



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات
الاقتصادية الجزائرية
دراسة حالة عينة من المؤسسات الاقتصادية
بالولاية المنتدبة تقرت

إشراف الأستاذة:

د. بوسواك أمال

المشرف المساعد:

د. بوصبيح صالح رحيمة

إعداد الطلبة:

كهن النيبوع نادية

كهن مداني الزهرة

كهن بن جددة إيناس

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
- بن خليفة أحمد	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	رئيساً
- بوسواك أمال	أستاذ محاضر قسم ب	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً ومقرراً
- بوصبيح صالح رحيمة	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً مساعداً
- الأسود محمد	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مناقشاً

السنة الجامعية: 2020/2019



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات
الاقتصادية الجزائرية
دراسة حالة عينة من المؤسسات الاقتصادية
بالولاية المنتدبة تقرت

إشراف الأستاذة:

د. بوسواك أمال

المشرف المساعد:

د. بوصبيح صالح رحيمة

إعداد الطلبة:

كهن النيبوع نادية

كهن مداني الزهرة

كهن بن جددة إيناس

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
- بن خليفة أحمد	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	رئيساً
- بوسواك أمال	أستاذ محاضر قسم ب	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً ومقرراً
- بوصبيح صالح رحيمة	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً مساعداً
- الأسود محمد	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مناقشاً

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلى من رعاني وحلم أن يراني في أعلى المراتب ... روح والدي الطاهرة رحمه الله

إلى من جعلت الجنة تحت أقدامها ... والدي بارك الله في عمرها

إلى من شاركوني كل لحظات حياتي ... إخوتي وأخواتي أدامهم الله لي سنداً وعوناً

إلى كل الأهل والأقارب والأصدقاء

إلى كل أهل العلم وطلابه

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جمدي المتواضع

ناديه النيبوع

الإهداء

إلى منبع الحب والحنان، إلى سر نجاحي، إلى بلسم جراحي، إلى من تملك جنة تحت القدم، إلى أمي الغالية

حفظها الله وراعها.

إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، إلى من جد وكد وتعذب وعمل من أجل أن أرتاح ويوفر لي كل أسباب الراحة

إلى صاحب القلب السليم.....أبي رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه.

إلى أول من أخذ بيدي لطريق العلم والتعلم ومازال آخذ بيدي للتو، إلى من أجتاز من خلاله الصعاب والنكبات

لأصل للنجاح والأفراح، إلى نور حياتيأخي أعمارة.

إلى من يعيشون معي كل تفاصيل حياتي، إلى أخي العابد وأخواتي وأبنائهم جميعا.

إلى من أناروا العقول وأخرجوها من الظلمات إلى النور. إلى كل الأساتذة والمعلمين.

إلى كل من ساعدني على النجاح والتألق بفعل، قول أو دعاء.

الزهرة مداني

الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات
أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى:
أمي حبيبتي نبع الحنان أطال الله عمرها.
إلى أبي العزيز أطال الله بقائك وألبسك ثوب العافية.
إلى إخوتي وأخواتي...تقديرًا ومحبة....
كل من علمني حرفًا فصرت له عبدا...
إلى من سعدت برفقتهم في دروب الحياة صديقاتي...كل باسمه...
إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة أو دعوة صادقة
إلى كل من نساه قلبي وهو موجود في قلبي
إلى كل من قدم لي النصيحة والمشورة
إلى كل طالب علم....
إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضع

إبناس بن جدة

شكر وتقدير

الحمد لله الذي منحنا العزيمة والإرادة لإتمام هذا العمل لنرى النور بعد طول عناء واجتهاد

اعترافا منا بالجميل نتقدم بالشكر والعرفان للأستاذتين

الدكتورة رحمة بوصبيح صالح والدكتورة أمال بوسواك

على توجيهاتهما ونصائحهما لنا وتذليل الصعوبات التي اعترضتنا أثناء إنجاز هذا العمل

الشكر المرفق بالاحترام والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة على تخصيص جزء من وقتهم الثمين للاطلاع

على هذا العمل

كما نتقدم بالشكر لكل العاملين في المؤسسات التي كانت محل دراستنا الميدانية على تعاونهم معنا

وإلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد

جعلها في ميزان حسناتهم

الملخص

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية، إذ أن الذكاء الاقتصادي يعد أحد الخيارات الضرورية أمام المؤسسة الاقتصادية لتعزيز تنافسيها وضمان بقاءها و إستمراريتها، ويتم تحديد الدور من خلال دراسة علاقة الارتباط بين أبعاد الذكاء الاقتصادي والتنافسية، لذلك أجريت الدراسة على عينة من المؤسسات الاقتصادية بالولاية المنتدبة تقرت حيث تم الاعتماد على أسلوبين متكاملين، الأول وصفي بالاستناد على عدد من الأدبيات لتوضيح الخلفية النظرية للذكاء الاقتصادي وتنافسية المؤسسة الاقتصادية، أما الأسلوب الثاني فهو الأسلوب التحليلي بتطبيق دراسة استكشافية من خلال الاستبيان كأداة لجمع البيانات، إذ تم توزيع 30 استبانة على مسؤولي المصالح وعدد من الموظفين وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج Spss و أدوات إحصائية، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، وخلصت إلى تقديم اقتراحات من أهمها ضرورة توسيع دائرة استخدام الذكاء الاقتصادي.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، التنافسية، اليقظة الإستراتيجية، الحماية والأمن، الضغط و التأثير.

ABSTRACT

This research aims to identify and reinforce the role of economic intelligence in the competitiveness of the economic institution. In order to enhance its competitiveness, to secure its survival and its continuity, the economic intelligence is highly necessary in the economic institution. The role of economic intelligence is determined by the study of correlation between the interval of the economic intelligence and its competitiveness. Thus, a study has been conducted on a sample of the economic institutions in the State of TOUGGOURT, where two complementary methods has been relied on: The first one was a descriptive one where, it was based on literature to clarify the theoretical background of the economic intelligence and, the competitiveness of the economic institution. While, the second one was analytic” CING” dependent on the application of an exploratory study through a questionnaire as a tool to gather the data. Thirty questionnaires has been distributed on the responsible of the interests and a group of employees where, data has been analyzed by using the “Spss” program and statistics tools. As a result, this research has found a statistic relevant relationship between the economic intelligence and the competitiveness in economic institutions. As a conclusion, this research provides important suggestions among them: Expanding the use of economic intelligence.

Key words: economic intelligence, competitiveness, vigilance strategy, security and protection, pressure and impact.

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتويات
	إهداء
	شكر وعرفان
VIII	ملخص
X	قائمة المحتويات
XII	قائمة الجداول
XIV	قائمة الأشكال
XV	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
الفصل الأول: مفاهيم عامة حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الذكاء الاقتصادي
3	المطلب الأول: مفهوم وخصائص الذكاء الاقتصادي
3	الفرع الأول: مفهوم الذكاء الاقتصادي
4	الفرع الثاني: خصائص الذكاء الاقتصادي
5	المطلب الثاني: أهمية وأهداف الذكاء الاقتصادي
5	الفرع الأول: أهمية الذكاء الاقتصادي
6	الفرع الثاني: أهداف الذكاء الاقتصادي
7	المطلب الثالث: أنواع ومراحل الذكاء الاقتصادي
7	الفرع الأول: أنواع الذكاء الاقتصادي
7	الفرع الثاني: مراحل الذكاء الاقتصادي
9	المطلب الرابع: أبعاد وسياسات الذكاء الاقتصادي
9	الفرع الأول: أبعاد الذكاء الاقتصادي
10	الفرع الثاني: سياسات الذكاء الاقتصادي
12	المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول التنافسية
12	المطلب الأول: مفهوم وأنواع التنافسية
12	الفرع الأول: مفهوم التنافسية
15	الفرع الثاني: أنواع التنافسية
16	المطلب الثاني: استراتيجيات وأبعاد التنافسية

16	الفرع الأول: استراتيجيات التنافسية
17	الفرع الثاني: أبعاد التنافسية
20	المطلب الثالث: القوى التنافسية
22	المطلب الرابع: تأثير الذكاء الاقتصادي على تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية
23	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
23	المطلب الأول: الدراسات العربية والأجنبية
28	المطلب الثاني: العلاقة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية
29	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
31	تمهيد
32	المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة
32	المطلب الأول: طريقة الدراسة
32	الفرع الأول: مجتمع الدراسة
32	الفرع الثاني: عينة الدراسة
33	المطلب الثاني: أدوات الدراسة
33	الفرع الأول: الأدوات المستخدمة في جمع البيانات
34	الفرع الثاني: صدق وثبات أداة الدراسة
34	الفرع الثالث: الأدوات والبرامج الإحصائية المستخدمة
36	المبحث الثاني: عرض النتائج، تحليلها ومناقشتها
36	المطلب الأول: النتائج والتعليق الإحصائي
36	الفرع الأول: خصائص أفراد العينة
41	الفرع الثاني: وصف متغيرات الدراسة
48	المطلب الثاني: اختبار الفرضيات ومناقشة نتائج الدراسة
48	الفرع الأول: اختبار الفرضيات
51	الفرع الثاني: مناقشة نتائج الدراسة
53	خلاصة الفصل الثاني
55	خاتمة
59	قائمة المراجع
66	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
29	مجموع استثمارات الاستبيانات	01-02
30	شدة الإجابة	02-02
31	قياس صدق وثبات أداة الدراسة	03-02
32	توزيع مقياس ريكارت للحكم على الإجابات	04-02
33	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	05-02
34	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	06-02
35	توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	07-02
36	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي	08-02
37	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	09-02
39	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات اليقظة الإستراتيجية	10-02
40	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الحماية والأمن	11-02
41	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الضغط والتأثير	12-02
42	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الذكاء الاقتصادي	13-02
42	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير التنافسية	14-02
45	معامل الارتباط برسن بين الذكاء الاقتصادي والتنافسية	15-02
45	معامل الارتباط برسن بين اليقظة الإستراتيجية والتنافسية	16-02
46	معامل الارتباط برسن بين الحماية والأمن والتنافسية	17-02
47	معامل الارتباط برسن بين الضغط والتأثير والتنافسية	18-02

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
ب	نموذج الدراسة	01
05	أهمية الذكاء الاقتصادي	01-01
06	أهداف الذكاء الاقتصادي	02-01
07	مراحل الذكاء الاقتصادي	03-01
08	أبعاد الذكاء الاقتصادي	04-01
18	نموذج قوى التنافس لبورتر	05-01
34	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01-02
35	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	02-02
36	توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	03-02
37	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي	04-02
38	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	05-02

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
61	نموذج استمارة الاستبانة	01
66	معاملات ألفا كرونباخ وفق مخرجات Spss	02
66	جداول التكرارات وفق مخرجات Spss	03
67	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وفق مخرجات Spss	04
68	معاملات الارتباط برسن وفق مخرجات Spss	05

مقدمة

تمهيد:

عرف العالم في الآونة الأخيرة موجة كبيرة من التغيرات والتحولات مست مختلف الميادين خاصة الاقتصادية منها، مما نتج عنها بروز سمات العالم الجديد القائم على الحركية والتطور السريع، فظهرت بيئة تنافسية تتميز بالتعقيد وعدم الاستقرار حيث تعتمد على أسبقية اكتساب المعلومات الصحيحة وحسن توظيفها للظفر بالفرص المتاحة في السوق.

وهذا ما جعل المؤسسة الاقتصادية تقف أمام تحديات كبيرة لضمان بقائها ونموها، فنجاح هذه الأخيرة في مواجهة المنافسين مرهون بنجاحها في فهم بيئتها والتفاعل مع مستجداتها وذلك بقدرتها على تلقي الإشارات وتحليلها قبل غيرها وحماية مواردها إضافة إلى قدرتها على التأثير في بيئتها.

ولتحقيق ذلك في ظل كل تلك التحديات وجب على المؤسسة الاقتصادية تبني استراتيجيات ونظم جديدة تواكب التغيرات السريعة، ومن أبرز هذه النظم وأنسبها الذكاء الاقتصادي حيث أصبح أداة فاعلة في تعزيز التنافسية، إذ يعد أحد الأنظمة المعلوماتية التي توفر للمؤسسة الاقتصادية المعلومات المناسبة حول بيئتها مما يجعلها في حالة يقظة تامة ومستمرة بما يجري حولها لاستغلال الفرص وتجنب التهديدات وهذا يضمن لها الحفاظ على مكانتها في سوق المنافسة.

مشكلة الدراسة:

سعت هذه الدراسة لمعرفة دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية وذلك من خلال محاولة الإجابة على الإشكالية الرئيسية الآتية:

ما دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية؟

وتقودنا هذه الإشكالية الرئيسية إلى جملة من الأسئلة الفرعية التالية:

- فيما يتمثل الذكاء الاقتصادي وما هي أبعاده؟
- ما مفهوم التنافسية وما هي استراتيجياتها؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الذكاء الاقتصادي والتنافسية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)؟

ويمكن تقسيم هذا التساؤل الفرعي كالآتي:

- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية وتنافسية المؤسسة الاقتصادية؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحماية والأمن وتنافسية المؤسسة الاقتصادية؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الضغط والتأثير وتنافسية المؤسسة الاقتصادية؟

فرضيات الدراسة:

من أجل الإجابة عن الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية المستوحاة منها لابد من طرح الفرضيات التالية حيث نطلق من الفرضية الرئيسية التي مفادها:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وتتفرع هذه الفرضية إلى الفرضيات الفرعية التالية:

- الذكاء الاقتصادي هو نظام متكامل تتناسق فيه الكفاءات البشرية والتقنية للوصول إلى المعلومة الصحيحة قبل الآخرين من خلال ترابط وتكامل أبعاده (اليقظة الإستراتيجية، الحماية والأمن، الضغط والتأثير)؛

- التنافسية هي القدرة على تلبية رغبات الزبائن بجودة عالية وسعر مناسب من خلال استخدام استراتيجياتها (قيادة التكلفة، التمييز، التركيز)؛

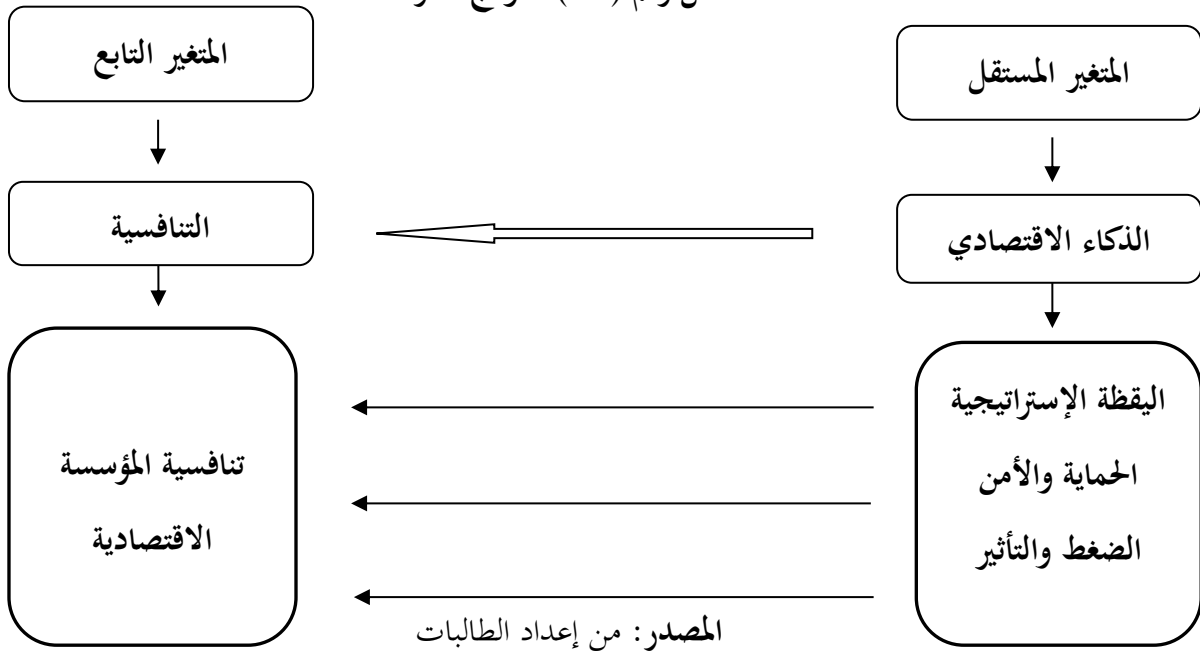
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الذكاء الاقتصادي وتنافسية المؤسسة الاقتصادية حيث:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية وتنافسية المؤسسة الاقتصادية؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحماية والأمن وتنافسية المؤسسة الاقتصادية؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الضغط والتأثير وتنافسية المؤسسة الاقتصادية.

نموذج الدراسة:

من خلال إشكالية الدراسة تم صياغة نموذج الدراسة كما هو موضح أدناه

الشكل رقم (01): نموذج الدراسة



مبررات اختيار الموضوع:

من بين مبررات اختيارنا لهذا الموضوع ما يلي:

- أهمية الموضوع ومدى تأثيره على اقتصاد المؤسسة الذي يسوده التنافس الشديد في ظل الانفتاح المعلوماتي؛

- ضعف الاهتمام بالذكاء الاقتصادي في أغلب المؤسسات الاقتصادية الجزائرية والاعتماد على الطرق التقليدية في وضع الخطط واتخاذ القرارات الإستراتيجية؛
 - تماشي الموضوع مع التخصص الذي ندرسه وهو اقتصاد وتسيير مؤسسة؛
 - الرغبة في تدعيم المكتبة الجامعية بمرجع جديد في مجال التخصص؛
 - محاولة تقديم ما يمكن أن يعود بالمنفعة على الوطن والمجتمع.
- أهمية الدراسة:**

- تكمن أهمية الدراسة في محاولة توضيح الدور الذي يؤديه الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسة ومن خلال ما يلي:
- جعل المسؤولين المحليين يدركون الأهمية الفعلية للذكاء الاقتصادي كأداة فاعلة في تعزيز التنافسية وضرورة تجسيده على مستوى المؤسسة؛
 - الوقوف على واقع الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية؛
 - توضيح بعض المصطلحات الجديدة مما يفيد الطالب والمؤسسة الاقتصادية في عملها؛
 - صلة الذكاء الاقتصادي بالتنافسية في ظل محيط يشهد مستجدات سريعة ودائمة.
- أهداف الدراسة:**

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
- التعرف على دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية؛
 - تحديد مدى إدراك أهمية الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية؛
 - تقديم دراسة مبسطة عن الذكاء الاقتصادي وأهميته في الوقت الراهن وإمكانية اعتماد المؤسسة الاقتصادية عليه في وضع خططها لضمان بقائها؛
 - اقتراح بعض التوصيات تساعد على تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة الاقتصادية والقدرة على مواجهة الظروف البيئية التي تعيش فيها باستخدام تقنيات الذكاء الاقتصادي.
- حدود الدراسة:**

- تم حصر دراستنا في حدود نظرية وأخرى تطبيقية وكانت كالاتي:
- **الحدود النظرية:** وتتمثل في متغيري الدراسة
 - المتغير المستقل: يتمثل في الذكاء الاقتصادي
 - المتغير التابع: يتمثل في تنافسية المؤسسة الاقتصادية
 - **الحدود التطبيقية:** وتتمثل في الحدود المكانية والزمنية
 - الحدود المكانية: تم اختيار مسؤولين محليين لعينة من مؤسسات اقتصادية بالولاية المنتدبة تقرت لإجراء الدراسة التطبيقية وإسقاط الجانب النظري عليها.

- الحدود الزمنية: بدأت الدراسة النظرية من شهر فيفري إلى غاية شهر أفريل 2020 أما الدراسة التطبيقية كانت من شهر أفريل إلى غاية شهر أوت 2020.

منهج الدراسة والأدوات المستخدمة

قصد القيام بتحليل علمي ومنهجي لموضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري حيث استخدمنا الأسلوب الوصفي لتوضيح الخلفية النظرية للذكاء الاقتصادي والتنافسية من خلال المسح المكتبي بالاطلاع على عدد من الأدبيات المتواجدة في الكتب، الرسائل، المذكرات، المجالات، الملتقيات ومواقع الانترنت، أما في الجانب التطبيقي اعتمدنا على دراسة الحالة لإسقاط ما تم تناوله في الجانب النظري حيث استخدمنا الأسلوب التحليلي لتحليل وتشخيص دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة وذلك من خلال أداة جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان ومعالجتها باستخدام برنامج Spss.v20 و برنامج Excel.2007

صعوبات الدراسة:

خلال قيامنا بهذه الدراسة اعترتنا بعض الصعوبات والتي يمكن حصرها في الآتي:

- ندرة المراجع المتعلقة بالموضوع خاصة الكتب منها؛
- الظروف الحالية للبلاد والعالم بأسره بسبب جائحة كورونا وما خلفته من صعوبة في التنقل للحصول على المراجع وفي إجراء الدراسة التطبيقية؛
- صعوبة الحصول على بعض الإحصائيات الحقيقية من المؤسسة محل الدراسة لطابع السرية والخصوصية.

هيكل الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على الطريقة الحديثة المتمثلة في طريقة إمراد (IMRAD)، فاشتملت الدراسة على فصلين، الفصل الأول تضمن الأدبيات النظرية المتعلقة بمتغيري الدراسة حيث تحدثنا في المبحث الأول عن الإطار النظري للذكاء الاقتصادي وفي المبحث الثاني عن الإطار النظري للتنافسية، أما المبحث الثالث فخصصناه للحديث عن الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الذكاء الاقتصادي أو تنافسية المؤسسة أو كلاهما معا وكذا علاقتها بدراستنا الحالية، ليشمل الفصل الثاني الجانب التطبيقي للدراسة أين تم تقسيمه لمبحثين المبحث الأول خصص للحديث عن الطريقة والأدوات المستخدمة، بينما الثاني للنتائج وتحليلها ومناقشتها.

الفصل الأول:

مفاهيم عامة حول الذكاء

الاقتصادي والتنافسية

تمهيد:

يشهد العالم تغيرات كبيرة وسريعة في جميع المجالات بما فيها المجال الاقتصادي الذي بدوره ظهرت فيه العديد من التغيرات ومن أبرز هذه التغيرات زيادة حدة المنافسة عالميا والتي دفعت بالمتنافسين إلى ابتداء أداة جديدة وهي الطلب على المعلومة ومنه بروز ما يعرف باقتصاد المعرفة، والذي أصبح ضرورة حتمية لتطوير أداء وفاعلية المؤسسات. كل هذه الحتميات أدت إلى بروز فكرة الذكاء الاقتصادي الذي تتخذه المؤسسات المعاصرة كأسلوب ومنهج عمل يجعل المؤسسة في حالة يقظة تامة ومستمرة بما يجري حولها، إذ يعد الذكاء الاقتصادي من أهم وأحدث الأنظمة التي تضمن للمؤسسات الحفاظ على مكانتها في السوق.

