

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الرقم التسلسلي:

قسم: علوم التسيير

2023/.....

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

دفعة 2023

التخصص: إدارة أعمال

عنوان المذكرة:

دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات اتصالات الجزائر

دراسة حالة: الوكالة التجارية موبيليس - تبسة

جامعة العربي التبسي - تبسة
Universite Larbi Tebessi - Tébessa

تحت إشراف:

د. توفيق حناشي

من إعداد:

❖ نكري بوفوار

❖ كوثر بوترة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
--------------	----------------	-------

رئيسا	أستاذ محاضر - أ -	يوسف عبايدية
مشرفا ومقرررا	أستاذ محاضر - أ -	توفيق حناشي
عضوا مناقشا	أستاذ مساعد - أ -	عمر عمروش

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الرقم التسلسلي:

قسم: علوم التسيير

2023/.....

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

دفعة 2023

التخصص: إدارة أعمال

عنوان المذكرة:

دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات اتصالات الجزائر

دراسة حالة: الوكالة التجارية موبيليس - تبسة

جامعة العربي التبسي - تبسة
Universite Larbi Tebessi - Tébessa

تحت إشراف:

د. توفيق حناشي

من إعداد:

❖ نكري بوفوار

❖ كوثر بوترة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
--------------	----------------	-------

رئيسا	أستاذ محاضر - أ -	يوسف عبايدية
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر - أ -	توفيق حناشي
عضوا مناقشا	أستاذ مساعد - أ -	عمر عمروش

السنة الجامعية: 2023/2022

شكر وتقدير

الحمد لله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي
والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة فالحمد لله حمدا كثيرا.
نتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ المشرف الدكتور "حناشي توفيق"
على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء
موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة.
كما نتقدم بجزيل الشكر إلى جميع أساتذة كلية العلوم الاقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير الذين ساعدونا كثيرا في إتمام
هذا العمل، وبجزيل الشكر لكل من قدم لنا ولو حرفا واحدا خاصة
زملاء الدفعة طيلة مسيرتنا الدراسية.

إهداء

الحمد لله عز وجل على منه وعونه لإتمام هذا البحث

إلى من غرس فينا حب العلم أبي...

إلى من تعبت وربت وسهرت أمي....

إلى من كان لها أثر كبيراً في حياتي "زوجة خالي..."

إلى من شجعني في كل خطوة إلى سندي أخي...

إلى حلوتي الصغيرة وأميرتي هبة الرحمان...

إلى كل من دعمني في كل وقت أصدقائي....

إلى من أنجبتهم رحم الحياة فصاروا أخواتي....

أهدي عملي إلى روح جدي الغالي «رحمه الله...»

كوثر

إهداء

بسم خالقي وميسر أموري، وعصمت أمري لك كل الحمد والامتنان

تعبنا وتعلمنا ففزنا وحققنا

أهدي تخرجي إلى من رافقتني، علمتني شجعتني أنكسر فتجبرني

أسقط فترفغي أطال الله عمرها وجعلها السند إلى "أمي الغالية"

إلى صاحب القلب الكبير فخري، سندي الذي ساعدني إلى الصمود لأصل

إلى ما وصلت إليه "أبي الغالي"

إلى فرحتي وعوني ومن شددت بهم أزري إخوتي "دنيا، بلال، ولاء دين"

إلى العطاء الدائم والنور المضيء في كوكبي وحببتي "خالتي خديجة"

شكرا لكل من أنار لي دربي وجعلني مضيئة لكل من علمني حرفا وأرشدني

الحمد لله على ما تبقى وعلى ما أتى وعلى ما هو قادم الحمد لله دائما وأبدا

ثم أنها لم تكن بالسهلة أقسم أنها أحنت ظهري تعثرت كثيرا لكنني فعلتها.

ذكرى

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرهان
	الإهداء
I	فهرس المحتويات
III	قائمة الجداول
V	قائمة الأشكال
IV	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
32-1	الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية
1	تمهيد
2	المبحث الأول: ماهية ريادة الأعمال الرقمية
2	المطلب الأول: مفهوم ريادة الأعمال وأهميتها
4	المطلب الثاني: أنواع ريادة الأعمال
5	المطلب الثالث: مفاهيم أساسية حول ريادة الأعمال الرقمية
10	المطلب الرابع: مقومات ومحددات ريادة الأعمال الرقمية
11	المطلب الخامس: نماذج ريادة الأعمال الرقمية
13	المبحث الثاني: الخدمات الإلكترونية
13	المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمات الإلكترونية
16	المطلب الثاني: أنواع الخدمات الإلكترونية ومجالاتها
18	المطلب الثالث: معوقات الخدمات الإلكترونية
18	المطلب الرابع: التحول الرقمي في الجزائر
20	المطلب الخامس: علاقة تطور خدمات اتصالات الجزائر عبر ريادة الأعمال الرقمية
24	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
24	المطلب الأول: الدراسات السابقة العربية
26	المطلب الثاني: الدراسات السابقة الأجنبية
27	المطلب الثالث: مقارنة الدراسات الحالية بالدراسات السابقة
31	خلاصة الفصل الأول
76-32	الفصل الثاني: دراسة حالة شركة موبيليس - وكالة تبسة -

فهرس المحتويات

32	تمهيد
33	المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر "موبيليس"
33	المطلب الأول: نشأة وتطور مؤسسة اتصالات الجزائر "موبيليس"
34	المطلب الثاني: تقديم الوكالة التجارية موبيليس "تبسة"
35	المطلب الثالث: عروض وخدمات الوكالة التجارية موبيليس "تبسة"
42	المبحث الثاني: منهجية الدراسة التطبيقية والأدوات المستعملة
42	المطلب الأول: منهجية الدراسة الميدانية
43	المطلب الثاني: نموذج الدراسة واعتدالية التوزيع الطبيعي
47	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
48	المبحث الثالث: تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة
48	المطلب الأول: دراسة وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة
62	المطلب الثاني: اختبار الفرضيات
76	خلاصة الفصل الثاني
77	خاتمة
80	قائمة المراجع
85	الملاحق
الملخص	

رقم الجداول	العنوان	الصفحة
(1-1)	الفرق بين الخدمة الإلكترونية والخدمة التقليدية	14
(2-1)	مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة العربية	27
(3-1)	مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة الأجنبية	29
(1-2)	جوازات الانترنت التدفق الحالي لوكالة موبيليس تبسة	36
(2-2)	العروض المقدمة من طرف الوكالة موبيليس تبسة لزيائنها	36
(3-2)	عروض الجيل الثالث لشركات وأصحاب الحرف	37
(4-2)	جوازات عرض Navigui	39
(5-2)	عروض الجيل الرابع المقدمة من طرف وكالة موبيليس تبسة	39
(6-2)	عروض الجيل الرابع المقدمة لأصحاب الشركات والحرف	41
(7-2)	عينة الدراسة للوكالة التجارية موبيليس-تبسة-	43
(8-2)	نتائج اختبار skewness& kurtosis	46
(9-2)	معاملات الارتباط بين محاور الدراسة	47
(10-2)	نتيجة اختبار Cronbachs Alpha	48
(11-2)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	48
(12-2)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن	49
(13-2)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي	50
(14-2)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوعية الاشتراك	51
(15-2)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العروض المقدمة من موبيليس	52
(16-2)	نتائج تقييم إجابات أفراد العينة حول ريادة الأعمال الرقمية	54
(17-2)	نتائج تقييم إجابات أفراد العينة حول محور الخدمات	58

فهرس الجداول

62	نتائج اختبار التعددية الخطية	(18-2)
63	نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الرئيسية	(19-2)
64	نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الأولى	(20-2)
65	نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الثانية	(21-2)
67	نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الثالثة	(22-2)
68	نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الرابعة	(23-2)
69	نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الخامسة	(24-2)
71	نتائج اختبار T-test متغير الجنس	(25-2)
72	نتائج اختبار ANOVA	(26-2)
72	نتائج اختبار ANOVA	(27-2)
74	نتائج اختبار T-test العروض المقدمة من طرف موبيليس	(28-2)
75	نتائج اختبار T-test نوعية الاشتراك	(29-2)

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
17	مجالات الخدمات الإلكترونية	(1-1)
35	الهيكل التنظيمي لوكالة موبيليس	(1-2)
44	نموذج الدراسة	(2-2)
49	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	(3-2)
50	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن	(4-2)
51	توزيع أفراد الدراسة حسب المستوى الوظيفي	(5-2)
52	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوعية الاشتراك	(6-2)
53	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العروض المقدمة من موبيليس	(7-2)

قائمة الملاحق

فهرس الملاحق:

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
85	الاستبانة	01
89	مخرجات برنامج Spss	02
99	اتفاقية التربص	03
101	وثائق داخلية للمؤسسة	04

مقدمة

إن الإدارة الحديثة تبحث دوماً على تطوير الخدمات الإدارية التي تساعد في تسهيل اتخاذ القرارات داخل المؤسسة المستخدمة . حيث ظهر في العالم الحديث مفهوم ريادة الأعمال الرقمية , وهو من المفاهيم الحديثة التي تتميز بتفعيل التكنولوجيا داخل الإدارة العصرية . حيث أصبحت تحظى بالاهتمام في العديد من دول العالم ، وذلك بفضل الدور الكبير الذي تلعبه في تحسين الاقتصاد الرقمي وتطوير الخدمات التقنية والمهارات الرقمية , ولاسيما في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات . حيث أن هذه الأخيرة تساعد في تحسين كفاءة وتوظيف الخدمات المقدمة لتقليل التكاليف ، وهي ثقافة تركز على استخدام تقنية الابتكار في تطوير الأعمال وتحقيق نجاح في السوق الرقمي كما تعتبر وليدة لتطور التكنولوجيا الرقمية والانترنت حيث تتميز بكونها تعتمد على الابتكار والإبداع في استخدام التقنيات الحديثة لإيجاد حلول للمشاكل الاقتصادية والاجتماعية , بما في ذلك توفير فرص عمل جديدة وتوسيع الأسواق وتحسين جودة الخدمات . كما أنها تشمل العديد من الأساليب و الأدوات مثل التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي والذكاء الاصطناعي وغيره ، ويمكن استخدام هذه الأدوات لتسريع عمليات التحول الرقمي .

تعد اتصالات الجزائر من أهم القطاعات الاقتصادية والتكنولوجية التي تساهم في تحسين جودة الحياة وتعزيز التطور الاقتصادي في البلاد . وتعتبر خدمات اتصالات الجزائر من الخدمات الحيوية التي يحتاجها المواطن الجزائري والقطاع الاقتصادي بشكل عام ، حيث تؤثر على جميع جوانب الحياة اليومية بدءاً من التواصل الاجتماعي والعمليات التجارية والمعاملات المصرفية كما في ذلك الاتصالات وحتى التعليم والرعاية الصحية . كما أن القطاع يقدم العديد من الخدمات بما في ذلك الاتصالات الصوتية،البيانات،الانترنت، الهاتف المحمول والثابت وغيرها وتوسعى الشركات العاملة في هذا القطاع إلى تحسين خدماتها بشكل مستمر وتطويرها وذلك لتلبية حاجات زبائنها في جميع أنحاء الجزائر بما في ذلك الأفراد والشركات والمؤسسات الحكومية الخاصة ، وعلى الرغم من أن قطاع اتصالات الجزائر قد شهد تطوراً كبيراً خلال السنوات الأخيرة إلا أنه لا يزال يعاني من بعض المشاكل والتحديات مثل العصرية وعدم توفر خدمات اتصالات عالية الجودة في جميع المناطق وغيرها من العوامل ، ولهذا نرى أن الشركات العاملة في قطاع اتصالات الجزائر تحاول مواكبة التحول الرقمي وتقديم خدمات متميزة تتلاءم مع احتياجات الزبائن وبالتالي تحقيق نمو أفضل في الأعمال التجارية.

كما سيتم التركيز في هذه الدراسة على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر , وذلك من خلال ريادة الأعمال الرقمية وتعزيز توضيح مفهوم ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات اتصالات الجزائر .

أولاً: مشكلة الدراسة

أصبحت لريادة الأعمال الرقمية دور مهم في قطاع الاتصالات، حيث تعتبر التقنيات الحديثة مثل الإنترنت والشبكات اللاسلكية والهواتف الذكية وغيرها من الأدوات الرقمية ضرورة من ضروريات حياتنا اليومية، وعليه نطرح الإشكالية التالية:

- ما هو دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر؟ وما هو واقع ذلك في الوكالة التجارية موبيليس -تبسة-؟

حيث إن مشكلة الدراسة تدفعنا إلى طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده المعرفة الرقمية في تحسين الخدمات بالوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده بيئة الأعمال الرقمية في تحسين الخدمات بالوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الدفع الرقمي في تحسين الخدمات بالوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده القيادة الرقمية في تحسين الخدمات بالوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الثقافة الريادية الإلكترونية في تحسين الخدمات بالوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ؟

ثانياً: فرضيات الدراسة

للإجابة على مشكلة البحث والتساؤلات الفرعية قمنا بوضع فرضيات لهاته الأسئلة:

الفرضية الرئيسية الأولى:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير ريادة الأعمال الرقمية بأبعادها المختلفة في تحسين الخدمات بالوكالة التجارية موبيليس تبسة $(\alpha \leq 0.05)$

تدرج ضمن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية :

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده المعرفة الرقمية في تحسين خدمات الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده بيئة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء دفع الرقمي في تحسين خدمات الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء القيادة الرقمية في تحسين الخدمات بالوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الثقافة ريادة إلكترونية في تحسين الخدمات بالوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الرئيسية الثانية:

- توجد فروق ذو دلالة إحصائية في إجابات الأفراد عينة زبائن موبيليس تعزى إلى المتغيرات الشخصية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ وتتدرج ضمن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية :
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس تبسة حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر موبيليس تبسة لتعزيز لمتغير الجنس عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس تبسة حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى لمتغير السن عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس تبسة حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى لمتغير المستوى الوظيفي عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس تبسة حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى لمتغير العروض المقدمة من موبيليس عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس تبسة حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع إيصالات الجزائر تعزى لمتغير نوعية الاشتراك عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

ثالثا: دوافع اختيار الدراسة

- أهمية موضوع ريادة الأعمال الرقمية والاستفادة منها في تحسين تجربة الزبائن قطاع إصالات الجزائر.
- من أجل تحسين التواصل الاجتماعي والثقافي والتبادل التجاري.
- معالجة التحديات التقنية التي يعاني منها قطاع إصالات الجزائر.

رابعا: أهمية الدراسة

تكمن أهمية دراستنا في:

- تبرز أهمية الدراسة في تحسين خدمات إتصالات الجزائر و تسليط الضوء على أهمية الابتكار المستمر في تحقيق تحسينات و تطوير الخدمات .
- تشجيع الوكالة التجارية موبيليس تبسة على إستخدام التكنولوجيا الحديثة و تطبيق الحلول الرقمية المبتكرة .
- تعزيز الإستدامة و القدرة التنافسية لقطاع إتصالات الجزائر من خلال إعتقاد تكنولوجيا الذكاء الإصطناعي و التحليلات البيانات .

خامسا: أهداف الدراسة

- تمكين الإدارة من تحسين عملياتها وإدارة خدماتها بشكل أفضل.
- جذب الزبائن جدد وتحسين خدمات الزبائن الحاليين.
- تعزيز الابتكار وتطوير قطاع إصالات الجزائر.
- فهم دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع الاتصالات في الجزائر وتحديد الفوائد والمزايا التي يمكن أن توفرها.
- تحليل التحديات والعوائق التي تواجه ريادة الأعمال الرقمية في قطاع الاتصالات في الجزائر.
- تحليل المخاطر المحتملة لتنفيذ مشاريع ريادة الأعمال الرقمية في قطاع الاتصالات في الجزائر اللازمة لتقليل هذه المخاطر.
- توضيح الفرص الاستثمارية المتاحة في قطاع الاتصالات في الجزائر، والتي يمكن أن تستفيد منها شركات الريادة الرقمية لتحسين الخدمات المقدمة في هذا القطاع.

سادسا: حدود الدراسة

- من أجل التحكم في موضوع الدراسة والإشكالية محل البحث، تم وضع حدود الدراسة المتمثلة في:
- الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة على عينة من زبائن الوكالة التجارية موبيليس تبسة.

- الحدود الزمنية: تمت عملية تصميم الاستبيان وجمع المعلومات التي تخص المؤسسة وتحليلها وتفسيرها ما بين: 1 مارس 2023 إلى 31 مارس 2023.

سابعاً: المنهج المتبع

من أجل دراسة الموضوع وقصد الوصول إلى معرفة دقيقة لعناصر مشكلة الدراسة، تم الاعتماد في الفصل النظري على المنهج الوصفي بغية استيعاب الإطار النظري للدراسة، وتم الاعتماد في الجانب التطبيقي على منهج دراسة حالة من أجل إسقاط الدراسة النظرية على الواقع كما تمت الاستعانة بمجموعة من أدوات المنهجية التي تساعد في تجميع المعلومات ومعالجتها ومن ثم تحليلها واستخلاص النتائج منها، مثل الاستبيان الموجه لعينة من زبائن المؤسسة عينة الدراسة، ويضاف إلى ذلك مختلف أدوات التحليل الإحصائي الوصفي باستخدام برمجية الحزم الإحصائية الاجتماعية SPSS.

ثامناً: صعوبات الدراسة

- صعوبة في الحصول على بيانات مفصلة و موثوقة حول مبادرات و تحسينات الوكالة التجارية موبيليس تبسة في مجال ريادة الأعمال الرقمية .
- وجهنا صعوبة في فهم و تقييم التكنولوجيات المتقدمة و تطبيقها بشكل فعال في الوكالة التجارية موبيليس تبسة .

تاسعاً: هيكل الدراسة

بناء على الأهداف والفرضيات الموضوعية سابقاً وفي حدود الإشكالية المطروحة تم تقسيم البحث إلى فصلين ومقدمة وخاتمة تتضمن نتائج الدراسة والتوصيات حيث يختص الفصل الأول بعموميات حول ريادة الأعمال الرقمية وخدمات قطاع اتصالات الجزائر متضمناً ثلاثة مباحث وهي ماهية ريادة الأعمال، الخدمات الإلكترونية، الدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني دراسة تطبيقية حول ريادة الأعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات الوكالة التجارية موبيليس تبسة يتضمن ثلاث مباحث المبحث الأول تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس والمبحث الثاني إجراءات الدراسة، أما المبحث الثالث جاء فيه تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

الفصل الأول:

الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

تمهيد

تقدم التكنولوجيا وتوسع الإنترنت أدى في السنوات الأخيرة إلى اكتشاف تقنيات رقمية حديثة، تعتمد هذه التقنيات بشكل أساسي على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأدت إلى ظهور مجال جديد يعرف بريادة الأعمال الرقمية، تهدف هذه الريادة إلى تحسين الخدمات التي تقدم عبر الإنترنت باستخدام التقنيات الرقمية، قطاع الاتصالات يستفيد من هذا التحول الرقمي لتحسين خدماته من خلال تطبيق التقنيات الرقمية الجديدة في جميع جوانب عمله، ولذلك تم التطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية ريادة الأعمال

المبحث الثاني: الخدمات الإلكترونية

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

المبحث الأول: ماهية ريادة الأعمال

تتمتع ريادة الأعمال بأهمية كبيرة في التنمية الاقتصادية، حيث تستحوذ على اهتمام متزايد من العلماء والباحثين، فهي تساهم في خلق وظائف جديدة وإنشاء مشاريع قادرة على إنتاج سلع وخدمات، تعد عملية ريادة الأعمال تحويل الأفكار الجديدة إلى ربح، وتعزيز الابتكار والنمو بمواكبة التطور التكنولوجي والتحول الرقمي، ظهر مجال جديد لريادة الأعمال يعرف بريادة الأعمال الرقمية، وسنتناول في هذا المبحث إلى خمسة مطالب، سيتم تخصيص المطلب الأول لشرح مفهوم ريادة الأعمال وأهميتها، وسنتعرف في المطلب الثاني على أنواع ريادة الأعمال، كما سنتعرف في المطلب الثالث مفاهيم أساسية لريادة الأعمال الرقمية، وفي المطلب الرابع، مقومات ومحددات ريادة الأعمال الرقمية، أما في المطلب الخامس، سنتطرق إلى نماذج ريادة الأعمال الرقمية.

المطلب الأول: مفهوم ريادة الأعمال وأهميتها

تعد ريادة الأعمال من مفاهيم مهمة في عالم الأعمال تشير إلى إنشاء وتطوير الأفكار والمشاريع الجديدة، وتحويلها إلى أعمال ناجحة، قدمنا في هذا السياق بعض التعاريف المتعلقة بريادة الأعمال ونذكرها فيما يلي:

أولاً: مفهوم الريادة

الشخص الذي ينظم ويدير ويتحمل المخاطر في إطار مشروع ما يعرف برائد الأعمال وهو يتألف من ثلاث جوانب رئيسية وهي:¹

- **الابتكارية:** "تمثل الحلول الإبداعية غير المألوفة لحل المشكلات والتي تأخذ صيغا تقنية؛"
 - **المخاطرة:** "تتضمن الرغبة في توفير موارد أساسية لاستثمار الفرصة مع تحمل المسؤولية عن الفشل وكلفتة".
 - **الاستدامة:** «تتعلق بتنفيذ مع الأخذ في الاعتبار أن تكون الموارد مستدامة وذاتية؛»
- وتعرف أيضا الريادة بأنها القدرة على الإبداع والابتكار وتحويل الأفكار إلى واقع ملموس وتحتاج إلى الإصرار والتحلي بالشجاعة لمواجهة التحديات والمخاطر المتعلقة بتحقيق الأهداف.²

¹ - محمد هيكال هناء محمد، مقومات ريادة الأعمال الرقمية بالجامعات المصرية وسبل تعزيزها في ظل جائحة كورونا، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، المجلد 46، العدد 1، تصدر عن

كلية التربية، جامعة بنها، 2022، ص 431-430

² - محمد جبريل وائل، مدى توفر ريادة الأعمال لدى طلبة كلية الاقتصاد، بجامعة عمر المختار فرع درنة مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، المجلد 5، العدد 1، تصدر عن المديرية

العامة للبحث العلمي والتطور التكنولوجي، جامعة عمر المختار-ليبيا، 2020، ص 17

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

ثانياً: تعريف ريادة الأعمال:

التعريف الأول: "هي عملية إنشاء الأعمال التجارية وتنظيم الموارد الضرورية له مع تحمل المخاطر والمنافع المرتبطة به".¹

التعريف الثاني: "هي ذلك النشاط الذي يتكون من تحديد وتقييم واستغلال الفرص لإدخال سلع وخدمات جديدة من خلال تنظيم العمليات وتحويل المواد الخام إلى منتجات لم يتم العثور عليها في الماضي".²

التعريف الثالث: "عملية إنشاء نوع جديد غير مسبوق من التنظيم أو تطوير عمل قائم والاستفادة من الفرص المتاحة لتطوير هذا العمل وتقديمه بطريقة مبتكرة مع الأخذ بالاعتبار المخاطر التي قد يواجهها رائد الأعمال".³

التعريف الرابع: القدرة على إدارة مشروع تجاري صغير بفاعلية، مع مراعاة المخاطر المحتملة مثل نقص التمويل واتخاذ قرارات بيئية مستدامة والتعامل مع الأزمات الاقتصادية وتراجع الطلب في السوق، بهدف تحقيق الربح.⁴

من التعاريف السابقة يمكن تعريف ريادة الأعمال على أنها تحديد فرصة تجارية وتنفيذها لحل مشكلة معينة أو تطوير ابتكار جديد، وتتضمن إنشاء وإدارة مشروع تجاري لتحقيق أهداف محددة وتحقيق ربح مالي. تتضمن هذه العملية توفير وتنظيم الموارد اللازمة وتحمل المخاطر المتعلقة بالنشاط التجاري.

ثالثاً: أهمية ريادة الأعمال

تتمثل أهمية ريادة الأعمال بالأبعاد التالية:⁵

- البعد الاقتصادي: يؤثر سلوك ريادة الأعمال على قوة استقرار الاقتصاد يكون بشكل كبير من خلال إقامة مشاريع جديدة أو تطوير المشاريع الحالية، مما ينجم عنه إيجاد فرص عمل جديدة لأفراد المجتمع.

¹ - أمينة بوتواتة، بن عبد الرزاق بن علي، عوامل تحفيزية لريادة الأعمال (دراسة استكشافية)، مجلة دراسات مالية ومحاسبة إدارية، المجلد 8، العدد 1، تصدر عن المديرية للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي-الجزائر، مارس 2021، ص: 528.

² - أمينة بوتواتة، نفس المرجع، ص: 528.

³ - أحمد مجّد بني عيسى، دور ريادة الأعمال في أداء الموارد البشرية (دراسة ميدانية في قطاع الاتصالات الأردنية)، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 21، مجلة تصدر عن مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، الكلية الجامعية العربية للتكنولوجيا، عمان الأردن، 2 جويلية 2020، ص 216-217.

⁴ - أحمد مجّد بني عيسى، نفس المرجع، ص: 217.

⁵ - أسامة موسى، على دراسة، أثر ريادة الأعمال في الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالي على المسؤولية الاجتماعية، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة (ماجستير)، تخصص إدارة أعمال قسم الإدارة وإدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية، الأردن، 2015، ص: 3.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

- البعد الاجتماعي: تعمل الشركات الرائدة على تحسين حياة المجتمعات التي تنشط فيها من خلال منتجات وخدمات تسهم في زيادة الإنتاجية وتعزز الصحة والرفاهية، وبذلك يكون لها تأثير كبير.

رابعاً: خصائص ومميزات ريادة الأعمال

تتميز ريادة الأعمال بعدة خصائص منها:¹

- يدفع الرائد الطموح والدافعية لبناء وإنشاء منظمة أو شركة؛
- تحدد الرؤية العامة والأهداف التي تسعى المنشأة لتحقيقها من خلال أفكار داعمة وقوية في السوق؛
- يحوّل الرائد الأهداف المطلوب تحقيقها إلى واقع ملموس بالعزيمة والإصرار والإرادة؛
- يسعى الرائد بكل مثابرة لنجاح فكرته؛
- يوضح كيفية دخول السوق واكتشاف احتياجات الزبائن وتلبيتها؛
- تساهم المشاريع الريادية في تحسين الوضع المالي للرائد وللعاملين في منظمته، وتساهم في تنمية اقتصاد البلد؛
- تعمل على خلق بيئة تنافسية بين المنظمات؛
- تساهم في تقديم عدد أكبر من الخدمات والمنتجات للأفراد، وفتح أسواق جديدة واستغلالها.

خامساً: أهداف ريادة الأعمال

تسعى ريادة الأعمال إلى تحقيق مجموعة من الأهداف في بيئة العمل ومنه:²

- تهدف ريادة الأعمال إلى تحقيق مجموعة من الأهداف في بيئة العمل، بما في ذلك:
- تعزيز جاهزية بيئة العمل العامة لتعزيز روح ريادة الأعمال داخل المنظمة.
- السعي لإنشاء مشاريع جديدة أو إنشاء وحدات إدارية جديدة داخل المنشآت.
- تشجيع ودعم المبادرات التي يتخذها العاملون داخل المنظمات.
- تطبيق التجديد الاستراتيجي الذي يتضمن إعادة النظر في الاتجاهات والفرص المتاحة للمنظمات.

المطلب الثاني: أنواع ريادة الأعمال

توجد عدة أنواع من ريادة الأعمال، بما في ذلك:³

- ريادة الأعمال الصغيرة: تشمل الشركات الصغيرة التي تُديرها أفراد لتحقيق الربح وتوفير مصدر رزق لأسرهم، وعادة ما تكون محدودة في الابتكار نظراً لمواردها المحدودة؛

¹-أحمد مجّد، مرجع سبق ذكره، ص217.

²-نفس المرجع السابق، ص217.

³-موقع منابر، أنواع ريادة الأعمال وأنواع رواد الأعمال، على الرابط الإلكتروني: <https://motaber.com/?p=8413>، تاريخ الإطلاع: 31جانفي 2023 على

الساعة: 14:05 .

