اختبار  $t$  للاستقلالية للمحورين مع متغيرة السن ، وتحصلنا على الجدول التالي الشامل من مخرجات SPSS عند مستوى دلالة 0.05 كما يلي :

الجدول رقم (18-2) اختبار  $t$  لإجمالي المحاور مع متغيرة السن

الأقسام	اختبار تجانس التباين F	مستوى دلالة	اختبار $t$ لعينتين مستقلتين	مستوى دلالة
تكنولوجيا المعلومات	0.015	0.903	-0.178	0.860
الميزة التنافسية	0.596	0.447	-0.281	0.781

المصدر من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS (انظر الملحق 04 )

من الجدول السابق نلاحظ أن قيمة اختبار التجانس للمحورين كانت على التوالي (0.015)، (0.596) وقيمة المعنوية اكبر من 0.05 أي أن التباين متساوي ونقبل الفرض الصفري القائل أن التباين متساوي أي أن العينتين من مجتمعين غير مختلفين ومنه نختار السطر الأول في جدول

اختبارات للاستقلالية بالنسبة للمحورين (انظر الملحق 04)، ومنه نقول أن التباين متساوي ونختار السطر الأول من جدول الاختبارات للاستقلالية .

وبناء على اختبار التجانس كانت نتائج الاختبارات  $t$  كانت كما يلي وعلى الترتيب  $(-0.178)$  ،  $(-0.281)$  وكلها بمستويات معنوية أكبر من  $0.05$  ، مما يعني قبول كل الفرضيات الجزئية القائلة بأنه لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على المحورين ترجع لسن المستجوب عند مستوى دلالة  $0.05$  ، وعليه لا يوجد هناك اختلاف بين اجابات العينة للمحورين .

2-2- اختبار تحليل التباين الاحادي : هذا الاختبار من الاختبارات المعلمية ويستخدم لمعرفة الفروقات في متوسطات اجابات العينة حسب خاصية تقسيم العينة إلى أكثر من قسمين ، وفي دراستنا توجد أربعة خواص تقسم العينة لأكثر من قسمين هما (المستوى التعليمي ، المهنة، عدد سنوات الخبرة) ، اذا ستكون هناك ثلاثة فرضيات رئيسية وكل فرضية متبوعة بفرضيتين جزئيتين كالآتي :

1- 2-2 / الفرضية الرئيسية الأولى : لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة ترجع الى خاصية المستوى التعليمي عند مستوى دلالة احصائية  $0.05$  ، وانطلاقا من هذه الفرضية سوف نقسمها الى فرضيتين جزئيتين .

☒ الفرضية الجزئية الاولى : لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور تكنولوجيا المعلومات ترجع الى المستوى التعليمي عند مستوى دلالة احصائية  $0.05$  .

☒ الفرضية الجزئية الثانية : لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور الميزة التنافسية ترجع الى المستوى التعليمي عند مستوى دلالة احصائية  $0.05$

وللإجابة على كل هذه الفرضيات استخدمنا اختبار ANOVA للمحورين مع متغيرة المستوى التعليمي ، وتحصلنا على الجدول التالي الشامل من مخرجات spss عند مستوى دلالة  $0.05$  كما يلي :

الجدول رقم (19-2): اختبار الفروق ANOVA بين محاور الدراسة تبعا المستوى التعليمي

المحاور	اختبار ANOVA	مستوى دلالة
تكنولوجيا المعلومات	0.001	0.975
الميزة التنافسية	0.027	0.870

المصدر من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS (انظر الملحق 04 )

من نتائج الاختبار كانت القيمة الإحصائية F للمحورين على التوالي كما يلي (0.027، 0.001) و كلها بمستويات معنوية على التوالي (0.975 ، 0.870) وهي اكبر من 0.05 مما يجعلنا نقبل كل الفرضيات الجزئية أي لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة على محاور الدراسة ترجع إلى خاصية المستوى التعليمي عند مستوى دلالة 0.05 .