في ظل هذه المعطيات استوجب على المؤسسات انتهاج أو إدماج الذكاء الاقتصادي في إستراتيجيتها، فهو يمكنها أن تنشط كمؤسسة ذكية في محيط مليء بالتغيرات والتقلبات كي تحافظ على مكانتها في السوق ويؤهلها لاكتساب ميزة تنافسية.

وقصد الإمام بالموضوع والإحاطة بمحيثاته سنتطرق في هذا الفصل من خلال مباحثه إلى مراجعة الأدبيات الخاصة بموضوع الدراسة كالتالي:

- **المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الذكاء الاقتصادي،** وقمنا بتقسيمه إلى ثلاث مطالب، الأول يتناول مفهوم وخصائص الذكاء الاقتصادي، والثاني أهمية وأهداف الذكاء الاقتصادي، والثالث أنواع ومراحل الذكاء الاقتصادي؛
- **المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول التنافسية،** وقمنا بتقسيمه إلى ثلاث مطالب، الأول يتناول مفهوم التنافسية وأنواعها، والثاني إستراتيجيات التنافسية وأبعادها، والثالث القوى التنافسية؛
- **المبحث الثالث: سنخرج فيه إلى الدراسات السابقة** التي لها علاقة بموضوع الدراسة، كما تقسيمه أيضا إلى مطلبين، حيث ارتأينا في المطلب الأول ذكر الدراسات العربية والأجنبية، والمطلب الثاني تناولنا فيه العلاقة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.

المبحث الأول:

الإطار النظري للذكاء الاقتصادي

ظهر الذكاء الاقتصادي منذ منتصف الستينات من القرن العشرين، نتيجة التغيرات الكبيرة والسريعة التي شهدها العالم، حيث تفضل الأدبيات الأمريكية استخدام مصطلح الذكاء التسويقي والذكاء الاقتصادي في حين تستخدم الأدبيات الإنجليزية مصطلح ذكاء الأعمال والذكاء التنافسي، وفي هذا المبحث سنحاول التعرف على أهم المفاهيم حول هذا المصطلح.

المطلب الأول: مفهوم وخصائص الذكاء الاقتصادي

لقد تعددت وتنوعت التعريفات المقدمة بخصوص الذكاء الاقتصادي، وسنعرض فيما يلي المتداول منها وكذا أهم الخصائص المميزة للذكاء الاقتصادي.

الفرع الأول: مفهوم الذكاء الاقتصادي

● لغة: هو الفطنة وحدة القلب وهذا المعنى اللغوي لا يحصل إلا إذا كانت البيئة غير مواتية ويستطيع النفاذ من الدائرة المغلقة¹

● اصطلاحاً: من أبرزها نجد

1- تعريف هارولد ويلنسكي **haroldwilensky**: لقد قدم هارولد أول تعريف للذكاء الاقتصادي في كتابه الذكاء التنظيمي سنة 1967، وعرفه على أنه شرط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية والإستراتيجية للمنظمة، بحيث يكون قد تم تجميعها في إطار قانوني ومن مصادر معروفة².

2- تعريف ريفيليسك **revillisk**: يعرف ريفيليسك الذكاء الاقتصادي على أنه عبارة عن عملية جمع ومعالجة وبت المعلومة التي تعمل على خفض نسبة اليقين في عملية اتخاذ قرار استراتيجي.

4- تعريف مارتري: يعرف مارتري الذكاء الاقتصادي على أنه مجموعة من الأعمال في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا، حيث تم تعريفه على أنه المعلومة المفيدة للأعوان والمتدخلين الاقتصاديين لصياغة استراتيجياتهم³.

5- تعريف أليان جوليت: المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي في فرنسا 2005:

"Lintelligenceeconomiqueconsist en la maitrise et la protection de linformationstrategiquepour toutacteuneconomique elle a bourtrapefinalite la

¹ شرقاوي عبد الله، الذكاء الاقتصادي في التمويلات الإسلامية لمواجهة المخاطر والأزمات، مداخلة، 01:48، 12/03/2020، abdellah.acharkaoui@gmail.com

2 عدي غني عبود الدسدي، الذكاء الاقتصادي، محاضرة، 01:32، 2020/03/ 27

http://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/lecture_file.aspx?fid=9&Icid=82693

³ زرار العياشي ومداحي محمد، واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر مع إمكانية دمج في البرامج التطبيقية دراسات اقتصادية، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، المجلد 2017، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، العدد 27 شباط 2017، ص 211.

competitivite du tissu industriel .la securite de laeconomie et des entreprises et le renforcement de linfluence de notrepays

يعرف أليان الذكاء الاقتصادي بأنه يشتمل على السيطرة وحماية للمعلومات الإستراتيجية للمعلومات الإستراتيجية لجميع الفاعلين الاقتصادية والأمن الاقتصادي بغية تحقيق المنافسة في الميدان الصناعي والاقتصادي والأمن الاقتصادي وأمن الوحدات الاقتصادية، وتعزيز سياسة التأثير¹.

من خلال ما سبق يمكننا استخلاص تعريف الذكاء الاقتصادي أنه:

تفعيل أو استخدام مجموعة الوسائل البشرية والأدوات والأساليب التقنية بهدف الوصول لتطور المؤسسة، بل حتى تعداه ليشمل تطوير اقتصاد بلد ما، وهو يهتم بكل ما يجري في السوق، فهو نظام متكامل تنسجم وتتناسق فيه الكفاءات البشرية مع أحدث التقنيات للوصول للمعلومة الصحيحة قبل الآخرين، ومنه نفاذي المشاكل قبل وقوعها وإن وقعت يقوم أو يساعد الذكاء الاقتصادي على حلها بأخذ القرارات الإستراتيجية الصائبة وفي وقت وجيز.

الفرع الثاني: خصائص الذكاء الاقتصادي

يتسم الذكاء الاقتصادي بجملة عديدة ومتعددة من الخصائص ومن أبرزها²:

- الاستغلال الاستراتيجي أو التكتيكي للمعلومة في اتخاذ القرارات؛
- التنسيق فيما بين الأعوان الاقتصاديين؛
- وجود علاقة قوية بين المؤسسة ومؤسسات البيئة المركزية الإقليمية؛
- اشتراك جماعات الضغط والتأثير؛
- إدماج المعارف العلمية التقنية. الاقتصادية، القانونية، والجيوسياسية؛
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة قانونية³.

المطلب الثاني: أهمية وأهداف الذكاء الاقتصادي

يؤدي الذكاء الاقتصادي دورا مهما في عمل المنظمة، حيث يساعدها على الاستفادة من الفرص وتجنب المخاطر المستقبلية، وفيما يأتي توضيح أكثر حول أهمية الذكاء الاقتصادي ويليها أهدافه.

الفرع الأول: أهمية الذكاء الاقتصادي⁴

- معرفة موقع المؤسسة في السوق؛

¹ عبد الله فاضل الجبالي، تطبيقات الذكاء الاقتصادي في التجارة الالكترونية في إطار الاقتصاد المبني على المعرفة، مركز الدراسات التطبيقية، جامعة الموصل، بدون سنة نشر، ص05.

² دحماني علي، مساهمة الذكاء الاقتصادي في تحول المؤسسات نحو الأعمال المسؤولة اجتماعيا، مداخلة، 2020/03/12، 01:50،

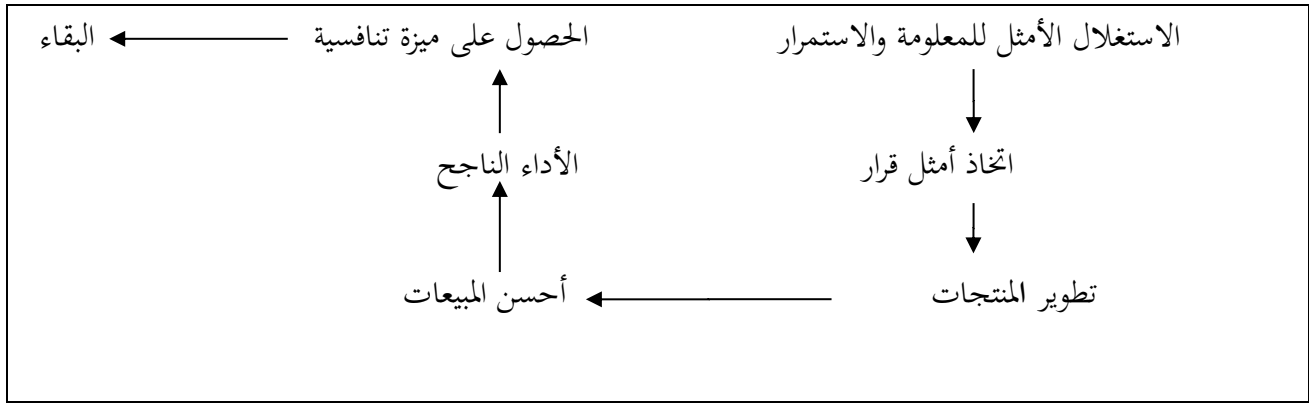
supportasjp@cerist.dz

³ بلحاج آمنة، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع دراسة حالة، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة أوبوكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015، ص34.

⁴ فيلاي أسماء، الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع والمجهودات، دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات روية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة تلمسان، 2014/2013، ص23.

- تحديد نقاط قوة وضعف المؤسسة؛
 - التموّج في أسواق جديدة؛
 - يساعد على توفير الوقت خاصة للإدارة العليا والتفرغ لواجبات أكثر أهمية و إقامة مخطط استمرارية النشاط في حال الأزمات؛
 - الترابط المنطقي والواضح بين الأفكار، النشاطات والاستراتيجيات.
- ومنه فالذكاء الإقتصادي يؤدي إلى الاستمرار، البقاء من خلال استغلال المعلومات والشكل الموالي يوضح أكثر أهمية الذكاء الإقتصادي.

الشكل رقم (01-01): أهمية الذكاء الإقتصادي



المصدر: طبوش خيرة وزعطوط رجاء، دور الذكاء الإقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية عين الدفلى، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة الجيلالي بونعامة بحميس مليانة، عين الدفلى، 2014/2015، ص 07

الفرع الثاني: أهداف الذكاء الإقتصادي¹

من خلال الذكاء الإقتصادي ترمي المؤسسة لتحقيق جملة من الأهداف والتي يمكن حصرها فيما يلي:

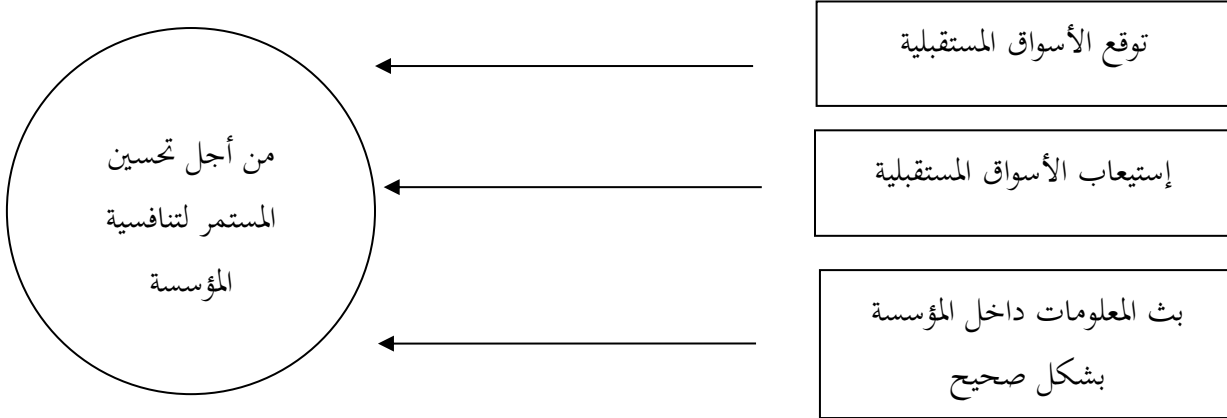
- تحسين تنافس المؤسسات وهو الهدف الرئيسي للذكاء الإقتصادي؛
- حماية ارث المؤسسات والتحسين الدائم لها بواسطة أنشطتها التالية:

- توقع السوق المستقبلي؛
- فهم ومعرفة استراتيجيات المنافسين؛
- نشر صحيح للمعلومات في داخل المؤسسة.

من خلال ما سبق ذكره يمكن تلخيص أهداف الذكاء الإقتصادي فيما يلي:

¹ طبوش خيرة و زعطوط رجاء مرجع سبق ذكره، ص 08.

الشكل رقم (01-02): أهداف الذكاء الاقتصادي



المصدر: العابد برينيس شريفة، الذكاء الاقتصادي كآلية لتطوير وعصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية، **الملتقى الدولي السادس كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة عنابة، 2012/11/07، ص 09.**

الشكل السابق يبين أن الهدف الرئيسي المرجو من الذكاء الاقتصادي هو التحسين المستمر لتنافسية المؤسسة من خلال تكثيف الجهود فيما يتعلق بتوقع الأسواق المستقبلية للمؤسسة و إستيعاب استراتيجيات المنافسين، وأخيرا بث المعلومات داخل المؤسسة بشكل صحيح، بالإضافة لبعض الأهداف الأخرى مثل تطوير الوسائل الإنتاج عبر اكتساب معارف جديدة، اتخاذ القرارات العالية الجودة في ظل توفير المعلومات وانخفاض مستوى عدم اليقين¹.

المطلب الثالث: أنواع ومراحل الذكاء الاقتصادي

هناك أنواع مختلفة للذكاء الاقتصادي كما أنه يمر بعدة مراحل، وهذا ما سنتطرق إليه فيما يلي:

الفرع الأول: أنواع الذكاء الاقتصادي

ينقسم الذكاء الاقتصادي إلى ثلاثة أنواع و هي:

1- الذكاء المعلوماتي: يعكس القدرة على إدارة المعلومات بصفة شخصية وفردية، وتعتبر المعلومات المكتسبة على مستوى المؤسسة ممهدا لبناء ثقافة معلوماتية جيدة.

2- الذكاء العملي: يقصد به القدرة على إدارة المعلومات العملية في إطار محيط تنافسي، وتخص هذه المعلومات كافة حلقات سلسلة الإنتاج انطلاقاً من تصميم المنتج أو الخدمة، مروراً بالإنتاج المادي إلى بلوغ مرحلة النوعية والتسويق، ويعتبر هذا النوع من الذكاء أكثر تكيفاً ومتطلبات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستويين المحلي والإقليمي.

3- الذكاء الاستراتيجي: يعتمد على إدارة المعلومة الإستراتيجية للتأثير في محيط المؤسسة، ويجد هذا النوع من الذكاء مجالا لتطبيقه في إطار المؤسسات الكبرى والصغيرة والمتوسطة ذات التوجه الدولي.

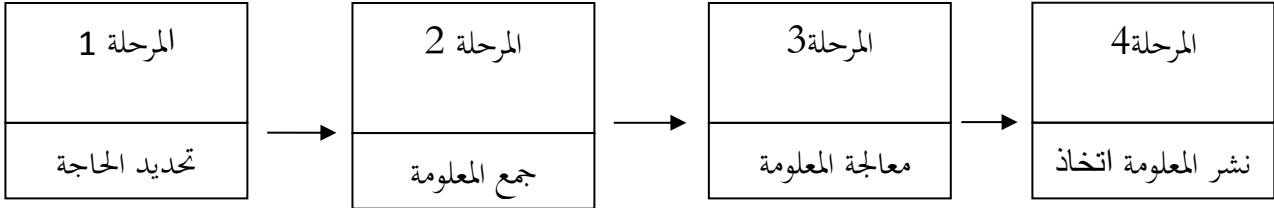
¹ العابد برينيس شريفة، الذكاء الاقتصادي كآلية لتطوير وعصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ، الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية، **الملتقى الدولي السادس كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و التسيير ، جامعة عنابة، 2012/11/07، ص 08.**

ومما سبق يرى الباحثان أن الذكاء الاقتصادي هو شرط أساسي للمخطط الاستراتيجي، ومن الملاحظ أن بيئتنا الحالية تتسبب في التغيير المستمر الذي يفرض على المنظمات أن تمتلك قادة يتمتعون بقدرات عقلية عالية يستخدمونها في مواجهة كافة التغييرات الحاصلة في الوقت الراهن وتوقع الأحداث قبل وقوعها¹.

الفرع الثاني: مراحل الذكاء الاقتصادي

يمر نشاط الذكاء الاقتصادي بأربعة مراحل متتالية وهي كالتالي:

الشكل رقم (01-03): مراحل الذكاء الاقتصادي



المصدر: العابد برينيس شريفة، الذكاء الاقتصادي كآلية لتطوير وعصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، جامعة الشلف، 06 و 07 نوفمبر 2012.

المرحلة الأولى: تحديد الحاجة للمعلومة

في هذه المرحلة لا يتم استعمال الوسائل التقنية والمتطورة، وإنما تحتاج فقط لمهارة في طلب المعلومة التي ترغب المؤسسة في الحصول عليها، ومعرفة جيدة بتنظيم المؤسسة، ويتم فيها تحديد الأهداف، الرؤية الاستراتيجية، الحاجيات الحالية والمستقبلية، المتطلبات التي ينبغي إضافتها أو تعديلها أو حذفها من مؤسسة².

المرحلة الثانية: جمع المعلومات

بعد تحديد المعلومات التي تحتاجها المؤسسة تقوم المؤسسة بجمع تلك المعلومات من مختلف المصادر، ومن أبرز أنواع هذه المصادر نجد نوعين هما:

1- مصادر رسمية مثل: الصحافة، الكتب، وسائل الإعلام مثل الأنترنت، بنوك المعطيات والأقراص المضغوطة (cdrom).

2- مصادر غير رسمية: وهي مصادر للمعلومات تعتمد بالدرجة الأولى على الجهود الشخصي للفرد المعني بجمع المعلومة من خلال استغلال كل وقته وإمكانياته للحصول على المعلومة، ومن بين هذه المصادر السوق والمنافسين في حد ذاتهم، الموردین مهمات وأسفار الدراسة، الهيئة الداخلية للمنظمة، المعارض، العلاقات الشخصية³.

¹ روكان عواد خالد وخوام محمود زيد، التخطيط الاستراتيجي وتأثيره في الذكاء الاقتصادي، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية بالجامعة، العراق، العدد 55، سنة 2018، ص 151.

² العابد برينيس شريفة، مرجع سبق ذكره، ص 06.

³ مزهود عبد المجيد، أهمية الذكاء الاقتصادي في اتخاذ القرار الاستثماري لشركات رأس المال المخاطر، الملتقى السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، كلية الاقتصاد جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 11.

المرحلة الثالثة: معالجة المعلومات

المقصود بها تجميع المعطيات المحصل عليها من أجل تحليلها بشكل متجانس، ثم ترجمتها لأجل إعداد صورة تحليلية غنية بكل المعلومات التي تكون مختلفة دائما في سطور الوثائق.

المرحلة الرابعة: نشر المعلومات من أجل اتخاذ القرار

أي إعطاء قيمة لهذه المعلومات في بيئتها داخل المنظمة حتى تساهم في خلق قيمة مضافة من أجل اتخاذ القرار المناسب¹.

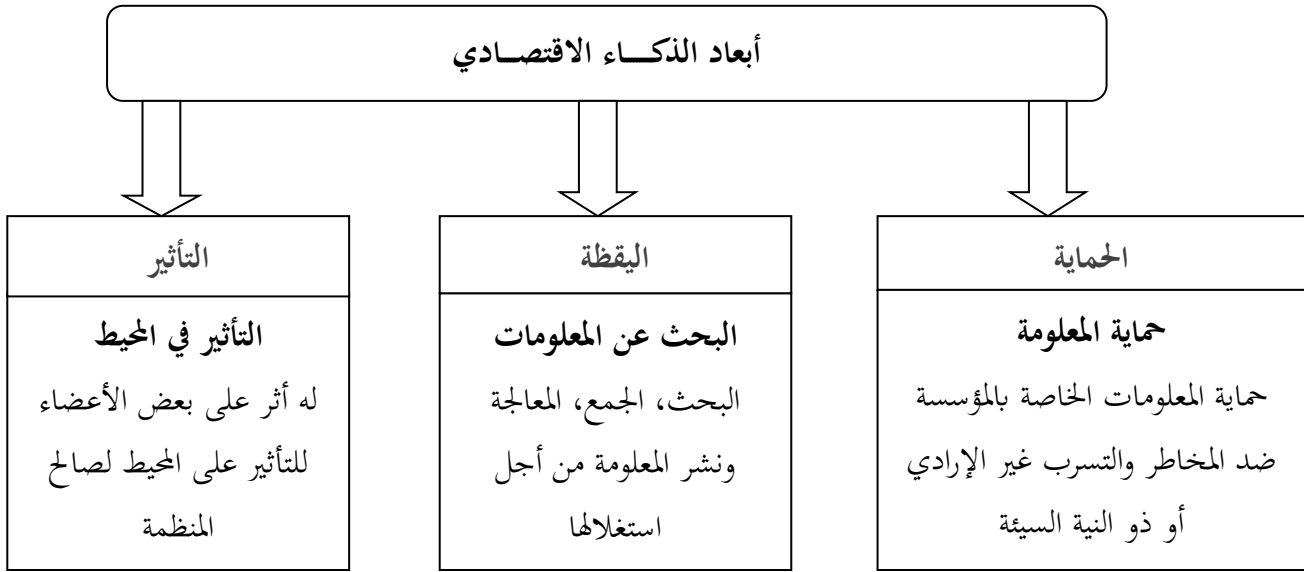
المطلب الرابع: أبعاد وسياسات الذكاء الاقتصادي

يعتمد الذكاء الاقتصادي على أبعاد وسياسات تتمثل فيما يلي:

الفرع الأول: أبعاد الذكاء الاقتصادي

للذكاء الاقتصادي ثلاث أبعاد: اليقظة، الحماية والتأثير، وهذا ما يوضحه الشكل الموالي

الشكل رقم (01-04): أبعاد الذكاء الاقتصادي



المصدر: أحمد بوريش، الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الإستراتيجية في مواجهة التهديدات و إستغلال الفرص دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية تلمسان، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2019، ص 116.

