



أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات الليبية: شركة المدار الجديد انموذجاً

Information and Communication Technology as a Tool for Achieving Competitive Advantage in the Libyan Telecommunications Sector: Al-Madar Al-Jadeed Company as a Model

د.نصريّة أمحمد الفيتوري

أستاذ مشارك، قسم الإدارة، مدرسة العلوم الإدارية والمالية
الأكاديمية الليبية للدراسات العليا، جنزور ليبيا
nasria.hussina@academy.edu.ly



<https://www.doi.org/10.58987/dujhss.v3i5.27>

تاريخ الاستلام: 2024/01/17 ؛ تاريخ القبول: 2025/02/25 ؛ تاريخ النشر: 2025/03/02

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (الأجهزة، البرمجيات، الشبكات، الموارد البشرية) على تحقيق ميزة تنافسية بشركة المدار الجديد طرابلس، ومن أجل ذلك تم استخدام أداة الاستبيان في جمع البيانات من موظفي الشركة وذلك بتوزيعها على عينة عشوائية بسيطة (94) مفردة، وتم اتباع المنهج الوصفي التحليل. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة قوية وإيجابية بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية لشركة المدار الجديد، حيث تساهم هذه الأبعاد بشكل كبير في تعزيز القدرة التنافسية. وأن البعد الأكثر تأثيراً ومساهمة في تعزيز الميزة التنافسية هو بعد الشبكات، يليه بعد البرمجيات. وتوصي الدراسة بتطوير استراتيجية شاملة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما يمكن الشركة من تعزيز قدرتها التنافسية بشكل فعال وتلبية احتياجات السوق المتغيرة. الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الميزة التنافسية، الاتصالات الليبية.

Abstract:

This study aimed to know the extent to which the use of information and communication technology (hardware, software, networks, human resources) contributes to achieving a competitive advantage in Al-Madar Al-Jadeed Tripoli Company. For this purpose, the questionnaire tool was used to collect data from the company's employees by distributing it to a simple random sample (94) individuals, and the descriptive analytical approach was followed. The study concluded with a set of results, the most important of which are: There is a strong and positive relationship between the dimensions of information and communication technology and the competitive advantage of Al-Madar Al-Jadeed Company, as these dimensions contribute significantly to enhancing competitiveness. The most influential dimension and contribution to enhancing competitive advantage is the network dimension, followed by the software dimension. The study recommends developing a comprehensive strategy for information and communication technology, which enables the company to enhance its competitive ability effectively and meet the changing needs of the market.

Keywords: Information and communication technology, competitive advantage, Libyan communications.



المبحث الأول: منهجية الدراسة والدراسات السابقة.

1.1 المقدمة:

في عالم يسير بخطى سريعة نحو التغيير والتطور التكنولوجي المستمر، تجد الشركات نفسها مضطرة لتبني استراتيجيات تكنولوجية معلوماتية متطورة، هذه الاستراتيجيات تساعدها على التكيف مع التحديات الجديدة واستغلال الفرص المتاحة. إن اعتماد استراتيجيات تكنولوجية معلوماتية متقدمة ليس مجرد خيار، بل ضرورة ملحة تساهم في بناء ميزة تنافسية مستدامة. حيث تبرز أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قدرتها على تحويل التحديات إلى فرص، مما يسهم في فتح آفاق جديدة للنمو والتوسع.

في ظل المنافسة المتزايدة في قطاع الاتصالات، سارعت شركات الاتصال العالمية إلى تطوير استراتيجيات تكنولوجية معلوماتية متقدمة لتعزيز مكانتها التنافسية في قطاع الاتصالات، حيث تتيح للشركات إمكانية التكيف السريع مع التغيرات المستمرة في السوق، وتعزيز الابتكار، وتحسين تجربة العملاء. كما سعت شركة المدار الجديد للاتصالات والمعلومات في ليبيا إلى تطوير استراتيجياتها التكنولوجية من خلال اعتمادها على أحدث التقنيات في مجال تكنولوجيا المعلومات، مثل تقنيات الجيل الرابع (G4) والجيل الخامس (G5)، حيث سيكون تطور الجيل الخامس واعاده تشغيله في شركة المدار الجديد محرك التقدم والنمو والازدهار خلال السنوات القليلة القادمة، وتطبيقه سيكون نقلة نوعية لتنفيذ الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في ليبيا، باعتباره لغة المستقبل التي لا محيد عن إدراك أبعدياتها والقضاء على أميته. (البدري، والجالى، 2024)، حيث تسهم هذه الاستراتيجيات في تعزيز تجربة المستخدم، وتمكين الشركة من التوسع في السوق المحلي، مما يمكنها من مواجهة التحديات التي يفرضها السوق. من خلال الابتكار والتكنولوجيا الحديثة، تسعى شركة المدار الجديد إلى أن تكون رائدة في تقديم حلول الاتصالات، مما يسهم في تطوير البنية التحتية الرقمية في ليبيا.

وفي هذه الدراسة سنسلط الضوء على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأداة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد. لمعرفة كيفية استفادة شركة المدار الجديد من ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، (الأجهزة، البرمجيات، الشبكات، الموارد البشرية) لتعزيز قدرتها التنافسية أمام المنافسين المحليين والدوليين، إذ تلعب هذه الأبعاد دورًا حيويًا في تحسين الأداء التشغيلي وتطوير الخدمات المقدمة، مما يتيح للشركة تلبية احتياجات العملاء بشكل أكثر فعالية والتكيف مع التغيرات في قطاع الاتصالات.

2.1 الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة مرجعًا مهمًا لفهم كيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تسهم في تحقيق الميزة التنافسية. من خلال مراجعة الأدبيات، يمكن تحديد الفجوات المعرفية، مما يساعد في طرح



أسئلة جديدة تدفع نحو الابتكار. كما تسهم في تطوير منهجيات بحثية أكثر فعالية، حيث يمكن الاستفادة من الأساليب التي تم استخدامها سابقاً وتكييفها لتناسب احتياجات الدراسة الحالية؛ لذلك، سوف نتناول أهم هذه الدراسات التي تسلط الضوء على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية. تناولت دراسة كل من بوهزاري والجهمي (2024) دور التحول الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي للموظفين في شركة المدار الجديد بمدينة بنغازي. وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التحول الرقمي، وهي: الرؤية والتخطيط الاستراتيجي، والموارد البشرية، والبنية التحتية، وأمن المعلومات، والأداء الوظيفي للعاملين في الشركة. وركزت دراسة كل من Michael & Olayide (2024) على دور التكنولوجيا في تحقيق الميزة التنافسية، من خلال تسليط الضوء على المجالات الرئيسية التي تخلق فيها التكنولوجيا قيمة، بما في ذلك الكفاءة التشغيلية، وتجربة العملاء، والابتكار، واتخاذ القرارات الاستراتيجية. علاوة على ذلك، تؤكد الدراسة على أهمية المرونة التنظيمية، وثقافة الابتكار، والمحاذاة الاستراتيجية. تكشف النتائج أنه في ظل المشهد التجاري المتطور بسرعة اليوم، تتجه المنظمات بشكل متزايد إلى التكنولوجيا كعامل رئيسي لتحقيق الميزة التنافسية. وأشارت دراسة الحضرمي (2022) إلى دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في تحقيق ميزة تنافسية في الجامعات السعودية، مع التركيز على جامعة تبوك كنموذج. وبينت نتائج الدراسة أن مستوى تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في جامعة تبوك كان مرتفعاً، كما أظهرت أن مستوى تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة بشكل عام كان في نطاق المستوى العالي.

تناولت دراسة الطيب (2022) تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحقيق الميزة التنافسية في جامعة المرقب بليبيا. وهدفت الدراسة إلى قياس هذا الأثر من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث أظهرت النتائج وجود أثر إيجابي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية في جامعة المرقب. بينما هدفت دراسة الدماك (2022) إلى استكشاف العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية المستدامة في المنظمات الحكومية الكويتية. اعتمدت الدراسة على الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات، وكشفت النتائج عن وجود اختلافات ذات دلالة معنوية في مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات بين العاملين في هذه المنظمات، بناءً على العوامل الديمغرافية.



كما تناولت دراسة (Bazrkar 2020). دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة للمنظمات عبر تطبيق إدارة المعرفة. وأظهرت النتائج أن هناك ارتباطاً إيجابياً وذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية المستدامة، بالإضافة إلى إدارة المعرفة في الشركات التي تم دراستها. كما اشارت إلى أن الشركات العاملة في صناعة التأمين الإلكتروني يمكن أن تحقق ميزة تنافسية مستدامة من خلال استخدام الأدوات المناسبة لتكنولوجيا المعلومات وتنفيذ إدارة المعرفة بشكل فعال. أجرى كل من مقدم وآخرون (2020) دراسة لاستكشاف تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الميزة التنافسية لدى موظفي شركة موبيليس. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وأظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بجميع أبعادها على الميزة التنافسية لشركة موبيليس. وهدفت دراسة العجمي (2020) إلى استكشاف دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز المزايا التنافسية للمؤسسات التعليمية في دولة الكويت. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستبانة لجمع البيانات. وخلصت النتائج إلى أن تأثير تكنولوجيا المعلومات كان مرتفعاً في جميع جوانب تعزيز المزايا التنافسية للمؤسسات التعليمية في الكويت.