2-2-2- الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة ترجع الى خاصية التخصص عند مستوى دلالة احصائية 0.05 ، وانطلاقا من هذه الفرضية سوف نقسمها الى فرضيتين جزئيتين .

☒ الفرضية الجزئية الاولى : لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور تكنولوجيا المعلومات ترجع الى التخصص عند مستوى دلالة احصائية 0.05 .

☒ الفرضية الجزئية الثانية : لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور الميزة التنافسية ترجع الى التخصص عند مستوى دلالة احصائية 0.05

وللإجابة على كل هذه الفرضيات استخدمنا اختبار ANOVA للمحورين مع متغيرة التخصص ، وتحصلنا على الجدول التالي الشامل من مخرجات spss عند مستوى دلالة 0.05 كما يلي :

الجدول رقم (20-2): اختبار الفروق ANOVA بين محاور الدراسة تبعا للتخصص

المحاور	اختبار ANOVA	مستوى دلالة
تكنولوجيا المعلومات	0.514	0.604
الميزة التنافسية	3.322	0.051

المصدر من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS (انظر الملحق 04 )

من نتائج الاختبار كانت قيمة الإحصائية F للمحورين على التوالي كما يلي (0.514 ، 3.322) و كلها بمستويات معنوية اكبر من 0.05 مما يجعلنا نقبل كل الفرضيات الجزئية بأنه لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة على محاور الدراسة ترجع إلى خاصية التخصص عند مستوى دلالة 0.05 .

3-2-2- الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة ترجع الى خاصية التصنيف الاجتماعي المهني عند مستوى دلالة احصائية 0.05 ، وانطلاقا من هذه الفرضية سوف نقسمها الى فرضيتين جزئيتين .

⊗ الفرضية الجزئية الاولى: لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور تكنولوجيا

المعلومات ترجع الى التصنيف الاجتماعي المهني عند مستوى دلالة احصائية 0.05 .

⊗ الفرضية الجزئية الثانية: لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور الميزة

التنافسية ترجع الى التصنيف الاجتماعي المهني عند مستوى دلالة احصائية 0.05

وللإجابة على كل هذه الفرضيات استخدمنا اختبار ANOVA للمحورين مع متغيرة التصنيف الاجتماعي المهني ، وتحصلنا على الجدول التالي الشامل من مخرجات spss عند مستوى دلالة 0.05 كما يلي :

الجدول رقم (21-2): اختبار الفروق ANOVA بين محاور الدراسة تبعا لتصنيف الاجتماعي المهني

المحاور	اختبار ANOVA	مستوى دلالة
تكنولوجيا المعلومات	1.002	0.408
الميزة التنافسية	1.460	0.248

المصدر من إعداد الطلبة بناءا على مخرجات SPSS (انظر الملحق 04 )

من نتائج الاختبار كانت قيمة الإحصائية F للمحورين على التوالي كما يلي (1.002 ، 1.460) و كلها بمستويات معنوية اكبر من 0.05 مما يجعلنا نقبل كل الفرضيات الجزئية بأنه لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة على محاور الدراسة ترجع إلى خاصية التصنيف الاجتماعي المهني عند مستوى دلالة 0.05.

4-2-2- الفرضية الرئيسية الثالثة: لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة ترجع الى

خاصية الخبرة عند مستوى دلالة احصائية 0.05 ، وانطلاقا من هذه الفرضية سوف نقسمها الى فرضيتين جزئيتين .

⊗ الفرضية الجزئية الاولى : لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور

تكنولوجيا المعلومات ترجع الى خاصية الخبرة عند مستوى دلالة احصائية 0.05 .