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

- ريادة الأعمال الكبيرة: تشمل الشركات الكبيرة ذات دورة حياة محدودة التي تستمر بفضل الابتكار، وتعتبر خيارًا مثاليًا للمحترفين المتقدمين الذين يعرفون كيفية الحفاظ على الابتكار؛
- ريادة الأعمال القابلة للتطوير: هذا النوع من ريادة الأعمال يبدأ بإعداد خطة عمل ويهدف إلى تحقيق التغيير الإيجابي من خلال التركيز على الاحتياجات غير المتاحة في السوق وابتكار حلول لتلبية احتياجات الزبائن.
- ريادة الأعمال الدولية: تتضمن أنشطة رواد الأعمال التجارية في أسواق خارجية، سواء من خلال فتح مكاتب مبيعات في بلدان أخرى أو تصدير المنتجات والخدمات إلى أسواق خارجية.
- ريادة الأعمال الاجتماعية: ريادة الأعمال الاجتماعية: يقوم رواد الأعمال في هذا النوع بتحديد مشكلة اجتماعية وتصميم أنشطتهم لخلق قيمة اجتماعية، يعمل رواد الأعمال الاجتماعية على تطوير خدمات أو حلول أو منتجات لحل المشكلات الاجتماعية الحرجة وتحقيق التغيير الاجتماعي.
- ريادة الأعمال المقلدة: تقوم بمحاكاة وتقليد أفكار الأعمال الحالية والعمل بجد لتحسينها. تقلد هذه الشركات المنتجات والخدمات الموجودة بالفعل في السوق وعادة ما تتم عبر اتفاقيات الامتياز.
- ريادة الأعمال الباحث: تتضمن إجراء أبحاث متعمقة حول السوق والفرص قبل بدء العمل، حيث يعتقد رواد الأعمال أن الحصول على معلومات دقيقة والتحضير الجيد يزيد فرصتهم في تحقيق نجاح في مشاريعهم التجارية.
- ريادة الأعمال الإلكترونية (الرقمية): يستفيد رواد الأعمال السيبرانيون من فوائد تكنولوجيا المعلومات في إقامة أعمال تجارية ويقدمون أفكارًا جديدة لتقديم منتجات وخدمات لزبائن عبر الإنترنت، يتمتع هؤلاء الأشخاص بفهم للعصر الرقمي ويعززون الريادة الإلكترونية التي تتواجد فقط على الإنترنت وفي العالم الرقمي.

المطلب الثالث: مفاهيم أساسية حول ريادة الأعمال الرقمية

أدى التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم إلى تغيرات جذرية في مجال الأعمال وظهور مفهوم الريادة الأعمال الرقمية كجزء أساسي منه، يُعتبر هذا المفهوم أحد العوامل الرئيسية التي تساهم في تعزيز التنمية المستدامة.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

أولاً: مفهوم ريادة الأعمال الرقمية

التعريف الأول: تعرّف المفوضية الأوروبية ريادة الأعمال الرقمية على أنها النشاط البشري الجريء الذي يهدف إلى إيجاد قيمة مضافة من خلال توسيع النشاط الاقتصادي باستخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.¹

التعريف الثاني: تُعدّ فئة فرعية من ريادة الأعمال حيث يتم تحويل جزء أو كل ما يمكن أن يكون مادياً في مؤسسة تقليدية إلى شكل رقمي.²

التعريف الثالث: يُعرّف ريادة الأعمال بأنها استخدام التقنيات الرقمية الجديدة لتحويل الأعمال التجارية القائمة إلى مشاريع جديدة في مجال تكنولوجيا المعلومات.

- يتسم هذا النوع من الريادة بقيمة اقتصادية واجتماعية عالية بفضل الكثافة العالية للتقنيات الرقمية.
- تستخدم تكنولوجيا المعلومات بشكل أساسي للتواصل مع أصحاب المصلحة باستخدام السحابة والبيانات والحوال وما ذلك لتحسين الأعمال وابتكار وحدات مشروع جديدة وخلق النمو والوظائف للمستقبل.
- تستخدم تكنولوجيا المعلومات بشكل أساسي للتواصل مع أصحاب المصلحة من خلال استخدام السحابة (الحوسبة السحابية).³

تعريف عام: من هذا المنطلق يمكن تعريف ريادة الأعمال الرقمية على أنها جميع الأنشطة التي تعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا التي يتم ممارستها على الانترنت والعالم الرقمي وهي غير موجودة في الواقع لأنها تتم باستخدام الأساليب والوسائل الإلكترونية من قبل الأفراد الرقميين ذوي الوعي الرقمي العالي والمهارات لذلك ويقوم رواد الأعمال بإنشاء مشاريعهم دون أدنى تعب ماديا حيث ينشئون السلع والخدمات ويوزعونها رقميا دون وسطاء وعمال.

ثانياً: أهمية ريادة الأعمال الرقمية

لريادة الأعمال الرقمية أهمية قصوى في عالم الأعمال حيث تتمثل أهميتها فيما يلي.⁴

¹ - هناء مجّد مجّدي هيكل، مرجع سبق ذكره، ص 431.

²-Caroline palmer, Sasha krauseand others, **DIGITAL Entrepreneur ship. international journal of entrepreurail behaviour**, vol :25 ,No :2, university of Giessen , Giessen, Germany, and Norbert,17 aout 2018 ,P 355.

³-Rashmi Gujrati, hayri Uygun, **DIGITALEntrepreneurship, instition innovation council, Tecnai Institute of Advanced,studies**, New Delhi,India,28Sept 2020 ,P 9.

⁴ - حمزة غندور، رتبة طايبي، ريادة الأعمال الرقمية ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد7، العدد2، تصدر عن المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي، جامعة عاشور بالجلفة-الجزائر،1 جوان2022، ص 1126

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

- حل مشكلة البطالة من خلال وظائف العمل الافتراضية وتعزيز التنافسية والازدهار العام؛
- خلق فرص عمل للشباب والبلدان التي تعاني من البطالة؛
- دور ريادة الأعمال الرقمية في التنمية الاجتماعية والاقتصادية؛
- إمكانية إنجاز الأعمال والتداولات الرقمية التي كانت تبدو صعبة؛
- تقليل التكاليف على رجال الأعمال وعدم الحاجة لميزانية كبيرة؛
- توفير خدمات ومنتجات بشكل أسرع؛
- زيادة الإيرادات من خلال الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة.

ثالثاً: مميزات الريادة الرقمية

من أهم مميزات الريادة الرقمية ما يلي:¹

- **مرونة في العمل:** تستطيع تحديد أوقات العمل المناسبة لك وتعمل بتوعية أعلى وتستطيع تأجيل المواعيد بسبب ظروف غير متوقعة؛
- **تقليل التكاليف:** انخفاض النفقات والتكاليف مثل استئجار المساحة وتكاليف المرافق والضرائب؛
- **وصول أسرع:** ريادة الأعمال الرقمية تتيح الوصول إلى جمهور أكبر على المستوى المحلي والعالمية؛
- **سهولة التطور:** يمكنك زيادة حجم المبيعات بسهولة دون زيادة الاستثمارات والتكاليف الثابتة؛
- **سهولة الارتقاء:** يمكنك التطور والنجاح في مجال ريادة الأعمال الرقمية بشكل أسرع وأسهل مقارنةً بالأعمال التجارية التقليدية.

هناك مزايا إضافية تتمتع بها ريادة الأعمال الرقمية هي:²

- **سهولة التأسيس:** يمكن تأسيس العمل الرقمي بسهولة فقط بوجود مهارات رقمية واتصال بالإنترنت وجهاز نكي؛
- **مرونة في العمل:** يتيح العمل الرقمي مرونة أكبر مقارنةً بالعمل التقليدي، حيث يمكن لرائد الأعمال الرقمي تحديد أوقات العمل المناسبة له وقضاء وقت أكثر مع عائلته؛

¹ - محفوظ هنداوي، المقاولاتية الرقمية كفرصة متاحة للطلبة الجامعيين لتحقيق مشاريعهم مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد 3، تصدر عن المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي، جامعة صفاقس - تونس، 31 ديسمبر 2020 ص 5

² - مها خليل شحاده، التحول الرقمي وريادة الأعمال الرقمية مجلة رماح للبحوث والدراسات العلمية، مجلة تصدر عن مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، العدد 62، جامعة الشرق الأوسط، رماح-الأردن، جانفي 2022، ص 47-48.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

- **تقليل التكاليف الثابتة:** يمكن لرائد الأعمال الرقمي تقليل التكاليف الثابتة المتعلقة بالمنشأة المادية مثل تكاليف الإيجار والبنية التحتية، حيث يمكنه مزاوله العمل من أي مكان يتوفر فيه اتصال بالإنترنت؛
- **سهولة التسوق والوصول إلى المزيد من الزبائن:** يتيح العمل الرقمي سهولة التسوق والوصول إلى جمهور أكبر على المستوى المحلي والعالمي، ويتيح أيضًا فرصة النمو والتوسع في السوق الرقمي غير مقيد بفترة معينة أو موقع محدد؛
- **مزايا امتلاك المنتج الرقمي:** يوفر امتلاك منتج رقمي مزايا إضافية، مثل سهولة التعديل والتحسين دون تعطيل عملية التسويق والإنتاج والبيع، وتجاوز صعوبات التصنيع والتخزين والشحن التقليدية.

رابعاً: ركائز ريادة الأعمال الرقمية

تعتمد ريادة الأعمال الرقمية على عدة ركائز منها:¹

- **قاعدة المعرفة الرقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:** تعتمد ريادة الأعمال الرقمية على قاعدة المعرفة الرقمية التي تسهم في تخزين وتنظيم البيانات، وتعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع جوانبها لتسهيل إنشاء، وتسويق، وتوزيع المنتجات، والخدمات.
- **بيئة الأعمال الرقمية:** تشير إلى البيئة الافتراضية التي يستخدم فيها نظام الحاسوب لتسجيل وحفظ معلومات الأعمال وتفاصيل التفاعل الفردي، ويمكن الوصول إليها من خلال البيئة الاجتماعية الرقمية مثل مواقع الشبكات الاجتماعية.
- **سهولة الوصول إلى التمويل:** يعد التمويل أحد المتطلبات الأساسية لأي عمل ريادي، ويتعلق بقدرة الفرد أو المؤسسة على الحصول على الخدمات المالية والقروض والدعم المالي من مختلف الجهات الرسمية وغير الرسمية.
- **المهارات الرقمية والقيادة الإلكترونية:** تشير المهارات الرقمية إلى مهارات الفرد في استخدام التقنيات الرقمية، ويواجه رجال الأعمال صعوبة في جذب وتطوير المهارات الرقمية المطلوبة مثل القيادة الإلكترونية وإدارة المواقع الرقمية الفعالة، يحتاج القادة ورجال الأعمال إلى امتلاك هذه المهارات لتأثيرهم على الناس وتغيير سلوكهم وتحقيق النجاح في العمل الرقمي.

¹ - مها خليل شحادة، المرجع نفسه، ص49.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

خامسا: الفرق بين ريادة الأعمال التقليدية والرقمية

- ريادة الأعمال الرقمية هي جزء من ريادة الأعمال التقليدية وتعتمد على استخدام أساليب رقمية في أداء الأنشطة التجارية، تشمل الأعمال الرقمية تقديم سلع وخدمات رقمية، ويمكن تحويل الأعمال التقليدية إلى أعمال رقمية لزيادة كثافة الأعمال التجارية الفروقات بينهم تتضمن:¹
- **سهولة التصنيع والتخزين:** المنتجات والسلع الرقمية لا تحتاج إلى معدات مادية أو مكان للتخزين، مما يقلل من تكاليف التصنيع والتخزين؛
 - **سهولة توزيع المنتج في الأسواق الرقمية:** يمكن توزيع المنتجات عبر الإنترنت بسرعة وبتكلفة منخفضة في جميع أنحاء العالم؛
 - **مكان عمل رقمي:** يمكن لرواد الأعمال الموهوبين والمتميزين من جميع أنحاء العالم الاستفادة من الاتصال العالمي للإنترنت والتوظيف في الشركات الصغيرة والمتوسطة؛
 - **منتج رقمي:** يمكن تعديل المنتج الرقمي بسهولة واستيعاب التغييرات الابتكارية دون تأثير على عملية التصنيع والتسويق؛
 - **خدمة رقمية:** تزداد أهمية الخدمات في العالم الرقمي، حيث توفر قيمة الزبائن بتكلفة أقل وتعزز التفاعل الإيجابي وتحقق أرباحاً لأصحاب المشاريع، تلك هي الفروقات بين ريادة الأعمال الرقمية والأعمال التقليدية.

سادسا: أبعاد ريادة الأعمال الرقمية

ريادة الأعمال الرقمية تتضمن عدة أبعاد مهمة:

- بعد المعرفة الرقمية:** يشير إلى أهمية براءات الاختراع في ريادة الأعمال الرقمية، حيث تمثل هذه البراءات المعرفة الأساسية، يجب الاستفادة من هذه المعرفة لتحقيق قيمة واكتشاف فرص ريادة الأعمال الرقمية، المعرفة الرقمية تؤثر في اكتشاف رواد الأعمال الرقميين ويجب الاستفادة منها في إيجاد فرص جديدة.
- بعد بيئة الأعمال الرقمية:** يركز على الأنظمة الرقمية التي تستخدمها الشركات الرائدة رقمياً وكيفية تأثير ذلك على نجاحها ونموها في السوق الرقمي، يركز أيضاً على البيئة الرقمية بما في ذلك الأسواق الحاضرة والتحديات القانونية التي تؤثر على ريادة الأعمال الرقمية.
- بعد الدفع الرقمي:** يتعلق بالعناصر الأساسية للدفع الإلكتروني وأهمية التمويل للمشاريع الريادية الرقمية. يشمل التكلفة الضريبية وتوافر رأس المال الاستثماري وسهولة جمع الأموال من خلال الأسهم المحلية والأسواق.

¹-هناك محمد مجدي هيكال، مرجع سبق ذكره، ص 432-433.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

بعد القيادة الرقمية: يتعلق بالمهارات الرقمية والإلكترونية التي يجب أن يتمتع بها القادة في ريادة الأعمال الرقمية، يشمل التدريب والتعليم وتوافر الأجهزة الرقمية ضمن المنظم.

بعد ثقافة الريادة الرقمية: يرتبط بثقافة العمل الحر والرغبة في ريادة الأعمال الإلكترونية، يعتمد هذا البعد على القيم والعادات والتقاليد والثقافة العامة في المجتمع.¹

المطلب الرابع: مقومات ريادة الأعمال الرقمية

تتمتع ريادة الأعمال الرقمية بعدة مقومات ومحددات وضعتها المفوضية الأوروبية لريادة الأعمال الرقمية نذكر منها ما يلي:²

أولاً: مقومات ريادة الأعمال الرقمية.

مقومات ومحددات ريادة الأعمال الرقمية التي وضعتها المفوضية الأوروبية تشمل:

- قاعدة المعلومات الرقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: تُستخدم لتخزين البيانات المعقدة والمعلومات وتُعد أنظمة الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أهم التقنيات في تنظيم الأعمال الرقمية ونقل المعلومات الإلكترونية.

- بيئة الأعمال الرقمية: مكان افتراضي يستخدم لمراقبة وحفظ معلومات العمل وتفاصيل التفاعلات الشخصية ويُمكن الوصول إليه من خلال شبكة اجتماعية تحتوي على خادم مركزي لمشاركة المعلومات والبيانات لزيائن.

- التمويل: عنصر تجاري يهدف لتمويل الأعمال والأنشطة بفعالية، ويتضمن الحصول على خدمات مالية مثل الائتمان والودائع والمدفوعات والتأمين وغيرها؛ ويتنوع نوع التمويل حسب نوع العمل والمنتجات والخدمات المالية المقدمة، مع توفر العديد من مصادر التمويل الرسمية وأهمية إيجاد أشكال مبتكرة لزيادة الاستثمار الرقمي.

- المهارات الرقمية والقيادة الإلكترونية: ليكون شخص رائد أعمال ناجح، يتطلب ذلك امتلاك مجموعة متنوعة من المهارات، بما في ذلك المهارات الرقمية التي ترتبط بالاستخدام الشخصي للتكنولوجيا.

ثقافة ريادة الأعمال: تعتبر ثقافة ريادة الأعمال محيطاً يؤثر على الأفراد ويحفزهم لتطوير أفكارهم ومنتجاتهم الابتكارية والمخاطرة في مجال ريادة الأعمال الرقمية، يتم اعتبارها برنامجاً يشجع رواد الأعمال على التعبير

¹ - فوزي عابد هاشم، ليث الشقاوة الجابري، الاحتماء الإستراتيجي في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 18، العدد2، تصدر عن كلية إدارة والاقتصاد، جامعة كوفة، العراق، 2022، ص296-297

² - هناء مجدي هيكال، مرجع سبق ذكره، ص407.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

عن أفكارهم ومنتجاتهم الإبداعية، ويساهم في دعم ثقافة ريادة الأعمال الرقمية من خلال ترويجها في المنتجات وتأكيد دور الرواد فيها.

ثانياً: محددات ريادة الأعمال الرقمية

أهم محددات ريادة الأعمال الرقمية في عالم المؤسسات تتضمن ما يلي:¹

- **متطلبات الرقمنة:** تشمل المرونة والإنتاجية في استخدام المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي ومصادر البيانات الضخمة، بالإضافة إلى اعتماد المحركات الرقمية وتوفير البنية التحتية الرقمية الداخلية وتنمية القدرات الرقمية في المؤسس.
- **التحولات الديناميكية:** يشمل رغبة الأفراد في ريادة الأعمال الرقمية وتبني الأعمال الرقمية والأخلاقيات الرقمية، بما في ذلك قدرات تبادل المعلومات والتعاون والتعلم الاستراتيجي الرقمي، واكتساب المعرفة بالأعمال التجارية الرقمية وفهم وضع السوق واستراتيجيات السوق واستراتيجيات الشركات الناشئة والاحتكار الرقمي والمنافسة القيادية.
- **ابتكار نماذج الأعمال الرقمية:** يتضمن توزيع المهام والمكافآت بين الموظفين، والتحقق والتقييم من صحة وفعالية النماذج الرقمية وابتكارها، مع مراعاة المخاطر المرتبطة بالعلاقات ونماذج الأعمال المبتكرة والمخاطر المهنية وغيرها.
- **الأعمال الرقمية وتأثيرها:** يتضمن التأثير غير المباشر والتأثير الاجتماعي للأسواق الرقمية، وتوفير تكاليف أقل، ودعم وتطوير المزايا التنافسية، وتجاوز حواجز السوق، وتطوير أداء السوق وتعزيزه، والعلاقة المتبادلة بين الكثافة الرقمية والأداء التنظيمي، والتكامل بين الأجهزة الرقمية.

المطلب الخامس: نماذج ريادة الأعمال الرقمية

تعتبر هذه الشركات ليست مجرد شركات رقمية، ولكنها شركات عالمية أيضاً، حيث تستند إلى التكنولوجيا الرقمية في عملياتها وعروضها تهدف هذه الشركات إلى تقديم منتجاتها وخدماتها بطريقة رقمية وسريعة يوجد العديد من الأمثلة على هذه الشركات التي تم إنشاؤها في عصرنا الحالي، ومن بين هذه الأمثلة يمكن ذكر:

أولاً: الشركات العالمية الناشئة الرقمية

هي شركات لم تولد رقمياً فحسب، بل ولدت عالمياً أيضاً أي أنها الشركات التي تأسست على التقنيات الرقمية من حيث عملياتها وعروضها وتهدف إلى تقديم منتجاتها وخدماتها بشكل رقمي وسريع وتكثر الأمثلة عن هذه الشركات المولودة في عصرنا اليوم ونذكر منها ما يلي:

¹ - حمزة غندور، رتيبة طايبي، مرجع سبق ذكره، ص: 1127

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

- شركة **Google**: شركة أمريكية متخصصة بالإعلانات المتعلقة بخدمات البحث على الانترنت وإرسال رسائل البريد الإلكتروني عبر gmail وبيع اشتراكات playstore وتطبيقات pixel هواتف وأغلب عائداتها تأتي من youtube الإعلانات ويحقق الإيرادات من خلال بيع المساحات الإعلانية للشركات سواء كانت كبيرة أو صغيرة دولية أو محلية وذلك من خلال وضع الشركات إعلاناتها على مجموعة كاملة من منتجات Google.¹
- شركة **airbnb**: موقع يسمح بتقديم جميع أنواع المنازل حول العالم وإستأجارها، حيث يقوم المضيف باستقبال الضيف ويقدم له تجارب وخدمات تسمح لضيوف التواصل مع المجتمعات بطريقة أكثر واقعية؛²
- شركة **auber**: شركة تقنية قامت بتطوير تطبيقات للهواتف الذكية تمكّن المستخدمين من طلب سيارات، توصيل الوجبات، الشحن، الدرجات البخارية الكهربائية، وحتى السيارات ذاتية القيادة؛³
- شركة **Netflix**: شركة تقدم خدمة بث مجموعة كبيرة من المسلسلات والرسوم والأفلام المتحركة وغيرها من البرامج على آلاف الأجهزة المتصلة بالإنترنت.⁴
- شركة **Alibaba**: أسست مجموعة Alibaba في عام 1999 من قبل 18 شخصًا، وأطلقت أول موقع إلكتروني لمساعدة الشركات الصغيرة والمتوسطة في الصين على البيع الدولي نمت Alibaba لتصبح نظامًا بيئيًا رقميًا يضم مجموعة متنوعة من الأعمال، بما في ذلك التجارة الصينية والتجارة الدولية وخدمات المستهلك المحلية والسحابة والوسائط الرقمية والترفيه ومبادرات الابتكار الأخرى.⁵
- شركة **Amazon**: هي موقع عالمي للتجارة الإلكترونية يقدم مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات عبر الهاتف المحمول.⁶

¹-الموقع الرسمي لشركة قوقل، كيف تعمل شركة قوقل، على الرابط الإلكتروني: <https://about.google/how-our-business-works/> تاريخ الإطلاع: 17 فيفري 2023، على الساعة: 10:15.

²-Airbnb official website, **New**, the Link: <https://news.airbnb.com/about-us/view>; date :18Febru2023, the hour :11 :00

³- Uber official web site, **A lettre form darakhosrowshahai**, cheif Exécutive Offices, April 2019, The Link : https://investor.uber.com/a-letter-from-our-ceo/?uclick_id=143fbfa7-6ee6-49be-a58b-cfde6d11cb94, view Dat:18 Febru2023 ,the hour :13 :00

⁴-the official Netflix site, Films, series et bein plus enilimite, the Link : <https://www.netflix/dz-fr/>, View Dat :18 Febru2023 ,the hour: 14 :46.

⁵-Ali baba Official web sit , **More Than Two Décades of Track of Innovation** ,the Link : <https://www.alibabagroup.com/en-US/about-alibaba>, view dat :18febru2023 ,the hour :14 :45

⁶- Amazon official website, **Conditions of Use**, 14 sept2022, the link : https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=508088&ref =navm_ftr_cou, view dat :18febru2023, the hour 17 :00.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

المبحث الثاني: الخدمات الإلكترونية

تعد الخدمات الإلكترونية أحد أهم المفاهيم التي ظهرت في العصر الحديث، وتمثل مصدرا هاما للتفاعل بين الأفراد والشركات في عالمنا المعاصر، ومع تزايد الاعتماد على التكنولوجيا، وانتشارها في مختلف المجالات أصبحت الخدمات الإلكترونية ضرورة للحفاظ على التواصل وتوفير الخدمات بشكل فعال، في هذا المبحث سندرس مفاهيم أساسية حول الخدمات الإلكترونية، بالإضافة إلى تعريف الأنواع المختلفة لهذه الخدمات ومجالات استخدامها كما سنتطرق أيضا إلى معوقات الخدمات الإلكترونية والتحول الرقمي الذي يشهده العالم، وتحديد الجزائر، والتحول الرقمي، والعلاقة بين تطور خدمات الاتصالات في الجزائر وريادة الأعمال الرقمية.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمات الإلكترونية

شهدت طرق تقديم الخدمات تطورا هائلا حيث يتم الآن تقديم الخدمات عن بُعد عبر الإنترنت والأجهزة الذكية، حيث يتم التفاعل بين مقدم الخدمة والعميل عبر الشبكة العنكبوتية، على الرغم من أن الخدمات الإلكترونية تعد شكلا جديدا لتقديم الخدمات، إلا أنها تختلف عن الخدمات التقليدية في العديد من الجوانب.

أولاً: تعريف الخدمة

التعريف الأول: لغة: أصل كلمة الخدمة "Service" لغويا إلى اللغة اللاتينية "Serviwne" والتي تعني العبودية أي كثرة خدمة السادة، وبالنسبة للنشاط الاقتصادي فإن السيد هو المستهلك والعميل. أما اصطلاحا: اختلف الباحثين في الوصول إلى تعريف موحد للخدمة وذلك راجع لعدة عوامل تبين أن هناك ارتباط بين السلع والخدمات إلا أن تطور التقنيات والآلات في العصر الحديث أدى إلى إلغاء هذا الارتباط وأصبحت الخدمة تقدم بشكل ذاتي وجودة عالية.¹

التعريف الثاني: إن Kotler عرفها على أنها «أي نشاط أو إنجاز منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر وتكون أساسا غير ملموسة ولا ينتج عنها أية ملكية وأن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبط بمنتج مادي ملموس أو لا يكون».²

وعليه يمكن القول إن الخدمة هي: أداء أو نشاط لإنجاز منفعة مباشرة للمستهلك قصد إشباع حاجاته ورغباته بغاية تحقيق رضاه.

¹ -مُجد البشير شلال، واقع وتحديات سوق الخدمات خدمات الهاتف النقال في الجزائر، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد -تلمسان-، 2016/2015، ص ص 52-53.

² -سعيد مُجد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية الدار الجامعية، مصر، 2022، ص 16.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

ثانيا: تعريف الخدمة الإلكترونية

التعريف الأول: تعرف الخدمة الإلكترونية على أنها شكل من أشكال الخدمة الذاتية، الذي يتطلب قيام العميل بخدمة نفسه بنفسه، بدلا من تقديم الطلب إلى الموظف خلف المكتب أو التحدث إلى شخص عبر الهاتف¹.

التعريف الثاني: الخدمة الإلكترونية تتعلق بخدمة تعرض المستهلك في وجود وسيط عبارة عن شبكة إلكترونية تدعم قرار شرائه الإلكتروني².

من خلال ما سبق يمكن القول إن مفهوم الخدمات الإلكترونية بصفة عامة يتمثل في الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تقديم وتوفير الخدمات

ثالثا: الفرق بين الخدمة الإلكترونية والخدمة التقليدية

تختلف الخدمة الإلكترونية عن الخدمة التقليدية في عدة نقاط وهذا ما سنوضحه في الجدول التالي:

الجدول رقم (1-1): الفرق بين الخدمة الإلكترونية والخدمة التقليدية.

الخدمة التقليدية	الخدمة الإلكترونية
مشاركة الأفراد فقط-الموظفين-في الواجهة لتقديم الخدمة.	مشاركة الموظفين في الواجهة بواسطة الانترنت
تجربة الخدمة باستخدام جميع حواسيبهم.	أثناء تقديم الخدمة يقتصر دور الزبون على الاستمتاع والمشاهدة.
مفيدة بالمسافة وساعات العمل.	إلغاء الحواجز الزمنية والمكانية.

المصدر: بوكنو نصيرة، الخدمات الحكومية الإلكترونية كأداة فعالة لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 02،

العدد 03، جامعة مصطفى إسطنبولي معسكر، ديسمبر 2007، ص 272. على الرابط الإلكتروني:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/67268>, بتاريخ: 07 فيفري 2023 على الساعة: 23:48 .

¹-لعرف مفتاح، التسويق الإلكتروني كمدخل لتحسين جودة الخدمة في قطاع الاتصالات، أطروحة ضمن متطلبات نيل شهادة (دكتوراه)، في التسويق، جامعة العربي التبسي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2020-2021، ص 57-58. (بتصرف)

²-Singh mohini, **EserVises and ther role in B2Ce-commerce**:Managing service Quality

(Vol12,n06 ,2002).P :434 :446

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

رابعاً: خصائص الخدمات الإلكترونية

وضح بعض الأبحاث والدراسات الميدانية أن هذه الخصائص تسهم بشكل كبير في توفير الوقت والمال والجهد لجميع أطراف التبادل خاصة الزبائن، تلعب هذه الخصائص دوراً فعالاً في إيجاد حلول تلبي احتياجات الزبائن وتعزز ولائهم لمقدم الخدمة.¹

أشارت العديد من الدراسات أيضاً إلى أن أهم ميزات الخدمات الإلكترونية هي الوصولية والقدرة على التنبيه والتحديث السريع تطور التكنولوجيا المعلوماتية والاتصالات والهواتف المحمولة قد أدى إلى تعزيز العلاقة بين مقدم الخدمة والزبائن.