كما هدفت دراسة كل من (Amalia & et al 2019) الى تحديد تأثيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أداء الشركة من خلال الميزة التنافسية كمتغير وسيط. تظهر النتائج أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تأثيراً إيجابياً على أداء الشركة من خلال الميزة التنافسية كمتغير وسيط. اما دراسة (Gavua& et.al,2017) هدفت الى تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمليات التجارية بالبنوك، وكذلك دراسة كيفية استفادة البنوك من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق ميزة تنافسية، وتقييم الاستراتيجيات التجارية التي تستخدمها البنوك في تعزيز الميزة التنافسية. تم اتباع منهج دراسة الحالة، والاستبانة كأداة في جمع المعلومات. وأظهرت النتائج الرئيسية أن المؤسسات تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بنشاط في عملياتها ومعاملاتها. يمكن تحقيق تحسينات في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال تدريب الموظفين والاستثمار في التكنولوجيا. وهدفت دراسة Abdelkader& Abed, (2016) إلى تقييم العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية للشركات، وتحاول هذه الدراسة اكتشاف تأثير عدم اليقين البيئي كمتغير وسيط في العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية للشركة. أظهرت نتائج تحليل الانحدار عدم وجود تأثير معتدل لعدم اليقين البيئي في العلاقة بين تكنولوجيا



المعلومات والميزة التنافسية (على الرغم من أن النموذج ذو دلالة إحصائية)، ربما بسبب حجم العينة الصغيرة المعتمدة.

3.1 التعقيب على الدراسات السابقة

تتشابه الدراسة الحالية مع اغلب الدراسات السابقة في تناولها لأهمية تكنولوجيا المعلومات في تعزيز الميزة التنافسية، مما يعكس أهمية هذا الموضوع عبر مختلف القطاعات.

كما اتبعت العديد من الدراسات، مثل دراسة (الحضرمي، الطيب، مقدم وآخرون، والعجمي) المنهج الوصفي التحليلي، وهو ما تتبعه الدراسة الحالية أيضاً. معظم الدراسات اعتمدت على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، مما يسهل على الدراسة الحالية من مقارنة النتائج.

كما أظهرت معظم الدراسات وجود علاقة إيجابية بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية، مما يشير إلى أهمية هذه التكنولوجيا في تعزيز الميزة التنافسية.

أما بالنسبة لأوجه الاختلاف، فقد تناولت الدراسات السابقة مؤسسات تعليمية وشركات في مجالات ودول مختلفة مثل التعليم (الحضرمي والعجمي) والقطاعات المصرفية (Gavua) والشركات الخاصة (Bazrkar, Olayide & Michael). بينما تركز الدراسة الحالية على شركة المدار الجديد للاتصالات في ليبيا، مما يبرز تأثير تكنولوجيا المعلومات في هذا القطاع الحيوي ويجعلها فريدة في سياقها. كما أن الدراسات السابقة نُشرت في تواريخ مختلفة، مما قد يؤثر على السياق التكنولوجي والاقتصادي الذي أُجريت فيه، في حين تركز الدراسة الحالية على الوضع الحالي في صناعة الاتصالات كحالة دراسية محددة.

وتختلف الأبعاد التي تم التركيز عليها، حيث تناولت بعض الدراسات جوانب مثل الثقافة التنظيمية والمرونة، تجربة العملاء، الابتكار، المعرفة، اليقين البيئي. بينما تركز الدراسة الحالية على أبعاد محددة شملت الأجهزة، والبرمجيات، والموارد البشرية، الشبكات.

وتتميز الدراسة الحالية بتركيزها بشكل خاص على شركة واحدة في قطاع الاتصالات، مما يسمح بتحليل أعمق لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الميزة التنافسية في هذا القطاع. كما تهدف الدراسة إلى تقديم توصيات عملية يمكن أن تستفيد منها الشركات الأخرى في ليبيا، بناءً على النتائج المستخلصة. وكذلك من خلال مراجعة الأدبيات، يمكن للدراسة الحالية أن تبرز الفجوات المعرفية المحددة في استخدام تكنولوجيا المعلومات في قطاع الاتصالات، مما يساعد في طرح أسئلة بحثية جديدة.



4.1 مشكلة الدراسة.

لتحديد مشكلة الدراسة والوصول إلى مجموعة من الظواهر التي تساعد في تحديد المشكلة بدقة، أجرى الباحث دراسة استطلاعية. شملت هذه الدراسة جمع بيانات أولية عن واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المستخدمة في الشركة، من خلال إجراء مقابلات شخصية مع عدد من المسؤولين فيها. واتضح من هذه الدراسة ما يلي:

توافق المبحوثون على أن هناك درجة عالية من توافر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في شركة المدار الجديد، والتي تشمل الأجهزة، البرمجيات، والشبكات. كما أشاروا إلى أهمية العنصر البشري في تعزيز هذه الأبعاد، مؤكدين ضرورة توفير برامج تدريبية متخصصة تهدف إلى زيادة مهارات وقدرات الموظفين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. كما أشار المبحوثون إلى أن الشركة تواجه منافسة قوية وغير مسبوقة من قبل الشركات المحلية والعالمية. هذه المنافسة تتطلب من الشركة بذل جهود إضافية لتطوير استراتيجياتها وتحسين خدماتها. كما أكدوا على أهمية الابتكار والتميز في تقديم الخدمات لتلبية احتياجات العملاء المتزايدة، في ظل هذه الظروف، يصبح الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة وتدريب الكوادر البشرية أمراً حيوياً لمواجهة هذه المنافسة.

وبناءً على ما تقدم، ووفقاً لما تم التوصل إليه من نتائج الدراسات السابقة يمكن صياغة مشكلة الدراسة من خلال الإجابة على التساؤل الرئيس التالي:

كيف يمكن لشركة المدار الجديد الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة؟

- ما مستوى استخدام ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (الأجهزة، البرمجيات، الشبكات، الموارد البشرية) في شركة المدار الجديد طرابلس؟
- ما مستوى تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في شركة المدار الجديد بطرابلس؟
- هل هناك أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالشركة محل الدراسة؟

5.1 اهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مستوى استخدام ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (الأجهزة، البرمجيات، الشبكات، الموارد البشرية) في شركة المدار الجديد طرابلس.



- قياس مستوى تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في شركة المدار الجديد بطرابلس.
- تحديد أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد.

6.1 فرضيات الدراسة:

للإجابة على أسئلة الدراسة قمنا بوضع الفرضيات التالية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس. ويتفرع منها:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لُبعد الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لُبعد البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لُبعد الشبكات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لُبعد الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس.

7.1 أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة كأداة قيمة تسهم في تطوير المعرفة والفهم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصةً في قطاع الاتصال الليبي. مما يساعد الباحثين في فهم كيفية استثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز القدرة التنافسية في الشركات. كما تقدم نتائج هذه الدراسة رؤى قيمة لصانعي القرار في شركة المدار الجديد حول كيفية تحسين استراتيجياتها التنافسية من خلال استثمار فعال في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما يساعد في اتخاذ قرارات فعالة.

8.1 حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في:

- حدود موضوعية: تمثلت الحدود الموضوعية في دراسة مساهمة ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، (الأجهزة، البرمجيات، الشبكات، الموارد البشرية) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس.
- حدود بشرية: اشتملت على جميع العاملين بشركة المدار الجديد المقر الرئيسي طرابلس.



- حدود مكانية: شركة المدار الجديد المقر الرئيسي قدح _ طرابلس.
- حدود زمنية: تمثلت في فترة جمع وتحليل البيانات وهي الفترة الممتدة من (1/7/2024 - 30/12/2024)

9.1 منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعتبر من الأساليب الفعّالة في فهم الظواهر الاجتماعية والاقتصادية. حيث يهدف هذا المنهج إلى جمع البيانات والمعلومات بشكل منهجي، مما يُساعد في تحليل الوضع الحالي وفهم العوامل المؤثرة فيه.

10.1 مصطلحات الدراسة:

- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: هي مجموعة واسعة من التكنولوجيات المحوسبة التي تمكّن من الاتصال والتقاط ومعالجة ونقل المعلومات إلكترونياً. تشمل هذه التكنولوجيات منتجات وخدمات مثل أجهزة الكمبيوتر المكتبية والمحمولة، والأجهزة المحمولة، والشبكات السلكية أو اللاسلكية، وبرامج إنتاجية الأعمال، وتخزين البيانات والأمان، وأمان الشبكات. (Abdelkader & Abed, 2016)
- ومن ناحية إجرائية يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) إلى انها مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تمكّن من جمع، معالجة، تخزين، نقل، وعرض المعلومات في أشكال متعددة مثل الصوت والصورة والنص.
- الميزة التنافسية المستدامة: وهي قدرة المنظمة على تقديم قيمة متفوقة على منافسيها لفترة زمنية طويلة. (الفيثوري، والعامري، 2018)
- ولأغراض هذه الدراسة تعرف الميزة التنافسية من الناحية الإجرائية بأنها "القدرة التي تتيح لشركات الاتصالات التفوق على منافسيها في السوق من خلال تقديم خدمات أو منتجات فريدة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل. وتتجسد هذه الميزة في قدرتها على جذب والاحتفاظ بالعملاء، مما يسهم في تعزيز حصتها السوقية وزيادة أرباحها.

