

اسهام الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

دراسة حالة الوكالات الاشهارية بمدينة مغنية (تلمسان)

**The contribution of economic intelligence to obtaining a competitive advantage in small and medium-sized enterprises
Case study of advertising agencies in Maghnia (Tlemcen)**

ط.د سامية دومي¹، أ.د رضية بوشعور²

¹ جامعة أبو بكر بلقايد، مخبر بحث الحوكمة العمومية والاقتصاد الاجتماعي - تلمسان (الجزائر)،

samiya.doumi@univ-tlemcen.dz

² جامعة أبو بكر بلقايد، مخبر بحث الحوكمة العمومية والاقتصاد الاجتماعي - تلمسان (الجزائر)، bouchaour@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/06/30

تاريخ القبول: 2022/06/05

تاريخ الارسال: 2022/04/09

ملخص:

تهدف هذه الورقة العلمية إلى توضيح مدى اعتماد الوكالات الاشهارية في مدينة مغنية (تلمسان) على آلية الذكاء الاقتصادي واستعمالها فيما يخدم القرار التنافسي. وخلصت الدراسة بعد تحليل نتائج عينة مكونة من 49 إطار ميسر للوكالات محل الدراسة بواسطة برنامج Spss v25 الى وجود علاقة بين أبعاد الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية إضافة الى استنتاج معادلة الانحدار البسيط بين المتغيرين. كلمات مفتاحية: الذكاء الاقتصادي، الميزة التنافسية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الوكالات الاشهارية، القرار التنافسي.

تصنيفات JEL: C12, D41, L21, M3

Abstract:

The aim of this scientific paper is to explain the extent to which publicity agencies in the city of Maghnia (Tlemcen) rely on the mechanism of economic intelligence and use it in the service of competitive decision.

After analysing the results of a sample of 49 A management framework for the agencies under study by Spss v 25, the study found a relationship between the dimensions of economic intelligence and competitive advantage, as well as a simple regression equation between the two variables.

Keywords: Economic intelligence, Competitive advantage, SMEs, Ppublicity agencies, Ccompetitive decision

JEL Classification Cods : C12, D41, L21, M3

المقدمة:

المؤسسة تؤثر وتتأثر بالمحيط باعتبارها عنصر ديناميكي، فهي بذلك مطالبة بتتبع ومراقبة كل ما يحيط بها، وفي ظل تعدد الخيارات وترابط الاسواق والاقتصاديات أصبح إدراك المؤسسة لبيئتها من العوامل المحددة لاكتساب المزايا التنافسية الدائمة، ولتطويرها والمحافظة عليها أطول فترة ممكنة تسعى المؤسسات لتحسين وتجديد منتجاتها، ولعل أبرز الآليات المساعدة على ذلك الذكاء الاقتصادي الذي يعد أداة للتطوير والابداع فهو يختص بالتسيير الأمثل للمعلومة التي تساعد متخذي القرار على تطوير المؤسسة وضمان نشاطها وتحسين تنافسيتها .

وللمحافظة على الميزة التنافسية وتطويرها واستمرارية فعاليتها، تسعى هذه المؤسسات إلى اعتماد تحسينات وإحداث تغييرات فيما تقدمه من خدمة أو منتج. ولعل من أبرز هذه التقنيات الذكاء الاقتصادي، باعتباره يهتم بالتسيير الأمثل للمعلومات التي تساعد بدورها متخذي القرار على ضمان اتخاذ أحسن قرار يخدم تنافسية المؤسسة.

اشكالية الدراسة:

انطلاقاً من هذا الطرح نلخص الى اشكالية بحثنا المتمثلة في: إلى أي مدى يسهم الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتمثلة في الوكالات الاشهارية؟
وللإجابة على الاشكالية التالية نطرح الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: الوكالات الاشهارية لها اهتمام بتطبيق اذكاء اقتصادي.
- الفرضية الثانية: وجود علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين عناصر الذكاء الاقتصادي مجتمعة (بقطة استراتيجية، أمن معلوماتي، سياسة التأثير) ومدى تحقيق الميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية.
- الفرضية الثالثة: البقطة الاستراتيجية هي أهم عنصر من عناصر الذكاء الاقتصادي والتي علاقة تأثيرية ذات دلالة احصائية على الميزة التنافسية.

أهداف الدراسة:

- ✓ الاهداف على المستوى النظري:
 - بناء اطار معرفي لمنهج الذكاء الاقتصادي كأسلوب إداري مسرع لتنافسية المؤسسة الاقتصادية؛
 - التعرف على الذكاء الاقتصادي و العناصر المكونة له.
- ✓ الاهداف على المستوى التطبيقي:
 - التعرف على الدور الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في استمرارية وبقاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) الوكالات الاشهارية.)
 - جلب اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة (الوكالات الاشهارية) إلى أهمية إدراج الذكاء الاقتصادي ضمن استراتيجياتها؛

— محاولة دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة (الوكالات الاشهارية) إلى انتهاج الذكاء الاقتصادي كدعامة لتحسين تنافسيتها؛

— اختبار العلاقة بين مستوى اعتماد الذكاء الاقتصادي ومدى تحقيق و تعزيز الميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية.