1- الحماية La Protection: أو إدارة المخاطر المعلوماتية يتم استخدام عنصر الحماية لحماية المعلومات التي بحوزة المؤسسة التي تدير هذه المخاطر، وذلك لضمان سلامة و أمن المعلومات على تباين المعلومات التي تعد جزء من الترسنة الدفاعية للمؤسسة، و يمكن تحديد أهداف الحماية كالتالي:

¹ بلحاج آمنة، مرجع سبق ذكره، ص33

- حماية الأصول غير الملموسة للمؤسسة؛
- تحديد المبادئ والتوجيهات العامة والأولويات؛
- وضع وتنفيذ وصيانة مستودع حماية المعلومات (السياسات، الأدوار، المسؤوليات.... الخ)؛
- رفع الوعي وثقافة الإدارة والموظفين ذوي الأولوية؛
- ضمان الامتثال والرقابة.

2- اليقظة La Veille: وهي من أعمدة الذكاء الإقتصادي التي تعد أسلوباً وعملية منظمة في الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة، حيث تساعد في دعم القرارات من أجل التنمية، تطوير وضمان بقاء المؤسسة وتحسين تنافسيتها من خلال جمع ومعالجة المعلومات، ونشر المعرفة المفيدة للتحكم في المحيط الخارجي، فهي تهدف لمراقبة وتحليل المحيط التنافسي واكتشاف الإشارات الضعيفة وتبيان التوجيهات الناشئة، كما يتم استخدامها لاستباق التهديدات والفرص ومنه الحد من عدم اليقين، ويمكن للمؤسسة أن تمارس اليقظة- بالمعنى الدقيق للكلمة- فتسعى أن تكون الأكثر دراية بالبيئة من منافسيها، وأن تكون على علم بما¹.

3- التأثير: يعد التأثير من العناصر المهمة في الذكاء الإقتصادي إذ أن استخدام المعلومات يمكن المنظمة من العمل على بيئتها و يجعلها أكثر ملائمة لتحقيق أهدافها الإستراتيجية وفي مواجهة التيارات التي قد تكون ضارة، فمن خلال سياسة الضغط والتأثير تشكل ضرورة ضاغطة وبالالتجاه الذي ترغب فيه المنظمة من خلال القوانين والأخذ برأي المتعاملين الفاعلين والمستشارين دون إلحاق الضرر برأي الآخرين والتأثير بعدة وسائل من أهمها:

أ- حملات الاتصال ويكون هذا النوع بالتأثير على المستهلك؛

ب- باستخدام التفكير ويطلق عليه التأثير على قادة الرأي؛

ج- باستخدام الضغط وهو ما يعرف بالعمل الضغطي².

الفرع الثاني: سياسات الذكاء الإقتصادي

يقوم الذكاء الإقتصادي على ثلاث سياسات وهي:

1- سياسة التنافسية: وترتكز هذه السياسة على البحث والتطوير وتسمح بمسايرة المؤسسات في تعقب الفرص والحصول على الأسواق في العالم ويتم هذا عن طريق التعرف المشترك على الرهانات الإستراتيجية وتجميع الخبرات والمعلومات العامة والخاصة، وتهدف إلى تشجيع المنافسة وخلق البيئة المناسبة لذلك في الأسواق العالمية والمحلية، وذلك

¹ أحمد بوريش، الذكاء الإقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الإستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية تلمسان، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2018/ 2019، ص 116-117.

² وصال عبد الله حسين وبيداء ستار لفته، عناصر الذكاء الإقتصادي للمنظمة ودورها في تحقيق النمو الإقتصادي، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 14، العدد 2019، 47، ص 07.

بتعزيز المنافسة السوقية، وتحقيق الفاعلية في توظيف الموارد وعدالة الدخول إلى الأسواق والخروج منها، إضافة إلى حماية المستهلك من الاحتكار¹.

2- سياسة الأمن الاقتصادي: إن العلاقة بين ميدان الاستخبارات وميدان المنافسة الاقتصادية و الصناعية اليوم يعد موضوعا مشابها للفترة ما بعد الحرب الباردة، حيث أن الخطر العسكري المباشر أصبح يتراجع ليترك المجال واسعا لمخاطر جديدة تعد غير مباشرة، من بينها الخطر ضد المصالح الاقتصادية الذي أصبح يبرز بصفة خاصة، بما أن تحرير نشاطات العديد من القطاعات وتطوير التبادل الحر جعل معظم الدول معرضة للتحركات الاقتصادية العالمية بحيث أصبح أهم الشركاء والمنافسين يأخذون منعرجا يسميه إدوارد لوتفاك الجيو اقتصادي بعبارة أخرى تواصل الاستراتيجيات العسكرية الدبلوماسية متمثلة في وسائل اقتصادية وتجارية، عن ترجمة هذه السياسة الجماعية لرهانات الأمن الاقتصادي أصبحت تتحدد في مفهوم (المصالح الأساسية للأمة) أي ترتيب العناصر الأساسية للطاقت الاقتصادية والعلمية للوطن، وبالتالي أصبحت الدولة تعترف وتقر بأنها ليست الوحيدة المسؤولة عن الأمن الجماعي، فالمؤسسات هي أيضا يجب أن تشارك بصفقتها عنصرا أساسيا في الأمن الاقتصادي الوطني في حماية ومتابعة مصالحها الخاصة المشروعة².

4- سياسة التأثير: وخاصة على مستوى الهيئات المعروفة بإعدادها للنظم والمعايير التي تدير الحياة الاقتصادية من خلال العمل الضغطي والذي هو التأثير على القرار السياسي والاقتصادي، يشرح ضرورة قانون ما أو خطورته وسلبيته، ولقد أصبح العمل الضغطي يدرس في المدارس الكبرى والجامعات حيث اللجنة الأوروبية يجعله ضروريا في العملية الديمقراطية، فساهم في فاعلية القوانين المصادق عليها بعد أن تأخذ في الحسبان رأي المهنيين دون الضرر برأي الآخرين وتحديد الحكم السياسي وينحصر مجال تطبيق الذكاء الاقتصادي خصوصا في الأسواق التي تعتبر مصدرا للقيمة المضافة، بل يتعدى الأمر ذلك لأن تكون مصدرا للتأثير والقوة ومن أمثلة ذلك مشاريع الطيران و الفضاء، التسليح، الطاقة، صناعة الأدوية، الجينات، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ذلك أن هذه المشاريع لا تحكمها قاعدة السعر ونوعية المنتج والخدمات التابعة، ويتجاوز ذلك لأن تكون الموافقة والمساندة السياسية للدولة العامل الحاسم فيالحصول عليها³.

¹ مغمولي نسرين، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية دراسة حالة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015، ص 19.

² معمر قوادري فضيلة، مساهمة الذكاء الاقتصادي في دعم التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 06 و 07 نوفمبر 2012، ص 05.

³ بن الصغير عواطف، دور الذكاء الاقتصادي في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2012/ 2013، ص 06.

المبحث الثاني:

مفاهيم عامة حول التنافسية

أصبحت التنافسية في عصرنا الحديث أمر لا مفر منه و أصبح لها هيئات و إدارات و التي بدورها تمتلك إستراتيجيات و مؤشرات تمكنها من اكتساب قدرات و ميزات تنافسية و أصبح تأثيرها واضح على المؤسسات التي تحتاج إلى النمو الاقتصادي، و سنحاول في هذا المبحث إبراز بعض المفاهيم المتعلقة بالتنافسية.

المطلب الأول: مفهوم وأنواع التنافسية

الفرع الأول: مفهوم التنافسية

اختلف معظم علماء الاقتصاد والهيئات الاقتصادية الدولية على تحديد مفهوم محدد ودقيق لمصطلح التنافسية، فهناك من يرى أن التنافسية من منطلق مفهوم واسع يشمل الاقتصاد الكلي بما يحويه من مستويات المعيشة والنمو الاقتصادي، والبعض الآخر من مفهوم ضيق ويختصرها في تنافسية السعر والتجارة.

ويختلف تحديد مفهوم التنافسية باختلاف مستوياتها بدءاً من المؤسسة، القطاع، الدولة، فهذه المستويات الثلاثة تربطها علاقة تكاملية، إذ أن إحداها تؤدي إلى الأخرى، فلا يمكن الوصول إلى دولة ذات مزايا تنافسية إلا بوجود قطاع له قدرة تنافسية، وجود قطاع تنافسي هو نتيجة لوجود مؤسسات تنافسية، وفي المقابل فإن تحقيق الدولة لمعدل مرتفع ومستمر لدخل الفرد يعد دليلاً على أن النشاطات الاقتصادية المختلفة تمتلك في مجملها ميزة تؤهلها للمنافسة على الصعيد الدولي. وعلى ضوء ما سبق سنقوم بتعريف التنافسية حسب مستوياتها:

أولاً: مفهوم التنافسية على مستوى الدولة

لقد عرفها بورتيرporter بقوله أن المفهوم الشامل لتنافسية الدولة هو: "الإنتاجية"، فالهدف الأساسي لأي دولة هو تحقيق مستوى مرتفع من الإنتاجية ورفع مستوى معيشة أفرادها.¹

تعريف المجلس الأوروبي ببرشلونة: عرفها في اجتماعه ببرشلونة سنة 2000 تنافسية الأمة على أنها "القدرة على التحسين الدائم لمستوى المعيشة لمواطنيها وتوفير مستوى تشغيل عال وتماسك اجتماعيا وهي تغطي مجالا واسعا وتخص كل السياسة الاقتصادية"²

¹ بودريال أحمد دور البيقطة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماستر، تخصص التسيير الإستراتيجي للمنظمات، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، ص 36. نقلا عن نيقين حسين شمت، التنافسية الدولية وتأثيرها على التجارة العربية والعالمية، دار التعليم الجامعي، مصر 2010، ص 22.

² بن الصغير عواطف، مرجع سبق ذكره، ص 06.

وتعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCED) التنافسية على أنها: " المدى الذي من خلاله تنتج الدولة وفي ظل شروط السوق الحرة والعادلة، منتجات وخدمات تنافس في الأسواق العالمية، وفي نفس الوقت يتم تحقيق زيادة الدخل الحقيقي لأفرادها في الأجل الطويل".¹

وتعرفها (OCED) كذلك التنافسية الدولية بأنها "القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تواجه اختبار المزاومة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسيع الدخل المحلي الحقيقي".

ويعتبر تعريف العاملة في مجال الاقتصاد Laura D'andrea Tyson من أكثر تعريفات التنافسية رواجاً حيث عرفتها: " التنافسية هي القدرة على إنتاج منتجات وخدمات تنجح في اختبار المنافسة الدولية في حين يتمتع مواطنوها بمستوى معيشة متنم و مستديم على حد سواء".²

وكما تعرف أيضاً على أنها: تعكس قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع ومستمر لمستوى دخل أفرادها، ففي حين تقتضي الميزة النسبية المنافسة على أجور منخفضة، فإن الميزة التنافسية تقتضي تحسين الإنتاجية للمنافسة في نشاطات اقتصادية ذات أجور مرتفعة، الأمر الذي يضمن تحقيق معدل نمو مرتفع ومستمر لدخل الفرد.³

ومنه يمكننا تعريف التنافسية على مستوى الدولة باختصار على أنها "قدرة البلد على زيادة حصصها في الأسواق المحلية و الدولية و مدى قدرة إندماج اقتصادها في الاقتصاد العالمي".

ثانياً: مفهوم التنافسية على مستوى القطاع

وتعني " قدرة المؤسسات في قطاع معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية".⁴

وبالتالي تتميز تلك الدولة في هذه الصناعة، وتقاس تنافسية صناعة معينة من خلال الربحية الكلية للقطاع و ميزانه التجاري و محصلة الإستثمار الأجنبي المباشر الداخلي و الخارجي، بالإضافة إلى مقاييس متعلقة بالتكلفة و الجودة للمنتجات على مستوى الصناعة.⁵

ثانياً: مفهوم التنافسية على مستوى المؤسسة:

يعتبر هذا المستوى من مستويات التنافسية هو الذي يتعلق بموضوع البحث، وسنتطرق إليه كالاتي:

¹ نوير طارق (World economic forum): دور الحكومة الداعم للتنافسية: حالة مصر، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، 2002، ص5.

² أمال عياري، رجم نصيب، الإستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، ملتقى دولي: تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، جامعة محمد خيضر بسكرة 29-30 أكتوبر 2002، ص13.

³ كمال رزق، فارس مسدور، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، ورقة 22-23 أبريل 2003. ص201.

⁴ يوسف مسعداوي، القدرات التنافسية ومؤشراته، المؤتمر العلمي الدولي حول: الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 08-09 مارس 2005، ص201.

⁵ كمال رزق، فارس مسدور، مرجع سبق ذكره، ص202.

يتمحور تعريف تنافسية المؤسسات حول قدرتها على تلبية رغبات المستهلكين المختلفة، وذلك بتوفير سلع وخدمات ذات نوعية جيدة تستطيع من خلالها النفاذ إلى الأسواق الدولية.

فالتعريف البريطاني للتنافسية ينص على أنها: "القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المنشأة الأخرى".
وكما تعرف أيضا على أنها "قدرة المؤسسة على تلبية رغبات المستهلكين المختلفة من خلال توفير سلع وخدمات ذات نوعية جيدة تستطيع بواسطتها النفاذ إلى الأسواق في الوقت المناسب والسعر المناسب"¹.

ونجد أن الخبير الإقتصادي السياسي Ricardo Petrella في مقالة يعرفها L'évangile de la competitive "التنافسية لا تعد و أن تكون أسلوبا يسلكه الأعوان الاقتصاديون في محيط الأسواق التنافسية و كل عون على وجه الخصوص المؤسسة تبحث عن وضعيات و مزايا تنافسية في ظل احترام القواعد المحددة و مع توفر كافة الشروط العادلة للجميع"².

ويقصد بها: الجهود و الابتكارات و الإجراءات و الضغوط و كافة الفعاليات الإدارية التسويقية، الإنتاجية، التطويرية التي تمارسها المؤسسات من أجل الحصول على شريحة أكبر و رقعة أكثر إتساعا في الأسواق التي تهتم بها³.
وتعرف على أنها القدرة المنتظمة ذات المردودية على تسليم السلع و الخدمات التي يرغب الزبائن في اقتنائها⁴.
فالتنافسية على مستوى المؤسسة ترتبط بمنجاتها (التميز أو التنافسية خارج السعر) أسعارها(تنافسية السعر/التكلفة) وموقعها في السوق⁵.

وبالتالي من خلال التعريفات السابقة يمكن القول أن التنافسية على مستوى المؤسسة هي "القدرة على تلبية رغبات المستهلكين بتوفير منتجات ذات جودة عالية و بأسعار مناسبة و في الوقت المناسب تستطيع من خلالها الحصول على حصة سوقية كبيرة"

الفرع الثاني: أنواع التنافسية

يمكن تصنيف التنافسية إلى نوعين هما التنافسية حسب الموضوع والتنافسية وفق الزمن، وسيتم التفصيل لكليهما كالتالي⁶.

أولا: التنافسية من حيث الموضوع: وتتضمن تنافسية المنتج وتنافسية المؤسسة وهي كالاتي:

¹ محمد عبد الحسين الطائي، نعمه عباس خضير الخفاجي، نظم المعلومات الإستراتيجية منظور الميزة الإستراتيجية، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2009، ص147.

² الهواري بن الحسن، الإبداع التكنولوجي كأداة لتحسين التنافسية و تحقيق التنمية المستدامة، وهران، الجزائر (بدون سنة)، ص9.

³ سميرة فرحات، مساهمة الذكاء التنافسي في تحسين الأداء الصناعي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بسكرة، الجزائر، 2015. 2016، ص50.

⁴ علي طالب شهاب، أهم مقومات القدرة التنافسية للاقتصاد البصري، مجلة دراسات البصرة، السنة السابعة، العدد12، 2011، ص8.

⁵ وديع محمد عدنان، مسح في مؤشرات التنافسية، ورشة عمل حول: محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية، معهد الاقتصاد الكمي، تونس 19-21 جوان 2001، ص8.

⁶ هبة الله أوريسي، تنافسية القطاع السياحي وانعكاساته على التنمية المستدامة في الدول العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة سطيف، 2011-2012، ص8.

1. **تنافسية المنتج:** تعتبر شرط لازم للتنافسية المؤسسة و لكنه ليس كافيا، و كثيرا ما يعتمد على سعر تكلفة وحيد لتقوم تنافسية منتج معين و يعد ذلك أمراً مضللاً باعتبار أنها كمعايير أخرى قد تكون أكثر دلالة، وعليه يجب اختيار معايير معبرة تمكن من التعرف الدقيق على وضعية المنتج في السوق في وقت معين.
 2. **تنافسية المؤسسة:** يتم تقويمها على مستوى أشمل من تلك المتعلقة بالمنتج، حيث لا يتم حسابها من الناحية المالية في نفس المستوى من النتائج، فتنافسية المؤسسة عند تقويمها يتم الأخذ بعين الاعتبار هو مشكل المنتجات من جهة و الأعباء الإجمالية من جهة أخرى، فإذا زادت هذه المصاريف و فاقت الهوامش و استمر ذلك لمدة أطول فإن ذلك يؤدي إلى خسائر كبيرة يصعب على المؤسسة تحملها و من ثمة فالمؤسسة مطالبة بتقديم قيمة لربائتها، و لا يتم ذلك إلا إذا حققت قيمة إضافية في كل مستوياتها.
- ثانيا: التنافسية وفق الزمن:** وتتمثل في التنافسية الملحوظة و القدرة التنافسية¹:
- ✓ **التنافسية الملحوظة:** تعتمد هذه التنافسية على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية، غير أنها لا يجب التفاؤل بشأن هذه النتائج لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق أو عن ظروف جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية، فالنتائج الإيجابية في المدى القصير قد لا تكون كذلك في المدى الطويل.
 - ✓ **القدرة التنافسية:** تستند القدرة التنافسية إلى مجموعة من المعايير حيث أن هذه الأخيرة تربطها علاقات متداخلة فيما بينها، فكل معيار يعتبر ضروري، لأنه يوضح جانبا من القدرة التنافسية و تبقى المؤسسة صامدة في بيئة مضطربة، ولكنه لا يكفي بمفرده و على خلاف التنافسية الملحوظة، فإن القدرة التنافسية تختص بالفرص المستقبلية، و بنظرة طويلة المدى من خلال عدت دورات استغلال.
- كما نجد تصنيفات أخرى لأنواع التنافسية يمكن ذكرها كما يلي⁽²⁾:
- ✓ **تنافسية التكلفة أو السعر:** فالبلد ذو التكاليف الأرخص يمكن من تصدير السلع إلى الأسواق الخارجية، بصورة أفضل ويدخل هنا أثر سعر الصرف.
 - ✓ **التنافسية غير السعرية:** باعتبار أن حدود التنافسية معرفة بالعديد من العوامل غير التقنية و غير السعرية، فإن مما بعض الكتاب يتكلمون عن المكونات غير السعرية في التنافسية.
 - ✓ **التنافسية النوعية:** ويشمل بالإضافة إلى النوعية والملائمة عنصر الإبداع التكنولوجي، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذات النوعية الجيدة والأكثر ملائمة للمستهلك وحيث المؤسسات المصدرة ذات السمعة الحسنة في السوق، يتمكن من تصدير سلعه حتى ولو كانت بأعلى سعر من سلع منافسيه.
 - ✓ **التنافسية التقنية:** حيث تتنافس المشروعات من خلال النوعية في الصناعات عالية التقنية.
 - ✓ **التنافسية الظرفية:** وترتكز على مناخ الأعمال وعمليات المؤسسة واستراتيجياتها.

¹ دحمان محمد درويش. ناصر عبد القادر، التقنيات الحديثة كمدخل للأداء المتميز بالنسبة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، ملتقى دولي حول: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسنية بن بوعلي الشلف، 17 و 18 أفريل، 2006، ص6.

² محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، مرجع سبق ذكره، ص07.

✓ التنافسية المستدامة: وتركز على الإبداع التكنولوجي و رأس المال البشري و الفكري.

المطلب الثاني: إستراتيجيات وأبعاد التنافسية

الفرع الأول: إستراتيجيات التنافسية

تعتبر الاستراتيجيات التنافسية من أهم العناصر التي تمكن المؤسسة من تحقيق أداء أفضل مقارنة بمنافسيها، وتتمثل هذه الاستراتيجيات فيما يلي:

أولا: إستراتيجية قيادة التكلفة⁽¹⁾ تعتبر هذه الإستراتيجية على " قدرة المؤسسة على توفير سلعة أو خدمة بتكلفة أقل من منافسيها"، و تركز هذه الإستراتيجية اهتمامها بتخفيض التكلفة إلى أدنى مستوى ممكن دون التأثير على معدل الإنتاج و ذلك استنادا لمفهوم الخبرة و الاستخدام الأمثل لموارد المؤسسة المتاحة. ويتطلب تحقيق هذه الإستراتيجية امتلاك المؤسسة لحصة سوقية كبيرة مع حصولها على المواد الأولية بسهولة بالرغم من أن بعض المؤسسات قد تواجه خسائر جمة لتكوين حصة سوقية كبيرة.

ويرى (Porter) أن اعتماد هذه الإستراتيجية سوف يقلل من حجم التحديات في المركز الذي تحتله هذه المؤسسات، لا يقلل من جودة المنتج، كما أنها توفر عوائد مالية مقارنة بالمنافسين و الأمر الأساسي هو أن يتم إدراك السعر المنخفض من قبل العملاء لأن هذا سوف ينعكس إيجابا على تعظيم الحصة السوقية للمؤسسة.

ثانيا: إستراتيجية التمييز⁽²⁾ تعمل هذه الإستراتيجية على تمييز المنتجات التي تقدمها المؤسسة من خلال شيء متميز و منفرد. و يمكن لصيغ التمييز أن تتخذ عدة أشكال (التصميم، النوعية، التكنولوجيا، خدمات الزبائن و شبكات التوزيع... إلخ).

ووفقا لهذه الإستراتيجية فإن المؤسسة تقوم بتمييز منتجاتها عن المنتجات الأخرى المنافسة، ويرتكز هذا الخيار في أن تتمكن المؤسسة من تلبية حاجات ورغبات عملائها بطريقة فريدة ومتميزة، من خلال تقديم منتجات مبدعة وذات نوعية عالية.

ثالثا: إستراتيجية التركيز⁽³⁾ تعتمد المؤسسة من خلال هذه الإستراتيجية على تقسيم السوق إلى عدة قطاعات لتعامل مع قطاع واحد، فتوجه كافة مواردها إلى هذا القطاع، حيث تستعمل معه إما إستراتيجية قيادة التكلفة أو إستراتيجية التمييز مع ضرورة متابعة نمو القطاع المعني لأن سرعة النمو منعدمة تؤثر على رغبة المنافسين في الدخول إلى القطاع.

