ISBN : 999-999-99-99

تبني التكنولوجيا الحديثة كضرورة حتمية لاكتساب ميزة تنافسية في المؤسسات الاقتصادية (تقنية الحوسبة نموذجا)

Adoption modern technology as an imperative necrssity for gaining a comptitive advantage in economic institutions (with Cloud Computing Technology as a model)

عمر مرغمي
طالب دكتوراه، جامعة قسنطينة2
مخبر الدراسات والبحوث التسويقية
omar.merghemi@univ-constantine2.dz

محمد أنيس كليبات
أستاذ محاضر قسم أ، جامعة قسنطينة2
مخبر الدراسات والبحوث التسويقية
mohamed.klibet@univ-constantine2.dz

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الحوسبة السحابية وأثر تبنيها على اكساب ميزة تنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وذاك بإعداد استبانة الكترونية وزعت على موظفي المبيعات والمشتريات في مؤسسات اقتصادية جزائرية وأساتذة جامعيين وطلبة الدراسات العليا، ثم تحليل بياناتها عن طريق البرنامج الاحصائي SPSS V26، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثر إجابي لتبني الحوسبة السحابية على اكساب ميزة تنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية وبالخصوص على أبعاد الميزة التنافسية المتمثلة في بعد السيطرة على السوق، بعد الابداع والابتكار، وبعد جودة الخدمات، ووصت الدراسة على وجوب تصميم نظام المعلومات تسويقي يعتمد على تقنية الحوسبة السحابية في كل المؤسسات الاقتصادية لما يعود عليها بالنفع على المدى القريب من جهة وتحقيقا لأهدافها المسطرة على المدى البعيد من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: حوسبة سحابية، ميزة تنافسية، مؤسسات اقتصادية.

Abstract:

This study aimed to investigate the influence of adopting cloud computing on enhancing the competitive advantage of Algerian economic institutions. The research employed an electronic survey distributed among sales and procurement staff in these institutions, as well as university professors and postgraduate students. Data analysis was conducted using SPSS V26. The findings revealed a positive correlation between cloud computing adoption and gaining a competitive advantage, specifically in terms of market control. This advantage ranked high, preceded by creativity and innovation, and service quality. The study recommends the development of a cloud-based marketing information system across

economic institutions for immediate short-term benefits and long-term objective achievement.
Key words: cloud computing; competitive advantage; economic institutions

مقدمة:

في العصر الحالي، أصبحت صناعة الميزة التنافسية للمؤسسات أمرًا لا بديل له، حيث تعتبر ضرورة حتمية في عالم متسارع التغيير والتحول، وتتجلى أهمية الميزة التنافسية في قدرة المؤسسات على التفوق والبقاء وتحقيق التميز والسيطرة على السوق، ومع تزايد تأثير العولمة وتطور التكنولوجي ازدادت أهمية بناء استراتيجيات قائمة على التميز والابتكار، فالميزة التنافسية لم تعد مجرد خيارًا استراتيجيًا، بل أصبحت حاجة حاسمة تُفرض نفسها على كل من يسعى للازدهار والنجاح في ساحة المنافسة.

وفي هذا السياق، تبرز أهمية استغلال التقنيات الحديثة بشكل استراتيجي، ومن هنا تظهر تقنية الحوسبة السحابية كأحد الأدوات الرئيسية التي تمكن المؤسسات من تحقيق الميزة التنافسية، من خلال توفير موارد حاسوبية مرنة وقوية، التي تساهم تعزيز أداء الأعمال وتحسين الجودة وتعزيز التفوق في سوقٍ مليء بالتحديات والفرص.

الإشكالية:

تكمن مشكلة هذه البحث في دراسة تبني تقنية الحوسبة السحابية والمزايا التي تقدمها وابراز مدى مساهمتها في اكساب ميزة تنافسية للمؤسسات الاقتصادية، وعليه يمكن طرح الإشكالية التي ينطلق منها موضوع الدراسة كما يلي:

ما مدى تأثير تبني الحوسبة السحابية تأثير على اكساب ميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟

التساؤلات الفرعية:

–ماذا نقصد بالميزة التنافسية وما هي ابعادها؟

–ماذا نعني بالحوسبة السحابية وأهميتها في المؤسسات الاقتصادية؟

–هل توجد علاقة بين تبني تقنية الحوسبة السحابية من طرف المؤسسة الاقتصادية واكتساب ميزة تنافسية مستقبلا؟

فرضيات الدراسة

للإجابة على إشكالية الدراسة تم وضع الفرضيات التالية:

ISBN : 999-999-99-99

1- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني الحوسبة السحابية على بعد السيطرة على السوق؛

2- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني الحوسبة السحابية على بعد الابداع والابتكار؛

3- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني الحوسبة السحابية على بعد جودة المنتجات والخدمات؛

منهج الدراسة

اعتمد الباحثان في الدراسة على كل من المنهج الوصفي الذي يقوم بوصف الظاهرة المراد دراستها والمفاهيم والمصطلحات المتعلقة بها، والمنهج التحليلي الذي من خلاله يتم استخدام الأساليب والطرق الإحصائية في تحليل البيانات التي تم الحصول عليها خلال استبانة موزعة على عينة البحث من أجل الوصول إلى النتائج والتوصيات التي تحقق أهداف الدراسة.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها محاولة يسعى من خلالها الباحثان إلى إبراز أثر تبني تقنية الحوسبة السحابة على اكتساب ميزة تنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

أهداف الدراسة

- التعرف على الميزة التنافسية واهم ابعادها؛
- التعرف على تقنية الحوسبة السحابية وأهميتها في المؤسسات؛
- تبيان مدى تأثير تبني تقنية الحوسبة السحابية على اكتساب ميزة تنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

المحور الأول: الإطار النظري للحوسبة السحابية

تعد الحوسبة السحابية من أهم التقنيات الرقمية التي يشهد استخدامها واسعًا في الوقت الحالي نظرًا لمنافعها الاقتصادية، حيث توفر إمكانية الوصول إلى الموارد الحاسوبية عبر الإنترنت بتكلفة منخفضة، مما يساعد على تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف للمؤسسات.

أولا: تعريف الحوسبة السحابية

يتكون مصطلح الحوسبة السحابية من كلمتين هما: سحابة **Cloud** والتي تشير إلى شبكة أو إنترنت، وكلمة حوسبة **Computing** والتي تشير إلى الحواسيب[1]، وعند دمج الكلمتين تصبح **Cloud Computing** والتي تشير إلى نموذج يعتمد على استخدام جهاز خادم يتم الوصول إليه عبر الإنترنت، ويهدف إلى توفير خدمات متنوعة مثل تخزين البيانات والبنية التحتية والتطبيقات. يعد الحوسبة السحابية حلاً مرنًا لمشاكل صيانة وتطوير البرمجيات التي تواجهها المؤسسات[2].

أما الحوسبة السحابية فلها عدة تعاريف منها تعريف منها تعريف ميكروسوفت بأنها تقديم خدمات الحوسبة (مثل الخوادم والتخزين وقواعد البيانات والشبكات والبرمجيات والتحليلات وغيرها) عبر الإنترنت، وتُقدم هذه الخدمات بواسطة شركات مقدمة لخدمات الحوسبة السحابية، ويتم فوترة الرسوم بناءً على الاستخدام الفعلي للموارد، مماثلة لطريقة تحرير فاتورة المياه أو الكهرباء في المنزل[3].