المبحث الثاني: الجانب النظري

1.2 مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

استخدم مصطلح "تكنولوجيا المعلومات" لأول مرة من قبل كل من Whisler و Leavitt في عام (1985) للإشارة إلى دور الحواسيب في دعم اتخاذ القرارات ومعالجة المعلومات داخل المنظمات. في السنوات الأولى، كانت تُعتبر تكنولوجيا المعلومات أداة مساعدة فقط ضمن الاستراتيجية العامة للشركة.



ومع ذلك، أدى النجاح في تنفيذ الابتكارات في هذا المجال إلى تغيير هذه النظرة. فاليوم، تلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً محورياً في العمليات التنظيمية، حيث تسهم في خلق احتياجات جديدة، وتطوير منتجات مبتكرة، وظهور إجراءات جديدة. (Bazrkar, 2020, 288)

تناول العديد من الباحثين والمتخصصين مفهوم تكنولوجيا المعلومات من زوايا مختلفة، مما ساهم في تطوير فهم شامل لهذا المجال. يمكن تلخيص آراء بعض منهم، فقد عبر عنها كل من (Laudon & laudon) كما ورد عن قوميد، وبلمهدي (2019) بأنها "مجموعة من المكونات المادية، البرمجيات، الاتصالات، البيانات، والأفراد التي تستخدمها المنظمة في استقبال البيانات والمعلومات وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها باستخدام برمجيات متعددة الوسائط (السمعية، البصرية، النصية)؛ وقد عرفها ملكاوي، والغرايبة (2015) بأنها "مجموعة من الأجزاء المرتبطة ببعضها البعض حيث تشتمل على أساليب المعالجة السريعة للمعلومات باستخدام الحاسوب وتطبيق الأساليب الإحصائية والرياضية في حل المشكلات ومحاكاة التفكير من خلال برامج الحاسوب "

تُعد قدرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) إحدى الوسائل التي يمكن أن تعتمد عليها منظمات الأعمال لتعزيز ميزتها التنافسية. تشمل هذه القدرة قدرة الشركة على الاستفادة بشكل استراتيجي من وظائف أو تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أنشطتها التجارية، مثل استخدام البريد الإلكتروني، والمواقع الإلكترونية، والتجارة الإلكترونية، والمؤتمرات عبر الإنترنت، والشبكات الداخلية والخارجية، وغيرها من الأدوات المشابهة. (Qosasi & et al.2019)

2.2 مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) من مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تستخدم لجمع، معالجة، تخزين، ونقل المعلومات. تشمل هذه المكونات ما يلي: (الديماك ونافاع، 2022؛ قوميد وعبد الله، 2018)

- **الأجهزة:** تشمل جميع الوسائل المادية والأدوات المستخدمة في معالجة المعلومات، مثل الحواسيب، الهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية. توفر هذه الأجهزة المنصات الضرورية للتفاعل مع المعلومات.
- **البرمجيات:** هي مجموعة من التعليمات المبرمجة والمفصلة التي تهدف إلى التحكم والتنسيق بين مكونات الأجهزة المادية في نظام المعلومات. تشمل البرمجيات أنظمة التشغيل والتطبيقات التي تسهل استخدام الأجهزة، مما يساعد المستخدمين على أداء مهامهم بفعالية وكفاءة.



- **الشبكات:** هي تقنية تُستخدم لنقل المعلومات والبيانات بين مجموعة متنوعة من الأجهزة والأدوات التكنولوجية ضمن نطاق معين. تضمن هذه الشبكات سرعة ودقة وأمان المعلومات، حيث تربط الأجهزة معاً عبر الإنترنت أو الشبكات المحلية، مما يُتيح تبادل المعلومات والتواصل السلس بين المستخدمين.
- **الموارد البشرية:** تمثل الموارد البشرية أحد العناصر الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT)، حيث تُعتبر العامل الحاسم في كفاءة تشغيل الأنظمة التكنولوجية. تشمل هذه الموارد الأفراد الذين يمتلكون المهارات والمعرفة الضرورية لإدارة وصيانة التكنولوجيا، بالإضافة إلى تنفيذ الحلول التقنية بفعالية.
- **3.2 خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات**
 - تتسم تكنولوجيا المعلومات بمجموعة من الخصائص الأساسية التي تساهم في تعزيز كفاءتها وفعاليتها، ومن أبرز هذه الخصائص: (الطيب، 2022؛ Saura, et, al, 2022؛ علوط، 2021؛ برويس، 2019)
 - **السرعة العالية:** تتيح تكنولوجيا المعلومات نقل ومعالجة البيانات بسرعة كبيرة، مما يساهم في تسريع العمليات وتحسين أداء الأعمال بشكل عام.
 - **التفاعلية:** أي أن المستخدم لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، حيث توفر أدوات التواصل مثل البريد الإلكتروني، ومنصات التواصل الاجتماعي، والرسائل الفورية، فرصاً للتفاعل الفوري بين الأفراد والمجموعات.
 - **اللاتزامنية:** تشير إلى قدرة الأنظمة التكنولوجية على التعامل مع الأحداث والعمليات بشكل غير متزامن، مما تمكن من ارسال المعلومات واستقبالها وتفحصها واستعمالها في وقت الحاجة دون شرط تواجد المستقبل في وقت، ارسال المعلومات من قبل المرسل.
 - **قابلية التحول:** تشير إلى قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر. يتضمن ذلك التقنيات التي تسمح بتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة، وكذلك العكس، مما يتيح للمستخدمين الوصول إلى المعلومات بطرق متعددة.
 - **الأمان:** تشمل تقنيات الأمان المتطورة أساليب لحماية البيانات والمعلومات من التهديدات، مثل التشفير وأنظمة الحماية المتقدمة.
 - **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع.



- **خلق القيمة:** أي يجب أن تكون الفرصة مربحة وتركز على زيادة أو تحسين خصائص المنتجات الحالية. بهذه الطريقة، يمكن التعليق على الهوامش، وزيادة تكلفة المنتج بالنسبة للتحسينات التي تم الحصول عليها.
- **الديمومة:** أي يجب أن تكون الفرصة جذابة ليس فقط على المدى القصير والمتوسط، ولكن أيضًا على المدى الطويل، حيث يمكن أن يقترح نجاحها أو يشجع على خلق فرص جديدة في المستقبل. تساهم هذه الخصائص في تعزيز فعالية تكنولوجيا المعلومات في مختلف المجالات، مما يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية.

4.2 مفهوم الميزة التنافسية

يمكن تقسيم مصطلح الميزة التنافسية إلى جزئين: الميزة (Advantage): تُعرّف بأنها "التفوق أو الحالة التي تحقق فيها شركة ما نتائج أفضل مقارنة بمنافسيها من خلال اتخاذ إجراءات معينة". التنافسية (Competitive): تُعرّف بأنها "الخصائص أو السمات التي تُميز الشركة في سوق معين، أو تُشير إلى مستوى المنافسة في قطاع ما". (العجمي، 2020، 73)

وتعرف الميزة التنافسية على أنها: "قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الإستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط" (زرزار وغياد، 2014، 189). بينما أشار Ngwenya (2017، 280) إلى الميزة التنافسية على أنها "التفوق النسبي في السوق الذي يؤدي إلى تفوق منظمة ما على منافسيها من خلال تقديم استراتيجيات يصعب تقليدها". كما أضاف أن الميزة التنافسية هي النتيجة المستمدة من موارد قيمة ونادرة وصعبة الاستبدال وصعبة التقليد. بينما عرف Nwabueze & Mileski (2018، 52) الميزة التنافسية هي "قدرة منظمة ما على التفوق على الأخرى لأنها تنتج السلع أو الخدمات المرغوبة بكفاءة وفعالية أكبر من منافسيها". إن بعض الأبعاد المهمة المطلوبة لتحقيق ميزة تنافسية عالمية تشمل الكفاءة، والابتكار، والمرونة، الجودة. وتوضح الفقرة التالية كيف تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأبعاد التي اعتمدت عليها الدراسة الحالية لتحقيق الميزة التنافسية.