☒ الفرضية الجزئية الثانية : لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محور الميزة التنافسية ترجع الى خاصية الخبرة عند مستوى دلالة احصائية 0.05 وللإجابة على كل هذه الفرضيات استخدمنا اختبار ANOVA للمحورين مع متغيرة الخبرة ، وتحصلنا على الجدول التالي الشامل من مخرجات spss عند مستوى دلالة 0.05 كما يلي :

الجدول رقم (2-22): اختبار الفروق ANOVA بين محاور الدراسة تبعا للخبرة

المحاور	اختبار ANOVA	مستوى دلالة
تكنولوجيا المعلومات	1.489	0.241
الميزة التنافسية	1.305	0.294

المصدر من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS (انظر الملحق 04 )

من نتائج الاختبار كانت قيمة الإحصائية F للمحورين كانت كلها بمستويات معنوية اكبر من 0.05 مما يجعلنا نقبل كل الفرضيات الجزئية ونقول بأنه لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة على محاور الدراسة ترجع إلى خاصية الخبرة عند مستوى دلالة 0.05.

كنتيجة نهائية نقول انه لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة على محاور

الدراسة ترجع إلى المتغيرات الشخصية .

3 / فرضية التأثير :من خلال فرضيات التأثير سوف نحاول الإجابة على فرضيات الدراسة ، والمتمثلة في الفرضيات الرئيسية التالية باستخدام معادلة الانحدار البسيط بين كل من أجمالي محور تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل ، ومحور الميزة التنافسية كمتغير تابع عبر طرح الفرضية الرئيسية التالية :

الفرضية الصفرية الرئيسية H<sub>0</sub>: لا يوجد اثر ذي دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية في اتصالات الجزائر بالوادي عند مستوى دلالة احصائية 0.05 ، لإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط، كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول رقم (23-2). نتائج اختبار الاثر لاجمالي محور تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية

المتغير التابع	(R)	(R2)	F	DF	Sig	معامل الانحدار	T	Sig
	الارتباط	معامل التحديد	المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة		المحسوبة	مستوى الدلالة
الميزة التنافسية	0.550	0.303	12.165	1	0.002	$\alpha=1.555$	2.575	0.016
				28				
				29				
						$\beta=0.549$	3.488	0.002

المصدر : من اعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS (انظر الملحق 04)

معادلة الانحدار البسيط كانت كالآتي :

$$Y = \alpha + \beta x$$

تشير النتائج الجدول السابق وفقا لآراء أفراد عينة الدراسة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية ، إذ بلغ معامل ارتباط (r =0.550) وهو ارتباط متوسط طردي عند مستوى دلالة 5% ، أما معامل التحديد R<sup>2</sup> بلغ (0.303) حيث أن 30.3% من التغير في الميزة التنافسية راجع للتغير في تكنولوجيا المعلومات ، والباقي يعود لعوامل اخرى ، وقد بلغت قيمة درجة التأثير (β=0.549) وهي معنوية عند مستوى معنوية 5% ، وهذا يعني كذلك أن الزيادة بدرجة واحدة في الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات في اتصالات الجزائر يؤدي إلي زيادة اتخاذ الميزة التنافسية بنسبة 54.9% ، ويؤكد معنوية أثر تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية هو قيمة F المحسوبة والتي بلغت (F=12.165) وهي دالة إحصائيا بمستوى معنوية 5% لان قيمة (sig=0.002)، وهذا يؤكد صحة عدم قبول الفرضية الرئيسية وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقول انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر عند مستوى دلالة 5%.

## خلاصة الفصل

بعد اسقاط الدراسة الميدانية على الدراسة النظرية ، حاولنا الاجابة على فرضيات الدراسة المتعلقة بالجانب التطبيقي ، ولقد وضعنا ثلاث فرضيات من اجل الاجابة على تساؤلات الدراسة التطبيقية وهم فرضية العلاقة من خلال معامل الارتباط واختباره احصائيا والذي وجدنا من خلاله ان هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغير المستقل والمتمثل في تكنولوجيا المعلومات والمتغير التابع وهو الميزة التنافسية ، اما فرضية الفرق فوجدنا انه لا توجد أي فروقات بين متوسطات اجابات العينة تعزى للمعلومات الشخصية ، واخيرا فرضية التأثير والتي تم فيها استخدام فيها العلاقة الانحدارية المتمثلة في الانحدار البسيط ، وتوصلنا فيها بالاخير انه هناك انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر عند مستوى دلالة 5%

