

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الدكتور "الطاهر مولاي" - سعيدة -



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر

تخصص: إدارة أعمال

بمعنوان:

تأثير تطبيق الذكاء الإقتصادي على أداء المؤسسة الإقتصادية الجزائرية

"دراسة حالة مؤسسات الاتصالات العاملة بولاية سعيدة"

تحت إشراف الدكتورة:

بختاوي فاطمة الزهراء

إعداد الطالبة:

فلاح سناء

اللجنة العلمية المناقشة		
الجامعة	الصفة	الأستاذ
	رئيسا	بدري عبد المجيد
	مقررا ومشرفا	بختاوي فاطمة الزهراء
	مناقشا	مهدي عمر

السنة الجامعية
2020/2019

إهداء

إلى من قال الله في حقهما

(ولا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما)

إلى أعز ما أملك في هذه الدنيا

إلى من جعلت الجنة تحت أقدامها

أمي الغالية

جزاها الله عنى خير الجزاء في الدارين

إلى روح

أبي الغالي

رحمه الله

إلى كل أخوتي وعائلاتهم

أعزهم الله وحفظهم

إلى كل من ارتبطت بيني وبينهم مودة

إلى زملاء الدراسة....

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل

شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا الى نور العلم وميزنا بالعقل، الحمد لله الذي كل صعب بمعونته هين وكل هدف بتوفيقه وهدايته محقق، نحمده سبحانه وتعالى على نعمه التي لا تعد ولا تحصى فهو للحمد أهل هو الذي مدنا بالصبر والإرادة والعزيمة على إتمام عملنا، نحمدك يارب حمدا يليق بمقامك وجلال وجهك وعظيم سلطانك وعلو مكانك.

جرت العادة ان يكون وراء كل بحث اشخاص ساهموا في اثره وذلك بالنصح والارشاد ومن باب رد الجميل يشرفني ان أتقدم بجزيل الشكر والامتنان وخالص الشاء والعرفان للدكتورة المشرفة

" بختاوي فاطمة الزهراء "

التي منحتني الكثير من وقتها وجهدها وعلى جميل صبرها، كما لم تبخل علي بأرائها وتوجيهاتها السديدة طوال فترة إنجاز هذا العمل، فجزاها الله كل خير.

كما نشكر السادة رؤساء الوكالات التجارية لمعاملي الهاتف النقال وكذا مسؤولي مؤسسة اتصالات الجزائر على حسن استقبالهم وتعاونهم معنا.

الشكر الموصول للأساتذة الأفاضل محكمي الاستبيان، والى كل من مد لنا يد العون داخل الكلية وخارجها، وساهم من قريب او من بعيد في تذليل الصعوبات التي واجهتها.

لكم مني جميعا كل الاحترام والتقدير

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	المحتويات
	الاهداء
	شكر وتقدير
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
	قائمة الملاحق
	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري والدراسات السابقة	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: الذكاء الاقتصادي والأداء
03	المطلب الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي
13	المطلب الثاني: الأداء المؤسسي
16	المطلب الثالث: العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والأداء المؤسسي
18	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
18	المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية
20	المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية
22	المطلب الثالث: تقييم الدراسة الحالية
24	خلاصة
الفصل الثاني: تأثير تطبيق الذكاء الاقتصادي على أداء مؤسسات الاتصالات بولاية سعيدة	
26	تمهيد
27	المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسات محل الدراسة
27	المطلب الأول: مؤسسة اتصالات الجزائر
28	المطلب الثاني: مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال " موبيليس "
29	المطلب الثالث: مؤسسة "جازي"
30	المطلب الرابع: مؤسسة "أوريدو"

الصفحة	المحتويات
32	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستبيان
32	المطلب الأول: عينة الدراسة وأدواتها
35	المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية وثبات أداة الدراسة.
43	المطلب الثالث: وصف خصائص عينة الدراسة
48	المطلب الرابع: اختبار و تحليل و مناقشة فرضيات الدراسة
71	خلاصة
73	خاتمة
78	قائمة المصادر والمراجع
84	الملاحق
88	الملخص

قائمة

الأشكال والجداول

والملاحق

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
33	درجات مقياس ليكرت الخماسي	الجدول (1-2)
33	مقياس الإجابة على فقرات الاستبيان	الجدول (2-2)
34	ترميز متغيرات الدراسة	الجدول (3-2)
37	الاتساق الداخلي لفقرات البعد الأول (اليقظة الاستراتيجية)	الجدول (4-2)
37	الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني (الأمن المعلومات)	الجدول (5-2)
38	الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث (نشاط الضغط والتأثير)	الجدول (6-2)
39	الاتساق الداخلي لفقرات البعد الأول (النمو والتعلم)	الجدول (7-2)
39	الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني (العمليات الداخلية)	الجدول (8-2)
40	الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث (رضا العملاء)	الجدول (9-2)
40	الاتساق الداخلي لفقرات البعد الرابع (البعد المالي)	الجدول (10-2)
41	نتائج اختبار معامل (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات الاستبيان	الجدول (11-2)
43	توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية	الجدول (12-2)
49	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	الجدول (13-2)
51	التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الأول (اليقظة الاستراتيجية)	الجدول (14-2)
52	التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الثاني (الأمن المعلومات)	الجدول (15-2)
53	التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الثالث (نشاط الضغط والتأثير)	الجدول (16-2)
54	التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الأول (النمو والتعلم)	الجدول (17-2)
55	التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الثاني (العمليات الداخلية)	الجدول (18-2)
56	التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الثالث (رضا العملاء)	الجدول (19-2)
57	التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الرابع (البعد المالي)	الجدول (20-2)
58	ترتيب مستوى أهمية المتغيرات الرئيسية للدراسة	الجدول (21-2)
59	نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الثالثة	الجدول (22-2)
62	نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الرابعة	الجدول (23-2)
65	نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الخامسة	الجدول (24-2)
68	نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الرئيسية	الجدول (25-2)

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
6	أبعاد الذكاء الاقتصادي	الشكل (1-1)
7	أنواع اليقظة المتعلقة بالقوى الخمسة لـ "بورتر"	الشكل (1-2)
10	مراحل الذكاء الاقتصادي	الشكل (1-3)
27	الهيكل التنظيمي لوكالة اتصالات الجزائر بولاية سعيدة	الشكل (2-1)
28	الهيكل التنظيمي لمؤسسة "موبيليس"	الشكل (2-2)
30	الهيكل التنظيمي لمؤسسة "جازي"	الشكل (2-3)
31	الهيكل التنظيمي لوكالة "أوريدو" لولاية سعيدة	الشكل (2-4)
32	توزيع استبيانات الدراسة	الشكل (2-5)
35	نموذج مقترح حول تأثير تطبيق الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية	الشكل (2-6)
44	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	الشكل (2-7)
45	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	الشكل (2-8)
45	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	الشكل (2-9)
46	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الانتماء الوظيفي	الشكل (2-10)
47	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة الوظيفية	الشكل (2-11)
48	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية	الشكل (2-12)
49	منحنى التوزيع الطبيعي للاستبيان ككل	الشكل (2-13)
50	منحنى التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة (الذكاء الاقتصادي، أداء المؤسسة الاقتصادية)	الشكل (2-14)
50	منحنى التوزيع الطبيعي للقيم المتبقية	الشكل (2-15)
60	منحنى التوزيع الطبيعي للبواقي (للفرضية الفرعية الثالثة)	الشكل (2-16)
61	منحنى الانحدار الخطي البسيط (P-Veille)	الشكل (2-17)
63	منحنى التوزيع الطبيعي للبواقي (للفرضية الفرعية الرابعة)	الشكل (2-18)
64	منحنى الانحدار الخطي البسيط (P-Security)	الشكل (2-19)
66	منحنى التوزيع الطبيعي للبواقي (للفرضية الفرعية الخامسة)	الشكل (2-20)
67	منحنى الانحدار الخطي البسيط (P-Influence)	الشكل (2-21)
69	منحنى التوزيع الطبيعي للبواقي (للفرضية الرئيسية)	الشكل (2-22)
70	منحنى الانحدار الخطي البسيط (P-IE)	الشكل (2-23)

قائمة الملاحق:

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
78	نموذج الاستبيان	الملحق (1)
81	جدول احصاءة (Kolmogorov-Smirnov)	الملحق (2)
81	جدول احصاءة (Fisher)	الملحق (3)
81	جدول احصاءة (Student)	الملحق (4)

مقدمة

عرفت بيئة الأعمال في السنوات الأخيرة تطورات متسارعة وتغيرات متتالية أصبحت معها أكثر تعقيدا وأقل تأكدا بشكل غير مسبوق، فانفتاح الأسواق وظهور العولمة وتغير أذواق ورغبات الزبائن جعل المؤسسات الاقتصادية أمام تحديات جديدة تستوجب عليها احداث تغيرات جذرية في هيكلها وأنظمتها وطرق تسييرها تجعلها أكثر تأقلا مع محيطها الغير مستقر، والذي يضطرها الى اتخاذ قرارات استراتيجية في أوقات متقاربة جدا من خلال القيام بعملية تقييم مستمر للأداء من أجل معرفة الانحرافات الموجودة ومعالجتها باتخاذ القرارات التصحيحية المناسبة على أساس معلومات أكيدة، كاملة وذات مصداقية وجودة عالية، تمكنها من احتلال الريادة في السوق.

حيث أثبت الواقع ان كبريات المؤسسات العالمية قد خرجت من السوق نتيجة عدم استباقها في مجال الحصول على المعلومة، وهذا ما دفع بالعديد منها إلى تبني أساليب تسييرية حديثة كالذكاء الاقتصادي الذي يعتمد على تحديد الحاجة، الحصول، معالجة ونشر المعلومة لاسيما الاستراتيجية منها.

وفي ظل اشتداد المنافسة لم تعد المؤسسات العالمية الكبرى تكفي بمكانتها وانما تسعى لترسيخ وبسط سيطرتها على المستوى الدولي وازاحة المؤسسات الأضعف حتى داخل بلدانها، وكون الجزائر من بين دول العالم الثالث لم تسلم هي الأخرى من الاثار الناجمة عن المنافسة فقد كانت تعاني من عدة مشاكل من بينها ضعف أداء مؤسساتها الاقتصادية، رداءة وانخفاض جودة منتجاتها في اغلب الأحيان، مما أدى الى تراجع انتاجها بصفة كبيرة وهذا ما انعكس بالسلب على تنافسيتها الدولية.

ولتلافي الوضعية السابقة سارعت الحكومة الجزائرية الى استحداث مديرية عامة للذكاء الاقتصادي والدراسات الاقتصادية وذلك في مارس 2008، رغبة منها في تحسين وتأهيل قدرات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على استغلال المعلومات المتاحة في السوق ومنه الرفع من أدائها وتنافسيتها.

من جهة أخرى عملت الدولة الجزائرية في السنوات القليلة الماضية على التعريف بأهمية تجسيد الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات الجزائرية ويتضح ذلك من خلال المؤتمرات والملتقيات والندوات التي تم انعقادها بإسهام ودعم من مختلف الوزارات والمؤسسات والجامعات الجزائرية التي أدرجت هي الأخرى هذا المفهوم الجديد ضمن العديد من تخصصات الماجستير والدكتوراه على المستوى الوطني.

كل هذا بغية نشر الوعي حول ضرورة تبني الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاثة (البعد الاستعلامي، البعد الدفاعي والبعد الهجومى) من قبل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وما يصاحبه من تحسن في تنافسيتها وأدائها.

❖ إشكالية الدراسة:

وبناء على ما سبق يتم طرح إشكالية الدراسة التالية:

ما مدى تأثير تطبيق الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات بولاية سعيدة؟

وحتى نستطيع الامام بالموضوع حاولنا طرح مجموعة من التساؤلات كالتالي:

- ما هي علاقة الذكاء الاقتصادي بالأداء المؤسساتي؟
- ما مدى تطبيق مؤسسات الاتصالات الناشطة بولاية سعيدة لأبعاد الذكاء الاقتصادي؟
- ما هو مستوى أداء مؤسسات الاتصالات الناشطة بولاية سعيدة من وجهة نظر اطاراتها؟
- ما مدى تأثير أبعاد الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية؟

❖ فرضيات الدراسة:

في سبيل الإجابة عن اشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية، تم صياغة الفرضية التالية:

الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية عند مستوى معنوية 0.05.

ويندرج تحت هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** مؤسسات الاتصالات تطبق أسلوب الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاثة؛
- **الفرضية الفرعية الثانية:** مستوى أداء مؤسسات الاتصالات مرتفع من وجهة نظر إطارات ومسيري المؤسسات محل الدراسة؛
- **الفرضية الفرعية الثالثة:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05؛
- **الفرضية الفرعية الرابعة:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للأمن المعلوماتي على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05؛
- **الفرضية الفرعية الخامسة:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنشاط الضغط والتأثير على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05.

❖ أسباب اختيار موضوع الدراسة:

من بين دوافع وأسباب اختيار الموضوع ما يلي:

أ - أسباب ذاتية:

- الفضول العلمي في معرفة مدى إدراك وتبني المؤسسات الجزائرية لمفهوم الذكاء الاقتصادي؛
- الرغبة والفضول في اكتشاف ورفع الستار عن أي موضوع مهم ومفهوم جديد يطرح على الساحة العلمية؛
- تزويد المكتبة بهذا الموضوع نظرا لندرة البحوث فيه.

ب - أسباب موضوعية:

- يعد الذكاء الاقتصادي والأداء المؤسساتي من القضايا ذات الطابع الحديث ومن ضمن الانشغالات الراهنة في ظل اقتصاد المعرفة؛
- زيادة أهمية الأصول الغير ملموسة على مستوى المؤسسات العالمية ودورها في تحقيق القيمة المضافة؛
- التحسيس بالدور المنوط الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية.

❖ أهمية الدراسة:

- تكتسي الدراسة أهميتها من خلال أهمية المعلومات والحاجة المتزايدة لدورها في اتخاذ القرارات المناسبة وزيادة فعالية وأداء المؤسسات الاقتصادية.
- تسليط الضوء على الذكاء الاقتصادي باعتباره من الموضوعات الحديثة في الجزائر وأثره على أداء المؤسسات الاقتصادية.

❖ أهداف الدراسة:

تتجلى الأهداف المتوخاة من دراسة تأثير تطبيق الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية في النقاط

التالية:

- محاولة اظهار الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة؛
- التعرف على مدى تطبيق مؤسسات الاتصالات لأبعاد الذكاء الاقتصادي؛
- التعرف على مستوى الأداء في مؤسسات الاتصالات؛
- ابراز الدور الفعال الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية.

❖ حدود الدراسة:

يمكن إبراز حدود هذه الدراسة فيما يلي:

- الحدود البشرية: تتعلق بإطارات ومسيري مؤسسات الاتصالات الناشطة بولاية سعيدة.
- الحدود المكانية: والمرتبطة بالدراسة الميدانية لمؤسسات الاتصالات الناشطة بولاية سعيدة والمتمثلة في: اتصالات الجزائر، متعاملي الهاتف النقال: "موبيليس"، "جازي"، "أوريدو".
- الحدود الزمنية: جرت الدراسة في الفترة الممتدة ما بين شهر فيفري وشهر مارس 2020.

❖ منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي في جانبه النظري، الذي يهتم بوصف الظاهرة محل الدراسة والتعريف بها والمتمثلة في الذكاء الاقتصادي وتأثيره على أداء المؤسسة الاقتصادية بالإعتماد على مختلف المراجع التي تناولت الظاهرة. قصد تكوين صورة متكاملة حول الظاهرة المدروسة وكذا المؤسسات محل الدراسة.

أما في الجانب التطبيقي من الدراسة فقد تم الاعتماد على المنهج التحليلي من خلال تفسير وتحليل النتائج المتحصل عليها من دراسة تأثير تطبيق الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات الناشطة بولاية سعيدة.

❖ هيكل الدراسة:

في ضوء أهداف وفرضيات الدراسة، وبهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم البحث الى فصلين، فصل نظري والآخر تطبيقي.

اذ يهتم الفصل الأول بدراسة الإطار النظري لمتغيرات البحث وكذا الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع، حيث تم تقسيم هذا الفصل الى مبحثين، مبحث يتضمن ماهية الذكاء الاقتصادي والأداء المؤسساتي والعلاقة بينهما، ومبحث يلخص مضمون الدراسات السابقة المعمول بها وكذا تقييم للدراسة الحالية بعد مقارنتها بسابقتها.

أما الفصل الثاني فقد تناول الدراسة التطبيقية بمؤسسات الاتصالات الناشطة بولاية سعيدة وقسم بدوره هو الآخر الى مبحثين، مبحث خصص لتقديم معلومات حول المؤسسات محل الدراسة ومبحث تطرقنا من خلاله الى كل من عينة وأدوات الدراسة وكذا الأساليب الإحصائية المستخدمة بالإضافة الى وصف خصائص عينة الدراسة واختبار الفرضيات وأخيرا خاتمة تضم اهم النتائج والتوصيات المستخلصة من دراسة تأثير تطبيق الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية.

الفصل الأول

الإطار النظري

و

الدراسات السابقة

تمهيد:

تعمل المؤسسات اليوم في بيئة ديناميكية سريعة التغير وهذا ما دفع بالعديد منها إلى اعتماد أساليب حديثة في الإدارة حتى تكون سباقة في الوصول للمعلومة التي تعد المادة الأولية الأساسية لأي مؤسسة تسعى لتحقيق أداء عالي يؤمن لها البقاء والاستمرارية في بيئة الأعمال.

من هنا برزت جليا أهمية الذكاء الاقتصادي باعتباره من الأساليب الحديثة التي تترجم قدرة المؤسسة على رصد وترقب كل ما يحدث أو ما قد يحدث في بيئتها وكذا توفير إجراءات الامن والحماية للتراث المعلوماتي وبث المعلومات من أجل استغلال الفرص المتاحة وتجنب المخاطر، من خلال ثلاثة أبعاد للذكاء الاقتصادي والمتمثلة في: اليقظة الاستراتيجية، الأمن المعلوماتي ونشاط الضغط والتأثير.

على هذا الأساس سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق لأهم عناصر كل من الذكاء الاقتصادي والأداء المؤسساتي وكذا العلاقة بينهما التي تم التماسها في مجموعة من البحوث والدراسات السابقة، ومنه فقد جرى تقسيم هذا الفصل على النحو التالي:

المبحث الأول: الذكاء الاقتصادي والأداء المؤسساتي

المطلب الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي

المطلب الثاني: الأداء المؤسساتي

المطلب الثالث: العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والأداء المؤسساتي

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية

المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية

المطلب الثالث: تقييم الدراسة الحالية

المبحث الأول: الذكاء الاقتصادي والأداء المؤسسي.

إن للذكاء الاقتصادي دور هام في جميع مراحل تطور المؤسسة، فلا يمكن لها مهما كان نشاطها ان تتطور أو تحافظ على أدائها ما لم تكن على دراية كاملة وشاملة بالمعلومات الخاصة ببيئتها.

حيث انه عند جمع البيانات والمعطيات تقوم المؤسسة بمعالجتها قصد تحويلها إلى معلومات ذات معنى وهو الدور الجوهرى للذكاء الاقتصادي، هذه المعلومات توجه إلى مستعملها بهدف اتخاذ قرارات مناسبة وإعداد استراتيجيات، كما تمكن المؤسسة من متابعة كل التحركات والتغيرات التي تحدث في بيئتها الخارجية، وبالتالي تحقيق أداء فعال وعالي.

المطلب الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي.

بعد الحرب العالمية الثانية أصبحت المؤسسة عبارة عن نظام مفتوح للحوار مع بيئتها وأصبح هناك حاجة للمعلومات من أجل إشباع رغبات الزبائن والوقوف في وجه المنافسة وهذا ما أدى إلى بروز المعالم الأولى لظهور الذكاء الاقتصادي والذي سوف نتطرق الى تعريفه وتطوره التاريخي في الفرع الأول، أبعاده في الفرع الثاني وأخيرا مراحل ومتطلبات تطبيقه في الفرع الثالث.

الفرع الأول: تعريف الذكاء الاقتصادي وتطوره التاريخي.

أولا: تعريف الذكاء الاقتصادي

يعتبر " Hans Peter Luhn " أول من استخدم مفهوم الذكاء الاقتصادي عام 1958 بوصفه للذكاء الاقتصادي على أنه "كل نظام للاتصال يخدم تسيير النشاطات بمعنى أوسع يمكن اعتباره نظاما ذكيا، ويمكن تعريف الذكاء بمعنى عام على انه القدرة على فهم العلاقات ما بين الاحداث الجارية بشكل يقود الفعل نحو الهدف المرغوب". (عطية، 2018)

ووفقا لـ "B.Besson" و "J-C.Possin" عام 1996: "الذكاء الاقتصادي أداة قادرة على اكتشاف التهديدات والفرص بجميع أنواعها في سياق المنافسة المتزايدة" و "فوق كل شيء لقاء بين الجهل والرغبة في التغلب على هذا جهل فهو مستعد لترجمة هذا الجهل إلى أسئلة ثم إلى أهداف". (Derfouf, 2013/2014)

أول تعريف مهيكلي وواضح للذكاء الاقتصادي يعود لسنة 1967 وهو للباحث "Harold Wilensky" حيث عرفه في كتابه "الذكاء التنظيمي" على أنه: "نشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية والاستراتيجية للمنظمة، بحيث يكون قد تم تجميعها وإنتاجها في إطار قانوني ومن مصادر معروفة". (قرين، طافر، و بوسهمين، 2019)

حسب تعريف " Henry Martre " الذي اعتمده في تقريره لعام 1994:

الذكاء الاقتصادي هو: "مجموعة من الإجراءات المترابطة المختصة بالبحث، معالجة وتوزيع المعلومات الضرورية للجهات الفاعلة الاقتصادية، بحيث يتم تنفيذ هذه الإجراءات المختلفة بشكل قانوني مع توفر جميع ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على تراث المؤسسة اللامادي، في ظل أفضل الظروف (جودة، المواعيد والتكاليف)". (Henri, 1994)

أما بالنسبة لـ "Alain Juillet" المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا سنة 2005 فان:

الذكاء الاقتصادي "يشمل على السيطرة وحماية المعلومة الاستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الاقتصادي، الأمن الاقتصادي، أمن المؤسسات، تعزيز سياسة التأثير". (زرقان، 2018/2017)

وفي تعريف اخر للذكاء الاقتصادي لـ "Philippe Baumard" :

يقول أن: "الذكاء الاقتصادي ليس مجرد فن المراقبة، ولكنه عملية هجومية ودفاعية باستخدام المعلومة، والغرض منه هو الربط بين العديد من المجالات والميادين لخدمة الأهداف التكتيكية والاستراتيجية للمؤسسة، حيث أنه وسيلة للربط بين النشاط والمعرفة بالمؤسسة". (M.Elshany, 2012)

من خلال ما سبق يمكن تعريف **الذكاء الاقتصادي** على أنه: تحديد الفرص والتهديدات التي تواجه المؤسسة حاضرا ومستقبلا (الزبائن، الموردون، المنافسون، ...)، كما يبنى الذكاء الاقتصادي على البحث وجمع المعلومات بطريقة دائمة ومستمرة في مجالات مختلفة: العلمية، التقنية، الاجتماعية، التجارية، النظامية، الاقتصادية، ... الخ من مختلف المصادر ثم يتم تصنيف المعلومات ودراستها ونشرها وبعدها استثمارها لاتخاذ قرارات استراتيجية تدعم مركز المؤسسة التنافسي. (بعيطيش و عربية، 2017)

ثانيا: التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي

بعد الحرب العالمية الثانية أدركت الدول ضرورة الانتقال من الصراعات السياسية إلى الصراعات الاقتصادية وهو ما ساهم في الانتقال من الذكاء العسكري حيث كان التحري وتتبع المعلومات عن الخصم لمعرفة نقاط قوته وضعفه، ومنه معرفة كيفية مواجهته والتصدي له للوصول في الأخير لهزمه، إلى الذكاء الاقتصادي حيث أصبحت منظمات الأعمال أكثر انفتاحًا مع بيئتها وأصبح هناك حاجة للمعلومات لمعرفة نقاط قوة وضعف المنافسين الاقتصاديين من أجل إشباع حاجات الزبون والوقوف في وجه المنافسة التي كانت أحد الصراعات الجوهرية في المجال الاقتصادي الأمر الذي أدى إلى بروز ما يعرف بخلايا التسويق الذكي. (بوريش، 2019/2018)

أما خلال الثورة الصناعية فقد كانت بريطانيا العظمى القوة العالمية الأولى، هذه المكانة التاريخية التي اكتسبتها في مجموعة البلدان الصناعية جعلت من دراستها أهمية بالغة، فقد كانت رائدة في مجال الصناعة إضافة إلى عدة انتصارات حققتها كاحتكارها ولمدة نصف قرن على مناجم البترول الإيرانية، وهذا كله بفضل عمليات الخدمات المعلوماتية، وبالتالي كانت أول من استعمل الذكاء الاقتصادي في نظام قراراتها. (فيلاي، 2014/2013)

هذا التطور المعلوماتي في المجال العسكري أدى تدريجياً إلى خلق خلايا خاصة بـ"الذكاء التسويقي" داخل المؤسسات، و أصبح علم معتمد مثله مثل أي علم آخر من علوم التسيير، و كان عمله في بريطانيا عن طريق الجمع المكثف للمعلومات حول الأسواق الخارجية، ثم تغيير مصطلح "الذكاء التسويقي" إلى "ذكاء الأعمال" الذي هو أكثر دلالة و قرباً من الذكاء الاقتصادي. (بوزادة و طافر، 2018)

أما في اليابان فقد كانت البداية الأولى لتطبيق الذكاء في المجال الاقتصادي عام 1950 حيث طورت اليابان نظام عرف بنظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على مبادرة وزارة التجارة الدولية والصناعة MITI ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية JETRO لإنعاش الاقتصاد الياباني. (طبوش و زعطوط، 2015/2014).

في عام 1958 كان أول من استخدم مفهوم الذكاء الاقتصادي هو Luhn مهندس مؤسسة IBM الألماني وذلك بوصفه للذكاء الاقتصادي على أنه نظام اتصال يخدم قيادة الأعمال سماه نظام الأعمال الذكية، أما بالنسبة لأول تعريف للذكاء الاقتصادي فكان عام 1967 من طرف "Harold Wilensky" وهو عالم اجتماع أمريكي أول من عمل على إجراء تحليلات حول الذكاء الاقتصادي وكان هذا التعريف من خلال كتابه "الذكاء التنظيمي". (مغمولي، 2016/2015)

في عام 1980 ومع عولمة الأسواق والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية، اتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات، وكان لـ "Michael Porter" دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي، والذي ركز فيه على التحليل التنافسي من أجل تقوية وضعية المؤسسات في السوق وهو أول من اقترح شكل الذكاء في مجال المنافسة حيث عرفه على أنه عملية تجميع ومعالجة للمعلومات لكي يتم تحويلها إلى ذكاء. (مغمولي، 2016/2015، صفحة 6)

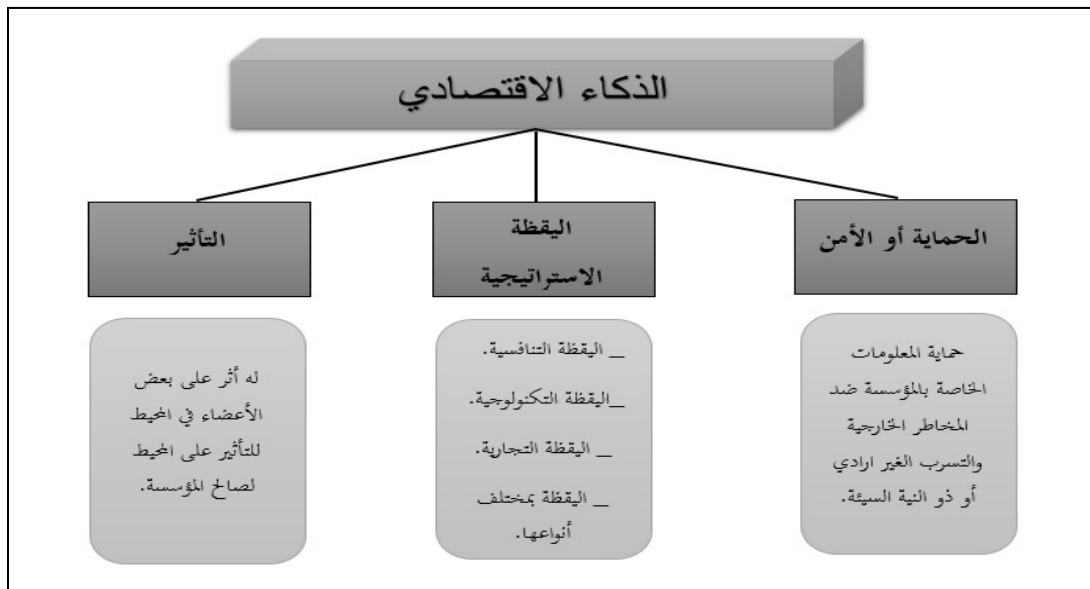
أما في فرنسا فلقد شهد الاهتمام بمفهوم الذكاء الاقتصادي تأخراً واضحاً بالمقارنة مع بعض الدول كالولايات المتحدة الأمريكية واليابان، حيث دخل الذكاء الاقتصادي حيز الاهتمام في أبريل 1992 وذلك بإنشاء وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) والتي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية وحماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية. (بلزغم، 2015/2014).

وفي سنة 1994 نشر "Martre" تقرير بعنوان "L'intelligence économique et stratégie des entreprises" والذي يعتبر بمثابة أول الكتابات والقرارات التي تصدر حول المفهوم وضرورة الاعتماد على الذكاء الاقتصادي من أجل تطوير النشاط الاقتصادي وتنافسية المؤسسات الفرنسية، أما في 2002 أدمج "Minefi" مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي. (براهيم وعبان، 2018/2017)

الفرع الثاني: أبعاد الذكاء الاقتصادي.