5.2 أبعاد الميزة التنافسية

تساهم أبعاد الميزة التنافسية في تشكيل استراتيجية الشركة وتوجيه قراراتها، مما يعزز قدرتها على تلبية احتياجات السوق بفعالية وكفاءة. ويمكن تلخيص أهم هذه الأبعاد كما يلي: (Michael & Olayide، 2024؛ هزاع، 2024؛ الشريف، وآخرون، 2021؛ الفيتوري، والعامري، 2018)



- **التكلفة:** وهو البعد التنافسي الذي يتيح للمنظمة القدرة على تقديم السلع والخدمات بتكاليف أقل من منافسيها، مع الحفاظ على الخصائص الأساسية للمنتجات.
- **الجودة:** إن تحقيق المنظمة لمستويات عالية من الجودة في منتجاتها وخدماتها سيزيد من قيمة هذه المنتجات والخدمات بالنسبة لعملائها، مما يؤدي لتحقيق ميزة تنافسية للمنظمة بل ويمكنها من البقاء والاستمرار.
- **الابتكار:** الشركات التي تتجاوز حدود الممكن تستطيع ابتكار منتجات وأساليب أو استراتيجيات جديدة تعطل الأسواق الحالية أو تنشئ أسواقاً جديدة بالكامل. يتطلب هذا تبني ثقافة الابتكار والتجريب، حيث يتم تشجيع المخاطرة ويُعتبر الفشل خطوة ضرورية نحو النجاح. الشركات التي تعتنق الابتكار لا تميز نفسها فقط عن المنافسين، بل تُعزز أيضاً مرونتها في مواجهة التغيرات في السوق.
- **المرونة:** تشير المرونة إلى قدرة المنظمة على مواجهة سلوك المنافسين، الحاليين أو الجدد. تشمل هذه القدرة إعادة تنظيم مواردها الأساسية بسهولة، وتوزيعها وتوجيهها نحو عمليات السوق، مما يمكنها من الاستجابة لاحتياجات العملاء بشكل فعال. كما تعزز المرونة تنوع الخيارات الاستراتيجية المتاحة، مما يسهل التنافس بفعالية. تشمل أيضاً الاستجابة للاحتياجات الفريدة للمستهلكين والشركاء، بالإضافة إلى التكيف مع التغيرات التكنولوجية وتعزيز الإبداع والابتكار.
- تُعتبر الميزة التنافسية مفهوماً ديناميكياً ومتعدد الأبعاد، مما يتطلب استراتيجية شاملة تشمل التمييز، والقيادة في التكلفة، والابتكار، وجودة الخدمات ومرونتها. الشركات التي تدرك وتستفيد بفعالية من نقاط قوتها تكون في وضع أفضل لتحقيق النجاح في بيئة الأعمال التنافسية العالية اليوم. تشير الميزة التنافسية إلى الخصائص أو القدرات الفريدة التي تميز الشركة وتمنحها الأفضلية على منافسيها في السوق، مما يساعدها على جذب العملاء وزيادة المبيعات وتحقيق ربحية أعلى. (Michael & Olayide، 2024)
- بالنسبة لشركات الاتصالات، تُعتبر الميزة التنافسية أساسية، حيث تساهم في تحسين جودة الخدمة ومرونة الاستجابة لاحتياجات العملاء، مما يعزز من قدرتها على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق ويضمن استمرارية النجاح والنمو.

المبحث الثالث: الجانب الميداني

1.3 مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في المقر الرئيسي لشركة المدار الجديد في طرابلس، حيث يبلغ عدد الموظفين (650) موظف. ونظراً لكبر حجم المجتمع، تم اختيار عينة عشوائية بسيطة تتكون من (242) فرداً، وذلك وفقاً للجدول الاحصائي (Krejcie and Morgan) لاختيار العينة العشوائية البسيطة.



بعد جمع بيانات الدراسة تمت مراجعتها تمهيداً لإدخالها للحاسوب، وقد تم إدخالها للحاسوب بإعطائها أرقاماً معينة، أي بتحويل الإجابات اللفظية إلى رقمية، وقد تمت المعالجة الإحصائية اللازمة للبيانات بالأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

2.3 قياس صدق وثبات أداة القياس (الاستبانة)

1.2.3 قياس صدق الأداة (الصدق الظاهري)

لضمان صدق محتوى أداة جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة، تم إجراء مراجعة لأبرز الدراسات والأبحاث ذات الصلة. اعتمدنا في ذلك على دراسة كل من قواميد وبلمهدي (2019) وقواميد وعبد الله (2018) فيما يتعلق بأسئلة المتغير المستقل. أما بالنسبة للمتغير التابع، فقد استندنا إلى دراسة كل من الدمك (2022) وملكاوي (2015). من خلال هذه المراجعة الدقيقة، تمكنا من تصميم المسودة الأولى لأداة جمع البيانات، والتي تمثلت في استبانة تتوافق مع أهداف الدراسة. بعد تصميم الاستبانة، تم عرضها على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مجال الإدارة للتحقق من صدق المحتوى، بالإضافة إلى خبير متخصص في مجال الإحصاء التطبيقي. وقد قدموا مشكوريين ملاحظاتهم ومقترحاتهم حول محتويات الاستبانة. بعد ذلك، تم تعديل الاستبانة وإخراجها في صورتها النهائية، مع إجراء التعديلات اللازمة من إضافة أو حذف أو تعديل.

2.2.3 الصدق البنائي للاستبيان:

مفهوم الصدق البنائي لأسئلة الاستبيان هو ارتباط كل بعد ومحور من محاور الاستبيان للدرجة الكلية لجميع المحاور.

جدول رقم (1) معاملات الارتباط بين الدرجة الفرعية لكل محور مع الدرجة الكلية لجميع المحاور

المحور	محتوى المحور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الأول	واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	بعد الأجهزة	0.000
		بعد البرمجيات	0.000
		بعد الشبكات	0.000
		بعد الموارد البشرية	0.000
الثاني	الميزة التنافسية	0.000	0.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



عند مراجعة نتائج الصدق البنائي لجميع المحاور في الجدول رقم (1) نجد أن حالات ارتباط المحاور بالدرجة الكلية لجميع المحاور عالية، وأن معاملات الارتباط دالة عند مستوى معنوية (0.01). وأن القيمة الاحتمالية لجميع فقراته أقل من (0.01). وتعني هذه النتيجة أن المحاور الفرعية يجمع بينها عناصر مشتركة تجعلها متجانسة فيما بينها مما يدل على قوة الصدق البنائي للاستبيان. وبذلك تعتبر محاور الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

3.2.3 ثبات استمارة الاستبيان:

تم تحليل وحساب معامل ثبات الاستبانة من خلال حساب معامل ألفا كرو نباخ (Chronback Alpha)، ويوضح الجدول رقم (2) نتائج الثبات.

جدول رقم (2) يبين قيم معامل الثبات لكل محور من محاور الدراسة

ت	محاور الدراسة	عدد العبارات	مؤشر الثبات %
1	واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	20	93.3
2	الميزة التنافسية	20	86.5
	الكلية	40	94.9

من خلال الجدول السابق نجد أن قيمة معامل ألفا كرو نباخ كانت مرتفعة لكل محور من محاور الدراسة، وكذلك قيمة ألفا كرو نباخ لمحاور الاستبيان بلغت (94.9) وهي قيمة مرتفعة أي أن الثبات بين الإجابات مقبول إحصائياً .

3.3 عرض ومناقشة النتائج

سيتم في هذا الجانب تناول نتائج الدراسة الميدانية وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة وفرضيات الدراسة.

1.3.3 وصف خصائص العينة

تظهر بيانات الجدول رقم (3) أن أعلى نسبة من العاملين (41.5%) يحملون درجة بكالوريوس، وهو ما يشير إلى مستوى تعليمي جيد يمكن أن يسهم في الابتكار وكفاءة الأداء. كما أن وجود نسبة (28.7%) من العاملين يحملون درجتي الماجستير والدكتوراة على التوالي يعد مؤشراً على اهتمام الشركة بتوظيف الأفراد ذوي الخلفيات الأكاديمية المتقدمة، مما يعزز من قدرتها على المنافسة في سوق سريع التطور. كما تظهر بيانات الجدول رقم (3) وجود نسبة كبيرة من الموظفين ذوي الخبرة الطويلة (40.4%) يمكن أن يعزز من فعالية الابتكار واتخاذ القرارات الاستراتيجية، وهو أمر بالغ الأهمية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. بينما جاءت باقي النسب بالتساوي بنسبة (29.8%) لسنوات الخبرة، أقل من 5



سنوات، و 5 إلى أقل من 10 سنوات، وهو ما يمثل فئة الشباب هذا التوزيع يشير إلى توازن جيد بين الطاقات الشابة والخبيرة، مما يسمح بتبادل المعرفة والخبرات. ويتضح من الجدول رقم (3) أن أغلب العاملين بالشركة (41.5%) يتخصصون في إدارة الأعمال، بينما يشكل تخصص الحاسب الآلي نسبة (22.3%)، مما يدل على ان العاملين يمتلكون مهارات تحليلية وقدرة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية، مما يعزز من قدرة الشركة على التكيف مع التغيرات السوقية.

جدول (3) يبين وصف عينة الدراسة

المتغيرات	الفئات	العدد	النسبة %
المؤهل العلمي	ثانوية عامة او ما يعادلها	1	1.1%
	دبلوم عالي	20	21.3%
	بكالوريوس	39	41.5%
	ماجستير	27	28.7%
	دكتوراه	7	7.4%
	المجموع	94	100%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	28	29.8%
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	28	29.8%
	10 سنوات فأكثر	38	40.4%
	المجموع	94	100%
التخصص	تمويل مصارف	10	10.6%
	إدارة	39	41.5%
	محاسبة	13	13.8%
	اقتصاد	8	8.5%
	حاسب	21	22.3%
	أخري	3	3.2%
	المجموع	94	100%

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

2.3.3 التحليل الإحصائي لمحاوِر الدراسة: بعد جمع بيانات الدراسة تمت مراجعتها تمهيداً لإدخالها للحاسوب، وقد تم إدخالها للحاسوب بإعطائها أرقاماً معينة، أي بتحويل الإجابات اللفظية إلى رقمية.