# الختمة

الخاتمة العامة

حاولنا من خلال هذا الموضوع تحديد الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية، وفي ضوء ما تم التطرق إليه يتضح أنه من أجل الحصول على ميزة تنافسية يجب أن تمتلك المؤسسة تكنولوجيا تساعدها في زيادة الكفاءة وفاعلية الجودة، المرونة، التسليم، الابتكار، الابداع، هذا من أجل الوصول إلى كسب ثقة الزبون بالكفاءة والفعالية العالية التي تسعى المؤسسة للوصول إليها، وبالتالي تصل المؤسسة الأهداف المراد تحقيقها وخلق قيمة تميزها عن غيرها من المؤسسات داخل البيئة التنافسية.

تبنى المؤسسات لتكنولوجيا المعلومات والاتصال يساعدها على خلق الجديد والافضل من اساليب العمل والمنتجات والتي تتخذها المؤسسة كمحاور أساسية للتنافس والتميز في الصناعة، لذلك فإن المؤسسات الاقتصادية الحديثة أصبحت تسعى للحصول على كل جديد في هذه التكنولوجيا واستخدامها بالشكل الأوسع الذي يضمن التفوق والتميز، وهذا ما لمسناه في اجابات الاطارات المستجوبة لمؤسسة اتصالات الجزائر -بالوادي-

❖ نتائج الدراسة:

لقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى عدة نتائج حول " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافسية "

▪ نتائج نظرية:

✓ التكنولوجيا هي العلم الذي يتعامل مع عملية تطبيق البحث والنظريات بشكل منهجي واستخدام العناصر البشرية والغير بشرية في مجال معين لحل المشكلات وتصميم الحلول العلمية المناسبة لها.

✓ الميزة التنافسية هي القدرة على انتاج السلع والخدمات المناسبة، بالجودة المناسبة، بالسعر المناسب، وفي الوقت المناسب، مما يعني تلبية احتياجات المستهلك بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى.

✓ الميزة التنافسية تعني قدرة المؤسسة على اكتساب خاصية منفردة عن بقية المنافسين من اجل البقاء والاستمرار.

✓ من بين الأهداف التي تسعى المؤسسة الى تحقيقها هي الميزة التنافسية وذلك من خلال تعزيز قدرتها على المنافسة.

#### ■ نتائج تطبيقية:

✓ أظهرت النتائج أن أفراد عينة الدراسة يعتبرون أن مؤسسة اتصالات الجزائر -بالوادي- تمتلك قواعد بيانات لتقديم خدماتها إلكترونيا .

✓ تستخدم مؤسسة اتصالات الجزائر تكنولوجيا المعلومات بكمية معتبرة في إدارتها.

✓ أفراد الشركة مدركون لمفهوم تكنولوجيا المعلومات في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي .

✓ المؤسسة تمتلك أجهزة حاسوب ومعدات لتقديم الخدمات الإلكترونية.

✓ أفراد مؤسسة اتصالات الجزائر لم يبدو رأيهم في أن نظام العمل الإلكتروني يسمح بالدخول إليه حتى من خارج العمل ما يسهل من أداء المهام ، وهذه العبارة الوحيدة التي لم تتضح فيها رؤية أفراد العينة .

✓ أفراد عينة الدراسة مدركون لمفهوم الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر - بالوادي -

✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر عند مستوى معنوية 5%.

✓ لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة على محاور الدراسة ترجع إلى المتغيرات الشخصية عند مستوى المعنوية 5%.

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر عند مستوى دلالة 5%.

#### ❖ توصيات

في ضوء النتائج السابقة، تم التوصل إلى التوصيات التالية:

✓ القيام بالتنوير المستمر لتكنولوجيا المعلومات من خلال تطوير البرمجيات.

✓ تعيين ذوي الكفاءات والمؤهلات العالية، والاستمرار في تنميتها من خلال الدورات التكوينية.