- **القدرة على الوصول:** الوصول إلى المعلومات والخدمات المطلوبة في الوقت المناسب، مما يعزز العلاقة بين العميل والمؤسسة، يتضمن ذلك:

- سهولة الوصول إلى المعلومات التجارية والمنتجات والخدمات المتاحة.

- القدرة على الوصول إلى قواعد البيانات والمكتبات والمصادر الإلكترونية.

- إرسال معلومات متعلقة بالاهتمامات الشخصية للزبائن والاستفادة منها في بحوث السوق.

- متابعة المشتريات والحسابات وتلبية احتياجات الزبائن.

- توفير حلول جديدة وإجابات لاستفسارات الزبائن.

- المشاركة في المجتمعات الافتراضية والتسويق للسلع والخدمات.

- توفير الوقت في عمليات البيع والشراء وإعادة الطلب.

القدرة على التنبيه: تزويد المعلومات المطلوبة والتفاعل في الوقت المناسب للاستفادة منها وتجنب السلبيات، يشمل ذلك:

- توفير تعليمات واضحة لاستخدام الموقع.

- استخدام وسائل اتصال مختلفة للتواصل مع المستخدمين وتلقي ردود فعلهم.

- متابعة تقدم الطلبات وتحديث الزبائن بشأنها.²

¹ -علي محمد العضالبي، ندى خالد الحارث، أثر تطبيق معايير جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا طالبات جامعة الأميرة نورة بالملكة العربية السعودية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 13، العدد 03، السعودية، جامعة الملك سعود وجامعة مؤتة، 2017، ص 310

² -نادية بورس، مبارك بوعشة، تحسين الخدمات الإلكترونية بالاعتماد على معايير الجودة، مجلة علمية دورية محكمة، المجلد 10، العدد 2، جامعة تبسة، جامعة العربي التبسي، 2017، ص 59-60.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

المطلب الثاني: أنواع الخدمات الإلكترونية ومجالاتها

إن الخدمات الإلكترونية كمصطلح له جذور وفروع تتمثل في المجالات والأنواع التي تناولها هذا المطلب.

أولاً: أنواع الخدمات الإلكترونية

يوجد العديد من الخدمات الإلكترونية والمقدمة بشكل رقمي نذكر منها ما يلي¹:

- البريد الإلكتروني: يعد البريد الإلكتروني واحداً من أبرز الخدمات المتاحة عبر الإنترنت، حيث يتيح لك إرسال رسائل إلكترونية إلى أي شخص في أي مكان بالعالم، مجرد معرفتك لعنوان بريده الإلكتروني.
- الدردشة: الدردشة هي طريقة لاستخدام برنامج على الإنترنت لإجراء حوار، حيث يتوصل الطرفان بشكل مباشر وفوري ويمكنهما إجراء مناقشات كاملة وتبادل معلومات وإجراء معاملات تجارية بين مجموعة من الأشخاص.
- محركات البحث: محرك البحث هو أداة تسمح للمستخدمين بالعثور على المعلومات عبر الويب عن طريق تحديد الخيارات المطلوبة أو تحديد كلمات معينة.
- الموقع الإلكتروني: يوفر الموقع الإلكتروني على الإنترنت فرصة للمستخدمين لعرض المعلومات التي يرغبون فيها بتكلفة منخفضة ومساحة محددة.
- الخدمات الحكومية الإلكترونية: تعتمد الخدمات عبر الإنترنت على تقنيات المعلومات والاتصالات لتوفيرها بطريقة رقمية وفعالة².
- التعليم الإلكتروني: وذلك عن طريق برامج وتطبيقات إلكترونية حيث تستغل هذه الوسائط بنقل المعلومات وتوصيلها بين معلم وطالب³.

ثانياً: مجالات الخدمات الإلكترونية

- يمكن تصنيف الخدمات الإلكترونية على النحو التالي⁴.
- الخدمات الإلكترونية بين المؤسسات.
- الخدمات الإلكترونية بين المؤسسات والحكومة.

¹ - مزهر شعبان العاني، الأعمال الإلكترونية منظور إداري تكنولوجيا، الطبعة الأولى، دار إعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2016، ص 161-163.

² - نصيرة براكنو، الخدمات الحكومية الإلكترونية كأداة فعالة لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 2، العدد 3، مجلة تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف لمسألة-الجزائر، 2017، ص 280.

³ - طارق عبد الرؤوف، التعليم الإلكتروني والتعليم الافتراضي الطبعة الأولى، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، 2014، ص 23.

⁴ - نادية بوراس، مبارك بوعشة، مرجع سابق، ص 58.

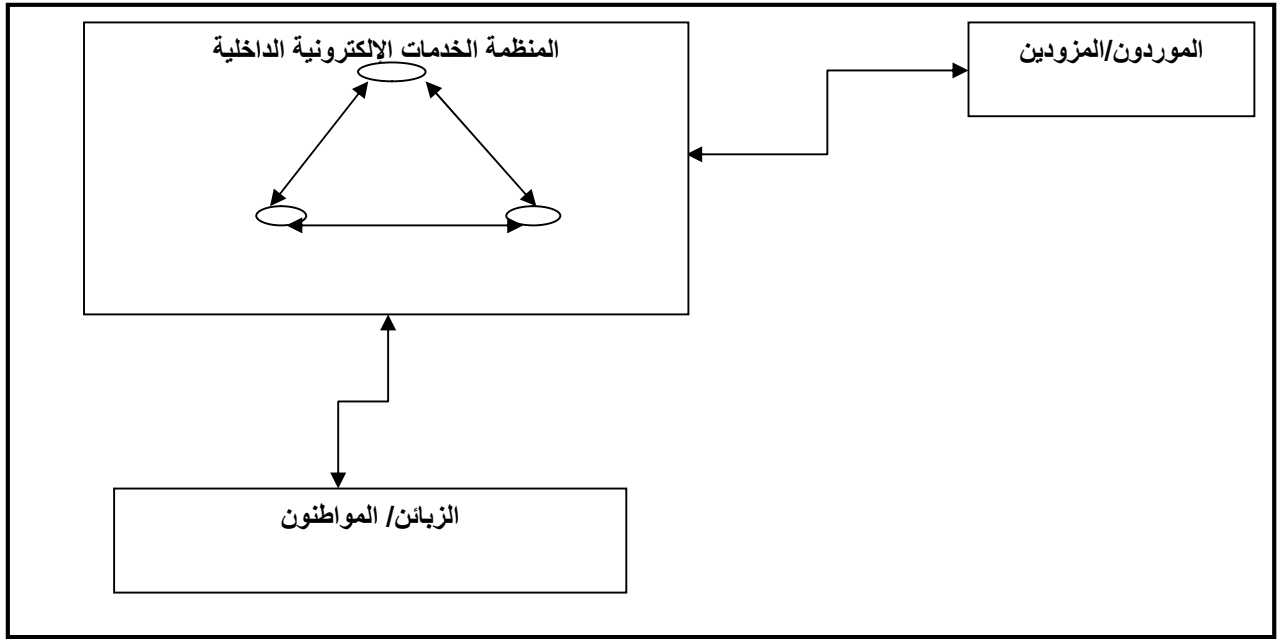
الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

- الخدمات الإلكترونية بين المؤسسات والزبون.
- الخدمات الإلكترونية بين الحكومة والمواطن.

توضح الشكل التالي أن التفاعل بين المؤسسة وزبائنها أو المواطنين يتم عبر القناة النازلة، سواء كانت المؤسسة في القطاع العام أو الخاص ومن ناحية أخرى، يتم التفاعل بين الموردين أو المزودين والمؤسسة عبر القناة الصاعدة، وتشمل هذه التفاعلات:

- التبادلات التفاعلية المستندة للمعلومات.
- تفاعلات التفاوض.
- تدفقات الترويج.
- تدفقات السلع والخدمات.

الشكل رقم (1-1): مجال الخدمات الإلكترونية



المصدر : نادية بوراس، مبارك بوعشة، تحسين الخدمات الإلكترونية بالاعتماد على معايير الجودة، مجلة علمية دورية محكمة، المجلد10، العدد2، جامعة تبسة، جامعة العربي التبسي، 2017، ص59-60.

تشمل الخدمات الإلكترونية جميع التفاعلات والتدفقات المذكورة سابقاً، باستثناء المنتج المادي وانتقاله في القنوات النازلة والصاعدة، مثل إدارة علاقات الزبائن أو المواطنين، ورعاية الزبائن وتسويق المنتج. وفيما يتعلق بالقناة الصاعدة، تتضمن الخدمات الإلكترونية العلاقات بين المؤسسة والموردين ومصادر التموين، مما يعني أن مجال الخدمات الإلكترونية يغطي جميع التفاعلات والتدفقات المرتبطة بالمؤسسة نفسها، بما في ذلك زبائنها ومورديها، بالإضافة إلى التفاعلات المرتبطة بين الحكومة وجمهورها.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

المطلب الثالث: معوقات الخدمات الإلكترونية

يمكن تصنيف معوقات الخدمات الإلكترونية على أنها نوعين أساسيين معوقات تقنية ومعوقات غير تقنية والمتمثلة فيما يلي:¹

أولاً: المعوقات التقنية

- مازالت المواصفات المعيارية لمفهوم الجودة والسرية والموثوقية غير محددة بصورة واضحة.
- شبكات الاتصالات مازالت غير كفؤة، خاصة في مجالات شبكات الهواتف المحمولة.
- الأدوات لتطوير البرمجيات مازالت في مراحل التطوير.
- مازالت هناك صعوبات في برمجيات الخدمات الإلكترونية وتكاملها مع شبكة الانترنت حيث توجد حاجة مستمرة لتطوير مقدمي خدمات الانترنت بالإضافة لتطوير شبكات الحاسوب مما يؤدي أحياناً لزيادة الكلفة.
- الاشتراك في شبكة الانترنت في بعض الدول مازال مكلف وغير كفؤ.

ثانياً: المعوقات غير التقنية

- حاجة المستهلك المستمرة للخصوصية والسرية في عمليات البيع والشراء.
- ضعف ثقة المستهلك في الخدمات الإلكترونية بالبائع الافتراضي أي الذي يملك موقعاً فيزيائياً.
- ما تزال لدى بعض الحكومات قوانين تمنع أو تقلل من فرص التعاون الدولي.
- هناك صعوبة لقياس مدى نجاح الإعلانات الإلكترونية، وذلك لعدم توفر طرق القياس المعيارية الإلكترونية.
- يرفض بعض المستهلكين التغيير والتحول من التجارة الفيزيائية للتجارة الإلكترونية، وبعضهم يفضل لمس المنتج قبل الحصول عليه، كما أن بعض المستهلكين ما يزالون يرفضون التحول للتعاملات اللاورقية والعقود الإلكترونية.
- ما تزال طرق الخداع على شبكة الانترنت في تسارع مستمر.

المطلب الرابع: التحول الرقمي في الجزائر

تشهد الجزائر تحولاً رقمياً تدريجياً في السنوات الأخيرة، نظراً للتحديات التي تواجهها، يهدف هذا التحول إلى تعزيز الاقتصاد الرقمي وتطوير البنية التحتية الرقمية في البلاد، مما سيعزز الاستدامة الاقتصادية ويساهم في تحسين جودة حياة المواطنين.

¹خور محمد، وآخرون، تجارة إلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن الطبعة 2020، ص 39-40.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

أولاً: مظاهر التحول الرقمي في الجزائر

مظاهر التحول الرقمي في الجزائر تتضمن:¹

- تحسين تكنولوجيا الاتصال والإعلام واستخدامها على نطاق واسع في البلاد؛
- سهولة الحصول على بطاقة هوية ورخصة قيادة وجواز سفر بيو متري للمواطنين الجزائريين بفضل التحول الرقمي.
- تحويل بعض الخدمات العامة في الجزائر إلى شكل رقمي، مثل الحالة المدنية والسوابق العدلية؛
- إنشاء منصة رقمية تستهدف المواطنين في الجزائر.

ثالثاً: رقمته الجزائر خلال المرحلة المقبلة

تهدف الجزائر إلى تعزيز الرقمنة في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، ولذا يتطلب ذلك إعداد مخطط استراتيجي يعتمد على العناصر التالية:

- إنشاء منصة جزائرية قوية.
 - استخدام البيانات الضخمة ومعالجتها.
 - تطبيق إنترنت الأشياء والانترنت الصناعي.
 - توسيع شبكات الاتصال الحديثة.
 - تعزيز مجتمع المعرفة وتبادل المعرفة.
 - تعزيز السيادة الرقمية الوطنية وأمن نظم المعلومات.
 - الاستفادة من تقنية سلسلة الكتلة (Blockchain).
 - إنشاء مكتبة إلكترونية وطنية.
 - تعزيز الاقتصاد الرقمي والنظم الاقتصادية البيئية.
 - استخدام التكنولوجيا السحابية (Cloud Computing).
 - تعزيز التعلم الآلي وتطبيقاته في مختلف المجالات.
- أعلن وزير الإحصاء عن خطة الحكومة لرقمنة الجزائر في المرحلة المقبلة، وتشمل العناصر التالية:
- تسريع الانتقال الرقمي في جميع قطاعات النشاط.
 - تحسين الخدمات العامة وتحديثها.
 - تعزيز الرقمنة في المؤسسات الناشئة ومؤسسات البحث والتكوين.

¹ - محمد حاج قاسي، التحول الرقمي في الجزائر في ظل تحديات رقمنة الاقتصاد الإداري العمومية، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 05، العدد 02، تصدر عن معهد الحقوق والمعلومات الاقتصادية، المركز الجامعي سي الحواس - بريك-، ص 1106-1107..

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

- التركيز على تعزيز الرقمنة في المؤسسات الناشئة ومؤسسات البحث والتطوير.
- سيتم تعزيز الحكومة الإلكترونية وتحسين البنية التحتية للرقمنة.¹

المطلب الخامس: علاقة تطور خدمات اتصالات الجزائر عبر ريادة الأعمال الرقمية

لريادة الأعمال الرقمية دوراً هاماً في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر، وذلك من خلال تحسين تجربة المستخدمين وفي هذا المطلب يتم التعرف على معرفة دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين تجربة المستخدمين والتحديات والإصلاحات التي مر بها القطاع إضافة إلى الحلول والآفاق المستقبلية لهذا القطاع.

أولاً: الخدمات الرقمية لاتصالات الجزائر وعلاقتها بريادة الأعمال الرقمية

تعمل الشركات الجزائرية أيضاً على توفير خدمات متنوعة مثل الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية والأمن السيبراني، بهدف تلبية احتياجات المستخدمين وتوفير بيئة رقمية آمنة ومتقدمة. توفير دعامة لتبادل المعلومات في الجزائر أمراً ذا أولوية عالية، حيث تساهم في تعزيز بناء مجتمع المعرفة وتعزيز روح ريادة الأعمال الرقمي، وبالتالي تعد ترقية الوسائل التي تسمح بتبادل المعلومات عملية ذات أولوية بالجزائر حيث عمدت هذه الأخيرة إلى تطوير قطاع البريد والمواصلات من خلال شبكات الهاتف الثابت والهاتف النقال.

إذ بلغ عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت خلال سنة 2015 حوالي 3267592 مليون مشترك، منها 3013460 مشترك في الهاتف الثابت السلكي و254132 في الهاتف الثابت اللاسلكي، وهو ما يمثل تطور بنسبة 45.5% مقارنة بسنة 2014، كما بلغت نسبة الأسر الحائزة على خط هاتفي ثابت ما. 2014 سنة 40.04% مقابل 2015 سنة.

هذا وقد قدرت حجم الاستثمارات لمتعاملي الهاتف الثابت والنقال في حدود 87 مليار دينار في سنة 2016 وحوالي 62 مليار دينار في سنة 2017، حيث إن الفترة من 2001 إلى 2017 بلغ حجم الاستثمارات التي أنجزها المتعاملون في الهاتف الثابت والنقال 1235 مليار دينار أي ما يفوق 11 مليار دولار فهناك انخفاض بنسبة 29 في الاستثمارات التي تم إجراؤها في عام 2017 مقارنة بعام 2016.

كما أنه في مجال الاتصالات يتجاوز استخدام الهاتف النقال الثابت في الجزائر، إذ انتشر الهاتف النقال في الجزائر يفوق المعدل الإفريقي ويقارب معدل البلدان المتقدمة وذلك من خلال العديد من متعاملي الهاتف النقال.

¹ - مجّد حاج قاسي، نفس المرجع السابق، ص 1115-1116.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

وقد أكدت النتائج التي نشرتها سلطة الضبط للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية أن نشاط "موبيليس" المتعامل التاريخي للهاتف النقال، قد حقق تطوراً كبيراً خلال السنة الماضية 2017 بما كرس ريادته للعالم الثاني على التوالي، في سوق الهاتف والانترنت المحمول في الجزائر.

أظهرت النتائج التي تم الإعلان عنها من طرف "موبيليس"، أن هذا التعامل الوطني للهاتف النقال يمتلك 40.06% من إجمالي حصص سوق الهاتف النقال في الجزائر، مع تحقيقه لتفوق واضح بخصوص تقنية الجيل الثالث 3G والجيل الرابع 4G، وتضع حصيلة سوق البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية لنشاط سنة 2017، التي كان قد أعلن عنها رئيس هذه الهيئة، المتعامل "موبيليس"، بعد عام واحد من إطلاق الجيل الرابع، بصفته رقم واحد بالنسبة لخدمات الجيل الرابع بصفة رقم واحد من إطلاق الجيل الرابع، بصفته رقم واحد بالنسبة لخدمات الجيل الرابع 4G في الجزائر من حيث عدد المشتركين، حيث تم بهذا الصدد تسجيل ما لا يقل عن 3 ملايين و 505 آلاف و 803 مشترك أي بنسبة 35.53% من حصة السوق.

وتمت الإشارة بهذا الخصوص أن عدد المشتركين في الجيل الثالث يشكل 60 من زبائن "موبيليس" وهو ما يفسر تزايد شعبية استخدام الانترنت عبر الهاتف النقال حيث انه يتضح لنا جيلنا أن تكنولوجيا الهاتف الثابت تنمو ببطء وهذا ما يعرقل نفاذ الأسر الجزائرية إلى الخدمات الإلكترونية باعتبار أن الهاتف الثابت نافذة على شبكة الانترنت.

دخلت خدمة الانترنت للجزائر عام 1998 عن طريق CERIST وهو مركز للأبحاث تابع للدولة وبعد خمسة سنوات تم صدور المرسوم التنفيذي 256/98 الذي أدى للاحتكار الخدمة من طرف الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم خدمات الانترنت، ورغم تحرير قطاع الاتصالات بشكل كبير إلا أن الوضع الحالي خاصة دول الجوار، وتكشف إحدى الإحصائيات المتوافرة أن مجموع مستخدمي الانترنت، كما بلغت كثافة الانترنت في سنة 2016 بنسبة 46% أي 46 مشترك في كل 100 نسمة.

شهدت سوق الانترنت زيادة كبيرة خلال السنوات الأخيرة وتعود هذه الزيادة بصورة رئيسية إلى إطلاق خدمات الانترنت النقال من الجيل الثالث والجيل الرابع الثابت، وبالتالي فقد انتقلت حظيرة مشتركي الانترنت من 10 مليون مشترك إلى 18 مليون مشترك.¹

ثانياً: الإصلاحات والتحديات الجزائرية في قطاع الاتصالات

وتتمثل كل من الإصلاحات والتحديات فيما يلي:²

¹ - أحمد بورزق وآخرون، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين النص والتطبيق، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، الطبعة الأولى 2020، ص 622-628.

² -توفيق مجد مزبان، أمانة بديار، تنمية التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة العلوم الإدارية والمالية

المجلد 02، العدد 01، مجلة تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم لتسيير، جامعة الوادي، 201، 8، ص 105.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

الإصلاحات: تعمل الحكومة الجزائرية على إصلاحات جذرية في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، استنادًا إلى توجيهات إستراتيجية من الرئيس، جاءت هذه الإصلاحات بعد تقييم سلبي للقطاع، بما في ذلك تأخر استخدام الإنترنت ونقص في الابتكار والبحث، بالإضافة إلى طوابير الانتظار الطويلة للحصول على خدمات الهاتف تشمل الإصلاحات التالية:

- تحديث البنية التحتية للاتصالات وتحسين جودة الخدمات وتوسيع نطاقها.
 - تعزيز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمساهمة في التنمية الرقمية وزيادة قدرة الاقتصاد الوطني على التنافسية.
 - تنويع برامج الدولة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل إنشاء اتصالات الجزائر وتنظيم تكنولوجيا الاتصالات واحتكار الإنترنت.
 - منح تراخيص GSM ودعم الأقطاب التكنولوجية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاعات الصحية والتعليمية.
- الحكومة الجزائرية قد وضعت برامج متنوعة لتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومن بين هذه البرامج:

- **برنامج الميزانية التكميلية لعام 2001:** تم تنفيذ مجموعة من الإجراءات، بما في ذلك تركيب وتشغيل 700,000 وحدة تكنولوجية رقمية، وربط 400,000 مشترك جديد، وإنشاء 1700 كيلومتر من خطوط الألياف البصرية.
 - **برنامج الدعم والإنعاش الاقتصادي:** يهدف إلى توفير خدمات شاملة وتوفير فرص عمل جديدة وتنشيط الشركات تم تخصيص 24.5 مليار دينار لهذا القطاع، ومن المشاريع الناتجة عن البرنامج إنشاء الحظيرة التكنولوجية في سيدي عبد الله بتكلفة 5 مليار دينار.
 - **مخطط 2010-2020 لولايات الهضاب العليا:** يهدف إلى تعزيز التنمية في المناطق الداخلية والتغلب على العوائق الجغرافية يشمل 14 ولاية في الجزائر، بما في ذلك باتنة، برج بوعرييج، الجلفة، البيض، خنشلة، الأغواط، مسيلة، النعامة، أم البواقي، سعيدة، سطيف، تبسة، تيارت، وتيسمسيلت.
- تظهر الدولة رغبة حقيقية في بناء مجتمع المعرفة والمعلومات من خلال الاستثمارات والإصلاحات في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومع ذلك، تبقى عملية البناء تحتاج إلى تنفيذ صعب، وذلك بسبب ارتفاع تكلفة أجهزة الحاسوب بالنسبة للعائلات ذات الدخل المحدود، مما يؤدي إلى فشل مشاريع مثل مشروع أسرتك.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

ثالثا: الحلول والأفاق المستقبلية لقطاع اتصالات الجزائر

وتتمثل الحلول والأفاق المستقبلية لقطاع اتصالات الجزائر فيما يلي:¹

- الصناعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر: إلى زيادة الاستثمار في هذا القطاع بسبب تأثيره الإيجابي على الاقتصاد العالمي تشكل التكنولوجيا المعلومات والاتصالات 20% من رأس المال والعمالة والموارد الطبيعية، وتعزز الوصول إلى هذه التكنولوجيا القدرة المعرفية للعاملين في المؤسسات الجزائرية وتسهم في تحسين أساليب الإنتاج وبيئة العمل وبالإضافة إلى ذلك، تعزز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الابتكار وخلق المعرفة في المجتمعات الإبداعية.
- تحرير سوق خدمات الاتصالات: يعوق تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر غياب المنافسة في سوق خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق بيئة وسوق تنافسية توفر فرصا متساوية، يجب تقليص دور القطاع العام وتحرير هذه الخدمات من الاحتكار وهذا سيسهم في توسيع وتحسين شبكات الاتصالات، وتحسين جودة الخدمات، وتخفيض التكاليف، وزيادة معدلات الانتشار.
- تعزيز دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: يمكن للجزائر استغلال التقنيات الحديثة في المعلومات والاتصالات لتحسين أداء الشركات وتعزيز قدرتها على المنافسة في سوق الأعمال ولتحقيق ذلك، يجب أن تقوم الجزائر بدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اعتماد التقنيات الجديدة، وتطوير أو استيراد تطبيقات تجارية، وتوسيع نطاق تقديم الخدمات عبر الإنترنت.
- تعزيز الشراكة مع المستثمرين الأجانب: ينبغي للجزائر التعاون مع الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية لتبادل الخبرات وتدريب الموظفين على تصميم البرمجيات وتحديث وسائل الدفع الإلكترونية ويجب أن تعتمد بطاقات الائتمان والبطاقات الذكية وتعزيز الوعي المجتمعي بضرورتها كوسيلة أساسية لتطوير القطاع المصرفي وجذب الاستثمارات الأجنبية ينبغي تحسين بيئة الأعمال في الجزائر لتعزيز النمو الاقتصادي وجذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية.

الأفاق المستقبلية لتطوير قطاع اتصالات الجزائر:

يتبنى المجتمع الجزائري وسائل الاتصال والمعلومات الحديثة بشكل جيد ويشهد الإنترنت نموًا سريعًا وشعبية متزايدة، وتقدم التكنولوجيا المتقدمة للهواتف النقالة وتحكم تكاليفها يسهل استخدامها للجميع من المتوقع أن يقلص دور البنوك المركزية في إصدار النقد في المستقبل بسبب انتشار الدفع الإلكتروني

¹- نفس المرجع السابق، ص 115-116.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

ويعتقد البعض أن وسائل الدفع الإلكترونية في المستقبل ستشمل البطاقات المتكاملة في الساعات أو الخواتم التي تحتوي على شرائح تمكن الزبائن من تنفيذ المعاملات عن طريق تمريرها على الأجهزة. على الرغم من تأخر التكنولوجيا في مجال المعلومات والاتصالات في الجزائر مقارنة ببعض الدول العربية إلا أن جهود الحكومة الجزائرية في هذا المجال تزداد قوة في السنوات الأخيرة ووزير البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أكد أن قطاع تكنولوجيا الاتصالات سيصبح أحد القطاعات الرئيسية لجذب المستثمرين، بعد القطاع النفطي، وأن الحكومة ستدعم جهود تقليص الفجوة الرقمية وتعزيز البنية التحتية التقنية.

أظهرت دراسة أجراها الاتحاد الدولي للاتصالات، وهي وكالة تابعة للأمم المتحدة، أن الجزائر حققت ترتيبًا منخفضًا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عام 2017 حيث جاءت في المرتبة 102 من بين 176 بلدًا تمت دراستها ومع ذلك، أشار التقرير إلى تحسن طفيف في ترتيب الجزائر مقارنةً بالعام السابق، حيث ارتفعت بأربعة مراكز يُعزى هذا التحسن إلى زيادة عدد مستخدمي الإنترنت والاشتراكات المتنقلة يسعى قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر جاهدًا لتقليص الفجوة الرقمية وجذب المستثمرين. تشير البيانات إلى أن الجزائر استمرت في تحقيق تقدم في تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث حصلت على تقدير مؤشر تنمية التكنولوجيا بنسبة 0.34، مما يجعلها تحتل المرتبة 22 عالميًا والمرتبة الأولى عربيًا في المستقبل، على الرغم من عدم تحقيقها المراتب الأعلى حاليًا في تنمية التكنولوجيا.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة.

تمت مناقشة موضوع الدراسة في العديد من الأبحاث التي أعدها الباحثون واهتمت بها مجالات متعددة بالإضافة إلى التقارير والملتقيات المختلفة، تمت دراسة هذه الموضوعات ومناقشتها باستخدام مناهج متنوعة، مما أدى إلى التوصل إلى نتائج وتوصيات عديدة في كل دراسة على حدة، هذه النتائج والتوصيات تقوم بتقييم ودعم هذه الدراسات المتعددة.

المطلب الأول: الدراسات السابقة العربية

دراسة د. هناء محمد محمدي هيكل بعنوان: (مقومات ريادة الأعمال الرقمية بالجامعات المصرية وسبل تعزيزها في ظل جائحة كورونا "دراسة استشرافية") مجلة كلية التربية، العدد 1، المجلد 45، جامعة بنها، 2022. هدفت الدراسة إلى تعزيز ريادة الأعمال الرقمية في الجامعات المصرية مواكبة لما فرضته الجائحة من الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة ووسائل الاتصال والتواصل عبر الإنترنت في التعليم والعمل والتجارة، استخدمت المنهج الوصفي التحليلي وصف وتحليل الأدبيات ذات صلة بالموضوع ومن أبرز نتائجها

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

التوصل إلى ثلاث سيناريوهات مستقبلية كبداية محتملة يمكن أن تتخذ الجامعات المصرية وصولاً لتعزيز مقومات ريادة الأعمال الرقمية.

دراسة مها خليل شحاده بعنوان: (التحول الرقمي وريادة الأعمال الرقمية)، مجلة رماح للبحوث والدراسات، جامعة الشرق الأوسط، العدد 62، الأردن، جانفي 2022.