إن ممارسة الذكاء الاقتصادي تتطلب العمل على أبعاد ثلاثة تتمثل في: البعد الاستعلامي (اليقظة)، البعد الدفاعي (الأمن) والبعد الهجومي (التأثير) كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل (1-1): أبعاد الذكاء الاقتصادي



المصدر: (بجوصى و عريس، 2017)

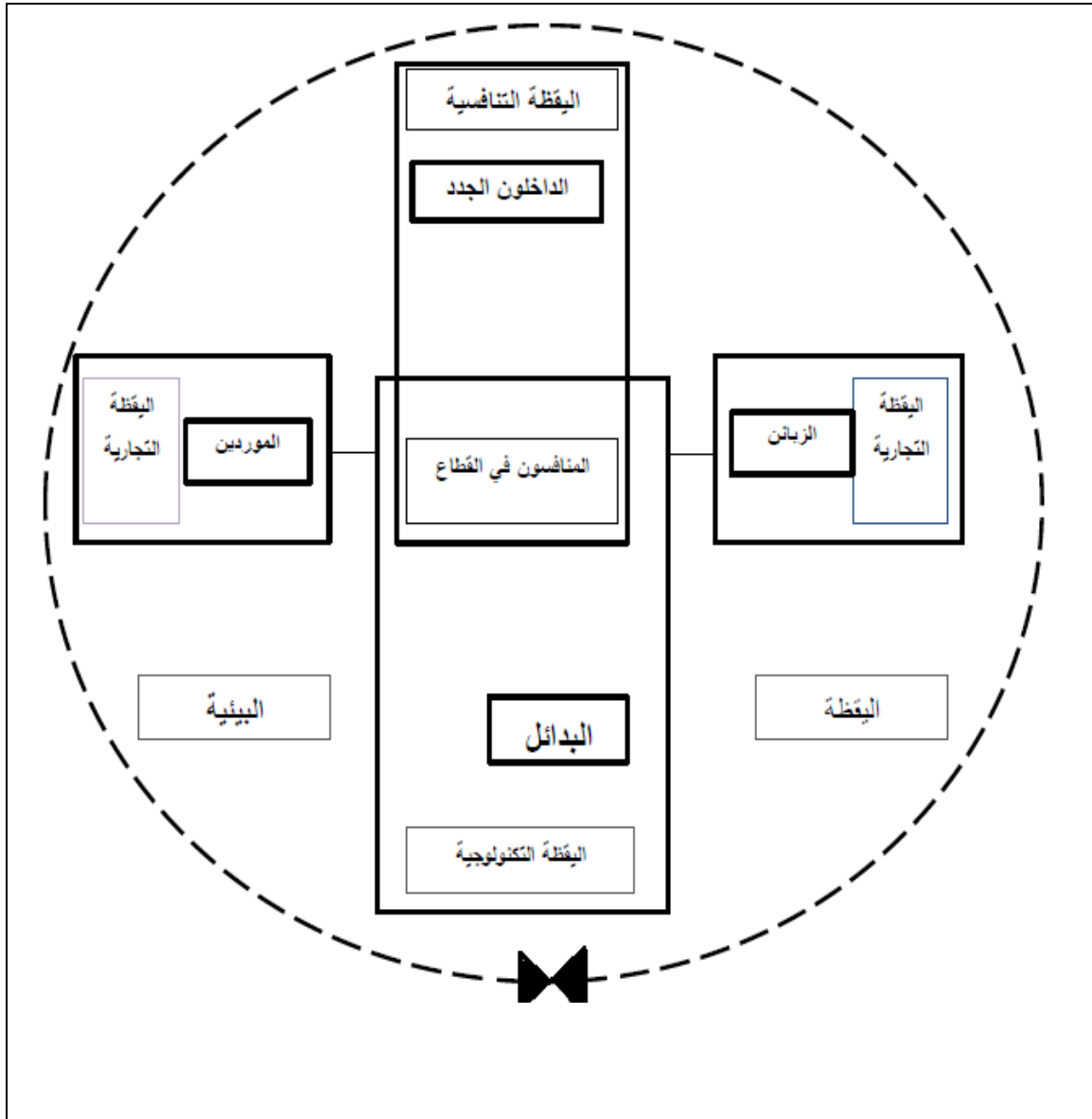
أولاً: اليقظة الاستراتيجية

تعريف: هي "عملية مستمرة من بحث وترصد للمعلومات حول التغيرات التي تحدث في محيط المؤسسة ثم معالجة هذه المعلومات والقيام بنشرها من أجل استغلالها من طرف متخذي القرار لانتهاز الفرص وتقليل التهديدات". (بوخریصة، 2015/2014)، في تعريف اخر لـ "Lesca" عام 1997: اليقظة الاستراتيجية هي "عملية جماعية مستمرة تقوم من خلالها مجموعة من الأفراد بالتتبع الاستباقي واستخدام المعلومات ذات الطبيعة الاستباقية فيما يتعلق بالتغيرات التي من المحتمل أن تحدث في بيئة المؤسسة". (Chafik, 2006/2007)

كما يشمل مفهوم اليقظة الاستراتيجية تعبيراً شاملاً عن اليقظة والتي تتكون من عدة أنواع متكاملة يوضحها

الشكل الموالي:

الشكل (1-2): أنواع اليقظة المتعلقة بالقوى الخمسة لـ "بورتر".



المصدر: (Massinissa, 2017)

- اليقظة التكنولوجية:

حسب " Jakobiak " هي "مراقبة وتحليل البيئة العلمية والتقنية والتكنولوجية للكشف عن التهديدات واغتنام فرص التنمية". (Jakobiak, 2004)

- اليقظة التجارية:

هي ذلك النشاط الذي تتمكن من خلاله المؤسسة من دراسة العلاقات بين الموردين والزبائن والمهارات الجديدة التي تظهر في السوق ومعدل نموه وبهذا تستطيع معرفة نقاط قوتها وضعفها في تعاملاتها مع السوق بغرض تحسين أدائها وتنافسيتها، وتسمح اليقظة التجارية للمؤسسة بمعرفة تطور حاجات الزبائن على المدى الطويل وتطور علاقات الزبائن مع المؤسسة. (شبحاوي و قرقان، 2017)

- اليقظة الاجتماعية:

تتألف اليقظة الاجتماعية وفقاً للتعريف المقدم من طرف " Pateyron " من "التمييز بين عدد من التغييرات في الكسور الكبيرة التي تحدث في المجتمع والتي من المحتمل أن تحول أو تززع الأعمال وبيئتها". على سبيل المثال: الموضة هي حاجة مستمرة للتغيير بين الأفراد ويجب أن تكون أي شركة في هذه القطاعات قادرة على توقع جميع الاتجاهات الجديدة في المجتمع وإلا ستختفي، يفسر هذا التعريف بوضوح الدور الاستراتيجي لليقظة في قطاعات معينة من النشاط والتي تكون حساسة لتقلبات المجتمع المحيط. (Emeric, 2006)

- اليقظة التنافسية:

هي النشاط الذي يسمح للمؤسسة بالتعرف على منافسيها الحاليين والمرقبين والداخلين الجدد إلى السوق وذلك من خلال المراقبة والرصد المستمرين لأنشطتهم والتنبؤ بها. هذا النشاط يعطي للمؤسسة نظرة واضحة عن منافسيها والتي على أساسها يتم وضع الاستراتيجيات والخطط لاغتنام فرص السوق وتجنب تهديداته الناتجة عن المنافسة. (الأسدي، 2019)

- اليقظة البيئية:

وهي المراقبة واليقظة للتطورات الاقتصادية والسياسية والقانونية والثقافية التي تؤثر في نشاط المؤسسة واليقظة المحيطية أو البيئية تسمح بمراقبة: التطورات الجبائية، قانون المالية، الشروط المنظمة للسوق، تغيير المواقف، سلوك المستهلكين، مخاطر (الفوضى والصراع) وما إلى ذلك. (محاط، 2014/2013)

ثانيا: الأمن المعلوماتي.

تعريف: هو "مجموعة من الوسائل أو الإمكانيات النشطة والدفاعية لضمان حماية التراث المعلوماتي للمؤسسة ونشاطاتها، كما يمكن تعريفه بأنه الحفاظ على المعلومات المتواجدة في أي نظام معلوماتي من مخاطر الضياع والتلف أو من مخاطر الاستخدام غير الصحيح سواء المتعمد أو العفوي أو من مخاطر الكوارث الطبيعية". (صالح و بوخمخ، 2012).

ومن بين اهم الأخطار التي تهدد الأمن المعرفي والمعلوماتي للمؤسسة (خلفلاوي، 2013):

- العمل الإرادي في تهريب المعلومة: يتمثل في التجسس، اقتحام لنظم المعلومات، سرقة المجلدات الداعمة للمعلومة، اعتراض الاتصالات، ... إلخ؛
- الأخطار غير الإرادية: تتمثل في الكوارث الطبيعية (الزلازل، الفيضانات، ...)، الحوادث التقنية (انفجار، ...)، الأخطاء بسبب الإهمال أو عدم الكفاءة (إدخال الأخطاء، حذف البيانات، ...).

ثالثا: التأثير

تعريف: حسب الجمعية الفرنسية لتطوير الذكاء الاقتصادي AFDIE فان "التأثير يهتم بتغيير المحيط بصورة تلائم أهداف المؤسسة، وعند الاقتضاء تغيير قواعد اللعبة لفائدة المؤسسة لتحقيق أهدافها الاستراتيجية (التموقع الجيد في الأسواق-رضا الزبون) ومواجهة التيارات التي قد تكون ضارة". (قرين، طافر، و بوسهمين، 2019، صفحة 697)

وفي هذا السياق يمارس التأثير ضمن الذكاء الاقتصادي من طرف: (حميدوش، 2014)

المنظمة في اتجاه المنظمات: وأشار الباحثان " Poussin & Besson " بأنه يتم ضمن استراتيجية التأثير والتي

تتضمن أربعة استراتيجيات وهي: استراتيجية التضخيم، استراتيجية الاحتفاظ واستراتيجية الإرباك.

المنظمة في اتجاه الأفراد: من خلال أعمال ملموسة بواسطة تنشيط الشبكات الداخلية والخارجية ولاسيما مع

تطوير الأنترنت تطورت ممارسة أعمال التأثير باستعمال الشبكات الاجتماعية من خلال تحسين صورة المنظمة لدى الزبائن والمجتمع ومتابعة الحوار الدائر لدى أوساط الشبكات الاجتماعية و قد تكون سلبية (المتابعة وقراءة توجه الرأي العام ومعرفة الرواد والأبطال في هذه الشبكة) أو تفاعلية (إنشاء ظروف التعاون مع الفاعلون وصناعة الرأي العام لتحسين صورة المنظمة على الأنترنت) كما يمكن للمنظمة أن تدير مآرب أخرى على مستوى الشبكة الاجتماعية، المنظمات تستعمل التأثير في اتجاه الأفراد من خلال الجمعيات الغير حكومية (Organisation Non Gouvernementale: ONG) والتي عن طريق تحقيق قيم سامية كحقوق الإنسان والتطوير الاجتماعي وحماية الطبيعة ورفع المعاناة وإنكار حق... إلخ ، تبحث عن إقناع الرأي العام وأصحاب القرار في المنظمات الحكومية ودواليب الدولة في الاتجاه المرغوب.

المنظمات في اتجاه الدولة أو مؤسسات دولية: بما يسمى بالتأثير عن طريق الضغط (lobbying) والذي يهدف

إلى التأثير في مجال السياسات وسيرورات قرار المنظمات الرسمية الدولية. وترى (Lassalle-DE Salins) بأن هذا النوع من التأثير يحتوي في نفس الوقت على الضغط والشرعية بحيث الضغط يتضمن التهديد أو تنفيذ التهديد لتشجيع تغيير

السلوك (يفترض علاقة التبعية بحيث الأهداف الخاصة يمكن المساس بها) وما الشرعية فتقتضي بأن تكون الطلبات الموجهة قانونية (يقدم الطلب بمهارة معينة من حيث اختيار المعايير الشرعية) وبالتالي الضغط والشرعية يمكن أن يعبر عنهما بالتهديد كتقليص مناصب الشغل ضمن خطاب شرعي تبرره دراسات اقتصادية أو مفاضلة سياسية تقدمها المنظمة والتي تعرض على السلطات العمومية طلب لا يرافقه تهديد ولكن وعد بعمل لصالح الدولة (كإنشاء مناصب الشغل) وبالتالي تعطي المنظمة شرعية لمصالحها من خلال وعد بالفعل (الضغط وعد بالفعل لا ينفذ إلا إذا السلطات العمومية تلي طلب المنظمة) الضغط والتهديد يمكن ممارستهما في أوقات مختلفة أو معا أو بالتناوب مع الجمع بين التهديد والحجج.

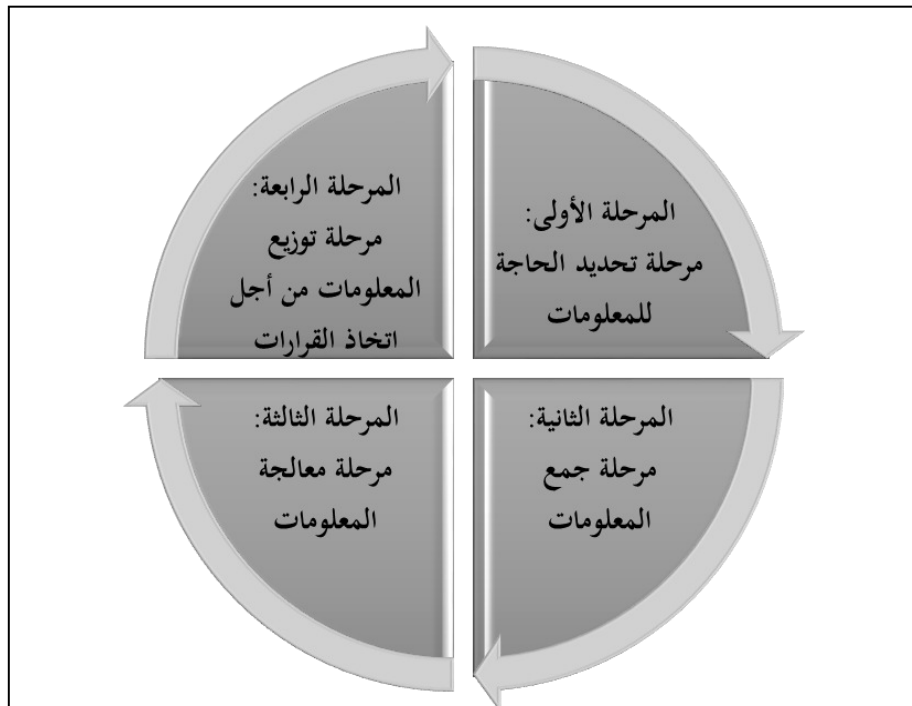
الضغط (lobbying) يعني حسب (Michel Clamen) إيجاد طريقة لإقناع أصحاب القرار ويتكون من التبرير الجيد واستهواء قلوب الآخرين من خلال بث الرسائل في المكان الجيد وإنتاج الأفكار واستغلال العلاقات وتقديم الحجج أمام السلطات الرسمية وإنتاج رزنامة النقاش العمومي والعمل على الرأي العام وصيانة شبكة وإشاعة مصطلح أو فكرة التي قد تكرر في الخطابات الرسمية.

الفرع الثالث: مراحل ومتطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي.

أولاً: مراحل الذكاء الاقتصادي

تمر عمليات الذكاء الاقتصادي بأربعة مراحل رئيسية تبدأ بمرحلة تحديد الحاجة للمعلومات، حيازة المعلومات، معالجتها، وأخيراً تأتي مرحلة توزيع المعلومات واستعمالها، (بدري، 2014) وهذا ما يبينه الشكل الموالي:

الشكل (1-3): مراحل الذكاء الاقتصادي



المصدر:

2014، صفحة

(بدري،

(67)

1- تحديد الحاجة للمعلومات: ويتطلب فقط بعض المهارات لتحديد المعلومات التي نرغب في الحصول عليها مما يتطلب من المختصين في الذكاء الاقتصادي الدراية الجيدة بتنظيم المنظمة واحتياجاتها. (حمداني، 2012)

2- جمع المعلومات: بمجرد تحديد الحاجة للمعلومة، يتم اختيار أشكال للبحث عن هذه المعلومة، بحيث يتم جمع المعلومات من المصادر التي توفر أنسب وأكمل المعلومات لنشاط المؤسسة، والتي يمكن الحصول عليها بسهولة وبأقل تكلفة ممكنة، وبصفة عامة تقسم مصادر المعلومات إلى:

أ- المصادر الرسمية: وتشمل: الصحف - الكتب - وسائل الإعلام - بنوك المعلومات والأقراص المضغوطة - مصادر المعلومات القانونية - الكشوف والشهادات - الدراسات العمومية (عامة أو تابعة للقطاع الخاص).

ب- المصادر الغير رسمية: إن أهم ما يميز هذه المصادر أن المعلومات التي تقدمها تتطلب مجهود شخصي من الفرد الذي يريد جمع المعلومات: التنقل، تستغرق الوقت، قدرة الإصغاء، الإحساس، اللمس،... الخ من أجل الاستفادة منها، ومن بين أهم هذه المصادر نجد: المنافسين في حد ذاتهم - الموردین - مهمات وسفريات الدراسة - المعارض والصالونات - المنتديات والمؤتمرات والنوادي - الطلبة والمتربصين - المرشحين للاستخدام - اللجان المختلفة - المصادر الداخلية للمؤسسة (خوالد، 2018).

3- معالجة المعلومات: حيث أن معالجة المعلومات هي أساس الذكاء الاقتصادي فهذا الإجراء يعتمد أساسا على قيمة المعلومة بالنسبة للمستعمل، وتعني المعالجة تجميع كل المعطيات المحصل عليها من أجل تحليلها بشكل متجانس، وتعتبر ترجمة المعلومة خطوة أساسية لإجراء المعالجة فهي تعطي صورة تحليلية، غنية لكل المعلومات التي تكون مختفية دائما في سطور الوثائق (العراي و دحماني، 2018).

4- نشر المعلومات: مرحلة نشر المعلومات تعني عملية توزيع المعلومات للأطراف التي تحتاجها، وهي مرحلة حساسة لأنه حتى وان كانت المعلومات دقيقة واستثنائية تكون غير نافعة إذا لم توزع في الوقت المناسب وباعتباره مادة حيوية فهي معرضة للزوال وفقدان القيمة مع مرور الوقت، لكن في نفس الوقت هي ليست قابلة لاستعمال وحيد فهي تمثل ذاكرة المؤسسة. (بتغة، 2016/2017)

ثانيا: متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي

إن تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسة يتطلب مجموعة من الشروط الواجب توفرها والتي تتمثل في:

— إرادة مسيري المؤسسة وأصحاب القرار في تبني الذكاء الاقتصادي: من أجل فعالية النظام يجب أن يكون المسيرين مقتنعين بفائدة المشروع وأهميته للمؤسسة من أجل تفعيل كل طاقاتهم فيه.

— وجود كفاءات بشرية: يجب على كل مؤسسة أن تضع أشخاصا مؤهلين ومختصين في جمع المعلومات، يتقنون التعامل مع الكم الهائل من المعطيات، واختيار أحدثها والتي تكون في علاقة مباشرة مع استراتيجية المؤسسة وأهدافها (أحمد ميلي و دغفل).

– وجود ثقافة الذكاء الاقتصادي: من المهم وجود ثقافة تسييرية تقوم على الذكاء الاقتصادي لتسهيل ممارسته والالتزام بمتطلباته، وهو ما يتطلب مرونة تسييرية ومناخ تنظيمي خاص مبني على ثقافة تنظيمه قادرة على تبنيه وتطبيقه.

– توفر نظام معلومات متطور: لا يمكن أن نتصور تحقيق ذكاء اقتصادي بعيدا عن نظام معلومات متطور؛ فالمعلومة تشكل حجر الأساس في الذكاء الاقتصادي؛ وفي العمليات التسييرية بصفة عامة؛ غير أنه ولخصوصية المعلومة التي يتعامل معها الذكاء الاقتصادي؛ تحتاج المنظمة الاقتصادية على نظام معلومات متطور؛ يقوم على استخدام تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات المناسبة؛ كما يقوم على استخدام تقنيات رصد وجمع وتحليل البيانات والمعلومات (الاستقصاء)؛ هذا المجال الذي يعرف هو الآخر تطور كبير؛ ويتوجب على المنظمة التحكم فيه حتى تحقق الغاية من تبنى اليقظة الاقتصادية؛ وتزداد أهمية نظام المعلومة في الذكاء الاقتصادي لكون مجال جمع المعلومات متعددة فمنها ما يتعلق بنشاط الإنتاج؛ التسويق؛ المالية؛ لتستخدم في أبعاد تسييرية متعددة ومنها خاصة الاستراتيجية؛ ومنه فإن أي عجز أو خلل في هذا النظام سيؤثر مباشرة وبصفة سلبية على المنظمة؛ كما أن فعاليته تعطي فرصة أحسن لتحقيق الذكاء الاقتصادي للمنظمة . ونشير في هذا الصدد أن المنظمات اليوم تعرف بصفة عامة تدفق كبير وهائل للمعلومات؛ غير أن ليس كل المعلومات مفيدة وصالحة؛ والجري لجمعها يعتبر كلفة؛ وهو ما يتطلب جهاز متخصص في ذلك؛ يدرك مصدر المعلومة المرغوب فيها وكيف يمكنه الوصول إليها ويحقق سبق في ذلك؛ دون أن يخل بالبعد التنظيمي والقانوني الذي ينظم ذلك . وعليه فعلى المنظمات الحصول على المعلومات التي تحقق قيمة استعمالية مفيدة؛ ونقصد بها انه عند توظيفها واستخدامها تحقق نتائج مرغوبة؛ ولتحقيق ذلك يجب أن تكون المعلومة بذاتها ذات قيمة استعمالية.

– وجود نظام استشعار وبقظة: يقوم على التتبع والرقابة المستمرة والمنظمة؛ التي تسمح برصد المعلومة التي تتعلق بالمنافسين والبيئة الاقتصادية؛ في الوقت المناسب وبالكيفية المناسبة؛ بما يسمح من جمع معلومة نقية يمكن توظيفها في التحليل والدراسة؛ وفي اتخاذ القرار المناسب؛ ونذكر هنا أن جمع المعلومة لا يتعلق فقط بالوضع الموجود فقط وإنما خاصة أيضا بالوضع الاحتمالي؛ أي التنبؤ بما يمكن أن يكون عليه الوضع في المستقبل؛ وهو ما يساعد أكثر المنظمة في اتخاذ القرارات المستقبلية والتموقع المستقبلي الأحسن في السوق؛ ويتضح لنا أن نظام الاستشعار والبقظة يرتبط أكثر بنظام المعلومة ونظام المنافسة الذي تتبناه المؤسسة. (شويح و ادريس، 2019)

المطلب الثاني: الأداء المؤسسي.

يمثل الأداء في أي مؤسسة كانت أوفي أي مجتمع مطلباً أساسياً ذلك أنه يعد الناتج النهائي وأحد المؤشرات التي تسعى المؤسسات الى تحقيقه، والتي يستدل بها على نجاح أو فشل المؤسسات في تحقيق أهدافها. وفي هذا السياق سوف نحاول من خلال هذا المطلب التعرف على مختلف أنواع الأداء طرق تقييمه بالنسبة للمؤسسة وكذا المعايير المعتمدة في ذلك.

الفرع الأول: تعريف الأداء وأنواعه

أولاً: تعريف أداء المؤسسة

يعود أصل مصطلح الأداء إلى الكلمة اللاتينية "Parformer" والتي كانت تعني في القرن 13 إنجاز أو تنفيذ، إلا أن المصطلح استمد كامل قيمته من اللغة الإنجليزية بظهور الفعل "to Perform" في القرن 15 والذي يعني تنفيذ مهمة، إنجاز عمل أو القيام بفعل يؤدي إلى بلوغ الأهداف المسطرة. (ريغة، 2014/2013) كما تجدر الإشارة إلى أنه وبالرغم من تعدد الدراسات حول هذا المفهوم إلا أن الباحثين لم يتوصلوا لحد الان الى اتفاق أو اجماع حول تعريف موحد للأداء، وعلى هذا الأساس نورد فيما يلي بعض التعاريف الأكثر تداولاً وارتباطاً بالموضوع:

تعرف المنظمة العربية للتنمية الإدارية الأداء المؤسسي على أنه "المنظومة المتكاملة لنتائج أعمال المؤسسة في ضوء تفاعلها مع عناصر بيئتها الداخلية والخارجية". (خمان و حمدان، 2016/2015) وفي تعريف اخر للأداء هو "انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المالية والبشرية، واستغلالها بكفاءة وفعالية بصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها". (غريسي و بوشامة، 2018/2017) أما حسب "Peter Drucker" فالأداء هو "قدرة المؤسسة على الاستمرارية والديمومة، بتحقيق التوازن بين رضا المساهمين والعمال"، يشير هذا التعريف إلى هدف المؤسسة الأصل المتمثل في البقاء والاستمرارية من خلال المستويات المقبولة للأداء المترجمة في شكل مردودية، وهو ما يساهم في خلق الثروة والقيمة. (بومجان، 2015/2014) من خلال التعريفات السابقة يمكننا القول أن الأداء عبارة عن مجموع الأعمال والنشاطات التي تقوم بها المؤسسة والتي تسعى من خلالها إلى بلوغ أهدافها المحددة بما يسمح لها بالبقاء والاستمرارية في بيئتها، كما يعكس مفهوم الأداء ظاهرتين أساسيتين هما: الكفاءة والفعالية. (ريغة، 2014/2013، صفحة 5)

ثانياً: أنواع الأداء

توجد عدة تصنيفات للأداء حيث يصنف استناداً إلى عدة معايير منها:

1- معيار المصدر: وفقاً لهذا المعيار يمكن تقسيم الأداء في المؤسسة إلى نوعين:

أ- الأداء الداخلي: ينتج بفضل ما تملكه المؤسسة من موارد، فهو ينتج أساساً من التوليفة التالية:

- الأداء البشري: أي أداء العمال في المؤسسة.
 - الأداء التقني: يتمثل في قدرة المؤسسة على استعمال استثماراتها بطريقة فعالة.
 - الأداء المالي: يقصد به فعالية استخدام الوسائل المالية.
- ب-الأداء الخارجي:** هو الأداء الناتج عن التغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة فهو يتولد عن المحيط الخارجي لها، ويمكن أن يظهر هذا الأداء في النتائج الجيدة التي تحصل عليها المؤسسة نتيجة مثلاً لارتفاع رقم أعمالها في ظروف معينة، كازدياد الطلب على منتج المؤسسة أو خروج أحد المنافسين، فكل هذه المتغيرات تنعكس إيجاباً أو سلباً على المؤسسة، وعليها أن تسعى لمحاولة قياس وتحليل هذا الأداء لأنه يمكن ان يشكل تهديدا لها عندما لا تتحكم فيه أو يصعب عليها ذلك. (طسطاس، 2015/2014)

2-معيار الشمولية :

وينقسم إلى:

- أ- الأداء الكلي: ويتمثل في الانجازات التي ساهمت كل الوظائف والأنظمة للمؤسسة في تحقيقها دون استثناء، ومن خلاله يمكننا الحكم على مدى فعالية المؤسسة واستمراريتها.
 - ب-الأداء الجزئي: ويقصد به الأداء الذي يتحقق على مستوى الأنظمة الفرعية للمؤسسة أو إحدى الوظائف.
- ## 3-المعيار الوظيفي: ونجد هنا:

- أ-الأداء المالي: وهو أداء وظيفة المالية ويتمثل في قدرة المؤسسة على تحقيق التوازن المالي.
 - ب-الأداء التسويقي: ويتحدد انطلاقاً من مجموعة المؤشرات المتعلقة بوظيفة التسويق: حجم المبيعات، الحصة السوقية.....الخ.
 - ج -الأداء الإنتاجي: وهو الذي يتعلق بوظيفة الإنتاج ويتحقق عندما تحصل المؤسسة إنتاجية مرتفعة.
 - د- أداء الموارد البشرية: وهو ما يعتبر أهم أداء باعتبار المورد البشري أهم عنصر والمحرك لجميع الوظائف في المؤسسة. (بن دنيدينة وكسنة، 2019)
- ## الفرع الثاني: طرق تقييم الأداء.

في ظل المفهوم التقليدي للقياس المحاسبي كانت المنظمات تركز على النتائج المالية إلا أن الرؤيا الاستراتيجية الحديثة أضافت بعداً جديداً في قياس الأداء تمثل في استخدام مقاييس غير المالية (مقاييس الجودة) إلى جانب المقاييس المالية (القيمة الاقتصادية المضافة)، خاصة بعد تحول توجه المنظمات نحو الاهتمام باحتياجات الزبائن من حيث الكلفة والنوعية. (عزات، 2018/2017)

لذلك وبهدف إعطاء صورة أوضح عن أداء المؤسسة، ظهرت نماذج تقييم يتم من خلالها تجميع المقاييس المالية وغير المالية معا لتحسم عملية تقييم الأداء، ومن بين هذه النماذج نجد:

1- لوحة القيادة:

هي عبارة عن أداة تسيير تسمح بترجمة استراتيجية المؤسسة الى مؤشرات لقياس الأداء، هذه المؤشرات يجب اختيارها بعناية والتأكد من انسجامها مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، وترتبط بالمعايير الهادفة للتقييم الكلي لأداء المؤسسة مثل: النتائج المالية للمؤسسة، فعالية العمليات، نوعية الخدمة للزبائن، فعالية وكفاءة اليد العاملة، القدرة على التجديد، وهي تقيم أيضا وتوجه النشاطات اليومية لمختلف الأقسام والوحدات وهي بذلك تجمع بين كونها أداة عملية وأداة استراتيجية. (مقدم، 2020)

2- أسلوب أصحاب المصالح:

يقترح أصحاب هذا المدخل أنه على الإدارة العليا للمنظمات أن تضع واحدا أو أكثر من مقاييس الأداء لكل مجموعة من أصحاب المصالح في المنظمة، والتي يجب أن تقابل أهدافهم فيها، تلك الأهداف تفرض على المنظمة تحقيق الحد الأدنى من التنسيق والتلاؤم بين تلك الأهداف، بحيث تكون نتائج قياس الأداء في مختلف المجالات متناسق بالشكل الذي يدعم الأداء الكلي للمنظمة. (حجار و هناد، 2016/2015)

3- بطاقة الأداء المتوازن:

تعتبر بطاقة الأداء المتوازن من أحدث أنظمة تقييم الأداء والتي جاءت فكرتها انطلاقا من مبدأ "ما يمكن قياسه يمكن ادارته". ولقد أحدثت بطاقة الأداء المتوازن نقلة نوعية في مجال الإدارة ومراقبة التسيير، حيث تستمد قيمتها ليس فقط من كونها نظاما حديثا لتقييم الأداء وانما لكونها أيضا نظاما متكاملا للإدارة الاستراتيجية تهدف إلى تنفيذ الاستراتيجية في المؤسسة وإلى الرقابة عليها.

وترتكز بطاقة الأداء المتوازن في تقييم الأداء على دمج كل من المؤشرات المالية وغير المالية من أجل اظهار مستوى الأداء الفعلي للمؤسسة، كما تعمل على رفع المؤسسة نحو تنفيذ استراتيجيتها وبلوغ أهدافها بشكل متوازن بالاعتماد على أربعة منظورات أو أبعاد متكاملة تتمثل في:

- البعد المالي: ويهتم بكيفية تعزيز ثروة المساهمين ودعم الصورة المالية للمؤسسة.
- بعد العملاء: يركز على استراتيجية خلق القيمة للعميل وكيف تبدو المؤسسة من منظور العميل؟ .
- بعد العمليات الداخلية: ويهتم بالعمليات التي تتفوق فيها المؤسسة والتي من خلالها تحقق رضا العملاء والمساهمين.
- بعد التعلم والنمو: ويهتم بالعوامل التي تساهم في خلق المناخ الذي يدعم الابتكار والنمو داخل المؤسسة. (ريغة، 2014/2013، صفحة 57).

الفرع الثالث: معايير تقييم الأداء.

يمكن تعريف معايير تقييم الأداء بأنها: معدلات قياسية تستطيع المؤسسة ان تسترشد بها كأساس للتقييم والمراجعة وذلك بمقارنة النتائج التي تحقّقها تلك المعدلات، ويمكن تحديد معايير الأداء العاملة التالية:

- **الكفاءة:** وهذا المعيار يشير الى حسن استخدام الموارد المتاحة مثل الموظفين وراس المال والوقت بشكل أفضل وتتضمن قياس التكلفة لكل وحدة من المخرجات، والنسبة بين المخرجات والمدخلات او النسبة بين المخرجات والوقت. (محمد حسين خريس، 2011)

- **الفعالية:** ويقيس هذا المعيار مدى تحقيق الأهداف العامة للوحدة المحلية أو الأهداف التشغيلية (الفرعية) للوحدات التنظيمية لها. (أوشن و بيبي، 2018/2017)

- **الإنتاجية:** وتتمثل في كمية أو قيمة الانتاج منسوبة الى عنصر أو أكثر من عناصر الانتاج، ويمكن استخدام معايير الانتاجية في قياس درجة حسن استغلال الموارد فالإنتاجية تقيس درجة الكفاءة التي تتمتع بها المؤسسة في تحويل المدخلات المختلفة إلى مخرجات تأخذ شكل سلع وخدمات، لكن بالرغم من كون الانتاجية مقياس مهم في تقييم الأداء إلا أنّها لا تكفي وحدها لإعطاء حكم متكامل على أداء المؤسسة باعتبار أنّها لا تستطيع التعبير عن جميع العوامل التي تقف وراء الأداء. (ريغة، 2014/2013، صفحة 8)

- **الجودة:** هي مستوى تلبية المنتج أو الخدمة لمتطلبات وتوقعات العملاء. (الحسن، 2014/2013)

- **التوقيت:** يقيس هذا المعيار مدى انجاز العمل بشكل صحيح وفي الوقت المحدد له.

- **السلامة:** أي مدى الالتزام بالمعايير الصحية العامة وإجراءات السلامة في العمل. (ضامن، 2018/2017).

المطلب الثالث: العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والأداء المؤسسي

على الرغم من أن الذكاء الاقتصادي يبدو أن له تأثيراً على أداء المؤسسة، إلا أن القليل من الأبحاث تناولت هذه العلاقة بشكل صريح، ومثال ذلك البحث الذي أجراه فرانسوا جاكوبيك (1998، 2004) حيث لاحظ اختلافات في الأداء بين الشركات وفقاً لتطبيق واستخدام أنظمة اليقظة.