المنهج المتبع والأدوات المستخدمة:

من أجل الإحاطة بجوانب الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة وإثبات صحة فرضيات الدراسة من عدمها، اعتمدنا في الجانب النظري استخدام المنهج الوصفي باعتباره المنهج المناسب لدراسة متغيرات البحث وأهدافه وفروضه، اما الجانب التطبيقي سيتم استخدام منهج دراسة حالة، مستعينين بالاستبيان لجمع مختلف المعلومات والبيانات الضرورية لهذه الدراسة وكذا المقابلة لضمان الفهم الحسن لفقرات الاستبانة، وتم استخدام المنهج التحليلي باستعمال برنامج Spss v25 لتحليل مختلف البيانات المتحصل عليها.

الدراسات السابقة:

— دراسة (بودرمة، 2012)، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة دور الذكاء الاقتصادي في تحسين الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبيان أهميتها وواقعها الحالي في الاقتصاد الجزائري والمستلزمات الضرورية لتأهيلها من أجل ضمان استمرارها وعدم زوالها، وبالتالي تحقيق ريادةها وتقليل الآثار السلبية للعملة على الاقتصاد الجزائري. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك توجه واهتمام من طرف الدولة بالذكاء الاقتصادي وبرز ذلك في اعتماد وزارة الصناعة على الذكاء الاقتصادي في عملها بحيث تقرر وضع مكلفين بهذه العملية في كل وزارة وفي الأجهزة الوسيطة، وأشارت الدراسة إلى محاولة التعريف بالذكاء الاقتصادي عن طريق اجراء العديد من الملتقيات الوطنية والدولية ابتداء من سنة 2002.

— دراسة (مغمولي ، 2016)، هدفت الدراسة إلى التركيز على مبادئ الذكاء الاقتصادي الذي أصبح يشكل أحد الخيارات الضرورية في دعم تنافسية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في خضم المستجدات الراهنة باللجوء إلى احدى الآليات الحديثة النشأة والمتمثلة في الذكاء الاقتصادي الذي يعد المفتاح الأساسي لتعزيز الموقف التنافسي للوحدة الاقتصادية عبر تطوير المنتجات والخدمات، حيث توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط قوية جدا قدرت بـ 0.98 وعلاقة تأثيرية بسيطة ومتعددة بين معايير الذكاء الاقتصادي وتنافسية المؤسسة دوليا.

— دراسة (بغتنة ، 2016)، هدفت هذه الدراسة إلى بناء إطار معرفي لمهج الذكاء الاقتصادي كأسلوب إداري مسرع لتنافسية المؤسسة الاقتصادية، مع ابراز عدم كفاية الممارسات الادارية الكلاسيكية حتى وإن كانت ذات فاعلية من منظور الذكاء الاقتصادي، في محاولة من الباحثة إلى مساعدة المؤسسات محل الدراسة على انتهاج الذكاء الاقتصادي كدعامة لتحسين تنافسيتها. وخلصت الدراسة إلى أن مستوى اهتمام المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بدراسة التحديات الاستراتيجية يمكن اعتباره مقبولا، ولكن في نفس الوقت تم تسجيل أن الذكاء الاقتصادي كمقاربة متكاملة لا تحظى بمكانة هامة في استراتيجية المؤسسات محل الدراسة.

— دراسة (رزيق و عقون، 2018)، سعت هذه الدراسة إلى معرفة مكانة الذكاء الاقتصادي في تأهيل المنظمات الاقتصادية باعتبار المنظمة نظام مفتوح يتأثر ويأثر في البيئة الخارجية مخلفا بذلك تعقيدا في القرارات المتخذة وتشابكا

فيها، والتي يجب أن تتخذ بناء على أسس متينة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى الجزم بضرورة بناء نظام للذكاء الاقتصادي بالمنظمة لأنه أساس مصدر المعلومة وموثوقيتها، وشددت على وجوب الاحتفاظ ببعض المعلومات الاستراتيجية التي تؤهل المنظمة للتنافس.

— دراسة (سارة كززة بوحسان ومبارك عائشة، 2019)، سعت الدراسة إلى محاولة تبيان دور الذكاء الاقتصادي في المؤسسات ومدى مساهمته في بناء وتعزيز الميزة التنافسية وذلك من خلال التعرف على أهم تطبيقات الذكاء الاقتصادي في المؤسسات خاصة الفرنسية (مجمع total كعينة)، وعلاقتها بخلق هذه المزايا، في حين أثبتت ذات الدراسة ما أثبتته سابقاً باعتماد الذكاء الاقتصادي ثلاثة ركائز أساسية وهي اليقظة الاستراتيجية، حماية الارث المعلوماتي، وسياسة التأثير، وأكدت نتائج الدراسة أن ممارسات الذكاء الاقتصادي بمجمع total مرتبطة أكثر بحماية انظمة المعلومات والمعطيات الخاصة بالمؤسسة.