أي أنه هناك بديلين لتطبيق هذه الإستراتيجية: يتمثل الأول في الاهتمام بمركز التكلفة: وهو العمل من اجل تخفيض التكاليف، والثاني الاهتمام بالتمييز من خلال البحث عن خصائص التمييز داخل القطاع المستهدف.

¹ إسماعيل محمد السيد، الإدارة الإستراتيجية مفاهيم حالات تطبيقية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر 2000، ص 224.

² سليمان منيرة، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية، مذكرة ماستر، جامعة بسكرة، 2012/ 2013، ص 40.

³ مبروك خته، فعالية الإبداع التكنولوجي في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، 2015/2016، ص 56.

الفرع الأول: أبعاد التنافسية

تنافس المؤسسة وفق مؤشرات تنافسية مختلفة، تمكنها من تحقيق التفوق و الأفضلية على باقي المنافسين، و لقد اختلف الكتاب الباحثين في تحديد أبعاد و مؤشرات التنافسية و ذلك بحسب وجهات نظرهم المختلفة، إلا أنه هناك بعض منها كانت محل اتفاق وقد انحصرت في المؤشرات التالية (التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم، الإبداع) و سنقوم بتناولها كما يلي:

1- التكلفة (Cost): و تعني إنتاج و تقديم المنتجات بأقل تكلفة ممكنة، وتتضمن تكلفة العمل و المواد و المصاريف المباشرة و الغير مباشرة. أو هي عبارة عن كلفة البضاعة المباعة في المؤسسات الإنتاجية، ويمكن التعبير عنها كنسبة للمبيعات أو كلفة الوحدة لمنتجات معينة وتقارن مع تكاليف المنافسين و التقيد تظهر في ثلاث مجالات هي : تقديم منتجات ذات أسعار أقل عما يقدمه المنافسين، و تصنيع منتجات متشابهة و بسعر أقل و القدرة لمواجهة أسعار المنافسين⁽¹⁾ و يقوم مدراء العمليات بتحديد كلفة المواد الأولية و العمل و التكاليف الأخرى بهدف تصميم نظام يحدد تكلفة الوحدة الواحدة، و هو ما يمثل قدرة المؤسسة على إنتاج و توزيع المنتجات بأقل التكاليف، مما يمكنها ذلك في المحافظة أو تعزيز حصتها السوقية، فهذا المؤشر يعتبر هام جدا لتحقيق تنافسية المؤسسة⁽²⁾.

2- الجودة (Quality): و تتمثل في المواصفات و الأداء الجيد للمنتج و الوظيفة التي تقدمها المنظمة للحصول على نوعية عالية لعمليات التصميم و الإنتاج. لذا تركز هذه الأسبقية على خمسة خصائص هي: الثقة بالمنتجات، و نوعية يدركها الزبون، و درجة أو نسبة مطابقة المنتج مع المواصفات و المعايير المحددة، و المتانة، و التصميم الوظيفي الفعال للمنتج⁽³⁾.

وكما يمثل هذا المؤشر الجوهرى الهدف الأساسى لكل مدير، و قوة كل مؤسسة الذى من خلاله يمكن تعزيز التفوق التنافسي، و هو يفيد المؤسسة في جانبين رئيسيين وهما:

- ✓ رفع جودة المنتج يؤدي إلى زيادة قيمته لدى الزبون، وهذا بدوره يؤدي لزيادة ربحية المؤسسة.
- ✓ تحسين الجودة يؤدي إلى رفع مستوى الكفاءة، و من ثم تقليل الضياع و الهدر و توفير التكاليف المرتبطة بعملية الإنتاج، و تقليل المخاطرة و الحماية من المنافسين.

3. المرونة (Flexibility): يعد المؤشر الحاسم في أسواق الحاضر و المستقبل، متمثلة بالقابلية على التكيف لتقديم مقادير مختلفة من منتجات متنوعة، وكذلك التكيف مع البيئات المختلفة، و تعد مقياس القدرة المؤسسة على تحويل عملياتها و بسرعة من إنتاج منتجها الحالي إلى منتج جديد⁴.

¹ غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا (مفاهيم و مداخل، تقنيات، تطبيقات علمية) ط1، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن 2007، ص 22.

² فراس رحيم يونس العزاوي، عثمان إبراهيم أحمد الخفاجي، تشخيص قدرات تكنولوجيا المعلومات و تأثيرها في تحقيق التفوق التنافسي، مجلة العلوم الاقتصادية و الإدارية، المجلد 21، العدد 81، جامعة بغداد كلية الإدارة و الاقتصاد، 2015، ص 211.

³ محمد عبد الوهاب العزاوي، أحمد سليمان الجرجري، دور تقانة المعلومات و الاتصالات في تحقيق المزايا التنافسية، مجلة بحوث مستقبلية، مركز الدراسات المستقبلية، كلية الحدباء، الموصل، العدد 30/29، 2010، ص 15.

⁴ فراس رحيم يونس العزاوي، عثمان إبراهيم أحمد الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص 211.

فالمرونة هي التكيف مع الطلب والقدرة على الاستجابة له وتشمل نوعين أساسيين المرونة هما:

✓ **مرونة النوع:** وهي التكيف للحاجات الفريدة لكل زبون و تصاميم المنتج الدائمة التغيير، وهنا يتم تلبية المنتجات أو الخدمات وفق التفصيلات الشخصية وتكون لها دورات حياة قصيرة.

✓ **مرونة الحجم:** وهي القدرة لتعجيل أو إبطاء معدل الإنتاج لمواجهة التقلبات في الطلب، أو مقدار الوقت الذي تستغرقه عملية الانتقال من مستوى إنتاج إلى آخر، كما أن مرونة الحجم تمثل القدرة على تسليم ما يحتاجه الزبون خلال مهل زمنية أقصر ما يقوم به المنافسون، وبذلك تقاس المرونة بالمهلة الزمنية المطلوبة للاستجابة إلى احتياجات الزبائن وتحقق المرونة القدرة تنافسية للمؤسسات عن طريق¹.

- التنوع الواسع في المنتجات لمقابلة احتياجات الزبائن؛
- الوفاء بمواعيد التسليم نتيجة القدرة على إجراء تغييرات في حجم و تصميم المنتجات بأقل وقت ممكن؛
- تخفيض تكاليف التحول بين المنتجات التي تؤدي إلى تخفيض تكاليف التشغيل؛
- متابعة التغييرات المفاجئة في طلبات الزبائن و التكيف معها بأقل التكاليف و خاصة تكاليف إعادة تصميم المعدات و تسهيلات الإنتاج.

4. **التسليم (Delivery):** تسعى الكثير من المؤسسات إلى توسيع قاعدتها من الزبائن بالتركيز على توفير المنتج في المكان والزمان المطلوبين، ويتضمن هذا المؤشر ثلاثة جوانب وهي: السرعة في التسليم في الوقت المحدد والمتفق عليه، والسرعة في التهيئة والإعداد. كلما كان الوقت المنجز لحظة توليد الفكرة من التصميم النهائي والإنتاج قصير جداً، كلما كانت للمؤسسة خاصية تفوق على باقي المنافسين².

فعندما تكون عمليات الإنتاج للتخزين، تقاس كفاءة التسليم بتوفر الإنتاج عند الطلب عليها، أما عندما تكون عمليات الإنتاج حسب الطلب تقاس بمدى مقابلة جداول التسليم، وفق التواريخ الاستحقاق المتفق عليها مع الزبائن، لذلك تبين هذه الأسبقية قدرة المنظمة لتوفير المنتجات عند الحاجة إليها والتي تقاس وفق الوقت الإنتاج³.

1. **الإبداع (Innovation):** يعد هذا الأخير من المؤشرات الإستراتيجية المهمة للتفوق التنافسي، وهو الأسبقية الخامسة التي أشارت إليها الأدبيات المعاصرة في إدارة العمليات، وهو عبارة عن تحقيق تطور وعمل خلاق بما يحقق الإبداع في الإنتاج والتكنولوجيا المستخدمة، أو إيجاد طرق جديدة لإنتاج أو توزيع المنتجات بشكل يختلف عما هو قائم في ميادين العمل⁴.

¹ غسان قاسم اللامي، مرجع سبق ذكره (بتصرف) ص 24 .

² نفس المرجع السابق (بتصرف)، ص 21.

³ مصطفى أحمد حامد رضوان، التنافسية كآلية من آليات العولمة و دورها على دعم جهود النمو والتنمية في العالم، الدار الجامعية، ط1، الإسكندرية، مصر، 2011 ص 26.

⁴ فراس رحيم يونس العزاوي، عثمان إبراهيم أحمد الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص 212.

ويتضمن الإبداع قيام المنظمة بإنتاج سلع أو خدمات، أو استخدام طرق جديدة للمدخلات لم يسبق له استخدامها، وهذا يعني إجراء تغييرات تكنولوجية معينة، حيث عد استخدام التكنولوجيا الجديدة في العمل بمثابة إبداع للمنظمة.

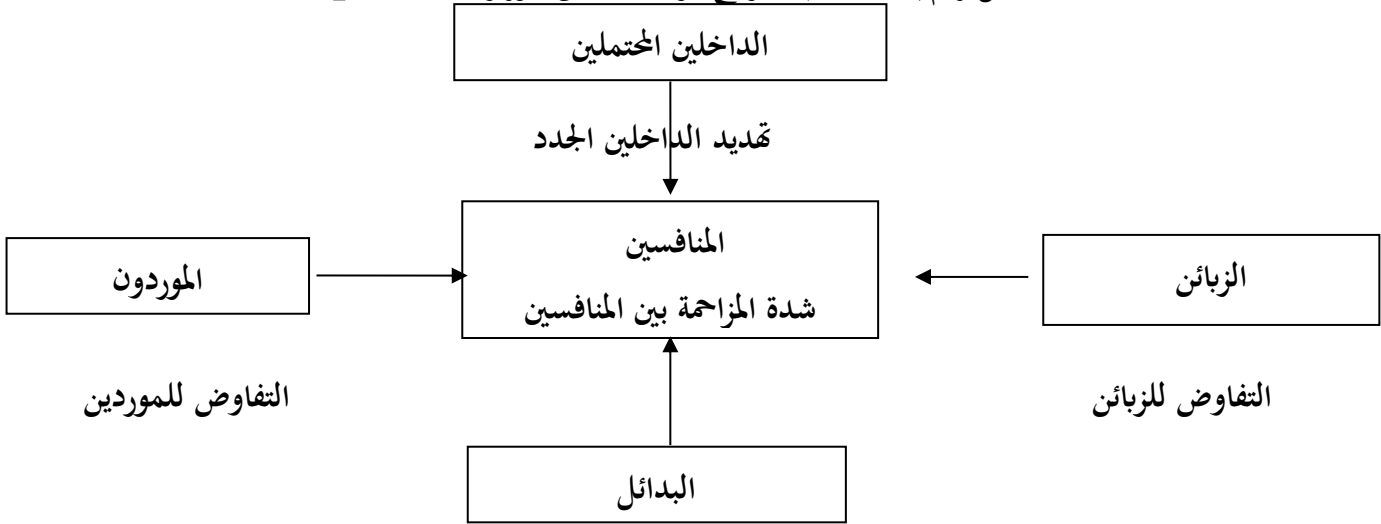
ويكون الإبداع ناجحا عندما يتحقق الترابط الواضح للأفكار الجديدة وتكنولوجيا المنتج و العملية، أي الإبداع التقني و ما يرتبط ضمنا مع الإبداع الإداري الذي يمثل كنظام إداري جديد (القواعد، و الإجراءات، و الأدوار، و الاتصالات) وبرامج تطويرية جديدة للعاملين تؤثر بصورة غير مباشرة في إنتاج المنتجات أو تقديم خدمات إلى الزبائن.

المطلب الثالث: القوى التنافسية

تنشط المؤسسات في بيئة تتميز بالتغيير المستمر ينبغي معرفة مكوناتها الرئيسية و اتجاهاتها المستقبلية حتى يمكن التأثير فيها و تحديد أثارها السلبية .

وحتى تتمكن المؤسسة من البقاء و التمتع في السوق فهي مطالبة بالمعرفة الدقيقة للتنافسية و الإلمام بكل ما من شأنه أن يساهم في تنميتها فحسب porter لايعني دوما المؤسسة التي تقوم بتقديم نفس البضاعة أو الخدمة التي تقدمها مؤسستنا لإشباع حاجات الزبائن و إنما هو كل من يساومها و يحاول أن يقطع جانبا من أرباحها¹.
وقسم porter قوى التنافس إلى خمس عوامل و هيكل الآتي:

الشكل رقم(01-05): نموذج قوى التنافس لبورتر "porter"



تهديد الخدمات أو المنتجات البديلة

المصدر: عبد العزيز صالح بن نخبور، الإدارة الإستراتيجية "إدارة جديدة في عالم متغير" دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2004، ص72.

ويعمل كل واحد من هؤلاء المنافسون على تحدي المؤسسة بشكل مختلف كالتالي:

¹علي سراي وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، 2016-2017، ص33.

أولاً: تهديدات الداخلين الجدد¹: يحمل الداخلين والجدد إلى القطاع قدرات جديدة لا يمكن تجاهله، حيث تكون لهم الرغبة في اقتحام حصص السوق، وهذا قد يخلق قواعد جديدة و يغير من الوضعية التي كانت تحتله المؤسسات و يتمثل هذا التأثير في انخفاض هوامش الربح الذي سيضج على حرب الأسعار أو ارتفاع التكاليف، وتتحدد درجة الخطورة للداخلين الجدد من خلال نوعية حواجز الدخول التي يفرضها قطاع النشاط.

وبناء على ذلك نجد 06 عوامل كبرى تشكل حواجز الدخول وهي:

1. اقتصاديات الحجم.
2. تميز المنتج.
3. الاحتياج إلى رأس المال.
4. تكاليف التبديل.
5. الوصول إلى قنوات التوزيع.
6. السياسة الحكومية.

ثانياً: شدة المزاومة²: تسعى المؤسسات الموجودة في نفس القطاع لكسب موقع متميز في السوق، وهذا بالاعتماد على خطط مبنية على المنافسة من خلال: الأسعار، الإشهار، إطلاق منتج جديد، تحسين الخدمات و الضمانات الملائمة للزبون.

ولهذه العمليات آثار مهمة على المنافسين مما تدفعهم إلى بذل الجهود للرد على هذه العمليات، وتوصف المزاومة في بعض القطاعات على أنها قوية بينما توصف في قطاعات أخرى على أنها ضعيفة.

ثالثاً: تهديدات المنتجات البديلة²: تتزايد أهمية المنتجات البديلة كقوة تنافسية مؤثرة في صناعة ما، وقد تكون وضعية القطاع إزاء المنتجات البديلة مرتبطة بعمليات جماعية أخرى، أما المنتجات التي يجب أن تكون محل مراقبة فهي تلك التي يتجه تطورها نحو تحسين العلاقة (الجودة و السعر)، مقارنة بتلك المنتجات التي تصنع من قبل قطاعات أين تكون الربحية أكبر.

رابعاً: قوة تفاوض الزبائن³: حيث أن تأثير الزبائن على المؤسسة يتمثل في قدرتهم على التفاوض في تدنية الأسعار و رفع النوعية و تنوع الخدمات، الأمر الذي يكون له تأثير على مردودية المؤسسة و يكون هذا التأثير في الحالات التالية

- ✓ تجمع المشترين في عملية الشراء (توحيد مشترياتهم)؛
- ✓ أهمية المنتج بالنسبة للمشتريين و توفرهم على المعلومات الكاملة؛
- ✓ سهولة الحصول على المنتجات المطلوبة وخاصة التي تتسم بالنمطية؛
- ✓ ارتباطهم بالمستهلكين مباشرة تجعلهم في مركز قوة.

خامساً: قوة تفاوض الموردين⁴: يحدث أن يهدد الموردون مؤسسات القطاع و بالتالي على مردوديتهم، وذلك بتحكمهم في أسعار المواد الأولية أو النصف مصنعة وزيادة على ذلك فرضهم لشروط بيع معينة أو امتلاكهم الحق في بعض الأنشطة التسويقية كالتوزيع مثلاً، ويمكن أن تكون للموردين القدرة على التأثير في الحالات التالية:

¹ ختة مبروكة، مرجع سبق ذكره، ص44.

² نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1997، ص77.

³ محمد رفاقي، مرجع سبق ذكره، ص48.

⁴ علي سراي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص35.

✓ عندما يكون العرض مركزاً؛

✓ عدم وجود منتجات إحلالية تنافس المنتجات التي يتعامل بها الموردون؛

✓ المنتجات التي في حوزة الموردين ضرورية لقيام المؤسسة بمهامها.

بعد عرض قوى التنافس الخمس التي جاء بها Porter يتضح لنا أنها تهدد المؤسسات بشكل مباشر و مستمر حيث تهدف إلى تحديد و معرفة جاذبية القطاع، فهي تدفع المؤسسات إما إلى النمو و هذا بالاستفادة من الفرص التي تتيحها و إما إلى الزوال إذا ما فشلت في تطوير هذه البيئة.

المطلب الرابع: تأثير الذكاء الاقتصادي على تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية

إن الذكاء الاقتصادي يعزز الوضعية التنافسية للمؤسسة الاقتصادية من خلال استخدام أبعاده لرصد بيئتها، وفيما يلي سنوضح العلاقة النظرية بين أبعاد الذكاء الاقتصادي والتنافسية:

1. اليقظة الإستراتيجية: تعتبر عملية إستراتيجية لتزويد المؤسسة بالمعلومات التي تؤهلها لمواجهة المنافسة بشكل أفضل وذلك من خلال جمع المعلومات من المحيط ومعالجتها ونشرها لاتخاذ القرارات المناسبة بغية تشخيص نقاط القوة والضعف واستغلال الفرص وتجنب التهديدات.

2. الحماية والأمن: إن الذكاء الاقتصادي يقوم على مقارنة أمنية توفر المحافظة على سرية المعلومات وحمايتها من المنافسين وعليه يمكن وضع استراتيجيات للحفاظ على مكانتها التنافسية.

3. الضغط والتأثير: يستخدم بغرض دعم الموقع التفاوضي للمؤسسة الاقتصادية من خلال التأثير على القرارات الصادرة عن الحكومة، كما يمكن استخدامه أيضا لإضعاف المنافسين أو العملاء أو الموردين أو غيرهم من المتعاملين من جهة أخرى.

كما يمكن توضيح مساهمة الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية من خلال العناصر التالية:

- **المساهمة في تخفيض التكاليف:** يتولى الذكاء الاقتصادي الرقابة على التكاليف إذ يعمل على تحديد الانحرافات بالإضافة إلى اكتشاف فرص تخفيض تكاليف الإنتاج من خلال جمع البيانات عن الموردين وتحليلها لاختيار أحسنهم، كما يقوم بقياس أداء هذه التكاليف مما يساهم في ترشيدها أو تخفيضها وبالتالي تكون المؤسسة قد حققت قيمة مضافة تضمن بها مواجهة المنافسة.

- **المساهمة في التمييز عن المنافسين:** يعمل الذكاء الاقتصادي في إطار نظام معلومات المؤسسة على توفير معلومات يمكن المؤسسة من التفوق في مجال معين ويجعلها تشكل اختلاف و تميز على منافسيها وهذا يقودها إلى الحصول على هوامش ربح مرتفعة وتطبيق أسعار تنافسية والحصول على حصة سوقية أكبر

- **المساهمة في التمركز على سوق معين:** إن الذكاء الاقتصادي يعمل على الوصول إلى سوق محدد وتقديم أحسن الخدمات والمنتجات مقارنة بالمنافسين، فبإمكان تكنولوجيا ونظم المعلومات دعم هذه الإستراتيجية من خلال إنتاج وتحليل معلومات خاصة بعادات الشراء و تفضيلات الزبائن من التوجه نحو سوق محدد¹.

¹ نسرين مغولي، مرجع سبق ذكره، ص 154.142 (بنصرف)

المبحث الثالث:

الدراسات السابقة

بعد تطرقنا إلى الإطار النظري لكل من الذكاء الاقتصادي والتنافسية، نحاول فيما يلي الإشارة إلى بعض الدراسات والأبحاث التي كانت لها علاقة بموضوع الدراسة ونوضح الفرق بينها بين هاته الدراسات السابقة ودراستنا الحالية.

المطلب الأول: الدراسات العربية والأجنبية

1. حللمي لامية، "دور اليقظة الإستراتيجية و الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة مؤسسة يسرف السعيد لإشغال البناء، مذكرة الماجستير غير منشورة، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2009.

هدفت هذه الدراسة إلى إظهار دور اليقظة والذكاء في تحقيق تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واقعيا وأيضا معرفة مدى انفتاح المسيرين الجزائريين في إتباع الطرق والأساليب التسييرية الحديثة واستخدمت الباحثة المنهج التحليلي الوصفي الذي يتناسب مع طبيعة الموضوع وتوصلت إلى أن المؤسسة محل الدراسة تطبق اليقظة الإستراتيجية والذكاء بشكل ضيق في مسار عملها من حيث الحصول على المعلومات، دراسة السوق، الزبائن، الموردون، التكنولوجيا، القوانين وبعدها تقوم بمعالجة هاته المعلومات لاتخاذ القرار المناسب.

2. زواو ضياء الدين، دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية" مذكرة الماجستير غير منشورة، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2013/2012.

سعت هذه الدراسة إلى إبراز دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسات وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي وإجراء دراسة ميدانية على 30 مؤسسة اقتصادية في ولايتي سطيف وبرج بوعريج باستخدام الاستبيان والمقابلة المباشرة ثم معالجتها إحصائيا باستعانة ببرنامج حزمة تحليل البيانات الإحصائية في العلوم الاجتماعية (Spss) وقد أثبتت نتائج هذه الدراسة أن لليقظة الإستراتيجية دور وأهمية بالغة في دفع المؤسسات لتحسين تنافسيتها ومن ثم تحسين موقعها في السوق مقارنة بالمنافسين.

3. شرين بدري توفيق البارودي، أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق متطلبات تنمية المشاريع الصغيرة دراسة قياسية لعينة من المشاريع الصناعية الصغيرة في محافظة بغداد، مقال بمجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد التاسع والثلاثون، جامعة بغداد، العراق، 2014.