تهدف الدراسة إلى المساهمة في بيان مفهوم التحول الرقمي ودوره في ظهور نماذج أعمال جديدة يطلق عليها ريادة الأعمال الرقمية من خلال مراجعة الأدبيات السابقة والتقارير الدولية باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لاستخلاص نتائج البحوث والدراسات والتقارير الإحصائية ومن أبرز توصياتها أن يولي البنك المركزي الأردني بالتعاون مع البنوك والمؤسسات المالية المعاملة بالأردن يجب على الجامعات والمدارس الأردنية على خلق بيئة و ثقافة داعمة لريادة الأعمال الرقمية، يجدر بالباحثين و المهتمين التوسع في البحث في موضوع التحول الرقمي والريادة الرقمية.

دراسة سفيان بن داود بعنوان: (ريادة الأعمال الرقمية توجه جديد للعمل المقاولاتي في ظل التداعيات جائحة كورونا تجارب دول عربية ناجحة) مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 2، المجلد 5، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، 2022 .

هدفت الجزائر إلى إلقاء نظرة حول بعض التوجهات الحديثة لريادة الأعمال والتي تم اعتمادها في الكثير من الدول لمواجهة التداعيات الاقتصادية والاجتماعية لجائحة كورونا وتمثلت عينتها في بعض التجارب العربية الناجحة وفق المنهج الوصفي التحليلي ومن أبرز نتائجها اتجاه ريادة الأعمال إلى الرقمنة أكثر فأكثر خصوصاً السنوات الأخيرة خلال جائحة كورونا، اهتمام كبير من طرف الحكومات بالجيل الرقمي لريادة الأعمال، تخلو الدول العربية خاصة في منطقة الخليج العربي خطوات بارزة في مجال ريادة الأعمال وحضانات الأعمال الرقمية.

دراسة قزانية حسام الدين بعنوان: (أثر جودة الخدمات الإلكترونية على الزبائن-دراسة حالة لعينة من زبائن بريد الجزائر أم لبواقي)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، الجزائر، 2019 .

تهدف الدراسة إلى معرفة واقع جودة الخدمة الإلكترونية في مؤسسة البريد والتعرف على مستوى رضا الزبائن على جودة الخدمات الإلكترونية بمؤسسة البريد تمثلت عينتها في 52 فرد استخدمت أداة الاستبيان وفق المنهج الوصفي التحليلي ومن أبرز نتائجها الخدمة الإلكترونية تعتبر شكلاً من أشكال الخدمة الذاتية الذي يتطلب قيام الزبون بخدمة نفسه بنفسه عن طريق التفاعل الآلي والمتبادل، جودة الخدمة الإلكترونية هي قدرة الخدمة الإلكترونية على تحقيق المنفعة المستهدفة للزبون وتحقيق الرضا لديه.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

دراسة التومي سمية، وآخرون بعنوان: (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر فرع بشار adsl-تقييم جودة خدمة الانترنت) مجلة جامعة وهران، الجزائر، 2017.

هدفت لمعرفة اتجاهات زبائن اتصالات الجزائر نحو جودة خدمة الانترنت adsl وذلك بتركيز على ردود أفعالهم اتجاههم وتقييمهم لها، تمثلت عينتها 140 زبون للمؤسسة استخدمت المنهج الوصفي واستطلاعي، ومن أبرز نتائجها أن زبائن اتصالات الجزائر يقيمون جودة خدمة الانترنت المقدمة لهم تقييما حيايا بدرجة موافقة متوسطة وأن هناك تباين في تقييمهم للأداء الفعلي لخدمة الانترنت.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة الأجنبية

Krnic kristain,(potentail of digital Entrepreneurship: possibilities and international markets), université of zagreb, September 2021.

هدفت الدراسة إلى فهم آثار الرقمنة والتحول الرقمي على اقتصاديات البلدان وكيف تقدم التقنيات الناشئة مثل الانترنت الأشياء وإدارة البيانات على رواد الأعمال في مسار عملهم لتطوير أعمالهم، تمثلت عينتها في 110 شخص و استخدمت المخططات الإحصائية والرسوم البيانية وفق المنهج التحليلي من أبرز نتائجها أن الأشخاص لديهم معرفة أفضل بالتطبيقات السائدة والتي ربما يستخدمونها بشكل متكرر في أنشطتهم اليومية التعليم والتعلم، يبدو أن أيا من المشاركين المائة لا يقضي أكثر من 4 ساعات في اليوم يدرسون أما التعليم الرسمي أو لأنفسهم عبر الانترنت، يميل الناس على الأقل لمعرفة بعض المعلومات عن التقنيات التي كانت موجودة حولنا منذ سنوات ولكن يحظى الجميع بفرصة تجربتها بشكل مباشر، يجب التركيز بشكل أكبر على جعل المجتمع أكثر وعيا ودراية رقميا.

Valentin Andrei MANESCU, (Research for the de velopment of Entrepreneurship engineering and business management, polytechnic university of Bucharest, 2021.

هدفت الدراسة إلى تحديد الحلول لتحسين نماذج الأعمال التجارية عبر الانترنت، تحديد أنواع الأعمال القائمة على الاتصالات الإلكترونية تحديد الوضع الحالي لنماذج الأعمال التجارية، و استخدمت أداة البحث النوعي والكمي لتحديد المشاكل التي يواجهها أصحاب المتاجر عبر الانترنت وفق المنهج التحليلي الذي يوضح بعض الأعمال التي تم تحليلها بواسطة المستخدمين و من أبرز نتائجها: تسليط الضوء في نموذج الأعمال على العناصر التي يمكن GAS تحسينها من خلال التحقق من صحة نظام و تحديد الفائدة لكل مكوناته إمكانية التطبيق في نماذج أعمال متعددة تسمح بالمبيعات عبر الانترنت بالحصول على بيانات محددة من أصحاب الأعمال عبر الانترنت.

Basima Omar jarara (the Impact of digital Entrepreneurship, on high performance at Zain Jordan Telecom comany), Internatonal journal of academic research In business and socailsiences, vol 12, No 12, 2020.

هدفت إلى التحقيق في تأثير ريادة الأعمال الرقمية على الأداء العالي في شركة زين الأردنية للاتصالات وتمثلت عينتها في 104 مديرا واستخدمت أداة الاستبيان الإلكتروني في جميع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة ومن أبرز نتائجها وجود مستويات عالية من الاهتمام لدى إدارة الشركة بأبعاد الأداء العالي ومن بين توصياتها اهتمام الشركة المستمر بالتفاعل مع بيئتها الخارجية لمواكبة التغيرات والتطورات المحيطة بها، متابعة كل ما هو جديد في عالم الأعمال.

المطلب الثالث: مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة العربية والأجنبية

تم في هذا المطلب عرض أهم أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة من خلال الجدول التالي:

أولاً: مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة العربية:

ومن خلال الجدول التالي سيتم مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة العربية

الجدول رقم (1-2): مقارنة بين الدراسات السابقة المتعلقة بريادة الأعمال الرقمية والخدمات الإلكترونية والدراسة الحالية:

أوجه المقارنة	هدف الدراسة	متغير الدراسة	طريقة معالجة الموضوع	عينة الدراسة	المنهج
دراسة هناء محمد مجدي هيكل مجلة كلية التربية	تعزيز ريادة الأعمال الرقمية في الجامعات المصرية في ظل جائحة كورونا	المتغير المستقل: مقومات ريادة الأعمال الرقمية بالجامعة المصرية وسبل تعزيزها في ظل جائحة كورونا	استخدام تحليل الأدبيات ذات الصلة بالموضوع	/	وصفي تحليلي

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

			المتغير التابع: الآثار المجتمعية لجائحة كورونا على مجتمع المصرية		
وصفي تحليلي	تجارب بعض الدول العربية الناجحة	/	المتغير المستقل: ريادة الأعمال الرقمية المتغير التابع: التداعيات الناجحة عن جائحة كورونا على العمل المقاولاتي وتجارب دول عربية ناجحة	إلقاء نظرة حول بعض التوجهات الحديثة لريادة الأعمال الرقمية	دراسة سفيان بن داود مجلة دراسات قانونية واقتصاد
وصفي تحليلي	/	مراجعة الأدبيات السابقة والتقارير الدولية	المتغير المستقل: التحول الرقمي المتغير التابع: ريادة الأعمال الرقمية	المساهمات في بيان مفهوم التحول الرقمي ودوره في ظهور نماذج أعمال جديدة	دراسة مها خليل شحادة مجلة رماح للبحوث والدراسات
وصفي استطلاعي	استمارة موزعة على 140 زبائن المؤسسة	استخدام تحليل إحصائي للبيانات	المتغير المستقل: تقييم جودة خدمة الانترنت المتغير التابع: مؤسسة اتصالات الجزائر	معرفة اتجاهات زبائن اتصالات الجزائر نحو جودة خدمة الانترنت adsl	دراسة تومي سمية مجلة جامعة وهران الجزائر
وصفي تحليلي	استمارة موزعة على 52 زبائن	استخدام تحليل إحصائي للبيانات	المتغير المستقل: جودة الخدمات الإلكترونية المتغير التابع: رضا الزبائن	معرفة واقع جودة الخدمة الإلكترونية في مؤسسة البريد	دراسة قزانية حسام الدين مذكرة ماستر
وصفي	استمارة إلكترونية	استخدام التحليل	المتغير المستقل: ريادة الأعمال الرقمية	دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين	الدراسة الحالية:

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

مذكرة ماستر	خدمات قطاع اتصالات الجزائر	الأعمال الرقمية المتغير التابع: الخدمات الإلكترونية	الإحصائي	موزعة على 382 زبائن الوكالة التجارية موبيليس تبسة	تحليلي
----------------	-------------------------------	---	----------	---	--------

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الدراسات السابقة.

تظهر الدراسات المختلفة في الجدول أعلاه اختلافات بناءً على المتغيرات المستخدمة في كل دراسة، ومصادر البيانات والأدوات المستخدمة، والأهداف المتبعة ونطاقات الدراسات بعض الدراسات تركز على جوانب محددة في مجال ريادة الأعمال الرقمية وتأثيرها، في حين تركز الأخرى على جوانب أوسع وأكثر شمولية ومع ذلك، تتشابه الدراسات في موضوع ريادة الأعمال الرقمية وتأثيرها على مختلف المجالات، وتستخدم معظمها المنهج الوصفي التحليلي وتشمل جميع الدراسات متغيراً مستقلاً يتعلق بريادة الأعمال الرقمية وتعتمد جميع هذه الدراسات على تحليل البيانات باستخدام أساليب إحصائية.

ثانياً: مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة الأجنبية

سيتم التعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسة الأجنبية السابقة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (1-3): يوضح المقارنة بين الدراسة السابقة الأجنبية والدراسة الحالية:

أوجه المقارنة	هدف الدراسة	متغير الدراسة	طريقة معالجة الموضوع	عينة الدراسة	المنهج
دراسة: BasimaOmarj arara	التحقيق في تأثير ريادة الأعمال الرقمية على الأداء العالي في شركة زين الأردنية للاتصالات	المتغير المستقل: الأداء العالي في شركة اتصالات زين الأردنية للاتصالات	استخدام تحليل إحصائي للبيانات	استمارة موزعة على مدراء 104 شركة اتصالات	الوصفي التحليلي
دراسة: Valentin andrei	تحديد الحلول لتحسين نماذج الأعمال التجارية	المتغير المستقل: تطور نماذج الأعمال التجارية	استخدام البحث النوعي والكمي	/	المنهج التحليلي

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

			عبر الانترنت	عبر الانترنت	Manescu
المنهج التحليلي	استمارة موزعة على أشخاص 110	المخططات الإحصائية والرسوم البيانية	المتغير المستقل: إمكانية ريادة الأعمال الرقمية والإمكانات والاختلافات في التطبيقات الكرواوية والأسواق الدولية.	فهم آثار الرقمنة والتحول الرقمي في اقتصاديات البلدان	دراسة: Kristian Kronic
المنهج الوصفي التحليلي	استمارة إلكترونية موزعة 382 على زبائن موبيليستبسة.	استخدام تحليل إحصائي للبيانات	المتغير المستقل: ريادة الأعمال الرقمية المتغير التابع: الخدمات الإلكترونية	دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر	الدراسة الحالية: مذكرة ماستر

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الدراسات السابقة

تختلف الدراسات المذكورة في الجدول في المتغير المستقل وحجم العينة مقارنة بالدراسة الحالية ومع ذلك، فإن الدراسات الثلاثة والدراسة الحالية متشابهة في التركيز على رقمنة العمل والأعمال، تم استخدام تحليل البيانات والمنهج التحليلي في المعالجة في هذه الدراسات، وتهدف جميعها إلى تحسين الأداء العام للشركات والمؤسسات.

ثالثا: مدى الاستفادة من الدراسات السابقة

- تم تعزيز معرفة الطالبتين في مجالات ريادة الأعمال الرقمية والخدمات الإلكترونية عن طريق الدراسات السابقة.
- تم توجيه الطالبتين لفهم أصل المتغيرين وتوفير فكرة شاملة حول كيفية معالجتهما في البحث من خلال الدراسات السابقة.
- تم توجيه الطالبتين للحصول على فهم شامل وواضح لإجراءات الدراسة، بما في ذلك المنهج المتبع وأدوات الدراسة وعينة الدراسة.
- تم توجيه الطالبتين لتحديد محتوى استبيان شامل يتعلق بكل من المتغيرين.

رابعا: التعقيب على الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

تتناول الدراسات السابقة أثر ريادة الأعمال الرقمية على الخدمات الإلكترونية في ظل جائحة كورونا والتغيرات في السوق وتعتبر هذه الدراسات ذات قيمة علمية وعملية، حيث توفر معلومات مفيدة لأولئك الذين يهتمون بريادة الأعمال، ولا سيما في الجيل الرقمي يمكن استخدام نتائج هذه الدراسات لتوجيه الجهود الحالية والمستقبلية لتعزيز ريادة الأعمال الرقمية وتحسين جودة الخدمات الإلكترونية، تتضمن منهجية هذه الدراسات تحليلاً وصفيًا وإحصائيًا بالإضافة إلى استخدام تحليل الأدبيات لمعالجة الموضوع.

الفصل الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال والخدمات الإلكترونية

خلاصة الفصل الأول:

من خلال هذا الفصل تم التطرق إلى الأدبيات النظرية لريادة الأعمال الرقمية والخدمات الإلكترونية والعلاقة بينهما في اتصالات الجزائر (موبيليس)، ومختلف التفاصيل المتعلقة بهم كما اتضح من خلال هذا الفصل أن ريادة الأعمال الرقمية تلعب دورا هاما في تحسين خدمات اتصالات الجزائر وهذا راجع لتطور التكنولوجيا المستمر.

الفصل الثاني :

دراسة تطبيقية حول زيادة الأعمال الرقمية حالة
ودورها في تحسين خدمات موبيليس

- وكالة تبسة -

تمهيد

بعد تعرضنا في الجانب النظري إلى أهم المفاهيم والجوانب الملمة بموضوع ريادة الأعمال الرقمية والخدمات الإلكترونية، تم التطرق في هذا الفصل إلى تطابق المفاهيم النظرية مع الواقع التطبيقي وكإسقاط لما سبق ذكره سيتم عرض دراسة ميدانية حول مؤسسة موبيليس تحديدا الوكالة التجارية (موبيليس) بتبسة، وقد تم التطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

المبحث الثالث: التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة.

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر - موبيليس -

تتشط موبيليس في سوق شبكات وخدمات الاتصالات الإلكترونية بتقنيات متطورة وعصرية وبفضل هذه التقنيات المتطورة تمكنت من تطوير وتنويع شبكاتها وإجراء العديد من التحديثات التي أضافتها وهذا ما جعلها تقدم العديد من الخدمات المتجددة لزيائنها، وفي هذا المبحث يتم التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس وإلقاء نظرة عن الوكالة التجارية موبيليس "تبسة" ومعرفة أهم أهدافها وتوجهاتها وهيكلها التنظيمي إضافة إلى أهم عروضها وخدماتها المقدمة.

المطلب الأول: نشأة وتطور مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس.

يمكن من خلال هذا المطلب التعرف على نشأة وتطور مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس.

أولاً: نشأة وتطور مؤسسة موبيليس

تم تأسيس مؤسسة موبيليس كفرع من فروع اتصالات الجزائر، وقد تم اعتبارها متعامل عمومي في مجال الاتصالات بعد الإصلاحات التي قامت بها الحكومة بموجب القانون 03-2000، منحت المؤسسة رخصة لإنشاء واستغلال شبكة GSM في 26 ماي 2002 بموجب اتفاق تسوية، ورغم أن التأسيس الرسمي للمؤسسة جاء في عام 2003 بصورة مؤسسة اقتصادية عمومية ذات أسهم EPE/SPA، برأس مال قدره 100 مليون دينار جزائري وكانت مملوكة بالكامل لاتصالات الجزائر فإنها تتمتع بالاستقلالية التامة في اتخاذ القرارات.

نشأت مؤسسة موبيليس في شهر أوت 2003 وهي أحد المتعاملين الثلاثة للهاتف النقال في الجزائر وتحوز مؤسسة موبيليس على شبكة تجارية متنامية، تصل إلى 178 وكالة تجارية وأزيد من 82.965، نقطة بيع مشتركة، بلغ عدد مشترك موبيليس 20 مليون مشترك خلال الثلاثي الأول من سنة 2022.¹ تهدف مؤسسة موبيليس منذ نشأتها إلى تحقيق الأهداف التالية:²

- تقديم أحسن الخدمات.
- التكفل الجيد بالمشاركين لضمان وفائهم.
- الإبداع.
- تقديم الجديد بما يتماشى والتطورات التكنولوجية وهذا ما مكنها من تحقيق أرقام أعمال مهمة وتوصلها في وقت قصير إلى ضم 20 مليون مشترك.

¹-الموقع الرسمي لوزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، على الرابط الإلكتروني:

<https://www.mpt.gov.dz/ar/etablissement-et-entreprises>، تاريخ الإطلاع: 24 مارس 2023، الساعة: 13:57.

²-الموقع، مؤسسة موبيليس، على الرابط الإلكتروني: <https://www.mobilis.dz/ar/apropos.php>، تاريخ الإطلاع: 24 مارس 2023، على الساعة: 14:19.

باختيارها وتبنيها لسياسة التعبير والإبداع، تعمل موبيليس دوماً على عكس صورة إيجابية وهذا بالسهر على توفير شبكة ذات جودة عالية وخدمة للمشاركين جد ناجحة بالإضافة إلى التنوع والإبداع في العروض والخدمات المقترحة.

أرادت موبيليس المتوقع كمتعامل أكثر قرباً من شركائها وزبائنهم وما زاد ذلك قوة شعارها "معاً نصنع المستقبل".

حيث يمثل هذا الشعار تعهداً بالإصغاء الدائم، ودليلاً على التزامه بلعب دور هام في مجال التنمية المستدامة وبمساهمتها في التقدم الاقتصادي بالإضافة إلى احترام التنوع الثقافي، أدى إلى مساهمتها في حماية البيئة

المطلب الثاني: تقديم الوكالة التجارية موبيليس "تبسة"

تعدّ وكالة موبيليس تبسة مثلاً صغيراً لمؤسسة موبيليس، حيث تتبع المديرية الجهوية للوسط بعنابة، تشرف هذه المديرية مباشرة على وكالة موبيليس تبسة، وتحمل المسؤولية التنظيمية والقانونية لها، تقتصر صلاحيات وكالة موبيليس تبسة على نطاق أصغر وبسلطات أقل.

أولاً: التعريف بالوكالة التجارية موبيليس "تبسة"

تأسست الوكالة التجارية موبيليس تبسة بتاريخ 11 ديسمبر 2005، يشتغل بها 17 عامل وتسرف بدورها على 332 نقطة بيع معتمدة تسوق خدمات ومنتجات الهاتف النقال، وصل عدد زبائنها 560470 زبون وتقع بالقرب من مكتب الحكومة مديرية التربية طريق الولاية.¹

ثانياً: أهداف الوكالة وتوجهاتها:

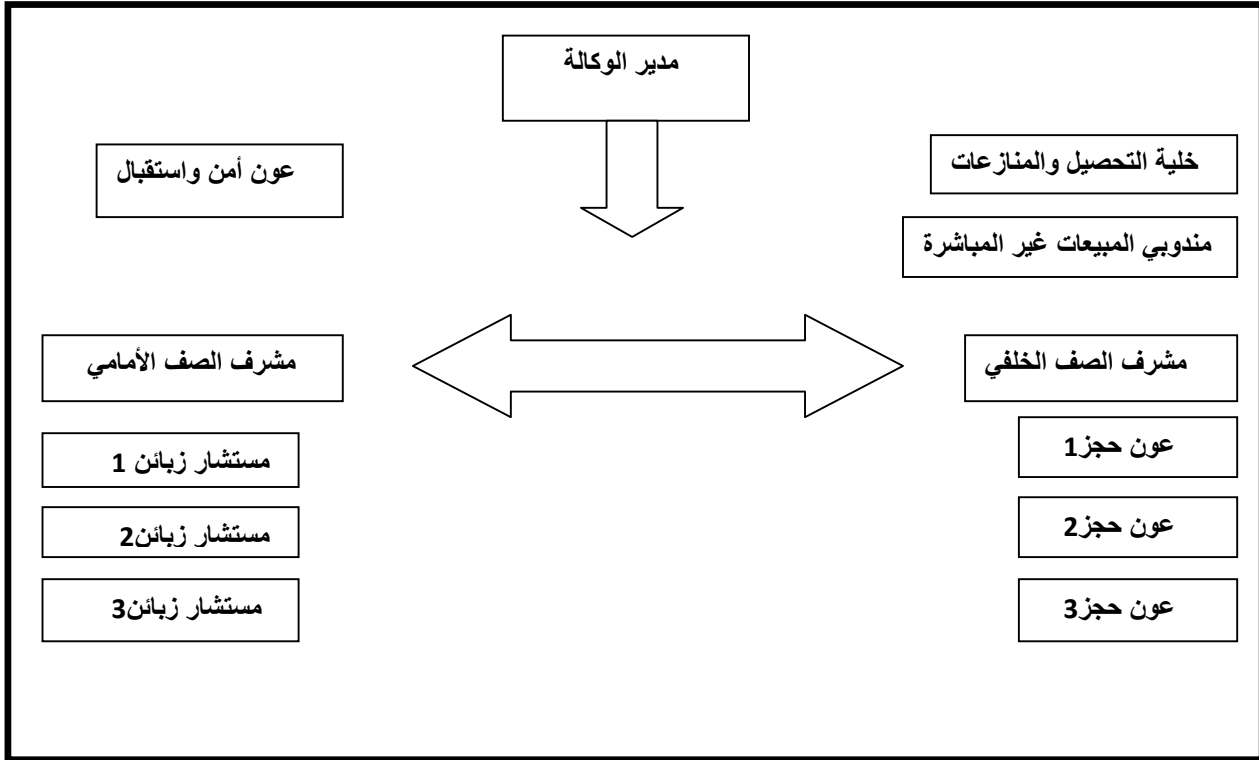
تضع الوكالة جملة من الأهداف نذكر منها:

- تطوير وتحسين مستوى تقديم الخدمة من خلال الصف الأمامي لكل من الإجراءات والمعلومات.
- تنفيذ العمليات بجودة ومستوى عالي من الدقة والصحة.
- توفير نظام متابعة وقياس الأداء.

¹- اعتماداً على الوثائق الداخلية للمؤسسة.

ثالثا: الهيكل التنظيمي للوكالة

الشكل رقم(2-1): الهيكل التنظيمي لوكالة موبيليس



المصدر: معلومات مقدمة من طرف المؤسسة

المطلب الثالث: عروض وخدمات الوكالة التجارية موبيليس تبسة

أولاً: تعريف شبكة الجيل الثالث

شبكة الجيل الثالث 3G مع المزيد من البيانات ومكالمات الفيديو والانترنت عبر الهواتف الذكية عام 1998، ما قد نعتبره الآن شبكة "بطيئة" في العديد من الدول و تصل شبكات 3G أو الجيل الثالث من شبكات الاتصالات إلى 2ميجابايت في الثانية على الأجهزة الثابتة أو غير متحركة و 384 كيلو في بايت الثانية على الأجهزة في المركبات المتحركة.¹

العروض والخدمات للجيل الثالث لوكالة التجارية موبيليس تبسة:

تقدم الوكالة التجارية موبيليس مجموعة من العروض والخدمات على غرار باقي الوكالات التجارية وتتمثل هذه الخدمات حسب العروض (الدفع المسبق، الدفع البعدي) كآلاتي: تشمل هذه العروض بجوزات الانترنت ذات التدفق الحالي:

¹ -موقع صدى البلد، الاختلافات الرئيسية في شبكات 3G و4G، على الرابط الإلكتروني: <https://www.elbalad.news/5152626>. تاريخ الإطلاع: 24 مارس 2023، على الساعة: 15:47.

الجدول رقم(2-1): جوازات الانترنت التدفق الحالي لوكالة موبيليس "تبسة"

الجوازات	مدة الصلاحية	السعر	الحجم
جوازات 24 سا	24 سا من وقت التشغيل	100	1500 ميغا أوكتي
جوازات 72 سا	72 سا من وقت التشغيل	250	300 ميغا أوكتي
جوازات 10 أيام	عشرة أيام	500	1 جيجا أوكتي
جوازات 30 يوم	30 يوم	900	1 جيجا أوكتي
جوازات 30 يوم	30 يوم	1600	2 جيجا أوكتي
جوازات 30 يوم	30 يوم	2300	3 جيجا أوكتي
جوازات 30 يوم	30 يوم	3500	5 جيجا أوكتي

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على الوثائق الداخلية لوكالة موبيليس

عروض الجيل الثالث حسب نوع الزبون وهي عروض الدفع البعدي:

- **عروض الدفع المسبق:** في هذا العرض يدفع الزبون قيمة الخدمات المقدمة مسبقا بدون دفع اشتراك ويتكون من عدة أنواع سنذكرها لاحقا:
- **عرض الدفع البعدي:** في هذا العرض يدفع الزبون قيمة الخدمات (المكالمات) عن طريق فاتورة بعد انتهاء المدة المخصصة لكل عرض وهو أيضا يشمل عدة أنواع سنتطرق إليها.