✓ الاهتمام بالموارد البشري.

❖ أفاق البحث:

✓ دورة الميزة التنافسية في إعطاء دفعة قوية للمؤسسة الاقتصادية.

✓ دور نظام المعلومات الالكتروني في تدعيم الميزة التنافسية.

✓ واقع تطبيق الادارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية.

وفي الأخير نرجوا أن نكون قد وفقنا بأكبر قدر في تناول هذا الموضوع، والذي يطرح الكثير من الفرص أمام الباحثين لتوسيع أفاقه والتطرق لمختلف عناصره.

**قائمة المصادر**

**والمراجع**

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. حيدر معالي فهمي، نظم المعلومات مدخل لتحقيق ميزة التنافسية، الدار الجامعية، مصر، 2002.
2. عامر إبراهيم قنديلجي وعلاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2005.
3. علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، دار غريب، مصر، 2005.
4. عمر صقر، العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، 003.
5. فلاح حسين، الإدارة الاستراتيجية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2000.
6. مزهر شعبان العاني وشوقي ناجي جواد، العملية الادارية وتكنولوجيا المعلومات، ط1، إثراء للنشر والتوزيع.
7. ناديا أيوب، اتخاذ القرارات الادارية، ط2، دار وائل للنشر، عمان، 1994.

ثانياً: المجلات والدوريات:

1. أ. غياد كريمة، دور تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد 02، 2017.
2. أحمد فوزي ملوخية، نظم المعلومات الإدارية، مؤسسة حورس الدولية، الاسكندرية، 2006.
3. بشير عباس العلاق، الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق، مجلة المنظمة العربية للتنمية الإدارية، العدد، 2007.
4. سعاد بومابله وفارس بوباكور، أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد المناجمت، العدد 03، مارس 2004.
5. عبد الله غانم، محمد قريشي، دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات الزبائن، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد العاشر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، (2011)،.

6. نبار ربيحة، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخصائص والتأثيرات، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 09، العدد 02، 2018
7. رتيبة حديد ونوفل حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييره حديثة لتنافسية المؤسسة، ورقة عمل قدمت إلى المؤتمر الدولي حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات، 8-9 مارس 2005، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
8. الشيخ الداوي، دور التسيير الفعال لموارد وكفاءات المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية، جامعة ورقلة، 09-10 مارس 2004.
9. الطيب داودي، سولاف رحال فيروز شين، اليقظة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، ورقة عمل قدمت إلى الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين الميزة التنافسية في الدول العربية 27-28 نوفمبر 2007، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حس-يبة بن بو علي الشلف، الجزائر.
10. عبد الفتاح بوخمخ، كريمة شابونية، تسيير الكفاءة ودورها في بناء الميزة التنافسية، ورقة عمل قدمت إلى الملتقى الدولي حول تسيير المؤسسات، المعرفة : الركيزة الجديدة والتحديات التنافسي للمؤسسات والاقتصاديات، 12-13 نوفمبر 2005 كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
11. فاطمة الزهراء غربي، خديجة بالعليا، تكنولوجيا المعلومات واثارها في تحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة، ورقة عمل قدمت إلى الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين الميزة التنافسية في الدول العربية 27-28 نوفمبر 2007 كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير الشلف، الجزائر.

ثالثاً: الرسائل الجامعية:

1. بن وراث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة-مع الإشارة للعالم العربي-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مانجمنت المؤسسة، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ام بواقي، 2007/2008.
  2. مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير في علوم التسيير فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر 2005-2006.
  3. عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية (مصادرها، تنميتها و تطويرها)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، الخروبة، جامعة الجزائر، 2002.
  4. عماد أحمد إسماعيل، خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد المنافسة الاستراتيجي في الإدارتين العليا والوسطى، دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة، دراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية-غزة، 2011.
  5. خديجة فرح، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الرفع من الميزة التنافسية المصرفية - دراسة ميدانية في المجمع الجهوي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر علوم اقتصادية، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2012/2013.
  6. دانة خالد عمرو، علاقة إدارة التصميم بتحقيق الميزة التنافسية، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2009.
- المراجع الاجنبية:

Idem, 1993

# قائمة الجداول

قائمة الجداول		
الصفحة	العنوان	الرقم
24	يبين كيفية توزيع وجمع الاستبيان على عينة الدراسة	1
25	توزيع درجات مقياس ليكارت الخماسي	2
26	تحديد الاتجاه المستجوبين حسب قيم المتوسط الحسابي	3
29	شرح أساليب الإحصائية لتحليل البيانات واختبار الفرضيات الدراسة	4
31	مدى الاتساق الداخلي لعبارات محاور الدراسة	5
32	نتائج اختبار ثبات وصدق الاستبانة.	6
33	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	7
34	توزيع عينة الدراسة حسب العمر	8
34	توزيع عينة دراسة حسب المؤهل العلمي	9
35	توزيع عينة دراسة حسب المهنة	10
35	توزيع عينة دراسة حسب الخبرة	11
37-36	اتجاه إجابات العينة حول تكنولوجيا المعلومات	12
38	اتجاه إجابات العينة حول الميزة التنافسية	13
40	اختبار التوزيع الطبيعي	14
41	معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة	15
42	اختبار t لإجمالي المحاور مع متغيرة الجنس	16
43	اختبار t لإجمالي المحاور مع متغيرة السن	17
44	اختبار الفروق ANOVA بين محاور الدراسة تبعا للمستوى التعليمي	18
45	اختبار الفروق ANOVA بين محاور الدراسة تبعا للتخصص	
46	اختبار الفروق ANOVA بين محاور الدراسة تبعا للتصنيف الاجتماعي المهني	19
47	اختبار الفروق ANOVA بين محاور الدراسة تبعا للخبرة	20
48	نتائج اختبار الاثر لاجمالي محور تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية	21

# قائمة الأشكال

قائمة الأشكال		
الصفحة	العنوان	الرقم
18	أنواع الميزة التنافسية	1
28	نموذج الدراسة	2
33	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	3
34	توزيع عينة دراسة حسب العمر	4
34	توزيع عينة دراسة حسب المؤهل	5
35	توزيع عينة دراسة حسب المهنة	6
35	توزيع عينة دراسة حسب الخبرة	7

# قائمة المحتويات

الفهرس

الصفحة	الموضوع
أ	مقدمة
ب	إشكالية الدراسة
ت	فرضيات الدراسة
ت	أهداف الدراسة
ث	أهمية الدراسة
ث	أسباب اختيار الموضوع
ث	حدود الدراسة
ج	منهج الدراسة
ج	تقسيمات الدراسة
<b>الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية</b>	
6	تمهيد
7	المبحث الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية
7	المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
7	الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
10	الفرع الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
11	الفرع الثالث: خصائص تكنولوجيا المعلومات.

14	المطلب الثاني: الميزة التنافسية.
14	الفرع الأول: مفهوم الميزة التنافسية.
16	الفرع الثاني: أهمية الميزة التنافسية.
17	الفرع الثالث: أنواع الميزة التنافسية.
18	الفرع الرابع: محددات الميزة التنافسية.
19	المطلب الثالث: أثر التكنولوجيا على الميزة التنافسية.
19	الفرع الأول: تأثيرها على قوى التنافس الخمس.
21	الفرع الثاني: الآثار على الاستراتيجيات العامة.
21	المبحث الثاني: الدراسات السابقة.
21	المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بتكنولوجيا بالمعلومات.
22	المطلب الثاني: الدراسات المتعلقة بالميزة التنافسية.
23	المطلب الثالث: الدراسات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية.
26	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي</b>	
27	تمهيد.
28	المبحث الأول: الأدوات والإجراءات المتبعة في الدراسة.
28	المطلب الأول: الطريقة المتبعة في الدراسة.
31	المطلب الثاني: أدوات الدراسة.