هدفت الدراسة إلى تعميق الفهم بموضوع الذكاء الاقتصادي بأبعاده المختلفة وبمتطلبات تحقيق تنمية المشروعات الصغيرة للوصول إلى إطار علمي يجمع أكثر الأبعاد والمفاهيم ومحاولة إدخال هذه المفاهيم الحديثة في بيئة المشروعات الصغيرة عينة الدراسة المكونة من 85 شخص تم استخدام الأساليب الإحصائية لتحليل ومعالجة البيانات من خلال حزم البرنامج الإحصائي (Spss) واعتمدت الدراسة في تناولها الإطار النظري على الكتب والمؤلفات وشبكة المعلومات الدولية، وقد توصلت الدراسة بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات والتأثير بين تطبيق نظام الذكاء الاقتصادي وتحقيق متطلبات تنمية المشروعات الصغيرة.

4. نزعي عز الدين و آخرون، تحليل وتقييم أثر برامج ميذا على تنافسية المؤسسة الاقتصادية الخاصة الجزائرية، مقال بمجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد السابع والأربعون، جامعة بغداد، العراق، 2016.

تناولت هذه الدراسة برامج ميذا الذي تعهدت الجمعية الأوربية من خلاله دعم تطوير وتحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية الخاصة الجزائرية وسعت هذه الدراسة للتعرف على مسار الشراكة الجزائرية الأوربية بكل جوانبها مع إعطاء توضع وتحليل لبرنامج ميذا وكل الجوانب المتعلقة به على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر من 70% من المؤسسات التي استفادت من البرنامج قد حققت تقدما ملحوظا في تنافسيتها وتغير جذري في نمط سيرها وتحسين مختلف وظائفها.

5. مغمولي نسرين، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية دراسة حالة مؤسسة فرتيال عنابة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016/2015.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على مبادئ الذكاء الاقتصادي الذي أصبح يشكل أحد الخيارات الضرورية لتحقيق البقاء والاستمرارية والقدرة على المنافسة واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت على بعض التقارير والمناهج لتحليل تنافسية الجزائر وكذلك دراسة الحالة حيث وزعت استبانته على عينة مكونة من 120 من مدرء وذوى الاختصاص في الموضوع والعاملين بمؤسسة جزائرية رائدة في قطاع التصدير حيث توصلت الدراسة إلى وجود علامة ارتباط قوية جدا قدرت بـ 0.98 وعلاقة تأثيرية بسيطة ومتعددة بين معايير نظام الذكاء الاقتصادي وتنافسية المؤسسة دوليا وتوصلت إلى عدم تطبيق الذكاء الاقتصادي بشكل كلي في المؤسسات المبحوثة.

6. عماري محمد توفيق، مجيدي صهيب، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة دراسة حالة شركة الورود فرع مطبعة الوليد، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة الشهيد حمه خضر الوادي، 2018/2017.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة من خلال دراسة مدى ارتباط التكنولوجيا والمعلومات والاتصال بأبعاد التنافسية (التكلفة، الجودة، التسليم، الإبداع، المرونة) وتم اختبار هذه العلاقة بتوزيع استبانته على عينة تضم 35 فرد وتم تحليل النتائج بالأساليب الإحصائية وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط معنوي ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأبعاد التنافسية وهذا يقودنا إلى أن التنافسية تستمد قوتها كجانب رئيس من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخلص البحث إلى تقديم اقتراحات للمؤسسة بضرورة استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أبعاد التنافسية التي كانت ارتباطها ضعيف من بينها المرونة، الإبداع، التسليم.

7. أبو بكر خوالد، نحو إقامة نظام وطني للذكاء الاقتصادي في الجزائر تحليل الواقع، الجمهور والمعوقات، مقال بمجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية، المجلد 26 العدد 09، جامعة بابل، العراق، 2018.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية إقامة نظام وطني فعال للذكاء الاقتصادي في الجزائر ولتحقيق هذا الهدف استخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي واستعان في جمع المعلومات بالمسح المكتبي وشبكة الإنترنت وتوصل في الأخير إلى نتيجة أساسية مفادها قصور تبني الذكاء الاقتصادي في الجزائر سواء على المستوى الكلي (الدولة) والجزئي

(المؤسسات) ولذلك أوصت هذه الدراسة بضرورة تفعيل دور الحكومة في إنجاح ممارسة الذكاء الإقتصادي في الجزائر وذلك عبر ثلاثة محاور أساسية هي تبني الاستراتيجيات الفعالة، مرافقة المؤسسات الاقتصادية ونشر ثقافة الذكاء الإقتصادي في المجتمع.

8. بوريش أحمد، الذكاء الإقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الإستراتيجية في مواجهة التهديدات و إستغلال الفرص دراسة حالة مؤسسة موبيلس لولاية تلمسان، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2019/2018.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أسلوب الذكاء الإقتصادي الذي أصبح يشكل أحد الخيارات الضرورية لتحقيق البقاء والاستمرارية وذلك من خلال دراسة إحدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الناشطة في قطاع الاتصال أين اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي أين استخدم الاستبانة و البالغ عددها 46 في عملية جمع البيانات وتم معالجتها في برنامج Spss وكذلك Excel توصلت الدراسة إلى أن التكامل بين الذكاء الإقتصادي والإدارة الإستراتيجية ضروري من أجل مواجهة التحديات واستغلال الفرص.

9. وصال عبد الله حسين، بيدااء ستار لفتة، عناصر الذكاء الإقتصادي للمنظمة و دورها في النمو الإقتصادي بحث تطبيقي، مقال بمجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 14 العدد 47، جامعة بغداد، العراق، 2019.

هدفت الدراسة إلى بيان طبيعة العلاقة والتأثير لعناصر الذكاء الإقتصادي المتمثلة في (اليقظة الإستراتيجية، سياسة أمن المعلومات، سياسة التأثير) في تحقيق النمو الإقتصادي المتمثل في (الإبداع، التنافسية، تحسين الجودة) عبر استطلاع آراء عينة متكونة من 30 شخص المسؤولين في الشركة العامة للصناعات الجلدية وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي و اعتماد الاستبانة في جمع المعلومات وأوضحت النتائج وجود علاقة إيجابية بين عناصر الذكاء الإقتصادي والنمو الإقتصادي حيث بلغت نسبة تأثيرها 33% عليه يعد قيام إدارة الشركة بتخفيض الميزانيات وتشجيع البحث والتطوير من أجل دعم الإبداع وتحسين جودة الإنتاج من ضمن أهم التوصيات التي توصلت لها الدراسة.

10. أسيل مجيد عبد النبي، بيدااء ستار لفتة، المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الإقتصادي وتأثيرها في أبعاد النجاح الاستراتيجي للمصارف بحث تطبيقي على عينة من المصارف العراقية الخاصة ، مقال بمجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 14 العدد 49، جامعة بغداد، العراق، 2019.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على تأثير المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الإقتصادي والمتمثلة في (الأجهزة والمعدات وشبكات الاتصال والبرمجيات وقواعد البيانات) وفي أبعاد النجاح الاستراتيجي للمصارف والمتمثلة في (رضا الزبون وثقة الزبون وجودة الخدمة والنمو) وقد تم استخدام المنهج الوصفي التاريخي والتحليلي الكمي والإحصائي واعتماد الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات من العينة البالغ عددها 85 مسؤولا ضمن المصارف العراقية الخاصة، واستخدام البرنامج الإحصائي Spss لتحليل المعطيات، توصل البحث إلى عدد من الاستنتاجات كان أبرزه أنه يوجد تأثير للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الإقتصادي في أبعاد النجاح الاستراتيجي.

11. د. عبد الله ياسين، د. بودالي محمد، تفعيل الذكاء الاقتصادي كخيار استراتيجي لتحقيق ميزة تنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر دراسة ميدانية، مقال بمجلة مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الرابع العدد 03، جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر، 2018.

هدفت هذه الدراسة إلى فهم العلاقة التي تربط بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر تندوف ولمعرفة دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتم توزيع 32 استبانة على العمال والاعتماد على برامج لمعالجة وتحليل البيانات حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي وجود علاقة ارتباط موجبة وذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي وعناصر أبعاد الميزة التنافسية وكذا إثبات صحة وجود علاقة ارتباط وذات دلالة معنوية بين الذكاء الاقتصادي وأبعاد التنافسية وفي الأخير تم التوصل إلى وجود علاقة ترابطية بين الذكاء الاقتصادي وأبعاد الميزة التنافسية.

12. Martre Henry, **Intelligence & Stratégie des Entreprises**, Commissariat général du plan, La document française, 1994.

تناول هذا التقرير مفهوم الذكاء الاقتصادي وقام الكاتب بإجراء تحليل مقارنة لأنظمة الذكاء الاقتصادي على المستوى العالمي بهدف استخلاص نقاط القوة والضعف وتوصل إلى تقديم تقييم للإدارة الإستراتيجية في المؤسسات الفرنسية حيث لاحظ تأخرها على منافسيها من ناحية تطبيق الذكاء الاقتصادي واستخدام التكنولوجيا التي لازالت في مهدها في غالب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والفرنسية وكذا نقص تطبيق المعرفة التي أصبحت من الموارد الأساسية في المؤسسة الاقتصادية كما قدم الكاتب مقترحات من خلال ضرورة نشر ممارسة الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات وتحسين التنسيق في تدفق المعلومات بين القطاع العام والقطاع الخاص وكذلك تصميم قواعد البيانات وفقا لاحتياجات المستخدم والتركيز على سياسة التعليم والتدريب.

13. Ridachafi, **étude empirique sur les pratique des entreprises marocaines en matière d' intelligence économique**, Mmoire pour l'obtention du diplômes des études supérieur sapprofondies, Université Hassan II, Ain Chock, 2006/2007.

الدراسة سعت إلى حل الإشكالية مدي تطبيق المؤسسات المغربية ضمت 09 التي تمتلك خلايا يقظة أو ذكاء اقتصادي وهدفت إلى تعريف نظام الذكاء الاقتصادي وتشخيص منهجيته لدى المؤسسات المدروسة وتقديم النظام حيث توصلت بأن لكل مؤسسة خصائصها نقاط قوتها وضعفها فيما يخص تطبيقها لنظام الذكاء الاقتصادي كل من المؤسسات المبحوثة تحاول التقرب إلى الهيكل الأفضل والأمثل وإلى تطوير تطبيقات ابتكاره أغلب المؤسسات المدروسة التي تعتمد على أنظمة اليقظة والذكاء الاقتصادي هي مؤسسات رائدة في قطاعها، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك بعض المؤسسات المبحوثة لا تطبق جميع أبعاد ووظائف نظام الذكاء الاقتصادي حيث أن هنالك خلط بين نشاط اليقظة والذكاء الاقتصادي ضمن مستجدات وتغيرات البيئة.

المطلب الثاني: العلاقة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

بعد التطرق لمجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع بحثنا نلاحظ اختلافا بين كل دراسة وأخرى حيث عاجت كل منها الموضوع من زاوية مختلفة.

فالبعض منها ربط الذكاء الاقتصادي بمتغيرات مختلفة كالنمو الاقتصادي، تنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، النجاح الاستراتيجي، إستراتيجية المؤسساتالخ.

والبعض الآخر تناول العلاقة بين تنافسية المؤسسات ومتغيرات أخرى كاليقظة الإستراتيجية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال.... الخ.

وما نلاحظه أن الدراسات السابقة تتفق مع دراستنا في تناولها لمتغيري الذكاء الاقتصادي وتنافسية المؤسسة بشكل عام وكذلك من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ودراسة الحالة في الجانب التطبيقي الذي شمل أغلب الدراسات إلا أن مما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنها تهدف بالدرجة الأولى إلى إبراز دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات وبالدرجة الثانية إلى الوقوف على مدى تطبيق هذا الأخير في عينة من مؤسسات اقتصادية بالولاية المنتدبة تقرت وذلك من خلال الربط بين العناصر التركيبية (الأعمدة) للذكاء الاقتصادي والتي تجسد الأبعاد النظرية والمتمثلة في (اليقظة الإستراتيجية كبعد استعلامي، الأمن المعلوماتي كبعد دفاعي وسياسة التأثير كبعد هجومي) وبين تنافسية المؤسسة ودراسة العلاقة بينها على أرض الواقع.

خلاصة الفصل

من خلال ما تم دراسته في هذا الفصل، ومن خلال التطرق إلى مفاهيم عامة حول الذكاء الإقتصادي في المبحث الأول، تبين لنا أن أنظمة الذكاء الإقتصادي تمكن المؤسسة من الاستثمار في المعلومة لمعرفة ولتحديد الإستراتيجيات المناسبة، ووضع الخطط الدفاعية وحماية خبرتها وقدراتها وهذا لمواجهة لاضطرابات بيئتها التنافسية، وكيفية امتلاكها والحصول على ميزة تنافسية في ظل محيط مليء بالتنافس والأزمات.

كما تم التطرق في المبحث الثاني إلى مفاهيم عامة حول التنافسية وتم تحديد مفهومها، أنواعها، الإستراتيجيات و الأبعاد التنافسية، ومنه نستنتج حتى تتمكن المؤسسة من تحقيق أداء أفضل مقارنة بمنافسيها يجب عليها إتباع الإستراتيجية التنافسية التي تراها مناسبة لها وتتوافق مع نشاطها، وهذا ما يمكنها من امتلاك قدرات تنافسية عالية تكون قادرة على مهمة تحقيق التفوق و الأفضلية على باقي المنافسين.

أما في المبحث الثالث فقد تناولنا بعض الدراسات السابقة التي كانت لها علاقة بموضوع دراستنا، حيث أننا قمنا بتقسيمه إلى دراسات عربية وأجنبية، العلاقة بين الدراسات والدراسة الحالية.

ولقد حاولنا من خلال ما درسناه في الجانب النظري والدارسات السابقة، الربط بين المتغيرين وتحديد تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع، وتوصلنا إلى أن الذكاء الإقتصادي يعزز تنافسية المؤسسة الاقتصادية من خلال استخدام أبعاده لرصد بيئتها: اليقظة الإستراتيجية، الأمن المعلوماتي، سياسة التأثير.

ونسعى من خلال الفصل الموالي إثبات هذا الدور في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد تناول الجانب النظري في الفصل الأول، والتطرق فيه إلى أهم المفاهيم النظرية المتعلقة بالذكاء الاقتصادي والتنافسية وكذا الدراسات السابقة التي كانت متنوعة بين دراسات باللغة العربية وأخرى باللغة الأجنبية سنحاول في هذا الفصل إعطاء صورة حول واقع الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز التنافسية لعينة من المؤسسات الاقتصادية بالولاية المنتدبة تقرت، وهذا من وجهة نظر العاملين في هذه المؤسسات سواء كانوا كانوا إطارات أو موظفين في الإدارة. وتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

- المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة؛
- المبحث الثاني: عرض النتائج، تحليلها ومناقشتها.

المبحث الأول:

طريقة وأدوات الدراسة التطبيقية

سنحاول في هذا المبحث التطرق إلى الإطار المنهجي للدراسة الميدانية، وذلك بتقسيمه إلى مطلبين، مطلب طريقة الدراسة ومطلب أدوات الدراسة المستخدمة.

المطلب الأول: طريقة الدراسة التطبيقية

في هذا المطلب سنتناول طريقة الدراسة الميدانية من خلال تقديم مجتمع الدراسة وعينة الدراسة.

الفرع الأول: مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من مديرين، نواب مديرين، رؤساء مصالح، موظفين وإداريين في مجموعة من المؤسسات الاقتصادية بالولاية المنتدبة تقرت حيث بلغ عددهم 110 (حيث تم توزيع 40 استبانة فقط، وهذا راجع لمنح أغلب الموظفين عطل استثنائية بسبب تفشي وباء كورونا)، وتمثلت هذه المؤسسات في:

- مؤسسة رغوة الجنوب بتقرت؛
- مؤسسة مطاحن جديع بتقرت؛
- شركة مسعودي للآجر بتقرت.

الفرع الثاني: عينة الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع 40 استبيان على المديرين والنواب ورؤساء المصالح إضافة إلى مجموعة من الموظفين في الإدارة، وتم استعادة 30 استبيان صالح للتحليل بنسبة بلغت 75% من العدد الكلي للاستبيانات الموزعة وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (02-01): مجموع استمارات الاستبيانات

النسبة المئوية	العدد	الاستبيانات
100%	40	الموزعة
75%	30	المسترجعة
0%	0	الملغاة
75%	30	الصالحة للتحليل والدراسة

المصدر: من إعداد الطالبات

المطلب الثاني: أدوات الدراسة التطبيقية

سنتناول في هذا المطلب الأدوات المستخدمة في تجميع المعلومات، صدق أداة الدراسة وأخيرا الأدوات الإحصائية المستخدمة.

الفرع الأول: الأدوات المستخدمة في تجميع المعلومات

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات، وقد تم إعدادها على الشكل التالي:

- إعداد استبيان أولية لجمع البيانات والمعلومات؛
- عرض الاستبيان على المشرفين من أجل اختبار مدى وملاءمتها مع موضوع الدراسة؛
- تعديل الاستبيان حسب الملاحظات المقدمة من طرف المشرفين؛
- عرض الاستبيان للتحكيم وتم تقديم ملاحظات؛
- إعداد الاستبيان في شكلها النهائي؛
- توزيع الاستبيان على جميع أفراد العينة.

اشتمل الاستبيان على 3 محاور رئيسية تمثلت فيما يلي:

المحور الأول: يحتوي على البيانات الشخصية لعينة الدراسة من خلال 5 فقرات؛

المحور الثاني: يتعلق بمتغير الذكاء الاقتصادي تم قياسه من خلال 24 فقرة؛

المحور الثالث: يتعلق بمتغير تعزيز تنافسية المؤسسة تم قياسه من خلال 16 فقرة.

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (likertscale) ضم خمس عبارات وقد تم مراعاة التدرج في المقياس المستخدم كما يلي:

الجدول رقم (02-02): شدة الإجابة

الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبات

الفرع الثاني: صدق وثبات أداة الدراسة

تم التأكد من صدق أداة الدراسة بطريقتين هما:

أولاً: الصدق الظاهري

اعتمدت هذه الدراسة على مصادر متعددة (الكتب، الدوريات، الأبحاث المنشورة، أطروحات الدكتوراه) من أجل إعداد الاستبيان، والتي تهدف إلى معرفة دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسة. تحقق الصدق الظاهري بعرضها على المشرفين والاستعانة بالتحكيم حيث تم إجراء التعديلات اللازمة حسب الملاحظات المقدمة.

ثانيا: اختبار الثبات للاتساق الداخلي

من أجل التأكد من ثبات واتساق أداة الدراسة تم استخدام اختبار ألفا كرونباخ Alpha Cronbach's وقد بلغ معامل ألفا للاستبيان ككل (0.964) وهي قيمة موجبة ومرتفعة تشير إلى توافق فقرات الاستبيان حيث كلما اقترب معامل ألفا من الواحد دل على وجود ثبات عال، ومن أجل معرفة صدق أداة الدراسة قمنا بحساب الجذر التربيعي للثبات الذي بلغ (0.981) بالتالي تتمتع أداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عال يتيح لها تحقيق أهداف الدراسة وإمكانية ثبات النتائج التي تسفر عنها، والجدول التالي يلخص ذلك:

الجدول رقم (02-03): قياس صدق وثبات أداة الدراسة

المحاور	عدد الفقرات	معامل الثبات	الصدق
الذكاء الاقتصادي	24	0.936	0.967
التنافسية	16	0.945	0.972
محوري الدراسة	40	0.964	0.981

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

الفرع الثالث: الأدوات الإحصائية المستخدمة

تم استخدام أساليب وبرامج إحصائية تمثلت في:

أولاً: الأدوات والأساليب الإحصائية الوصفية

- التوزيعات التكرارية لإظهار إجابات أفراد عينة الدراسة؛
- النسب المئوية لإظهار نسب إجابات عينة الدراسة؛
- الانحرافات المعيارية لإظهار درجة تشتت الإجابات عن وسطها الحسابي؛
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستخدامها في تشخيص المتغيرات ووصفها؛
- معامل كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha لاختبار وقياس صدق وثبات المتغيرات في الاستبيان
- معامل الارتباط يستخدم في تحديد قوة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع؛
- المتوسط المرجح لتحديد طول المجال للمقياس الخماسي والذي يساوي القيمة العليا ناقص القيمة الدنيا مقسومة على عدد المستويات المقياس أي: $0.80 = 5/(4-5)$ وهذه القيمة تساوي طول المجال وبذلك يكون التوزيع كالتالي:

الجدول رقم (02-04): توزيع مقياس ريكارت للحكم على الإجابات

المتوسط المرجح	درجة الموافقة
1.80 – 1	غير موافق بشدة
2.60 – 1.81	غير موافق
3.40 – 2.61	محايد
4.20 – 3.41	موافق
5 – 4.21	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

ثانيا: البرامج الإحصائية

قصد القيام بتحليل البيانات التي تم تجميعها من المؤسسات محل الدراسة تم الاستعانة ببرنامج SPSS.V20 وكذا برنامج EXCEL2007 حيث تم تفرغ البيانات وتحويلها من الصيغة النوعية إلى الصيغة الكمية.

المبحث الثاني

عرض النتائج، تحليلها ومناقشتها

من خلال هذا المبحث سيتم التطرق إلى عرض النتائج والتعليق الإحصائي عليها في المطلب الأول، واختبار الفرضيات ومناقشة النتائج في المطلب الثاني.

المطلب الأول: النتائج والتعليق الإحصائي

يتناول هذا المطلب التحليل الوصفي للبيانات الشخصية والوظيفية من خلال تحليل خصائصها، وكذا وصف متغيرات الدراسة.