الجدول رقم(2-2): العروض المقدمة من طرف الوكالة موبيليس تبسة موبيليس لزبائنها

عروض الدفع المسبق	عروض الدفع البعدي
عرض مبتسم 3G: مزاياه: خدمة باقة 600* التي تحتوي مكالمات بتكلفة مجانية نحو كل الشبكات وجوازات الانترنت 3G بمزايا شهرية.	عروض اشتراك Win: يحتوي على الأنواع التالية: عرض "Win max" 1300 مزاياه: مكالمة مجانية نحو موبيليس من الساعة 21h30 إلى 3،12h30 ساعات شهريا نحو الشبكات الوطنية 250 دج

<p>رصيد شهري مهدي صالح نحو الخارج 1Go حجم الانترنت الشهري المهدي. 100 رسالة قصيرة صالحة نحو موبيليس عرض "Win" 2000 مزاياه: مكالمات مجانية نحو موبيليس من الساعة 21h30 إلى 17h30، 5 ساعات شهريا نحو الشبكات الوطنية 250 دج رصيد شهري مهدي صالح نحو الخارج 2G حجم الانترنت الشهري المهدي. 200 رسالة نصية صالحة نحو موبيليس عرض "Win" 3500 مزاياه: مكالمات ورسائل مجانية نحو موبيليس 24/سا/24 سا 8 ساعات شهريا نحو الشبكات الوطنية. 500 دج رصيد شهري مهدي صالح نحو الخارج 4G حجم الانترنت الشهري مهدي صالح نحو الخارج 4G حجم الانترنت الشهري المهدي مع مجانية الدخول للمواقع التالية للعروض الثلاثة: / elheddaf whatsapp/ twitter/ Facebook/ ouedkmss/ annaharonline Nticweh/</p>	<p>عروض موبى كترول 1500: مزياه: 1500 دج رصيد شهري نحو كل الشبكات الوطنية والدولية (مكالمات ورسائل) مع تشغيل رقم مفضل، مكافأة 1 جيجا أوكتي أنترنت عند تجديد الشهري. عرض نافيجي 3G: عرض Navigui الذي يتيح إمكانية شراء (شريحة+مفتاح) المسبق الدفع بسعر 990 دج مع واحد من الاشتراكات المتوفرة 1Go, 3Go, 5Go, 10Go, 15Go أو باقة جهاز استقبال وإرسال (Routeur) بسعر 4990 دج مع 6Go انترنت.</p>
--	--

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على الوثائق الداخلية للمؤسسة

الجدول (2-3): عروض الجيل الثالث للشركات وأصحاب الحرف

أصحاب الحرف	الشركات
<p>عرض مهني: وهو اشتراك بصيغة ++800 دج و 1500 دج للشهر مزياه: MHenni++800:</p>	<p>عروض اشتراك Win pro يحتوي على عرض Win pro 1100 مزاياه: مكالمات مجانية نحو الموظفين من الساعة 6 سا إلى 18 سا.</p>
<p>مكالمات غير محدودة 24/سا/24 سا نحو رقم 1 لموبيليس 10 سا من مكالمات نحو موبيليس.</p>	<p>مكالمات مجانية نحو موبيليس من الساعة 7 سا إلى 17 سا.</p>

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

<p>1 جيجا أوكتي من الانترنت بتدفق عال و إتصال غير محدود على المواقع LinkedIn و ouedkiniss.</p> <p>50 رسالة نصية نحو موبيليس.</p> <p>1,02 دج للدقيقة نحو مهني.</p> <p>6,10 دج للدقيقة نحو موبيليس.</p> <p>6,10 دج للدقيقة نحو شبكات أخرى.</p> <p>5,09 دج للرسائل القصيرة نحو الشبكات الوطنية.</p> <p>14,24 دج للرسائل القصيرة نحو الخارج.</p> <p>1500++MHenni:</p> <p>مكالمات غير محدودة 24/سا/24 نحو رقم 3 لموبيليس.</p> <p>30 ساعات من مكالمات نحو موبيليس.</p> <p>2 جيجا أوكتي من الانترنت بتدفق عالي و إتصال غير محدود على المواقع LinkedIn و Ouedkniss.</p> <p>150 رسالة قصيرة نحو موبيليس.</p> <p>1,02 دج للدقيقة نحو موبيليس.</p> <p>5,09 دج للدقيقة نحو شبكات أخرى.</p> <p>5 دج للرسائل القصيرة نحو الشبكات الوطنية.</p> <p>14,24 دج للرسائل القصيرة نحو الخارج.</p>	<p>3 ساعات شهريا نحو جميع الشبكات الوطنية.</p> <p>15 دقيقة من مكالمات دولية 15Go حجم الانترنت الشهري المهدي 100 رسالة قصيرة صالحة نحو موبيليس.</p> <p>عروض Win Pro 2200 مزاياه:</p> <p>مكالمات مجانية نحو موبيليس من ساعة 7 سا إلى 20 سا</p> <p>6 ساعات شهريا نحو جميع باقي الشبكات الوطنية</p> <p>30 دقيقة من مكالمات دولية 3Go حجم الانترنت الشهري المهدي 200 رسالة قصيرة صالحة نحو موبيليس</p> <p>عروض Win pro 3300 مزاياه:</p> <p>مكالمة مجانية نحو الموظفين على مدار 24 سا</p> <p>مكالمة مجانية موبيليس على مدار 24 سا</p> <p>10 ساعات شهريا نحو باقي الشبكات الوطنية</p> <p>45 دقيقة من المكالمات الدولية 5Go عبر الانترنت شهريا المهدي 300 رسالة قصيرة صالحة نحو موبيليس و 75 نحو باقي الشبكات</p> <p>عروض WinPro 4400 مزاياه:</p> <p>60 دقيقة مكالمات دولية رسائل قصيرة مجانية نحو موبيليس 100 نحو شبكات أخرى.</p>
---	--

المصدر: وثائق داخلية للمؤسسة

الخدمات المرافقة للعروض الجيل الثالث:

- خدمة **E-Paicment**: توفر هذه الخدمة للزبائن تسديد الفواتير وتعبئة حسابات هواتفهم بواسطة خدمة التسديد الإلكتروني باستخدام الهواتف النقالة.
- خدمة **من عندي (Men3andi)**: تسمح هذه الخدمة للزبائن بإجراء مكالمات حتى دون رصيد عبر تشكيل الصيغة *618#*.

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الأعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

- **خدمة (UMTs):** تتيح هذه التكنولوجيا الراقية فرصة الإيجار عبر شبكة الانترنت بسرعة فائقة بالإضافة إلى تسجيل الأفلام ومشاهدة برامج التلفزيون انطلاقا من الهاتف النقال.
- **خدمة مكالمات الفيديو (Visiophonie):** تمكن هذه الخدمة الجديدة الزبون من رؤية مراسلة أثناء التحدث إليه وذلك عبر شاشة الهاتف النقال بشرط أن يكون طراز الجيل الثالث "UMTs"
- **خدمة Streaming:** تستعمل هذه الخدمة لإرسال الصوت والصورة بشكل دائم على الهاتف النقال وذلك عبر شبكة UMTS دون أن يتطلب ذلك وقتا طويلا أو أي تسجيل.
- **خدمة صوت عالي الوضوح HD:** توفر هذه الخدمة الجديدة تحسين القدرات السمعية لمكبرات الصوت العالي الوضوح HD بفضل تكنولوجيا النطاق العريض وبدون تكاليف إضافية.
- **خدمة EmploissMs:** تسمح هذه الخدمة للمستخدمين الحصول على معلومات يومية للبحث عن عرض عمل في الجزائر هذا عبر رسائل قصيرة الاشتراك في الخدمة يتم عبر الصيغة #611* .
- **خدمة الرقابة العائلية:** تسمح هذه الخدمة للأهل بمراقبة أطفالهم وحمايتهم من التصفح بأمان على المحتوى غير اللائق بالأطفال يتم تشغيل الخدمة بتشكيل الصيغة #600* .
- **خدمة الفايبروك عبر SMS:** توفر خدمة الفايبروك عبر SMS بإرسال الأوامر إلى الرقم 604 لزيائنها البقاء على اتصال عبر الرسائل القصيرة بالشبكة الاجتماعية المفضلة دون الانترنت.¹

ثانيا: تعريف شبكة الجيل الرابع 4G

- هو تحديث لشبكة الجيل الثالث 3G حيث يضمن سرعة أعلى بكثير من سرعة الجيل الثالث ويتيح سرعة عالية جدا على الهاتف أي بيانات الإرسال بسرعات نظرية أكبر من 100ميغا بايت/ثانية².
- عروض وخدمات الجيل الرابع:**

الجدول رقم(2-4): جوازات عرض Navigui

جوازات	الحجم	مدة الصلاحية
جواز 1000دج	Go10+500Mobsound	1شهر
جواز 2000دج	25Go	1شهر
جواز 6000دج	80Go	3أشهر

¹-اعتمادا على وثائق داخلية لمؤسسة.

²-موقع موبيليس ما هو 4G؟، على الرابط الإلكتروني: <https://www.mobilis.dz/4G/> ، تاريخ الإطلاع: 25مارس 2023، على الساعة: 14:16.

جواز 15000 دج	300Go	6 أشهر
---------------	-------	--------

المصدر: https://www.mobilis.dz/ar/particuleir_ar/pass_navigui.php

عروض الجيل الرابع:

الجدول رقم (2-5): عروض الجيل الرابع المقدمة من طرف وكالة موبيليس تبسة

عروض الدفع المسبق	عروض الدفع البعدي
<p>عرض سما مزاياه: بسر 200 دج مع احتساب كل الرسوم سعر المكالمات والرسائل القصيرة خارج الباقة هو: 3,98 دج/30 ثا و 5 دج الرسالة النصية. يمكن اختيار عدة برامج من بينها: برامج Mix: برامج الانترنت برامج المكالمات و لتفعيل العرض نقوم: #600* Mobispace الوكالات التجارية عرض سما Talk مزاياه: عرض 15 يوم بقيمة 500 دج مكالمات غير محدودة نحو موبيليس و 2000 دج نحو كل الشبكات إضافة إلى 500/10 عرض 30 يوم ب 2Go ب 1000 دج مكالمات غير محدودة نحو موبيليس.</p> <p>4000 دج نحو كل الشبكات 2Go 1500 مكالمات غير محدودة نحو موبيليس 6000 دج نحو كل الشبكات 3Go وبقيمة 2000 دج مكالمات غير محدودة نحو موبيليس و أنترنت 4Go.</p> <p>عرض منها Unlimited: بسر 300 دج مع احتساب كل الرسوم سعر المكالمات و الرسائل القصيرة خارج البرنامج نحو جميع الشبكات ب 3,98 دج ثانية و 5 دج للرسائل القصيرة.</p> <p>عرض Pixx: بسر 200 دج يمكن الحصول على</p>	<p>عرض سما Libre 1300 مزاياه: سعر المكالمات والرسائل القصيرة خارج الاشتراك بقيمة 2,5 دج/5 ثا 5 دج للرسائل القصيرة. سعر الرسائل القصيرة خارج الاشتراك. 15 دج للرسالة القصيرة. ويتم احتساب سعر الخدمات ذات القيمة المضافة خارج الاشتراك ويتم إدراج تلك المستحقات في الفاتورة.</p> <p>عرض سما Liber 1500/2000/3500 مزاياه: تسعيرة المكالمات والرسائل النصية. خارج الاشتراك لجميع الشبكات المحلية 2,5 دج/3,2 ثانية و 5 دج SMS. تصدر الفاتورة كل شهرين تخضع خدمات القيمة المضافة، للتسعيرة المعتمدة خارج الاشتراك ويتم تسجيلها في فاتورة. تسعيرة الرسائل القصيرة خارج الاشتراك إلى الشبكات الدولية 15 دج SMS.</p> <p>عرض ekiNG مزاياه: الإشتراك الشهري أقل سعرا في مجال الهاتف النقال. مكالمات ورسائل القصيرة اختيارها. جوازات إنترنت مكيفة خصيصا للعرض بأسعار مغرية.</p> <p>عرض Win max Libre مزاياه: الفاتورة محددة كل شهرين</p>

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

إمكانية تشغيل جوازات الانترنت 4G/3G من خلال #600* . تسديد الفاتورة على مستوى وكالات موبيليس أو خدمة أرسلني أو بطاقات التعبئة. رصيد إضافي كهدية ترحيب بقيمة 30Go أو 60Go أو 100Go مدة صلاحية العروض 60يوم.	عرض pixx ذو البرامج المختلفة المتمثلة في كل من Pixx50/100/500/1000 و 2000 والاستفادة من هذا العرض بشكل #600* عرض Pixx الدولي: يمكن تشغيل البرنامج الدولي عبر القائمة #600* وبأسعار 250دج 500دج و 1000دج.
---	---

المصدر: https://www.mobilis.dz/ar/particuleir_ar/pass_navigui.php ،

الجدول رقم (2-6): عروض الجيل الرابع المقدمة لأصحاب الشركات والحرف

الشركات	أصحاب الحرف
<p>عرض SKyBusiness: شعاره: يسيرو أعمالكم بكل اطمئنان عرض يتناسب مع متطلبات وميزانية المؤسسة ويقدم عروض شهرية متنوعة تلبي احتياجات المؤسسة وموظفيها. من مزاياه: تسعيرة المكالمات والرسائل القصيرة نحو الشبكات الوطنية ب 5دج / 30ثانية و 5دج للرسائل القصيرة. المكالمات غير المحدودة صالحة نحو جميع الشبكات الوطنية الثابت والنقال/باستثناء والأرقام الخاصة. الرصيد الدولي صالح لإجراء مكالمات وإرسال الرسائل القصيرة نحو أكثر من 100دولة.</p>	<p>عرض SKyPro: شعاره: أفضل العروض لتعزيز نشاطك مزياه: الرصيد صالح للمكالمات والرسائل القصيرة. أسعاره 1000، 1500، 2000 مكالمات الانترنت نحو كل الشبكات وصالحة لمدة 30يوم ومتوفرة عبر #600*</p>

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على وثائق المؤسسة

الخدمات المرافقة لعروض الجيل الرابع:

- **خدمة Cridilis:** توفر هذه الخدمة للزبائن إمكانية الحصول على رصيد استعجال في حال ما إذا تعذر عليه التنقل لإعادة تعبئة رصيده.
- **خدمة MobilisStore:** تسمح هذه الخدمة بالاستمتاع بمختلف ألعاب النقال واللعب بلا حدود وشراء ميزات اختيارية وشراء يكون داخل التطبيق.
- **خدمة Naghmati:** تتيح هذه الخدمة بتشخيص نغمة الانتظار وفق مزاج الزبون واختيار قائمة متعددة النغمات كما يمكنه أن ينسب رنة مختلفة لجميع المتصلين به أو إهداء رنة لصديق ما.

- خدمة **MobMic**: هي خدمة تسمح بإدراج رسائل مشخصة لتظهر على الشاشة المتصلة.
- خدمة **Mob Sound**: تمكن هذه الخدمة الزبون بالاستمتاع بالموسيقى التي يفضلها بنمط وبصفة غير محدودة في أي وقت كان.
- خدمة **Mob info**: تسمح هذه الخدمة بتلقي الرسائل النصية الثقافية، الاقتصادية والمالية وكل ما يمكن أن يهم الزبون.
- خدمة **رصيدي**: تستعمل هذه الخدمة للاطلاع على حسابك البريدي الجاري عن طريق خدمة الرسائل القصيرة SMS.
- خدمة **mycloud**: تسمح بالدخول إلى البيانات الشخصية انطلاقا من أي جهاز يشتغل بنظام أندرويد، متصل بالانترنت والذي يسمح بتسجيل، استرجاع، مشاركة وتحديث مختلف البيانات.
- خدمة **تحويل المكالمات**: تتيح هذه الخدمة إعادة توجيه المكالمات إلى رقم هاتف آخر أو ثابت وطني أو إلى بريد صوتي عندما تذهب في إجازة على سبيل المثال.
- خدمة **Mobilisafe**: تضمن هذه الخدمة مراقبة مشددة لاستخدام الأطفال للانترنت من خلال مراقبة كل ما يقوم به عبر شبكة الانترنت.¹

المبحث الثاني: منهجية الدراسة التطبيقية والأدوات المستعملة

يتناول هذا المبحث مجتمع الدراسة، كما يوضح كيفية بناء أداة الدراسة لجمع البيانات اللازمة والإجراءات العملية المستخدمة في التأكد من صدق وثبات الدراسة والكيفية التي طبقت بها الدراسة ميدانيا، وأساليب المعالجة الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل بيانات الدراسة، وفيما يلي تفصيل لهذه الجوانب من خلال ثلاث مطالب.

المطلب الأول: منهجية الدراسة الميدانية

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

يعرف **المجتمع** بأنه "مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات".²

يتألف مجتمع الدراسة من جملة زبائن الوكالة التجارية موبيليس -تبسة-، والذي يقدر عددهم بـ 560470 شخصا تم توزيع الاستبيان على عينة من هذا المجتمع.

¹ -موقع موبيليس، الخدمات، على الرابط الإلكتروني: https://www.mobilis.dz/ar/particuleir_ar/pass_navigui.php، تاريخ الإطلاع: 26 مارس 2023،

على الساعة: 15:01.

² -رحيم يونس كرو الغزوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار دجلة ناشرون و موزعون، عمان الأردن، 2007، ص161.

عرفت العينة بأنها "هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه على وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً".¹

تم اختيار هذه العينة باستخدام قانون العينات الإحصائية، حيث بلغ عددها 382 فرداً، يمكن الاطلاع على تفاصيل أفراد عينة الدراسة في الجدول التالي:

الجدول رقم(2-7): عينة الدراسة للوكالة التجارية موبيليس-تبسة:-

عدد أفراد العينة	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المسترجعة	عدد الاستبيانات الصالحة
382	382	360	360

المصدر: بالاعتماد على الاستبيان

ثانياً: أدوات جمع البيانات

لغرض إتمام البحث عمليات الدراسة تم الاستعانة بالأدوات اللازمة والمناسبة لكل من مراحل البحث والمتمثلة في بعض المعلومات التي تم الحصول عليها من الوكالة التجارية موبيليس-تبسة- منها تلك التي توضح الجانب التنظيمي للمؤسسة.

- الاستبيان:

تعتبر الاستمارة من الأدوات الأساسية لجمع البيانات فهي مجموعة من الأسئلة المصاغة بطريقة خاصة تهدف بالدرجة الأولى على معلومات يراها الباحث ضرورية لتحقيق أغراض دراسته، وقد اشتملت على جزئين أساسيين فيما يلي وصف لهما.

- **البيانات الأولية (الاستبانة):** لغرض توفير البيانات المتعلقة بالدراسة فقد صممت الاستبانة بعد الأخذ برأي الأستاذ المشرف، التي استهدفت الحصول على البيانات الأولية لاستكمال الجانب التطبيقي للدراسة من حيث معالجتها لأسئلة الدراسة واختبار فرضياتها وتضمنت الاستبانة قسمين رئيسيين هما:

- **القسم الأول:** ويشتمل على متغيرات الدراسة الشخصية والنوعية والمتمثلة في كل من الجنس، والعمر، المستوى الوظيفي، نوعية الاشتراك، العروض المقدمة من موبيليس.

- **القسم الثاني:** ويتضمن أسئلة الدراسة التي يقدر عددها بـ26 سؤال تم تقسيمه على محورين أساسيين (ريادة الأعمال الرقمية)، (الخدمات الإلكترونية) يعكسان الهدف الأساسي لموضوع الدراسة.

¹- نفس المرجع السابق، ص 161.

المطلب الثاني: نموذج الدراسة واعتدالية التوزيع الطبيعي

يتناول هذا المطلب التعريف بمتغيرات الدراسة ووضع نموذج يوضح تلك المتغيرات ومختلف الفرضيات، بالإضافة إلى توضيح الأدوات الإحصائية المستخدمة واختيار اعتدالية التوزيع الطبيعي للتعرف على طبيعة الاختبارات التي تم استعمالها في الدراسة.
أولا نموذج الدراسة:

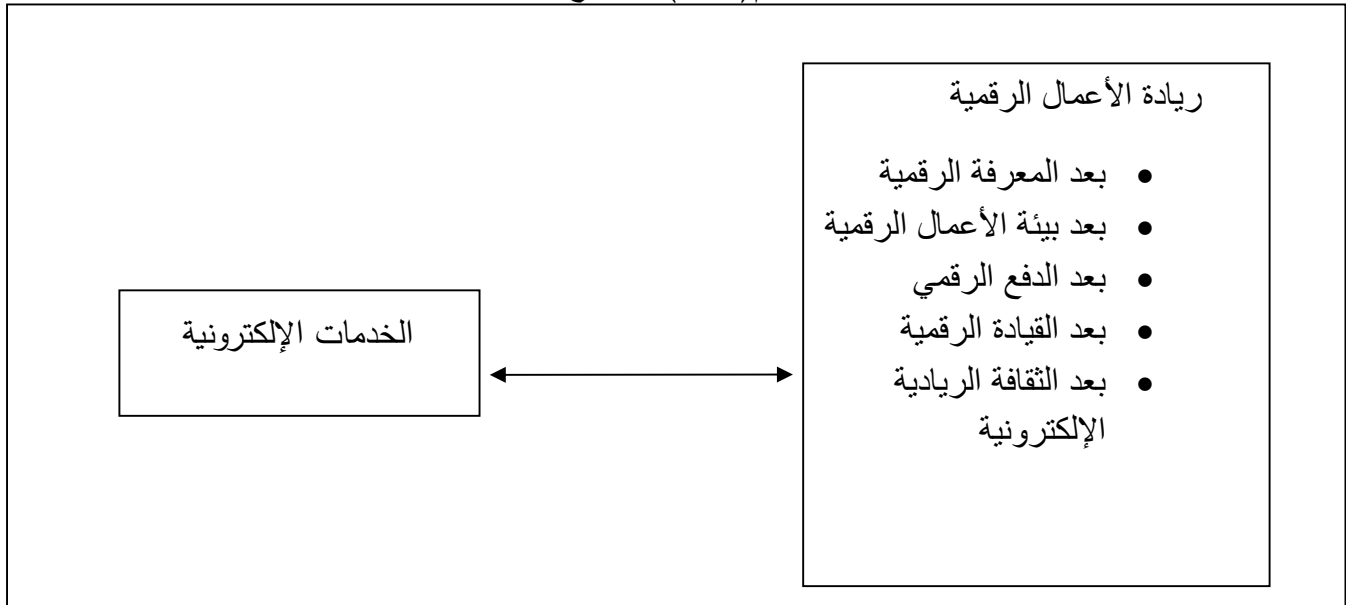
تتمثل دراسة البحث في دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات اتصالات الجزائر، وبالتالي فهي تشمل على المتغيرات التالية:

- المتغير المستقل: ريادة الأعمال الرقمية، وتم التعبير عنها بـ X.

- المتغير التابع: الخدمات الإلكترونية، تم التعبير عنها بـ Y.

يمكن تمثيل متغيرات في شكل يوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة وتأثير الاختلافات في المتغيرات على كل من الخدمات الإلكترونية وريادة الأعمال الرقمية

الشكل رقم (2-2): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات الواردة في الفصل النظري

ثانيا: الأدوات الإحصائية المستعملة

يعتمد الباحث على الطرق الإحصائية، حتى يتمكن من وصف متغيرات الدراسة وتحديد نوعية العلاقة الموجودة بينها وقد تم جمع البيانات الموزعة وترميزها بإدخال البيانات بالحاسوب الآلي باستخدام

برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث تضمنت المعالجة الإحصائية ما يلي¹:

1. التكرارات والنسب المئوية: حيث استخدمت في وصف خصائص عينة الدراسة، ولتحديد الاستجابة اتجاه محاور أداة الدراسة، وتحسب بالقانون الموالي:

النسبة المئوية = (تكرار المجموعة × 100) / المجموع الكلي للمتغيرات.

2. معامل ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) ألفا كرونباخ: تم استخدامه لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة و يعبر عنه بالمعادلة الآتية:

$$A = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum vi}{vt} \right)^a$$

a : يمثل ألفا كرونباخ

n : يمثل عدد الاسئلة

VT : يمثل التباين في مجموع المحاور الإستبيان.

Vi : يمثل التباين لأسئلة المحاور

3- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: تم حسابها لتحديد استجابات أفراد المؤسسة نحو محاور وأسئلة أداة الدراسة، أما الانحراف المعياري عبارة عن مؤشر إحصائي يقيس مدة التشتت في التغيرات، ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

$$\delta = \frac{\sqrt{\sum (Xi - \bar{X})^2}}{N}$$

4- معامل ارتباط بيرسون: تم استخدامه لتحديد مدى ارتباط متغيرات الدراسة بعضها، وتم حسابها انطلاقا من برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

5- الانحدار البسيط (Liner Régression): يستخدم هذا الاختبار بشكل أساسي لدراسة العلاقة السببية بين متغيران كميّين أحدهما مستقل والآخر تابع ويستخدم كذلك للتنبؤ بقيم المتغير التابع نتيجة السببية بين متغيران كميّين أحدهما مستقل والآخر تابع ويستخدم كذلك للتنبؤ بقيم المتغير التابع نتيجة التغير الحاصل في المتغير المستقل، ولبناء نموذج رياضي يقوم على التنبؤ باستخدام الانحدار الخطي البسيط فلا بد من

¹ - عبد الله إبراهيم الفقي، الإحصاء التطبيقي باستخدام برنامج Spss، دار الفقاقة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، ص: 95-142.

رسم الانحدار للوصول إلى معادلة الانحدار وعبر عنها بالمعادلة التالية:

حيث أن β : تمثل انحدار الخط المستقيم (ميله)، ونعني به معدل التغير في المتغير Y عندما تتغير قيمة المتغير المستقل X .

α : تمثل معامل التقاطع (ثابت المعادلة).

6- إختبار T-test: يتم الإعتماد عليه لإختبار الفرضيات عند مستوى الدلالة $\text{sig}(a) \leq 0.05$ ، والذي يدل على أن إحتمال الخطأ المسموح به يكون في حدود 5% ما يعكس مجال الثقة بنسبة 95%.

وقد تم قياس متغيرات الدراسة باستخدام مقياس ديكارت الخماسي وتم منح درجة موافقة لكل عبارات

المتغير المستقل والتابع كما يلي:

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	غير موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على المعلومات السابقة.

ثالثا: اختبار اعتدالية التوزيع الطبيعي

تم اختبار مدى اعتدالية التوزيع، حيث إن العينة المدروسة من المجتمع تتبع التوزيع الطبيعي، وذلك قبل اختبار نموذج البحث ودراسة العلاقة بين متغيراته، بهدف التعرف أولا على طبيعة الاختبارات التي ستطبق في الدراسة. فبالنسبة لتوزيع البيانات كما هو موضح بالجدول أسفله، فهي موزعة توزيعا طبيعيا، بحيث أن معامل الالتواء Skewness محصور بين -3 و3، وهذا مقبول، وكذلك معامل التفلطح Kurtosis أقل من 7، وهذا استنادا إلى دراسة في تحديد المجال المسموح به للالتواء والتفلطح لاعتبار البيانات تتبع التوزيع الطبيعي¹، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (2-8): نتائج اختبار Skewness & Kurtosis

المحور	Skewness	Kurtosis
ريادة الأعمال الرقمية	-0.574	0.030
الخدمات	-0.828	1.205

المصدر: بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS.

¹Qing Cao, Shad Dowlatsahi, **The impact of alignment between virtual enterprise and information technology on business performance in an agile manufacturing environment**, Journal of Operations Management 23 (2005) 531-550.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه، يمكن القول أن متغيري الدراسة يتبعان التوزيع الطبيعي، حيث أن قيم معامل الالتواء Skewness لهما محصورة بين -3 و3، وأن قيم معامل التقلطح Kurtosis لهما أقل من 7.

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات أداة الدراسة أنها تعطي نفس النتيجة في حالة إعادة توزيعها أكثر من مرة في نفس الظروف والشروط.

- 1. الصدق الظاهري:** تم التأكد من الصدق الظاهري لأداء الدراسة بعرض استمارة الاستبانة على مجموعة من الأساتذة لتحكيمها، وإبداء آرائهم حول مدى وضوح عباراتها ومدى ملائمة كل عبارة للبعد الذي تنتمي إليه والمحور ككل، ومدى تغطية العبارات لكل محور من محاور متغيرات الدراسة، واقتراح ما يروونه ضرورياً في تعديل، حذف وإضافة عبارات أخرى.
- 2. الاتساق الداخلي لأداة الدراسة:** يتم التعرف على درجة الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية الاستبانة. حيث يمكن القول إن الاستبانة يتمتع بدرجة عالية من الصدق إذا كان معامل الارتباط قوياً ودالاً معنوياً ويمكن تجزئته كما يلي:

	علاقة ضعيفة
	علاقة متوسطة
	علاقة قوية

الجدول رقم (2-9): معاملات الارتباط بين محاور الدراسة

المحاور	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الخدمات	.937**	0.000
ريادة الأعمال الرقمية	.948**	0.000
** دال عند مستوى 0.01 2-tailed		

المصدر: بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS.

تبين معاملات الارتباط بالجدول أعلاه أن العلاقة بين معاملات محور الخدمات ومحور ريادة الأعمال الرقمية مع المحور الإجمالي لفقرات استبانة الدراسة هي علاقة طردية قوية، لأن معاملات قدرت بالقيمتين 0.937 و 0.948 على الترتيب وهي قريبة جدا من الواحد 1، كما أنها دالة إحصائيا عند 0.01؛ وبالتالي يمكن القول إن أداة الدراسة تتمتع بالصدق والاتساق الداخلي وكذا الصدق الظاهري.

- ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة كان من الضروري إجراء اختبار **Cronbach's Alpha**، كما هو ممثل في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-10): نتيجة اختبار Cronbach's Alpha

معامل الصدق	معامل الثبات	عدد العبارات	الاستبانة ككل
0.967	0.934	26	

المصدر: بالاعتماد على نتائج SPSS.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (10) يتضح أن قيمة α للاستبيان بلغت 0.934 أي بنسبة 93.4% تقريبا وهي أعلى من 60% وهذا يعكس ثبات الاستبانة، وبلغت قيمة معامل الصدق 0.967 وكقيمة مرتفعة وقريبة من الواحد 1، وبالتالي نكون قد تأكدنا من صدق وثبات الاستبانة وعليه فإن هذا المقياس ثابت بالنسبة للمبحوثين، أي أنهم يفهمون بنوده بنفس الطريقة وكما قصدتها الطالبتين، ومنه يمكن اعتماده لكون نسبة تحقيق نفس النتائج لو أعيد تطبيقه مرة أخرى تقدر ب: 93.4%.