الأبعاد المستخدمة لوصف هذه الأنظمة هي أدوات استرداد المعلومات المحددة، ودرجة تكامل المعلومات التي تم جمعها في عملية اتخاذ القرار الاستراتيجي، وخلص إلى أن أنجح الشركات هي تلك المجهزة بأنظمة المراقبة الأكثر كفاءة، وبالتالي يمكن قياس الأداء من حيث الاستجابة والتوقع مما يعزز القدرة التنافسية للشركة ويساهم في تطويرها. (Habhab, 2007)

أما فيما يخص دور الذكاء الاقتصادي في الوصول إلى مستوى أداء جيد فيتمثل في النقاط التالية:

1- إنّ توليد المعرفة الجديدة والمفيدة وتخزينها وتوزيعها وتطبيقها تسهّل العمل داخل المؤسسة، كما أن وجود فريق متخصص في التقاط المعرفة والتشجيع على استثمارها، فضلاً عن مشاركة العاملين وتفاعلهم، ووجود قيادة فعالة تقود تلك العمليات لإحداث التناسق والتناغم فيما بينها؛ وهذا ما يؤدي إلى:

- تقليل التكاليف الإجمالية للعمل عن طريق تقليل تكاليف الهدر والإنتاج المعيب ومردودات المبيعات وتكاليف سوء التعامل مع التقنيات ووسائل العمل.
 - زيادة العوائد المالية للمؤسسة عن طريق إنتاج منتجات متقنة وأخرى مُبتكرة وسريعة البيع.
 - 2- إن تحقيق الإنتاجية العالية يدل على الاستخدام الكفء للمدخلات وإن تطبيق الذكاء الاقتصادي في مجالات الأداء المختلفة يؤدي إلى ابتكار طرق أكثر فاعلية.
 - 3- يقود الذكاء الاقتصادي إلى تحقيق الإبداع والابتكار وزيادة الوعي لدى العاملين من خلال التدريب والتعلم والحوار. في هذا الصدد أجريت دراسة عالمية على تطبيق الذكاء الاقتصادي على المؤسسات الكبرى، ومن خلالها تم استخلاص المنافع التالية للذكاء الاقتصادي :
 - تحسنت نوعية وجودة المعلومات المستلمة؛
 - جودة وسرعة في اتخاذ القرارات؛
 - تعزيز التأثير وزيادة الوعي؛
 - تحسن بشكل منظم، جمع وتحليل المعلومات وكذلك نشرها؛
 - تحسن عملية تحديد الفرص والتهديدات. (بوريش، 2019/2018، الصفحات 149-150)
- باختصار يمكن القول أن الذكاء الاقتصادي يلعب دورا مهما وفعالاً في تحسين الأداء، وذلك من خلال المعلومات المتوفرة عند المؤسسة والمجمعة في إطار يمس كل ما يؤثر على استراتيجياتها التنافسية وفي استمرارية أداؤها. ومما ينبغي الإشارة إليه أن فعالية الذكاء الاقتصادي في المؤسسة يظهر باعتباره عامل أساسي في استمرارية الأداء ككل، حيث انه عند جمع المعلومات والمعطيات تقوم المؤسسة بمعالجتها قصد تحويلها إلى معلومات ذات معنى وهو الدور الجوهري للذكاء الاقتصادي، هذه المعلومات توجه إلى مستعمليها بهدف اتخاذ قرارات مناسبة وإعداد استراتيجيات، وتستطيع المؤسسة متابعة كل التحركات والتغيرات التي تحدث في بيئتها الخارجية، وبالتالي تحقيق أداء فعال وعالي. (بن دنيدينة وكسنة، 2019، صفحة 543)

المبحث الثاني: الدراسات السابقة.

إن الغرض الأساسي من التعرض للدراسات السابقة هو الوقوف على أهم الدراسات النظرية والتطبيقية ذات الصلة بموضوع البحث ومعرفة باختصار النتائج المتوصل إليها، والتي يمكن الاستفادة منها لمعالجة موضوع الدراسة من عدة جوانب وكذا تبيان مختلف النقاط المشتركة بينه وبين الدراسات التي سبقته أو حتى التطرق إلى أوجه الاختلاف والتي تساعد في تحديد القيمة العلمية المضافة للدراسة الحالية.

المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية.

الفرع الأول: الدراسة الأولى (أطروحة دكتوراه).

بوريش أحمد، الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الاستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي، شعبة علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2019/2018.

سعى الباحث من خلال هذه الدراسة للإجابة عن الإشكالية التالية:

ما مدى اهتمام مسيري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بصفة عامة ومؤسسة "Mobilise" بصفة خاصة، بتطبيق الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري في تفعيل مهام الأدوار الرئيسية للإدارة الاستراتيجية فيها وذلك لمواجهة التهديدات واستغلال الفرص في ظل التغيرات والتحولات التي أصبحت تشهدها البيئة المحيطة بها؟ وفي سبيل الإجابة عن هذه الإشكالية قام الباحث بصياغة الفرضيات التالية:

- مؤسسة "Mobilis" تهتم بتطبيق الذكاء الاقتصادي.
- الذكاء الاقتصادي يساهم في دعم أبعاد الإدارة الاستراتيجية في مؤسسة "Mobilis".
- أبعاد الذكاء الاقتصادي تساهم كليا في دعم الإدارة الاستراتيجية في مؤسسة "Mobilis".
- الإدارة الاستراتيجية كفيلة لوحدها في استغلال الفرص ومواجهة التحديات دون أي علاقة مع الذكاء الاقتصادي.

بعد توزيع الباحث لـ 52 استبيان على عينة قصدية واتباع المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة حالة توصل

هذا الأخير إلى النتائج التالية:

- المؤسسة محل الدراسة تنتهج منهجا منظما لا بأس به استراتيجيا في تطبيق أسلوب الذكاء الاقتصادي ما يسمح لها بمعرفة مضامين بيئتها الداخلية والخارجية وبالتالي قدرتها على مواجهة تهديدات المحيط واستغلال الفرص فيه.

- توصلت الدراسة العملية إلى وجود علاقة تأثير إيجابية معنوية ذات دلالة إحصائية بين أسلوب الذكاء الاقتصادي والإدارة الاستراتيجية في مؤسسة "Mobilis".
- عدم معنوية بعدي سياسة التأثير والأمن المعلوماتي أما بالنسبة لبعدي اليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة فهما معنويان عند مستوى دلالة 5%، وهو ما يدل على أن متغيرات سياسة التأثير والأمن المعلوماتي لا تأثر في متغير الإدارة الاستراتيجية.
- وجود التكامل بين الذكاء الاقتصادي والإدارة الاستراتيجية ضروري من اجل مواجهة التهديدات واستغلال الفرص، وهو ما نجحت فيه مؤسسة "Mobilis" حيث تمكنت من بسط سيطرتها السوقية من خلال نجاحها في مواجهة التنافسية الشديدة التي يشهدها هذا القطاع.

الفرع الثاني: الدراسة الثانية (أطروحة دكتوراه).

معمولي نسرين، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تجارة دولية، شعبة علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016/2015.

تمثل الإشكالية الرئيسية التي بنيت عليها هذه الدراسة في:

هل يمكن لنظام الذكاء الاقتصادي أن يساهم في الرفع من تنافسية المؤسسة الاقتصادية دوليا؟

وبغيت الإجابة عن هذه الإشكالية قام الباحث بصياغة الفرضيات التالية:

- مدى توافر نظام الذكاء الاقتصادي بمؤسسة "Fertial".
- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد نظام الذكاء الاقتصادي وتنافسية مؤسسة "Fertial" عناية دوليا.
- يؤثر نظام الذكاء الاقتصادي تأثيرا ذا دلالة إحصائية على تنافسية مؤسسة "Fertial" عناية دوليا.
- توجد علاقة تأثير معنوي متعدد لأبعاد نظام الذكاء الاقتصادي في رفع تنافسية "Fertial" عناية دوليا.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين استجابات الباحثين حول أثر نظام الذكاء الاقتصادي على تنافسية مؤسسة "Fertial" عناية دوليا تعزى للمتغيرات السوسيوديمغرافية متمثلة في (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المنصب الوظيفي، سنوات الأقدمية).
- وفي سبيل التحقق من الفرضيات السابقة وزع الباحث 164 استبيان على عينة غير احتمالية قصدية، ليتوصل في الأخير إلى نتائج أقرت بوجود علاقة ارتباط قوية جدا قدرت بـ 0.980 وعلاقة تأثيرية بسيطة ومتعددة بين أبعاد نظام الذكاء الاقتصادي (يقظة استراتيجية، حماية الإرث المعرفي ونشاط الضغط والتأثير) وتنافسية المؤسسة دوليا، كما وأظهرت نتائج الدراسة التطبيقية أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين استجابات الباحثين حول أثر نظام الذكاء الاقتصادي على رفع تنافسية المؤسسة دوليا تعزى للمتغيرات الوظيفية والشخصية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المنصب الوظيفي، سنوات الأقدمية).

الفرع الثالث: الدراسة الثالثة (مقال).

العربي خديجة، دحماني عزيز، واقع ممارسة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE، العدد7، جامعة بشار، الجزائر، 2018.

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة واقع ممارسة الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاثة: اليقظة الاستراتيجية، حماية المعلومة والتأثير، في المؤسسات الاقتصادية وبصفة خاصة مؤسسات الصناعة الإلكترونية والكهرومنزلية المتواجدة في ولاية برج بوعرييج، ومن أجل تحقيق ذلك اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج الدراسة الحالة للمؤسسات، كما قام بتوزيع 230 استبيان على كافة إطارات المؤسسات المدروسة.

ليتوصل في نهاية دراسته إلى عدة نتائج أهمها: أن مستوى ممارسة اليقظة الاستراتيجية جاء مرتفعا مقارنة مع الأبعاد الأخرى (حماية المعلومة والتأثير) من حيث إجابات أفراد عينة الدراسة. أما ممارسة الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاثة اليقظة الاستراتيجية وحماية المعلومة والتأثير كان هناك قصور، مما يدل أن المؤسسات مازالت تعمل على مراقبة البيئة الخارجية فقط من خلال اليقظة الاستراتيجية.

المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية.

الفرع الأول: الدراسة الأولى

Rabah Massinissa, Intelligence économique connaissance et pratique Etude de cas : Entreprises de la commune de Bejaia, Mémoire pour l'obtention d'un Master, Option Economie de Développement, Division des sciences économiques, Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion, Université Abderrahmane Mira, Bejaia, 2017.

سعى الباحث من خلال هذه الدراسة الى الإجابة عن الإشكالية التالية:

ما هو واقع وماهي ممارسات الذكاء الاقتصادي في الجزائر؟

وقصد الحصول على إجابة قام الباحث بتوزيع مجموعة من الاستبانات (47 استبيان وزع على الأفراد بشكل مباشر و 16 اخرون تم ارسالهم عبر البريد الالكتروني) على عينة تتكون من 29 شركة من بلدية بجاية حيث توصل إلى أن ممارسة هذه الشركات للذكاء الاقتصادي صفر كما أن معرفتها لهذا المفهوم غير كافية وفي ضوء هذه النتائج أوصى الباحث بضرورة وجود جهاز لتدريس هذا المفهوم الجديد وتطوير ممارسات مراقبة المنافسين وتنفيذ إجراءات حماية المعلومات بشكل حتمي من خلال تحديد الأنواع المختلفة من المعلومات الحساسة وتعزيز وتحسين وسائل الحماية الرقمية وأخيرا و فيما يتعلق بنشاطات الضغط والتأثير، يجب على الشركات المدروسة تطوير وإنشاء نظام شراكة مع شركات أخرى.

الفرع الثاني: الدراسة الثانية

Derfouf Mohamed amine, Les facteurs clés de succès pour la mise en place d'un système d'intelligence économique au groupe SONATRACH AVAL Analyse exploratoire, Mémoire pour l'obtention d'un Magister, Spécialité management stratégique et intelligence économique, Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion, Université Abou Bekr Belkaïd de Tlemcen, 2013/2014.

إن الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة كانت تتمحور حول:

تحديد العوامل الرئيسية لنجاح نظام الذكاء الاقتصادي في مجموعة "سوناتراك أفال" التابعة لشركة "سوناتراك".

حيث حاول الباحث من خلال هذه الدراسة التحقق من فرضيتين أساسيتين وهما:

- لا تملك الشركات المدروسة لمجموعة "سوناتراك أفال" معرفة كاملة بمفهوم الذكاء الاقتصادي.

- عوامل النجاح الرئيسية التي تم تحديدها تسمح بإنشاء نظام ذكاء اقتصادي لمجموعة "سوناتراك أفال".

بعد اجراء الدراسة على عينة من المديرين التنفيذيين والقادة توصل الباحث الى النتائج التالية:

- الشركات المدروسة في إطار هذا البحث مثل معظم الشركات الجزائرية، ليس لديها معرفة كاملة بمفهوم الذكاء الاقتصادي ولا تفهم القيمة الاستراتيجية له، وبالتالي هناك الكثير من العمل الذي يتعين القيام به من حيث زيادة الوعي بين الفاعلين الاقتصاديين لدمج مثل هذا النهج في بيئة تفرضها العولمة.

- إن العوامل الرئيسية المحددة في الدراسة والتي تم تجميعها في خمس فئات: العوامل الثقافية، العوامل الاستراتيجية، العوامل التنظيمية، عوامل الأفراد والعوامل المعلوماتية، تعتبر كأساس لنجاح نظام الذكاء الاقتصادي داخل هذه المؤسسات.

الفرع الثالث: الدراسة الثالثة

Rida Chafik, étude empirique sur les pratiques des entreprises marocaines en matière d'intelligence économique, mémoire pour l'obtention du diplôme des études supérieures approfondies, option sciences de gestion, faculté des sciences juridiques économiques et sociales, université Hassan II, Casablanca, Maroc, 2006/2007.

الدراسة سعت إلى حل الإشكالية التالية:

ما هي تطبيقات المؤسسات الكبرى المغاربية في مجال الذكاء الاقتصادي؟

حيث اقتصرت دراسة الباحث على عينة من المؤسسات المغاربية (تسعة مؤسسات) التي تمتلك خلايا يقظة أو ذكاء اقتصادي وهدفت إلى تعريف نظام الذكاء الاقتصادي وتشخيص منهجيته لدى المؤسسات المدروسة وتقييم النظام وذلك باستخدام المقابلة كأداة للبحث.

حيث توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- كل مؤسسة خصائصها (نقاط قواها وضعفها) فيما يخص تطبيقها لنظام الذكاء الاقتصادي،

- كل المؤسسات المبحوثة تحاول التقرب من الهيكل الأفضل والأمثل وإلى تطوير تطبيقات ابتكارية.

- اغلب المؤسسات المدروسة التي تعتمد على أنظمة اليقظة والذكاء الاقتصادي هي مؤسسات رائدة في قطاعها.

- المؤسسات المبحوثة لا تطبق جميع أبعاد ووظائف نظام الذكاء الاقتصادي حيث أن هناك خلط ما بين نشاط اليقظة ونظام الذكاء الاقتصادي ضمن مستجدات بيئة الأعمال التنافسية.

المطلب الثالث: تقييم الدراسة الحالية.

من خلال استعراض الدراسات السابقة باللغتين العربية والأجنبية يتضح أن هناك أوجه تشابه واختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة والتي سنتناولها في هذا المطلب من خلال فرعين.

الفرع الأول: أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

تشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة لها في عدة عناصر نذكر منها:

- المتغيرات: جل الدراسات السابقة تعتبر الذكاء الاقتصادي متغير مستقل مثلها مثل الدراسة الحالية.

- أبعاد الذكاء الاقتصادي: أغلب الدراسات السابقة تشترك مع الدراسة الحالية في تبني 3 أبعاد للذكاء الاقتصادي والمتمثلة في: اليقظة الاستراتيجية، الأمن المعلوماتي، نشاط الضغط والتأثير.

- المؤسسة محل الدراسة: تشترك دراسة "بوريش أحمد" مع الدراسة الحالية في اختيار مؤسسة اتصالات لتكون موضع دراسة.

- المنهج المستخدم: تشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة باللغة العربية في اتباعها للمنهج الوصفي التحليلي وكذا منهج دراسة الحالة.

- العينة: ان نوع العينة في الدراسة الحالية هي عينة مقصودة أو مستهدفة وهو نفس الشيء في كل من الدراسة الأولى والثانية باللغة العربية وكذا الدراستين الثانية والثالثة باللغة الأجنبية.

- أدوات جمع البيانات: ان الاستبيان هو أداة الدراسة الغالبة في معظم الدراسات السابقة وكذا الدراسة الحالية.

الفرع الثاني: أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

على اعتبار أن هذه الدراسة هي دراسة مستقلة وفي سياق الدراسات السابقة لا بد أن تكون لها إضافة على ما سبقها ويكون لها ما يميزها عن غيرها من الدراسات في نفس مجال البحث، ومحاولة منا في تقديم دراسة ذات إضافة علمية على ما قدمه الآخرون يمكننا القول أن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة فيما يلي:

- ان الدراسة الحالية تعتمد على ثلاثة أبعاد للذكاء الاقتصادي بينما تعتمد دراسة "بوريش أحمد" على أربعة أبعاد وذلك بإضافة إدارة المعرفة كبعد رابع.

- اعتبار أداء المؤسسات الاقتصادية كمتغير تابع في الدراسة الحالية وهذا ما لم نلمسه في الدراسات السابقة.
 - شملت الدراسات السابقة عدا دراسة "بوريش أحمد" مؤسسات دراسة مختلفة تتمثل في:
 - أ- مؤسسة Fertial عنابة.
 - ب- مؤسسات الصناعة الالكترونية والكهرومنزلية بولاية برج بوعرييج.
 - ت- 29 مؤسسة من ولاية بجاية لا تمس مؤسسات الاتصالات.
 - ث- مجموعة SONATRACH AVAL التابعة لشركة سوناتراك.
 - ج- 9 مؤسسات مغربية لا تمس مؤسسات الاتصالات.
- بينما أجريت الدراسة الحالية في مؤسسات الاتصالات العاملة بولاية سعيدة والمتمثلة في كل من: "موبيليس"، "دجيزي"، "اوريدو" وكذا "اتصالات الجزائر".

خلاصة:

سلطنا الضوء من خلال المبحث الأول من هذا الفصل على كل من ماهية الذكاء الاقتصادي أي مختلف التعريفات المقدمة عنه، مراحل تطوره التاريخي إضافة الى أبعاده ومراحل ومتطلبات تطبيقه في المؤسسة وكذا اهم تعريفات وأنواع الأداء المؤسساتي وطرق ومعايير تقييمه وأخيرا العلاقة بينه وبين الذكاء الاقتصادي.

أما بالنسبة للمبحث الثاني فقد تناولنا من خلاله مجموعة من الدراسات السابقة باللغتين العربية والأجنبية التي قمنا بتحليلها ومناقشتها لمعرفة أوجه الشبه والاختلاف بينها وبين الموضوع الذي نحن بصدد معالجته وكذلك ما يميز دراستنا عن سابقتها، وعليه فقد استخلصنا ما يلي:

- أول تعريف مهيكّل وواضح للذكاء الاقتصادي كان عام 1967 من قبل الباحث "Harold Wilensky" في كتابه "الذكاء التنظيمي".
- بريطانيا العظمى تعتبر من أولى الدول التي استعملت الذكاء الاقتصادي في نظام قراراتها لتليها بعد ذلك كل من اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا.
- الذكاء الاقتصادي يتكون من 3 أبعاد تتمثل في: اليقظة الاستراتيجية، الأمن المعلوماتي، نشاط الضغط والتأثير.
- الذكاء الاقتصادي عملية تمر ب 4 مراحل هي: تحديد الحاجة للمعلومة، حيازتها، معالجتها وأخيرا نشرها واستعمالها في الوقت المناسب.
- حتى تتمكن أي مؤسسة من تطبيق الذكاء الاقتصادي عليها توفير الشروط التالية: اقتناع مسيري المؤسسة بفائدة وضرورة تبني الذكاء الاقتصادي، وجود كفاءات بشرية قادرة على جمع أحدث وأهم المعلومات، توفير نظام استشعار ويقظة ونظام معلومات متطور وأخيرا وهو الأهم وجود ثقافة تنظيمية قائمة على الالتزام والفهم الجيد لعناصر الذكاء الاقتصادي.
- تختلف أنواع الأداء بحسب المعايير المستخدمة في تصنيفه: معيار وظيفي، معيار الشمولية أو حسب المصدر.
- من بين نماذج تقييم الأداء التي تجمع ما بين المقاييس المالية وغير المالية نجد: لوحة القيادة، أسلوب أصحاب المصلحة، بطاقة الأداء المتوازن.
- تعد الكفاءة والفعالية والإنتاجية وكذا الجودة والتوقيت والسلامة من بين معايير تقييم الأداء في المؤسسة.

الفصل الثاني

تأثير تطبيق الذكاء الاقتصادي على

أداء مؤسسات الاتصالات

بولاية سعيدة

تمهيد:

بعد تطرقنا لمفهوم الذكاء الاقتصادي والأداء المؤسسي وكذا بعض الدراسات السابقة التي تناولها من جوانب مختلفة وفي محاولة منا لمعرفة أثر الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية وبالتحديد في مؤسسات الاتصالات على مستوى ولاية سعيدة قمنا بإسقاط حيثيات ونتائج الدراسة النظرية على أرض الواقع للتحقق من مدى صحة الفرضيات المطروحة سابقا وبالتالي الإجابة على الإشكالية الرئيسية للدراسة.

وعليه فقد تم تقسيم محتوى هذا الفصل على النحو التالي:

المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسات محل الدراسة

المطلب الأول: مؤسسة اتصالات الجزائر

المطلب الثاني: مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال "موبيليس"

المطلب الثالث: مؤسسة "جازي"

المطلب الرابع: مؤسسة "أوريدو"

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستبيان

المطلب الأول: عينة الدراسة وادواتها

المطلب الثاني: الأساليب الاحصائية وثبات أداة الدراسة

المطلب الثالث: وصف خصائص عينة الدراسة

المطلب الرابع: اختبار وتحليل ومناقشة فرضيات الدراسة

المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسات محل الدراسة

المطلب الأول: مؤسسة اتصالات الجزائر.

تأسست مؤسسة اتصالات الجزائر وفق قانون 03-2000 المؤرخ في 05 أوت 2000، المتعلق بإصلاح قطاع البريد والمواصلات والفصل بين نشاطاتهما، فضلا عن قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة (CNPE) بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية اقتصادية أطلق عليها اسم " اتصالات الجزائر"، ذات أسهم حديثة النشأة، تنشط في سوق الشبكة وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر. (بودالي و عبد الله، 2019، صفحة 585)

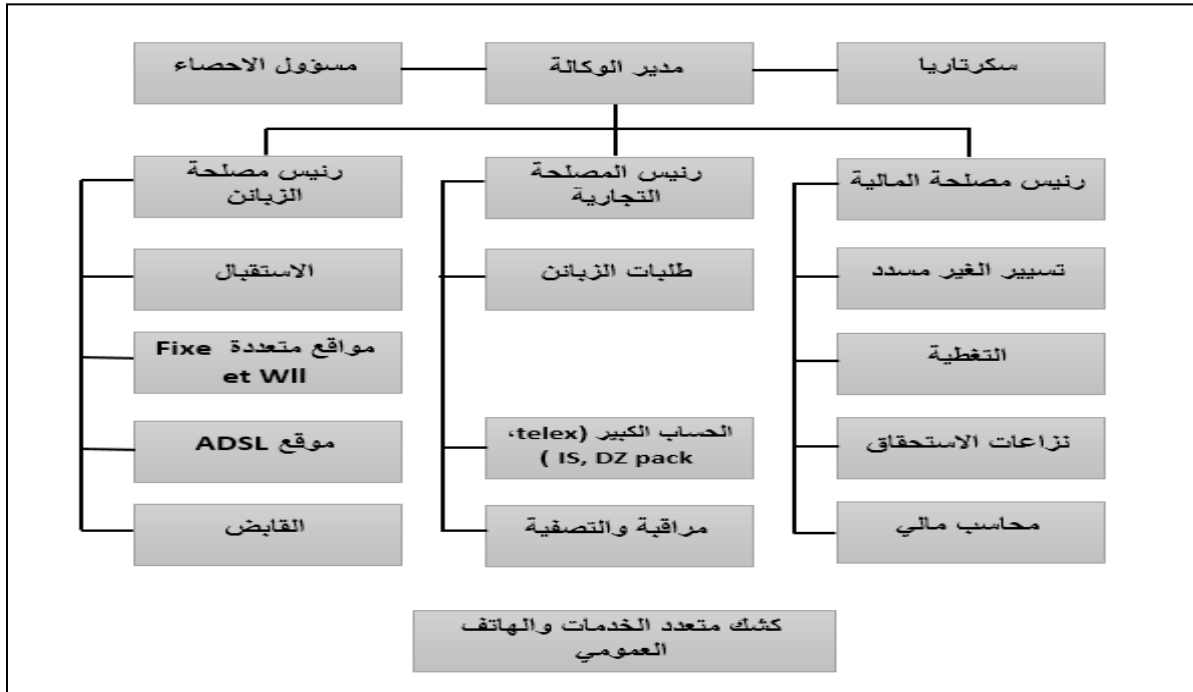
عرفت المؤسسة العديد من عمليات إعادة الهيكلة على المستويين المركزي والمحلي آخرها كان تلك التي اقرها مجلس الإدارة بتاريخ 5 أكتوبر 2016 والتي كان الهدف منها تكييف المؤسسة مع التحول السريع في مجال نشاطها قصد تحقيق الأهداف الاستراتيجية المسطرة ومن بين أهم قرار إعادة الهيكلة نذكر:

- إلغاء المديرية الجهوية وإعطاء صلاحيات أكبر للمديريات العملياتية عن طريق اللامركزية في بعض جوانب التسيير.

- إعادة هيكلة المراكز التقنية حسب التطور الحاصل في الشبكة الجديدة المستعملة حاليا ومستقبلا. (قرين، طافر، و بوسهمين، 2019، صفحة 703)

والشكل التالي يبين هيكل المؤسسة بولاية سعيدة:

شكل (1-2): الهيكل التنظيمي لوكالة اتصالات الجزائر بولاية سعيدة



المصدر: وثائق مقدمة من طرف مؤسسة "اتصالات الجزائر"

المطلب الثاني: مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال " موبيليس".

تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر " موبيليس"، فرعاً لمؤسسة اتصالات الجزائر والمتعامل الأول للهاتف النقال في الجزائر، أصبحت مستقلة في شهر أوت 2003 حيث تقوم مؤسسة اتصالات الجزائر " موبيليس" بوضع واستغلال وتطوير شبكات الهاتف النقال، كذا وتسويق الخدمات وأجهزة الهاتف النقال.

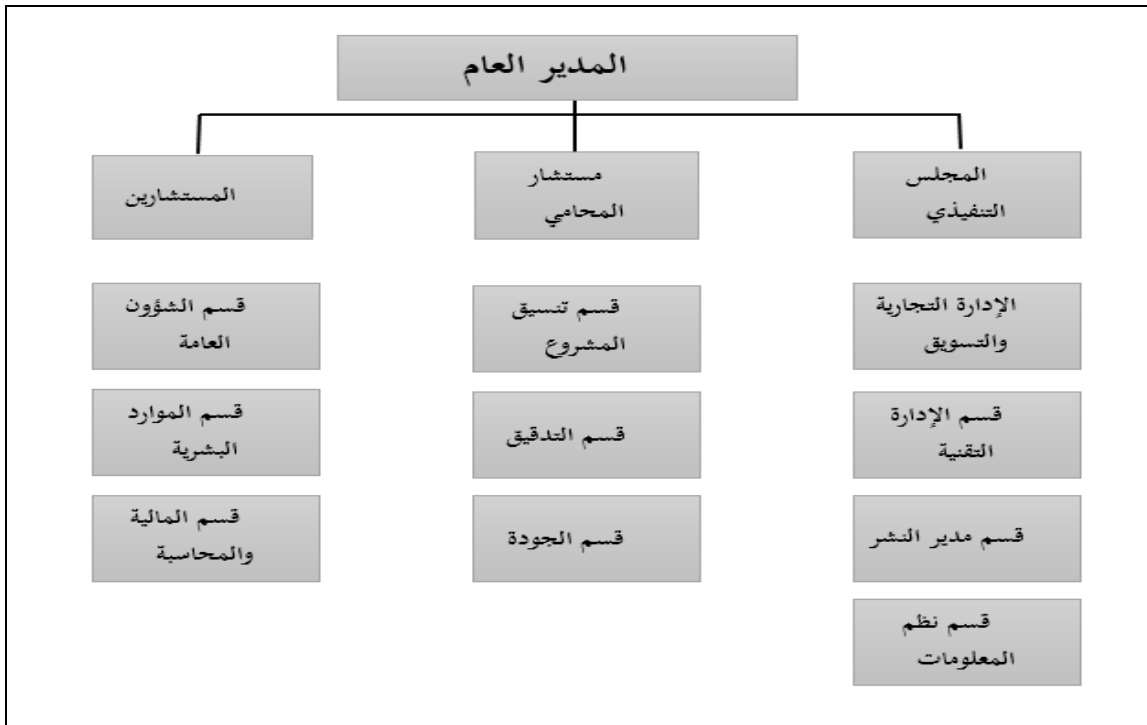
وقد حددت مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس منذ نشأتها عدّة أهداف رئيسية وهي تتمثل فيما يلي: كسب رضا الزبون ووفائه، الإبداع والتقدم التكنولوجي، وهذا ما سمح للمؤسسة بكسب أكبر عدد من المشتركين في وقت قياسي.

ويمكن تعريف مؤسسة موبيليس من خلال الإحصائيات والمعلومات الآتية:

- يقدر رقم الأعمال السنوي ب 86.060.000.000 دج.
- شبكة تجارية متواصلة الارتفاع وهي تبلغ حاليًا 175 وكالة.
- عدد نقاط البيع المعتمدة: 15.451 وكالة.
- أكثر من 60.000 نقطة بيع غير مباشرة.
- عدد نقاط البيع: 112.539.

أكثر من 4500 محطة قاعدية راديوية (BTS). (بوريش، 2019/2018، الصفحات 303-304) والهيكل التنظيمي للمؤسسة موضح في الشكل الموالي:

الشكل (2-2): الهيكل التنظيمي لمؤسسة "موبيليس"



المصدر: وثائق مقدمة من طرف مؤسسة " موبيليس "

المطلب الثالث: مؤسسة "جازي"

تنتمي جازي لمجموعة VEON (سابقا Vimpelcom)، خامس مجموعة دولية للاتصالات والواقع مقرها بألمستردام في هولندا، وهي الشركة الأم المجدولة في بورصة ناسداك تحت رمز VIP .

تتواجد VEON (سابقا Vimpelcom) في 12 سوق عبر العالم وهي تقدّم خدمات لأكثر من 200 مليون زبون فيما يخص الصوت، الأنترنت، الهاتف الثابت، المعطيات والخدمات الرقمية، تتقاسم المجموعة وكل فروعها نفس القيم المشتركة: إرضاء الزبون، الابتكار، النزاهة، الثقة والشجاعة.

تحصلت جازي على رخصة استغلال خدمات الهاتف النقال في 30 جويلية 2001 وأطلقت شبكتها في 15 فيفري 2002. شركة رائدة في مجال الاتصالات النقالة بأكثر من 17 مليون مشترك مع نهاية 2015، تمنح الشركة تشكيلة واسعة من العروض والخدمات مثل الدفع المسبق، الأنترنت والخدمات ذات القيمة المضافة.

في جانفي 2015 تحصل الصندوق الوطني للاستثمار على 51% من رأسمال الشركة بعد 3 سنوات من المفاوضات وأكثر من 4 سنوات من النشاط الجد محدود. وتبعاً لشروط الاتفاقية، تحتفظ مجموعة VEON (سابقا Vimpelcom) بمسؤولية تسيير الشركة.

تغطي جازي 95% من السكان على كامل التراب الوطني، كما تتوفر خدماتها للجيل الثالث في 48 ولاية منذ نهاية 2016. وقد تم إطلاق خدمات الجيل الرابع بنجاح في 1 أكتوبر 2016 وهي تتابع توسعها في الولايات تبعاً للبرنامج المنصوص عليه في دفتر الشروط الخاص برخصة الاستغلال. كما نشرت جازي الخدمة العالمية للاتصالات على الجيل الثاني من أجل فك العزلة عن المناطق النائية.