وحسب تعريف المعهد الوطني الأمريكي للمعايير والتكنولوجيا (**NIST**) فهي " نموذج يوفر الوصول المناسب والدائم إلى الشبكة عند الحاجة لمشاركة مجموعة من الموارد والمصادر الحاسوبية القابلة للتشكيل (ومنها على سبيل المثال: الشبكات، الخوادم، التخزين، التطبيقات والخدمات)، والتي يمكن نشرها وتوفيرها بسرعة وبأدنى مجهود أو تفاعل مع مزود هده الخدمة"[4].

مما سبق يمكننا تعريف الحوسبة السحابية بأنها أنظمة حاسوبية تقدم خدمات عبر الانترنت وذلك مقابل دقع ثمن.

ثانيا: مراحل تطور تقنية الحوسبة السحابية

يمكن تلخيص مراحل تطور تقنية الحوسبة السحابية في ست مراحل وهي كالتالي: [5]

أ. المرحلة الأولى: مشاركة أجهزة الحاسوب الكبيرة مع عدة مستخدمين من خلال نهايات طرفية؛
ب. المرحلة الثانية: تطوير أجهزة الحاسوب المكتبية القوية التي تلبي احتياجات المستخدمين؛
ت. المرحلة الثالثة: توصيل أجهزة الحاسوب المكتبية وأجهزة الحواسيب المحمولة وأجهزة الخوادم من خلال شبكات محلية لمشاركة المصادر وزيادة الأداء؛
ث. المرحلة الرابعة: ربط الشبكات المحلية لتشكيل شبكة عالمية مثل الإنترنت للاستفادة من التطبيقات عن بعد؛
ج. المرحلة الخامسة: توفير قوة حوسبة مشتركة ومساحة تخزين من خلال نظام الحوسبة الموزع؛
ح. المرحلة السادسة: توفير المزيد من المصادر والموارد المشتركة على شبكة الإنترنت من خلال الحوسبة السحابية بطريقة تدريجية وسهلة.

ISBN : 999-999-99-99

ثالثا: الخدمات الرئيسية للحوسبة السحابية

هناك مجموعة من النماذج او الأنواع لعرض تقنية الحوسبة السحابية والمتمثلة في الأنواع التالية:[6]

1. **البرمجيات كخدمة تقدمها تقنية الحوسبة السحابية (Software as a Service): هو نموذج عصري يسمح للمستفيدين باستخدام البرمجيات كخدمة عبر شبكة الإنترنت من خلال متصفح ويب بالوصول إلى الخدمة السحابية من دون لجوء المستفيد إلى التحديثات أو الترقية أو النسخ الاحتياطي للتطبيقات، حيث إن مزود الخدمة السحابية يقوم بتقديم التحديثات التلقائية باستمرار للعملاء المشتركين في الخدمة التي يقدمها لهم.**
2. **المنصة كخدمة من خدمات تقنية الحوسبة السحابية(Platform as a Service) : تعتبر المنصة هي الأساس الذي يتم من خلاله بناء التطبيقات على البنية التحتية للحوسبة السحابية وتتكون المنصة كخدمة من مكتبات وبرامج وسيطة، وتحديثات وأدوات يعتمد عليها المبرمجون في أقسام تقنية المعلومات في الشركات لتحديث الخدمات والبرامج المختلفة التي تقدمها الشركات على السحابة.**
3. **البنية التحتية كخدمة من خدمات تقنية الحوسبة السحابية (Infrastructure as a Service): تمثل البنية التحتية الأساس الذي يتم على أساسه بناء تقنية الحوسبة السحابية؛ وذلك من خلال توفير خوادم افتراضية بعناوين إنترنت، ويتم إدارة الخوادم ومساحة التخزين ومكونات الشبكة السحابية من قبل الشركات التي تقدم الخدمة، من أجل تلبية احتياجات المستفيدين من الخدمات والبرامج التي تقدمها الشركات المستفيدة من تقنية الحوسبة السحابية.**

رابعا: مميزات الحوسبة السحابية

تقدم الحوسبة السحابية الكثير من الفوائد أهمها: انخفاض التكاليف المتعلقة بالبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، إذ يستطيع مستخدمي هذه التقنية أن يقوموا باستخدام قوة الحوسبة السحابية لاستكمال مصادر الحوسبة الداخلية أو استبدالها وذلك بدلا من القيام باستثمار عدد كبير من الحواسيب الكبيرة ذات المعالج القوي، كما تساهم تقنية الحوسبة في انخفاض تكاليف الصيانة حيث، ستنخفض المصاريف المرتبطة بالصيانة للحواسيب والبرامج للمؤسسات بكثير، وذلك مهما زادت عدد الأجهزة والبرامج المتاحة بالمؤسسة، حيث يتوجب عدد قليل من الحواسب في المؤسسة الأمر الذي يؤدي إلى تقليص مصاريف الصيانة ولا توجد حاجة لعملية تصليح البرامج الخاصة بمستخدمي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمؤسسة، كما أنها ستخفض المصاريف الخاصة بالبرمجيات إذ لا توجد حاجة لشراء حزم البرمجيات لكل حواسيب المؤسسة[7]، ويمكن تلخيص مميزات الحوسبة السحابية حسب المعهد الوطني الأمريكي للمعايير والتكنولوجيا (NIST):[8]

1. خدمة ذاتية حسب الطلب(**On-demand self-service**) : وتعني أن المستخدم يستطيع الطلب والوصول وتلقي الخدمة التي يريدها في أي وقت وبدون تدخل أو دعم فني من أحد لإنجاز هذا الطلب، و هذه العملية يجب أن تتم بشكل تلقائي مما يوفر المزايا لكل من المستخدم ومقدم الخدمة، يعتبر تطبيق الخدمة الذاتية أفضل ميزة من مميزات السحابة لأنها تسمح للمستخدمين بسرعة الوصول والحصول على الخدمات التي يريدونها بيسر وسهولة مقارنة مع البيئات التقليدية حيث كان الطلب عادة يأخذ أيام وربما أسابيع لإنجازه مسببا تأخر للمشاريع والعمليات.
2. الوصول العريض إلى الشبكة(**Broad network access**) : الوصول إلى الخدمات السحابية يجب أن يتم بسهولة ولا يتطلب من المستخدم سوى خط الانترنت العادي للوصول إلى الخدمات أو التطبيقات، كما أن الخدمة السحابية يجب الوصول إليها بواسطة مجموعة واسعة من الأجهزة (الجهاز المكتبي، المحمول، الأجهزة اللوحية، الهواتف الذكية...)، لذا فعلى هذه الخدمة أن تدعم جميع هذه الأجهزة بأنظمتها المختلف.
3. تجميع الموارد(**Resource pooling**) : يساعد تجميع الموارد على خفض التكاليف والسماح بالمرونة لدى مقدمي الخدمة السحابية، حيث أن تجميع الموارد يقوم على حقيقة أن المستخدم لن يكون بحاجة إلى استخدام الموارد المتاحة له باستمرار، لذا عند عدم استخدام الموارد من قبل أحد المستخدمين، وبدلا من أن تكون خاملة، يمكن المستخدم آخر الاستفادة من هذه الموارد، هذا يسمح لمزودي الخدمة بخدمة عدد أكبر مما عليه إذا كان لكل مستخدم مواد مخصصة له.
4. المرونة السريعة(**Rapid elasticity**) : تصف المرونة السريعة قدرة البيئة السحابية على التوسع بسهولة لتلبية احتياجات المستخدم، ولابد أن تكون هناك البنية التحتية اللازمة والقابلة للتوسع عندما تكون هناك حاجة لذلك من قبل المستخدمين.
5. الخدمة المقاسة(**Measured service**) : استخدام الخدمات السحابية يجب أن يكون قابلاً للقياس، يمكن أن يقاس الاستخدام كميا باستخدام مختلف المقاييس كالوقت المستخدم، وعرض النطاق الترددي**Bandwidth** المستخدم، والبيانات المستخدمة، كما أن قابلية القياس هي ما يمكن مقدم الخدمة السحابية من تفعيل ميزة الدفع حسب الاستخدام، إذ بمجرد تحديد المقياس المناسب يتم تحديد قيمة السعر المناسب للخدمة.