المبحث الثالث: تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة

بعد وصف أداة الدراسة والتأكد كم صلاحيتها للبحث، تم عرض البيانات الشخصية لأفراد العينة وكذلك تحليل نتائج إجاباتهم، كما تم اختبار فرضيات الدراسة والتوصل إلى قبولها أو رفضها، بالاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة، للتوصل في الأخير إلى الحكم على طبيعة ودلالة العلاقة بين المتغير التابع والمستقل.

المطلب الأول: دراسة وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة:

تم في هذا المطلب معالجة نتائج التحليل الإحصائي للبيانات الشخصية بأنواعها، وكذا معالجة نتائج المحورين اللذان يعكسان المتغير التابع والمستقل، وذلك باستخدام مختلف الأدوات الإحصائية.

أولا: وصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة:

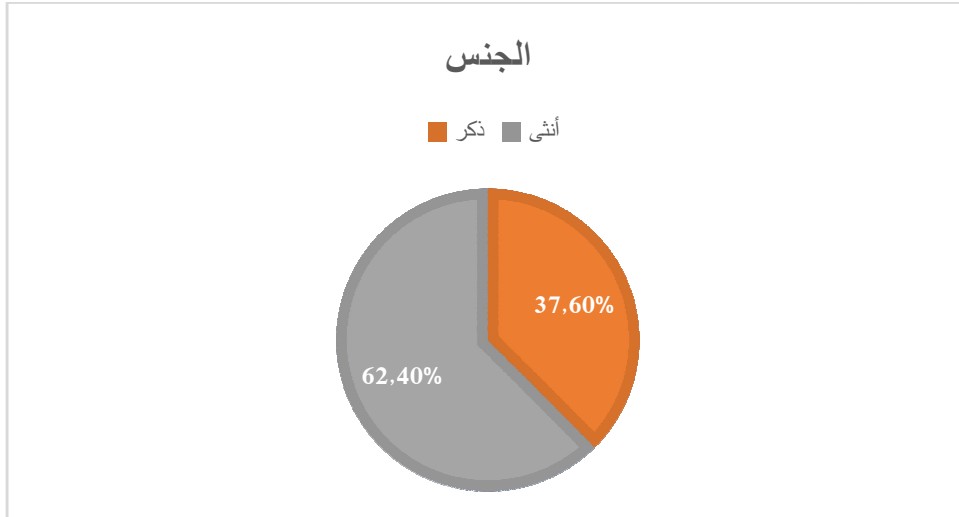
1. الجنس:

الجدول رقم (2-11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة%	التكرار	الجنس
37.6	135	ذكر
62.4	224	أنثى
100	359	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبانة

الشكل رقم (2-3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة

يظهر من البيانات الموجودة في الجدول رقم (11) والشكل رقم (3) أن نسبة الإناث في العينة تبلغ 62.40%، بينما تشكل الذكور 37.60% من مجموع أفراد العينة.

2. السن

الجدول رقم (2-12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن

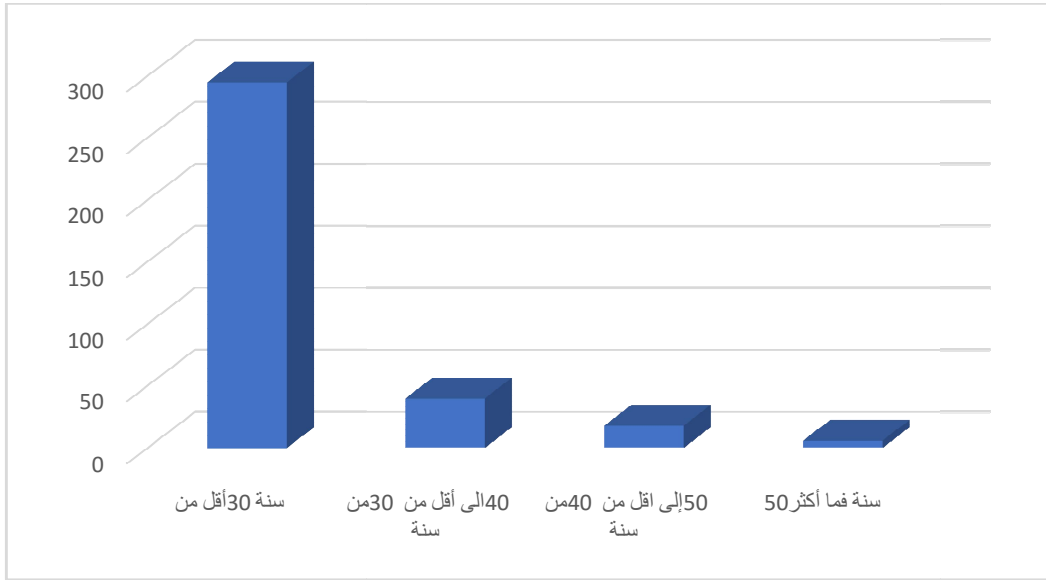
النسبة%	التكرار	السن
82.2	295	أقل من 30 سنة
11.1	40	من 30 الى أقل من 40 سنة

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

5.0	18	من 40 إلى أقل من 50 سنة
1.7	6	50 سنة فما أكثر
100	359	المجموع

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

الشكل رقم (2-4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن



المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبانة

يبين الجدول رقم (11) والشكل رقم (4) توزيع أعمار أفراد العينة، حيث تشكل الفئة العمرية التي تقل عن 30 سنة 82% من العينة، وتشكل الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 سنة 11.1% من العينة، في حين تشكل الفئة العمرية من 40 إلى أقل من 50 سنة 5% من العينة، وتشكل الفئة العمرية التي تبلغ 50 سنة فما فوق 1.7% من العينة.

المستوى الوظيفي:

الجدول رقم (2-13): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي

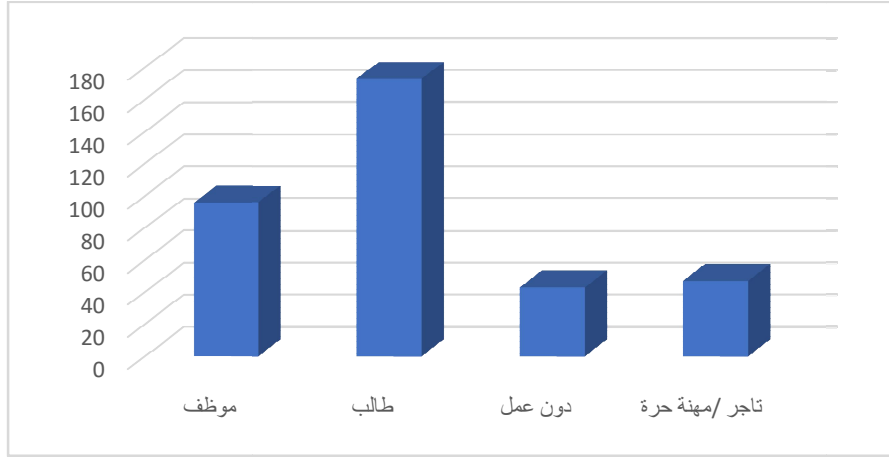
النسبة %	التكرار	المستوى الوظيفي
26.7	96	موظف
48.2	173	طالب

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول زيادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

12.0	43	دون عمل
13.1	47	مهنة حرة / تاجر
100	359	المجموع

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

الشكل رقم (2-5): توزيع أفراد الدراسة حسب المستوى الوظيفي



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

يظهر من البيانات الموجودة في الجدول رقم (13) والشكل رقم (5) توزيع أفراد العينة حسب مستوى التعليم، حيث يملك 23.3% منهم مستوى تعليماً ثانوياً، ويملك 26.7% منهم مستوى ليسانس، في حين يملك 30% منهم مستوى جامعيًا، وتشكل نسبة 20% منهم أصحاب مستويات أخرى.

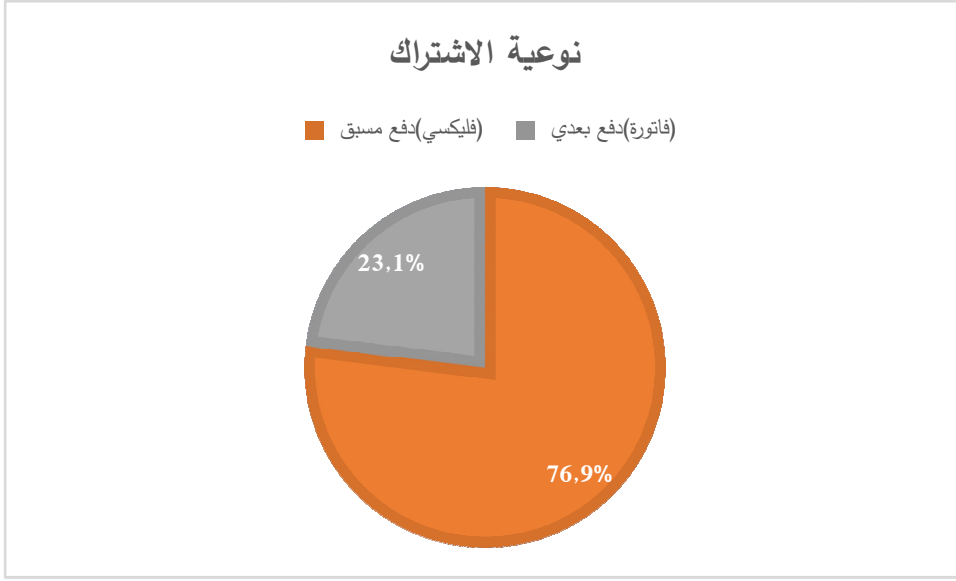
3- نوعية الاشتراك:

الجدول رقم (2-14): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوعية الاشتراك

النسبة	التكرار	نوع الاشتراك
76.9	276	دفع مسبق (فليكسي)
23.1	83	دفع بعدي (فاتورة)
100	359	المجموع

لمصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

الشكل رقم (2-6): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوعية الاشتراك



المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

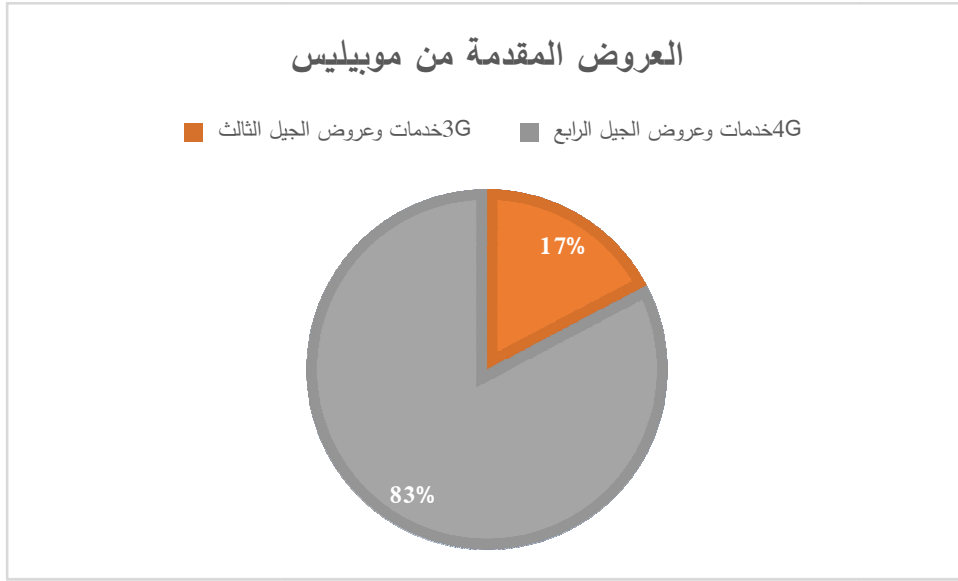
يظهر من البيانات الموجودة في الجدول رقم (14) والشكل رقم (6) توزيع أفراد العينة حسب نوعية الاشتراك، حيث يشترك 76.9% منهم على في خدمة الدفع المسبق (فليكسي)، ويشترك 23.1% منهم في خدمة الدفع البعدي (فاتورة).
العروض المقدمة من موبيليس:

الجدول رقم (2-15): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العروض المقدمة من موبيليس

النسبة %	التكرار	العروض المقدمة من موبيليس
17.3	62	خدمات وعروض الجيل الثالث G3
82.7	297	خدمات وعروض الجيل الرابع G4
100	359	المجموع

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

الشكل رقم(2-7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العروض المقدمة من موبيليس



المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

يظهر من البيانات الموجودة في الجدول رقم (15) والشكل رقم (7) توزيع أفراد العينة حسب العروض المقدمة لهم من موبيليس، حيث يستفيد 17.3% منهم من خدمات وعروض الجيل الثالث G3، ويستفيد 87.2% منهم من خدمات وعروض الجيل الرابع 4G.

ثانيا: دراسة وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة

بعد ترميز وتفرغ البيانات باستخدام برنامج SPSS V28، سيتم التعامل مع قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة على النحو التالي: (≥ 3.68 ، مستوى تقييم مرتفع)، (من 2.34 إلى 3.67، مستوى تقييم متوسط)، (≤ 2.33 ، مستوى تقييم منخفض)، وذلك وفقاً للمعادلة التالية: (القيمة العليا - القيمة الدنيا) \div عدد المستويات؛ أي: ($5 - 1$) $\div 3 = 1.33$ وهذه القيمة هي طول الفئة، وبذلك يكون:

- مستوى تقييم منخفض: $1 + 1.33 = 2.33 \leq$.

- مستوى تقييم متوسط: $2.34 + 1.33 = 3.67$ ، أي من 2.34 إلى 3.67.

- مستوى تقييم مرتفع: من 3.68 إلى 5.

تحليل البيانات المتعلقة بتقييم محور ريادة الأعمال الرقمية:

الجدول رقم (2-16): تقييم إجابات أفراد العينة حول محور ريادة الأعمال الرقمية

مستوى التقييم	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
متوسط	1	1.112	3.23	1.تستخدم الوكالة التكنولوجيا الحديثة بشكل فعال
متوسط	2	1.053	3.17	2.يتمتع موظفي الوكالة موبيليس تنبسة بمهارات رقمية جيدة
متوسط	3	1.112	3.04	3.تقدم الوكالة موبيليس تنبسة خدمات رقمية متطورة
متوسط	/	0.907	3,14	بعد المعرفة الرقمية
متوسط	5	1.137	3.36	4.تساعدني صفحات الوكالة موبيليس تنبسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إيجاد عروض جيدة
متوسط	11	1.166	3.21	5.تثق بالعروض والخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوكالة لأنها تلبي لك احتياجاتك
متوسط	12	1.162	3.09	6.عروض الوكالة موبيليس تنبسة على صفحات ومواقع التواصل الاجتماعي تثير اهتمامك بسبب تنافسيتها في الأسعار
متوسط	/	0,921	3,22	بعد بيئة الأعمال الرقمية
متوسط	9	1.092	3.25	7.تحفزك أسعار عروض الدفع المسبق والبعدي للوكالة تنبسة للاشتراك بها
متوسط	1	1.012	3.55	8.توفر الوكالة خيارات الدفع الإلكتروني لزيائن
متوسط	3	1.058	3.45	9.تشجع الوكالة على استخدام المنصات المصرفية عبر الأنترنت
متوسط	/	0,881	3,41	بعد الدفع الرقمي
متوسط	2	0.990	3.46	10.تشجع الوكالة موبيليس تنبسة على تنمية المهارات الرقمية

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

والإلكترونية بين موظفيها				
متوسط	7	1.047	3.31	11.تعمل الوكالة موبيليس تبسة على تطوير مهارات قيادة رقمية لدى موظفيها
متوسط	6	1.058	3.36	12.تستخدم الوكالة موبيليس تبسة أجهزة رقمية حديثة في عملها
متوسط	/	0,836	3,37	بعد القيادة الرقمية
متوسط	8	1.022	3.29	13.تشجع الوكالة موبيليس تبسة الإبداع والابتكار الإلكتروني بين موظفيها
متوسط	4	1.077	3.41	14.تحتترم وكالة موبيليس تبسة الثقافة المحلية وتعمل على دمجها في خدماتها
متوسط	10	1.146	3.23	15.يتمتع موظفو وكالة موبيليس تبسة بروح ريادية وحماس للعمل
متوسط	/	0,840	3,31	بعد الثقافة الريادية الإلكتروني
متوسط	/	0.713	3.29	محور ريادة الأعمال الرقمية

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

وفقا للجدول أعلاه وبالنسبة للعبارة الأولى "تستخدم الوكالة التكنولوجيا الحديثة بشكل فعال"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.23، والانحراف المعياري هو 1.112، والرتبة هي 1، ومستوى التقييم هو متوسط. هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الوكالة تستخدم التكنولوجيا الحديثة بشكل فعال كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الثانية "يتمتع موظفو الوكالة بمهارات رقمية جيدة"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.17 والانحراف المعياري هو 1.053، والرتبة هي 2، ومستوى التقييم هو متوسط وهذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن موظفو الوكالة يتمتعون بمهارات رقمية جيدة وكما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الثالثة "تقدم الوكالة خدمات رقمية متطورة"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.04، والانحراف المعياري هو 1.112، والرتبة هي 3، ومستوى التقييم هو متوسط وهذا يعني أن معظم المشاركين

في الدراسة يرون أن الوكالة تقدم خدمات رقمية متطورة، كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

وبالنسبة ل**بعد المعرفة الرقمية**، فإن المتوسط الحسابي هو 3,14، والانحراف المعياري هو 0.907، ومستوى التقييم هو متوسط وهذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن بعد المعرفة الرقمية مطبق بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة لل**عبارة الرابعة** "تساعدني صفحات الوكالة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إيجاد عروض جيدة"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.36، والانحراف المعياري هو 1.137، والرتبة هي 5، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن صفحات الوكالة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساعدهم على إيجاد عروض جيدة كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة لل**عبارة الخامسة** "تثق بالعروض والخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوكالة لأنها تلبي لك احتياجاتك"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.21، والانحراف المعياري هو 1.166، والرتبة هي 11، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أنهم يثقون بالعروض والخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوكالة لأنها تلبي احتياجاتهم كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة لل**عبارة السادسة** "عروض الوكالة على صفحات ومواقع التواصل الاجتماعي تثير اهتمامك بسبب تنافسيتها في الأسعار"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.09، والانحراف المعياري هو 1.162، والرتبة هي 12، ومستوى التقييم هو متوسط. هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن عروض الوكالة على صفحات ومواقع التواصل الاجتماعي تثير اهتمامهم بسبب تنافسيتها في الأسعار. كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

وبالنسبة ل**بعد بيئة الأعمال الرقمية**، فإن المتوسط الحسابي هو 3,22، والانحراف المعياري هو 0,921، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن بعد بيئة الأعمال الرقمية مطبق بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة لل**عبارة السابعة** "تحفزك أسعار عروض الدفع المسبق والبعدي للوكالة تبسة للاشتراك بها"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.25، والانحراف المعياري هو 1.092، والرتبة هي 9، ومستوى التقييم هو متوسط

هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن أسعار عروض الدفع المسبق والبعدي للوكالة تحفزهم للاشتراك بها كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الثامنة "توفر الوكالة خيارات الدفع الإلكتروني لزيائن"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.55، والانحراف المعياري هو 1.012، والرتبة هي 1، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الوكالة توفر خيارات الدفع الإلكتروني لزيائن كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة التاسعة "تشجع الوكالة على استخدام المنصات المصرفية عبر الانترنت"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.45، والانحراف المعياري هو 1.058، والرتبة هي 3، ومستوى التقييم هو متوسط. هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الوكالة تشجع على استخدام المنصات المصرفية عبر الانترنت. كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

وبالنسبة لبعد الدفع الرقمي فإن المتوسط الحسابي هو 3,41 والانحراف المعياري هو 0,881، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن بعد بيئة الأعمال الرقمية مطبق بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة العاشرة "تشجع الوكالة على تنمية المهارات الرقمية والإلكترونية بين موظفيها"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.46، والانحراف المعياري هو 0.990، والرتبة هي 2، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الوكالة تشجع على تنمية المهارات الرقمية والإلكترونية بين موظفيها كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الحادية عشرة "تعمل الوكالة على تطوير مهارات قيادة رقمية لدى موظفيها"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.31، والانحراف المعياري هو 1.047، والرتبة هي 7، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الوكالة تعمل على تطوير مهارات قيادة رقمية لدى موظفيها كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الثانية عشرة "تستخدم الوكالة أجهزة رقمية حديثة في عملها"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.36، والانحراف المعياري هو 1.058، والرتبة هي 6، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الوكالة تستخدم أجهزة رقمية حديثة في عملها كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

وبالنسبة ل**بعد القيادة الرقمية**، فإن المتوسط الحسابي هو 3.37 والانحراف المعياري هو 0.836، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن بعد بيئة الأعمال الرقمية مطبق بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة لل**عبارة الثالثة عشرة** "تشجع الوكالة الإبداع والابتكار الإلكتروني بين موظفيها"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.29، والانحراف المعياري هو 1.022، والرتبة هي 8، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الوكالة تشجع الإبداع والابتكار الإلكتروني بين موظفيه كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة لل**عبارة الرابعة عشرة** "تحتزم الوكالة الثقافة المحلية وتعمل على دمجها في خدماتها"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.41، والانحراف المعياري هو 1.077، والرتبة هي 4، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الوكالة تحتزم الثقافة المحلية وتعمل على دمجها في خدماتها كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة لل**عبارة الخامسة عشرة** "يتمتع موظفو الوكالة بروح ريادية وحماس للعمل"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.23، والانحراف المعياري هو 1.146، والرتبة هي 10، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن موظفو الوكالة يتمتعون بروح ريادية وحماس للعمل. كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

وبالنسبة ل**بعد الثقافة الريادية الإلكترونية**، فإن المتوسط الحسابي هو 3.31، والانحراف المعياري هو 0.840، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن بعد بيئة الأعمال الرقمية مطبق بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

وبشكل إجمالي وبالنسبة ل**محور ريادة الأعمال الرقمية**، فإن المتوسط الحسابي هو 3.29، والانحراف المعياري هو 0.713، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن محور ريادة الأعمال الرقمية مطبق بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

تحليل البيانات المتعلقة بتقييم محور الخدمات:

الجدول رقم (2-17): تقييم إجابات أفراد العينة حول محور الخدمات

مستوى التقييم	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
متوسط	10	1.072	3.26	16.تساهم الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر وسائل التواصل الحديثة في زيادة ثقتي بالوكالة
متوسط	9	1.102	3.27	17.تحفزك العروض المقدمة عبر القنوات ومواقع التواصل على الشراء وتجعلني وفيا للعلامة
متوسط	2	0.986	3.49	18.يساهم التصفح عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للوكالة لدي
متوسط	1	1.023	3.55	19.تقلص الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوكالة عبر موقعها الإلكتروني أو الرسائل النصية القصيرة من نفقات التنقل للاستفسار التقليدي
متوسط	11	1.145	3.14	20.أسعد بتحميل التطبيقات التي تقدمها الوكالة عبر موقعها الإلكتروني
متوسط	4	1.048	3.42	21.تساعدني صفحات الوكالة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إيجاد عروض جيدة
متوسط	3	0.988	3.48	22.يقدم الموقع الإلكتروني للوكالة معلومات واضحة وشفافة على العروض والخدمات المقدمة
متوسط	7	1.077	3.31	23.أجمع المعلومات التي أريدها حول الوكالة من خلال التصفح الإلكتروني لمنصاتها الإلكترونية ومواقعها
متوسط	8	1.137	3.27	24.أشعر بالرضا عن الخدمات والعروض الإلكترونية المقدمة من طرف الوكالة

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

متوسط	5	1.110	3.36	25.نجحت الوكالة في تواصلها مع زبائنها عن بُعد بفضل التطورات التكنولوجية والمهارات
متوسط	12	1.282	2.99	26.ترغب بتغيير المتعامل موبيليس
متوسط	/	0.683	3.32	الخدمات

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

بالنسبة للعبارة السادسة عشر "تساهم الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر وسائل التواصل الحديثة في زيادة ثقتي بالوكالة"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.26، والانحراف المعياري هو 1.072، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر وسائل التواصل الحديثة تساهم في زيادة ثقتهم بالوكالة بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة السابعة عشر "تحفزك العروض المقدمة عبر القنوات ومواقع التواصل على الشراء وتجعلني وفيًا للعلامة"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.27، والانحراف المعياري هو 1.102، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن العروض المقدمة عبر القنوات ومواقع التواصل تحفزهم على الشراء وتجعلهم وفيين للعلامة بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الثامنة عشر "يساهم التصفح عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للوكالة لدي"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.49، والانحراف المعياري هو 0.986، ومستوى التقييم هو متوسط. هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن التصفح عبر شبكات التواصل الاجتماعي يساهم في تحسين الصورة الذهنية للوكالة لديهم بشكل متوسط. كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة التاسعة عشر "تقلص الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوكالة عبر موقعها الإلكتروني أو الرسائل النصية القصيرة من نفقات التنقل للاستفسار التقليدي"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.55، والانحراف المعياري هو 1.023، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوكالة عبر موقعها الإلكتروني أو الرسائل النصية القصيرة تقلص من نفقات التنقل للاستفسار التقليدي بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة العشرين "أسعد بتحميل التطبيقات التي تقدمها الوكالة عبر موقعها الإلكتروني"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.14، والانحراف المعياري هو 1.145، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يشعرون بالسعادة عند تحميل التطبيقات التي تقدمها الوكالة عبر موقعها الإلكتروني بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الواحد والعشرين "تساعدني صفحات الوكالة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إيجاد عروض جيدة"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.42، والانحراف المعياري هو 1.048، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن صفحات الوكالة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساعدهم على إيجاد عروض جيدة بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الثانية والعشرين "يقدم الموقع الإلكتروني للوكالة معلومات واضحة وشفافة على العروض والخدمات المقدمة"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.48، والانحراف المعياري هو 0.988، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الموقع الإلكتروني للوكالة يقدم معلومات واضحة وشفافة على العروض والخدمات المقدمة بشكل متوسط. كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الثالثة والعشرين "أجمع المعلومات التي أريدها حول الوكالة من خلال التصفح الإلكتروني لمنصاتها الإلكترونية ومواقعها"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.31، والانحراف المعياري هو 1.077، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يجمعون المعلومات التي يريدونها حول الوكالة من خلال التصفح الإلكتروني لمنصاتها الإلكترونية ومواقعها بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الرابعة والعشرين "أشعر بالرضا عن الخدمات والعروض الإلكترونية المقدمة من طرف الوكالة"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.27، والانحراف المعياري هو 1.137، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يشعرون بالرضا عن الخدمات والعروض الإلكترونية المقدمة من طرف الوكالة بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة الخامسة والعشرون "نجحت الوكالة في تواصلها مع زبائننا عن بُعد بفضل التطورات التكنولوجية والمهارات"، فإن المتوسط الحسابي هو 3.36، والانحراف المعياري هو 1.110، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أن الوكالة نجحت في تواصلها مع زبائننا عن

بُعد بفضل التطورات التكنولوجية والمهارات بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

بالنسبة للعبارة السادسة والعشرين "ترغب بتغيير المتعامل موبيليس"، فإن المتوسط الحسابي هو 2.99، والانحراف المعياري هو 1.282، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يرون أنهم يرغبون في تغيير المتعامل موبيليس بشكل متوسط كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

وبالنسبة لمحور الخدمات، فإن المتوسط الحسابي هو 3.32، والانحراف المعياري هو 0.683، ومستوى التقييم هو متوسط هذا يعني أن معظم المشاركين في الدراسة يوافقون بشكل متوسط عما جاء في عبارات هذا المحور كما يشير الانحراف المعياري إلى أن هناك تبايناً في آراء المشاركين.

اختبار التعددية الخطية:

قبل إجراء اختبار الفرضيات لابد من التأكد من ملائمة البيانات لتحليل الانحدار، ويتم ذلك من خلال اختبار التعددية الخطية بين المتغيرات الفرعية المستقلة، حيث يجب أن يكون معامل تضخم التباين VIF أقل من 3، وقيمة التباين المسموح به أكبر من 0.05، والجدول (2-18) يوضح ذلك:

الجدول (2-18): اختبار التعددية الخطية

المتغيرات المستقلة	التباين المسموح Tolerance	معامل تضخم التباين VIF
بعد المعرفة الرقمية	0.506	1.977
بعد بيئة الأعمال الرقمية	0.513	1.949
بعد الدفع الرقمي	0.507	1.971
بعد القيادة الرقمية	0.402	2.486
بعد ثقافة ريادة الإلكترونية	0.418	2.393

المصدر: بالاعتماد على نتائج SPSS.