الفرع الأول: خصائص أفراد العينة

أولاً: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

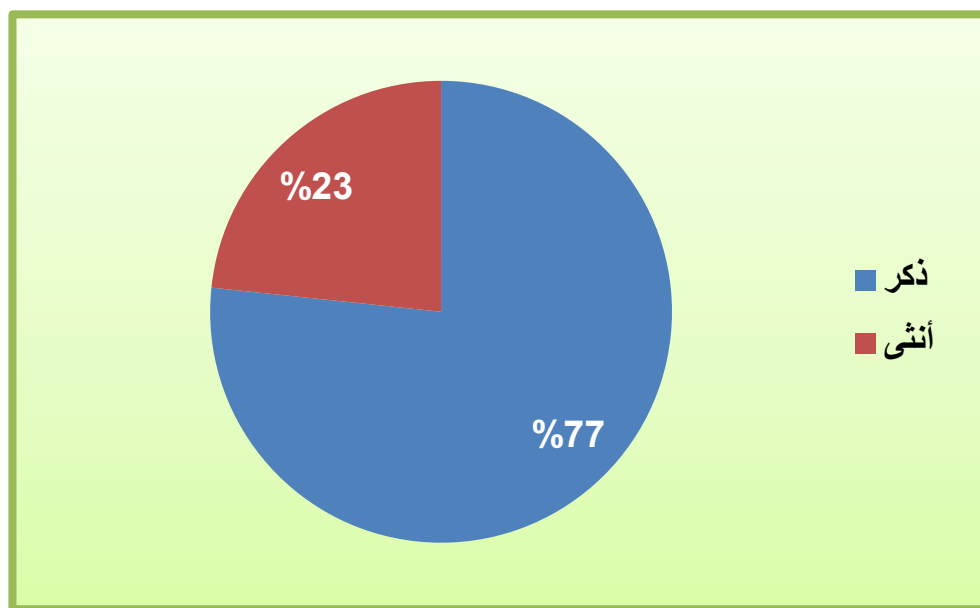
الجدول رقم (02-05): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
76.7	23	ذكر
23.3	07	أنثى
%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

يتبين من الجدول رقم (5) أعلاه أن عدد الذكور في المؤسسة ما نسبته (76.7%) وهي أكبر من عدد الإناث المؤسسة ما يعادل نسبة (23.3%) وهذا راجع لطبيعة نشاط المؤسسة. كما أن نسبة الإناث تدل على أن المرأة الجزائرية أصبحت تعطى لها الفرصة في العمل وانتحال أعلى المناصب وأهمها في الإدارة واتخاذ القرار ومشاركتها للذكور من أجل المضي قدماً بالوطن إلى أعلى المراتب، ويدل ذلك على تطور وتحضر المجتمع الجزائري وتغيير نظرتهم للمرأة واعتبارها عنصر فعال ومهم في المجتمع لا يمكن تهميشه أو الاستغناء عنه، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (01-02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

ثانيا: توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

الجدول رقم (02-06): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

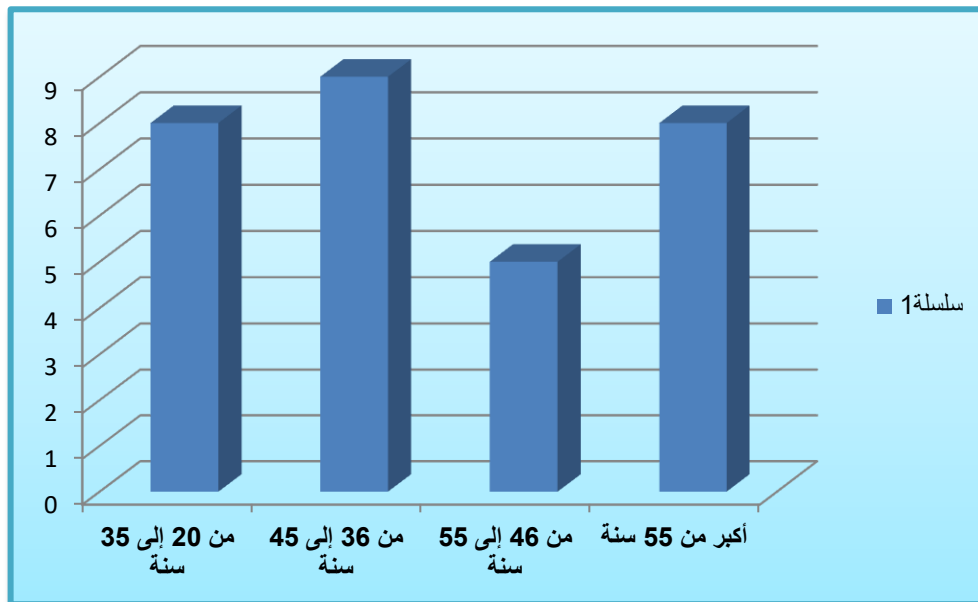
العمر	التكرار	النسبة المئوية
من 20 إلى 35 سنة	08	26.7
من 36 إلى 45 سنة	09	30.00
من 46 إلى 55 سنة	05	16.70
أكبر من 55 سنة	08	26.70
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

يلاحظ من خلال الجدول (06) أن النسب المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب متغير العمر كانت متقاربة حيث كان عدد عمال المؤسسة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 36 و45 سنة هو (09) عمال ما يمثل نسبة (30%) وهو يمثل أكبر نسبة، في حين تساوى عدد العمال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 35 سنة والعمال الذين أعمارهم أكبر من 55 سنة حيث كان العدد (08) أفراد ما نسبته (26.70%)، بينما أقل عدد للعمال كان (05) وهو للذين تتراوح أعمارهم ما بين 46 و55 سنة ما نسبته (16.70%) ومن خلال ما سبق يمكننا القول أن عينة المؤسسات محل الدراسة تستقطب كل الفئات العمرية بما فيها الشباب وتدرجهم من خلال

احتكاكهم بذوي الخبرة، كما أن عدد العمال الذين أعمارهم أكبر من 55 سنة يبين أن المؤسسة تحافظ على عمالها للاستفادة من خبراتهم، وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (02-02): شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

ثالثاً: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

الجدول رقم (07-02): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

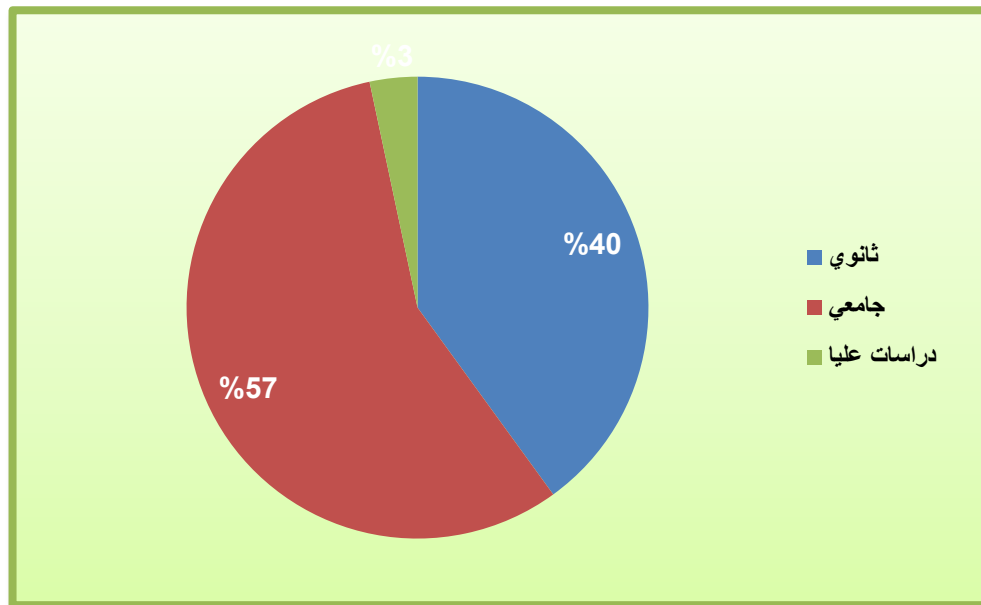
المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	12	40.00
جامعي	17	56.7
دراسات عليا	01	3.30
المجموع	30	%100

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

من خلال الجدول (07) نلاحظ أن أغلب أفراد العينة لديهم مستوى جامعي حيث بلغ عددهم (17) عاملاً من المجموع الكلي لأفراد العينة ما نسبته (56.70%) من النسبة الكلية وهذا يفسر أن المؤسسات عينة الدراسة تنتقي عمالها بعناية فائقة حيث تستقطب حملة الشهادات الجامعية سعياً منها لتحقيق الأحسن، في حين كان عدد العمال الذين لديهم مستوى ثانوي (12) عاملاً من المجموع الكلي لأفراد العينة ما نسبته (40.00%)

من النسبة الكلية، بينما كان عامل واحد فقط لديه مستوى دراسات عليا ما نسبته (3.30%) من النسبة الكلية، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (02-03): شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

رابعاً: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي

الجدول رقم (02-08): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي

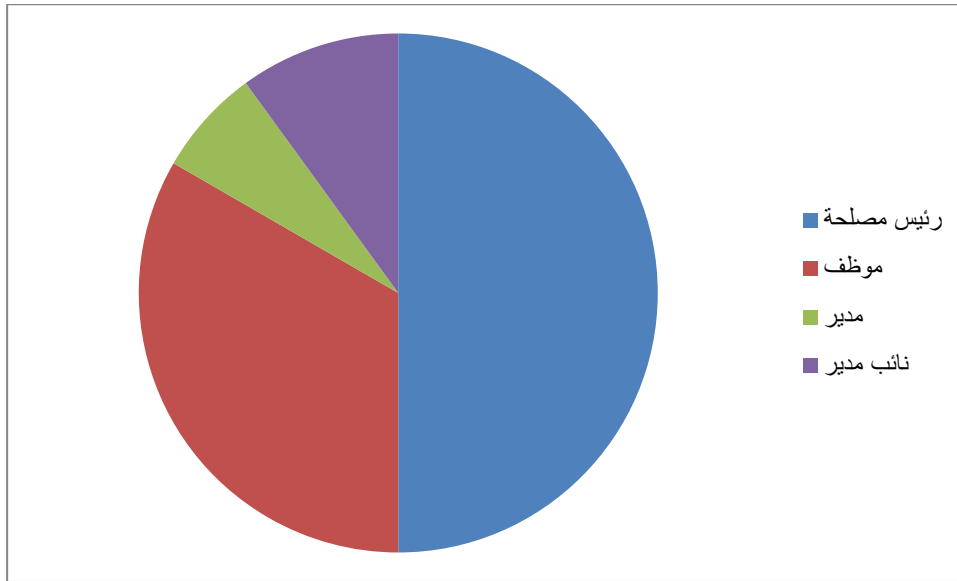
النسبة المئوية	التكرار	المستوى الوظيفي
6.67	2	مدير
10.00	3	نائب مدير
50.00	15	رئيس مصلحة
33.33	10	موظف
%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

من خلال الجدول (08) يمكننا قراءة ما يلي: أغلب أفراد العينة هم رؤساء مصالح حيث عددهم (15) عاملاً من المجموع الكلي للأفراد العينة ما يمثل نسبة (50%) من النسبة الكلية وهذا ما يفسر اعتماد المؤسسة على رؤساء المصالح مقارنة بالموظفين في المستويات الأخرى، وبلغ عدد الموظفين (10) أفراد بنسبة (33.33%) بينما

كانت نسبة المدراء (6.67%) بعدد (02) فرد ونواب المدراء (03) أفراد بنسبة (10%)، وهذا ما يظهره الشكل التالي:

الشكل رقم (02-04): شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

خامسا: توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

الجدول رقم (02-09): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

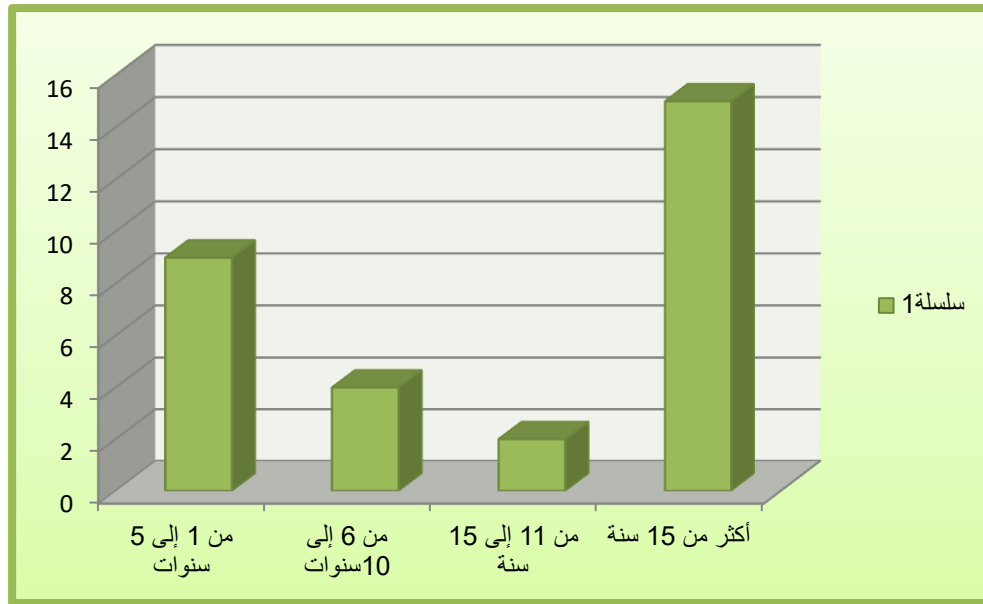
الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
من 1 إلى 5 سنوات	09	30.00
من 6 إلى 10 سنوات	04	13.30
من 11 إلى 15 سنة	02	6.70
أكثر من 15 سنة	15	50.00
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

يتضح من خلال الجدول (09) أن نصف عدد أفراد العينة لديهم خبرة أكثر من 15 سنة حيث بلغ عددهم (15) عاملا ما نسبته (50.00%) وهذا دليل على أن المؤسسة تعتمد في نشاطها على هذه الفئة أكثر من باقي الفئات واستغلالهم في نقل معارفهم ومكتسباتهم للعمال الجدد في المؤسسة من الطاقات الشبابية وأن عدد العمال الذين خبرتهم تتراوح من 01 إلى 5 سنوات هو (09) عمال من المجموع الكلي للعينة ما نسبته (30%)، كما

لاحظنا من خلال الجدول أن العمال الذين تتراوح خبرتهم ما بين 6 إلى 10 سنوات هم (04) عمال من المجموع الكلي لأفراد العينة ما نسبته (13.30%)، وكانت أقل نسبة (6.70%) للذين تتراوح خبراتهم من 11 إلى 15 سنة بعاملين فقط، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (02-05): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

الفرع الثاني: وصف متغيرات الدراسة

من خلال المعلومات العامة التي تم تجميعها بواسطة المحور الثاني والثالث من الاستبيان وباستخدام الأدوات الإحصائية سيتم عرض وتحليل فقرات متغيرات الدراسة.

أولاً: متغيرات الذكاء الاقتصادي

تتضمن هذه النقطة أبعاد الذكاء الاقتصادي بحيث تحتوي على 24 فقرة استهدفت تشخيص واقع الذكاء الاقتصادي من وجهة نظر أفراد العينة.

1- اليقظة الإستراتيجية

يوضح الجدول التالي تحليل الفقرات المتعلقة بالبعد الأول للذكاء الاقتصادي والمتمثل في اليقظة الإستراتيجية للتعرف على مدى تطبيقه بعينة الدراسة حيث تضمن 8 فقرات.

الجدول رقم (02-10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد اليقظة الإستراتيجية

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	درجة الموافقة
01	تراقب المؤسسة محيطها الداخلي والخارجي بصفة منتظمة.	3.80	0.850	1	موافق
02	تتابع المؤسسة التطورات المحتملة في سلوك المستهلكين.	3.73	0.940	2	موافق
03	تحرص المؤسسة على تقاسم المعلومات مع موظفيها.	3.57	1.17	6	موافق
04	ترتب وتلخص المؤسسة المعلومات المتحصل عليها من أجل اتخاذ القرارات السليمة.	3.63	1.03	4	موافق
05	تعتمد المؤسسة على برامج معلوماتية للبحث وتحليل المعلومات ونشرها.	3.50	1.11	7	موافق
06	ترصد المؤسسة جميع قدرات وإمكانيات المنافسين ونقاط ضعفهم.	3.40	1.10	8	محايد
07	تدرس المؤسسة كل ما يؤثر على علاقاتها التجارية مع مورديها.	3.70	1.06	3	موافق
08	تمتلك المؤسسة موظفين مختصين لتوفير معلومات شاملة عن جوانب عملياتها.	3.57	1.10	5	موافق
	بعد اليقظة الإستراتيجية	3.61	0.68	/	موافق

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

بينت نتائج التحليل الإحصائي الموضحة في الجدول رقم (10) أن بعد اليقظة الإستراتيجية حقق وسطا حسابيا لجميع الفقرات قدر بـ (3.61) بانحراف معياري بلغ (0.68) مما يدل على أن تشتت قيم إجابات أفراد العينة حول وسطها الحسابي أي عدم وجود تباين كبير بين آراء أفراد العينة كما أن مستوى هذا البعد فوق المتوسط مقارنة بأعلى قيمة للمقياس والبالغة (5)، وقد جاءت أغلب الفقرات بدرجة موافق، ما عدا الفقرة (06): " ترصد المؤسسة جميع قدرات وإمكانيات المنافسين ونقاط ضعفهم " التي جاءت بدرجة محايد وحصلت على أدنى وسط حسابي بقيمة (3.40) وانحراف معياري (1.10)، في حين حصلت الفقرة (01): " تراقب المؤسسة محيطها الداخلي والخارجي بصفة منتظمة " على أعلى وسط حسابي بقيمة (3.80) وانحراف معياري قدر بـ (0.850)، فهذه النتائج تدل على اتفاق أفراد العينة حول الاهتمام باليقظة الإستراتيجية ما يفسر وقوع مدى هذا البعد عند مستوى موافق.

2- الحماية والأمن

يبين الجدول الموالي تحليل الفقرات المتعلقة بالبعد الثاني للذكاء الاقتصادي والمتمثل في الحماية والأمن للتعرف على مدى تأمينه بعينة الدراسة حيث تضمن 8 فقرات.

الجدول رقم (02-11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد الحماية والأمن

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	درجة الموافقة
09	تملك المؤسسة نظام حماية من مختلف التهديدات.	3.40	1.19	5	محايد
10	تعمل المؤسسة على تحديث أنظمة الحماية باستمرار.	3.60	1.07	3	موافق
11	تعمل المؤسسة على توعية الموظفين بأمن وحماية أنظمة المعلومات من خلال المؤتمرات، التكوين، الملصقات.	3.40	1.10	4	محايد
12	تتوفر المؤسسة على آليات تقنية تساعدها في مراقبة تسيير نظامها	3.33	0.960	7	محايد
13	تستخدم المؤسسة آليات تشفير عالية الجودة لمنع اختراق أنظمة المعلومات.	3.07	1.05	8	محايد
14	تقوم المؤسسة بإعداد نسخ إضافية للبرمجيات وملفات البيانات ليتم استعادتها في حالة فقدانها.	3.40	1.19	6	محايد
15	تسهر المؤسسة على حماية وأمن مواردها البشرية.	3.97	1.03	1	موافق
16	تعتمد المؤسسة على إجراءات وتدابير للحفاظ على أمن المعلومات وإدارتها	3.73	1.01	2	موافق
	بعد الحماية والأمن	3.49	0.81	/	موافق

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم (11) تبين أن بعد الحماية والأمن حقق وسطا حسابيا عاما بلغ (3.49) بانحراف معياري قدر بـ (0.81) وهذا يشير إلى أن مستوى هذا البعد فوق المتوسط مقارنة بأعلى قيمة للمقياس، وقد تباينت درجات الموافقة على الفقرات بين الموافق والمحايد، إذ جاءت الفقرة (15): "تسهر المؤسسة على حماية وأمن مواردها البشرية" بأعلى وسط حسابي بقيمة (3.97) أما أقل وسط حسابي حصلت عليه الفقرة (13): "تستخدم المؤسسة آليات تشفير عالية الجودة لمنع اختراق أنظمة المعلومات" بمعدل (3.07) وانحراف معياري (1.05)، فتدل هذه النتائج على أن هناك اتفاق من وجهة نظر أفراد العينة على أهمية تطبيق الحماية والأمن ما يفسر وقوع مدى هذا البعد عند مستوى موافق.

3- الضغط والتأثير

يوضح الجدول أدناه تحليل الفقرات المتعلقة بالبعد الثالث للذكاء الاقتصادي والمتمثل في الضغط والتأثير للتعرف على مدى تطبيقه بعينة الدراسة حيث تضمن 8 فقرات.

الجدول رقم (02-12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد الضغط والتأثير

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	درجة الموافقة
17	تفتح المؤسسة موقع مناقشة ومعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعية.	3.17	1.05	5	محايد
18	تلجأ المؤسسة إلى مكتب الضغط والتأثير من اجل حماية سمعتها وصورتها في حال خرق نظامها.	2.93	1.08	7	محايد
19	تقوم المؤسسة بالمشاركة وزيارة الصالونات المهنية.	3.57	1.14	2	موافق
20	تقيم المؤسسة علاقات التعاون مع مؤسسات في غير نشاط عملها.	3.03	0.850	6	محايد
21	تسعى المؤسسة إلى التأثير على بيئة العمل مما يؤدي إلى تحقيق أهدافها.	3.70	0.950	1	موافق
22	تفصح إدارة المؤسسة بمصادقية عن إنتاجاتها وإيراداتها أمام الرأي العام والأجهزة الرقابية المسؤولة.	3.50	1.11	3	موافق
23	تستخدم المؤسسة التأثير بهدف الضغط على العملاء والزبائن وتلبية احتياجاتهم وتحقيق مطالبهم.	3.37	0.850	4	محايد
24	تمتلك إدارة المؤسسة وسائل للتأثير على قرارات الحكومة (قوانين، تعليمات، لوائح).	2.70	1.02	8	محايد
	بعد الضغط والتأثير	3.25	0.72		محايد

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

يظهر من خلال الجدول رقم (12) أعلاه أن بعد الضغط والتأثير حصل على وسط حسابي يقدر بـ (3.25) وانحراف معياري بلغ (0.72)، وهذا يشير إلى أن مستوى هذا البعد فوق المتوسط مقارنة بأعلى قيمة للمقياس، وقد تأرجحت درجات الموافقة على الفقرات بين المحايد والموافق إذ نلاحظ أن الفقرة (21): "تسعى المؤسسة إلى التأثير على بيئة العمل مما يؤدي إلى تحقيق أهدافها" سجلت أعلى قيمة للمتوسطات الحسابية بلغت (3.70) وانحراف معياري (0.950) بينما سجلت الفقرة (24): "تمتلك إدارة المؤسسة وسائل للتأثير على قرارات الحكومة (قوانين، تعليمات، لوائح)" أدنى قيمة قدرت بـ (2.70) وانحراف معياري (1.02)، فهذه النتائج تدل على أن هناك اتفاق من وجهة نظر أفراد العينة على اللجوء إلى سياسة الضغط والتأثير، وأن مدى الموافقة على تطبيق هذا البعد يقع ضمن مجال المحايد.

وبشكل عام يتفق أفراد العينة من وجهة نظرهم على أهمية ضرورة تطبيق الذكاء الاقتصادي، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.45) والانحراف المعياري (0.356)، فتشير هذه النتيجة إلى أن مستوى هذا البعد فوق المتوسط ويقع في مجال موافق، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (02-13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الذكاء الاقتصادي

المتغير المستقل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
الذكاء الاقتصادي	3.45	0.67	موافق

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

ثانيا: متغيرات التنافسية

تحتوي هذه النقطة على 24 فقرة استهدفت تشخيص الوضعية التنافسية للعينة محل الدراسة، والجدول الموالي يوضح نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة.