خامسا: أنواع الحوسبة السحابية

يوجد أربع أنواع للحوسبة السحابية وهي كالتالي: [9]

ISBN : 999-999-99-99

1. الحوسبة السحابية الخاصة: تستخدم البنية التحتية للسحابة بواسطة مؤسسة واحدة، يمكن ان تدار من قبل المؤسسة نفسها أو طرف ثالث أو مزيج من الاثنين معا، ويمكن وضع البنية التحتية فعليا في مباني المؤسسة أو خارجها.
2. الحوسبة المجتمعية: تستخدم البيئة التحتية بواسطة المجتمع من خلال العملاء من المؤسسات ذات الاهتمامات المشتركة، يمكن ادارتها من قبل واحدة أو أكثر من مؤسسات المجتمع أو طرف ثالث او كليهما، كما يمكن وضع البيئة التحتية فعليا في مبنى المؤسسة أو أكثر في المجتمع أو خارجها.
3. الحوسبة السحابية العامة: وفيها تكون جميع أنظمة التشغيل والموارد المتاحة من خلال مزود خدمة خارجي عن المؤسسة المعنية بالخدمة وهو طرف يملك جميع الموارد المالية، ومن ثم يوفر الخدمات السحابية لعدة مستخدمين.
4. الحوسبة السحابية الهجينة: البيئة التحتية للسحابة هي مزيج من الاثنين أو أكثر من البنى التحتية السحابية الخاصة، أو المجتمعية أو العامة التي هي كيانات في حد ذاتها، ولكن يتم ربطها معا بتكنولوجيا معيارية مملوكة للسماح بحمل البيانات والتطبيقات[10].

سادسا: مكونات الحوسبة السحابية

إن العناصر الرئيسة التي تضم منصات الحوسبة السحابية تتضمن ما يلي: [11]

1. العملاء Clients :هم المؤسسات والمستخدمين النهائيين الذين يريدون الوصول إلى البيانات والبرامج ويريدون تخزين أعمالهم، هذا الوصول يكون متوفر في أي مكان وزمان يتوفر فيه اتصال بالإنترنت، المستخدمين النهائيين لا يحتاجون لشراء وتركيب وصيانة البرامج التطبيقية والبيانات.
2. الانترنتInternet : تزودنا بالاتصال بين العملاء ومقدمي الخدمات، ومن أهم العوامل الحاسمة التي تحدد كفاءة الحوسبة السحابية بسرعة وموثوقية اتصال المستخدم بالإنترنت وقدرة الإنترنت على توفير النقل الآمن والموثوق للبيانات والبرامج.
3. مزودي الخدماتService Provider : هي المؤسسات التي تملك أجهزة حواسيب متصلة بالإنترنت مستعدة لتقديم الوصول إلى البرامج والبيانات والتخزين، وهذا يمكن أن يكون مدفوع أو مجاني، على سبيل المثال تطبيقات جوجل درايف Google Drive تمكننا من الوصول المجاني لبرامج لها قدرات مماثلة المجموعة برامج مايكروسوفت وورد اكسل، وباوربوينت.

سابعا: عيوب ومساوئ الحوسبة السحابية

رغم المميزات والفوائد التي تقدمها تقنية الحوسبة السحابية إلا أنها لا تخلو من بعض العيوب التي سنعرضها في النقاط التالية: [12]

1. تعتمد فعالية التطبيقات السحابية على الاتصال بالإنترنت، وفي حالة انقطاع الاتصال قد يتأثر الأداء والقدرة على تنفيذ المهام بشكل صحيح؛
2. يشعر العديد من المستخدمين بعدم الثقة في استخدام تطبيقات الحوسبة السحابية بسبب المخاوف الأمنية المتعلقة بحفظ المستخدم لمعلوماته الشخصية وملفاته لدى مزودي خدمات السحابة؛
3. يقوم المستخدم بتخزين ملفاته وبياناته في السحابة دون أن يكون على علم بموقع تلك السحابة، وهناك احتمالية أن تكون هذه الملفات والمعلومات موجودة على سحابة في دولة تعتبر معادية، مما قد يسبب مشاكل سياسية؛
4. حتى الآن، لم تصل غالبية التطبيقات السحابية إلى المستوى المطلوب من الكفاءة؛
5. لا يتم ضمان استرجاع المستخدم لملفاته وبياناته في حالة فقدانها نتيجة لحدوث أعطال غير متوقعة؛
6. لا يتوفر ضمان حقيقي بعدم انتهاك حقوق الملكية الفكرية، مما يثير قلق المستخدمين بشأن حماية هذه الحقوق؛
7. قلة الموثوقية في خدمات الحوسبة السحابية تثير قلق المستخدمين في المنظمات والمؤسسات التي تعتمد على هذه الخدمات؛
8. عدم قدرة المستخدمين على السيطرة والتحكم في بيئة الحوسبة السحابية يشكل قلقًا بالنسبة لهم.

المحور الثاني: مفاهيم نظرية حول الميزة التنافسية

تجتهد المؤسسات الاقتصادية في ظل بيئة تنافسية قصد التفوق على منافسيها ضمن القطاع الذي تنشط ضمنه، بحيث تسعى إلى التحسين المستمر في أدائها وتطوير مواردها، الأمر الذي يمكنها من احتلال موقع متميز في السوق وأسبقية على منافسيها، وبالتالي فالمؤسسات الاقتصادية مطالبة بين البيئة والميزة التنافسية بهدف الاستفادة من الفرص التي العلاقة بفهم تنتجها هذه العلاقة.

أولا: تعريف الميزة التنافسية

تمكن إرجاع المفهوم الأساسي للميزة التنافسية إلى شامبرلين سنة 1939 ، أما سلزينك سنة 1957 ربط مفهوم الميزة بالكفاءة، بعد ذلك جاء هوفر وشاندل اللذان وصفا أن الميزة التنافسية بأنها الوضع الوحيد الذي

ISBN : 999-999-99-99

تطوره المؤسسة في مواجهة منافسيها، كما اعتبرا أن الميزة والكفاءة من المتغيرات المستقلة والأداء باعتباره متغير تابع[13].