يتضح من خلال الجدول رقم (18) أن قيمة معامل تضخم التباين لجميع المتغيرات المستقلة أقل من 3، كما أن قيمة التباين المسموح كانت أكبر من 0.05، ومنه نستنتج عدم وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة وأن البيانات ملائمة لاختبار الانحدار.

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية على أنه:

H_0 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال الرقمية على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة- عند مستوى دلالة $0.05 \leq \alpha$.

H_1 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال الرقمية على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة- عند مستوى دلالة $0.05 \leq \alpha$.

لاختبار الفرضية الرئيسية تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وهو نموذج خطي إحصائي يقوم بتقدير العلاقة التي ترتبط بين متغير كمي واحد وهو المتغير التابع (الخدمات) مع متغير كمي آخر وهو المتغير المستقل (ريادة الأعمال الرقمية)، وينتج عن هذا النموذج معادلة إحصائية خطية يمكن استخدامها لتفسير العلاقة بين المتغيرين أو تقدير قيمة المتغير التابع عند معرفة قيمة المتغير المستقل.

جدول رقم (2-19): يوضح نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الرئيسية

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	109.963	1	109.963	686.684	0.000
الخطأ	57.169	357	160		
الإجمالي	167.131	358			
المتغير	B	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	0.764	0.100		7.647	0.000
ريادة الأعمال الرقمية	0.777	0.030	0.811	26.205	0.000

معامل الارتباط: **0.811** معامل التحديد: **0.658** المتغير التابع: الخدمات المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن صلاحية النموذج لاختبار الفرضية قائمة استناداً إلى قيمة F المحسوبة والبالغة 686.684 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$ ويتضح من

نفس الجدول أن معامل الارتباط بين المتغيرين (ريادة الأعمال الرقمية والخدمات) بقيمة 81.1% والذي يعكس علاقة طردية وقوية، كما نلاحظ أن معامل التحديد يساوي 0.658 وهذا يعني أن 65.8% من التباين الحاصل في الخدمات يعود إلى تغيرات حاصلة في ريادة الأعمال الرقمية، والبقية ترجع لعوامل أخرى، كما بلغت قيمة t المحسوبة 26.205 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، وبلغت قيمة معامل β 0.811.

وبما أن مستوى الدلالة قدر بـ 0.000 أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، فإنه يتم رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال الرقمية على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة- عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$. ويمكن التوصل إلى معادلة الانحدار كالتالي:

$$y = 0.764 + 0.811x$$

ثانيا: اختبارات الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى

- اختبار الفرضية الفرعية الأولى

تنص الفرضية الفرعية رقم 1.1 على أنه:

H_0 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد المعرفة الرقمية على تحسين خدمات قطاع اتصالات

الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الرقمية على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر -

الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار الفرضية الفرعية رقم 1.1 تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين بعد جزئي من

المتغير المستقل (المعرفة الرقمية) مع المتغير التابع (الخدمات).

جدول رقم (2-20): نتائج نموذج الانحدار البسيط

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	68.807	1	68.807	249.826	0.000
الخطأ	98.325	357	0.275		
الإجمالي	167.131	358			
المتغير	B	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

0.000	18.003		0.100	1.802	الثابت
0.000	15.806	0.642	0.031	0.483	المعرفة الرقمية

معامل الارتباط: **0.642** معامل التحديد: **0.412** المتغير التابع: الخدمات

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن صلاحية النموذج لاختبار الفرضية قائمة استنادًا إلى قيمة F المحسوبة والبالغة 249.826 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ويتضح من نفس الجدول أن معامل الارتباط بين المتغيرين (المعرفة الرقمية والخدمات) بقيمة 64.2% والذي يعكس علاقة طردية ومتوسطة، كما نلاحظ أن معامل التحديد يساوي 0.412 وهذا يعني أن 41.2% من التباين الحاصل في الخدمات يعود إلى تغيرات حاصلة في المعرفة الرقمية، والبقية ترجع لعوامل أخرى، كما بلغت قيمة t المحسوبة 15.806 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، وبلغت قيمة معامل β 0.642، وبما أن مستوى الدلالة قدر بـ 0.000 أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، فإنه يتم رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الرقمية على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$. ويمكن التوصل إلى معادلة الانحدار كالتالي:

$$Y = 1.802 + 0.642X$$

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية

تنص الفرضية الفرعية رقم 2.1 على أنه:

H_0 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبيئة الأعمال الرقمية على تحسين خدمات قطاع اتصالات

الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبيئة الأعمال الرقمية على تحسين خدمات قطاع اتصالات

الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار الفرضية الفرعية رقم 2.1 تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين بعد جزئي من

المتغير المستقل (بيئة الأعمال الرقمية) مع المتغير التابع (الخدمات).

جدول رقم (2-21) نتائج نموذج الانحدار البسيط

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

الانحدار	75.356	1	75.356	293.131	.000
الخطأ	91.775	357	0.257		
الإجمالي	167.131	358			
المتغير	B	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	1.718	.097		17.624	0.000
بيئة الأعمال الرقمية	498.	.029	.671	17.121	0.000

معامل الارتباط: 0.671 معامل التحديد: 0.451 المتغير التابع: الخدمات

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن صلاحية النموذج لاختبار الفرضية قائمة استنادًا إلى قيمة F المحسوبة والبالغة 293.131 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ويتضح من نفس الجدول أن معامل الارتباط بين المتغيرين (بيئة الأعمال الرقمية والخدمات) بقيمة 67.1% والذي يعكس علاقة طردية وقوية، كما نلاحظ أن معامل التحديد يساوي 0.451 وهذا يعني أن 45.1% من التباين الحاصل في الخدمات يعود إلى تغيرات حاصلة في بيئة الأعمال الرقمية، والبقية ترجع لعوامل أخرى، كما بلغت قيمة t المحسوبة 17.121 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، وبلغت قيمة معامل β 0.671.

وبما أن مستوى الدلالة قدر بـ 0.000 أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، فإنه يتم رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبيئة الأعمال الرقمية على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$. ويمكن التوصل إلى معادلة الانحدار كالتالي:

$$y = 1.718 + 0.671x$$

- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

والتي تنص الفرضية الفرعية 3.1 على أنه:

H_0 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الدفع الرقمي على تحسين خدمات قطاعات اتصالات

الجزائر الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

H_1 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الدفع الرقمي على تحسين خدمات قطاعات اتصالات الجزائر

الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

لاختبار الفرضية الفرعية رقم 3.1 تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين بعد جزئي منا

لمتغير المستقل (الدفع الرقمي) مع المتغير التابع (الخدمات).

جدول رقم (2-22): يوضح نتائج نموذج الانحدار البسيط

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	71.051	1	71.051	264.000	0.000
الخطأ	96.080	357	0.269		
الإجمالي	167.131	358			
المتغير	B	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	1.465	0.118		12.457	0.000
الدفع الرقمي	0.544	0.033	0.652	16.248	0.000

معامل الارتباط: 0.652 معامل التحديد: 0.425 المتغير التابع: الخدمات

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن صلاحية النموذج لاختبار الفرضية قائمة استنادًا إلى قيمة F المحسوبة والبالغة 264.000 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ويتضح من نفس الجدول أن معامل الارتباط بين المتغيرين (الدفع الرقمي والخدمات) بقيمة 65.2% والذي يعكس علاقة طردية ومتوسطة، كما نلاحظ أن معاملًا لتحديد يساوي 0.425 وهذا يعني أن 42.5% من التباين الحاصل في الخدمات يعود إلى تغيرات حاصلة في الدفع الرقمي، والبقية ترجع لعوامل أخرى، كما بلغت قيمة t المحسوبة 16.248 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، وبلغت قيمة معامل β 0.652.

وبما أن مستوى الدلالة قدره 0.000 أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، فإنه يتم رفض الفرضية العدمية

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

وقبول الفرضية البديلة الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية الدفع الرقمي على تحسين خدمات قطاعات اتصالات الجزائر الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ويمكن التوصل إلى معادلة الانحدار كالآتي:

$$Y=1.465+0.652X$$

- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

تنص الفرضية الفرعية رقم 4.1 على أنه:

H_0 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعث القيادة الرقمية على تحسين خدمات قطاعات اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

H_1 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بعد القيادة الرقمية على تحسين خدمات قطاعات اتصالات الجزائر-الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

لاختبار الفرضية الفرعية رقم 4.1 تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين بعد جزئي من المتغير المستقل (القيادة الرقمية) مع المتغير التابع (الخدمات).

جدول رقم (2-23): يوضح نتائج نموذج الانحدار البسيط

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	75.296	1	75.296	292.705	0.000
الخطأ	91.835	357	0.257		
الإجمالي	167.131	358			
المتغير	B	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	1.472	0.111		13.215	0.000
القيادة الرقمية	0.548	0.031	0.671	17.109	0.000

معامل الارتباط: 0.671 معامل التحديد: 0.451 المتغير التابع: الخدمات

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن صلاحية النموذج لاختبار الفرضية قائمة استنادًا إلى قيمة F المحسوبة والبالغة 292.705 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ويتضح من نفس الجدول أن معامل الارتباط بين المتغيرين (القيادة الرقمية والخدمات) بقيمة 67.1% والذي يعكس علاقة

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

طردية ومتوسطة، كما نلاحظ أن معامل التحديد يساوي 0.451 وهذا يعني أن 45.1% من التباين الحاصل في الخدمات يعود إلى تغيرات حاصلة في القيادة الرقمية، والبقية ترجع لعوامل أخرى، كما بلغت قيمة t المحسوبة 17.109 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، وبلغت قيمة معامل β 0.671.

وبما أن مستوى الدلالة قدر بـ 0.000 أقل من مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$ ، فإنه يتم رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية القيادة الرقمية على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ويمكن التوصل إلى معادلة الانحدار كالتالي:

$$Y=1.472+0.671X$$

- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

تنص الفرضية الفرعية رقم 5.1 على أنه:

H_0 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعث الثقافة الريادية الإلكترونية على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة.

H_1 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية الثقافة الريادية الإلكترونية على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة.

لاختبار الفرضية الفرعية رقم 1.1 تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين بعد جزئي من المتغير المستقل (الثقافة الريادية الإلكترونية) مع المتغير التابع (الخدمات).

جدول رقم (2-24): نتائج نموذج الانحدار البسيط

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	84.456	1	84.456	364.691	0.000
الخطأ	82.675	357	0.232		
الإجمالي	167.131	358			
المتغير	B	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	1.409	0.103		13.636	0.000

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية حول ريادة الاعمال الرقمية ودورها في تحسين خدمات موبيليس

0.000	19.097	0.711	0.030	0.578	الثقافة الريادية الإلكترونية
-------	--------	-------	-------	-------	---------------------------------

معامل الارتباط: 0.711 معامل التحديد: 0.505 المتغير التابع: الخدمات

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن صلاحية النموذج لاختبار الفرضية قائمة استنادًا إلى قيمة F المحسوبة والبالغة 364.691 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ويتضح من نفس الجدول

أن معامل الارتباط بين المتغيرين (الثقافة الريادية الإلكترونية والخدمات) بقيمة 71.1% والذي يعكس علاقة طردية ومتوسطة، كما نلاحظ أن معامل التحديد يساوي 0.505 وهذا يعني أن 50.5% من التباين الحاصل في الخدمات يعود إلى تغيرات حاصلة في الثقافة الريادية الإلكترونية ، والبقية ترجع لعوامل أخرى، كما بلغت قيمة t المحسوبة 19.097 بقيمة احتمالية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، وبلغت قيمة معامل β 0.711.

وبما أن مستوى الدلالة قدر بـ 0.000 أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، فإنه يتم رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للثقافة الريادية الإلكترونية على تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ويمكن التوصل إلى معادلة الانحدار كالاتي :

$$y=1.409+0.578x$$

ثانيا: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى المتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى الوظيفي، العروض المقدمة من موبيليس، نوعية الإشتراك) عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى المتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى الوظيفي، العروض المقدمة من موبيليس، نوعية الإشتراك) عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار صحة الفرضية الرئيسية الثانية تم التحقق من الفرضيات الفرعية المندرجة تحتها كالاتي:

- اختبار الفرضية الفرعية الاولى

تنص الفرضية 1.2 على أنه:

H_0 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور زيادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى المتغيرات الشخصية الجنس عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور زيادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى المتغيرات الشخصية الجنس عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار صحة الفرضية رقم 1.2 تم استعمال اختبار T-test الفروق فd إجابات العينة حسب متغير الجنس الجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (2-25): نتائج اختبار T-test

المحور	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة t	مستوى دلالة one
ريادة الأعمال رقمية	ذكر	135	3.10	-2.851	0.002
	أنثى	224	3.33	/	/
الخدمات	ذكر	135	3.21	-2.462	0.007
	أنثى	224	3.39	/	/

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

يتضح من بيانات الجدول (25) أن متوسط إجابات أفراد العينة حول زيادة الأعمال الرقمية بلغ 3.10 وهو ما يقارب متوسط إجابات أفراد عينة الإناث، كما جاءت نتيجة تـب 2.851- وقيمة احتمالية 0.002 أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ما يعني أنه يوجد فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$. بين متوسطات إجابات أفراد العينة من الذكور والإناث حول محور زيادة الأعمال الرقمية كما يتضح من بيانات نفس الجدول أن متوسط إجابات أفراد العينة من الذكور حول الخدمات بلغ 3.2 وهو ما يقارب متوسط إجابات تـب 2.462- وقيمة احتمالية 0.007 أقل من مستوى دلالة 0.05 ما يعني وجود فرق بين متوسطات إجابات أفراد العينة من ذكور والإناث حول الخدمات.

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية

H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى متغير السن عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.
 H^1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى متغير السن عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.
 لاختبار صحة الفرضية رقم 2 تم استعمال اختبار one way ANOV للفروق في إجابات العينة حسب متغيرات الشخصية.

الجدول رقم (2-26): نتائج اختبار one way ANOVA

المحور	المتغير	قيمة F	مستوى دلالة sig
ريادة الأعمال الرقمية	السن	0.372	0.773
الخدمات	السن	0.305	0.822

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss

يتضح من الجدول أعلاه بالنسبة لمحور ريادة الأعمال الرقمية أن قيمة F لمتغير السن بلغت 0.372 وبقيمة احتمالية 0.773 أكبر من $\alpha \leq 0.05$ ، فهي غير دلالة إحصائيا مما يعني أنه لا يوجد فروق في إجابات أفراد العينة حول محور ريادة الأعمال الرقمية.
 كما يتضح من نفس الجدول أعلاه وبالنسبة لمحور الخدمات أن قيمة F لمتغير السن بلغت 0.305 وبقيمة احتمالية 0.822 أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي فهي غير دلالة إحصائية مما يعني أنه لا يوجد فروق في إجابات أفراد العينة حول محور الخدمات.

- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

H_0 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى متغير المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.
 H^1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور ريادة الأعمال الرقمية

في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى متغير المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة 0.05 $\alpha \leq$.

ولاختبار صحة الفرضية رقم 2-3 تم استعمال اختبار **one way anova** الفروق في إجابات العينة حسب المتغيرات الشخصية .

الجدول رقم (2-27): يوضح نتائج اختبار one way anova

المحور	المتغير	قيمة F	مستوى دلالة sig
ريادة الأعمال الرقمية	المستوى الوظيفي	0.786	0.502
الخدمات	المستوى الوظيفي	1.091	0.353

المصدر: اعتمادا على نتائج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه وبالنسبة لمحور ريادة الأعمال الرقمية أن قيمة F لمتغير المستوى الوظيفي بلغت 0.786 وبقيمة احتمالية أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي فهي غير دالة إحصائيا مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول محور ريادة الأعمال الرقمية .

كما يتضح بنسبة لمحور الخدمات أن قيمة F لمتغير المستوى الوظيفي بلغت 1.091 وبقيمة احتمالية أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي فهي دالة غير إحصائيا مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة لمحور الخدمات

- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى متغير العروض المقدمة من موبيليس عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى العروض المقدمة من موبيليس عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار الفرضية رقم 4.2 تم استعمال اختبار T-test للفروق في إجابات العينة حسب متغير العروض المقدمة من موبيليس.

جدول رقم (2-28): يوضح نتائج اختبار T-test

المحور	المتغير	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة t	مستوى الدلالة one
ريادة الأعمال الرقمية	عروض الجيل 3	62	3.18	-0.695	0.244
	عروض الجيل 4	297	3.25	/	/
الخدمات	عروض الجيل 3	62	3.37	0.605	0.273
	عروض جيل 4	297	3.32	/	/

المصدر: اعتمادا على نتائج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه وبنسبة لمحور لريادة الأعمال الرقمية أن متوسط إجابات أفراد العينة حول متغير العروض المقدمة من موبيليس (عروض جيل ثالث ، عروض الجيل الرابع) حيث بلغ متوسط حساب عروض الجيل الثالث 3.18 وهو ما يقارب متوسط حساب عروض الجيل الرابع كما جاء في قيمة t ب-0.695 وقيمة احتمالية 0.244 أكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ مما يعني أنه لا يوجد فروق في متوسطات إجابات أفراد العينة.

كما يتضح من بيانات نفس الجدول أن متوسط إجابات أفراد العينة بالنسبة لمحور الخدمات أن متوسط إجابات أفراد العينة حول متغير العروض المقدمة من موبيليس (عروض جيل الثالث ، عروض جيل رابع) حيث بلغ متوسط حساب عروض الجيل 3.373 وهو ما يقارب متوسط حساب عروض الجيل 4 كما جاء قيمة. t ب 0.605 وقيمة احتمالية 0.273 أكبر من مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

كما يعني أنه لا توجد فروق بين متوسطات إجابات أفراد العينة حول العروض المقدمة من موبيليس.

- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

تنص الفرضية على ما يلي:

H_0 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى متغير نوعية الاشتراك عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة زبائن موبيليس حول دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر تعزى إلى متغير نوعية الاشتراك عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار صحة الفرضية رقم 5 تم استعمال اختبار T-test للفروق في إجابات العينة حسب متغير نوعية الاشتراك:

الجدول رقم (2-29): يوضح نتائج اختبار T-test

المحور	المتغير	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة t	مستوى الدلالة one
ريادة الأعمال الرقمية	الدفع المسبق	276	3.23	-0.250	0.401
	الدفع البعدي	83	3.26	/	/
الخدمات	الدفع المسبق	276	3.33	-0.03	0.499
	الدفع البعدي	83	3.33	/	/

المصدر: بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه وبنسبة لمحور ريادة الأعمال الرقمية أن متوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول متغير نوعية الاشتراك (دفع مسبق، دفع بعدي) بلغت 3.23 لدفع المسبق وهو ما يقارب متوسط الحسابي لدفع البعدي كما جاء في قيمة t ب -0.250 وقيمة احتمالية 0.401 أكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$. مما يعني أنه لا يوجد فروق بين متوسطات إجابات الأفراد حول نوعية الاشتراك. كما يتضح من البيانات نفس الجدول أعلاه بنسبة لمحور الخدمات أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول متغير نوعية الاشتراك (دفع المسبق ، الدفع البعدي) بلغت 3.33 لدفع المسبق وهو ما يقارب متوسط احتمالية 0.499 أكبر من مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ، مما يعني أنه لا توجد فروق بين متوسطات إجابات الأفراد حول نوعية الاشتراك.

خلاصة الفصل الثاني

تم من خلال هذا الفصل التطرق إلى نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس "تبسة"، ثم تقديم الوكالة التجارية موبيليس "تبسة" من حيث نشأتها وهيكلها التنظيمي، إضافة إلى أهم عروضها وخدماتها المقدمة، ولقد اعتمدنا في جمع البيانات على الاستمارة التي قمنا بتصميمها وفق محورين ريادة الأعمال الرقمية والخدمات الإلكترونية والتي تم توزيعها إلكترونياً على عينة من زبائن وكالة موبيليس، حيث كان هدفنا منها هو الإجابة على إشكالية دراستنا بتطبيقها على الواقع بعد جمع البيانات قمنا بتحليلها باستخدام بعض الأساليب الإحصائية ببرنامج SPSS.

خاتمة

توصلت الدراسة التي قمنا بها إلى أن ريادة الأعمال الرقمية تلعب دوراً حاسماً في تحسين خدمات الاتصالات الرقمية في الجزائر ، أظهرت التغيرات والتطورات التكنولوجية وتقدم البنية التحتية العديد من الجوانب المهمة، ومن بينها مفهوم ريادة الأعمال الرقمية الذي يعد مفهوماً حديثاً ذو أهمية قصوى في الوقت الحالي، لقد ساهمت هذه الريادة الأعمال الرقمية في التحول الرقمي، مما جعل بناء العلاقة بين الأطراف المعنية أمراً يمكن تحقيقه.

وبناءً على ما سبق يتضح لنا أن ريادة الأعمال الرقمية هي جزء لا يتجزأ من التحول الرقمي والتطور في مجال الاتصالات، استهدفت الدراسة تحليل علاقة تطور خدمات الاتصالات في الجزائر من خلال ريادة الأعمال الرقمية، وذلك من خلال الجانبين النظري والتطبيقي تم اختيار وكالة موبيليس كدراسة حالة، وقد أثارت الدراسة مجموعة من التساؤلات وقدمت فرضيات تتعلق بطبيعة العلاقة بين المتغيرات المختلفة وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أسهمت في حل مشكلة الدراسة والإجابة على التساؤلات والفرضيات كما حاولت أيضاً تقديم بعض التوصيات فيما يلي عرض لمختلف النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

النتائج النظرية:

- يمكن أن يؤدي الاستثمار في ريادة الأعمال الرقمية إلى زيادة الابتكار والتحول الرقمي في قطاع الاتصالات في الجزائر. كما يمكن أن يؤدي إلى تعزيز التنافسية وتحسين الجودة والكفاءة في تقديم الخدمات.

- يمكن للشركات الناشئة في مجال الاتصالات الرقمية أن تساعد في تعزيز التواصل والتفاعل بين الأفراد والشركات في الجزائر، وبالتالي تعزيز التجارة الإلكترونية وتحسين النمو الاقتصادي في البلاد.

- إذا تم دعم ريادة الأعمال الرقمية بشكل جيد في الجزائر، يمكن تحقيق فوائد عديدة للمستخدمين والشركات والاقتصاد بشكل عام.

- يمكن أن يؤدي الاستثمار في ريادة الأعمال الرقمية إلى تحسين خدمات الاتصالات في الجزائر بطرق عدة، على سبيل المثال، يمكن للشركات الناشئة في هذا المجال تطوير وحلول جديدة لتقديم خدمات الاتصالات بطريقة أكثر كفاءة وراحة للمستخدمين، وكذلك توفير خيارات جديدة للزبائن وتحسين تجربهم العامة.

النتائج التطبيقية:

- وجود علاقة قوية بين المتغير المستقل (ريادة الأعمال الرقمية) والمتغير التابع (الخدمات الإلكترونية) وذلك انطلاقا من تطورات الحاصلة في قطاع اتصالات الجزائر.
- تلعب ريادة الأعمال الرقمية دورا هاما في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر حيث اشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي وملحوس في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر.
- امتداد تأثير ريادة الأعمال الرقمية في تحسين قطاع اتصالات الجزائر بشكل واسع وغير متعلق بالعوامل الشخصية والظروف الخاصة بالأفراد.
- تمكنت الوكالة التجارية موبيليس تبسة من خلال تطبيقها لريادة الأعمال الرقمية من تحسين التواصل والوصول مع زبائنها.
- الوكالة التجارية موبيليس تبسة تعمل على تقديم خدمات مبتكرة كالدفع الالكتروني وغيرها من الخدمات عبر شبكة الإنترنت.
- أثبتت الدراسة أن الوكالة التجارية موبيليس تبسة استطاعت كسب ثقة زبائنها من خلال استغلالها لوسائل التواصل الحديثة والرقمية.
- تسعى الوكالة دائما لمواكبة التحول الرقمي الحاصل في قطاع اتصالات وتحديث خدماتها من خلال التطورات التكنولوجية الحاصلة واستغلالها للمهارات الرقمية.

توصيات الدراسة:

- تشجيع ريادة الأعمال الرقمية في مجال الاتصالات، وتقديم الدعم المالي والفني للشركات الناشئة في هذا المجال.
- تشجيع التحول الرقمي في الجزائر، وتوفير المزيد من الخدمات الرقمية المتطورة التي تلبي احتياجات المستخدمين.
- تعزيز البنية التحتية للاتصالات في الجزائر، وتحسين جودة الخدمات المقدمة للمستخدمين.
- تشجيع الابتكار في مجال تكنولوجيا الاتصالات، وتقديم الدعم المالي والفني للشركات التي تعمل في هذا المجال.
- تحسين قدرة الموظفين في شركات الاتصالات، وتوفير معلومات دقيقة ومحددة للمستخدمين حول الخدمات المقدمة والأسعار المطبقة.
- تشجيع المنافسة الحرة والعادلة في قطاع الاتصالات، وضمان توفير الخدمات بأسعار معقولة وبجودة عالية.

خاتمة

- تعزيز الشفافية في قطاع الاتصالات، وتوفير معلومات دقيقة ومحدثة للمستخدمين حول الخدمات المقدمة والأسعار المطبقة.
 - تشجيع المنافسة الحرة والعادلة في قطاع الاتصالات، وضمان توفير الخدمات بأسعار معقولة وبجودة عالية.
 - توفير الدعم اللوجستي والتسهيلات اللازمة لريادة الأعمال الرقمية، وتبسيط الإجراءات الإدارية المتبعة في هذا الصدد، مما يساعد على تعزيز الاستثمار في قطاع الاتصالات .
 - تشجيع استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية والانترنت الأشياء في تحسين خدمات اتصالات الجزائر.
 - تعزيز التوعية بأهمية ريادة الأعمال الرقمية في مجال الاتصالات وتشجيع المواهب والمبتكرين على التحول لهذا المجال.
 - تشجيع التعاون بين الحكومة والشركات والمجتمع المدني والأكاديمية لتحسين خدمات الاتصالات في الجزائر ودعم ريادة الأعمال الرقمية في هذا المجال.
- باختصار تعزيز دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات الاتصالات في الجزائر يتطلب توفير الدعم المالي والفني وتحسين البنية التحتية وتشجيع الابتكار والتعاون بين الجميع، ومن خلال تحقيق هذه التوصيات، يمكن أن تساهم ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات الاتصالات وتحقيق التنمية الرقمية في الجزائر.

المصادر و المراجع

المراجع:

1. المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب

1. أحمد بورزق وآخرون، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين النص والتطبيق، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن الطبعة الأولى 2020.
2. سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، مصر 2022.
3. طارق عبد الرؤوف، التعليم الإلكتروني والتعليم الافتراضي، الطبعة الأولى، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة مصر 2014.
4. مزهر شعبان العاني، الأعمال الإلكترونية منظور إداري تكنولوجي، الطبعة الأولى، دار إعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان الأردن 2016.
5. نور محمد وآخرون، تجارة إلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن الطبعة 2020.

ثانياً: المذكرات

1. أسامة موسى، على دراسة، أثر ريادة الأعمال في الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالي على المسؤولية الاجتماعية، مذكرة ماجستير، جامعة عمان العربية، الأردن 2015.
2. لعراف مفتاح، التسويق الإلكتروني كمدخل لتحسين جودة الخدمة في قطاع اتصالات، أطروحة دكتوراه، جامعة العربي التبسي، تبسة 2020/2021.
3. محمد البشير الشلالي، واقع وتحديات سوق الخدمات الهاتف النقال في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان 2015.

ثالثاً: المجلات

1. أمينة بوتواته، عبد الرزاق بن علي، عوامل تحفيزية لريادة الأعمال (دراسة استكشافية)، مجلة دراسات مالية ومحاسبة إدارية، المجلد 8، العدد 1، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي الجزائر، مارس 2021.
2. أحمد محمد بني عيسى، دور ريادة الأعمال في أداء الموارد البشرية (دراسة ميدانية في قطاع اتصالات الأردنية)، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 2، الكلية الجامعية العربية للتكنولوجيا، عمان الأردن 2 جويلية 2020.