35	المطلب الثالث: صدق وثبات الاستبيان.
38	المبحث الثاني: عرض النتائج واختبار الفرضيات.
38	المطلب الاول: عرض خصائص العينة.
41	المطلب الثاني: اتجاه إجابات العينة على أسئلة الاستبيان حسب مقياس ليكارت الخماسي
44	المطلب الثالث: مناقشة نتائج التحليل و إختبار الفرضيات.
54	خلاصة الفصل.
57-55	خاتمة عامة (النتائج والتوصيات وآفاق البحث).
60-58	قائمة المراجع.
61	قائمة الجداول.
62	قائمة الأشكال.
65-63	الفهرس.
69-66	الملاحق.

# فائمة الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر



كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية

قسم : العلوم الاقتصادية

تخصص: إقتصاد وتسيير

مؤسسات

إستمارة إستبيان

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

ملاحظة: الإجابة تكون بوضع العلامة (x) في الخانة التي توافق إختياركم

البيانات الشخصية

الجنس : نكر  أنثى

السن: أقل من 40 سنة  أكبر من 40 سنة

المستوى التعليمي : ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي   
دراسات عليا

المهنة : عون تنفيذ  تحكم  إطار  إطار سامي

عدد سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات  من 5 إلى 10 سنوات   
 من 10 إلى 20 سنة  أكثر من 20 سنة

### المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات

الرقم	الأسئلة	غ موافق بشدة	غ موافق موافق	محايد	موافق بشدة
01	تمتلك مؤسستكم أجهزة حاسوب ومعدات لتقديم الخدمات الالكترونية.				
02	تستخدم تكنولوجيا المعلومات بجميع أقسام المؤسسة.				
03	تمتلك المؤسسة قواعد بيانات لتقديم خدماتها الكترونيا.				
04	تعتمد المؤسسة على المعلومات المخزنة في قواعد بياناتها والمنقولة عبر شبكاتنا الداخلية لاتخاذ القرار.				
05	يسمح نظام العمل الالكتروني بالدخول إليه حتى من خارج العمل ما يسهل من أداء المهام .				
06	تهتم المؤسسة بتوعية الموظفين بها بضرورة استخدام تكنولوجيا المعلومات وأهميتها.				
07	استخدام تكنولوجيا المعلومات يساعد في عملية التقييم والرقابة في المؤسسة .				
08	توظف المؤسسة أشخاص مؤهلين علميا وعمليا في استخدام تكنولوجيا المعلومات.				

					09	توفر المؤسسة التمويل الكافي لتطوير إمكانياتها في تكنولوجيا المعلومات لغرض زيادة الإنتاجية .
					10	المؤسسة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات اعتمادا كبيرا

### المحور الثاني: الميزة التنافسية

الرقم	الأسئلة	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	تعمل المؤسسة على اعاقه دخول منافسين جدد من خلال التركيز على الجودة					
02	تقوم المؤسسة بدراسة نقاط القوة والضعف لدى المنافسين لتحقيق الفرص والتفوق					
03	تعمل المؤسسة على تقديم منتجات بمزايا جديدة وتحسينات مختلفة عن المنافسين تعتبر أسعار خدمات البنك أحسن من تكاليف البنوك الأخرى المنافسة له					
04	يتمتع البنك بأحسن علاقة بين جودة الخدمات وأسعارها					
05	عملاء البنك يبديون رضاهم عن الخدمات والمنتجات المقدمة لهم					
06	يتبنى البنك معايير ضمان الجودة بشكل صارم					
07	تتمتع معاملات البنك بالمصداقية لدى العملاء					

					08	يتم اختيار الموردين على اساس وقت تسليم المواد الاولية
					09	يتم اجراء الدراسات الاستطلاعية بشكل دوري للتعرف على احتياجات ورغبات العملاء وتوقعاتهم المستقبلية
					10	تسعى المؤسسة للحصول على المزايا سعريّة من الموردين لتخفيض التكاليف