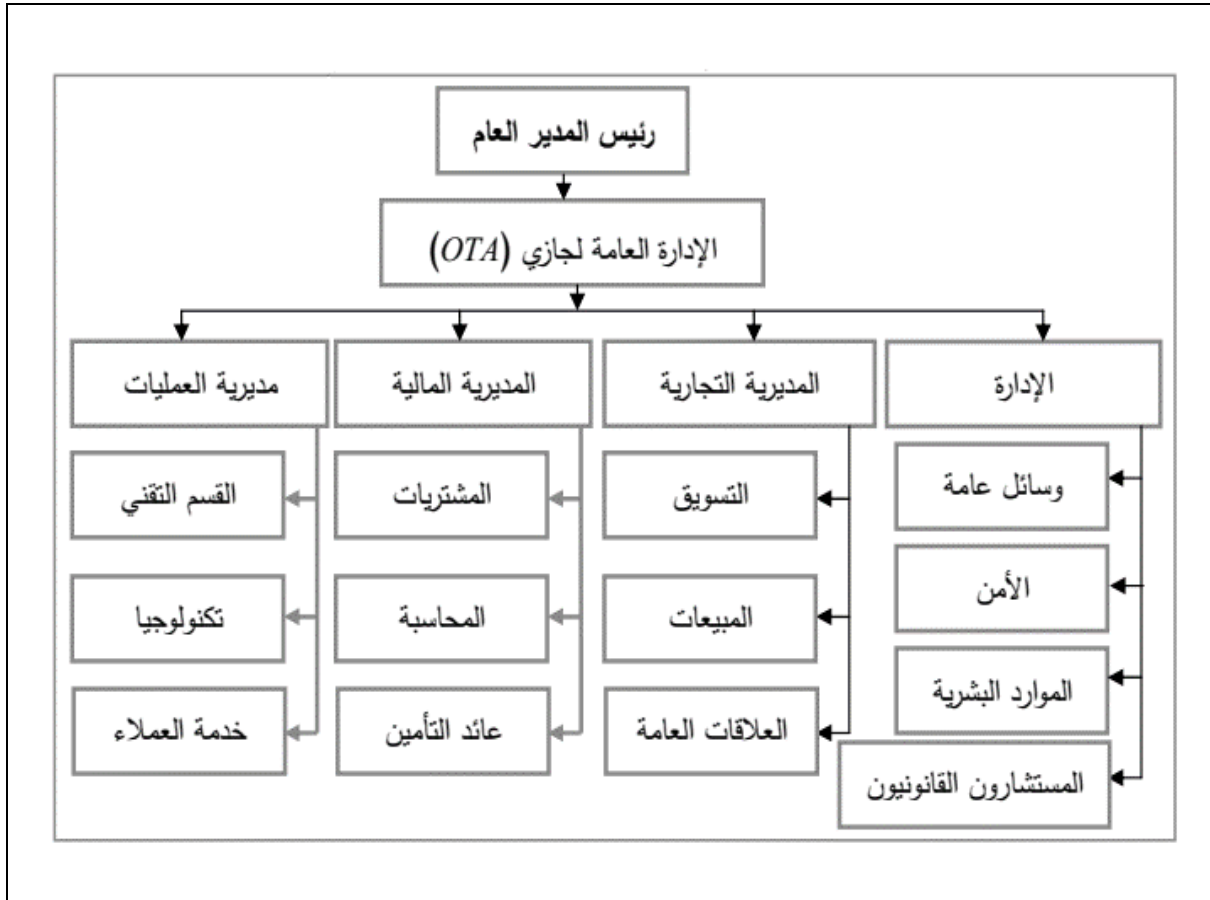
كما أطلقت جازي برنامجاً للتحوّل على المدى الكبير منذ 2015 لتصبح المتعامل الرقمي المرجعي في الجزائر وتمكّن هكذا زبائنها من الاستفادة من كل الإمكانيات التي يمنحها العالم الرقمي. (مؤسسة جازي، 2020)

منح رخصة استغلال خدمات الجيل الثاني: 30 جويلية 2001

منح رخصة استغلال خدمات الجيل الثالث: 2 ديسمبر 2013

منح رخصة استغلال خدمات الجيل الرابع: 4 سبتمبر 2016.

الشكل (2-3): الهيكل التنظيمي لمؤسسة "جازي"



المصدر: وثائق مقدمة من طرف مؤسسة "جازي"

المطلب الرابع: مؤسسة "أوريدو".

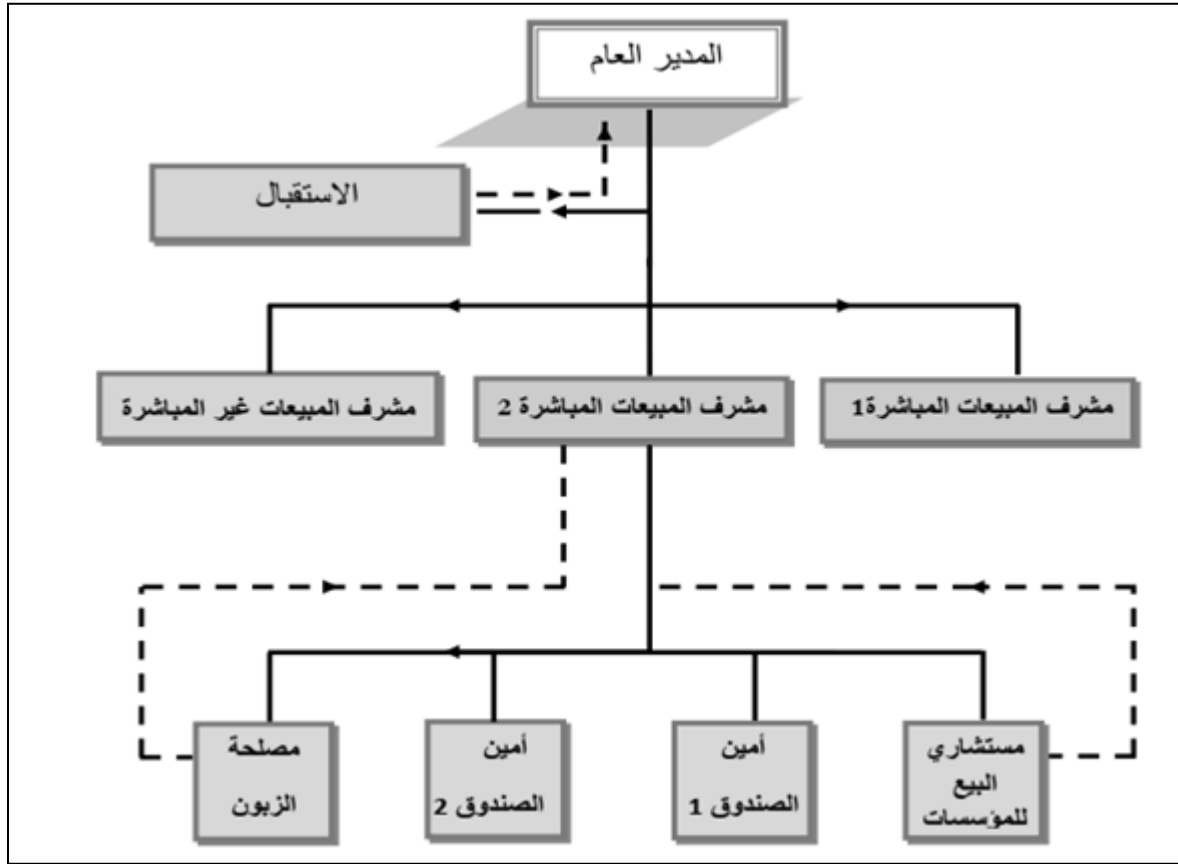
أوريدو بالفرنسية Ooredoo (نجمة سابقا): هو الاسم التجاري لمؤسسة الاتصالات بالهاتف النقال، وهي فرع من مجموعة الشركة الوطنية للاتصالات الكويتية، وهي مؤسسة تعمل في الجزائر بمجال الاتصالات بالهاتف النقال ويبلغ عدد مشتركها 8.245 مليون مشترك مما يجعلها تحتل المرتبة الثالثة في سوق الهاتف النقال بالجزائر وبلغت حصتها في سوق النقال 25.2 بالمائة من مجموع الحصص.

في 2 ديسمبر 2003 تحصلت "الوطنية تيليكوم" الكويتية على رخصة استغلال الهاتف النقال في الجزائر بعد عرضها المالي المقدر بـ 421 مليون دولار، وفي 25 أغسطس 2004 تم الاطلاق التجاري لعلامتها التجارية المسماة "أوريدو" بمختلف التشكيلات من المنتجات والخدمات غير المسبوقة في الجزائر، حيث أدخلت "أوريدو" معايير جديدة لعالم الاتصالات في الجزائر، حيث كانت أول متعامل يدخل خدمة الوسائط المتعددة السمعية البصرية. (بو سعيد و بن مني،

(2017/2016)

والشكل الموالي يبين الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

الشكل (2-4): الهيكل التنظيمي لوكالة "أوريدو" لولاية سعيدة



المصدر: وثائق مقدمة من طرف مؤسسة "أوريدو"

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستبيان.

المطلب الأول: عينة الدراسة وأدواتها.

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة.

أولاً: مجتمع الدراسة

نقصد بمجتمع البحث أو الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث، أي أنه كل العناصر التي تنتمي لمجال الدراسة، (سهيل رزق، 2003). وبناء على أهداف البحث فقد حدد مجتمع الدراسة بدقة ليشمل جميع الإطارات بمختلف رتبهم الذين ينتمون إلى مؤسسات الاتصالات الناشطة على مستوى ولاية سعيدة والمتمثلة في كل من: اتصالات الجزائر، موبيليس، جازي، أوريدو.

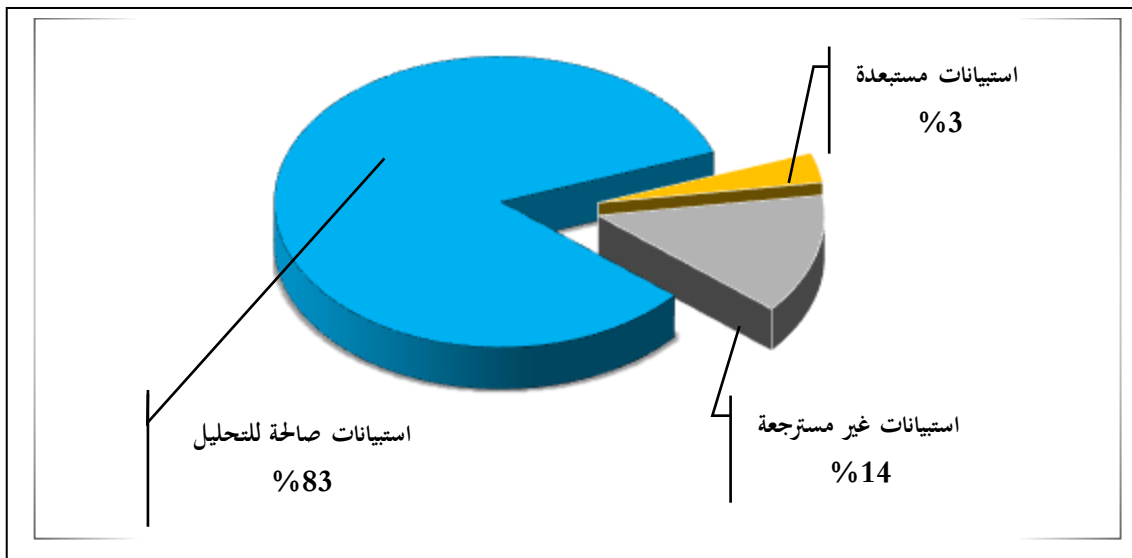
ثانياً: عينة الدراسة

العينة هي مجموعة جزئية من المجتمع مسحوبة بطريقة علمية محددة، وذلك لصعوبة فحص كل عضو من أعضاء المجتمع. (فارس، 2020/2019)

ونظراً لحداثة الموضوع فإن اختيار عينة الدراسة لم يكن اختياراً عشوائياً وإنما كانت عينة مستهدفة (قصدية) خاصة وأنها تعتبر من الخطوات الهامة في الدراسة التطبيقية. إضافة إلى ذلك فإن العامل البسيط ذو المستوى المحدود لا يستطيع الإجابة على أسئلة الاستبيان.

على هذا الأساس فقد وزع 90 استبيان على الإطارات المسيرة المتمثلة في المدراء، الإطارات العليا والتي تضم كل من المشرفين ورؤساء الدوائر ورؤساء المصالح، الإطارات الوسطى كرؤساء الأقسام، إضافة إلى الإطارات التقنية والإدارية. بلغ عدد الاستبيانات المسترجعة 78 استبيان أي بنسبة استرجاع 86.66 %، منها: 75 استبيان صالحة للمعالجة والتحليل أي بمعدل 96 % من عدد الاستبيانات المسترجعة والباقي (03 استبيانات) استبعدت لعدم اكتمالها وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل (2-5): توزيع استبيانات الدراسة.



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Excel 2013

الفرع الثاني: الأدوات المستخدمة في جمع البيانات.

من أجل استكمال إجراءات الدراسة وجمع مختلف البيانات والمعلومات اعتمدنا على الأدوات التالية:

1-المقابلة: حيث تم إجراء مقابلات مع موظفي عينة الدراسة وذلك لشرح وتوضيح الأسئلة الواردة في الاستبيان من جهة وكذا التأكد من صحة البيانات التي تم جمعها والحصول على بيانات إضافية مفيدة للدراسة من جهة أخرى.

2-الاستبيان: يعتبر الاستبيان أداة الدراسة الرئيسية التي تم الاعتماد عليها بشكل شبه كلي في جمع البيانات والمعلومات المراد الحصول عليها من أفراد العينة، وقد تضمن هذا الأخير 3 أجزاء مقسمة كالتالي:

- الجزء الأول: ويخص البيانات الشخصية للأفراد المستجوبين كالجنس، الفئة العمرية والمؤهل العلمي.

- الجزء الثاني: ويخص البيانات الوظيفية كنوع الوظيفة، الرتبة الوظيفية والخبرة المهنية.

- الجزء الثالث: ويتضمن فقرات الاستبيان، وهي 38 فقرة موزعة على محورين:

المحور الأول: الذكاء الاقتصادي ويحتوي على 19 فقرة مقسمة على 3 أبعاد.

المحور الثاني: أداء المؤسسة الاقتصادية ويحتوي هو الآخر على 19 فقرة مقسمة على 4 أبعاد.

وقد تم الاعتماد على مقياس "ليكرت الخماسي" للإجابة عن فقرات الاستبيان في الجزء الثالث وذلك حسب الجدول التالي:

الجدول(2-1): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: (زواغي ، 2016/2017)

ولتحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي تم حساب المدى (5-1=4) وللحصول على طول الخلية الصحيح نقوم بقسمة المدى العام على عدد درجات الموافقة وذلك على النحو التالي $0,8=5/4$ وبإضافة هذه القيمة في كل مرة للحد الأدنى لدرجة الموافقة نحصل على الحد الأعلى وهكذا مع كل درجات الموافقة، وذلك حسب الجدول التالي:

الجدول(2-2): مقياس الإجابة على فقرات الاستبيان

المستوى	المتوسط الحسابي المرجح
غير موافق بشدة]1.8-1]
غير موافق]2.6-1.8]
محايد]3.4-2.6]
موافق]4.2-3.4]
موافق بشدة]5-4.2]

المصدر: (وعيل و طويطي، 2013/2014)

الفرع الثالث: متغيرات ونموذج الدراسة.

أولاً: متغيرات الدراسة

يتضمن موضوع دراستنا متغيرات رئيسية وفرعية وبقصد الوقوف على المتغيرات المستقلة والمتغير التابع لا بد من إعطاء تعريف لكل متغير.

أ- المتغير المستقل الرئيسي: ويتمثل في الذكاء الإقتصادي، حيث تم التعبير عنه بثلاث أبعاد في إستبانة دراستنا.

المتغير المستقل الفرعي الأول: ويتمثل في اليقظة الاستراتيجية، وتم التعبير عنه بـ (06) فقرات.

المتغير المستقل الفرعي الثاني: ويتمثل في الامن المعلوماتي، وتم التعبير عنه بـ (06) فقرات.

المتغير المستقل الفرعي الثالث: ويتمثل في نشاط الضغط والتأثير، وتم التعبير عنه بـ (07) فقرات.

ب- المتغير التابع: ويتمثل في أداء المؤسسة الاقتصادية الذي تم التعبير عنه في المحور الثاني من الإستبانة بحيث تتكون من (19) فقرة تتمحور حول أربعة أبعاد: النمو والتعلم، العمليات الداخلية، رضا العملاء، البعد المالي.

يمكننا ترميز متغيرات البحث مثلما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول (2-3): ترميز متغيرات الدراسة

الترميز	متغير البحث
IE	الذكاء الاقتصادي
Veille	اليقظة الاستراتيجية
Security	الامن المعلوماتي
Influence	نشاط الضغط والتأثير
P	أداء المؤسسة الاقتصادية

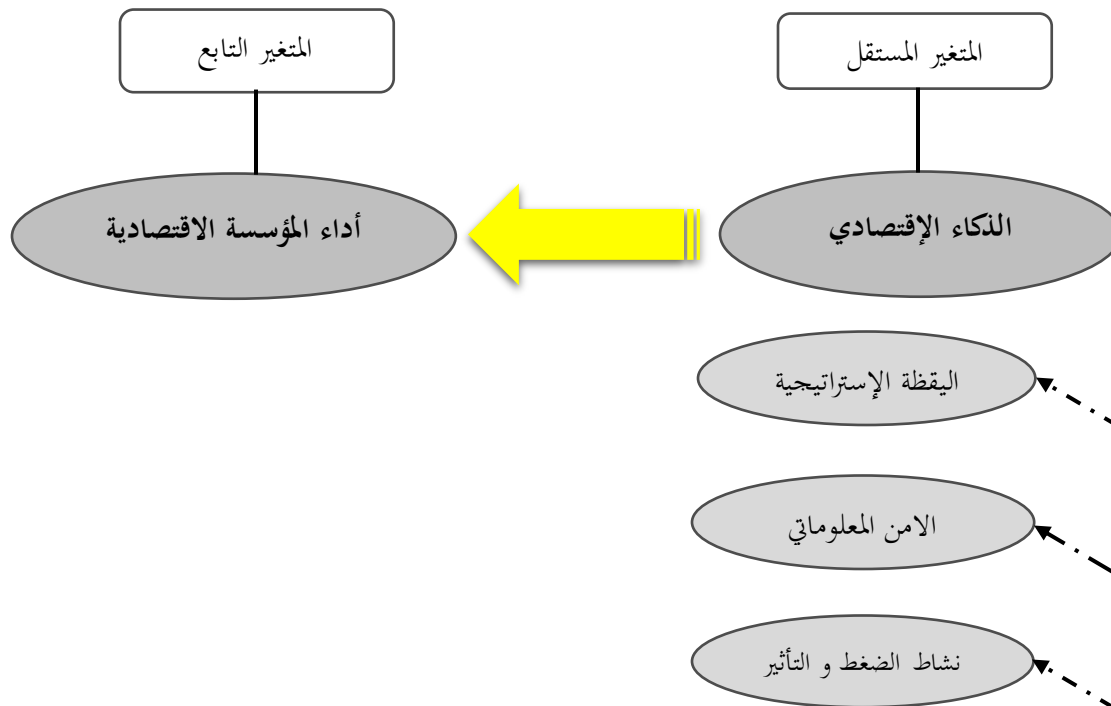
المصدر: من اعداد الباحثة

ثانياً: نموذج الدراسة

من أجل المعالجة المنهجية لمشكلة الدراسة تم تصميم نموذج يتكون من جزئين، المتغير المستقل المتمثل في الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاثة: اليقظة الاستراتيجية، الأمن المعلوماتي، نشاط الضغط والتأثير، والمتغير التابع أداء المؤسسة الاقتصادية.

يمكن تقسيم وتمثيل متغيرات الدراسة حسب الشكل الموالي:

الشكل (2-6): نموذج مقترح حول تأثير تطبيق الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية.



المصدر: من اعداد الباحثة

المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية وثبات أداة الدراسة.

الفرع الأول: الأساليب الإحصائية

بعد القيام بجمع، فرز وترميز البيانات تمت معالجتها باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS الإصدار 25 وكذا برنامج Excel 2013 وهذا لعرض وتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة، و الاختبارات الإحصائية المستخدمة في التحليل كالتالي:

- 1- مقاييس الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف مجتمع البحث و إظهار خصائصه، بالإعتماد على النسب المئوية و التكرارات والإجابة على أسئلة البحث و ترتيب متغيرات البحث، من خلال الاعتماد على المقاييس الآتية المبينة فيما يلي:
 - التكرارات والنسب المئوية: للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وتحديد إستجابات أفرادها إتجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.
 - المتوسط الحسابي المرجح: وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إستجابات أفراد الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي موزون.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لدراسة اتجاهات وميولات إجابات أفراد عينة الدراسة على كل من أبعاد او متغيرات الدراسة ويتم ذلك من خلال حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. مع العلم بأنهما يفيدان في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي؛
- 2-معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): وذلك لقياس ثبات أداة الدراسة أي قياس مدى تناسق عبارات الإستبانة وانسجامها، حيث يعتبر المعامل مقبول إذا كانت نسبته أكبر من 60 % وكلما كانت هذه النسبة كبيرة كلما كان ثبات الإستبانة قوي؛
- 3- معامل الارتباط سبيرمان (Spearman): من أجل قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان، بين كل فقرة من فقرات الإستبانة مع البعد الذي تنتمي إليه كل فقرة؛
- 4- معامل الارتباط (Pearson): للكشف عن قوة أو درجة العلاقة بين متغيرات الدراسة: المتغير المستقل (الذكاء الإقتصادي) وأبعاده (اليقظة الاستراتيجية، الأمن المعلوماتي، نشاط الضغط و التأثير) و المتغير التابع (أداء المؤسسة الاقتصادية)؛
- 5- إختبار (Kolmogorov-Smirnov): لمعرفة معلمية التوزيع الاحتمالي لمحاور الدراسة، و لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي أم لا؛
- 6- نموذج الانحدار البسيط: واستُخدم لتقدير معالم العلاقة الخطية بين المتغير المستقل (الذكاء الإقتصادي) وأبعاده (اليقظة الاستراتيجية، الأمن المعلوماتي، نشاط الضغط والتأثير) والمتغير التابع (أداء المؤسسة الاقتصادية)؛
- 7- اختبار F: لاختبار معنوية نموذج الانحدار؛
- 8- معامل التحديد (R-Square): لتحديد نسبة التغيرات التي تحدث في المتغير التابع والمفسرة بأنها تعود الى المتغير المستقل؛
- 9- اختبار t-ratio لاختبار معنوية معاملات نموذج الانحدار.

الفرع الثاني: صدق وثبات أداة الدراسة

أولاً: صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق أداة الدراسة؛ أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقمنا بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال: الصدق الظاهري للاستبيان (صدق المحكمين)، وصدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان.

1- الصدق الظاهري:

للتحقق من مدى ملائمة كل فقرة للمحور الذي تنتمي إليه، ومدى سلامة ودقة الصياغة اللغوية والعلمية لفقرات الاستبيان، ومدى شمول الاستبيان لمشكل الدراسة وتحقيق أهدافها تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة واختصاص لأخذ وجهات نظرهم والاستفادة من آرائهم في تعديله، وفي ضوء آراء السادة المحكمين تم إعادة صياغة بعض العبارات وإضافة عبارات أخرى لتحسين أداة الدراسة.

2- صدق الاتساق الداخلي:

ويقصد به مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبيان مع المحور أو الجزء الذي تنتمي إليه، ويتم حساب هذا الأخير باستخدام معاملات الارتباط "سبيرمان"، والجدول التالية توضح ذلك بنوع من التفصيل:

أ- نتائج الاتساق الداخلي للمحور الأول (الذكاء الاقتصادي):

• نتائج الاتساق الداخلي للبعد الأول (اليقظة الاستراتيجية):

الجدول (2-4): الاتساق الداخلي لفقرات البعد الأول (اليقظة الاستراتيجية)

الفقرة	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية
1	0.670**	0.000
2	0.760**	0.000
3	0.658**	0.000
4	0.671**	0.000
5	0.653**	0.000
6	0.792**	0.000

** : الارتباط دال إحصائيا عند مستوى 0.01

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع قيم معامل الارتباط "سبيرمان" بين كل فقرة من فقرات البعد الأول والدرجة الكلية للبعد (اليقظة الاستراتيجية) دالة احصائيا عند مستوى معنوية 1%، حيث كانت أدنى قيمة لمعامل الارتباط 0.653 فيما كانت أكبر قيمة تساوي 0.792، وعليه فإن جميع فقرات هذا البعد متسقة داخليا مع البعد الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الأول المتمثل في اليقظة الاستراتيجية.

• نتائج الاتساق الداخلي للبعد الثاني (الأمن المعلوماتي):

الجدول (2-5): الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني (الأمن المعلوماتي)

الفقرة	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية
1	0.629**	0.000
2	0.679**	0.000
3	0.690**	0.000
4	0.584**	0.000
5	0.329**	0.004
6	0.503**	0.000

** : الارتباط دال إحصائيا عند مستوى 0.01

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع قيم معامل الارتباط "سبيرمان" بين كل فقرة من فقرات البعد الثاني والدرجة الكلية للبعد (الأمن المعلوماتي) دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 1%، حيث كانت أدنى قيمة لمعامل الارتباط 0.329 فيما كانت أكبر قيمة تساوي 0.690، وعليه فإن جميع فقرات هذا البعد متسقة داخلياً مع البعد الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني والمتمثل في الأمن المعلوماتي.

• نتائج الاتساق الداخلي للبعد الثالث (نشاط الضغط والتأثير):

الجدول (2-6): الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث (نشاط الضغط والتأثير)

الفقرة	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية
1	0.660**	0.000
2	0.719**	0.000
3	0.683**	0.000
4	0.708**	0.000
5	0.815**	0.000
6	0.885**	0.000
7	0.751**	0.000

** : الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع قيم معامل الارتباط "سبيرمان" بين كل فقرة من فقرات البعد الثالث والدرجة الكلية للبعد (نشاط الضغط والتأثير) دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 1%، حيث كانت أدنى قيمة لمعامل الارتباط 0.660 فيما كانت أكبر قيمة تساوي 0.885، وعليه فإن جميع فقرات هذا البعد متسقة داخلياً مع البعد الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث المتمثل في نشاط الضغط والتأثير.

من الجداول السابقة يمكن القول بأن جميع قيم معامل الارتباط (سبيرمان) الخاصة بفقرات الأبعاد الثلاثة (اليقظة الاستراتيجية، الأمن المعلوماتي، نشاط الضغط والتأثير) للمحور الأول من الاستبيان (الذكاء الاقتصادي) موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى معنوية 1% مما يدل على اتساق هذه الفقرات مع أبعادها.

ب- نتائج الاتساق الداخلي للمحور الثاني (أداء المؤسسة الاقتصادية):

• نتائج الاتساق الداخلي للبعد الأول (النمو والتعلم):

الجدول (2-7): الاتساق الداخلي لفقرات البعد الأول (النمو والتعلم)

الفقرة	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية
1	0.763**	0.000
2	0.676**	0.000
3	0.848**	0.000
4	0.893**	0.000

** : الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع قيم معامل الارتباط "سبيرمان" بين كل فقرة من فقرات البعد الأول والدرجة الكلية للبعد (النمو والتعلم) دالة احصائياً عند مستوى معنوية 1%، حيث كانت أدنى قيمة لمعامل الارتباط 0.676 فيما كانت أكبر قيمة تساوي 0.893، وعليه فإن جميع فقرات هذا البعد متسقة داخليا مع البعد الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الاول المتمثل في النمو والتعلم.

• نتائج الاتساق الداخلي للبعد الثاني (العمليات الداخلية):

الجدول (2-8): الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني (العمليات الداخلية)

الفقرة	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية
1	0.771**	0.000
2	0.819**	0.000
3	0.811**	0.000
4	0.758**	0.000
5	0.727**	0.000

** : الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع قيم معامل الارتباط "سبيرمان" بين كل فقرة من فقرات البعد الثاني والدرجة الكلية للبعد (العمليات الداخلية) دالة احصائياً عند مستوى معنوية 1%، حيث كانت أدنى قيمة لمعامل الارتباط 0.727 فيما كانت أكبر قيمة تساوي 0.819، وعليه فإن جميع فقرات هذا البعد متسقة داخليا مع البعد الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني المتمثل في العمليات الداخلية.

• نتائج الاتساق الداخلي للبعد الثالث (رضا العملاء):

الجدول (2-9): الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث (رضا العملاء)

الفقرة	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية
1	0.676**	0.000
2	0.622**	0.000
3	0.830**	0.000
4	0.839**	0.000
5	0.850**	0.000

** : الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع قيم معامل الارتباط "سبيرمان" بين كل فقرة من فقرات البعد الثالث والدرجة الكلية للبعد (رضا العملاء) دالة احصائياً عند مستوى معنوية 1%، حيث كانت أدنى قيمة لمعامل الارتباط 0.622 فيما كانت أكبر قيمة تساوي 0.850، وعليه فإن جميع فقرات هذا البعد متسقة داخليا مع البعد الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث المتمثل في رضا العملاء.

• نتائج الاتساق الداخلي للبعد الرابع (البعد المالي):

الجدول (2-10): الاتساق الداخلي لفقرات البعد الرابع (البعد المالي)

الفقرة	قيمة معامل الارتباط سبيرمان	مستوى المعنوية
1	0.650**	0.000
2	0.701**	0.000
3	0.652**	0.000
4	0.723**	0.000
5	0.845**	0.000

** : الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع قيم معامل الارتباط "سبيرمان" بين كل فقرة من فقرات البعد الرابع والدرجة الكلية للبعد (البعد المالي) دالة احصائياً عند مستوى معنوية 1%، حيث كانت أدنى قيمة لمعامل الارتباط 0.650 فيما كانت أكبر قيمة تساوي 0.845، وعليه فإن جميع فقرات هذا البعد متسقة داخليا مع البعد الذي تنتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الرابع المتمثل في البعد المالي. من الجداول السابقة يمكن القول بأن جميع قيم معامل الارتباط (سبيرمان) الخاصة بفقرات الأبعاد الأربعة (النمو والتعلم، العمليات الداخلية، رضا العملاء، البعد المالي) للمحور

الثاني من الاستبيان (أداء المؤسسة الاقتصادية) موجبة ودالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 1% مما يدل على اتساق هذه الفقرات مع أبعادها.

ثانياً: ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات الاستبيان أن هذا الأخير يعطى نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبيان يعني الاستقرار في نتائجه وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعه على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة.

لغرض اختبار ثبات أداة الدراسة إحصائياً سيتم الاعتماد على معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) والذي يقيس مدى ثبات أداة الدراسة ومختلف متغيراتها، وكذلك مختلف الأبعاد المكونة لها، الذي تتراوح قيمته بين 0 و1، حيث كلما اقترب من 1 دل على وجود ثبات عالي بينما يدل على عدم وجود ثبات كلما اقتربت قيمته من 0، وكما تجدر الإشارة إلى أن الحد الأدنى المتفق عليه لهذا المعامل هو 0.60. حيث كلما كان أكبر من (0.60) كان أفضل وأحسن ثباتاً، ونتائج الاختبار موضحة في الجدول التالي:

الجدول (2-11): نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات الاستبيان

قيمة ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	
0.882	19	الذكاء الاقتصادي
0.841	6	اليقظة الاستراتيجية
0.622	6	الأمن المعلوماتي
0.874	7	نشاط الضغط والتأثير
0.921	19	أداء المؤسسة الاقتصادية
0.800	4	النمو والتعلم
0.837	5	العمليات الداخلية
0.840	5	رضا العملاء
0.804	5	البعد المالي
0.945	38	الاستبيان ككل

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

بلغت قيمة معامل الثبات الكلي لأداة الدراسة (الاستبيان ككل) 0.945 وهو معامل ثبات مرتفع ومناسب لأغراض البحث، حيث يتضح أن أداة القياس تتمتع بدرجة عالية من الثبات، مما يجعلنا نعتد عليه في إجراء مختلف اختبارات هذه الدراسة، وبالتالي تحقيق أهدافها وفيما يلي عرض لنتائج هذا الاختبار متغيراً تلو الآخر:

بداية بمكونات المتغير المستقل الرئيسي والمتمثل في الذكاء الاقتصادي حيث يلاحظ أن كل أبعاده (المتغيرات المستقلة الفرعية) حققت نسبة ثبات كبيرة والتي تفوق كلها نسبة 0.6 وتراوح قيمها ما بين 0.622 و0.874، وعليه فإن هذه النتائج تعكس عموما الثبات الكبير الذي يتصف به هذا المحور والذي بلغت قيمة معامل ثباته 0.882، ومنه يمكن الاعتماد على هذه المحور بجميع أبعاده في تحليلنا للعينة محل الدراسة.