الجدول رقم (02-14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات التنافسية

رقم الفقرة	التنافسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	درجة الموافقة
تعزير السيطرة على التكاليف					
25	تدعم المؤسسة أنشطة البحث والتطوير لتخفيض التكاليف.	3.47	1.01	12	موافق
26	تمارس المؤسسة رقابة مركزية شديدة على الإنفاق.	3.30	0.950	13	محايد
27	تسعى المؤسسة للتقليل من تكاليف المواد الأولية من خلال التنوع في التعامل مع الموردين.	3.27	1.14	6	محايد
28	تسعى المؤسسة للاستغلال الأمثل للطاقة الإنتاجية.	3.80	1.03	5	موافق
29	تحاول المؤسسة تخفيض تكلفة توزيع منتجاتها.	3.80	0.920	4	موافق
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الكلي لتعزيز السيطرة على التكاليف	3.53	0.80	/	موافق
تعزير التمييز					
30	تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية من خلال التطوير المستمر للمنتج.	3.90	0.880	2	موافق
31	تقوم المؤسسة بنشر مفاهيم الجودة بين العاملين في مختلف أقسامها.	3.63	1.13	9	موافق
32	تعمل المؤسسة على ابتكار منتجات جديدة.	3.57	1.04	10	موافق
33	تلتزم المؤسسة بتسليم المنتج في الوقت المحدد وبالكميات المطلوبة.	3.90	0.990	3	موافق
34	تعمل المؤسسة على تقليل فترة انتظار زبائنهم من خلال تقليص دورة الإنتاج	3.80	1.03	6	موافق
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الكلي لتعزيز التمييز	3.76	0.89	/	موافق

تعزير التمييز					
35	تمتلك المؤسسة برمجيات متطورة تعمل على تحسين وتطوير المنتج.	3.30	1.12	15	محايد
36	تتصف مخططات المؤسسة بالمرونة بما يتلاءم والظروف التي تواجهها مستقبلا.	3.53	1.07	11	موافق
37	تساهم إدارة المعلومات والمعرفة في المؤسسة على الاستجابة لتغيرات البيئة الخارجية.	3.63	1.00	7	موافق
38	تهدف المؤسسة للحصول على أسبقية إدخال المنتجات للسوق.	3.63	1.10	8	موافق
39	تحرص المؤسسة إلى وضع سياسات تكون وفق توقعات أصحاب المصالح.	3.30	0.950	14	محايد
40	تعمل المؤسسة على رفع حصتها السوقية والتركيز على المحافظة على سمعتها الداخلية والخارجية.	3.93	1.08	1	موافق
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الكلي لتعزير التركيز	3.56	0.78	/	موافق
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير التنافسية	3.61	0.77	/	موافق

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

تعزير السيطرة على التكاليف: من خلال الجدول (02-14) السابق يتضح لنا أن المتوسط الحسابي العام لبعد تعزير السيطرة على التكاليف هو (3.53) وانحراف معيار يقدره (0.80) وهذا يشير إلى أن مستوى بعد تعزير السيطرة على التكاليف من وجهة نظر أفراد العينة هو فوق المتوسط وحققت الفقرة (29): "تحاول المؤسسة تخفيض تكلفة توزيع منتجاتها" بأعلى وسط حسابي فقد بلغ (3.80) بانحراف معياري (0.92)، أما أقل وسط حسابي حصلت عليها لفقرة (27): "تسعى المؤسسة للتقليل من تكاليف المواد الأولية من خلال التنوع في التعامل مع الموردين" بلغ (3.27) بانحراف معياري (1.14) وهذا يدل تعزير السيطرة على التكاليف من خلال التركيز على خفض تكاليف توزيع منتجاتها.

تعزير التمييز: من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن المتوسط الحسابي لتعزير التمييز هو 3.76 وانحراف معيار يقدره 0.89، لذلك فالنتائج تشير إلى أن مستوى بعد تعزير التمييز من وجهة نظر أفراد العينة هو فوق المتوسط وحققت الفقرة (30): "تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية من خلال التطوير المستمر للمنتج" أعلى وسط حسابي فقد بلغ (3,90) بانحراف معياري 0.88، أما أقل وسط حسابي حصلت عليها لفقرة (32): "تعمل المؤسسة على ابتكار منتجات جديدة" بلغ (3.57) بانحراف معياري (1.04) وهذا يدل على اتفاق أفراد العينة على تعزير التمييز وذلك بالتركيز على جودة المنتجات والتطور المستمر للمنتج.

تعزير التركيز: من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن المتوسط الحسابي العام لبعد تعزير التركيز هو (3.56) وانحراف معيار يقدره (0.78)، لذلك فالنتائج تشير إلى أن مستوى بعد تعزير التركيز من وجهة نظر أفراد العينة هو فوق المتوسط وحققت الفقرة (40): "تعمل المؤسسة على رفع حصتها السوقية والتركيز على المحافظة على سمعتها الداخلية والخارجية" أعلى متوسط حسابي فقد بلغ (3.93) و بانحراف معياري (1.08) أما أقل وسط حسابي حصلت عليه

الفقرة(35): "تعمل المؤسسة على ابتكار منتجات جديدة" بلغ (3.30) بانحراف معياري (1.12) وهذا يدل على أن المؤسسة مهتمة بالتركيز على المحافظة على بيئتها الداخلية والخارجية من أجل رفع حصتها السوقية. وبشكل عام فإن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المحور الثالث للاستبيان المتعلق بالتنافسية بمستوى فوق المتوسط مقارنة بأعلى درجة في المقياس حيث بلغ (3.61) وبانحراف معياري قدره (0.77) وجاءت الفقرة (40): "تعمل المؤسسة على رفع حصتها السوقية والتركيز على المحافظة على سمعتها الداخلية والخارجية" بأعلى متوسط حسابي (3.93) وانحراف معياري (1.08) بدرجة موافق، أما الفقرة (27): "تسعى المؤسسة للتقليل من تكاليف المواد الأولية من خلال التنوع في التعامل مع الموردين" جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي يبلغ (3.27) وانحراف معياري بقيمة (1.14) بدرجة محايد.

وهذه النتيجة تؤكد الموافقة على أن العينة موضع الدراسة تعمل جاهدة على تعزيز ووضعتها والتنافسية ما يفسر وقوع هذا المتغير ضمن مجال موافق.

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات ومناقشة نتائج الدراسة

في هذا المطلب سنقوم بتحليل النتائج من خلال اختبار فرضيات الدراسة وربط الفرضيات بالنتائج.

الفرع الأول: اختبار الفرضيات

بهدف التأكد من صحة فرضيات الدراسة قمنا باختبار هذه الفرضيات باستخدام معامل الارتباط برسن Pearson بين أبعاد الذكاء الاقتصادي وتعزيز التنافسية.

أولاً: اختبار الفرضيات الفرعية

تم اختبار الفرضيات الفرعية باستخدام معامل الارتباط برسن Pearson بين أبعاد الذكاء الاقتصادي وتعزيز التنافسية.

الفرضية الفرعية الأولى:

تنص هذه الفرضية على أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية والتنافسية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

● الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية والتنافسية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

● الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية والتنافسية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

يوضح الجدول الموالي معامل الارتباط برسن بين اليقظة الإستراتيجية والتنافسية.

الجدول رقم (02-15): معامل الارتباط برسن بين اليقظة الإستراتيجية والتنافسية

المتغير التابع	المتغير المستقل	التنافسية
		اليقظة الإستراتيجية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

نلاحظ من الجدول (02-15) أعلاه وجود علاقة ارتباط معنوي قوية بين اليقظة الإستراتيجية والتنافسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.688) عند مستوى معنوية (0.000) فتشير قيمة المعامل إلى وجود ارتباط قوي بين المتغيرين، بينما تدل القيمة الموجبة إلى وجود علاقة طردية بين اليقظة الإستراتيجية و التنافسية، وعليه نقبل الفرضية الفرعية الأولى البديلة.

الفرضية الفرعية الثانية:

تنص هذه الفرضية على أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحماية والأمن والتنافسية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

- الفرضية الصفرية H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحماية والأمن والتنافسية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.
- الفرضية البديلة H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحماية والأمن والتنافسية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

يوضح الجدول أدناه معامل الارتباط برسن بين الحماية والأمن والتنافسية.

الجدول رقم (02-16): معامل الارتباط برسن بين الحماية والأمن والتنافسية

المتغير التابع	المتغير المستقل	التنافسية
		الحماية والأمن

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

يتبين من الجدول (02-16) وجود علاقة ارتباط معنوي قوي بين الحماية والأمن والتنافسية، إذ بلغ قيمة معامل الارتباط (0.745) عند مستوى معنوية (0.000) فتدل قيمة المعامل إلى وجود ارتباط قوي بين المتغيرين، بينما تدل القيمة الموجبة إلى وجود علاقة طردية بين بعد الحماية والأمن والتنافسية، ومنه نقبل الفرضية الفرعية الثانية البديلة.

الفرضية الفرعية الثالثة:

تنص هذه الفرضية على أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الضغط والتأثير والتنافسية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

- الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الضغط والتأثير والتنافسية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.
- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الضغط والتأثير والتنافسية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

يوضح الجدول أدناه معامل الارتباط برسن بين الضغط والتأثير والتنافسية.

الجدول رقم (02-17): معامل الارتباط برسن بين الضغط والتأثير والتنافسية

المتغير التابع	المتغير المستقل
التنافسية	الضغط والتأثير
0.712	
SIG:0.000	
N=30	

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

يظهر من الجدول (02-17) وجود علاقة ارتباط معنوي قوي بين الضغط والتأثير والتنافسية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.712) عند مستوى معنوية (0.000) حيث تشير قيمة المعامل إلى وجود ارتباط قوي بين المتغيرين، بينما تدل القيمة الموجبة إلى وجود علاقة طردية بين بعد الضغط والتأثير و التنافسية ومن هذه النتيجة تتحقق الفرضية الفرعية الثالثة البديلة.

ثانياً: اختبار الفرضية الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

- الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي وتعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

- الفرضية البديلة H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الضغط والتأثير و التنافسية في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).
- تم اختبار الفرضية الرئيسية من خلال استخدام معامل الارتباط برسن للتحقق من العلاقة بين الذكاء الاقتصادي وتعزيز التنافسية.

الجدول رقم (02-18): معامل الارتباط برسن بين الذكاء الاقتصادي والتنافسية

التنافسية	المتغير التابع
	المتغير المستقل
0.793	الذكاء الاقتصادي
SIG:0.000	
N=30	

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V20)

يشير معامل Pearson في الجدول (02-18) أعلاه على وجود علاقة ارتباط معنوية بين الذكاء الاقتصادي وتعزيز التنافسية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.793) عند مستوى معنوية (0.000) حيث تشير قيمة المعامل إلى وجود ارتباط قوي المتغيرين، القيمة الموجبة إلى وجود علاقة طردية بين الذكاء الاقتصادي وتعزيز التنافسية، أي أنه كلما زاد استخدام الذكاء الاقتصادي زاد ذلك من تعزيز التنافسية أو العكس، وعليه نقبل الفرضية الرئيسية.

الفرع الثاني: مناقشة نتائج الدراسة

لقد توصلت نتائج الدراسة الإحصائية إلى النتائج التالية:

- بلغت أكبر نسبة لمتغير الجنس هي فئة الذكور وهذا راجع إلى طبيعة نشاط عينة المؤسسات محل الدراسة حيث بلغت نسبتها المئوية، وتشير نسبة الإناث إلى مشاركة المرأة وانتقالها مناصب عليا.
- النسب المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب متغير العمر كانت متقاربة وهذا ما يعكس استقطاب المؤسسات لكل الفئات العمرية بما فيها الشباب وتدرجهم من خلال احتكاكهم بذوي الخبرة.
- كانت أكبر نسبة لمتغير المؤهل العلمي هي نسبة حملة الشهادات الجامعية وهذا يشير إلى تركيز المؤسسات على استقطاب وتوظيف الفئة لضمان المعرفة اللازمة للقيام بالمهام والأنشطة، وتبلغ نسبة من لديهم خبرة في هذه المؤسسات أكثر من 15 سنة (50%) وهي تعبر عن رصيد معرفي ومهني للشركة، يجب استغلاله من خلال التقاسم والتشارك المعرفي بين مختلف الطاقات الشابة.
- تتمتع المؤسسات محل الدراسة بمستوى فوق المتوسط من الذكاء الاقتصادي إذ بلغ المتوسط الحسابي الكلي للذكاء الاقتصادي (3.45) وهي قيمة مقبولة.
- خلصت الدراسة أن المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة تتمتع بمستوى تنافسية فوق المتوسط إذ بلغ المتوسط الحسابي الكلي للتنافسية (3.61) وهي قيمة مقبولة

- أظهرت نتائج التحليل وجود دور ذو دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.
- كما أظهرت نتائج الدراسة وجود دور لأبعاد الذكاء الاقتصادي منفردة (اليقظة الإستراتيجية، الحماية والأمن، الضغط والتأثير) في تعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.
- تطرقت دراستنا إلى تبيان العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والتنافسية، وقد وفقت في ذلك مقارنة مع الدراسات السابقة الواردة في الجانب النظري من هذه الدراسة حيث:
- تشابهت نتائج دراستنا مع نتائج دراسة مغمولي نسرين، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية دراسة حالة مؤسسة فرتيال عنابة"أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015.
- رغم أنها تناولت موضوع التنافسية من الجانب الدولي، حيث توصلت أيضا إلى توافر أبعاد الذكاء الاقتصادي مجتمعة ومنفردة في المؤسسة محل الدراسة حسب وجهة نظر أفراد العينة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكاء الاقتصادي (3.81) فاحتل بعد الحماية والأمن المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.47) يليه بعد اليقظة الإستراتيجية بـ (3.66) وأخيرا بعد الضغط والتأثير (3.32)، بينما في دراستنا كانت المرتبة الأولى لليقظة الإستراتيجية وبعدها الحماية والأمن ثم الضغط والتأثير، كما خلصت هذه الدراسة أيضا إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي والتنافسية.
- كما أن دراسة حلومي لامية، دور اليقظة الإستراتيجية و الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة مؤسسة يسرف السعيد لإشغال البناء"مذكرة الماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2009.
- تعتبر الدراسة الأقرب إلى موضوع بحثنا حيث توصلت هي الأخرى إلى أن المؤسسة محل الدراسة تطبق اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي وفق الإجابات المقدمة عن الأسئلة المطروحة، وأن الذكاء الاقتصادي يعزز التنافسية لأن أساس تحقيق التنافسية هو معرفة حاجات ورغبات الزبائن ودراسة السوق وتطوير خصائص المنتج أو تقديم منتج جديد، وهذا يتحقق بتطبيق الذكاء الاقتصادي.

خلاصة الفصل

بعدها تطرقنا في هذا الفصل إلى الإطار المنهجي للدراسة في المبحث الأول، حيث قمنا بتوضيح طريقة الدراسة باختيار مجتمع والدراسة المتكون من مدراء، نواب مدراء، رؤساء مصالح و موظفين لعينة من مؤسسات اقتصادية بالولاية المنتدبة تقرت وتحديد العينة بـ 30 فرد، كما قمنا باختيار أداة جمع البيانات المتمثلة في الاستبانة وتحديد الأدوات والأساليب الوصفية لمساعدتنا في تشخيص المتغيرات وقياس الارتباط ومدى المعنوية، واستخدمنا برامج إحصائية تمثلت في (SPSS.V20) و (EXCEL2007) لتحويل البيانات النوعية إلى كمية.

وتناولنا في المبحث الثاني عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها، من خلال وصف خصائص العينة من حيث الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي والخبرة المهنية، ثم وصف متغيرات الدراسة بتحليل فقرات الاستبانة وأخيرا اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.

وكخلاصة لكل ما سبق وجدنا أن للدكاء الاقتصادي دور في تعزيز التنافسية، من خلال الاهتمام باليقظة الإستراتيجية وهذا يتجلى في مراقبة المحيط الداخلي والخارجي، وتطبيق الحماية والأمن بالسهر على حماية وأمن مواردها واللجوء إلى سياسة الضغط والتأثير بالسعي إلى التأثير على بيئة العمل مما يؤدي إلى تحقيق أهدافها.

الخلاصة

خاتمة:

في ظل محيط يتميز بتحولات سريعة وشديدة المنافسة، تسعى كل مؤسسة اقتصادية إلى الريادة والسبق التنافسي في عالم إدارة الأعمال لضمان بقائها واستمرارها، وهذا يتطلب منها ضرورة امتلاك قدرات معينة من خلال الاستعانة بمجموعة من الآليات والاستراتيجيات ومن أبرزها الذكاء الاقتصادي الذي يعد نظاما متكاملًا يشمل جل التقنيات والكفاءات البشرية لتحديد وجمع المعلومات اللازمة ومعالجتها ونشرها بين الأعوان الاقتصاديين للمؤسسة، إذ يقوم بمراقبة المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة لرصد كل التغيرات في طابع استباقي عن طريق اليقظة الإستراتيجية وحماية ممتلكاتها ومواردها البشرية عن طريق وظيفة الحماية والأمن إضافة إلى التأثير في المحيط عن طريق سياسة الضغط والتأثير، وهذا يسمح بالوصول إلى المعلومات الصحيحة والدقيقة في الوقت المناسب بالتالي اتخاذ القرارات المناسبة والتمكن من اكتساب إستراتيجيات تنافسية قوية.

لذلك حاولنا في دراستنا هذه معالجة موضوع دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية بمختلف جوانبه النظرية والتطبيقية محاولين الإجابة على الإشكالية المطروحة والمتمثلة في: ما الدور الذي يؤديه الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية؟ لنخلص إلى النتائج التالية:

نتائج الدراسة

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن تقسيمها إلى نتائج تتعلق بالدراسة النظرية وأخرى تتعلق بالدراسة التطبيقية كما يلي:

أولاً: النتائج النظرية

- الذكاء الاقتصادي هو نظام يشمل مجموعة من الاستراتيجيات والتطبيقات لجمع المعلومات وتحليلها ونشرها لاتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب؛
- الذكاء الاقتصادي مبني على ثلاث أبعاد متكاملة ومتراطة تكمن في اليقظة الإستراتيجية، الحماية والأمن، الضغط والتأثير، إتباع هذه الأبعاد يسمح للمؤسسة من إتباع سياسة استعلامية، دفاعية وهجومية أكثر كفاءة وقدرة على المنافسة؛
- التنافسية هي القدرة على تلبية رغبات المستهلكين بتوفير منتجات ذات جودة عالية وبأسعار مناسبة وفي الأوقات المناسبة، تستطيع المؤسسة من خلالها الحصول على حصص سوقية كبيرة.
- تقوم التنافسية على ثلاث استراتيجيات تتمثل في إستراتيجية قيادة التكاليف، إستراتيجية التركيز وإستراتيجية التمييز؛

- يتيح الذكاء الاقتصادي للمؤسسة الاقتصادية الاستخدام الاستراتيجي للمعلومة ذات المزايا التنافسية، فيدعم اتخاذ القرارات المرتبطة مباشرة بتحسين المستويات التنافسية ويعزز الموقع التنافسي في السوق من خلال تطوير أساليب التوقع بالتغيرات في الأسواق مع الفهم الصحيح لمختلف الاستراتيجيات التي يعتمد عليها المنافسون الآخرون.

ثانيا: النتائج التطبيقية

- تطبق عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة الذكاء الاقتصادي بمستوى مقبول من وجهة نظر أفراد العينة حيث احتلت اليقظة الإستراتيجية المرتبة الأولى وهذا يدل على الاهتمام بالبعد المعرفي، يليها الحماية والأمن ثم الضغط والتأثير؛

- تتمتع عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بمستوى مقبول من التنافسية إذ عملت على تنمية قدراتها وخبراتها في مجال نشاطها حيث كثفت جهودها لإرضاء الزبائن وتلبية متطلباتهم من المنتجات ذات الجودة العالية؛

- وجود ارتباط معنوي بين اليقظة الإستراتيجية وتعزيز التنافسية؛

- وجود ارتباط معنوي بين الحماية والأمن وتعزيز التنافسية؛

- وجود ارتباط معنوي بين الضغط والتأثير وتعزيز التنافسية؛

- خلصت النتائج إلى وجود دور ذو دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، إذ يساعدها في توفير المعلومات اللازمة عن بيئتها ومنافسيها.

نتائج اختبار الفرضيات

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة جاءت نتائج اختبار

الفرضيات على النحو التالي:

- بالنسبة للفرضية الفرعية الأولى التي محتواها "يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية والتنافسية في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة" ثبتت صحتها إذ تبين أن هناك علاقة ارتباط معنوية بين اليقظة الإستراتيجية وتعزيز التنافسية؛

- كما تم قبول الفرضية الفرعية الثانية التي محتواها "يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحماية والأمن والتنافسية في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة" حيث أظهرت نتائج الاختبار وجود علاقة ارتباط معنوية طردية بين الحماية والأمن وتعزيز التنافسية؛
- وأخيرا الفرضية الفرعية الثالثة التي أثبتت النتائج صحتها هي الأخرى وهذا من خلال التوصل إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الضغط والتأثير والتنافسية في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.
- بالنسبة للفرضية الرئيسة التي محتواها "يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي وتعزيز تنافسية في عينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)" فقد تم إثبات صحتها حيث تبين أن هناك ارتباط ذو دلالة معنوية بين استخدام الذكاء الاقتصادي وتعزيز التنافسية.

التوصيات

- بناء على النتائج المتوصل إليها نقترح مجموعة من التوصيات التي تعود بالإيجابية على المستوى الوطني عموما وعينة المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة خصوصا، وتمثل هذه التوصيات في:
- العمل على توسيع دائرة استخدام الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسة الاقتصادية؛
 - نشر ثقافة تقاسم المعلومات داخل المؤسسة الاقتصادية قصد الاستغلال الأمثل لها؛
 - ضرورة استحداث مصلحة جديدة في منظومة المؤسسة الاقتصادية تحت اسم الذكاء الاقتصادي؛
 - توعية الإدارة العليا بأهمية الذكاء الاقتصادي من خلال المؤتمرات والندوات التعريفية؛
 - فتح تخصص متعلق بالذكاء الاقتصادي على مستوى الجامعة؛
 - تحديث البنية التشريعية والقانونية بما يتماشى مع التغيرات المحلية والدولية.