وقبل التطرق إلى معنى التنافسية يجدر بنا تحديد معنى التنافسية، وذلك كما يلي:

يقصد بالتنافسية الجهود والاجراءات والابتكارات والضغوط وكافة الفعاليات الادارية والتسويقية والانتاجية والابتكارية والتطويرية، التي تمارسها المؤسسات من اجل الحصول على شريحة أكبر ورقعة أكثر اتساعا في المنافسة الاسواق التي تهتم بها. وتعنى ايضا الصراع والتضارب والرغبة في التميز على الآخرين، كذلك تعنى كل الجهود والاجراءات التي تلجا اليها المؤسسات لعرقلة دخول منتجين جدد في نفس الصناعة، والعمل على منع المنافسين جدد من دخول الساحة التي يريدون الانفراد بها[14].

بعد الإشارة إلى مفهوم التنافسية سوف نتناول مفهوم الميزة التنافسية الذي خضع لرؤى فكرية مختلفة، وتعددت التعاريف للباحثين والمفكرين، وعلى الرغم من هذه الاختلافات إلا أنه أصبح يعتبر ثورة حقيقية في مجال إدارة الأعمال ولم يعد ينظر إليه كمفهوم داخلي أو كمواجهة وقتية، بل يعد عملية ديناميكية ومستمرة تستهدف تحقيق التفوق والتميز المستمر للمؤسسة على منافسيها.

يرى "PORTER " أن الميزة التنافسية لا تختص بالدولة فقط وإنما تخص المؤسسة كذلك، فالميزة التنافسية تنشأ أساسا من القيمة التي استطاعت مؤسسة ما أن تخلقها لزبائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية، أو بتقديم منافع متفردة في المنتج تعوض بشكل واع الزيادة السعرية المفروضة[15].

كما يرى PORTER أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع[16].

وفي تعريف آخر الميزة التنافسية مجموعة من الصفات المؤيدة للمؤسسة ومنتجاتها والتي تمثل أداة داعمة للمنافسة داخل السوق المستهدف، وتؤكد معظم الدراسات إلى أن مفهوم الميزة التنافسية يشير إلى القدرة على إنتاج المنتجات أو تقديم الخدمات إلى الزبائن بصورة منفردة أو متميزة عما يقدمه المنافسون الآخرون من خلال استغلال المؤسسة لمصادر القوة لديها لإضافة قيمة معينة لمنتجاتها بطريقة يعجز عن تنفيذها المنافسين الآخرين[17].

ويرى Besanko وDranove و Shanley أنه عندما تحقق المؤسسة معدل ربح اقتصادي أعلى من المعدل الرئيسي لربح اقتصادي للمؤسسات الأخرى المنافسة في نفس السوق، فإن للشركة ميزة تنافسية في تلك السوق[18].

مما سبق تبين لنا أن تحقيق أي مؤسسة لميزة تنافسية يتم في حالة إتباع (تطبيق) المؤسسة لاستراتيجية تنافس محققة للقيمة ومن جانب أخر تكون هذه الميزة دائمة للمؤسسة إذا توفر معياران هما:

- عدم تطبيق هذه الاستراتيجية من جانب أي من منافسيها الحاليين أو المحتملين مستقبلا.
- عدم قدرة الشركة المنافسة الأخرى على تحقيق نفس مزايا تلك الاستراتيجية.

ثانيا: خصائص الميزة التنافسية

تتميز الميزة التنافسية بعدة خصائص وهي:[19]

- تبني الميزة التنافسية على الاختلاف وليس التشابه؛
- التنظيم الذاتي لآليات العمل بين خطط التسويق والبحث التطوير والتصميم والهندسة والإنتاج؛
- تعتمد على المقارنة مع المنافسين في الأسواق؛
- يجب ان تتلاءم الميزات التنافسية مع الاهداف والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها على المدي القصير او البعيد؛
- التعاون بين المؤسسة والجهات المختصة في نشاط البحث والتطوير؛
- القدرة على ملائمة التغيرات والتطورات ومتطلبات الاسواق وتعديل استراتيجية التصميم والانتاج.

ثالثا: تصنيفات الميزة التنافسية

لم يتوصل إلى تصنيف واضح للمزايا التنافسية إلا في عقد التسعينات، حيث مازال قيد الاجتهادات الفردية دون أسس واضحة لكن هناك محاولات لم تحظى بالاتفاق، تذكر منها نموذجين: [20]

1. النموذج الأول: يعتمد على الموارد كأساس للميزة التنافسية، حيث يرى مدخل الموارد المؤسسات كوحدات مختلفة بالقدرات والموجودات المادية الملموسة والغير الملموسة وبالموارد البشرية والمادية، إذ لا يوجد مؤسستان متشابهتان كليا وذلك لسبب اختلاف الموارد والتجارب والمهارات المتاحة والثقافات التنظيمية. وتتمثل الموارد وفقا لهذ النموذج في جميع أصول المؤسسة بما فيها الإمكانيات

ISBN : 999-999-99-99

والتجهيزات الممتلكات المادية والبشرية والكفاءات والقدرات وهي أصول ملموسة وتتمثل أصول غير ملموسة تكمن في تقديم خدمات ما بعد البيع، الإشهار... إلخ.

2. النموذج الثاني: وجاء بهذا التصنيف الاقتصادي **PORTER** ويعتمد في تصنيفه على ما يحققه المشتري من مزايا والتي تشمل تخفيض التكلفة، تحقيق قيمة مضافة.

رابعا: مصادر الميزة التنافسية

تعددت مصادر الميزة التنافسية وهي كما يلي: [21]

1. التكلفة: تسعى المؤسسات إلى تقليل التكلفة وتحقيق أعلى من الإنتاجية؛
2. المعرفة: تسعى المؤسسات إلى المعرفة الجديدة والتكنولوجيا وتطبيقها في أساليب ومنتجات وخدمات جديدة؛
3. الجودة: تعتبر الجودة الشاملة سلاح استراتيجي للحصول على مزايا تنافسية ودخول أسواق جديدة وكسب ثقة العملاء؛
4. الوقت: يعد الوقت والوصول إلى العميل قبل المنافسين من المميزات التنافسية للمؤسسة سواء في تسيير الإنتاج أو الخدمات؛
5. الابداع: تسعى جميع المؤسسات إلى الابداع والابتكار لتحقيق رغبات واحتياجات العملاء في ظل هذه المنافسة الشديدة.