جدول (4) يبين الأوزان الرقمية لعبارات الدراسة وفق مقياس ليكرت الخماسي (Likert)

مرتفع جدا	مرتفع	متوسط	ضعيف	ضعيف جدا
5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

وقبل عرض نتائج تحليل إجابات عينة البحث تم حساب المدى للإجابات، والوصول إلى طول الفئة لكل درجة من درجات التريج، وذلك على النحو التالي:

$$4 = 5 - 1 = \text{أقل قيمة} - \text{أكبر قيمة} = \text{المدى}$$

$$0.80 = \frac{4}{5} = \frac{\text{المدى}}{\text{عدد الفئات (الدرجات)}} = \text{طول الفترة}$$

وبعد إضافة طول الفترة إلى أقل قيمة في المقياس وهي الواحد وذلك لتحديد الحد الأعلى للفترة الأولى وهكذا لباقي الفترات حيث تكون العبارة مقبولة عندما تساوي 3.40 أو أكبر بحسب المقاييس المبينة في الجدول رقم (5).

جدول رقم (5) يبين طول ومقياس الفترة

المستوى	المدى
ضعيف جدا	من 1 إلى 1.79
ضعيف	من 1.80 إلى 2.59
متوسط	من 2.60 إلى 3.39
مرتفع	من 3.40 إلى 4.19
مرتفع بشدة	من 4.20 إلى 5

1.2.3.3 واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

البعد الأول: واقع الأجهزة بالشركة قيد الدراسة: وقد تم دراسة فقرات هذا البعد كلا على حدة، وتبين البيانات الواردة بالجدول رقم (6) التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة حول فقرات هذا البعد.



جدول رقم (6): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه السائد لفقرات البعد الأول (الأجهزة)

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البيانات					العبارة	ت
			مرتفع جدا	مرتفع	متوسط	ضعيف	ضعيف جدا		
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد		
مرتفع	0.84952	3.5638	10	41	39	0	4	تعتمد الشركة في عملها على أجهزة ومعدات متطورة مثل، (الحواسيب المحمولة، الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية).	1.
			10.6	43.6	41.5	0	4.3		
مرتفع	0.61672	3.7553	9	53	32	0	0	يتم إدارة ومعالجة مختلف المعاملات إلكترونياً..	2.
			9.6	56.4	34	0	0		
مرتفع	0.48602	3.6277	0	59	35	0	0	تستخدم الشركة أساليب وتقنيات حديثة في خدمة عملائها.	3.
			0	62.8	37.2	0	0		
مرتفع	0.65028	3.9677	16	60	15	2	0	توفر الشركة خدماتها عبر الهواتف المحمولة مثل الرسائل القصيرة (SMS)	4.
			17	63.8	16	2.1	0		
مرتفع	0.56756	3.9787	14	64	16	0	0	تتوفر أجهزة حديثة في جمع وتخزين المعلومات بشكل احتياطي.	5.
			14.9	68.1	17	0	0		
مرتفع	0.45	3.777						الدرجة الكلية للأجهزة	

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال البيانات الواردة بالجدول السابق يتضح أن جميع الفقرات المتعلقة بهذا البعد جاءت مرتفعة (سواء تحصلت على مرتفع أو مرتفع بشدة)، أكثر الفقرات التي جاءت بمستوى مرتفع هي الفقرة رقم (5) والتي تنص على جمع وتخزين المعلومات احتياطياً على أعلى متوسط (3.9787)، مما يدل على توجه الشركة نحو استخدام التكنولوجيا والأنظمة الحديثة. كما حصلت العبارة المتعلقة بالخدمات عبر الهواتف المحمولة على متوسط (3.9677)، مما يؤكد أهمية هذه القنوات في التواصل مع العملاء. وبشكل عام جاءت كل عبارات بعد الأجهزة والمعدات بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي (3.7777) بانحراف معياري (0.45630) صغير وهذا يدل على تقارب آراء أفراد العينة.



البعد الثاني: واقع البرمجيات بالشركة قيد الدراسة: وقد تم دراسة فقرات هذا البعد كلا على حدة، وتبين البيانات الواردة بالجدول رقم (7) التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة حول فقرات هذا البعد. جدول رقم (7): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه السائد لفقرات البعد الثاني (البرمجيات)

ت	العبارات	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	مرتفع	مرتفع بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى			
							العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد
							%	%	%	%	%	%
.6	تتيح البرمجيات استرجاع المعلومات بسرعة	0	2	40	32	20	3.7447	0.81566	مرتفع			
		0	2.1	42.6	34	21.3						
.7	توفر الشركة برامج لحماية بياناتها وشبكاتها.	0	0	42	29	23	3.7979	0.81094	مرتفع			
		0	0	44.7	30.9	24.5						
.8	تواكب الشركة التحديثات والتطورات في مجال البرمجيات.	0	0	30	43	21	3.9043	0.73425	مرتفع			
		0	0	31.9	45.7	22.3						
.9	تتميز البرامج والتطبيقات المستخدمة بسهولة الاستخدام ووجود واجهة مستخدم واضحة وسهلة.	0	0	23	65	6	3.8191	0.52799	مرتفع			
		0	0	24.5	69.1	6.4						
.10	تكون التعليمات المتاحة كافية لحل المشكلات التي تواجهها عند استخدام البرنامج.	0	0	29	65	0	3.6915	0.46436	مرتفع			
		0	0	30.9	69.1	0						
	الدرجة الكلية للبرمجيات						3.791	0.509	مرتفع			

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال البيانات الواردة بالجدول السابق يتضح أن جميع الفقرات المتعلقة بهذا البعد جاءت مرتفعة (سواء تحصلت على مرتفع أو مرتفع بشدة)، أكثر الفقرات التي جاءت بمستوى مرتفع هي الفقرة رقم (8) والتي تنص على مواكبة الشركة للتحديثات والتطورات في مجال البرمجيات على أعلى متوسط (3.9043)، مما يدل على ثقة المستخدمين في قدرة الشركة على التكيف مع التغيرات التكنولوجية. كما تعكس النتائج الأخرى، مثل توفير برامج لحماية البيانات وشبكاتها (3.7979)، وسهولة الاستخدام (3.8191)، التزام الشركة بتوفير برمجيات متطورة وأمنة تلبي احتياجات المستخدمين. وبالمجمل جاءت كل عبارات بعد البرمجيات بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي (3.7915) بانحراف معياري (0.50962) صغير وهذا يدل على تقارب آراء أفراد العينة.



جدول رقم (8): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه السائد لفقرات البعد الثالث (الشبكات)

ت	العبارات	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	مرتفع		المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
					بشدة	مرتفع			
					العدد	العدد			
11.	تحرص الشركة على توفير خدمات الانترنت فائق السرعة.	0	0	42	31	21	مرتفع	0.79182	3.7766
		0	0	44.7	33	22.3			
12.	تتسم شبكة الاتصالات (الانترنت) بالشركة بالاستقرار والسرعة.	0	0	57	21	16	مرتفع	0.76984	3.5638
		0	0	60.6	22.3	17			
13.	تعتمد الشركة على وسائل حماية الشبكات من الاختراق (كالجدار الناري).	0	0	36	57	1	مرتفع	0.50766	3.6277
		0	0	38.3	60.6	1.1			
14.	تتوفر الشبكات السلكية واللاسلكية داخل الشركة.	0	2	20	71	1	مرتفع	0.50131	3.7553
		0	2.1	21.3	75.5	1.1			
15.	تربط شبكات الاتصال جميع الإدارات بالشركة.	0	1	16	76	1	مرتفع	0.43903	3.8191
		0	1.1	17	80.9	1.1			
	الدرجة الكلية للشبكات						مرتفع	0.421	3.708

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال البيانات الواردة بالجدول السابق يتضح أن جميع الفقرات المتعلقة بهذا البعد جاءت مرتفعة (سواء تحصلت على مرتفع أو مرتفع بشدة)، أكثر الفقرات التي جاءت بمستوى مرتفع هي الفقرة رقم (15) والتي تنص على ربط جميع الإدارات بالشركة عبر شبكات الاتصال أعلى متوسط (3.8191)، مما يعكس فعالية الشبكة في تسهيل التواصل الداخلي. كما أظهرت النتائج أن (71%) من المشاركين يوافقون على توفر الشبكات السلكية واللاسلكية داخل الشركة (متوسط 3.7553)، مما يدل على التزام الشركة بتوفير بنية تحتية تكنولوجية قوية. بشكل عام، تعكس هذه النتائج التزام الشركة بتوفير شبكات اتصالات فعالة، بمتوسط عام (3.7085) بانحراف معياري (0.42164) مع إمكانيات لتعزيز استقرار الشبكة بشكل أكبر.