آفاق الدراسة

- على ضوء ما سبق من نتائج يمكن أن نقترح بعض الدراسات المستقبلية التي نراها جديرة أن تكون إشكالية لأبحاث أخرى، وتمثل هذه الاقتراحات فيما يلي:
- الذكاء الاقتصادي ودوره في تحسين الأداء الاقتصادي الجزائري؛
 - دور الجامعة في دعم المؤسسة الاقتصادية في مجال الذكاء الاقتصادي؛
 - أنظمة المعلومات ودورها في رفع تنافسية المؤسسة؛
 - دور الذكاء الاقتصادي في تدعيم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية:

أولاً: الكتب

- 1- أحمد حامد رضوان، مصطفى التنافسية كآلية من آليات العولمة و دورها على دعم جهود النمو و التنمية في العالم،الدار الجامعية،ط1،الإسكندرية،مصر،2011؛
- 2- حسين شمت نيفين، التنافسية الدولية وتأثيرها على التجارة العربية والعالمية، دار التعليم الجامعي، مصر،2010؛
- 3- طارق نوير (World economic forum) دور الحكومة الداعم للتنافسية: حالة المعهد العربي للتخطيط بالكويت،2002؛
- 4- الطائي محمد عبد الحسين ونعمه عباس خضير الخفاجي، نظم المعلومات الإستراتيجية منظور الميزة الإستراتيجية، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن،2007.2009؛
- 5- غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا(مفاهيم ومدخل، تقنيات، تطبيقات علمية)، ط1،دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان،الأردن؛
- 6- محمد السيد إسماعيل، الإدارة الإستراتيجية مفاهيم حالات تطبيقية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر2000؛

ثانياً: المذكرات والرسائل

- 1- أوريسي هبة الله، تنافسية القطاع السياحي و انعكاساته على التنمية المستدامة في الدول العربية،مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة سطيف،2011-2012؛
- 2- بلحاج آمنة، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مع دراسة حالة،مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة تلمسان، 2014/2015؛
- 3- بن الصغير عواطف، دور الذكاء الاقتصادي في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مذكرة ماستر، جامعة أم البواقي 2013/2014؛
- 4- بوريش أحمد، الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الإستراتيجية في مواجهة التهديدات و استغلال الفرص دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية تلمسان، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة تلمسان، 2018/2019؛
- 5- بورباله أحمد، دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية،مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014/2015؛

- 6- حليمي لامية، دور اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة مؤسسة يسرف السعيد لأشغال البناء، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوقرة بومرداس ، 2009؛
- 7- خته مبروكة، فعالية الإبداع التكنولوجي في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، 2015 - 2016؛
- 8- رفائي محمد، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، جامعة بسكرة، 2004؛
- 9- زرقان مولود، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية دراسة حالة مؤسسة أنو فرع ولاية مستغانم، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2018؛
- 10- زاو ضياء الدين، دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسات دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة سطيف، 2012/2013؛
- 11- سراي على وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، 2016-2017؛
- 12- سليمان منيرة، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية، مذكرة ماستر، جامعة بسكرة ، 2012/2013؛
- 13- طبوش خيرة وزعطوط رجاء، دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية عين الدفلى، مذكرة ماستر، جامعة الجليلي بونعامة بنخميس مليانة عين الدفلى، 2014/2015؛
- 14- عماري محمد توفيق و مجيدي صهيب، دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تحسين تنافسية المؤسسة دراسة حالة شركة الورود فرع مطبعة الوليد، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، 2017/2018؛
- 15- فرحات سميرة، مساهمة الذكاء التنافسي في تحسين الأداء الصناعي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بسكرة، 2015-2016؛
- 16- فيلاي أسماء، الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع و المجهودات دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات روية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة تلمسان، 2013/2014؛
- 17- مغمولي نسرين، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية دراسة حالة مؤسسة فرتيال بعنابة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015/2016.

ثالثاً: المقالات المنشورة في المجلات العلمية المحكمة

- 1- بدري توفيق البارودي شيرين، أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق متطلبات تنمية المشاريع الصغيرة دراسة قياسية لعينة من المشاريع الصناعية الصغيرة في محافظة بغداد، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد التاسع والثلاثون، جامعة بغداد، العراق، 2014؛
- 2- روكان عواد خالد وخوام محمود زيد، التخطيط الاستراتيجي وتأثيره في الذكاء الاقتصادي، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العراق، العدد 55، سنة 2018؛
- 3 - العزاوي محمد عبد الوهاب و الجرجري أحمد سليمان، دور تقانة المعلومات و الاتصالات في تحقيق المزايا التنافسية، مجلة بحوث مستقبلية، مركز الدراسات المستقبلية، كلية الحدباء، الموصل، العدد 29 - 30، 2010
- 4- العزاوي فراس رحيم يونس و الخفاجي عثمان إبراهيم أحمد، تشخيص قدرات تكنولوجيا المعلومات و تأثيرها في تحقيق التفوق التنافسي، مجلة العلوم الاقتصادية و الإدارية، المجلد 21، العدد 81، جامعة بغداد كلية الإدارة و الاقتصاد، 2015؛
- 5- حسين وصال عبد الله و لفته بيداء ستار، عناصر الذكاء الاقتصادية للمنظمة ودورها في تحقيق النمو الاقتصادي، مجلة دراسات محاسبية و مالية، جامعة بغداد، العراق، المجلد 14 العدد 47، سنة 2017؛
- 7- خوالد أبو بكر، الذكاء الاقتصادي و دروه في تعزيز تنافسية الاقتصاديات و الدول قراءة في التجربة اليابانية، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة عنابة، المجلد 3، العدد 03 سبتمبر 2017؛
- 8- عبد الله ياسين و بودالي محمد، تفعيل الذكاء الاقتصادي كخيار استراتيجي لتحقيق ميزة تنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر دراسة ميدانية، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الرابع العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر، 2018.
- 9- زرزار العياشي و مداحي محمد، واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر مع إمكانية دمجها في البرامج التعليمية، مجلة آداب الكوفة، العراق، المجلد 15، العدد 32، سنة 2017؛
- 10- شهاب علي طالب، أهم مقومات القدرة التنافسية للاقتصاد البصري، مجلة دراسات البصرة، العدد 12، 2011؛
- 11- مجيد عبد النبي أسيل و لفته بيداء ستار، المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي و تأثيرها في أبعاد النجاح الاستراتيجي للمصارف الخاصة، مجلة دراسات محاسبية و مالية، المجلد 14 العدد 49، كلية المعهد العالي للدراسات المالية والمحاسبية، جامعة بغداد، العراق، 2019.

رابعاً: المداخلات (أيام دراسية، ملتقيات دولية/وطنية، مؤتمرات)

1- العابد برينيس شريفة، الذكاء الاقتصادي كآلية لتطوير و عصرنة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية، الملتقى الدولي لسادس حول الذكاء الاقتصادي و التنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، جامعة الشلف، 06 و 07 نوفمبر 2012؛

2- خوالد أبوبكر، الذكاء الاقتصادي كمدخل لتفعيل وظيفة التسويق في المصارف، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي و التنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 06 و 07 نوفمبر 2012؛

3- رزيق كمال، مسدور فارس، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد، ورقلة 22-23 أبريل 2003

4- مزهود عبد المجيد، أهمية الذكاء الاقتصادي في اتخاذ القرار الاستثماري لشركات رأس المال المخاطر، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي و التنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الشلف، 06 و 07 نوفمبر 2012؛

5- مسعداوي يوسف، القدرات التنافسية و مؤشرات، المؤتمر العلمي الدولي حول: الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 08-09 مارس 2005

6- معمر قوادي، فضيلة مساهمة الذكاء الاقتصادي في دعم التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي و التنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 06 و 07 نوفمبر 2012؛

7- دحماني محمد درويش، ناصور عبد القادر، التقنيات الحديثة كمدخل للأداء المتميز بالنسبة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، ملتقى دولي حول : متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، مخبر العولمة و اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 17 و 18 أبريل 2006؛

8- عياري أمال ورجم نصيب، الإستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، ملتقى دولي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 29-30 أكتوبر 2002؛

9- وديع محمد عدنان، محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية، بحوث و مناقشات، تونس 19-21 جوان 2011؛

10- وديع محمد عدنان، مسح في مؤشرات التنافسية، ورشة عمل حول محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية، معهد الاقتصاد الكمي، تونس، 19-21 جوان 2011.

11- عبد الله فاضل الجبالي، تطبيقات الذكاء الاقتصادي في التجارة الالكترونية في إطار الاقتصاد المبني على المعرفة، مركز الدراسات التطبيقية، جامعة الموصل، بدون سنة نشر.

خامسا: المنشورات

1- الهواري بن لحسن، الإبداع التكنولوجي كأداة لتحسين التنافسية وتحقيق التنمية المستدامة، المدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي، وهران، الجزائر.

سادسا: الانترنت

1- دحماني علي، مساهمة الذكاء الاقتصادي في تحول المؤسسات نحو الأعمال المسؤولة اجتماعيا، مداخلة، 2020/03/12، 01:50، supportasjp@cerist.dz

2- شرفاوي عبد الله، الذكاء الاقتصادي في التمويلات الإسلامية لمواجهة المخاطر، مداخلة ، 2020/03/12، 01:48، abdellah.acharkaoui@gmail.com

3- عدي غني عبود الدسدي، الذكاء الاقتصادي، محاضرة ، 2020/03/27، 01:32، admin@uobabylon.edu.iq

المراجع الأجنبية:

1. Martre Henry , Intelligence & Stratégie des Entreprises, Commissariat général du plan, La document française,1994؛
2. Rida chafi, étude empirique sur les pratique des entreprises marocaines en matière d' intelligence économique, Mmoire pour l'obtention du diplômes des études supérieurs approfondies, Chock، 2006/2007؛
3. Debonneuilmichele et Fontagné Lionel,"Compétitivité",conseil d'analyse économique,Paris,2003.

قائمة الملاحق



الملحق رقم (01): نموذج استمارة الاستبانة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات

استمارة مذكرة ماستر موجهة لموظفي

مؤسسة

أخي الكريم، أختي الكريمة، تحية طيبة وبعد:

يشرفنا أن نقدم لكم هذه الاستبانة وهي جزء من البحث العلمي الذي نحن بصدد دراسته والخاص بإعداد مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات بعنوان "دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية دراسة حالة مؤسسة"

وتهدف هذه الدراسة إلى إعطاء صورة واضحة عن واقع استخدام الذكاء الاقتصادي والدور الذي يلعبه على تنافسية المؤسسة ونظرا لأهمية رأيكم في هذا المجال نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبانة بدقة واهتمام فمشاركتكم ضرورية ورأيكم عامل أساسي في هذا البحث حيث أن صحة النتائج ترتبط بصحة إجاباتكم.

لذا نرجو منكم وضع علامة (x) في المكان المخصص للإجابة ونحيطكم علما أن جميع إجاباتكم سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط دون الإشارة إلى صاحبها.

ولكم منا فائق التقدير والاحترام.

من إعداد الطالبات:

- النيبوع نادية

- بن جدة إيناس

- مداني الزهرة

تحت إشراف:

د. بوسواك أمال

د. بوضبيح رحيمة

البريد الإلكتروني: niboua.nadia85@gmail.com

الموسم الجامعي: 2020/2019

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- العمر: من 20 إلى 35 سنة إلى 45 سنة من 55 سنة أكثر 5 سنة
- 3- المؤهل العلمي: ثانوي جامعي دراسات
- 4- المستوى الوظيفي: مدير نائب مدير رئيس مصلحة موظف
- 5- الخبرة المهنية: من 1 إلى 5 سنوات من 6 إلى 10 سنوات من 1 إلى 15 سنة أكثر 15 سنة

المحور الثاني: يحتوي هذا المحور على عبارات خاصة بالذكاء الاقتصادي

(الذكاء الاقتصادي: هو استخدام مجموعة الوسائل البشرية والأدوات والأساليب التقنية بهدف الوصول لتطور المؤسسة، فهو نظام متكامل تنسجم وتتناسق فيه الكفاءات البشرية مع أحدث التقنيات للوصول للمعلومة الصحيحة قبل الآخرين.)

الرقم	متغيرات الذكاء الاقتصادي	غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة
1- اليقظة الإستراتيجية						
01	تراقب المؤسسة محيطها الداخلي والخارجي بصفة منتظمة.					
02	تتابع المؤسسة التطورات المحتملة في سلوك المستهلكين.					
03	تحرص المؤسسة على تقاسم المعلومات مع موظفيها.					
04	ترتب وتلخص المؤسسة المعلومات المتحصل عليها من أجل اتخاذ القرارات السليمة.					
05	تعتمد المؤسسة على برامج معلوماتية للبحث وتحليل المعلومات ونشرها.					
06	ترصد المؤسسة جميع قدرات وإمكانات المنافسين ونقاط ضعفهم.					
07	تدرس المؤسسة كل ما يؤثر على علاقاتها التجارية مع مورديها.					
08	تمتلك المؤسسة موظفين مختصين لتوفير معلومات شاملة عن جوانب عملياتها.					
2- الحماية والأمن						
09	تملك المؤسسة نظام حماية من مختلف التهديدات.					
10	تعمل المؤسسة على تحديث أنظمة الحماية باستمرار.					
11	تعمل المؤسسة على توعية الموظفين بأمن وحماية أنظمة المعلومات من خلال المؤتمرات، التكوين، الملصقات.					
12	تتوفر المؤسسة على آليات تقنية تساعدها في مراقبة تسيير نظامها					
13	تستخدم المؤسسة آليات تشفير عالية الجودة لمنع اختراق أنظمة المعلومات.					
14	تقوم المؤسسة بإعداد نسخ إضافية للبرمجيات وملفات البيانات ليتم استعادتها في حالة فقدانها .					
15	تسهر المؤسسة على حماية وأمن مواردها البشرية.					
16	تعتمد المؤسسة على إجراءات وتدابير للحفاظ على أمن المعلومات وإدارتها.					
3- الضغط والتأثير						
17	تفتح المؤسسة موقع مناقشة ومعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعية.					

					تلجأ المؤسسة إلى مكتب الضغط والتأثير من اجل حماية سمعتها وصورتها في حال خرق نظامها.	18
					تقوم المؤسسة بالمشاركة وزيارة الصالونات المهنية.	19
					تقيم المؤسسة علاقات التعاون مع مؤسسات في غير نشاط عملها.	20
					تسعى المؤسسة إلى التأثير على بيئة العمل مما يؤدي إلى تحقيق أهدافها.	21
					تفصح إدارة المؤسسة بمصادقية عن إنتاجياتها وإيراداتها أمام الرأي العام والأجهزة الرقابية المسؤولة.	22
					تستخدم المؤسسة التأثير بهدف الضغط على العملاء والزبائن وتلبية احتياجاتهم وتحقيق مطالبهم .	23
					تمتلك إدارة المؤسسة وسائل للتأثير على قرارات الحكومة (قوانين، تعليمات، لوائح).	24
<p>المحور الثالث: يحتوي هذا المحور على عبارات خاصة بتنافسية المؤسسة.</p> <p>تعزير تنافسية المؤسسة: هي قدرة المؤسسة على مواجهة المضادة أو المنافسة في الأسواق المحلية أو العالمية وامتلاكها لمزايا تساعد ها في الحصول والاحتفاظ بحصص سوقية والأحسن من ذلك ترقيتها.</p>						
تعزير السيطرة على التكاليف						
					تدعم المؤسسة أنشطة البحث والتطوير لتخفيض التكاليف.	25
					تمارس المؤسسة رقابة مركزية شديدة على الإنفاق.	26
					تسعى المؤسسة للتقليل من تكاليف المواد الأولية من خلال التنويع في التعامل مع الموردين.	27
					تسعى المؤسسة للاستغلال الأمثل للطاقة الإنتاجية.	28
					تحاول المؤسسة تخفيض تكلفة توزيع منتجاتها.	29
تعزير التميز						
					تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية من خلال التطوير المستمر للمنتج.	30
					تقوم المؤسسة بنشر مفاهيم الجودة بين العاملين في مختلف أقسامها.	31
					تعمل المؤسسة على ابتكار منتجات جديدة.	32
					تلتزم المؤسسة بتسليم المنتج في الوقت المحدد وبالكميات المطلوبة.	33
					تعمل المؤسسة على تقليل فترة الانتظار زبائنها من خلال تقليص دورة الإنتاج.	34

تعزير التركيز						
					35	تمتلك المؤسسة برمجيات متطورة تعمل على تحسين وتطوير المنتج.
					36	تتصف مخططات المؤسسة بالمرونة بما يتلاءم والظروف التي تواجهها مستقبلا.
					37	تساهم إدارة المعلومات والمعرفة في المؤسسة على الاستجابة لتغيرات البيئة الخارجية.
					38	تهدف المؤسسة للحصول على أسبقية إدخال المنتجات للسوق.
					39	تحرص المؤسسة إلى وضع سياسات تكون وفق توقعات أصحاب المصالح.
					40	تعمل المؤسسة على رفع حصتها السوقية والتركيز على المحافظة على سمعتها الداخلية والخارجية.

الملحق رقم (02): معاملات ألفا كرونباخ فوق مخرجات Spss

ReliabilityStatistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,936	24

ReliabilityStatistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,945	16

ReliabilityStatistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,964	40

الملحق رقم (03): جداول التكرارات فوق مخرجات Spss

Fréquence Table

الجنس				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	23	76,7	76,7	76,7
Valid أنثى	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

العمر				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من 20 إلى 35 سنة	8	26,7	26,7	26,7
Valid من 36 إلى 45 سنة	9	30,0	30,0	56,7
Valid من 46 إلى 55 سنة	5	16,7	16,7	73,3
Valid أكبر من 55 سنة	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

المؤهل العلمي				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ثانوي	12	40,0	40,0	40,0
Valid جامعي	17	56,7	56,7	96,7
Valid دراسات عليا	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

المستوى الوظيفي				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid رئيس مصلحة	17	56,7	56,7	56,7
Valid موظف	12	40,0	40,0	96,7
Valid أخرى	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

الخبرة المهنية				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من 1 إلى 5 سنوات	9	30,0	30,0	30,0
Valid من 6 إلى 10 سنوات	4	13,3	13,3	43,3
Valid من 11 إلى 15 سنة	2	6,7	6,7	50,0
Valid أكثر من 15 سنة	15	50,0	50,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

الملحق رقم(04):المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وفق مخرجات Spss

Statistics

		الجنس	العمر	المؤهل العلمي	المستوى الوظيفي	الخبرة المهنية
N	Valid	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0
	Mean	1,2333	2,4333	1,6333	3,4667	2,7667
	Std. Deviation	,43018	1,16511	,55605	,57135	1,35655

	Mean	Std. Deviation
Q1	3,80	,85
Q2	3,73	,94
Q3	3,57	1,17
Q4	3,63	1,03
Q5	3,50	1,11
Q6	3,40	1,10
Q7	3,70	1,06
Q8	3,57	1,10
Q9	3,40	1,19
Q10	3,60	1,07
Q11	3,40	1,10
Q12	3,33	,96
Q13	3,07	1,05
Q14	3,40	1,19
Q15	3,97	1,03
Q16	3,73	1,01
Q17	3,17	1,05
Q18	2,93	1,08
Q19	3,57	1,14
Q20	3,03	,85
Q21	3,70	,95
Q22	3,50	1,11
Q23	3,37	,85
Q24	2,70	1,02
Q25	3,47	1,01
Q26	3,30	,95
Q27	3,27	1,14
Q28	3,80	1,03
Q29	3,80	,92
Q30	3,90	,88
Q31	3,63	1,13
Q32	3,57	1,04
Q33	3,90	,99
Q34	3,80	1,03

	Mean	Std. Deviation
اليقظة الاستراتيجية	3,61	,68
الحماية والأمن	3,49	,81
الضغط والتأثير	3,25	,72
تعزيز السيطرة على التكاليف	3,53	,80
تعزيز التميز	3,76	,89
تعزيز التركيز	3,56	,78
الذكاء الاقتصادي	3,45	,67
تنافسية المؤسسة	3,61	,77

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
اليقظة الاستراتيجية	3,6125	,68335	30
الحماية والأمن	3,4875	,80766	30
الضغط والتأثير	3,2458	,72404	30
تعزيز السيطرة على التكاليف	3,5267	,79565	30
تعزيز التميز	3,7600	,89041	30
تعزيز التركيز	3,5556	,78337	30
الذكاء الاقتصادي	3,4486	,66727	30
تنافسية المؤسسة	3,6141	,76541	30

	Mean	Std. Deviation
Q35	3,30	1,12
Q36	3,53	1,07
Q37	3,63	1,00
Q38	3,63	1,10
Q39	3,30	,95
Q40	3,93	1,08

الملحق رقم (05): معاملات الارتباط برسن وفق مخرجات Spss

		Correlations			
		اليقظة الاستراتيجية	الحماية والأمن	الضغط والتأثير	تعزيز السيطرة على التكاليف
اليقظة الاستراتيجية	Pearson Correlation	1	,861**	,542**	,637**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000
	N	30	30	30	30
الحماية والأمن	Pearson Correlation	,861**	1	,750**	,671**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
الضغط والتأثير	Pearson Correlation	,542**	,750**	1	,652**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000
	N	30	30	30	30
تعزيز السيطرة على التكاليف	Pearson Correlation	,637**	,671**	,652**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30
تعزيز التميز	Pearson Correlation	,625**	,683**	,642**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
تعزيز التركيز	Pearson Correlation	,658**	,726**	,695**	,724**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
الذكاء الاقتصادي	Pearson Correlation	,885**	,969**	,849**	,724**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
تنافسية المؤسسة	Pearson Correlation	,688**	,745**	,712**	,922**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30

		Correlations			
		تعزيز التميز	تعزيز التركيز	الذكاء الاقتصادي	تنافسية المؤسسة
اليقظة الاستراتيجية	Pearson Correlation	,625**	,658**	,885**	,688**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
الحماية والأمن	Pearson Correlation	,683**	,726**	,969**	,745**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
الضغط والتأثير	Pearson Correlation	,642**	,695**	,849**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
تعزيز السيطرة على التكاليف	Pearson Correlation	,847**	,724**	,724**	,922**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
تعزيز التميز	Pearson Correlation	1**	,811**	,721**	,958**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
تعزيز التركيز	Pearson Correlation	,811**	1**	,768**	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
الذكاء الاقتصادي	Pearson Correlation	,721**	,768**	1**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
تنافسية المؤسسة	Pearson Correlation	,958**	,906**	,793**	1**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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