خامسا: أهمية الميزة التنافسية وأبعادها

1. أهمية الميزة التنافسية:

لقد اهتم الباحثين بتحليل الميزة التنافسية ومكوناتها، و من اهميته الأعمال فهي تعتبر : [22]

- سلاحا لمواجهة تحديات السوق والمؤسسات المناظرة من خلال قيام المؤسسة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل؛
- معيار لتحديد المؤسسات الناجحة من غيرها لكونها تتميز بإيجاد نماذج جديدة متفردة يصعب تقليدها، ومتاحة بشكل واسع وأن المنافسين على علم بها؛
- هدفا أساسيا وضروريا تسعى إليه جميع المؤسسات التي تريد التفوق والتميز ، وأن قدرة المؤسسة على استغلال الموارد والإمكانيات في تحقيق موقع أفضل بين المنافسين والسعي لإرضاء الزبائن والتعرف على حاجاتهم ورغباتهم بطريقة يصعب على المؤسسات الأخرى تقليده؛

- مرتبطة أساسا بالأداء المتحقق من المؤسسة والعاملين فيها، ومن ثم لا يمكن أن تبني أو تمتلك أي مؤسسة ميزة تنافسية من دون أن ترتقي بأدائها إلى المستوى الذي تتفوق به على المنافسين الآخرين ولمدى زمني مناسب ، قد يطول أو يقصر تبعا لقدرتها في الحفاظ على ميزتها التنافسية وإدامتها.

2. أبعاد الميزة التنافسية: هناك ثلاث أبعاد هي: الحصة السوقية، الصورة الذهنية، التنافسية وهي كالآتي:[23]

- الحصة السوقية: كفاءة وفعالية إدارة المؤسسة في تحقيق الأرباح عن طريق استخدام أصولها بكفاءة؛
- الصورة الذهنية: مجموعة من الانطباعات والمشاعر أو الاعتقادات تتعلق بمؤسسة أو بصورتها؛
- التنافسية: كما أرنا أليها سابقا هي قدرة المؤسسة على انتاج منتجات، سلع، خدمات تنافس في الأسواق.

سادسا: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

تتحدد نوعية وجودة الميزة التنافسية في: [24]

1. مصدر الميزة: ويمكن ترتيب الميزة التنافسية وفق درجتين هما:

- مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة كالتكلفة الأقل لكل من قوة العمل والمواد الخام حيث يسهل نسبيا تقليدها ومحاكاتها من قبل المؤسسات المنافسة؛
- مزايا تنافسية من مرتبة مرتفعة مثل التكنولوجية العلمية، تميز المنتج (التميز والتفرد بتقديم منتجات وخدمات متنوعة)، إضافة إلى السمعة الطيبة بشأن العلامة استنادا إلى مجهودات تسويقية متراكمة أو علاقات وطيدة مع العملاء محكومة بتكاليف تحويل أو تبديل مرتفعة.

2. عدد مصادر الميزة التنافسية التي تمتلكها المؤسسة: في حال اعتماد المؤسسة على مصدر واحد فقط للميزة مثل تصميم المنتج بأقل تكلفة أو القدرة على شراء مواد خام رخيصة الثمن، فإنه يمكن للمنافسين التغلب على آثار تلك الميزة وتقليدها أما في حالة تعدد مصادر الميزة فإنه يصعب على المنافسين تقليدها جميعا؛

3. درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة: يجب أن تتحرك المؤسسات نحو خلق مزايا جديدة وبشكل أسرع وقبل قيام المؤسسات المنافسة بتقليدها أو محاكاة الميزة القائمة حاليا، لذا يتطلب الأمر قيام المؤسسات بتغيير المزايا القديمة وخلق مزايا جديدة، وتطوير وتحديد الميزة الحالية.

سابعا: دور الحوسبة السحابية في دعم الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية

إن الحوسبة السحابية تسهم بشكل كبير في منح المؤسسات ميزة تنافسية بارزة، وذلك من خلال توفير مرونة استخدام الموارد والقدرة على التوسع بسهولة، كما تمكّن الحوسبة السحابية المؤسسات من التأقلم مع

ISBN : 999-999-99-99

المتطلبات المتغيرة بفعالية. بالإضافة إلى ذلك، تقلل من الاستثمارات الرأسمالية وتوفّر تكاليف أقل من شراء وصيانة البنية التحتية. كما تعزز الحوسبة السحابية من عمليات التطوير والابتكار بتسريع تطوير التطبيقات واختبارها، مما يساعد في إطلاق منتجات جديدة بسرعة.

وبفضل قدرتها على توفير وصول سهل وسريع إلى البيانات وتحليلها، تمكّن الحوسبة السحابية المؤسسات من اتخاذ قرارات أكثر دقة ومستندة إلى معلومات موثوقة. بالإضافة إلى ذلك، تعمل على تعزيز التعاون والتواصل بين فرق العمل المختلفة، مما يسهم في تحسين الإنتاجية والابتكار. في نهاية المطاف، تُعزّز الحوسبة السحابية تجربة المستخدم من خلال توفير خدمات سريعة وموثوقة وآمنة، مما يؤدي إلى جذب واحتفاظ العملاء وتحقيق تفوق تنافسي للمؤسسة في السوق[25].

ولقد ناقش مؤتمر "هواوي للحوسبة السحابية في الشرق الأوسط 2015" تطورات الاستفادة من الحوسبة السحابية في مجموعة متنوعة من القطاعات، تسعى "هواوي" لتعزيز الميزة التنافسية للشركات من خلال استراتيجيات تقنية المعلومات.

تم تقديم منصة "فيوجن سفير 5.0" ومنصة التخزين "أوشينستور في 3" خلال المؤتمر، وتهدف المنصات إلى تحسين هياكل تقنية المعلومات، وتقديم خدمات أفضل، وزيادة المرونة وتحقيق قيمة أعلى للعملاء.

وتسعى "هواوي" إلى تغيير طرق العمل في الشركات من خلال تبني استراتيجيات تقنية المعلومات المستندة إلى الحوسبة السحابية. تعتبر "فيوجن سفير 5.0" منصة سحابية تقدم خدمات الحوسبة المتقاربة وتمكين شبكات الاتصال، ومنصة التخزين "أوشينستور في 3" تجمع بين مختلف أنواع أنظمة التخزين لتقديم حلول تخزين متعددة الأوجه.

كما تسعى "هواوي" إلى تحقيق تغييرات في مشهد تقنية المعلومات التقليدية وتعزيز الابتكار وتوفير حلول تقنية متميزة. تأمل الشركة في مواصلة دعم الشركات في منطقة الشرق الأوسط لتحقيق أهدافها في عالم الأعمال الرقمي[26].

المحور الثالث: الجانب التطبيقي

1. مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة عبارة عن مجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليهم النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، يتكون مجتمع الدراسة من موظفي المؤسسات الاقتصادية (موظفين في المشتريات، موظفين في

المبيعات)، وأساتذة جامعيين، وطلبة الدراسات العليا، قد قام الباحثان بتصميم استبانة وتوزيعها الكترونيا ليتم جمع 48 استبيان صالح للتحليل واجراء الاختبارات.

يتعلق هذا النص بمجتمع الدراسة الذي يتألف من موظفي المؤسسات الاقتصادية وأساتذة جامعيين وطلبة دراسات عليا. الباحثين قاموا بتصميم استبانة إلكترونية وجمعوا 48 استبيانًا صالحًا للتحليل. هدفهم الرئيسي هو تعميم النتائج المتعلقة بالمشكلة المدروسة من خلال هذا المجتمع.

2. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف البحث واختبار الفرضيات، استخدم الباحثان الأساليب الإحصائية الآتية: التوزيع التكراري للإجابات، النسب المئوية، وحساب معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى الثبات، المتوسط الحسابي لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، كما تم استخدام الانحراف المعياري للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، وكذلك تم استخدام اختبار (T.TEST) وذلك لمعرفة درجة تأثير تبني تقنية الحوسبة السحابية على اكتساب الميزة التنافسية.