جدول رقم (9): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاتجاه السائد لفقرات البعد الرابع (الموارد البشرية)

ت	العبارات	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	مرتفع	مرتفع بشدة	المتوسط الحسابي		المستوى
							الانحراف المعياري	المتوسط	
							العدد	العدد	
16.	تساعد تكنولوجيا المعلومات الموظفين في إنجاز العمل بدقة وسرعة وتزيد من كفاءة الموظف.	0	0	39	34	21	3.8085	0.77981	مرتفع
		0	0	41.5	36.2	22.3			
17.	تقدم الشركة فرصًا كافية للنمو والتطور الوظيفي.	0	1	41	37	15	3.7021	0.74530	مرتفع
		0	1.1	43.6	39.4	16			
18.	تشجع الشركة المبادرات الإبداعية في مجال تكنولوجيا المعلومات.	0	1	30	49	14	3.8085	0.69215	مرتفع
		0	1.1	31.9	52.1	14.9			
19.	يتم تنفيذ دورات تدريبية لزيادة مهارات وقدرات الموظفين في تكنولوجيا المعلومات.	0	0	32	47	15	3.6191	0.68725	مرتفع
		0	0	34	50	16			
20.	توظف الشركة الموظفين ذوي كفاءة ومهارة المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	0	0	14	65	15	4.0106	0.55831	مرتفع
		0	0	14.9	69.1	16			
	الدرجة الكلية للموارد البشرية						3.829	0.578	مرتفع
	الدرجة الكلية للمحور الأول						3.776	0.438	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال البيانات الواردة بالجدول السابق يتضح أن جميع الفقرات المتعلقة بهذا البعد جاءت مرتفعة (سواء تحصلت على مرتفع أو مرتفع بشدة)، أكثر الفقرات التي جاءت بمستوى مرتفع هي الفقرة (20) التي تنص على "توظف الشركة الموظفين ذوي كفاءة ومهارة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال" على أعلى متوسط (4.0106)، مما يدل على نجاح الشركة في اختيار كوادر مؤهلة تسهم في تحقيق أهداف الشركة. بينما حصلت الفقرة (19) "يتم تنفيذ دورات تدريبية لزيادة مهارات وقدرات الموظفين في تكنولوجيا المعلومات" على أقل متوسط (3.6191)، مما يشير إلى ضرورة تعزيز برامج التدريب لتلبية احتياجات الموظفين بشكل أفضل. وبشكل عام، يعكس المتوسط العام للبعد (3.7769) وانحراف معياري (0.43820) التزام الشركة بتوفير بيئة عمل تدعم التطور والابتكار في مجال تكنولوجيا المعلومات.



2.2.3.3 الميزة التنافسية لشركة المدار الجديد طرابلس

ولاختبار هذا المحور تم تحليل ودراسة عبارات المتغير كلا على حدة باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري حيث يتبين من خلال البيانات الواردة بالجدول رقم (10) التحليل الإحصائي لإجابات المشاركين في البحث حول هذا المتغير (الميزة التنافسية) كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (10) التحليل الوصفي لعبارات الميزة التنافسية

المتغير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مرتفع	مرتفع	متوسط	ضعيف	ضعيف	العبارات	ت	
			بشدة	العدد	العدد	العدد	العدد			العدد
			%	%	%	%	%			%
مرتفع	0.53519	3.4043	0	40	52	2	0	تسعى الشركة الي التخفيض المستمر للتكاليف	.21	
			0	42.6	55.3	2.1	0			
مرتفع	0.54115	3.4468	0	44	48	2	0	تحتفظ الشركة بالموظفين الأكفاء للتخفيض من حجم تكاليف	.22	
			0	46.8	51.1	2.1	0			
مرتفع	0.46436	3.6915	0	65	29	0	0	يستفيد الموظفين في الشركة من التجارب السابقة في تقديم	.23	
			0	69.1	30.9	0	0			
مرتفع	0.33550	3.8723	0	82	12	0	0	يساهم تخفيض التكاليف في الخدمات المقدمة في زيادة الرضى لدى العميل	.24	
			0	87.2	12.8	0	0			
مرتفع	0.41146	3.7872	0	74	20	0	0	تسعى الشركة الي تقديم خدماته بدون عيوب قدر المستطاع..	.25	
			0	78.7	21.3	0	0			
مرتفع	0.26973	3.6404						الدرجة الكلية للتكلفة		
مرتفع	0.59789	3.7128	7	53	34	0	0	تعمل الشركة على تمييز خدماتها بالجودة العالية لتحقيق الميزة التنافسية	.26	
			7.4	56.4	36.2	0	0			
مرتفع	0.60436	3.6277	6	47	41	0	0	تعتمد الشركة على أسلوب التحسين المستمر للحصول على خدمات جديدة.	.27	
			6.4	50	43.6	0	0			
مرتفع	0.49857	3.4362	0	41	53	0	0		.28	



			0	43.6	56.4	0	0	تقوم إدارة الشركة بتوفير المعلومات الحديثة لتحقيق ميزة تنافسية خاصة به..	
مرتفع	0.50177	3.6489	1	59	34	0	0	تساعد التكنولوجيا على استخدام أساليب مختلفة لتحسين الجودة.	29
			1.1	62.8	36.2	0	0		
مرتفع	0.48696	3.6915	1	63	30	0	0	تعتبر الخدمات التي تقدمها الشركة للزبون مناسبة مقارنة	30
			1.1	67	31.9	0	0		
مرتفع	0.35178	3.6234						الدرجة الكلية للجودة	
مرتفع	0.46436	3.6915	0	65	29	0	0	تتجاوب الشركة مع التغيرات المجتمعية مما يسهل في تطوير سوق عمل الشركة..	31
			0	69.1	30.9	0	0		
مرتفع	0.47266	3.6702	0	63	31	0	0	تستخدم الشركة طرق متعددة للرقابة على الجودة..	32
			0	67	33	0	0		
مرتفع	0.52276	3.6489	2	57	35	0	0	تهتم الشركة بأساليب البحث والتطوير لمعرفة كل ما يحدث من تطورات في البيئة المحيطة.	33
			2.1	60.6	37.2	0	0		
مرتفع	0.49105	3.6809	1	62	31	0	0	الشركة لديها القدرة على تغيير استراتيجيتها لمواكبة الظروف التنافسية.	34
			1.1	66	33	0	0		
مرتفع	0.47986	3.6489	0	61	33	0	0	تعمل الشركة على التكيف والاستجابة السريعة لمتطلبات الزبائن..	35
			0	64.9	35.1	0	0		
مرتفع	0.27600	3.6681						الدرجة الكلية للمرونة	
مرتفع	0.52188	3.4574	1	41	52	0	0	تنتهج الشركة سياسة التجديد والإبداع في تقديم خدماتها..	36
			1.1	43.6	55.3	0	0		
مرتفع	0.51826	3.5745	1	52	41	0	0	تشجع بيئة العمل في الشركة على الإبداع والابتكار..	37
			1.1	55.3	43.6	0	0		
مرتفع	0.48977	3.7766	1	73	18	2	0	تحرص الشركة على تحقيق التفوق الدائم على منافسيها من خلال تقديم خدمات مبتكرة.	38
			1.1	77.7	19.1	2.1	0		
مرتفع	0.41381	3.8191	1	75	18	0	0		39



			1.1	79.8	19.1	0	0	تحفز الشركة الموظفين لتقديم الأفكار الإبداعية الخلاقة.	
مرتفع	0.45640	3.7553	1	69	24	0	0	يسهم التعاون مع الفرق في تعزيز الإبداع والابتكار.	.40
مرتفع	0.33711	3.6766	1.1	73.4	25.5	0	0	الدرجة الكلية للإبداع	
مرتفع	0.26150	3.6521						الدرجة الكلية للمحور الثاني	

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

تعكس البيانات الواردة في الجدول (10) التزام شركة المدار الجديد بتعزيز الإبداع والابتكار كمحور أساسي لاستراتيجيتها في تحقيق الميزة التنافسية. حيث كان أعلى متوسط (3.8191) للفقرة التي تنص على "تحفز الشركة الموظفين لتقديم الأفكار الإبداعية الخلاقة"، مما يدل على أن الشركة توفر بيئة عمل تدعم التفكير الإبداعي وتشجع الموظفين على التعبير عن أفكارهم الجديدة. كما حصلت الفقرة (40) التي تنص على "يسهم التعاون مع الفرق في تعزيز الإبداع والابتكار" على متوسط (3.7553)، مما يشير إلى أهمية العمل الجماعي على تشجيع الابتكار، وهو ما يتماشى مع دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تسهيل التواصل وتبادل الأفكار بين الفرق.

كما حصلت الفقرة (38) التي تنص على "تحرص الشركة على تحقيق التفوق الدائم على منافسيها من خلال تقديم خدمات مبتكرة" على متوسط (3.7766) مما يؤكد أن الابتكار ليس مجرد خيار، بل هو ضرورة للبقاء في سوق شديد التنافسية. من خلال استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تستطيع شركة المدار الجديد للنفط من تحسين كفاءة خدماتها ورفع مستوى رضا عملائها، مما يعزز من حصتها السوقية. وبشكل عام جاءت الدرجة الكلية لمحور الميزة التنافسية مرتفعة بمتوسط حسابي (3.6521) بانحراف معياري (0.26150) مما يعكس التزام الشركة بتبني استراتيجيات تكنولوجيا تدعم الابتكار، مما يمكنها من التكيف مع التغيرات في السوق وتحقيق تفوق مستدام على المنافسين.