بالنسبة للمتغير التابع والمتمثل في أداء المؤسسة الاقتصادية نلاحظ أن كل أبعاده وهي: النمو والتعلم، العمليات الداخلية، رضا العملاء والبعد المالي، تبين بأن هذا المتغير يتمتع بدرجة ثبات كبيرة جدا، وهي ما تعكسه قيم معامل الثبات لجميع أبعاده والمحصورة بين أقل قيمة وهي 0.800 وأعلى قيمة وهي 0.840 والتي انعكست نتائجها بالإيجاب على ثبات المتغير التابع (أداء المؤسسة الاقتصادية) ككل والذي بلغ عنده معامل الثبات 0.921.

المطلب الثالث: وصف خصائص عينة الدراسة

فيما يلي سوف نتطرق إلى دراسة خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول (2-12): توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغير	الفترة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	51	68%
	أنثى	24	32%
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	13	17.3%
	من 30 إلى 40 سنة	39	52%
	من 41 إلى 50 سنة	22	29.3%
	أكثر من 50 سنة	1	1.3%
المؤهل العلمي	ثانوي	0	0%
	تقني سامي	9	12%
	ليسانس	34	45.3%
	ماستر/ مهندس	23	30.7%
	دراسات عليا	9	12%
الانتماء الوظيفي	دائرة الموارد البشرية	4	5.3%
	دائرة المحاسبة والمالية	12	16%
	الدائرة التجارية	38	50.7%
	الدائرة التقنية	21	28%
الرتبة الوظيفية	موظف مصلحة	60	80%
	رئيس مصلحة	10	13.3%
	مدير	5	6.7%
الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	18	24%
	بين 5 و 10 سنوات	21	28%
	أكثر من 10 سنوات	36	48%

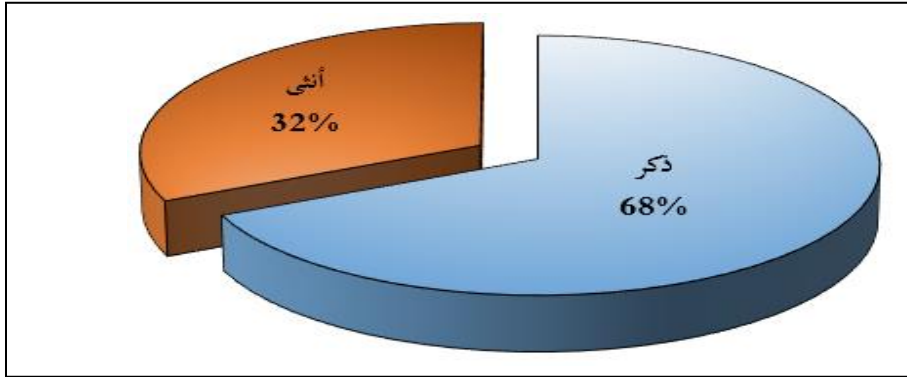
المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

الفرع الأول: تحليل خصائص افراد العينة وفق البيانات الشخصية

أولاً: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

أظهرت نتائج الجدول السابق (2-12) أن غالبية أفراد العينة كانوا ذكورا حيث بلغت نسبتهم 68% في حين بلغت نسبة الإناث 32%، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل (2-7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



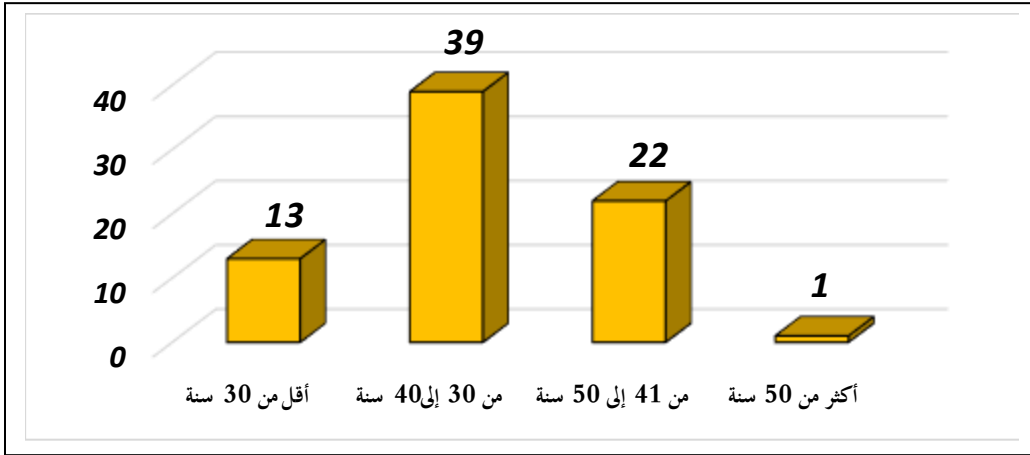
المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Excel 2013

ثانياً: توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية.

يتضح لنا من الجدول السابق (2-12) أن أفراد العينة المدروسة هم موظفون معظمهم شباب، حيث عادت أكبر نسبة الى الفئة الذين تنحصر أعمارهم بين 30 و 40 سنة بنسبة 52% وهذا السن يمثل أفضل سن للموظف اذ يجمع بين القوة العقلية والرشادة وبين القوة العضلية، تليها فئة الذين تتراوح أعمارهم بين 41 و 50 سنة بنسبة 23.3% ثم تليها الفئة العمرية التي أعمارهم تقل عن 30 سنة بنسبة 17.3% وأخيرا تليها فئة الكهول ممن تتجاوز أعمارهم 50 سنة بنسبة اقل من سابقاتها وهي 1.3%.

ولعل ارتفاع نسبة الشباب ضمن أفراد عينة الدراسة يعود إلى اهتمام المؤسسات عينة الدراسة بتوظيف هذه النوعية من الموظفين، أو قد يعود أيضا إلى اهتمامها بفئة الشباب وتكوينهم حتى يقوموا بتقديم خدمات ذات جودة عالية ويمثلوا مؤسساتهم أحسن تمثيل سواء داخل مقراتها أو خارجها والشكل الاتي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي:

الشكل (2-8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية



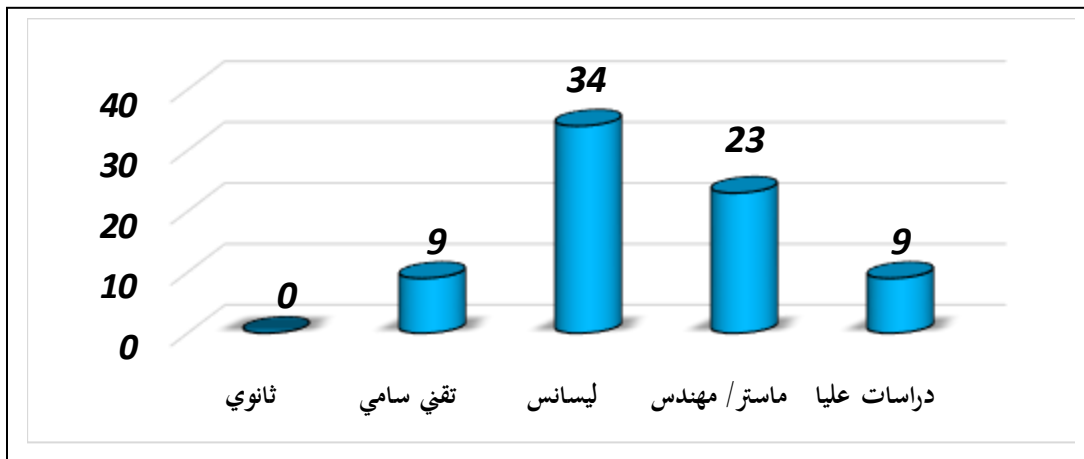
المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Excel 2013

ثالثا: توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي.

يتضح لنا من الجدول السابق (2-12) ان أغلب أفراد العينة المدروسة هم من حملت كل من شهادة ليسانس وشهادة مهندس او ماستر بنسبة 45.3% و 30.7% على الترتيب وهذا ما يتماشى مع طبيعة عينة الدراسة التي تتعلق بالإطارات والمسيرين في المؤسسات محل الدراسة بينما قدرت نسبة كل من حاملي شهادة تقني سامي ودراسات عليا بـ 12%، مع انعدام نسبة الافراد ذوي المستوى الثانوي.

لعل هذه النتائج سببها اهتمام المؤسسات عينة الدراسة بتوظيف الاشخاص ذوي الشهادات الجامعية، وما ارتفاع نسبة الذين يملكون شهادة ليسانس أو الماستر الا دليل على ذلك وتظهر لنا هذه النتائج ان متغير المؤهل العلمي لأفراد عينة الدراسة يبلغ 100% جامعي ويعود الارتفاع الى احتياج المؤسسات العاملة في قطاع الاتصالات الى أفراد ذوي كفاءة في استخدام تكنولوجيا المعلومات وذلك لتسيير شؤون المؤسسة وكذلك احتياجها الى التغير المستمر والابداع الدائم والمرونة في المحيط التنافسي. والشكل الاتي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي:

الشكل (2-9): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Excel 2013

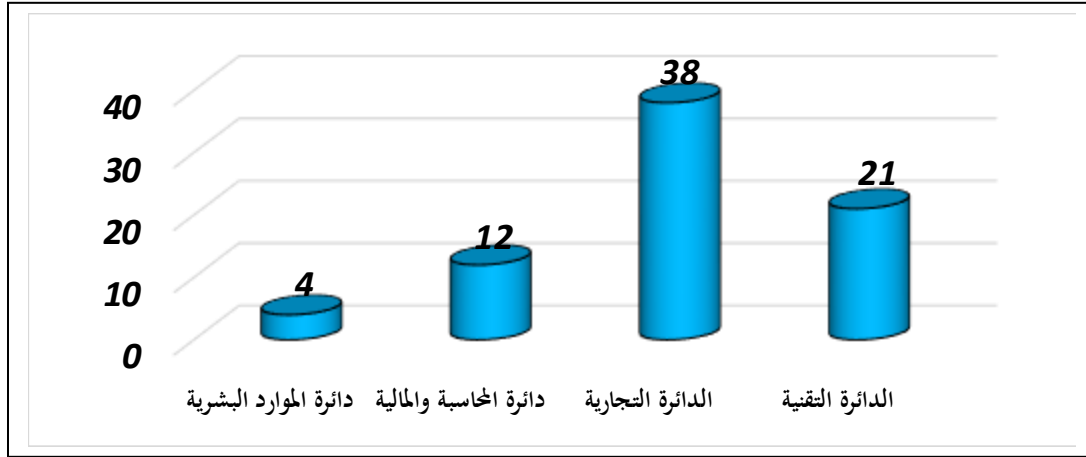
الفرع الثاني: تحليل خصائص افراد العينة وفق البيانات الوظيفية

أولاً: توزيع أفراد العينة حسب متغير الانتماء الوظيفي.

نلاحظ من الجدول (2-12) أن النسبة الأكبر وهي 50.67% من أفراد العينة محل الدراسة ينتمون إلى الدائرة التجارية، أما الافراد الذين ينتمون الى الدائرة التقنية فهم يمثلون نسبة 28%، تليها فئة الافراد الذين ينتمون لدائرة المحاسبة والمالية بنسبة قدرها 16%، وأخيراً دائرة الموارد البشرية حيث بلغت نسبة الافراد الذين ينتمون إليها 5.3%، وهذا راجع لطبيعة نشاط المؤسسات محل الدراسة والتي تعتمد على الوظائف التي تنتمي الى الحقل التجاري بشكل كبير من أجل تسويق منتجاتها كركيزة أساسية و كذا الوظائف التي تنتمي الى الحقل التقني من اجل ضمان جودة الخدمات المقدمة في مجال تكنولوجيا الاتصالات.

والشكل الاتي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الانتماء الوظيفي:

الشكل (2-10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الانتماء الوظيفي



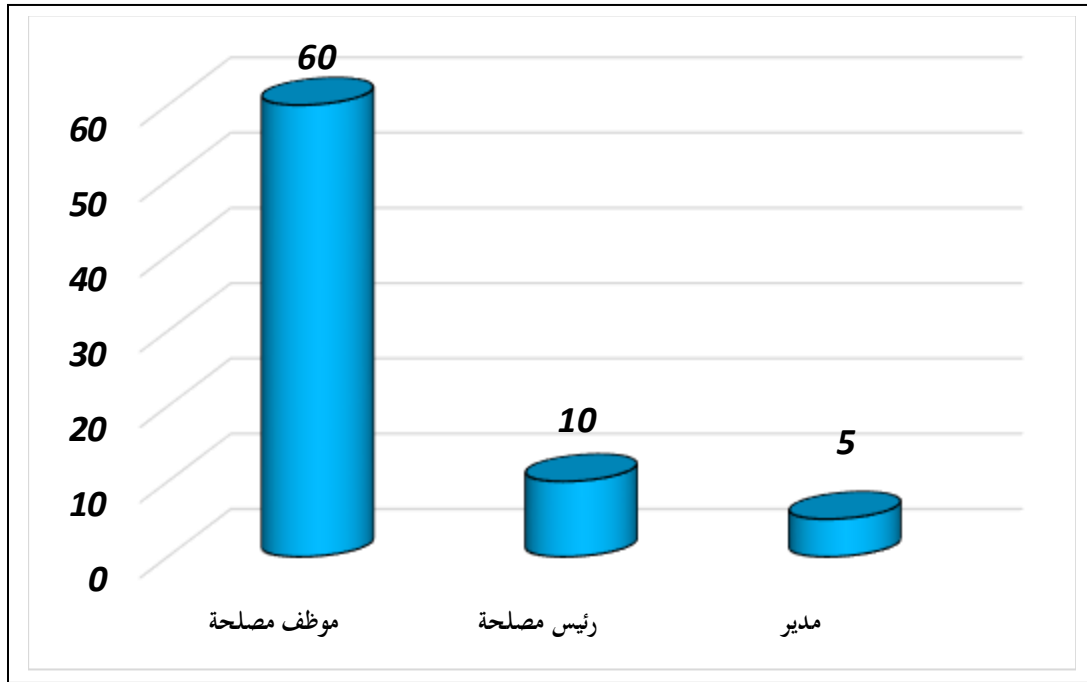
المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Excel 2013

ثانياً: توزيع أفراد العينة حسب متغير الرتبة الوظيفية.

سجلنا من خلال بيانات الجدول السابق (2-12) ان الرتبة الوظيفية موظف بالمصلحة و الذين يمارسون مهامهم عبر مختلف المصالح و الدوائر يمثلون أغلبية افراد العينة المدروسة بنسبة تساوي 80% حيث ضمت هذه الفئة مختلف الإطارات الإدارية و التقنية ، تليها منصب رئيس مصلحة بنسبة 13.3% لتشمل كل منصب رئيس مكتب و رئيس مصلحة و رئيس دائرة و كذا المشرفين، و حل أخيراً المنصب القيادي المتمثل في منصب مدير بنسبة 6.7% الذي ضم منصب مدير الوكالة التجارية لمختلف المؤسسات محل الدراسة وهذا ما يتماشى مع طبيعة عينة الدراسة التي تتعلق بالإطارات و المسيرين في المؤسسات محل الدراسة.

و الشكل الاتي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة الوظيفية:

الشكل (2-11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة الوظيفية

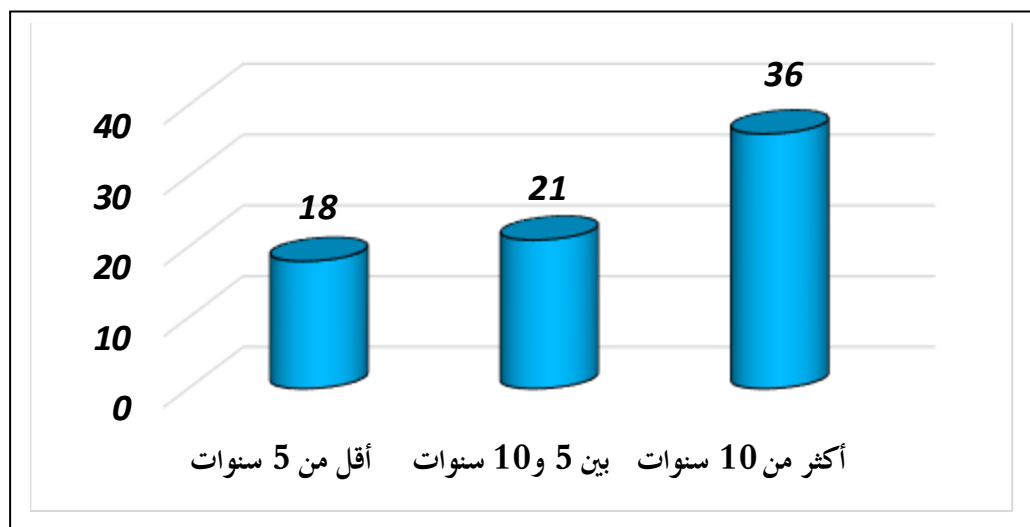


المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Excel 2013

ثالثا: توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية.

يلاحظ من خلال تحليل نتائج الجدول السابق (2-12) فيما يخص متغير الخبرة المهنية ان 48 % من أفراد عينة الدراسة تفوق سنوات خبرتهم المهنية 10 سنوات وهي النسبة الغالبة في عينة الدراسة وهي الفئة ذات الخبرة المهنية والكفاءة العالية التي تعتمد عليها المؤسسات محل الدراسة في التسيير. اما الافراد الذين تتراوح سنوات خبرتهم بين 5 و 10 سنوات والذين تقل سنوات خبرتهم عن 5 سنوات بلغت نسبتهم 28 % و 24 % على التوالي وهذه النسبة تدل على ان فئة الإطارات الشابة لها دور وتحتل جزء لا بأس به من الوظائف رغم حاجتها الى التكوين والتوجيه في اغلب الأحيان، وهذا ما يعكس توظيف الأفراد الجدد دوريا في مقابل الأفراد الذين لهم أقدمية وخبرة طويلة في المؤسسات محل الدراسة. والشكل الاتي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية:

الشكل (2-12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية.



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Excel 2013

من خلال العرض الوصفي والتحليلي لخصائص افراد العينة وفق البيانات الشخصية والوظيفية، يظهر جليا أن غالبيتهم من الذكور، ولعل هذا يعود إلى ثقافة المؤسسات عموما اتجاه الاعتماد على الرجال خاصة في مراكز صناعة القرار وتقلد المسؤوليات، وذلك بالنظر إلى ارتفاع نسبة من يشغلون وظائف ذات مسؤولية وسلطة وقرار. كما يتبين أن غالبيتهم من الفئة الشابة ومن خريجي الجامعات وذوي خبرات في معظمها تفوق 10 سنوات.

المطلب الرابع: اختبار وتحليل ومناقشة فرضيات الدراسة

الفرع الأول: اختبار التوزيع الطبيعي (اعتدالية التوزيع)

ان الهدف من استخدام هذا الاختبار هو التحقق من اعتدالية العينة محل الدراسة المسحوبة من مجتمع الدراسة المستهدف، اذ ندرس من خلال هذا الاختبار هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي؟ ان كان الجواب بنعم فإنه يمكننا تطبيق الاختبارات البارامترية على عينتنا محل الدراسة.

بما أن حجم عينة الدراسة هو 75 فرد واختبار Shapiro-Wilk تم تقييده في الأصل لحجم عينة أقل من 50 (Mohd Razali, 2011)، فقد تم الاعتماد على اختبار Kolmogorov-Smirnov للتحقق مما إذا كانت البيانات التي تم جمعها من خلال الإستبانة تتبع التوزيع الطبيعي أم لا وبالتالي تحديد نوع الاختبارات الإحصائية المعتمدة في اختبار فرضيات الدراسة فيما إذا كانت اختبارات معلمية أو غير معلمية.

ويقوم اختبار Kolmogorov-Smirnov على اختبار الفرضية الصفرية التي تقتضي بتبعية توزيع المتغير أو العينة بتوزيع طبيعي، وفي جدول النتائج نشاهد قيمة إحصاءة الاختبار والقيمة المعنوية وحيث أن قاعدة قبول أو رفض الفرضية الصفرية هي (إذا كانت القيمة الاحتمالية (P-value) أقل من 0.05) نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية التي

تنص على ان بيانات العينة تتبع التوزيع الطبيعي. والجدول (2-13) يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov لمتغيرات الدراسة والاستبيان ككل.

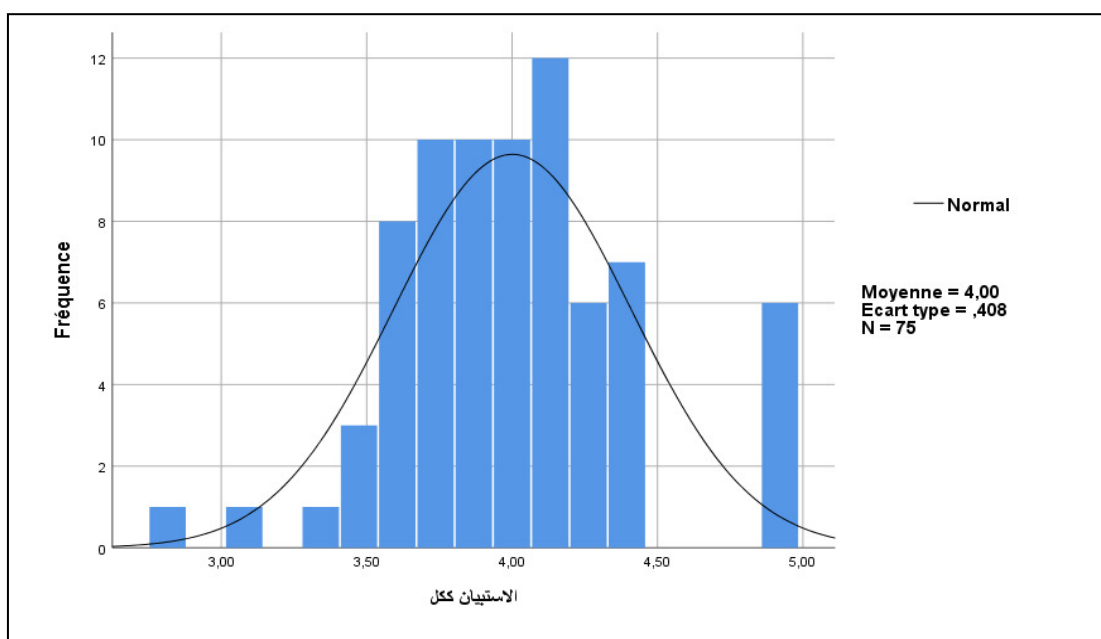
الجدول (2-13): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

مستوى المعنوية	Kolmogorov-Smirnov Z	متغيرات الدراسة
0.086	0.096	الذكاء الاقتصادي
0.065	0.099	أداء المؤسسة الاقتصادية
0.200*	0.073	الاستبيان ككل
	0.1544	قيمة Z الجدولية

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

أوضحت نتائج اختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov مدى إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي، حيث قدر مستوى المعنوية 0.200 أكبر من 0.05 لأداة الدراسة (الاستبيان) مما يدل على أن بيانات العينة محل الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، كما نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة Z المحسوبة 0.073 أصغر من الجدولية 0.1544. والشكل البياني التالي والمتمثل في المدرج التكراري ومنحنى التوزيع الطبيعي لأداة الدراسة توضح مدى صحة توزيع البيانات توزيعا طبيعيا.

الشكل (2-13): منحنى التوزيع الطبيعي للاستبيان ككل



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

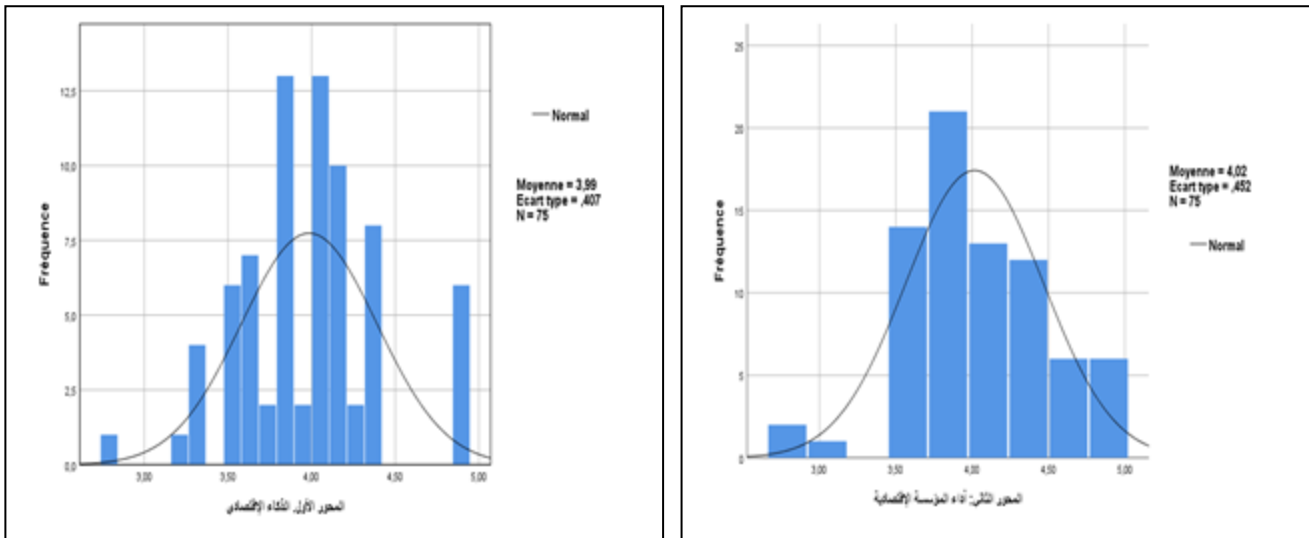
من خلال الجدول (2-13) يتبين لنا أن بيانات المحورين الأول والثاني تتبع التوزيع الطبيعي حسب معامل كولموكروف سميرونوف الذي يتحدد على أساس $Sig > 0.05$ ، أي كلما كان مستوى المعنوية أكبر من 0.05 كلما كانت البيانات

تتبع التوزيع الطبيعي، حيث يظهر لنا أن المحور الأول (الذكاء الاقتصادي) حقق في هذا الاختبار بقيمة 0.096 عند مستوى المعنوية $Sig = 0.086$.

وكذلك الشأن بالنسبة للمحور الثاني (أداء المؤسسة الاقتصادية) نجد انه حقق القيمة 0.099 في هذا الاختبار عند مستوى معنوية $Sig=0.065$ ، وهذا يدل على ان هذا المحور والمتعلق بأداء المؤسسة الاقتصادية يتبع التوزيع الطبيعي لان $Sig > 0.05$.

والرسومات البيانية التالية توضح ذلك:

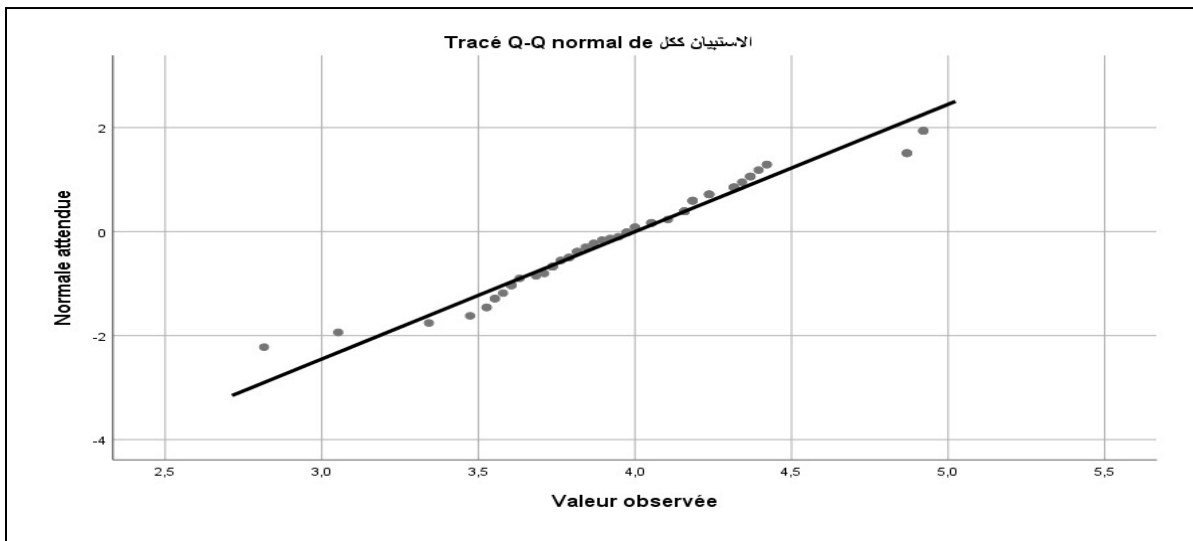
الشكل (2-14): منحني التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة (الذكاء الاقتصادي، أداء المؤسسة الاقتصادية)



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25.

من الأشكال السابقة يتضح أن المنحنيات تأخذ شكل جرس كما نلاحظ عدم وجود التواء لا الى اليمين ولا الى اليسار وبالتالي البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ومنه يمكننا استخدام الاختبارات المعلمية في دراسة الفرضيات.

الشكل (2-15): منحني التوزيع الطبيعي للقيم المتبقية



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

يؤكد الشكل السابق أن هناك اعتدال في توزيع البواقي حيث أنها تتجمع بانتظام حول مستقيم الانحدار وهذا يدل على التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة.

الفرع الثاني: تحليل ومناقشة نتائج فرضيات الدراسة.

أولاً: نتائج تحليل ومناقشة الفرضيات الفرعية

من أجل إثبات الفرضية الرئيسية يجب التطرق أولاً للفرضيات الفرعية.

- الفرضية الفرعية الأولى: تنص على ان مؤسسات الاتصالات تطبق أسلوب الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاثة وقد تم دراسة هذه الفرضية من خلال تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول فقرات أبعاد المحور الأول (الذكاء الاقتصادي) وذلك بحساب المتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة.

أ- اليقظة الاستراتيجية:

الجدول (2-14): التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الأول (اليقظة الاستراتيجية)

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	التكرارات والنسب المئوية					الفقرة	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
6	موافق	0.767	3.71	11	34	27	3	0	التكرار	1- تلجأ مؤسساتكم إلى التعاون مع مخابر البحث والجهات الاستشارية العلمية للحصول على المعلومات.
				14.7	45.3	36	4	0	النسبة (%)	
4	موافق	0.723	3.93	14	44	16	0	1	التكرار	2- تتعلم مؤسساتكم من الأخطاء التي تقع فيها المؤسسات المنافسة وتعمل على تجنبها في المستقبل.
				18.7	58.7	21.3	0	1.3	النسبة (%)	
1	موافق	0.538	4.15	16	55	3	1	0	التكرار	3- مؤسساتكم تراقب محيطها بصفة منتظمة ومستمرة.
				21.3	73.3	4	1.3	0	النسبة (%)	
5	موافق	0.730	3.81	13	36	25	1	0	التكرار	4- مؤسساتكم تتنبأ بالفرص والتهديدات المتواجدة في بيئتها الخارجية.
				17.3	48	33.3	1.3	0	النسبة (%)	
2	موافق	0.535	4.11	15	53	7	0	0	التكرار	5- مؤسساتكم قادرة على تحديد نقاط القوة والضعف المتواجدة بها.
				20	70.7	9.3	0	0	النسبة (%)	
3	موافق	0.657	3.97	14	46	14	1	0	التكرار	6- تقوم مؤسساتكم بجمع المعلومات قصد تدارك النواقص واستباق المنافسين وتخفيض المخاطر المحتملة.
				18.7	61.3	18.7	1.3	0	النسبة (%)	
3	موافق	0.496	3.946	اليقظة الاستراتيجية						

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن المتوسطات الحسابية لفقرات بعد اليقظة الاستراتيجية تتراوح ما بين 3.71 و4.15 أي أن جل إجابات أفراد عينة الدراسة كانت بدرجة موافق فيما يخص اهتمام مؤسستهم باليقظة الاستراتيجية وهذا ما يؤكد المتوسط العام للبعد الذي بلغ 3.946 بانحراف معياري قدره 0.496 وهو متوسط يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات مقياس ليكرت الخماسي [3.4-4.2] والتي تشير الى خيار موافق، وبالتالي فإن مؤسسات الاتصالات تطبق بعد اليقظة الاستراتيجية. ومن خلال النتائج المتوصل إليها يتضح لنا أن مؤسسات الاتصالات محل الدراسة تتبنى مفهوم اليقظة الاستراتيجية من خلال مراقبة ورصد كل التغيرات الإيجابية والسلبية التي حدثت وتحدث في بيئتها وهو ما يعطيها القدرة على مراقبة محيطها.