3. اختبار صدق والثبات:

لقد تم استخدام معامل ألفا كرونباخ من أجل اختبار ثبات الإجابات على فقرات الاستبانة، حيث يقيس هذا المعامل مدى الثبات الداخلي لفقرات الاستبانة ومقدرته على إعطاء نتائج متوافقة لردود المبحوثين تجاه فقرات الاستبانة، وتتراوح معامل ألفا بين (0–100)، وتكون مقبولة إحصائيا إذا كانت زادت عن 60%.

ويوضح الجدول رقم (01) نتائج اختبار ألفا لجميع الأبعاد كل على حدة ولجميع الفقرات معا، حيث كانت قيمة ألفا لجميع الفقرات تتراوح بين (70.20–73.20)، وتعتبر هذه النسبة مقبولة جدا وبالتالي يمكن الاعتماد على مصداقية أداة القياس.

الجدول رقم (01): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

المحاور	عدد الفقرات	ألفا كرونباخ
أثر الحوسبة السحابية على بعد السيطرة على الأسواق	05	%71.60
أثر الحوسبة السحابية على بعد الابداع والابتكار	05	%70.20
أثر الحوسبة السحابية على جودة المنتجات والخدمات	05	%71.40

ISBN : 999-999-99-99

الاستبيان بصيغته الاجمالية	15	%73.20

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد من مخرجات SPSS.26

4. وصف عينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من موظفي المؤسسات الاقتصادية (موظفين في المشتريات، موظفين في المبيعات)، وأساتذة جامعيين، وطلبة الدراسات العليا، وبعد تفريغ البيانات باستخدام برنامج SPSS قمنا بحساب النسب المئوية للمتغيرات الشخصية والوظيفية للعينة المبحوثة كما يلي:

الجدول رقم (02): الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

المتغير		التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	31	64.6
	أنثى	17	35.4
المؤهل العلمي	شهادة ليسانس	26	54.2
	شهادة ماستر/ماجستير	17	35.4
	شهادة دكتوراه	05	10.4
الوظيفة الحالية	موظف مبيعات	16	33.3
	موظف مشتريات	12	25
	أستاذ جامعي	09	18.8
	طالب دراسات عليا	11	22.9
الخبرة المهنية	أقل من 05سنوات	12	25
	من 05 إلى أقل من 10سنة	15	31.3
	ما أكثر من 10 سنة	21	43.8
المجموع		48	100%

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج SPSS

يوضح الجدول السابق عينة أفراد الدراسة من موظف مبيعات وموظف مشتريات، والأستاذة الجامعيين، وطلبة الدراسات العليا، وقد تبين أن ما نسبته (64.6%) من إجمالي أفراد الدراسة ذكور، وهي الفئة الأكبر من فئات الدراسة، في حين وجد أنا ما نسبته (35.4%) من إجمالي أفراد الدراسة إناث، وهي الفئة الأقل من بين فئات الدراسة.

كما نلاحظ من خلال الجدول وفقا لمتغير المؤهل العلمي أن ما نسبته (54.2%) من إجمالي أفراد الدراسة مؤهلهم العلمي شهادة ليسانس، وهي الفئة الأكبر من بين فئات الدراسة، في حين وجد أن ما نسبته (35.4%) من أجمالي أفراد الدراسة شهادة ماستر/ماجستير، وما نسبته (10.4%) من إجمالي أفراد الدراسة دكتوراه، وهي الفئة الأقل من بين فئات الدراسة.

أما لمتغير الوظيفة الحالية وجد أن ما نسبته (33.3%) من إجمالي أفراد الدراسة موظف مبيعات وهي الفئة الأكبر من فئات الدراسة، ثم ما نسبته (25%) يمثلون فئة موظف مشتريات، أما ما نسبته (22.9%) تمثل فئة طالب دراسات عليا، وتأتي فئة أساتذة الجامعيين في المرتبة الأخيرة بنسبة (18.8%).

كما يتضح من خلال الجدول السابق أن ما نسبته (43.8%) من إجمالي أفراد الدراسة يمثلون الأفراد الذين لديهم خبرة أكبر من 10 سنوات وهم الفئة الأكبر من بين فئات الدراسة، وبعدها (31.3%) من إجمالي أفراد الدراسة خبرتهم من 05-10 سنوات، في حين وجد أن ما نسبته (25%) من إجمالي ـــأفراد الدراسة خبرتهم العملية 05 سنوات فأقل، وهي الفئة الأقل من بين فئات الدراسة.

أ. مقياس الدراسة: لقد تم اختيار مقياس ليكرت الخماسي الذي يعتبر من أكثر المقاييس استخداما لقياس الآراء لسهولة فهمه وتوازن درجاته، إذ يعتمد على البدائل الخمس ولقد ترجمت الاستجابات كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (03): مقياس ليكرت الخماسي

المتوسط الحسابي	مستوى الموافقة
1.79-1	لا أوافق بشدة
2.59-1.80	لا أوافق
3.39-2.60	أوافق بدرجة متوسطة
4.19-3.40	أوافق

ISBN : 999-999-99-99

5-4.20	أوافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثين

5. اختبار فرضيات الدراسة:

باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول.

وكما أشارنا إليه سابقا تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي وعليه تكون الدرجات كما يلي:

- المتوسط الحسابي (4,21 فأكثر معناه نسبته 84,42 فأعلى) درجة كبيرة جدا
- المتوسط الحسابي (3,41-4,20 معناه نسبته 68,20%-84%) درجة كبيرة
- المتوسط الحسابي (2,61-3,40 معناه نسبته 52,20%-68%) درجة متوسطة
- المتوسط الحسابي (1,81-2,60 معناه نسبته 36,20%-52%) درجة قليلة
- المتوسط الحسابي (أقل من 1,81) درجة قليلة جدا

أ. الفرضية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد السيطرة على الأسواق

لقد تم قياس هذه الفرضية بالاعتماد على الأسئلة الموضحة في الجدول رقم (04) والذي يبين أيضا تحليل أراء المستجوبين حول هذه الأسئلة الخمسة، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (04): تحليل المشاركين حول لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد السيطرة على الأسواق

رقم الفقرة	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	3	تُمكّن الحوسبة السحابية الشركات من تحسين كفاءة عملياتها من خلال تحسين استخدام الموارد التقنية.	4,1042	0,555040	82,08539	درجة كبيرة
2	2	تمنح الحوسبة السحابية الشركات القدرة على التوسع بسرعة استجابة لتطلعات السوق.	4,1458	,6519900	82,91741	درجة كبيرة

3	2	تُمكّن الحوسبة السحابية الشركات من تقديم خدمات أفضل للعملاء من خلال تحسين استجابة الخدمات وزيادة تخصيصها وفقًا لاحتياجات العملاء.	4,1458	0,714280	82,91741	درجة كبيرة
4	4	تمنح الحوسبة السحابية الشركات القدرة على توسيع نطاق أعمالها عبر الحدود الجغرافية.	4,0625	0,632670	81,25138	درجة كبيرة
5	1	توفر الحوسبة السحابية للشركات إمكانية الوصول إلى تحليلات متقدمة وبيانات دقيقة، مما يمكنها من التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية واتخاذ قرارات أفضل استنادًا إلى المعلومات المتاحة.	4,2500	0,757940	85,00144	درجة كبيرة جدا
المجموع			4,14166	0,662384	82,83461	درجة كبيرة