3.2.3.3 اختبار فرضيات الدراسة

- واختبار الفرضية الرئيسية للدراسة يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، (الأجهزة، البرمجيات، الشبكات، الموارد البشرية) على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس. سوف نقيس أثر المتغير المستقل (ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) على المتغير التابع (تحقيق الميزة التنافسية المستدامة) باستخدام أسلوب الانحدار البسيط لمعرفة معنوية الأثر وكذلك معرفة نسبة تفسير التباين في المتغير التابع من قبل المتغير المستقل. جدول رقم (11) تحليل الانحدار الخطي لاختبار أثر ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الميزة التنافسية.

التحليل	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	معامل الانحدار β	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة
النتائج	0.844	0.712	0.503	227.205	0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يشير جدول رقم (11) إلى وجود علاقة قوية وإيجابية بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية لشركة المدار الجديد، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي المدونة بالجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة والتي بلغت (227.205) وهي أكبر من قيمة F الجدولية (3.94) بدلالة إحصائية (0.000) وهو أصغر من (0.05). وبذلك نستنتج أن ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (كمتغير مستقل) تساهم في تحقيق الميزة التنافسية (كمتغير تابع) وحيث أن إشارة معامل الارتباط R موجبة وتساوي (0.844) أي أن الارتباط طردي قوي بين المتغيرين، أي كلما زاد الاهتمام بأبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات زادت قدرة الميزة التنافسية وتبين قيمة معامل التحديد R² أن التغيير في المتغير المستقل (ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) يفسر (71.2 %) من التغيير في المتغير التابع (الميزة التنافسية). كما أن قيمة معامل الانحدار β تساوي (0.503) وهذا يعني أن التغيير بمقدار وحدة واحدة في قيم المتغير المستقل (ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) يؤدي إلى التغيير في المتغير التابع (الميزة التنافسية) بمقدار (0.503).

نتائج تحليل الفرضية الرئيسية: قبول الفرضية الرئيسية والتي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، (الأجهزة، البرمجيات، الشبكات، الموارد البشرية) على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس.

- واختبار الفرضية الفرعية الأولى للبحث: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس. سوف نقيس أثر بعد (الأجهزة) في تحقيق (الميزة



التنافسية) باستخدام أسلوب الانحدار البسيط لمعرفة معنوية الأثر وكذلك معرفة نسبة تفسير التباين في المتغير التابع من قبل المتغير المستقل.

جدول رقم (12) تحليل الانحدار الخطي لاختبار أثر بعد الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية.

التحليل	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	معامل الانحدار β	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة
النتائج	0.783	0.613	0.449	145.833	0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

تشير نتائج جدول رقم (12) إلى أن بعد الأجهزة له تأثير إيجابي ملحوظ على تحقيق الميزة التنافسية. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن قيمة F المحسوبة (145.833) أكبر من القيمة الجدولية (3.94) مع دلالة إحصائية (0.000)، مما يدل على أن بعد الأجهزة (كمتغير مستقل) يساهم بشكل فعال في تحقيق الميزة التنافسية (كمتغير تابع). كما أن معامل الارتباط R بلغ (0.783)، مما يشير إلى وجود ارتباط طردي قوي بين المتغيرين. وتُظهر قيمة معامل التحديد R² أن (61.3%) من التغيير في الميزة التنافسية يمكن تفسيره بواسطة بعد الأجهزة، في حين أن قيمة معامل الانحدار β تساوي (0.449)، مما يعني أن زيادة وحدة واحدة في بعد الأجهزة تؤدي إلى زيادة قدرها (0.449) في الميزة التنافسية.

نتائج تحليل الفرضية الفرعية الأولى: قبول الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعـد الأجهزة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس.

• **ولاختبار الفرضية الفرعية الثانية للدراسة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعـد البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس. سوف نقيس أثر مساهمة بعد (البرمجيات) في تحقيق (الميزة التنافسية) باستخدام أسلوب الانحدار البسيط لمعرفة معنوية الأثر وكذلك معرفة نسبة تفسير التباين في المتغير التابع من قبل المتغير المستقل.

جدول رقم (13) تحليل الانحدار الخطي لاختبار أثر مساهمة بعد البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية.

التحليل	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	معامل الانحدار β	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة
النتائج	0.831	0.691	0.427	205.639	0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يوضح جدول رقم (13) تأثير بعد البرمجيات (كمتغير مستقل) على الميزة التنافسية (كمتغير تابع)، حيث أظهرت النتائج أن قيمة F المحسوبة (205.639) أكبر من القيمة الجدولية (3.94) عند مستوى دلالة (0.05)، مما يدل على دلالة إحصائية قوية (0.000). كما بلغ معامل الارتباط R (0.831)، مما



يشير إلى وجود ارتباط طردي قوي بين المتغيرين، أي أن زيادة الاهتمام بالبرمجيات تعزز الميزة التنافسية. وتُظهر قيمة معامل التحديد R^2 أن (69.1%) من التغيير في الميزة التنافسية يمكن تفسيره بواسطة بعد البرمجيات، بينما قيمة معامل الانحدار β تساوي (0.427)، مما يعني أن زيادة وحدة واحدة في بعد البرمجيات تؤدي إلى زيادة قدرها (0.427) في الميزة التنافسية، مما يؤكد على أهمية هذا البعد في تعزيز الميزة التنافسية.

نتائج تحليل الفرضية الفرعية الثانية: قبول الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد البرمجيات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس.

- **ولاختبار الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الشبكات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس. سوف نقيس أثر مساهمة بعد (الشبكات) في تحقيق (الميزة التنافسية) باستخدام أسلوب الانحدار البسيط لمعرفة معنوية الأثر وكذلك معرفة نسبة تفسير التباين في المتغير التابع من قبل المتغير المستقل.
جدول رقم (14) تحليل الانحدار الخطي لاختبار أثر مساهمة بعد الشبكات في تحقيق الميزة التنافسية.

التحليل	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	معامل الانحدار β	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة
النتائج	0.863	0.745	0.535	268.248	0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يوضح جدول رقم (14) تأثير بعد الشبكات (كمتغير مستقل) على الميزة التنافسية (كمتغير تابع)، حيث أظهرت النتائج أن قيمة F المحسوبة (268.248) أكبر من القيمة الجدولية (3.94) عند مستوى دلالة (0.05)، مع دلالة إحصائية قوية (0.000). كما أن معامل الارتباط R هو (0.863)، مما يشير إلى وجود ارتباط طردي قوي بين المتغيرين، حيث يعني ذلك أن زيادة الاهتمام بالشبكات تعزز الميزة التنافسية. وتُظهر قيمة معامل التحديد R^2 أن (74.5%) من التغيير في الميزة التنافسية يمكن تفسيره بواسطة بعد الشبكات، بينما قيمة معامل الانحدار β التي تساوي (0.535) تعني أن زيادة وحدة واحدة في بعد الشبكات تؤدي إلى زيادة قدرها (0.535) في الميزة التنافسية، مما يؤكد أهمية الشبكات في تعزيز الميزة التنافسية.
نتائج تحليل الفرضية الفرعية الثالثة: قبول الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الشبكات على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس.



- **الاختبار الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الموارد البشرية على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس. سوف نقيس أثر مساهمة بعد (الموارد البشرية) في تحقيق (الميزة التنافسية) باستخدام أسلوب الانحدار البسيط لمعرفة معنوية الأثر وكذلك معرفة نسبة تفسير التباين في المتغير التابع من قبل المتغير المستقل.
جدول رقم (15) تحليل الانحدار الخطي لاختبار أثر مساهمة بعد الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية.

التحليل	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	معامل الانحدار β	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة
النتائج	0.578	0.334	0.261	46.039	0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يوضح جدول رقم (14) تأثير بعد الموارد البشرية (كمتغير مستقل) على الميزة التنافسية (كمتغير تابع)، حيث أظهرت النتائج أن قيمة F المحسوبة (46.039) أكبر من القيمة الجدولية (3.94) عند مستوى دلالة (0.05)، مع دلالة إحصائية قوية (0.000). كما أن معامل الارتباط R هو (0.578)، مما يشير إلى وجود ارتباط طردي متوسط بين المتغيرين، حيث يعني ذلك أن زيادة الاهتمام بالموارد البشرية تعزز الميزة التنافسية. وتُظهر قيمة معامل التحديد R² أن (33.4%) من التغيير في الميزة التنافسية يمكن تفسيره بواسطة بعد الموارد البشرية، بينما قيمة معامل الانحدار β التي تساوي (0.261) تعني أن زيادة وحدة واحدة في بعد الموارد البشرية تؤدي إلى زيادة قدرها (0.261) في الميزة التنافسية، مما يؤكد أهمية هذا البعد في تعزيز الميزة التنافسية.

نتائج تحليل الفرضية الفرعية الرابعة: قبول الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الموارد البشرية على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بشركة المدار الجديد بطرابلس.

استناداً إلى البيانات الواردة في الجداول رقم (12)، (13)، (14)، و(15)، يتضح أن البعد الأكثر تأثيراً في تعزيز الميزة التنافسية هو بعد الشبكات، يليه بعد البرمجيات، ثم بعد الأجهزة، بينما يأتي بعد الموارد البشرية كأقل الأبعاد تأثيراً. وهذا يتماشى مع نتائج الدراسة الاستطلاعية، مما يعكس أهمية التركيز على الشبكات والبرمجيات كعوامل رئيسية في تعزيز القدرة التنافسية للشركة. كما يشير إلى ضرورة تحسين استخدام الأجهزة والموارد البشرية لدعم هذه الجهود.