ب-الأمن المعلوماتي:

الجدول (2-15): التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الثاني (الأمن المعلوماتي)

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	التكرارات والنسب المئوية					الفقرة	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
5	موافق	0.914	3.95	23	29	21	2	0	التكرار	1-تدخل مؤسستكم شروط سرية المعلومات ضمن عقود الموظفين.
				30.7	38.7	28	2.7	0	النسبة (%)	
3	موافق	0.859	4.07	21	44	7	0	3	التكرار	2-تقوم مؤسستكم بدورات تدريبية للموظفين حول كيفية حفظ البيانات وتخزينها والمحافظة عليها من خطر التلف أو الضياع أو حتى سوء الاستخدام.
				28	58.7	9.3	0	4	النسبة (%)	
2	موافق بشدة	0.660	4.25	24	49	0	1	1	التكرار	3-تتوفر مؤسستكم على نظم مراقبة دخول الموظفين والحماية المادية لمبانيها (رموز الدخول، الحراسة، الانذار، أنظمة ضد الحرائق، بطاقة الموظف والزائر، سيرة الزيارة، ...).
				32	65.3	0	1.3	1.3	النسبة (%)	
1	موافق بشدة	0.464	4.31	23	52	0	0	0	التكرار	4-تتوفر مؤسستكم على برامج لحماية المعلومات من التلف والتعرض للاختراق والقرصنة الالكترونية والفيروسات.
				30.7	69.3	0	0	0	النسبة (%)	
6	موافق	0.773	3.59	7	35	29	3	1	التكرار	5-تستعين مؤسستكم بخبراء موثوقين في مجال البرمجيات لتطوير نظم حماية البيانات.
				9.3	46.7	38.7	4	1.3	النسبة (%)	
4	موافق	0.697	4	15	48	9	3	0	التكرار	6-تحتفظ مؤسستكم بنسخ احتياطية لمعلوماتها المهمة والسرية في مكان امن.
				20	64	12	4	0	النسبة (%)	
1	موافق	0.436	4.026	الأمن المعلوماتي						

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن قيم المتوسطات الحسابية لفقرات بعد الأمن المعلوماتي تتراوح ما بين 3.59 و4.31 وهي تقع ضمن مجال موافق وموافق بشدة، كما أن المتوسط العام للبعد بلغ 4.026 بانحراف معياري قدره 0.436 وهي نتائج تشير إلى موافقة غالبية أفراد العينة على أن مؤسساتهم تهتم بالأمن المعلوماتي كما توفر برامج لحماية المعلومات من التلف والتعرض للاختراق والقرصنة الإلكترونية والفيروسات حيث احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.31 وانحراف معياري 0.464. وبما أن مؤسسات الدراسة تنشط في قطاع الاتصالات وهو قطاع حساس للغاية فإنه يفرض عليها أن تولي أهمية بالغة لهذا فيما يخص الأمن المعلوماتي انطلاقاً من تحسيس موظفيها فيما يتعلق بحماية المعلومة، كما تحرص المؤسسات الناشطة في هذا المجال على تأمين محيطها من خلال حماية أنظمتها المعلوماتية بواسطة أجهزة وبرمجيات متخصصة.

ج- نشاط الضغط والتأثير:

الجدول (2-16): التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الثالث (نشاط الضغط والتأثير)

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	التكرارات والنسب المئوية					الفقرة	
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
7	موافق	0.798	3.89	0	5	13	42	15	التكرار	1-تواجه مؤسساتكم الخدمات الجديدة من قبل المنافسين بخدمات أحسن منها.
				0	6.7	17.3	56	20	النسبة (%)	
5	موافق	0.640	3.91	0	1	16	47	11	التكرار	2- لدى مؤسساتكم علاقات عالية المستوى تستخدمها في التأثير على البيئة الخارجية
				0	1.3	21.3	62.7	14.7	النسبة (%)	
1	موافق	0.630	4.15	0	1	7	47	20	التكرار	3-تستخدم مؤسساتكم شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام للترويج والحفاظة على سمعتها في بيئة العمل.
				0	1.3	9.3	62.7	26.7	النسبة (%)	
4	موافق	0.801	3.92	0	2	21	33	19	التكرار	4-تعاون مؤسساتكم مع منظمات وهيئات ذات تأثير على المستوى الوطني لتحقيق رضا زبائننا.
				0	2.7	28	44	25.3	النسبة (%)	
2	موافق	0.781	4.11	0	2	13	35	25	التكرار	5-مؤسساتكم تشارك بفعالية في مختلف المنتقيات والمؤتمرات.
				0	2.7	17.3	46.7	33.3	النسبة (%)	
3	موافق	0.830	4.01	0	4	13	36	22	التكرار	6-تسعى مؤسساتكم للتأثير على بيئة العمل بما يؤدي إلى تحقيق أهدافها.
				0	5.3	17.3	48	29.3	النسبة (%)	
6	موافق	0.689	3.89	0	2	16	45	12	التكرار	7-تمتلك مؤسساتكم قوة تفاوضية عالية مقارنة بالموردين والزبائن.
				0	2.7	21.3	60	16	النسبة (%)	
2	موافق	0.560	3.982	الضغط والتأثير						

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن: البعد الأخير الا وهو نشاط الضغط والتأثير تتراوح المتوسطات الحسابية لفقراته ما بين 3.89 و4.15 وهي بذلك تقع ضمن مجال موافق حسب مقياس ليكرت الخماسي وكذلك هو الأمر بالنسبة للمتوسط العام للبعد الذي بلغ 3.982 بانحراف معياري 0.560 ومنه فان غالبية إجابات أفراد العينة تدل على اهتمام مؤسسات الاتصالات بنشاط الضغط والتأثير وذلك باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام للترويج والمحافظة على سمعتها في بيئة العمل حسب ما ورد في الفقرة رقم 3 والتي احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.15 وانحراف معياري 0.630. وكذلك من خلال المشاركة بفعالية في مختلف المنتقيات والمؤتمرات المحلية والدولية بغية إقامة علاقات مع مختلف المنظمات والهيئات ذات التأثير على المستوى الوطني لتحقيق رضا زبائنها وهذا ما يساهم كذلك في تحقيق أهداف هذه المؤسسات التي تضمن لها سمعتها ومكانتها في سوق الاتصالات الذي يتميز بمنافسة شرسة.

- الفرضية الفرعية الثانية:

بعدما تم الوقوف على واقع تطبيق مؤسسات الاتصالات لعناصر الذكاء الاقتصادي، سنقوم بإتباع نفس الطريقة بالنسبة لأداء المؤسسة للإجابة على الفرضية التي تنص على ان مستوى أداء مؤسسات الاتصالات مرتفع من وجهة نظر إدارات ومسيري المؤسسات محل الدراسة، كما ما هو مبين في الجداول الآتية:

أ- النمو والتعلم:

الجدول (2-17): التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الأول (النمو والتعلم)

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	التكرارات والنسب المئوية					الفقرة	
				موافق بشدة	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة		
1	موافق بشدة	0.604	4.35	0	1	2	42	30	التكرار	1-تعمل مؤسستكم على تعزيز تكنولوجيا المعلومات لتسهيل الاتصالات وتبادل المعلومات.
				0	1.3	2.7	56	40	النسبة (%)	
2	موافق بشدة	0.610	4.29	0	1	3	44	27	التكرار	2-تعمل مؤسستكم على عقد دورات تدريبية لتنمية قدرات الموظفين.
				0	1.3	4	58.7	36	النسبة (%)	
3	موافق بشدة	0.644	4.27	0	0	8	39	28	التكرار	3-تعمل مؤسستكم على ابتكار خدمات جديدة مطلوبة للبيئة التنافسية الجديدة.
				0	0	10.7	52	37.3	النسبة (%)	
4	موافق بشدة	0.844	4.13	0	2	16	27	30	التكرار	4-تقوم مؤسستكم بالبحث باستمرار عن عملاء جدد.
				0	2.7	21.3	36	40	النسبة (%)	
1	موافق بشدة	0.539	4.260	النمو والتعلم						

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن:

بعد النمو و التعلم جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية المعطاة له من قبل أفراد العينة مقارنة بباقي الأبعاد الأخرى، فإن هذا البعد يشير إلى نسبة موافقة كبيرة حيث أن المتوسط الحسابي لهذا البعد بلغ 4.260 و بانحراف معياري 0.539 ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا المتوسط يقع ضمن الفئة الخامسة [4.2-5] والتي تشير الى خيار موافق بشدة ، كما نلاحظ أن متوسط إجابات الأفراد عن فقرات هذا البعد تتراوح ما بين 4.13 و 4.35 وهي تقع ضمن مجال موافق وموافق بشدة ومنه فإن النتائج تشير الى موافقة غالبية أفراد العينة على أن مؤسساتهم تولي اهتماما كبيرا لهذا المحور خاصة العمليات المرتبطة بالاستثمار في مواردها البشرية إلى جانب تعزيز تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و استخدامها لتسهيل الاتصالات و تبادل المعلومات.

ب-العمليات الداخلية:

الجدول (2-18): التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الثاني (العمليات الداخلية)

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	التكرارات والنسب المئوية					الفقرة	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
5	موافق	0.709	3.89	0	4	11	49	11	التكرار	1-لدى مؤسساتكم مرونة وسرعة في الاستجابة لطلبات العملاء.
				0	5.3	14.7	65.3	14.7	النسبة (%)	
2	موافق بشدة	0.678	4.20	0	1	8	41	25	التكرار	2-تولى مؤسساتكم أهمية للبحث والتطوير لتحسين خدماتها.
				0	1.3	10.7	54.7	33.3	النسبة (%)	
1	موافق بشدة	0.704	4.27	0	2	5	39	29	التكرار	3-تعد جودة الخدمات هدف تسعى اليه مؤسساتكم للتفوق على باقي المنافسين.
				0	2.7	6.7	52	38.7	النسبة (%)	
4	موافق	0.638	4.16	0	1	7	46	21	التكرار	4-تسعى مؤسساتكم دوما لإعادة تطوير مهارات الموظفين.
				0	1.3	9.3	61.3	28	النسبة (%)	
3	موافق	0.594	4.16	0	1	5	50	19	التكرار	5-تقوم مؤسساتكم بتبني وظائف جديدة سعيا لتحسين جودة الخدمة.
				0	1.3	6.7	66.7	25.3	النسبة (%)	
2	موافق	0.517	4.136	العمليات الداخلية						

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن:

قيم المتوسطات الحسابية لفقرات هذا البعد تتراوح ما بين 3.89 و 4.27 وهي تقع ضمن مجال موافق وموافق بشدة، كما ان هذا البعد جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، بمتوسط العام بلغ

4.136 و بانحراف معياري قدره 0.517 وهي نتائج تشير الى موافقة غالبية أفراد العينة على أن مؤسساتهم تهتم بتطبيق بعد العمليات الداخلية مما ينعكس بالإيجاب على أدائها.

ج-رضا العملاء:

الجدول (2-19): التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الثالث (رضا العملاء)

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	التكرارات والنسب المئوية					الفقرة	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
3	موافق	0.697	3.80	10	42	21	2	0	التكرار النسبة (%)	1-تعتمد مؤسساتكم على شبكات التواصل الاجتماعي لتسهيل عملية اتصال العملاء بها.
				13.3	56	28	2.7	0		
2	موافق	0.519	3.88	4	60	9	2	0	التكرار النسبة (%)	2-تستجيب مؤسساتكم لشكاوى العملاء من أول مرة ويتم معالجة الخلل في مدة قصيرة.
				5.3	80	12	2.7	0		
4	موافق	0.838	3.69	14	28	29	4	0	التكرار النسبة (%)	3-تولي مؤسساتكم الاهتمام لدراسة نسبة العملاء الذين تخلوا عن التعامل معها والسبب وراء ذلك.
				18.7	37.3	38.7	5.3	0		
1	موافق	0.759	4.07	23	35	16	1	0	التكرار النسبة (%)	4-تقوم مؤسساتكم بدراسة وتحليل احتياجات الزبائن الحاليين والمرتقبين من أجل العمل على ارضائهم.
				30.7	46.7	21.3	1.3	0		
5	موافق	0.827	3.67	10	36	24	4	1	التكرار النسبة (%)	5-تقوم مؤسساتكم بإجراء استقصاء لقياس مستوى رضا العملاء.
				13.3	48	32	5.3	1.3		
4	موافق	0.575	3.821	رضا العملاء						

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن:

المتوسطات الحسابية لفقرات البعد تتراوح ما بين 3.67 و 4.07 وبالتالي فهي ضمن مجال الموافقة حسب مقياس ليكرت الخماسي وكذلك هو الأمر بالنسبة للمتوسط العام للبعد الذي بلغ 3.821 بانحراف معياري قدره 0.575، من خلال هذه النتائج يمكن القول أن مؤسسات الاتصالات تعمل جاهدة لكسب رضا عملائها وذلك بدراسة وتحليل احتياجات زبائنها الحاليين والمرتقبين والعمل على ارضائهم وهذا حسب ما ورد في الفقرة رقم 4 التي احتلت المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة بمتوسط حسابي 4.07 وانحراف معياري 0.759.

د- البعد المالي:

الجدول (2-20): التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري لفقرات البعد الرابع (البعد المالي)

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	التكرارات والنسب المئوية					الفقرة	
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
4	موافق	0.788	3.80	0	2	26	32	15	التكرار	1- تعمل مؤسساتكم على توفير مصادر تمويل تؤدي إلى تحسين الإيرادات وتطورها.
				0	2.7	34.7	42.7	20	النسبة (%)	
2	موافق	0.688	3.99	0	3	9	49	14	التكرار	2- تتناسب الأسعار في مؤسساتكم مع نوعية وكمية الخدمة المقدمة.
				0	4	12	65.3	18.7	النسبة (%)	
5	موافق	0.777	3.67	0	1	36	25	13	التكرار	3- تتعامل مؤسساتكم مع المورد الذي يؤمن لها مواد أولية بجودة عالية وتكلفة منخفضة.
				0	1.3	48	33.3	17.3	النسبة (%)	
1	موافق	0.570	4.16	0	1	4	52	18	التكرار	4- العمليات الاشهارية التي تقوم بها مؤسساتكم تساهم في تحسين أدائها.
				0	1.3	5.3	69.3	24	النسبة (%)	
3	موافق	0.759	3.87	0	1	24	34	16	التكرار	5- يساهم تحليل نظام التكاليف لمؤسساتكم في معرفة نقاط القوة والضعف وتعزيز الأرباح.
				0	1.3	32	45.3	21.3	النسبة (%)	
3	موافق	0.539	3.896	البعد المالي						

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن:

قيم المتوسطات الحسابية لفقرات هذا البعد تتأرجح ما بين 3.67 و 4.16 ولكنها تبقى ضمن مجال الموافقة حسب المقياس المعتمد لليكرت الخماسي، نفس الشيء بالنسبة للمتوسط العام للبعد الذي كانت قيمته 3.896 بانحراف معياري 0.539. من خلال هذه القيم يتبين مدى حرص المؤسسات على الاستغلال الأمثل لمواردها المالية لتعزيز جودة منتجاتها ورفع قيمة رأس مالها. وهذا ما يفسر مدى إدراك إدارات المؤسسات محل الدراسة على تحسين ربحية المؤسسة عبر أدائها المالي وربط الأداء أكثر بالنتائج المالية.

وعلى ضوء نتائج تحليل الفرضية الفرعية الأولى والثانية يمكننا تحديد مستوى أهمية متغيرات الدراسة كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول (2-21): ترتيب مستوى أهمية المتغيرات الرئيسية للدراسة

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب (مستوى الأهمية)
الذكاء الاقتصادي	4.016	0.451	1
أداء المؤسسة الاقتصادية	3.985	0.406	2

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

يوضح الجدول (2-20) ترتيب المتغير المستقل والمتمثل في الذكاء الاقتصادي والمتغير التابع المتمثل في أداء المؤسسة الاقتصادية ووفقا لمعطيات نتائج إجابات أفراد العينة بخصوص تأثير الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية، وبخصوص المتغير المستقل (الذكاء الاقتصادي) يعكس الجدول أعلى متوسط حسابي للمتغير بلغ 4.016 وانحراف معياري مقداره 0.451، وجاء بالمرتبة الثانية المتغير التابع المتمثل في أداء المؤسسة الاقتصادية، بمتوسط حسابي بلغ 3.985 وانحراف معياري مقداره 0.406.

وعليه فإن جميع عناصر الذكاء الاقتصادي مطبقة في مؤسسات الاتصالات محل الدراسة وذلك حسب ما ورد في نتائج تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة وبالنظر لنتائج التحليل السابق لأبعاد أداء المؤسسة الاقتصادية يتضح أن مستوى أداء مؤسسات الاتصالات من وجهة نظر اطاراتها كان مرتفعا وذلك وفقا لمقياس الدراسة المعتمد.

- الفرضية الفرعية الثالثة:

تنص الفرضية الفرعية الثالثة على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط ولقد تم الاعتماد على قاعدة القرار التالية في اختبار الفرضية:

الفرضية العدمية H_0 :

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .

الفرضية البديلة H_1 :

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05.

سنقوم بتحليل نموذج الانحدار الخطي البسيط من اجل اختبار الفرضية الفرعية الثالثة، حيث كانت نتائج هذا الاختبار موضح في الجدول الآتي:

الجدول (2-22): نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الثالثة

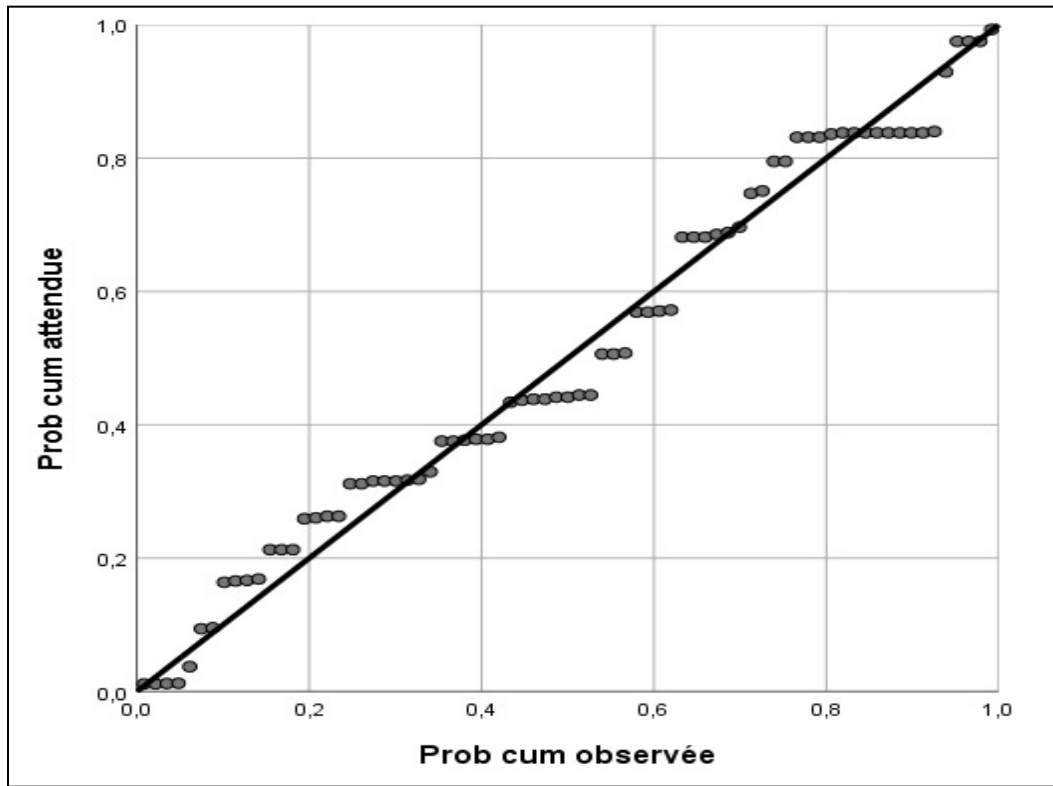
مستوى الدلالة Sig	قيمة T المحسوبة	معلمات نموذج الانحدار		مستوى الدلالة Sig	قيمة F المحسوبة	خطأ التقدير	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	
0.000	4.950	1.494	الثابت	0.000	70.971	0.323	0.493	0.702	اليقظة الاستراتيجية
0.000	8.424	0.639	اليقظة الاستراتيجية						
1.960		قيمة T الجدولية		3.84		قيمة F الجدولية			

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط قد بلغت $R = 0.702$ مما يدل على وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين اليقظة الاستراتيجية وأداء المؤسسة الاقتصادية، كما بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.493$ وهي قيمة متوسطة مما يعني أن 49.3% من التغيرات في أداء المؤسسة الاقتصادية تعود لمتغير اليقظة الاستراتيجية أما الباقي فيرجع لعوامل أخرى غير مدروسة، كما قدرت قيمة خطأ التقدير بـ 0.32394 حيث كلما اقتربت قيمته من الصفر كان أفضل. ولتقييم جودة نموذج الانحدار الخطي البسيط، فمن نفس الجدول نستطيع ملاحظة أن القيمة الخاصة بالمعلمة T المحسوبة (4.950) أكبر من قيمة T الجدولية (1.960) وقيمة مستوى الدلالة (0.000) أقل من 0.05 فان معلمة التقاطع $\hat{\beta}_0 = 1.494$ معنوية، كما أن معلمة الميل $\hat{\beta}_1 = 0.639$ هي الأخرى معنوية لأن قيمة T المحسوبة (8.424) أكبر من قيمة T الجدولية (1.960) وقيمة مستوى الدلالة (0.000) أقل من 0.05.

ولدراسة معنوية النموذج استخدمنا اختبار فيشر حيث جاءت قيمة F المحسوبة (70.971) أكبر من قيمة F الجدولية (3.84) تحت مستوى دلالة 0.000 أقل من 0.05 وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائمة على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .

ومن شروط الانحدار الخطي البسيط أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:
الشكل (2-16): منحني التوزيع الطبيعي للبواقي (للفرضية الفرعية الثالثة)



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

يؤكد الشكل السابق أن هناك اعتدال في توزيع البواقي حيث أنها تتجمع بانتظام حول المستقيم وهذا يدل على أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي.

وبالتالي يمكننا صياغة معادلة الانحدار الخطي بين المتغير المستقل الفرعي الأول والمتمثل في اليقظة الاستراتيجية (Veille) والمتغير التابع أداء المؤسسة الاقتصادية (P) بعد تقدير معاملات النموذج على الشكل التالي:

$$P = 1.494 + 0.639 \text{ Veille} + \varepsilon_i$$

بحيث:

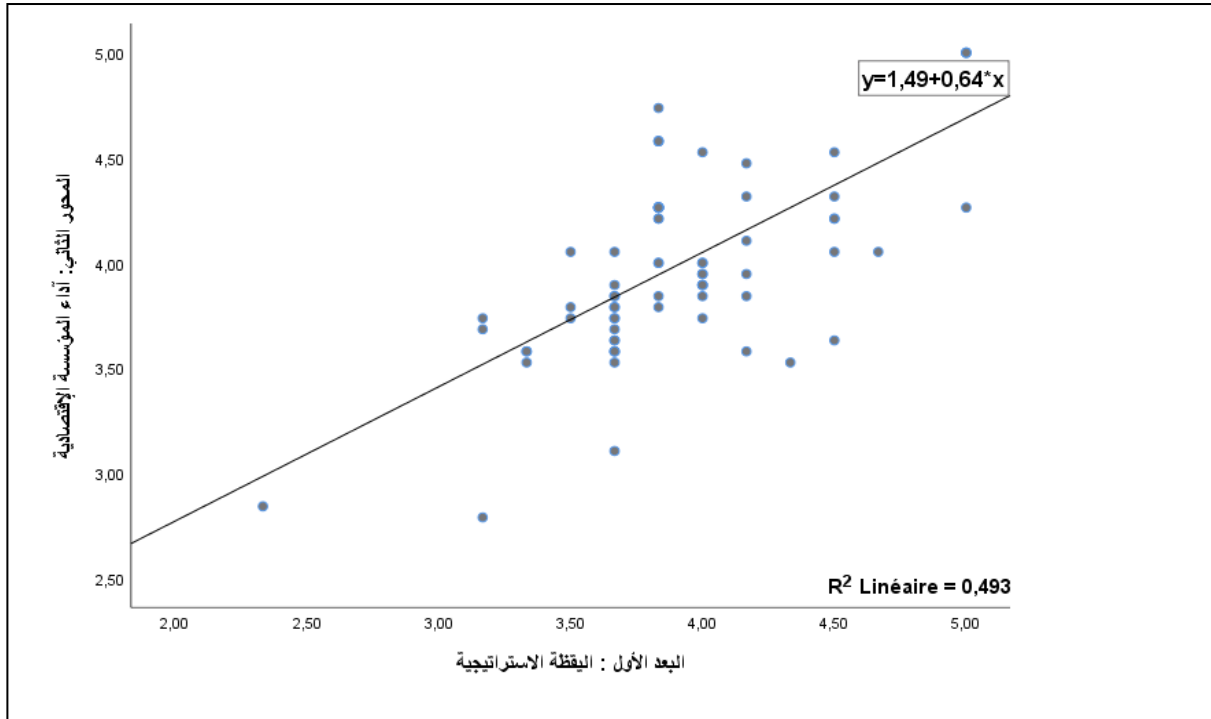
P : تمثل أداء مؤسسات الاتصالات المتوقع.

Veille : تمثل اليقظة الاستراتيجية.

ε_i : خطأ التوقع.

كما يمكن تمثيل العلاقة الخطية ما بين المتغير المستقل الفرعي الأول اليقظة الاستراتيجية كبعد من ابعاد الذكاء الاقتصادي والمتغير التابع أداء المؤسسة الاقتصادية وفق الشكل التالي:

الشكل (2-17): منحني الانحدار الخطي البسيط (P-Veille)



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الشكل (2-17) الذي يبين خط الانحدار ومعادلة الانحدار الخطي على شكل انتشار البيانات، يلاحظ اقتراب الكثير من نقاط البيانات من خط الانحدار مما يدل على انخفاض قيم البواقي الى جانب وجود علاقة موجبة وطردية بين المتغيرين وبالتالي يمكننا الحكم على أهمية تأثير المتغير المستقل الفرعي الأول المتمثل في اليقظة الاستراتيجية كبعد من ابعاد الذكاء الاقتصادي على المتغير التابع لدراستنا وهو أداء المؤسسة الاقتصادية .

- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

تنص الفرضية الفرعية الرابعة على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للأمن المعلوماتي على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط ولقد تم الاعتماد على قاعدة القرار التالية في اختبار الفرضية:

الفرضية العدمية H_0 :

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للأمن المعلوماتي على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .

الفرضية البديلة H_1 :

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للأمن المعلوماتي على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .

سنقوم بتحليل نموذج الانحدار الخطي البسيط من اجل اختبار الفرضية الفرعية الرابعة، حيث كانت نتائج هذا الاختبار موضح في الجدول الاتي:

الجدول (2-23): نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الرابعة

مستوى الدلالة Sig	قيمة T المحسوبة	معلمات نموذج الانحدار		مستوى الدلالة Sig	قيمة F المحسوبة	خطأ التقدير	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	
0.000	4.486	1.893	الثابت	0.000	25.609	0.391	0.260	0.510	الأمن المعلوماتي
0.000	5.061	0.527	الأمن المعلوماتي						
1.960		قيمة T الجدولية		3.84		قيمة F الجدولية			

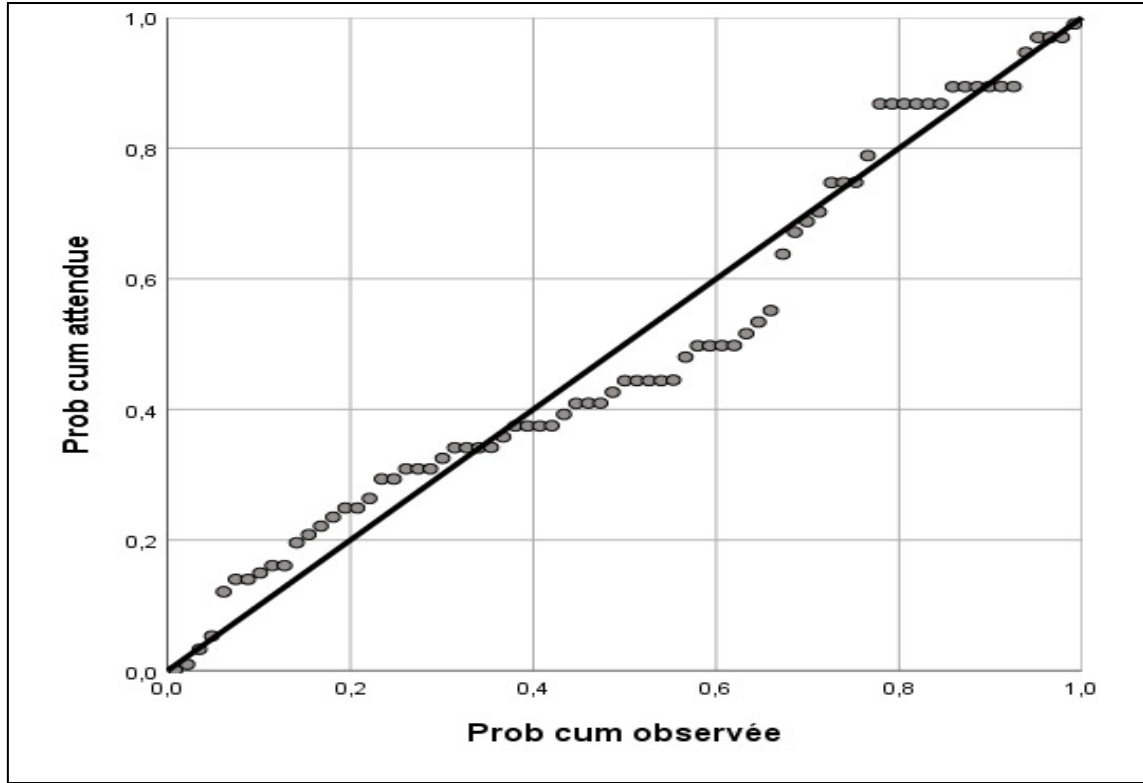
المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط قد بلغت $R = 0.510$ مما يدل على وجود علاقة ارتباط متوسطة وموجبة بين الأمن المعلوماتي وأداء المؤسسة الاقتصادية، كما بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.260$ وهي قيمة ضعيفة نسبيا مما يعني أن 26% من التغيرات في أداء المؤسسة الاقتصادية تعود لمتغير الامن المعلوماتي أما الباقي فيرجع لعوامل أخرى غير مدروسة، كما قدرت قيمة خطأ التقدير بـ 0.39142 حيث كلما اقتربت قيمته من الصفر كان أفضل.

ولتقييم جودة نموذج الانحدار الخطي البسيط، فمن نفس الجدول نستطيع ملاحظة أن القيمة الخاصة بالمعلمة T المحسوبة (4.486) أكبر من قيمة T الجدولية (1.960) وقيمة مستوى الدلالة (0.000) أقل من 0.05 فان معلمة التقاطع $\beta_0 = 1.893$ معنوية، كما أن معلمة الميل $\beta_1 = 0.527$ هي الأخرى معنوية لأن قيمة T المحسوبة (5.061) أكبر من قيمة T الجدولية (1.960) وقيمة مستوى الدلالة (0.000) أقل من 0.05.

ولدراسة معنوية النموذج استخدمنا اختبار فيشر حيث جاءت قيمة F المحسوبة (25.609) أكبر من قيمة F الجدولية (3.84) تحت مستوى دلالة 0.000 أقل من 0.05 وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائمة على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للأمن المعلوماتي على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .

ومن شروط الانحدار الخطي البسيط أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:
الشكل (2-18): منحنى التوزيع الطبيعي للبواقي (للفرضية الفرعية الرابعة)



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

يؤكد الشكل السابق أن هناك اعتدال في توزيع البواقي حيث أنها تتجمع بانتظام حول المستقيم وهذا يدل على أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي.
وبالتالي يمكننا صياغة معادلة الانحدار الخطي بين المتغير المستقل الفرعي الثاني والمتمثل في الأمن المعلوماتي (Security) والمتغير التابع أداء المؤسسة الاقتصادية (P) بعد تقدير معاملات النموذج على الشكل التالي:

$$P = 1.893 + 0.527 \text{ Security} + \varepsilon_i$$

بحيث:

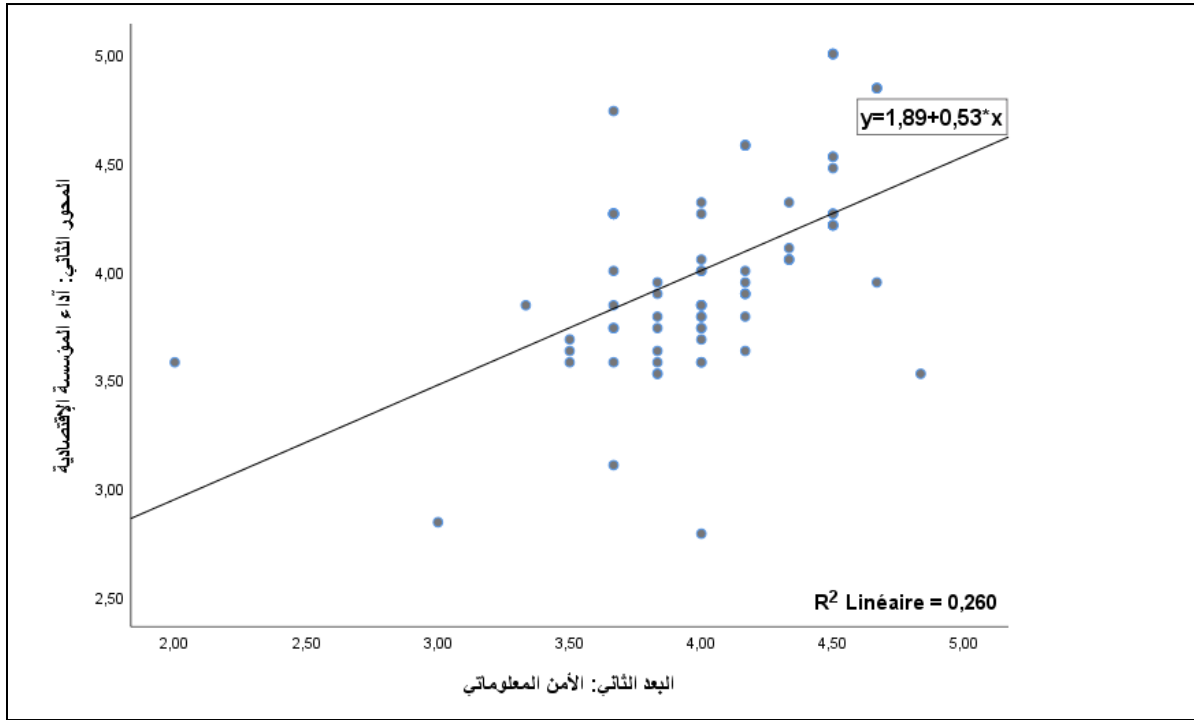
P : تمثل أداء مؤسسات الاتصالات المتوقع.

Security: تمثل الامن المعلوماتي.

ε_i : خطأ التوقع.

كما يمكن تمثيل العلاقة الخطية ما بين المتغير المستقل الفرعي الثاني الامن المعلوماتي كبعد من ابعاد الذكاء الاقتصادي والمتغير التابع أداء المؤسسة الاقتصادية وفق الشكل التالي:

الشكل (2-19): منحني الانحدار الخطي البسيط (P-Security)



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الشكل (2-20) الذي يبين خط الانحدار ومعادلة الانحدار الخطي على شكل انتشار البيانات، يلاحظ اقتراب الكثير من نقاط البيانات من خط الانحدار مما يدل على انخفاض قيم البواقي الى جانب وجود علاقة موجبة وطرديّة بين المتغيرين وبالتالي يمكننا الحكم على أهمية تأثير المتغير المستقل الفرعي الثاني المتمثل في الامن المعلوماتي كبعد من ابعاد الذكاء الاقتصادي على المتغير التابع لدراستنا وهو أداء المؤسسة.

- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

تنص الفرضية الفرعية الخامسة على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لنشاط الضغط والتأثير على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .
لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط ولقد تم الاعتماد على قاعدة القرار التالية في اختبار الفرضية:

الفرضية العدمية H_0 :

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنشاط الضغط والتأثير على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .

الفرضية البديلة H_1 :

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنشاط الضغط والتأثير على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .

سنقوم بتحليل نموذج الانحدار الخطي البسيط من اجل اختبار الفرضية الفرعية الخامسة، حيث كانت نتائج هذا الاختبار موضح في الجدول الاتي:

الجدول (2-24): نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الخامسة

مستوى الدلالة Sig	قيمة T المحسوبة	معلمات نموذج الانحدار		مستوى الدلالة Sig	قيمة F المحسوبة	خطأ التقدير	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	
0.000	6.482	1.711	الثابت	0.000	77.767	0.316	0.516	0.718	نشاط الضغط والتأثير
0.000	8.819	0.579	نشاط الضغط والتأثير						
1.960		قيمة T الجدولية		3.84		قيمة F الجدولية			

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط قد بلغت $R = 0.718$ مما يدل على وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين نشاط الضغط والتأثير وأداء المؤسسة الاقتصادية، كما بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.516$ وهي قيمة متوسطة مما يعني أن 51.6% من التغيرات في أداء المؤسسة الاقتصادية تعود لمتغير نشاط الضغط والتأثير أما الباقي فيرجع لعوامل أخرى غير مدروسة، كما قدرت قيمة خطأ التقدير بـ 0.31655 حيث كلما اقتربت قيمته من الصفر كان أفضل.

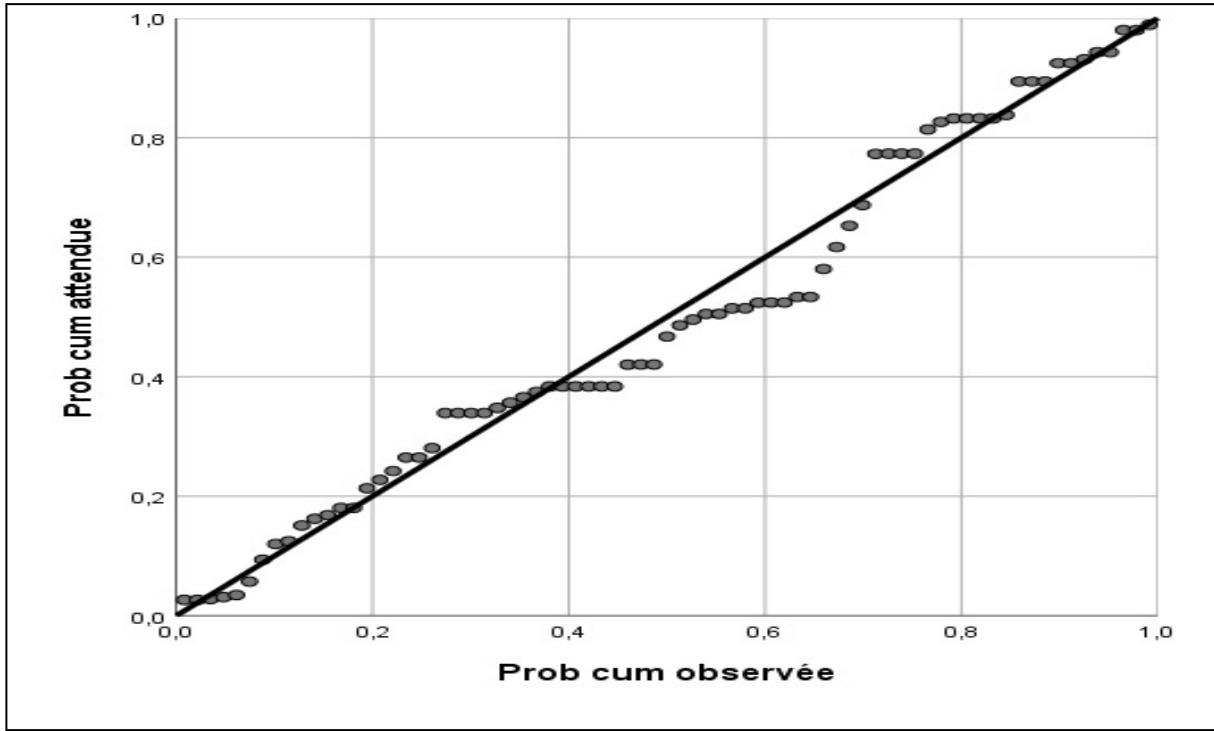
ولتقييم جودة نموذج الانحدار الخطي البسيط، فمن نفس الجدول نستطيع ملاحظة أن القيمة الخاصة بالمعلمة T المحسوبة (6.482) أكبر من قيمة T الجدولية (1.960) وقيمة مستوى الدلالة (0.000) أقل من 0.05 فان معلمة التقاطع $\beta_0 = 1.711$ معنوية، كما أن معلمة الميل $\beta_1 = 0.579$ هي الأخرى معنوية لأن قيمة T المحسوبة (8.819) أكبر من قيمة T الجدولية (1.960) وقيمة مستوى الدلالة (0.000) أقل من 0.05.

ولدراسة معنوية النموذج استخدمنا اختبار فيشر حيث جاءت قيمة F المحسوبة (77.767) أكبر من قيمة F الجدولية (3.84) تحت مستوى دلالة 0.000 أقل من 0.05.

وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائمة على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لنشاط الضغط والتأثير على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 .

ومن شروط الانحدار الخطي البسيط أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل (2-20): منحى التوزيع الطبيعي للبواقي (للفرضية الفرعية الخامسة)



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

يؤكد الشكل السابق أن هناك اعتدال في توزيع البواقي حيث أنها تتجمع بانتظام حول المستقيم وهذا يدل على أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي.

وبالتالي يمكننا صياغة معادلة الانحدار الخطي بين المتغير المستقل الفرعي الثالث والمتمثل في نشاط الضغط والتأثير (Influence) والمتغير التابع أداء المؤسسة الاقتصادية (P) بعد تقدير معلمات النموذج على الشكل التالي:

$$P = 1.711 + 0.579 \text{ Influence} + \varepsilon_i$$

بحيث:

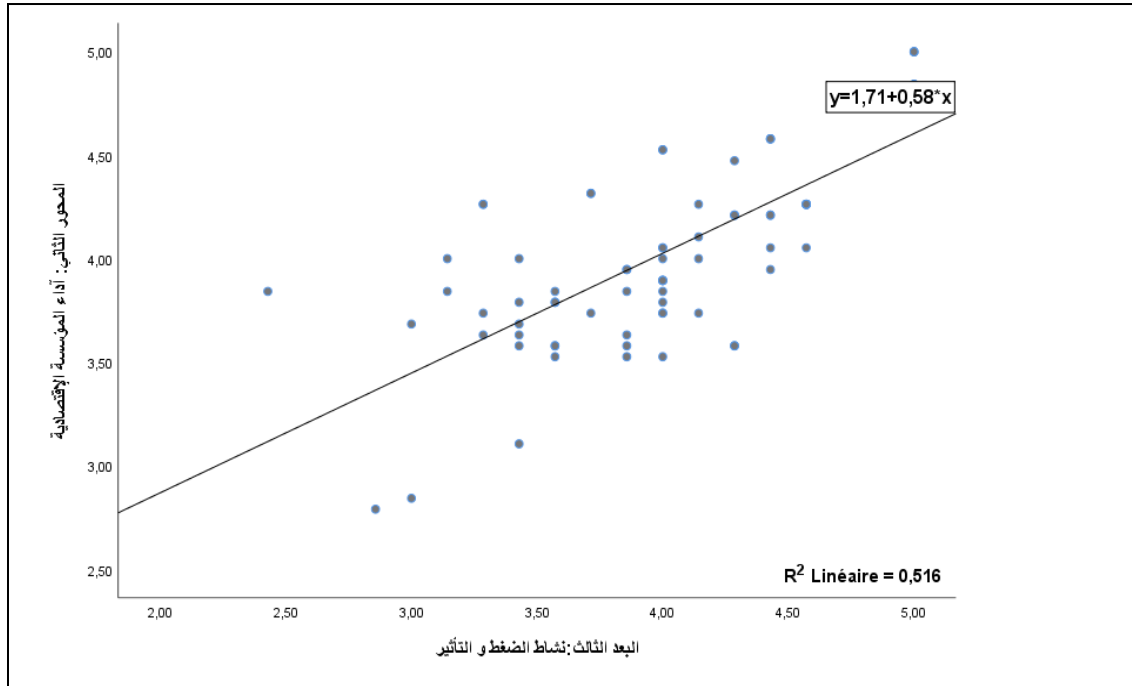
P : تمثل أداء مؤسسات الاتصالات المتوقع.

Influence : تمثل نشاط الضغط والتأثير

ε_i : خطأ التوقع.

كما يمكن تمثيل العلاقة الخطية ما بين المتغير المستقل الفرعي الثالث نشاط الضغط والتأثير كبعد من ابعاد الذكاء الاقتصادي والمتغير التابع أداء المؤسسة الاقتصادية وفق الشكل التالي:

الشكل (21-2): منحني الانحدار الخطي البسيط (P-Influence)



المصدر:

من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الشكل (21-2) الذي يبين خط الانحدار ومعادلة الانحدار الخطي على شكل انتشار البيانات، يلاحظ اقتراب الكثير من نقاط البيانات من خط الانحدار مما يدل على انخفاض قيم البواقي الى جانب وجود علاقة موجبة وطرديّة بين المتغيرين وبالتالي يمكننا الحكم على أهمية تأثير المتغير المستقل الفرعي الثالث المتمثل في نشاط الضغط والتأثير كبعد من ابعاد الذكاء الاقتصادي على المتغير التابع لدراستنا وهو أداء المؤسسة الاقتصادية .

ثانيا: نتائج تحليل ومناقشة الفرضية الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية عند مستوى معنوية 0.05 .

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط ولقد تم استخدام قاعدة القرار التالية في اختبار الفرضية:

الفرضية العدمية H_0 :

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية عند مستوى معنوية 0.05 .

الفرضية البديلة H_1 :

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية عند مستوى معنوية 0.05 .

سنقوم بتحليل نموذج الانحدار الخطي البسيط من اجل اختبار الفرضية الرئيسية، حيث كانت نتائج هذا الاختبار موضح في الجدول الاتي:

الجدول (2-25): نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الرئيسية

مستوى الدلالة Sig	قيمة T المحسوبة	معلمات نموذج الانحدار		مستوى الدلالة Sig	قيمة F المحسوبة	خطأ التقدير	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	
0.000	1.738	0.441	الثابت	0.000	137.07	0.268	0.653	0.808	الذكاء الاقتصادي
0.000	11.708	0.897	الذكاء الاقتصادي						
1.960		قيمة T الجدولية		3.84		قيمة F الجدولية			

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

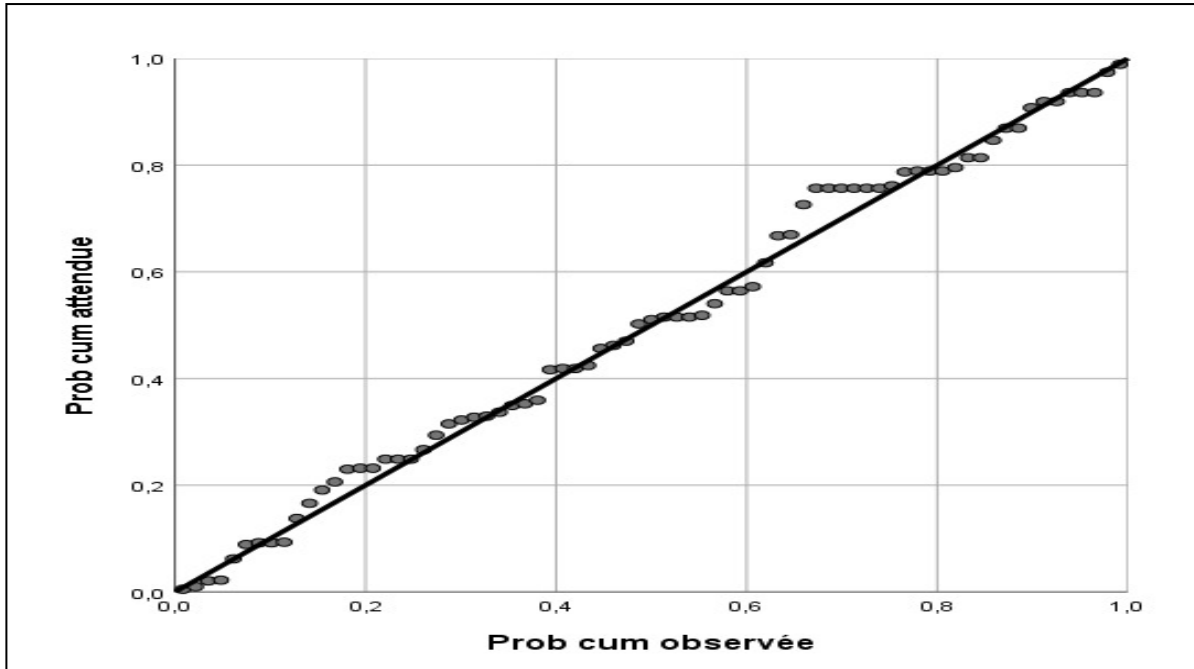
نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط قد بلغت $R = 0.808$ مما يدل على وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية جدا بين الذكاء الاقتصادي وأداء المؤسسة الاقتصادية، كما بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.653$ وهي قيمة عالية نسبيا مما يعني أن 65.3% من التغيرات في أداء المؤسسة الاقتصادية تعود لمتغير الذكاء الاقتصادي أما الباقي فيرجع لعوامل أخرى غير مدروسة، كما قدرت قيمة خطأ التقدير بـ 0.26817 حيث كلما اقتربت قيمته من الصفر كان أفضل.

و لتقييم جودة نموذج الانحدار الخطي البسيط، فمن نفس الجدول نستطيع ملاحظة أن القيمة الخاصة بالمعلمة T المحسوبة (1.738) أكبر من قيمة T الجدولية (3.84) وقيمة مستوى الدلالة (0.000) أصغر من 0.05 فان معلمة التقاطع $\beta_0 = 0.441$ معنوية، كما ان معلمة الميل $\beta_1 = 0.897$ هي الأخرى معنوية لأن قيمة T المحسوبة (11.708) أكبر من قيمة T الجدولية (1.960) وقيمة مستوى الدلالة (0.000) أقل من 0.05، بمعنى أن الذكاء الاقتصادي له تأثير هام على أداء المؤسسة الاقتصادية.

ولدراسة معنوية النموذج استخدمنا احصاءة فيشر حيث جاءت قيمة F المحسوبة (137.072) أكبر من قيمة F الجدولية (3.84) تحت مستوى دلالة 0.000 أقل من 0.05، مما يدفعنا الى التأكد من ان الانحدار معنوي.

وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائمة على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية عند مستوى معنوية 0.05 .

من شروط الانحدار الخطي البسيط أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:
الشكل (2-22): منحنى التوزيع الطبيعي للبواقي (الفرضية الرئيسية)



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

يؤكد الشكل السابق أن هناك اعتدال في توزيع البواقي حيث أنها تتجمع بانتظام حول المستقيم وهذا يدل على أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي وبالتالي يمكننا صياغة معادلة الانحدار الخطي بين المتغير المستقل الرئيسي والمتمثل في الذكاء الاقتصادي (IE) والمتغير التابع أداء المؤسسة الاقتصادية (P) بعد تقدير معاملات النموذج على الشكل التالي:

$$P = 0.441 + 0.897 IE + \varepsilon_i$$

بحيث:

P : تمثل أداء مؤسسات الاتصالات المتوقع.

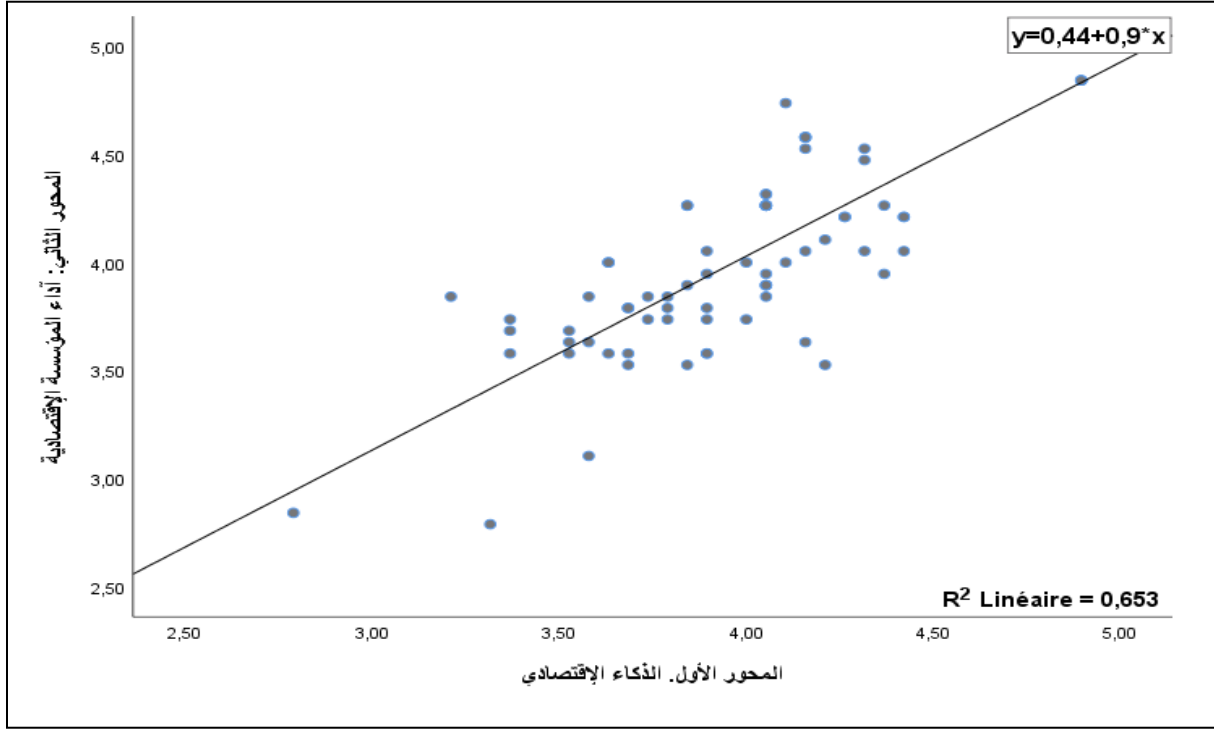
IE : تمثل الذكاء الاقتصادي

ε_i : خطأ التوقع.

ويمكننا تفسير قيمة معامل الانحدار $\hat{\beta}_1 = 0.897$ بأنه يمثل تأثير المتغير المستقل الرئيسي (الذكاء الاقتصادي) على المتغير التابع (أداء المؤسسة الاقتصادية)، بحيث أن كل زيادة بمقدار وحدة واحدة في الذكاء الاقتصادي، سيؤدي الى زيادة في 0.897 في أداء المؤسسة و ذلك بإهمال قيمة $\hat{\beta}_0$ ، بمعنى ان نمط الزيادة في أداء المؤسسة الاقتصادية يتغير بمعامل قدره 0.897 بحسب نموذج الانحدار .

كما يمكن تمثيل العلاقة الخطية ما بين المتغير المستقل الرئيسي الذكاء الاقتصادي والمتغير التابع أداء المؤسسة الاقتصادية وفق الشكل التالي:

الشكل (2-23): منحنى الانحدار الخطي البسيط (P- IE)



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الشكل (2-23) الذي يبين خط الانحدار ومعادلة الانحدار الخطي على شكل انتشار البيانات، يلاحظ اقتراب الكثير من نقاط البيانات من خط الانحدار مما يدل على انخفاض قيم البواقي وبالتالي يمكننا الحكم على أهمية تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع في نموذج الانحدار.

كذلك يمكننا الاستنتاج أن هنالك علاقة موجبة وقوية وطرديّة ما بين المتغير المستقل الرئيسي والمتمثل في الذكاء الاقتصادي والمتغير التابع لدراستنا وهو أداء المؤسسة الاقتصادية.

من خلال ما سبق فقد تبين أن للذكاء الاقتصادي تأثير ذو دلالة إحصائية على أداء المؤسسة الاقتصادية وبالأخص مؤسسات الاتصالات حيث يلعب الذكاء الاقتصادي دورا كبيرا في تحسن وتطور أدائها.

خلاصة:

يعتبر الذكاء الاقتصادي أحد أهم الأساليب الحديثة نجاعة في عملية اتخاذ القرار، لما له من أثر بالغ في التقدم على المنافسين في عالم يسوده التغير المستمر والحركة السريعة والذي يفرض على المؤسسات مواكبة هذا التطور. وللقوف على الأهمية البالغة للذكاء الاقتصادي وتأثيره على أداء المؤسسة الاقتصادية، جاءت دراستنا هذه لتسلط الضوء على عينة من المؤسسات في قطاع الاتصالات ممثلة في مؤسسة اتصالات الجزائر ومتعملي الهاتف النقال الثلاثة (موبليس، جيزي، اوريدو) المتواجدين عبر تراب الولاية.

ومن خلال هذا الفصل الذي تناولنا فيه الجانب التطبيقي لموضوع دراستنا تم التطرق إلى واقع الذكاء الاقتصادي في قطاع الاتصالات على مستوى ولاية سعيدة حيث حاولنا من خلال هذا الفصل التعرف على أثر الذكاء الاقتصادي على أداء مؤسسات الاتصالات محل الدراسة بالاعتماد على الاستمارة التي شملت الجوانب التي يمكن أن يمارس بها الذكاء الاقتصادي على مستوى هاته المؤسسات بتحليل كل بعد من أبعاد محاور الاستمارة. والتي كانت تهدف إلى تحديد مدى تأثير الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة.

حيث قمنا بإعطاء فكرة عن مجتمع، عينة ونموذج الدراسة، وليكون للدراسة بعدا إحصائيا تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع المعلومات والذي صمم وفق مقياس ليكرت الخماسي كما تم التعريف بمختلف الأساليب والبرامج الإحصائية المستخدمة في تحليل النتائج ومناقشتها، واختبار الفرضيات، للإجابة على الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية لها، حيث تم الاعتماد بشكل أساسي على برنامج SPSS الذي يعطي نتائج ذات منهج قياسي تمكن من إظهار وتوضيح العلاقة بين محاور الدراسة، ومن أجل القيام بالتحليل الإحصائي تمت الاستعانة بأساليب الإحصاء الوصفي وأساليب الإحصاء الاستدلالي.

كما قمنا بعرض النتائج المتوصل إليها من خلال أداة الاستبيان وتحليلها ومناقشتها مستخدمين في ذلك مجموعة من الاختبارات لنفي أو إثبات صحة الفرضيات الموضوعية للدراسة.

وقد تم التوصل إلى أن مؤسسات الاتصالات محل الدراسة تطبق مفهوم الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاثة وهذا ما ينعكس بشكل إيجابي على أدائها.

خاتمة

يعتبر الذكاء الاقتصادي أحد منظورات الاقتصاد المعاصر، وأحدث أوجه الممارسة في ساحة متغيرة ومضطربة والتطورات فيها آنية، وما يمكن أن نقوله هو أن المؤسسة التي تريد البقاء والاستمرار في ظل بيئة سريعة التطور عليها بمواكبة هذا التغير السريع في محيطها بتبني أساليب تسييرية حديثة تسمح لها بمراقبة محيطها والحصول على المعلومة بالتنوع والسرعة التي تمكنها من حماية مستقبلها.

فالمؤسسات اليوم أصبحت تفكر وتتطور وتبحث عن وسائل بقائها حالها حال أي كائن حي، ومن أنجع الطرق والأساليب التسييرية الحديثة التي تساعد على ذلك الذكاء الاقتصادي الذي تركز مهامه حول مراقبة المحيط الداخلي والخارجي ومتابعة كل تغيراته عن طريق اليقظة الاستراتيجية وحماية ممتلكات المؤسسة من التهديدات المحيطة بها عن طريق الأمن المعلوماتي، وكذا التأثير في المحيط والضغط على الحكومات من خلال جماعات الضغط.

وحتى تقوم أي مؤسسة بالتأكد من أن الأسلوب المتبع يؤثر على أدائها بشكل ما، فهي تلجأ الى عملية تقييم الأداء التي تتوفر على طرق مختلفة منها من تعتمد على المقاييس المالية ومنها من تعتمد على المقاييس الغير مالية وأخرى تجمع بينهما كبطاقة الأداء المتوازن التي تعتبر من بين أكثر الطرق الحديثة فعالية في تقييم أداء المؤسسات نظرا لتركيزها على أربعة جوانب مختلفة للأداء تربط بين العوامل الداخلية والخارجية وتتم بالمدى القصير والبعيد، وهو الأمر الذي يساهم في تنفيذ الاستراتيجية بنجاح ويدفع المؤسسة نحو مستويات متميزة من الأداء.

وبغية التعرف على مدى تأثير تطبيق مفهوم الذكاء الاقتصادي في بيئة الأعمال التي نعيش فيها وفي محيطها، كانت وجهتنا إلى مؤسسات الاتصالات بولاية سعيدة، انطلاقا من الإشكالية الرئيسية التالية: ما مدى تأثير تطبيق الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟ ومن خلال البحث في جوانب هذا الموضوع وقفنا على العديد من النتائج في جانبها النظري والتطبيقي، لنضع على ضوءها العديد من الاقتراحات والتوصيات.

■ نتائج الدراسة:

تتلخص نتائج الدراسة في قسمين رئيسين، حيث يمثل القسم الأول النتائج والاستنتاجات المتوصل إليها من خلال الدراسة التحليلية النظرية لمتغيرات البحث كما كان ذلك في الفصل النظري، أما القسم الثاني فيكون خاص بالنتائج المتوصل إليها من تحليل بيانات الاستبيان في الجانب التطبيقي لهذه الدراسة.

أولا: نتائج الدراسة النظرية: من خلال الجانب النظري المقدم في هذه الدراسة يمكن استخلاص جملة من النتائج أهمها:

- تعد الاستخبارات العسكرية البريطانية الجذور الأولى لنشأة الذكاء الاقتصادي على المستوى العسكري، لينتقل تطبيقه بعد ذلك الى مجال الاعمال على يد اليابان؛
- يتكون الذكاء الاقتصادي من ثلاثة ابعاد منها ما هو استعلامي (اليقظة الاستراتيجية) يبقى المؤسسة على معرفة دائمة وبصفة استباقية لأي تغير في بيئتها، قصد التمكن من التقاط المعلومات التي تسد حاجة المؤسسة، معالجتها ومن ثم نشرها واستغلالها، أي بتعبير بسيط تمثل رادار للمؤسسة وللدولة، ومنها ما هو دفاعي يتمثل في

- إجراءات الحماية للتراث المعرفي للمؤسسة، وآخر هجومي يتمثل في أنشطة الضغط والتأثير على الأطراف الخارجية وجعل العوامل البيئية تصب في صالح المؤسسة؛
- ان الشروع في عملية تطبيق الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسة يستدعي ضرورة اقتناع مسيريهها بفائدة تبني هذا المفهوم التسييري الحديث في إطار ثقافة تنظيمية تلتزم بتطبيق عناصرها، إضافة الى وجود قدرات وكفاءات بشرية مؤهلة لجمع المعلومات ذات القيمة المضافة وأخيرا استحداث وحدات عمل متخصصة تحتوي على أنظمة معلومات متطورة؛
- يدعم ويساهم الذكاء الاقتصادي في تحقيق الأفكار الجديدة التي تؤدي إلى خلق منتجات أو خدمات جديدة أو أداء جديد؛
- يملك الذكاء الاقتصادي مجموعة من الابعاد التي تساهم في تحقيق الأداء الجيد والناجح.

ثانيا: نتائج الدراسة التطبيقية:

أ- النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية والوظيفية:

- الجنس الغالب هو جنس الذكور، نظرا لطبيعة العمل في هذه المؤسسات موضوع الدراسة التي تتطلب التنقل المستمر خاصة بالنسبة للأفراد الذين ينتمون الى المصالح التقنية؛
- الفئة العمرية الغالبة من 30 إلى 40 سنة، وهذا ما يفسر على أن غالبية العينة المدروسة في سن الشباب وقادرون على اتخاذ قرارات صائبة وكذا تقديم خدمات ذات جودة عالية؛
- المؤهل العلمي السائد هو المستوى الجامعي، مما يدل على المستوى التعليمي العالي الذي يتمتع به متخذي القرارات في هذه المؤسسات؛ الى جانب احتياج المؤسسات العاملة في قطاع الاتصالات الى أفراد ذوي كفاءة في استخدام تكنولوجيات المعلومات وذلك لتسيير شؤون المؤسسة؛
- ينتمي اغلب الإطارات مؤسسات الاتصالات بحكم طبيعة نشاطها الذي يندرج ضمن فئة المؤسسات الخدمائية الى المصالح التجارية بشكل كبير من أجل تسويق منتجاتها كركيزة أساسية وكذا المصالح التقنية من اجل ضمان جودة الخدمات المقدمة في مجال تكنولوجيات الاتصالات؛
- الرتبة الوظيفية موظف بالمصلحة تمثل غالبية افراد العينة حيث ضمت هذه الفئة مختلف الإطارات الإدارية والتقنية وهذا ما يتماشى مع طبيعة عينة الدراسة التي تتعلق بالإطارات والمسيرين في مؤسسات الاتصالات؛
- فئة الخبرة المهنية الغالبة هي الفئة التي تتراوح سنوات خبرتهم بين 5 و 10 سنوات والذين تقل سنوات خبرتهم عن 5 سنوات على التوالي وهذا ما يعكس توظيف الأفراد الجدد دوريا في مقابل الأفراد الذين لهم أقدمية وخبرة طويلة في المؤسسات محل الدراسة.