3. توفيق محمد مزيان، أمينة بديار، تنمية التكنولوجيا للمعلومات والاتصالات في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 2، العدد 1، جامعة الوادي، الجزائر 2018.
4. حمزة غندور، رتيبة طايبي، ريادة الأعمال الرقمية ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 2، جامعة زيان عاشور بالجلفة الجزائر، 1 جوان 2022.
5. علي محمد العضايلية، نهى خالد المحارب، أثر تطبيق معايير جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا طالبات الجامعة، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 13، العدد 3، جامعة ملك سعود، السعودية 2017.
6. فوزي عابد هاشم، ليث الشناوة الجابري الاحتواء الإستراتيجي في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 18، العدد 2، جامعة كوفة العراق 2022.
7. محمد هيكل هناء محمد، مقومات ريادة الأعمال الرقمية بالجامعات المصرية وسبل تعزيزها في ظل جائحة كورونا، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، المجلد 46، العدد 1، جامعة بنها، مصر 2022.
8. محمد جبريل وائل، مدى توفر ريادة الأعمال لدى طلبة كلية الاقتصاد، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، المجلد 5، العدد 1، جامعة عمر المختار ليبيا 2020.
9. مهما خليل شحادة، التحول الرقمي وريادة الأعمال الرقمية، مجلة رماح للبحوث والدراسات العلمية، العدد 62، جامعة الشرق الأوسط، رماح الأردن، جانفي 2020.
10. محمد حاج قاسي، التحول الرقمي في الجزائر في ظل تحديات رقمنة الاقتصاد والإدارة العمومية، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 5، العدد 2، المركز الجامعي سي الحواس، 31 ديسمبر 2022.
11. نصيرة براكنو، الخدمات الحكومية الإلكترونية كأداة فعالة لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 2، العدد 3، جامعة مصطفى إسطنبولي معسكر، ديسمبر 2007.
12. نادية بوراس، مبارك بوعشة، تحسين الخدمات الإلكترونية بالاعتماد على معايير الجودة، مجلة علمية دورية محكمة، المجلد 10، العدد 2، جامعة العربي التبسي، الجزائر 2017.

13. بوكنو نصيرة، الخدمات الحكومية الإلكترونية كأداة فعالة لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 02، العدد 03، جامعة مصطفى إسطنبولي معسكر، ديسمبر 200.
14. نبيلة بوفولة، مراحل تشكيل علاقات ناجحة مع الزبائن (دراسة حالة مؤسسة موبيليس)، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد 6، العدد 1، جامعة سيدي بالعباس الجزائر، 2 أوت 2019.
15. هنداوي محفوظ، المقاولاتية الرقمية كفرصة متاحة للطلبة الجامعيين لتحقيق مشاريعهم، مجلة العلوم الاقتصادية، والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد 3، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 31 ديسمبر 2020.
16. سفيان بن داود بعنوان: (ريادة الأعمال الرقمية توجه جديد للعمل المقاولاتي في ظل التداعيات جائحة كورونا تجارب دول عربية ناجحة) مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 2، المجلد 5، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، 2022.
17. قزانية حسام الدين بعنوان: (أثر جودة الخدمات الإلكترونية على الزبائن-دراسة حالة لعينة من زبائن بريد الجزائر أم لبواقي)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، الجزائر، 2019.
18. قزانية حسام الدين بعنوان: (أثر جودة الخدمات الإلكترونية على الزبائن-دراسة حالة لعينة من زبائن بريد الجزائر أم لبواقي)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، الجزائر، 2019.

II. المراجع الأجنبية:

الكتب:

1. RashmiGujrati,hayriUygun,DIGITALEnterpeneurship ,institioninnovationcoun cil,Tecnai Institute ofAdvanced,studies ,New Delhi,India,28Sept 2020.

المجلات:

1. BasimaOmarjarara,(the Impact of digital Entrepreneurship,on high performance at Zain Jordan Telecom comany), Internatonal journal of academic research In business and socialsciences,vol 12,No 12,2020.
2. Caroline palmer, Sasha krause and others,DIGITAL Entrepreneur ship,international journal of enterepreurailbehaviour ,vol :25 ,No :2 ,university of Giessen ,Giessen, Germany, and Norbert,17 aout2018.
3. Singh mohini, EserVises and ther role in B2Ce-commerce: Managing service Quality Vol 12, n06,2002.

1. Kristian, Krinic(potential of digital Entrepreneurship), master thesis, université of zagreb, faculty of economic and business, September 2021.
2. Valentin Andrei MANESCU ,(Research for the development of Entrepreneurship engineering and business management ,polytechnic university of Bucharest, 2021.

المواقع:

أولاً: مواقع عربية

- 1- موقع مثير، أنواع ريادة الأعمال وأنواع رواد الأعمال، على الرابط الإلكتروني:
<https://motaber.com/?p=8413>
- 2- موقع شركة قوقل، كيف يعمل قوقل، على الرابط الإلكتروني:
<https://about.google/how-our-business-works/>
- 3- موقع الرسمي الوزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، على الرابط الإلكتروني:
<https://www.mpt.gov.dz/ar/etablissement-et-entreprises>
- 4- موقع لمؤسسة موبيليس، على الرابط الإلكتروني:
<https://www.mobilis.dz/ar/apropos.php>
- 5- موقع صدى البلد، الاختلافات الرئيسية في شبكات 3 وG4، على الرابط الإلكتروني:
<https://www.elbalad.news/5152626>
- 6- موقع موبيليس ما هو G4؟، على الرابط الإلكتروني:
<https://www.mobilis.dz/4G/>
- 7- موقع موبيليس، الخدمات، على الرابط الإلكتروني:
https://www.mobilis.dz/ar/particuleir_ar/pass_navigui.php

ثانياً: مواقع أجنبية

1) Airbnb official website, New, the Link :

<https://news.airbnb.com/about-us/view>

date :18Febru2023 ,thehour :11 :00

2) Ali baba Official web site ,More Than Two Décades of Track of Innovation ,the

Link : <https://www.alibabagroup.com/en-US/about-alibaba>

3) Amazon official website ,Conditions of Use,14 sept2022, the link :

https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=508088&ref_=n

[avm_ftr_cou](#)

4) –the official Netflix site, Films, series et bein plus en ilimite, the Link :

<https://www.netflix/dz-fr/>

5) Uber official web site ,A lettre formdarakhosrowshahai, cheif Exécutive Offices ,April2019,The Link :

https://investor.uber.com/a-letter-from-our-ceo/?uclick_id=143bfa7-6ee6-49be-a58b-cfde6d11cb94

الملاحق

الملحق رقم (1): الاستبانة

جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة -

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارة وعلوم التسيير

تخصص : ادارة أعمال

استبانة بحثية لإعداد مذكرة الماستر تحت عنوان: دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر (دراسة حالة الوكالة التجارية موبيليس تبسة)

سيداتي الفضليات، السادة الأفاضل

مرحباً بكم، يسعدنا مشاركتكم هذه الاستبانة التي تأتي ضمن إطار التحضير لإعداد مذكرة الماستر في تخصص إدارة الأعمال بعنوان "دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين خدمات قطاع اتصالات الجزائر - الوكالة التجارية موبيليس تبسة". نرجو منكم الإجابة على الأسئلة المطروحة من خلال اختيار الخانة المناسبة. نؤكد لكم أن المعلومات التي تقدمونها ستبقى سرية وستستخدم فقط لأغراض البحث العلمي. نشكر لكم مساهمتكم القيمة ومشاركتكم الفعالة في إثراء هذا الموضوع

تحت إشراف الأستاذ:

حناشي توفيق

إعداد طالبتين

بوفوارة ذكري

بوترعة كوثر

2023/2022

الجزء الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس ذكر

أنثى

2. السن أقل من 30 سنة

من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة

من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة

أكثر من 50 سنة

3. المستوى الوظيفي

- موظف
- طالب
- دون عمل
- مهنة حرة/ تاجر

4. نوعية الاشتراك

- دفع مسبق (فليكسي)
- دفع بعدي (فاتورة)

5. العروض المقدمة من موبيليس:

- خدمات وعروض الجيل الثالث 3G
- خدمات وعروض الجيل الرابع 4G

الجزء الثاني: عبارات الدراسة

المحور الأول: ريادة الأعمال الرقمية

الرقم	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
	بعد المعرفة الرقمية					
1	تستخدم وكالة موبيليس تبسة التكنولوجيا الحديثة بشكل فعال					
2	يتمتع موظفي وكالة موبيليس تبسة بمهارات رقمية جيدة					
3	تقدم وكالة موبيليس تبسة خدمات رقمية متطورة					
	بعد بيئة الأعمال الرقمية					
4	تساعدني صفحات وكالة موبيليس تبسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إيجاد عروض جيدة					
5	أثق بالعروض والخدمات الإلكترونية التي تقدمها وكالة موبيليس تبسة لأنها تلبي حاجتي					

الملاحق

					عروض مؤسسة موبيليس على صفحات ومواقع التواصل الاجتماعي تثير اهتمامي بسبب تنافسيتها في الأسعار .	6
					بعد الدفع الرقمي	
					تحفزي أسعار عروض الدفع المسبق والبعدي لوكالة موبيليس للاشتراك بها	7
					توفر وكالة موبيليس تبسة خيارات دفع إلكتروني الزبائن	8
					تشجع وكالة موبيليس تبسة على استخدام منصات المصرفية عبر الأنترنت	9
					بعد القيادة الرقمية	
					تشجع وكالة موبيليس تبسة على تنمية المهارات الرقمية والإلكترونية بين موظفيها	10
					تعمل وكالة موبيليس تبسة على تطوير مهارات قيادة رقمية لدى موظفيها	11
					نستخدم موبيليس تبسة أجهزة رقمية حديثة في عملها	12
					بعد الثقافة الريادية الإلكتروني	
					تشجع وكالة موبيليس تبسة الابتكار والإبداع الإلكتروني بين موظفيها	13
					تحترم وكالة موبيليس تبسة الثقافة المحلية وتعمل على دمجها في خدماتها	14
					يتمتع موظفو وكالة موبيليس تبسة بروح ريادية وحماس للعمل	15

المحور الثاني: الخدمات

					تساهم الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر وسائل التواصل الحديثة في زيادة ثقتي بمؤسسة موبيليس	1
--	--	--	--	--	--	---

الملاحق

					تحفزي العروض المقدمة عبر القنوات ومواقع التواصل على الشراء وتجعلني وفي للعلامة	2
					يساهم التصفح عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية لدي على مؤسسة موبيليس	3
					تقلص الخدمات الإلكترونية التي تقدمها موبيليس عبر موقعها الإلكتروني أو الرسائل النصية القصيرة من نفقات التنقل للاستفسار التقليدي	4
					أسعد بتحميل التطبيقات التي تقدمها وكالة موبيليس تبسة عبر مواقعها الإلكترونية	5
					تساعدني صفحات وكالة موبيليس تبسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على إيجاد عروض جيدة	6
					يقدم الموقع الإلكتروني لمؤسسة موبيليس معلومات واضحة وشفافة على العروض والخدمات المقدمة	7
					أجمع المعلومات التي أريدها حول وكالة موبيليس تبسة من خلال التصفح الإلكتروني لمنصاتها الإلكترونية ومواقعها	8
					أشعر بالرضى على الخدمات والعروض الإلكترونية المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس	9
					نجحت وكالة موبيليس في تواصلها مع زبائنها عن بُعد بفضل التطورات التكنولوجية والمهارات	10
					ترغب بتغيير المتعامل موبيليس	11

أطلع عليه بتاريخ: 2023/04/15.

من طرف الأستاذ: إبراهيم شيخ التهامي، أستاذ محاضر -أ-جامعة خميس مليانة تخصص إدارة أعمال

ومن طرف الأستاذة: بوحنيك هدى، أستاذ محاضر -أ-.

بتاريخ: 2023/04/16.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	26

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الأعمال الرقمية ^b	ريادة .	Enter

a. Dependent Variable: الخدمات

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.811 ^a	.658	.657		.40017

a. Predictors: (Constant), ريادة الأعمال الرقمية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	109.963	1	109.963	686.684	.000 ^b
	Residual	57.169	357	.160		
	Total	167.131	358			

a. Dependent Variable: الخدمات

b. Predictors: (Constant), ريادة الأعمال الرقمية

Coefficients^a

الملاحق

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	.764	.100		7.647	.000
	ريادة الأعمال الرقمية	.777	.030	.811	26.205	.000

a. Dependent Variable: الخدمات

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables		Method
	Entered	Removed	
1	بعد المعرفة الرقمية ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الخدمات

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.642 ^a	.412	.410	.52480

a. Predictors: (Constant), بعد المعرفة الرقمية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.807	1	68.807	249.826	.000 ^b
	Residual	98.325	357	.275		
	Total	167.131	358			

a. Dependent Variable: الخدمات

b. Predictors: (Constant), بعد المعرفة الرقمية

Coefficients^a

الملاحق

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.802	.100		18.003	.000
	بعد المعرفة الرقمية	.483	.031	.642	15.806	.000

a. Dependent Variable: الخدمات

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables		Method
	Entered	Removed	
1	بعد بيئة الأعمال الرقمية ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الخدمات

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 ^a	.451	.449	.50702

a. Predictors: (Constant), بعد بيئة الأعمال الرقمية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.356	1	75.356	293.131	.000 ^b
	Residual	91.775	357	.257		
	Total	167.131	358			

a. Dependent Variable: الخدمات

b. Predictors: (Constant), بعد بيئة الأعمال الرقمية

Coefficients^a

الملاحق

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.718	.097		17.624	.000
	بعد بيئة الأعمال الرقمية	.498	.029	.671	17.121	.000

a. Dependent Variable: الخدمات

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	بعد الدفع الرقمي ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الخدمات

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652 ^a	.425	.424	.51878

a. Predictors: (Constant), بعد الدفع الرقمي

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71.051	1	71.051	264.000	.000 ^b
	Residual	96.080	357	.269		
	Total	167.131	358			

a. Dependent Variable: الخدمات

b. Predictors: (Constant), بعد الدفع الرقمي

Coefficients^a

الملاحق

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.465	.118		12.457	.000
	بعد الدفع الرقمي	.544	.033	.652	16.248	.000

a. Dependent Variable: الخدمات

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables		Method
	Entered	Removed	
1	بعد القيادة الرقمية ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الخدمات

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 ^a	.451	.449	.50719

a. Predictors: (Constant), بعد القيادة الرقمية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.296	1	75.296	292.705	.000 ^b
	Residual	91.835	357	.257		
	Total	167.131	358			

a. Dependent Variable: الخدمات

b. Predictors: (Constant), بعد القيادة الرقمية

Coefficients^a

الملاحق

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.472	.111		13.215	.000
	بعد القيادة الرقمية	.548	.032	.671	17.109	.000

a. Dependent Variable: الخدمات

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	بعد الثقافة الريادية الإلكتروني ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الخدمات

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.505	.504		.48123

a. Predictors: (Constant), بعد الثقافة الريادية الإلكتروني

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.456	1	84.456	364.691	.000 ^b
	Residual	82.675	357	.232		
	Total	167.131	358			

a. Dependent Variable: الخدمات

b. Predictors: (Constant), بعد الثقافة الريادية الإلكتروني

Coefficients^a

الملاحق

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.409	.103		13.636	.000
	بعد الثقافة الريادية الإلكتروني	.578	.030	.711	19.097	.000

a. Dependent Variable: الخدمات

Regression

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.760	.102		7.471	.000		
	بعد المعرفة الرقمية	.121	.033	.160	3.679	.000	.506	1.977
	بعد بيئة الأعمال الرقمية	.171	.032	.230	5.335	.000	.513	1.949
	بعد الدفع الرقمي	.157	.036	.189	4.344	.000	.507	1.971
	بعد القيادة الرقمية	.109	.040	.134	2.743	.006	.402	2.486
	بعد الثقافة الريادية الإلكتروني	.219	.039	.270	5.631	.000	.418	2.393

a. Dependent Variable: الخدمات

T-Test

Group Statistics

	الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ريادة الأعمال الرقمية	ذكر	135	3.10	.783	.067
	أنثى	224	3.33	.717	.048
الخدمات	ذكر	135	3.21	.729	.063
	أنثى	224	3.39	.639	.043

Independent Samples Test

الملاحق

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p
ريادة الأعمال الرقمية	Equal variances assumed	.582	.446	-2.851	357	.002
	Equal variances not assumed			-2.789	263.013	.003
الخدمات	Equal variances assumed	2.496	.115	-2.469	357	.007
	Equal variances not assumed			-2.390	254.144	.009

Oneway ANOVA

		Sum Squares	of df	Mean Square	F	Sig.
ريادة الأعمال الرقمية	Between Groups	.571	3	.190	.372	.773
	Within Groups	181.710	355	.512		
	Total	182.281	358			
الخدمات	Between Groups	.429	3	.143	.305	.822
	Within Groups	166.702	355	.470		
	Total	167.131	358			

Oneway

ANOVA

		Sum Squares	of df	Mean Square	F	Sig.
ريادة الأعمال الرقمية	Between Groups	1.203	3	.401	.786	.502
	Within Groups	181.078	355	.510		
	Total	182.281	358			
الخدمات	Between Groups	1.527	3	.509	1.091	.353
	Within Groups	165.604	355	.466		
	Total	167.131	358			

T-Test

Group Statistics

نوعية الاشتراك	N	Mean	Std. Deviation	Std. ErrorMean
ريادة الأعمال الرقمية مسبق دفع (فليكسي)	276	3.23	.757	.046
دفع بعدي (فاتورة)	83	3.26	.728	.080
الخدمات مسبق دفع (فليكسي)	276	3.33	.687	.041
دفع بعدي (فاتورة)	83	3.33	.658	.072

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means			
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p
ريادة الأعمال الرقمية	Equal variances assumed	.800	.372	-.250	357	.401
	Equal variances not assumed			-.255	139.663	.399
الخدمات	Equal variances assumed	.674	.412	-.003	357	.499
	Equal variances not assumed			-.003	140.098	.499

T-Test

Group Statistics

العروض المقدمة من موبيليس	N	Mean	Std. Deviation	Std. ErrorMean
ريادة الأعمال الرقمية خدمات وعروض الجيل الثالث 3G	62	3.18	.778	.099
خدمات وعروض الجيل الرابع 4G	297	3.25	.744	.043
الخدمات خدمات وعروض الجيل الثالث 3G	62	3.37	.592	.075
خدمات وعروض الجيل الرابع 4G	297	3.32	.696	.040

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p
ريادة الأعمال الرقمية	Equal variances assumed	.824	.365	-.695	357	.244
	Equal variances not assumed			-.675	85.898	.251
الخدمات	Equal variances assumed	1.224	.269	.605	357	.273
	Equal variances not assumed			.673	99.551	.251

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
بعد المعرفة الرقمية	359	3.1467	.90732
بعد بيئة الأعمال الرقمية	359	3.2228	.92142
بعد الدفع الرقمي	359	3.4150	.81886
بعد القيادة الرقمية	359	3.3760	.83679
بعد الثقافة الريادية الإلكتروني	359	3.3110	.84055
ريادة الأعمال الرقمية	359	3.2943	.71356
الخدمات	359	3.3226	.68326
Valid N (listwise)	359		

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التسيبي تيسة



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

الرقم / ج.ع.إ.ع.ت.ع.ت.ج.ع.ت.ت.ت. 2023/2022

إتفاقية التربص

المادة الأولى:

هذه الإتفاقية تضبط علاقات جامعة العربي التسيبي تيسة ممثلة من طرف عميد كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

مع المؤسسة :

مقرها في :

ممثلة من طرف :

التيبة :

هذه الإتفاقية تهدف إلى تنظيم تربص تطبيقي للطلبة الآتية أسماؤهم :

1-

2-

3-

4-

وذلك طبقا للمرسوم رقم : 88-90 المؤرخ في 03/05/1988 القرار الوزاري المؤرخ في ماي 1989.

المادة الثانية:

يهدف هذا التربص إلى ضمان تطبيق الدراسات المعطاة في القسم والمطابقة للبرنامج والمخططات التعليمية في تخصص الطلبة المعنيين.

التخصص :

المادة الثالثة :

التربص التطبيقي يجري في مصلحة الوكالبة التجارية من تيسة

الفترة من 01 مارس 2022 إلى 30 مارس 2022

المادة الرابعة :

برنامج التريض المقدم من طرف الكلية مرافق عند انعاده من طرف جامعة بسية والمؤسسة المعنية.

المادة الخامسة :

وعلى غرار ذلك تكفل المؤسسة بتعويض عن أو أكثر تكلف بمصارعة تنفيذ التريض التطبيقى هؤلاء الأشخاص مكلفين أيضاً بالحصول على المسابقات الضرورية للتنفيذ الأمثل للبرنامج وكل عنات المترين بعد أن يتبين عند استشارة اللجنة المختصة الصلة من طرف الكلية .

المادة السادسة :

خلال التريض التطبيقي والمحدد بثلاثي يوماً يتبع المترين مجموع الموظفين في وجانه المحددة في البرنامج الداخلي وعليه بحسب على المؤسسة أن توضع للطلبة عند وصولهم لاماكن تريضهم مجموع التدابير الصلة بالبرنامج الداخلي في مجال الأمن والنظافة وتبين لم الأخطاء الممكنة.

المادة السابعة :

في حالة الإخلال بهذه القواعد فالمؤسسة لها الحق في إنهاء تريض الطالب بعد إعلام القسم عن طريق رسالة مسجلة وتبنيه الوصول.

المادة الثامنة :

تأخذ المؤسسة كل التدابير لحماية المترين ضد مجموع مخاطر حوادث العمل وتسهل بالحصول على تعهد كل تدابير النظافة والأمن المتعلقة بمكان العمل المعين لتنفيذ التريض.

المادة التاسعة :

في حالة حدوث ما على المترين يمكن التوجه بحسب على المؤسسة أن تلجأ إلى العلاج الضروري كما يجب أن يرسل تقريراً مفصلاً مباشرة إلى القسم.

المادة العاشرة :

تحتفظ المؤسسة بالنقل بالطلبة في حدود إمكانياتها وحسب محل الاتفاقية الموقعه بين الطرفين عند الوجود ، إلا أن نسبة تكفلون بأنفسهم من ناحية النقل ، السكن ، الطعام .

12 / 20

المدير العام
جامعة بسية
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم
التجارية
د. محمد صالح محمد مرزوق

Agence
L'abbassa
H. LAHROUCHEA

Mix عرض 24 ساعة

- 100 دج: غير محدودة نحو موبيليس + 200 دج نحو كل الشبكات + 1 Go
- 50 دج: غير محدودة نحو موبيليس + 50 دج نحو كل الشبكات + 500 Mo

عرض 15 يوم

- 500 دج: 5 Go + 1000 دج نحو كل الشبكات + غير محدودة نحو موبيليس

عرض 30 يوم

- 1500 دج: غير محدودة نحو موبيليس + 3000 دج نحو كل الشبكات + 30 Go + f
- 1000 دج: غير محدودة نحو موبيليس + 2000 دج نحو كل الشبكات + 15 Go + f
- 2000 دج: f + 50 Go + 4000 دج نحو كل الشبكات + غير محدودة نحو موبيليس

Net عرض 24 ساعة

- 30 دج: f & 300 Mo

عرض 15 يوم

- 500 دج: 100 دج نحو كل الشبكات + 10 Go

عرض 30 يوم

- 1500 دج: 60 Go + 300 دج نحو كل الشبكات + f
- 1000 دج: 30 Go + 200 دج نحو كل الشبكات + f
- 2000 دج: f + 400 دج نحو كل الشبكات + 90 Go

Talk عرض 15 يوم

- 500 دج: 500 Mo + 2000 دج نحو كل الشبكات + غير محدودة نحو موبيليس

عرض 30 يوم

- 1500 دج: غير محدودة نحو موبيليس + 6000 دج نحو كل الشبكات + 3 Go
- 1000 دج: غير محدودة نحو موبيليس + 4000 دج نحو كل الشبكات + 2 Go
- 2000 دج: 4 Go + 8000 دج نحو كل الشبكات + غير محدودة نحو موبيليس

*فيسبوك غير محدود بعد انتهاء حجم الإنترنت خلال فترة صلاحية العرض

Mobilis 4G

كل ما تهوا في

يمكنك تمينة رصيدك عبر :

- Arsell : عند نقاط البيع المعتمدة، مكاتب البريد والوكالات التجارية لموبيليس.
- E-rselli : عبر الموقع الإلكتروني <https://e-paiement.mobilis.dz> باستخدام البطاقة الذهبية أو بطاقة CIB
- GAB : الشبائيك الأتوماتيكية لبريد الجزائر
- BaridiMob : عبر التطبيق الإلكتروني لبريد الجزائر
- بطاقة التمينة

معلومات مفيدة :

- للإطلاع على الرصيد #222*
- للإشتراك في مختلف عروض سما #600*
- للاتصال بمصلحة الزبائن 888 أو 0660600888
- صفحة Facebook www.facebook.com/MobilisOfficielle
- صفحة Instagram www.instagram.com/mobilis.dz
- الموقع الإلكتروني : www.mobilis.dz

مع عرض الدفع المسبق "سما" يمكنك اختيار العرض الذي يناسبك، حسب إحتياجاتك و ميزانيتك.

بسعر 200 دينار يمكنك شراء شريحة "سما" في وكالات موبيليس أو نقاط البيع المعتمدة، و الإستفادة من رصيد إضافي كهدية ترحيب بقيمة 100 دينار و نعمة الإنتظار مهداة.

عدة خدمات تحت تصرفك :

- خدمة Naghmati عبر 680
- خدمة Mobistore بتحميل التطبيق عبر Store.mobilis.dz
- خدمة Mobsound بتحميل التطبيق عبر <https://mobsound.mobilis.dz> أو Play Store
- خدمة MeetMob عبر Meetmob.mobilis.dz
- خدمة MobiSpace بتحميل التطبيق عبر PlayStore
- بإحتساب كل الرسوم

SkyBusiness

Vous êtes à la recherche d'une offre qui s'adapte simultanément à vos exigences et à votre budget Mobilis vous propose sa gamme diversifiée et généreuse de forfaits mensuels qui répondent efficacement à vos besoins et à ceux de vos collaborateurs.

Grâce aux forfaits "SkyBusiness", bénéficiez de communications gratuites en illimité de bonus avantageux vers l'international et de volumes internet abondants.

1500DA	3000 DA vers tous les réseaux	ILLIMITES vers Mobilis	+ 40Go
2500DA	7000 DA vers tous les réseaux vers l'international	ILLIMITES vers Mobilis	+ 70Go
3500DA	1000 DA vers l'international	ILLIMITES* vers tous les réseaux	+ 100Go

Les forfaits sont proposés en mode libre ou contrôle, à l'exception de la 1500 DA disponible en mode Contrôle. La taxation des appels & SMS en local est de 5DA/30 secondes et 2 DA le SMS.

L'ensemble des tarifs sont exprimés en TTC.

*Les communications illimitées sont valables vers tous les réseaux fixes et mobiles en national. Hormis les numéros surtaxés et spéciaux / Les communications en illimité sont conditionnées par une utilisation raisonnable non abusive.

**Le crédit international est valable pour un usage voix et SMS vers plus 100 pays.

SkyBusiness

تبحثون عن عرض يتناسب مع متطلباتكم وميزانيتكم Mobilis يقدم لكم تشكيلة من العروض الشهرية المتنوعة والسخية التي تلبى احتياجاتكم واحتياجات موظفيكم.

يفضل عرض "SkyBusiness" يمكنكم الاستفادة من مكالمات مجانية غير محدودة وحجم أنترنت ورسيد دولي.

1500DA	3000 DA نحو كل الشبكات	غير محدودة نحو Mobilis	+ 40Go
2500DA	7000 DA نحو كل الشبكات	غير محدودة نحو Mobilis	+ 70Go
3500DA	1000 DA نحو الخارج	غير محدودة نحو كل الشبكات	+ 100Go

العروض مقترحة بالصيغة Contrôle أو libre باستثناء 1500 DA مقترحة بالصيغة Contrôle. الرسائل القصيرة نحو الشبكات الوطنية تسعيرة المكالمات والرسائل القصيرة نحو الشبكات الوطنية بـ 5 DA/30 ثانية و 2 DA الرسالة القصيرة.

الأسعار محددة بحسب كل الرسوم.

* المكالمات غير المحدودة صالحة نحو جميع الشبكات الوطنية والثابت والتقال) باستثناء الأرقام المميزة والأرقام الخاصة تخضع المكالمات غير المحدودة لشروط استخدام عقلائي ومسؤول.

** الرصيد الدولي صالح لإجراء المكالمات وإرسال الرسائل القصيرة نحو أكثر من 100 دولة.

مصلحة الزبائن 999 / 0660 600 999

www.facebook.com/MobilisOfficielle

www.instagram.com/mobilis.dz

SkyBusiness

سيروا أعمالكم بكل اطمئنان

Pilotez votre activité en toute sérénité !

www.mobilis.dz