4.3 النتائج والتوصيات:

1.4.3 النتائج:

أظهرت نتائج التحليل الاحصائي ما يلي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالشركة على تعزيز الميزة التنافسية من خلال (الأجهزة، البرمجيات، الشبكات، الموارد البشرية) حيث سجلت قيمة معامل التحديد لكل منها (61.3%، 69.1%، 74.5%، 33.4%) على التوالي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (Bazrkar, 2020 والطيب، 2022 ومقدم وآخرون، 2022)
- وجود علاقة قوية وإيجابية بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية لشركة المدار الجديد، حيث تساهم هذه الأبعاد بشكل كبير في تعزيز القدرة التنافسية.
- يتضح أن البعد الأكثر تأثيراً ومساهمة في تعزيز الميزة التنافسية هو بعد الشبكات، يليه بعد البرمجيات، حيث سجلت قيمة معامل التحديد لكل منهم على التوالي (74.5%، 69.1%) هذه النتائج تؤكد على أهمية الاستثمار في هذه الأبعاد لتعزيز القدرة التنافسية للشركة.
- ان بُعد الموارد البشرية يعتبر أقل الأبعاد تأثيراً في تعزيز الميزة التنافسية بالشركة حيث سجلت قيمة معامل التحديد (33.4%). وهذا يشير إلى ضرورة إعادة تقييم استراتيجيات الاستثمار في العنصر البشري. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Gavua & et, al)
- أظهرت النتائج ان توفر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والميزة التنافسية لشركة المدار الجديد كان مرتفعاً. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الحضرمي، 2022)

2.4.3 التوصيات:

- تعزيز ممارسات أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالشركة محل الدراسة، لاسيما بعد المورد البشري كونه الأقل ممارسة على الميزة التنافسية المستدامة بالشركة محل الدراسة.
- إعادة تقييم استراتيجيات الموارد البشرية، من خلال إعادة تقييم استراتيجيات التدريب والتطوير، وتطبيق برامج تحفيزية لتعزيز المهارات والقدرات الوظيفية للموظفين بالشركة.
- دمج تكنولوجيا المعلومات في جميع عمليات الشركة بشكل فعال لتحسين كفاءة الأداء وتعزيز مركزها التنافسي.
- ينبغي على الشركة تعزيز استثماراتها في تطوير بنيتها التحتية الشبكية، مما سيدعم قدرتها على الابتكار والتكيف مع التغيرات السوقية، ويعزز من قدرتها التنافسية المستدامة.



- اجراء استطلاع اراء العملاء بشكل دوري حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات. يُعتبر ذلك أداة قيمة لتحسين تجربة العميل وزيادة القيمة المضافة.

3.4.3 مقترحات لدراسات مستقبلية

- تُعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من العناصر الاساسية التي تسهم في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمات في عصرنا الحالي. مع التقدم السريع في هذه المجالات، تبرز الحاجة إلى إجراء دراسات مستقبلية لفهم تأثيراتها بشكل أعمق واستكشاف الفرص والتحديات التي تواجهها المنظمات. من هذه الموضوعات:
- دور رأس المال البشري في تعزيز الميزة التنافسية بالمنظمات اللببية.
 - تكنولوجيا المعلومات (التحديات والفرص) في ظل التحول الرقمي.



المراجع

- البدرى، سعاد عوض، والجالي، سعاد محمد. (2024) دراسة مقارنة بين تقنيات الجيل الرابع والجيل الخامس مدى فاعليتهم في شركة المدار الجديد، المجلة الدولية للعلوم والتقنية، المجلد (2)، العدد (33) 12 -1 .
- برويس، وردة. (2019). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأداة لتحقيق الميزة التنافسية، مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد (6) 167 -182.
- بوهزاري، حليلة سعد، والجهمي، نسرین فرج. (2024) دور التحول الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي للموظفين دراسة ميدانية على شركة المدار الجديد بمدينة بنغازي، مجلة الدراسات الاقتصادية - كلية الاقتصاد، جامعة سرت المجلد (7)، العدد (2): 143 - 168.
- الدماك، محمد مسلم، ونافع، وجيه عبد الستار. (2022) دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة تطبيقي، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والادارية، المجلد (13)، العدد (3): 1258 - 1280.
- زرزار، العياشي، وغيايد كريمة. (2014). دور تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد (2). 182 - 199.
- الشريف، احمد البشير، وهويدي، عبد القادر محمد، وسالم، عبد الفتاح جمعة. (2021). أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على الشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، كلية الاقتصاد والتجارة، الجامعة الأسمرية الإسلامية، العدد (18) ديسمبر. 162 - 190
- الحضرمي، نوف بنت خلف محمد. (2022). تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، ودورها في تحقيق ميزة تنافسية بالجامعات السعودية "جامعة تبوك أنموذجاً"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد (30)، العدد (4). 650 - 686
- طيب، خالد الطيب. (8-9 نوفمبر 2022). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحقيق الميزة التنافسية في جامعة المرقب، المؤتمر العلمي الدولي السادس لكلية الاقتصاد الخمس: التنافسية الاقتصادية (تقييم للواقع واستشراف المستقبل).
- العجمي، ناصر محمد سويري. (2020). دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية للمؤسسات التعليمية بدولة الكويت، مجلة التربية، كلية التربية جامعة الأزهر، الجزء (4)، العدد (188). 60 -120.



- علوط، فتحية. (2021). تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد (07)، عدد (02)، 137 – 150.
- الفيتوري، نصرية امحمد، والعامري، راضية عبد السلام. (2018). المنظمة الذكية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، مجلة الجبل للعلوم التطبيقية والإنسانية، العدد (1). 165 – 183.
- قواميد، بوبكر، وبلمهدي، إبراهيم. (2019) استخدام تكنولوجيا المعلومات كأداة لتمكين العاملين في المؤسسة الخدمية دراسة حالة المديرية العملية لمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة، مجلة أفق للبحوث والدراسات سداسية، العدد (4). 227 – 241.
- قويميد، بوبكر، وعبد الله، علي. (2018). تكنولوجيا المعلومات ودورها في دعم التوجه الاستراتيجي لإدارة الموارد البشرية دراسة حالة المديرية العامة لمؤسسة الاتصالات الجزائر، المجلة الجزائرية للدراسات المحاسبية والمالية، المجلد (4)، العدد (2): 29 – 42.
- مقدم، عبد الجليل، وبلعابد، فايزة، حريري، عبد الغني. (2020)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية للاتصالات موبيليس، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد، (12) العدد (02)، 138 – 146.
- ملكاوي، نازم محمود، والغرايبة، شحاده مفلح (2015) تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الميزة التنافسية دراسة ميدانية في شركات السياحة والسفر الأردنية، مجلة جامعة جدارا للدراسات والبحوث، المجلد (1)، العدد (1).
- هزاع، فيصل. (2024). أثر المرونة الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن، مجلة الآداب، كلية الآداب، جامعة نمار، المجلد، (12)، العدد (2). 267 – 314.
- Abdelkader, B& Abed, B. (2016). The effect Of Information Technology on Competitive Advantage of Firm: The Role of Environmental Uncertainty, The International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT), (22) 16 -36.
- Amalia, M. S. R., Arianis, C., Tetty, H., (2019). The Influence of Information and Communication Technology on Firm Performance Through Competitive Advantage: A case Study in Cosmetic Industries of Indonesia, RJOAS, 12(96) 243 – 255.
- Bazrkar, A., (2020). The Investigation of The Role of Information Technology in Creating and Developing A Sustainable Competitive Advantage for Organizations Through the Implementation of Knowledge Management, Journal of Spatial and Organizational Dynamics, 8 (4), 287-299.



- Gavua, E. K & Dankwa.S. O, Anab. S, Appiah. K.A. (2017). The Impact of Information and Communication Technology (ICT) in Improving Business Competitiveness in Ghana, International Journal of Science and Research, 6 (9).123 – 128
- Michael. A.O& Olayide. (2024). Leveraging Technology for Strategic Competitive Advantage, Journal of Propulsion Technology,45(2). 5922 – 5935
- Ngwenya, M., (2017). achieving a sustained competitive advantage in the south African telecommunications sector, Universal Journal of Management 5(6), 278-290
- Nwabueze. U & Mileski. J. (2018). Achieving Competitive Advantage Through Effective Communication in A global Environment, Journal of International Studies,11(1). 50 - 66 A. O. Michael
- Qosasi, A. & Maulina, E., Purnomo, M., Muftiadi, A., Permana, E., Febrian, F. (2019). The Impact of Information and Communication Technology Capability on The Competitive Advantage of Small Businesses. International Journal of Technology 10(1). 167-177
- Saura, J., R., Skare, M., & Riberio-Navarrete, S. (2022). How Does Technology Enable Competitive Advantage? Reviewing State of the Art and Outlining Future Directions. Journal of Competitiveness, 14(4). 172- 188