ب- نتائج اختبار الفرضيات:

من خلال الدراسة التطبيقية التي أجريت على مؤسسات الاتصالات الناشطة بولاية سعيدة، فإن أهم نتائج هذه الدراسة تتجسد في:

■ الفرضية الرئيسية:

تنص على أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين الذكاء الاقتصادي وأداء المؤسسة الاقتصادية.

تؤكد النتائج المتحصل عليها على صحة هذه الفرضية وبالتالي وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين المتغير المستقل الرئيسي (الذكاء الاقتصادي) والمتغير التابع (أداء المؤسسة الاقتصادية). إذ تمت الإجابة على هذه الفرضية من خلال الإجابة على الفرضيات الفرعية الخمسة التي أثبتنا صحتها وهي:

● **الفرضية الفرعية الأولى:** تنص على أن مؤسسات الاتصالات تطبق أسلوب الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاثة صحيحة، حيث تتوفر أبعاد الذكاء الاقتصادي بدرجة كبيرة في مؤسسات الاتصالات في ولاية سعيدة، إذ جاءت مرتبة تنازليا كما يلي:

- **الأمن المعلوماتي:** وجدنا أن مؤسسات الاتصالات تولي أهمية كبيرة جدا لأصولها غير الملموسة حيث تعمل على حمايتها من الاختراق والقرصنة وتشفير البيانات المهمة لحمايتها من السرقة وتستخدم التدابير اللازمة للمحافظة عليها، كما تحتوي على نظام داخلي يلتزم الجميع بتطبيقه، وأن لديها الوسائل الوقائية لحمايتها من كل المخاطر، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد 4.026؛

- **نشاط الضغط والتأثير:** من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى أن جل هذه المؤسسات تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام للترويج والمحافظة على سمعتها كما تتعاون مع منظمات وهيئات على المستوى الوطني والدولي لتحقيق رضا زبائنهم، الى جانب قيامها بحملات إعلانية مختلفة، تهدف من خلالها إلى تقديم صورة طيبة وسمعة جيدة عنها والتأثير في المجتمع الذي تعيش فيه وتوسيع نشاطها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد 3.982؛

- **اليقظة الاستراتيجية:** ان المؤسسات الاتصالات محل الدراسة تراقب محيطها بصفة منتظمة ومستمرة على المستوى الداخلي من أجل تحديد نقاط القوة والضعف المتواجدة بها وكذا على المستوى الخارجي من خلال التنبؤ بالفرص والتهديدات الى جانب جمع المعلومات قصد تدارك النقائص واستباق المنافسين وتخفيض المخاطر المحتملة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد 3.946.

● **الفرضية الفرعية الثانية:** تنص على ان مستوى أداء مؤسسات الاتصالات مرتفع من وجهة نظر إطارات ومسيري المؤسسات محل الدراسة صحيحة.

مستوى أداء المؤسسات محل الدراسة من وجهة نظر إطارها ومسيرها كان مرتفعا وفقا لأبعاد بطاقة الأداء المتوازن، والمثلة في بعد النمو والتعلم، العمليات الداخلية، رضا العملاء والبعد المالي، وكذا الأداء إجمالا جاء بمستوى قبول مرتفع عموما، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور 3.985.

- **الفرضية الفرعية الثالثة:** تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 صحيحة.
- **الفرضية الفرعية الرابعة:** تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للأمن المعلوماتي على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 صحيحة.
- **الفرضية الفرعية الخامسة:** تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لنشاط الضغط والتأثير على أداء المؤسسة الاقتصادية في مؤسسات الاتصالات عند مستوى معنوية 0.05 صحيحة.

بينت الدراسة القياسية أن هنالك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل الرئيسي (الذكاء الاقتصادي) والمتغير التابع (أداء المؤسسة الاقتصادية) عند مستوى معنوية 0.05، إذ بلغت 0.808 وهي قيمة عالية جدا وهو ما تجسد من خلال علاقة أبعاد الذكاء الاقتصادي بصورة منفردة (متغيرات مستقلة فرعية) مع أداء المؤسسة الاقتصادية (المتغير التابع)، كما أثبتنا من خلال نموذج الانحدار الخطي البسيط ما بين متغير الذكاء الاقتصادي كمتغير مستقل و متغير أداء المؤسسة الاقتصادية كمتغير تابع العلاقة المعنوية بينهما.

❖ الاقتراحات والتوصيات:

من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية لهذا البحث، وبهدف محاولة حصر بعض الممارسات التي تتعلق بأسلوب الذكاء الاقتصادي وسبل تطبيقه من أجل تحسين أداء المؤسسة. يمكن أن نقدم جملة من الاقتراحات والتوصيات والمثلة فيما يلي:

- إقامة خلايا يقظة على مستوى كل الوكالات الولائية للبقاء على اطلاع دائم بالمستجد والمستحدث؛
- اجراء دورات تكوينية للموظفين من أجل زيادة الوعي بمفهوم الذكاء الاقتصادي.
- ضرورة تفعيل التعاون بين مراكز البحث العلمي والمؤسسات من أجل مواكبة وتبني كل ما هو جديد في الساحة الاقتصادية.

❖ آفاق الدراسة:

تبقى آفاق الدراسة مفتوحة لكل الباحثين في مجال الذكاء الاقتصادي، على اعتبار أنه مجال واسع مترامي الأبعاد ومتعدد التفرعات، وصالح العمل به في مختلف الأصعدة والميادين. تجدر الإشارة في الأخير إلى أن هذا العمل، ما هو إلا محاولة للمساهمة في إثراء ووضع الأرضية للدراسات المستقبلية، وهنا تكمن روح البحث العلمي، باعتباره يتطور ليحقق فعاليته من خلال تتابع وتلاحق الدراسات.

قائمة

المصادر والمراجع

I. قائمة المصادر:

- Henri, M. (1994). Intelligence économique et stratégie des entreprises. Paris: Commissariat Général Du Plan.
- Jakobiak, F. (2004). L'intelligence économique, la comprendre, l'implanter, l'utiliser. France: Editions d'Organisation.

II. قائمة المراجع:

أولاً: باللغة العربية:

أ-الكتب:

- دياب سهيل رزق. (2003). مناهج البحث العلمي. غزة، فلسطين.
- وهيبة مقدم. (2020). الإدارة الاستراتيجية للمؤسسة من خلال لوحة القيادة. الاسكندرية، مصر: دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع.

ب-الأطروحات والرسائل الجامعية والمطبوعات:

- أحمد الصغير ربيعة. (2014/2013). تقييم أداء المؤسسات الصناعية باستخدام بطاقة الأداء المتوازن. قسنطينة، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة مالية، شعبة علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة2.
- أحمد بوريش. (2019/2018). الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الاستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص. تلمسان، الجزائر: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي، شعبة علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد.
- أحمد حميدوش. (2014). الذكاء الاقتصادي "فهمه وانشاؤه وتأصيله واستعماله". الجزائر، الجزائر: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تحليل اقتصادي، شعبة العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3.
- أحمد خمان، وسفيان حمدان. (2016/2015). بطاقة الأداء المتوازن وأثرها على أداء المؤسسة الاقتصادية. تبسة، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال المؤسسات، شعبة علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي.
- أسماء فيلاي. (2014/2013). الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع والمجهودات. تلمسان، الجزائر: مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي، شعبة علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد.
- أميرة محاط. (2014/2013). أثر اليقظة الاستراتيجية في تحسين الأداء التسويقي. بسكرة، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات، شعبة علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر.

- بشرى غريسي، وشميسة بوشامة. (2018/2017). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية. قالمة، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، شعبة علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قالمة.
- بوبكر محمد الحسن. (2014/2013). دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة. بسكرة، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات، شعبة تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر.
- ثروة أبو مارية عزات. (2018/2017). تكاملية بطاقة الأداء المتوازن وإدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية. فلسطين: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليل.
- حنان بو سعيد، وسفيان بن مني. (2017/2016). استخدام التحليل العملي في تحديد عوامل النجاح الحرجة لتطبيق إدارة الجودة الشاملة وأثرها على الأداء. سعيدة، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص الطرق الكمية في التسيير، شعبة علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الدكتور مولاي الطاهر.
- خالد فارس. (2020/2019). المعاينة في البحث العلمي. مستغانم، الجزائر: أطروحة دكتوراه الطور الثالث، تخصص القياس النفسي وتحليل المعطيات، شعبة علم النفس، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس.
- خالد فراح. (2014/2013). دور نظام المعلومات التسويقية في اتخاذ القرارات التسويقية. بسكرة، الجزائر: أطروحة دكتوراه، شعبة علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر.
- خديجة بوخرصة. (2015/2014). اليقظة الاستراتيجية ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. وهران، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص استراتيجية، شعبة إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران2.
- خيرة طبوش، ورجاء زعطوط. (2015/2014). دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة. خميس مليانة، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، شعبة علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجليلي بو نعامة.
- رتبية طسطاس. (2015/2014). مساهمة استراتيجية التنوع في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية. بسكرة، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات، شعبة علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر.
- زهرة براهيم، وعائشة عبان. (2018/2017). واقع الذكاء الاقتصادي ودوره في تحقيق القدرة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية. أدرار، الجزائر: مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، شعبة علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أدرار.
- سعيدة أو شن، وليندة ببي. (2018/2017). دور الاتصال الداخلي في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. أم البواقي، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، شعبة العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي.
- سمية زواغي. (2017/2016). الذكاء التسويقي كآلية لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة. البويرة، الجزائر: أطروحة دكتوراه، تخصص ادارة تسويقية، شعبة علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلمب محند أولحاج.

- صونية بتغة. (2017/2016). الذكاء الاقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الاستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية. مسيلة، الجزائر: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم تجارية، شعبة علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف.
- عادل بوجمان. (2015/2014). تأهيل الموارد البشرية لتحسين أداء المؤسسة الاقتصادية. بسكرة، الجزائر: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، شعبة علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر.
- محمد بلزغم. (2015/2014). دور الذكاء الاقتصادي في تميز منظمات الأعمال وواقعه في الجزائر. بشار، الجزائر: مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، شعبة علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الطاهري محمد.
- مختارية شيخي. (2013/2012). مدى فعالية الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية من خلال انتهاج سياسة الاعلان. تلمسان، الجزائر: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تسويق دولي، شعبة التسيير الدولي للمؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد.
- مروى شياحوي، وإيمان قرقان. (2017). اسهام اليقظة الاستراتيجية في تعزيز دور العلاقات العامة للوقاية من الأزمات. قالم، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، شعبة علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945.
- مولود زرقان. (2018/2017). واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. مستغانم، الجزائر: التسيير، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص تسيير استراتيجي، شعبة علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم.
- ميلود وعيل، ومصطفى طويطي. (2014/2013). مطبوعة بعنوان أساليب تصميم واعداد الدراسات الميدانية-منظور احصائي - البويرة، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محند أولحاج.
- نسرين مغمولي. (2016/2015). دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية. بسكرة، الجزائر: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تجارة دولية، شعبة علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر.
- نهاد محمد حسين خريس. (2011). استخدام تكنولوجيا المعلومات وأثرها في الأداء في أجهزة الخدمة المدنية في الأردن. الأردن: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم الأعمال الالكترونية، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.
- وهيبه حجار، وأميرة هناد. (2016/2015). أثر الأخرجة على أداء المؤسسة الاقتصادية. قالم، الجزائر: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة مشاريع، شعبة علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قالم.
- وهيبه ضامن. (2018/2017). أثر التكامل بين المقاييس المالية وغير المالية على تقييم الأداء الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية في ظل بيئة الأعمال الحديثة. سطيف، الجزائر: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس.

ج-المقالات:

- أبو بكر خوالد. (2018). نحو إقامة نظام وطني للذكاء الاقتصادي في الجزائر: تحليل الواقع، الجهود والمعوقات. مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 26(العدد9).

- الحاج سالم عطية. (جانفي، 2018). من تسيير المعلومات إلى الذكاء الاقتصادي مرجعية نظرية للمفهوم. المجلة العلمية لجامعة الجزائر3، المجلد6(العدد 11).
- خديجة العراي، وعزيز دحماني. (2018). واقع ممارسة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE(العدد7).
- سعيد بن دينيدينة، ومحمد كسنة. (أوت، 2019). دور الذكاء الاقتصادي في تحسين الأداء التسويقي لمنظمات الأعمال. مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد5(العدد2).
- شرين بدري. (2014). أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق متطلبات تنمية المشاريع الصغيرة. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية(العدد39).
- شمس ضيات خلفلاوي. (مارس، 2013). الذكاء الاقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية(العدد10).
- لطيفة قرين، زهير طافر، وأحمد بوسهمين. (أكتوبر، 2019). الذكاء الاقتصادي الدفاعي وأهميته في المؤسسة مع الإشارة لمؤسسة اتصالات الجزائر. (جامعة طاهري محمد، المحرر) مجلة اقتصاد المال والأعمال JFBE، المجلد3(العدد3)
- مجدوب بحوصي، وعمار عريس. (2017). استراتيجية الذكاء الاقتصادي لاستدامة المقاولاتية مع الإشارة لحالة الجزائر. مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE.
- محمد بودالي، و ياسين عبد الله. (2019). تفعيل الذكاء الاقتصادي كخيار استراتيجي لتحقيق ميزة تنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد4(العدد3).
- محمد حمداني. (2012). أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية(العدد2).
- نجاة بوزادة، وزهير طافر. (أوت، 2018). التأصيل التاريخي لمفهوم الذكاء الاقتصادي. مجلة المؤشر للدراسات الاقتصادية، المجلد2(العدد3).

د-المؤتمرات والملتقيات:

- سمية أحمد ميلي، وفاطمة دغفل. (بلا تاريخ). واقع ومعوقات الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. الملتقى العلمي الدولي بعنوان التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة. المسيلة: جامعة محمد بوضياف.
- شعبان بعيطيش، وسلوى عريية. (2017). التميز التنافسي للمؤسسة الاقتصادية من خلال تطبيق الذكاء الاقتصادي وأهم الإجراءات المتخذة لدعمه في الجزائر. الملتقى العلمي الدولي بعنوان التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة. المسيلة: جامعة محمد بوضياف.
- محمد صالح، وعبد الفتاح بوخمخم. (2012). الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها. المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة. عمان: جامعة الزيتونة الأردنية.

ثانيا: باللغة الأجنبية:

a. Thèse & Mémoires :

- Chafik, R. (2006/2007). étude empirique sur les pratiques des entreprises marocaines en matière d'intelligence économique. Casablanca, Maroc: , mémoire pour l'obtention du diplôme des études supérieures approfondies, option sciences de gestion, faculté des sciences juridiques économiques et sociales, Université Hassan II.
- Derfouf, M. A. (2013/2014). Les facteurs clés de succès pour la mise en place d'un système d'intelligence économique au groupe SONATRACH AVAL Analyse exploratoire. (S. m. Mémoire pour l'obtention d'un Magister, Éd.) Tlemcen, algérie.
- Emeric, S. (2006). L'intelligence économique au service de la gestion des risques et des crises : La crise d'Air Canada. Montréal, Canada: exigence partielle de la maîtrise, MBA Spécialisation en Stratégie des Affaires, Ecole des Sciences de la Gestion, Université du Québec.
- Massinissa, R. (2017). Intelligence économique connaissance et pratique Etude de cas : Entreprises de la commune de Bejaia. algérie, Bejaia: Mémoire pour l'obtention d'un Master, Option Economie de Développement, Division des sciences économiques, Faculté des sciences économiques, commerciaux et gestion, Université Abderrahmane Mira.

b. Articles :

- Habhab, S. (2007). Intelligence économique et performance des entreprises : le cas des PME de haute technologie. article publié dans la revue Vie & Sciences de l'entreprise(174-175) Récupéré sur <https://www.cairn.info/revue-vie-et-sciences-de-l-entreprise-2007-1-page-100.htm>
- Mohd Razali, N. (2011). Power Comparisons of Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors and Anderson-Darling tests. Journal of Statistical Modeling and Analytics, 2(1).

c. Conferences:

- M.Elshany, H. (2012). Economic Intelligence : Theory and Applications. International Conference of Business Intelligence and Knowledge Economy. Amman: Al zaytoonah University of Jordan, Faculty of Economics and Administrative sciences.

ثالثا: المواقع الالكترونية:

- غني عدي الأسدي. (01 جانفي, 2019). الذكاء الاقتصادي. تم الاسترداد من جامعة بابل:

<http://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/lecture.aspx?fid=9&depid=3&cid=82693>

- مؤسسة جازي. (10 جوان, 2020). لمحة عن جازي. تم الاسترداد من جازي:

<http://www.djezzy.dz/ar/%d8%ac%d8%a7%d8%b2%d9%8a/%d8%aa%d8%b9%d8%b1%d9%81-%d8%b9%d9%84%d9%8a%d9%86%d8%a7/%d9%84%d9%85%d8%ad%d8%a9-%d8%b9%d9%86-%d8%ac%d8%a7%d8%b2%d9%8a/>

- <http://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/lecture.aspx?fid=9&depid=3&cid=82693>

الملاحق

• ملحق رقم (01): نموذج الاستبيان



جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة -
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و التسيير
قسم علوم التسيير



استبيان

سيد(ة) الكريمة(ة) تحية طيبة و بعد:

يسعدني ان يكون هذا الاستبيان بين يديكم، الذي هو احدى أدوات الدراسة الميدانية التي تقوم بها الباحثة "فلاح سناء" لأجل استكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير تخصص إدارة اعمال حول: " تأثير تطبيق الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسة الاقتصادية" نأمل أن تتكرموا بالإجابة على أسئلة الاستبيان بكل موضوعية ودقة، لأن آراءكم وانطباعاتكم ذات أهمية بالغة في نجاح هذه الدراسة، وذلك بوضع إشارة (X) أمام الجواب المعبر عن رأيكم. وفي الأخير نشكركم على تعاونكم معنا، ونؤكد لكم التزامنا بالحفاظ على سرية المعلومات المقدمة وعلى استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط.

معاني المصطلحات و المفاهيم

الذكاء الاقتصادي: هو مجموعة من نشاطات البحث والمعالجة وحماية المعلومات الاستراتيجية فتتشارك في اقامتها الدولة والمؤسسات والهيئات المختلفة حيث تمتد المعلومة في بعدها الاستراتيجي الى المجال التنافسي العلمي والتكنولوجي والقانوني....

اليقظة الاستراتيجية: هي المراقبة والملاحظة المستمرة لمحيط المؤسسة من أجل التوصل الى المعلومات المطلوبة قبل الآخرين من اجل اتخاذ أحسن القرارات.

الامن المعلوماتي: هو حماية البيانات والمعلومات من حوادث الاختراق او الاتلاف او التزوير او الدخول الغير مشروع لقواعد البيانات.

نشاط الضغط والتأثير: هي جملة النشاطات والعمليات المعتمدة من قبل كل مؤسسة للتأثير على بيئتها الداخلية والخارجية من اجل ادامة التفوق لصالحها.

I. البيانات الشخصية :

1. الجنس: ذكر أنثى
2. الفئة العمرية: أقل من 30 سنة بين 30 و 40 سنة بين 40 و 50 سنة 50 سنة فما أكثر
3. المؤهل العلمي: ثانوي تقني سامي ليسانس ماستر/مهندس دراسات

II. البيانات الوظيفية :

1. الانتماء الوظيفي: دائرة الموارد البشرية دائرة المحاسبة والمال دائرة التجارة الدائرية
2. الرتبة الوظيفية: موظف بالمصلحة رئيس مصلح م
3. الخبرة المهنية: أقل من 5 سنوات بين 5 و 10 سنوات أكثر من 10 سنوات

المحور الأول: الذكاء الاقتصادي

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية						
1	تلجأ مؤسساتكم إلى التعاون مع مخابر البحث والجهات الاستشارية العلمية للحصول على المعلومات.					
2	تعلم مؤسساتكم من الأخطاء التي تقع فيها المؤسسات المنافسة وتعمل على تجنبها في المستقبل.					
3	مؤسساتكم تراقب محيطها بصفة منتظمة ومستمرة.					
4	مؤسساتكم تتنبأ بالفرص والتهديدات المتواجدة في بيئتها الخارجية.					
5	مؤسساتكم قادرة على تحديد نقاط القوة والضعف المتواجدة بما.					
6	تقوم مؤسساتكم بجمع المعلومات قصد تدارك النواقص واستباق المنافسين وتخفيض المخاطر المحتملة.					
البعد الثاني: الأمن المعلوماتي						
1	تدخل مؤسساتكم شروط سرية المعلومات ضمن عقود الموظفين.					
2	تقوم مؤسساتكم بدورات تدريبية للموظفين حول كيفية حفظ البيانات وتخزينها والمحافظة عليها من خطر التلف أو الضياع أو حتى سوء الاستخدام.					
3	تتوفر مؤسساتكم على نظم مراقبة دخول الموظفين والحماية المادية لمبانيها (رموز الدخول، الحراسة، الانذار، أنظمة ضد الحرائق، بطاقة الموظف والزائر، سيرة الزيارة، ...).					
4	تتوفر مؤسساتكم على برامج لحماية المعلومات من التلف والتعرض للاختراق والقرصنة الالكترونية والفيروسات.					
5	تستعين مؤسساتكم بخبراء موثوقين في مجال البرمجيات لتطوير نظم حماية البيانات.					
6	تحتفظ مؤسساتكم بنسخ احتياطية لمعلوماتها المهمة والسرية في مكان امن.					
البعد الثالث: نشاط الضغط والتأثير						
1	تواجه مؤسساتكم الخدمات الجديدة من قبل المنافسين بخدمات أحسن منها.					
2	لدى مؤسساتكم علاقات عالية المستوى تستخدمها في التأثير على البيئة الخارجية (المنافسين، قرار هيئة عمومية...).					
3	تستخدم مؤسساتكم شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام للترويج والمحافظة على سمعتها في بيئة العمل.					
4	تتعاون مؤسساتكم مع منظمات وهيئات ذات تأثير على المستوى الوطني لتحقيق رضا زبائننا.					
5	مؤسساتكم تشارك بفعالية في مختلف الملتقيات والمؤتمرات.					
6	تسعى مؤسساتكم للتأثير على بيئة العمل بما يؤدي إلى تحقيق أهدافها.					
7	تمتلك مؤسساتكم قوة تفاوضية عالية مقارنة بالموردين والزبائن.					

المحور الثاني: أداء المؤسسة الاقتصادية					
الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
البعد الأول: النمو والتعلم					
1	تعمل مؤسستكم على تعزيز تكنولوجيا المعلومات لتسهيل الاتصالات وتبادل المعلومات.				
2	تعمل مؤسستكم على عقد دورات تدريبية لتنمية قدرات الموظفين.				
3	تعمل مؤسستكم على ابتكار خدمات جديدة مطلوبة للبيئة التنافسية الجديدة.				
4	تقوم مؤسستكم بالبحث باستمرار عن عملاء جدد.				
البعد الثاني: العمليات الداخلية					
1	لدى مؤسستكم مرونة وسرعة في الاستجابة لطلبات العملاء.				
2	تولى مؤسستكم أهمية للبحث والتطوير لتحسين خدماتها.				
3	تعد جودة الخدمات هدف تسعى اليه مؤسستكم للتفوق على باقي المنافسين.				
4	تسعى مؤسستكم دوما لإعادة تطوير مهارات الموظفين.				
5	تقوم مؤسستكم بتبني وظائف جديدة سعيا لتحسين جودة الخدمة.				
البعد الثالث: رضا العملاء					
1	تعتمد مؤسستكم على شبكات التواصل الاجتماعي لتسهيل عملية اتصال العملاء بها.				
2	تستجيب مؤسستكم لشكاوى العملاء من أول مرة ويتم معالجة الخلل في مدة قصيرة.				
3	تولي مؤسستكم الاهتمام لدراسة نسبة العملاء الذين تخلوا عن التعامل معها والسبب وراء ذلك.				
4	تقوم مؤسستكم بدراسة وتحليل احتياجات الزبائن الحاليين والمرتقبين من أجل العمل على ارضائهم.				
5	تقوم مؤسستكم بإجراء استقصاء لقياس مستوى رضا العملاء.				
البعد الرابع: البعد المالي					
1	تعمل مؤسستكم على توفير مصادر تمويل تؤدي إلى تحسين الإيرادات وتطويرها.				
2	تتناسب الأسعار في مؤسستكم مع نوعية وكمية الخدمة المقدمة.				
3	تتعامل مؤسستكم مع المورد الذي يؤمن لها مواد أولية بجودة عالية وتكلفة منخفضة.				
4	العمليات الشهرية التي تقوم بها مؤسستكم تساهم في تحسن أدائها.				
5	يساهم تحليل نظام التكاليف لمؤسستكم في معرفة نقاط القوة والضعف وتعزيز الأرباح.				

• ملحق رقم (02): جدول احصاءة (Kolmogorov-Smirnov)

Tests de Kolmogorov-Smirnov

TABLE DE QUANTILES DE LA STATISTIQUE DE KOLMOGOROV-SMIRNOV

$\alpha \backslash n$	60	65	70	75	80	85	90	95	100	105
0,01	0,2067	0,1988	0,1917	0,1853	0,1795	0,1742	0,1694	0,1649	0,1608	0,1570
0,05	0,1723	0,1657	0,1597	0,1544	0,1496	0,1452	0,1412	0,1375	0,1340	0,1308
0,10	0,1551	0,1491	0,1438	0,1390	0,1347	0,1307	0,1271	0,1238	0,1207	0,1178
0,15	0,1441	0,1385	0,1336	0,1291	0,1251	0,1214	0,1181	0,1150	0,1121	0,1094
0,20	0,1357	0,1305	0,1258	0,1216	0,1178	0,1144	0,1112	0,1083	0,1056	0,1031

• ملحق رقم (03): جدول احصاءة (Fisher)

LOIS DE FISHER-SNEDECOR ($\alpha = 0,05$)

Ainsi, $f_{1-\alpha}$ est le quantile d'ordre $1 - \alpha = 0,95$ de la loi de Fisher-Snedecor à (ν_1, ν_2) degrés de liberté.

$\nu_2 \backslash \nu_1$	1	2	3	4	5	6	8	10	15	20	30	∞
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,18	2,08	1,92	1,84	1,74	1,51
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,13	2,03	1,87	1,78	1,69	1,44
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,10	1,99	1,84	1,75	1,65	1,39
80	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,21	2,06	1,95	1,79	1,70	1,60	1,32
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,03	1,93	1,77	1,68	1,57	1,28
∞	3,84	3,00	2,60	2,37	2,21	2,10	1,94	1,83	1,67	1,57	1,46	1,00

• ملحق رقم (04): جدول احصاءة (Student)

LOIS DE STUDENT

Ainsi, $t_{1-\alpha/2}$ est le quantile d'ordre $1 - \alpha/2$ de la loi de Student à ν degrés de liberté.

$\nu \backslash \alpha$	0,900	0,500	0,300	0,200	0,100	0,050	0,020	0,010	0,001
40	0,1265	0,6807	1,0500	1,3031	1,6839	2,0211	2,4233	2,7045	3,5510
60	0,1262	0,6786	1,0455	1,2958	1,6706	2,0003	2,3901	2,6603	3,4602
80	0,1261	0,6776	1,0432	1,2922	1,6641	1,9901	2,3739	2,6387	3,4163
120	0,1259	0,6765	1,0409	1,2886	1,6577	1,9799	2,3578	2,6174	3,3735
∞	0,1257	0,6745	1,0364	1,2816	1,6449	1,9600	2,3263	2,5758	3,2905

ملخص:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على تأثير تطبيق أسلوب الذكاء الاقتصادي بالاعتماد على أبعاده الثلاثة (اليقظة الاستراتيجية، الأمن المعلوماتي، نشاط الضغط والتأثير) كمتغير مستقل على أداء المؤسسة الاقتصادية كمتغير تابع وذلك من خلال دراسة حالة المؤسسات الاقتصادية الناشطة في مجال الاتصالات على مستوى ولاية سعيدة.

ولقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في الجانب النظري والمنهج التحليلي في الجانب التطبيقي وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات ومعرفة آراء عينة الدراسة المكونة من 75 إطار ومسير، ومعالجة البيانات اعتمادنا على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS في نسخته 25.

وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى إدراك إطارات ومسيري المؤسسات محل الدراسة لأبعاد الذكاء الاقتصادي كان بدرجة مرتفعة، كما ان ادراكهم لمستوى أداء مؤسساتهم جاء هو الآخر بدرجة مرتفعة، الى جانب ذلك تبين لنا أن لتطبيق أسلوب الذكاء الاقتصادي تأثير كبير على أداء المؤسسة الاقتصادية وبالأخص مؤسسات الاتصالات، حيث تفسر درجة اعتماد المؤسسات على الذكاء الاقتصادي ما نسبته 65.3% من التغيرات التي قد تطرأ على أداء المؤسسة الاقتصادية.

الكلمات المفتاحية: ذكاء اقتصادي، يقظة استراتيجية، أمن معلوماتي، نشاط الضغط والتأثير، أداء المؤسسة الاقتصادية.

Abstract:

This study aimed to identify the effect of applying the economic intelligence method by relying on its dimensions (strategic vigilance, information security, and pressure and influence activity) as an independent variable, on the performance of the economic company as a dependent variable, through a case study on the economic company active in the field of Telecommunications in the city of "Saida".

The study relied on the descriptive approach in the theoretical side and the analytical method in the applied side, the questionnaire was used as a tool to collect data and find out the opinions of the study sample consisting of 75 employees, and for data processing, we relied on the SPSS (Statistical Package for Social Sciences) version 25.

The study concluded that the level of awareness of the employees of the company under study of the dimensions of economic intelligence was at a high degree, and their perception of the level of performance of their companies was high. In addition, we found that the application of the method of economic intelligence has a significant impact on the performance of the economic company, especially Telecommunications Company. The degree of dependence of company on economic intelligence explains 65.3% of the changes that may occur in the performance of the company.

Key words: Economic intelligence, Strategic vigilance, Information security, Pressure and influence activity, Performance of the economic organization.

Résumé:

Cette étude visait à identifier l'effet de l'application de la méthode de l'intelligence économique en s'appuyant sur ses dimensions (La veille stratégique, sécurité de l'information, activité de pression et d'influence) comme variable indépendante, sur la performance de l'institution économique comme variable dépendante à travers une étude de cas sur les entreprises économiques actives dans le domaine des télécommunications au niveau de la wilaya " Saida".

L'étude s'est appuyée sur l'approche descriptive du côté théorique et la méthode analytique du côté appliqué, et le questionnaire a été utilisé comme un outil pour collecter des données et connaître les opinions de l'échantillon d'étude composé de 75 cadres et gestionnaires, et pour le traitement des données, nous sommes basés sur le logiciel SPSS (Paquets Statistiques pour les Sciences Sociales) version 25.

Le niveau de cognition des cadres et responsables des entreprises quant aux dimensions de l'intelligence économique était élevé, Ce même niveau concernant la performance de l'entreprise était également à un degré élevé. En plus de cela, nous avons constaté que l'application de la méthode de l'intelligence économique a un impact significatif sur la performance de l'entreprise économique, en particulier les entreprises des télécommunications.

D'où, la relation entre les deux variables l'intelligence économique (variable indépendante) et la performance de l'entreprise économique (variable dépendante) est une relation Forte estimée à 65,3 %. A un niveau statistique de Sig = 0,000, moins de 5%.

Les mots clés : Intelligence économique, Veille stratégique, Sécurité de l'information, Influence, Lobbying, la performance de l'entreprise économique.