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد من مخرجات SPSS.26

من خلال الجدول نلاحظ أن المتوسط المرجح لجميع فقرات المتغير الأول بين(4,06و4,25) وهي قيم أكبر من الوسط الحسابي المرجعي المفترض (3) كما أن نسب التأثير تتراوح بين 81.25% و85.00% وهي نسب ذات تأثير مرتفعة، وبلغ المتوسط المرجح لجميع فقرات (4.14) وهو أكبر من الوسط الحسابي المرجح المفترض (03)، أما الانحراف المعياري قد بلغ (0.662) وهو أصغر من الواحد الصحيح مما يعني يوجد تجانس كبير ، كما بلغت نسبة تأثر هذا المتغير 82.83%وهي مرتفعة، وهذا يدل على أن المستجوبين يوافقون بشدة على أن الحوسبة السحابية لها تأثير مرتفع على بعد السيطرة على الأسواق.

وللتأكد من صحة هذه النتيجة استخدم الباحثان اختبار T-testلعينة واحدة المبين في الجدول (05)، إذ نجد من خلال هذه النتائج أن مستوى الدلالة يساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية (0.05) المعتمدة من قبل الباحثين وبالتالي نقبل الفرضية " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد السيطرة على الأسواق "

جدول رقم (05): نتيجة اختبار الفرضية الأولى

(T) المحسوبة	Sig2-tailed	نتيجة الفرضية

ISBN : 999-999-99-99

17.360	0.000	مقبولة

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد من مخرجات SPSS.26

ب. الفرضية 2: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد الابداع والابتكار.

لقد تم قياس هذه الفرضية بالاعتماد على الأسئلة الموضحة في الجدول رقم (06) والذي يبين أيضا تحليل أراء المستجوبين حول هذه الأسئلة الخمسة، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (06): تحليل المشاركين حول تبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد الابداع والابتكار

رقم الفقرة	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	1	تُمكّن الحوسبة السحابية الشركات من تطوير واختبار الأفكار والمفاهيم الجديدة بشكل أسرع	4,2083	0,713350	84,1674	درجة كبيرة
2	2	باستخدام الحوسبة السحابية، لا تحتاج الشركات إلى استثمار كبير في شراء وصيانة البنية التحتية، مما يتيح توجيه المزيد من الموارد المالية والبشرية نحو عمليات الابتكار الفعالة.	4,1667	0,694460	83,3354	درجة كبيرة
3	4	تقدم الحوسبة السحابية مجموعة متنوعة من الأدوات والخدمات التي يمكن استخدامها في عمليات الابتكار.	4,104	0,72170	82,0813	درجة كبيرة
4	5	يمكن للشركات الاستفادة من الحوسبة السحابية لتطوير واختبار أفكار ومفاهيم جديدة بسرعة وبتكلفة أقل.	3,8542	0,618490	77,0853	درجة كبيرة
5	3	تتيح الحوسبة السحابية الحوسبة السحابية للمؤسسات التركيز على الابتكار وتطوير منجاتها دون الحاجة إلى الاهتمام بالتفاصيل الدقيقة	4,1458	0,714280	82,9174	درجة كبيرة
		المجموع	4,0958	0,692456	81,9717	درجة كبيرة

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد من مخرجات SPSS.26

من خلال الجدول نلاحظ أن المتوسط المرجح لجميع فقرات المتغير الأول بين(3.58 و4.20) وهي قيم أكبر من الوسط الحسابي المرجعي المفترض (3) كما أن نسب التأثير تتراوح بين 77.08% و84.17% وهي نسب ذات تأثير مرتفعة، وبلغ المتوسط المرجح لجميع فقرات (4.10) وهو أكبر من الوسط الحسابي المرجح المفترض (03)، أما الانحراف المعياري قد بلغ (0.70) وهو أصغر من الواحد الصحيح مما يعني يوجد تجانس ، كما بلغت نسبة تأثر هذا المتغير 82.00 وهي مرتفعة، وهذا يدل على أن المستجوبين يوافقون بشدة على أن لتبني الحوسبة السحابية لهه تأثير مرتفع على بعد الابداع والابتكار.

وللتأكد من صحة هذه النتيجة استخدم الباحثان اختبار T-test لعينة واحدة المبين في الجدول (07)، إذ نجد من خلال هذه النتائج أن مستوى الدلالة يساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية (0.05) المعتمدة من قبل الباحثين وبالتالي نقبل الفرضية " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد الابداع والابتكار."

جدول رقم (07): نتيجة اختبار الفرضية الأولى

(T) المحسوبة	Sig2-tailed	نتيجة الفرضية
16.203	0.000	مقبولة

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد من مخرجات SPSS.26

أ. الفرضية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد جودة المنتجات والخدمات

لقد تم قياس هذه الفرضية بالاعتماد على الأسئلة الموضحة في الجدول رقم (08) والذي يبين أيضا تحليل أراء المستجوبين حول هذه الأسئلة الخمسة، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (08): تحليل المشاركين حول لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد جودة المنتجات والخدمات

رقم الفقرة	الترتيب	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة

ISBN : 999-999-99-99

1	1	يمكن للمؤسسات التي تتبنى الحوسبة السحابية من تحسين تطوير منتجاتها وتقديم خدمات أكثر تطورًا وجودة عالية	4,31254	0.689010	86,251	درجة كبيرة جدا
2	2	تمكن الحوسبة السحابية من تبادل المعرفة والخبرات، مما ينعكس إيجابيًا على جودة المنتجات والخدمات.	4,2292	0,721690	84,58	درجة كبيرة جدا
3	3	يمكن للمؤسسات تقديم خدمات مخصصة ومحسنة استنادًا إلى احتياجات العملاء، مما يزيد من رضاهم وجودة الخدمات المقدمة	4,146	068380	82,921	درجة كبيرة
4	5	تمكن الحوسبة السحابية من تقديم منتجات وخدمات جديدة بشكل أسرع إلى السوق.	4,0417	0,581940	80,835	درجة كبيرة
5	4	توفير الحوسبة السحابية للمؤسسات إمكانية تعزيز أمان منتجاتها وخدماتها وحماية سرية المعلومات المتعلقة بعملائها	4,0625	,665450	81,2513	درجة كبيرة
المجموع			4,15838	0,668378	83,1690	درجة كبيرة

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد من مخرجات SPSS.26

من خلال الجدول نلاحظ أن المتوسط المرجح لجميع فقرات المتغير الأول بين(4.41و4.31) وهي قيم أكبر من الوسط الحسابي المرجعي المفترض (3) كما أن نسب التأثير تتراوح بين 80.84% و86.25% وهي نسب ذات تأثير مرتفعة، وبلغ المتوسط المرجح لجميع فقرات (4.16) وهو أكبر من الوسط الحسابي المرجح المفترض (03)، أما الانحراف المعياري قد بلغ (0.668) وهو أصغر من الواحد الصحيح مما يعني يوجد تجانس كبير ، كما بلغت نسبة تأثر هذا المتغير 83.17 وهي مرتفعة، وهذا يدل على أن المستجوبين يوافقون بشدة على أن تبني الحوسبة السحابية له تأثير مرتفع على بعد جودة المنتجات والخدمات.

ب. وللتأكد من صحة هذه النتيجة استخدم الباحثان اختبار T-test لعينة واحدة المبين في الجدول (9)، إذ نجد من خلال هذه النتائج أن مستوى الدلالة يساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية (0.05) المعتمدة من قبل الباحثين وبالتالي نقبل الفرضية " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد جودة المنتجات والخدمات"

جدول رقم (09): نتيجة اختبار الفرضية الأولى

(T) المحسوبة	Sig2-tailed	نتيجة الفرضية
17.542	0.000	مقبولة

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد من مخرجات SPSS.26

خاتمة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أنه الحوسبة السحابية تلعب دورًا حاسمًا في تمكين المؤسسات من اكتساب ميزة تنافسية، وذلك من خلال توفير موارد حاسوبية مرنة وعالية الأداء، حيث تمكّن تلك التقنية المؤسسات من تحسين كفاءتها وتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية. كما تُمكّنها من الابتكار والتطوير السريع وبالتالي السيطرة على الأسواق، وعليه يمكن استخلاص نتائج الدراسة في النقاط التالية:

- **يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد الابداع والابتكار؛**
- **يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد السيطرة على الأسواق؛**
- **يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتبني تقنية الحوسبة السحابية على بعد جودة المنتجات والخدمات.**

التوصيات:

بناء على النتائج التي تم التوصل إليها يمكن تقديم التوصيات التالية:

- **تكوين وتدريب الكفاءات البشرية لفهم تقنية الحوسبة السحابية وكيفية استخدامها في كل المجالات؛**
- **على الدولة الجزائرية توفير حوافز وتحفيزات للمؤسسات للاستثمار في تبني تقنية الحوسبة السحابية؛**
- **ينبغي تشجيع البحث العلمي في مجال الحوسبة السحابية وتطبيقاتها المختلفة؛**
- **يجب على المؤسسات تطوير نظام معلومات التسويقي يعتمد على الحوسبة السحابية.**

المراجع:

1. Ibrahim DS. Enhancing Cloud Computing Security using Cryptography & Steganography. Iraqi J Inf Technol. 2019;09(03):192.
2. Sanchat, Rupesh; Kulkarni G. Sanchat, Rupesh; Kulkarni, Gaurav. Glob J Comput Sci Technol. 2011;11(12):38.

3. رعاش ا. استخدام تطبيقات الحوسبة السحابية في العملية التعليمية. مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الانسانية والاجتماعية. 2021;08(04):21 .

4. براق , عيسى; براق سو. رهانات وتحديات اعتماد المؤسسات الجزائرية للحوسبة السحابية. رهانات وتحديات اعتماد المؤسسات الجزائرية للحوسبة السحابية. 2017;14(02):53 .

5. DE D. Mobile cloud computing : architectures, algorithms and applications. CRC Press, Taylor & Francis Group; 2016:30.

6. الفيفي يبع. واقع تقنية الحوسبة السحابية لدى شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية " التودحات والخطط المستقبلية -دراسة وصفية-. مجلة العلوم الهندسية وتكنولوجيا المعلومات. 2022;06(04):50 .

7. البسيوني بعاحآ. دراسة مقارنة بين المردود الايجابي الناتج عن قرار التحول نحو الحوسبة السحابية وبين المخاطر الناشئة عن هذا القرار في منظمات الأعمال. مجلة البحوث المالية والتجارية. 2021;22(02):638 .

8. براق , عيسى; براق سو. رهانات و تحديات اعتماد المؤسسات الجزائرية للحوسبة السحابية. مرجع سابق:54–5 .

9. شريف اع. أثر تطبيق الحوسبة السحابية على ملاءمة المعلومات المحاسبية -دراسة حالة المصارف التجارية بولاية الخرطوم – السودان 2020-2021م. مجلة ابن خلدون للإبداع والتنمية. 2022;(04)(02):14 .

10. مرجع سابق :14 .

11. رعاش ا. استخدام تطبيقات الحوسبة السحابية في العملية التعليمية, مرجع سابق :23 .

12. الشمراني معف. أثر الحوسبة السحابية على عملية المراجعة الخارجية في المملكة العربية السعودية. مجلة العربية للآداب والدراسات الانسانية. 2019;03(08):258–259 .

13. شرفي آ. الابتكار المالي كمدخل لاكتساب الميزة التنافسية للبنوك الاسلامية دراسة ميدانية للبنوك الاسلامية العاملة في الجزائر. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر; 2021.:83.

14. ابو محمد امع. الدور الوسيط لإدارة المعرفة في العلاقة بين التوجه الإستراتيجي والميزة التنافسية (دراسة حالة المؤسسات الصحية – بولاية الخرطوم). مجلة آفاق للبحوث والدراسات. 2021;04(01):247 .

15. مسلوب م. اثر الميزة التنافسية على سلوك الشرائي للمستهلك الجزائري للهاتف النقال حالة مؤسسة الوطنية للتصالات نجمة .92:(09)05;2010 Mond. Econ intégration dans l’économie des reformes Rev .

16. حرايرية ع. الميزة التنافسية. مجلة دراسات في علم إجتماع المنظمات. 2015;03(02):75 .

17. غالب ما. اثر كفاءة نظم المعلومات التسويقية في اكتساب الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية Rech Econ . Manag. 2011;05(01):10.

18. Richard PR. What in the World is Competitive Advantage? Policy Work Pap. 2003;105(03):02.

19. عبده, سيد; الهبيري, رحاب; الديب رمم. دور إدارة الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسات الصناعية. مجلة التراث والتصميم. 2023;03(16):279 .

20. شرفي آ. الابتكار المالي كمدخل لاكتساب الميزة التنافسية للبنوك الاسلامية دراسة ميدانية للبنوك الاسلامية العاملة في الجزائر. مرجع سابق:87–88 .

21. عبده, سيد; الهبيري, رحاب; الديب رمم. دور إدارة الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسات الصناعية. مرجع سابق:281–282 .

.22 يوسف , أحمد ; دلهوم ما. تحليل القوى المؤثرة على الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية من خلال عرض نموذج" Porter دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية." مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات. 153:(01)08;2019 .

23. ابو محمد امع. الدور الوسيط لإدارة المعرفة في العلاقة بين التوجه الإستراتيجي والميزة التنافسية (دراسة حالة المؤسسات الصحية – بولاية الخرطوم). مرجع سابق:248–249 .

24. حمادوش س. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التناتفسية لشركات التأمين في الجزائر. أطروحة دكتوراه،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر; 2020 .

25 . Xin (Robert) , Luo; Zhang, Wei ; Bose, Ranjit; Li , Han; Chung QB. Producing competitive advantage from an infrastructure technology: The case of cloud computing. Inf Syst Manag. 2018;35(02):154–8.

26. العرب ا. تحديات تقنية المعلومات في منطقة الشرق الأوسط. 18;2015 .