— دراسة (عبد الله ياسين وبودالي محمد، 2019)، هدفت هذه الدراسة إلى فهم العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر تندوف، وكمحاوله لمعرفة دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق ميزة تنافسية، وإثبات أهمية تبني المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لنظام الذكاء الاقتصادي لتطوير ادائها وتدعيم مراكزها التنافسية، إذ كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ترابطية عند مستوى دلالة 69% بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية، وذلك لأن مؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف تمتلك نسبة معتبرة من الصفات التي تدخل ضمن المبادئ التي يقوم عليها الذكاء الاقتصادي نذكر منها تدفق المعلومات بسرعة لديها وامتلاكها لمعلومات لا يمكن قرصنتها.

وأهم ما يميز دراستنا الحالية عن سابقاتها، اعتمادنا على نوع معين من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي لم يسبق اعتمادها في إجراء دراسة حالة تعالج موضوع الذكاء الاقتصادي، فخصوصية المؤسسات محل الدراسة قد تثبت أو تنفي الافتراض الذي يميل بشدة إلى تأكيد أن اليقظة الاستراتيجية هي أهم عنصر من عناصر الذكاء الاقتصادي، وهو ما توصلت إليه أغلب الدراسات السابقة التي عالجت موضوع الذكاء الاقتصادي من منظور الميزة التنافسية، إضافة إلى اعتماد أسلوب الحصر الشامل في الدراسة بدلا من اختيار عينة ما، على اعتبار مجتمع الدراسة صغير ويمكن حصره كليا.

1- الاطار النظري لدور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية

1-1- مفهوم الذكاء الاقتصادي

المسجل ان الذكاء الاقتصادي شكل ولمدة طويلة موضوع نقاشات نظرية وعملية وأول تعريف له كان سنة 1967 من طرف الباحث هارولد ويلنسكي: "الذكاء الاقتصادي يحدد النشاط الاقتصادي لإنتاج المعرفة في خدمة الأهداف الاقتصادية والاستراتيجية للمنظمة والمنتجة في سياق قانوني وذات مصادر مفتوحة". (بوخمخ و صالح، 2012) وقد قدم تقرير هنري مارتر* في سنة 1994 تعريفا للذكاء الاقتصادي وفقا لما يلي: "الذكاء الاقتصادي هو مجموعة من الاجراءات المنسقة للبحث، المعالجة والتوزيع بهدف استغلال المعلومة الضرورية للمتعاملين الاقتصاديين." (عبد الكريم، 2012،

ولقد اقترح المفكر G. Colletis في سنة 1997 تعريفا للذكاء الاقتصادي حيث اعتبره بأنه: "هو القدرة على المفاضلة الفعالة والقدرات الداخلية والخارجية من اجل معالجة المشاكل" (salles, 2006, p. 12)

2-1 - خصائص الذكاء الاقتصادي

مع ظهور العولمة وانتشار المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بكيفية جمع المعلومات واستغلالها، وقع الكثير من الخلط بين هذه المصطلحات، لهذا كان من الضروري إبراز أهم خصائص الذكاء الاقتصادي من اجل تفرقة عن غيره، ومن بين الخصائص المتعددة له نذكر ما يلي: (حموداني، 2012)

- الاستعمال الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات القيمة، والكفيلة لإعطاء ميزة تنافسية في اتخاذ القرارات المخالفة.
- التوفر على ادارة لتنسيق جهود الاعوان الاقتصاديين.
- وجود علاقات قوية بين المؤسسات، الجامعات ومختلف الادارات المركزية والمحلية.
- الوصول على تشكيل جماعات الضغط والتأثير.
- اندماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية والحيوسياسية.
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة قانونية.

3-1- عناصر الذكاء الاقتصادي

ان مفهوم الذكاء الاقتصادي يمكن ان نحصره في كونه سياسة عامة تحددها الدولة بمشاركة باقي المتدخلين والمتعاملين، لها محتواها ومجال تطبيقها، وتبنى عملية الذكاء الاقتصادي على العناصر التالية:

1-3-1- اليقظة الاستراتيجية: تلعب اليقظة دورا متكاملا في نظام الذكاء الاقتصادي حيث تعرف على انها: "النشاط الذي يفسح المجال أمام المؤسسة الاقتصادية للتعرف على منافسيها الحاليين والمحتملين في السوق، وذلك من خلال الرصد والمراقبة المستمرة لنشاطاتهم والتنبؤ بما." (الحياني، 2011، صفحة 143) ويعطي هذا النشاط للمؤسسة تصورا واضحا عن منافسيها، وعلى ضوء ذلك يتم وضع الخطط والاستراتيجيات لاغتنام الفرص وتجنب التهديدات الناجمة عن المنافسة. وتعتمد هذه اليقظة على أربعة أنشطة أساسية: (خلفاوي، 2013، صفحة 235)

- التوقع: يعني توقع نشاط المنافسين أو تغيرات المحيط؛
- الاكتشاف: اكتشاف منافسين جدد أو محتملين، التطوير (تحالفات مع مؤسسات أخرى)، اكتشاف فرص في السوق؛
- المراقبة: مراقبة تطورات عرض المنتجات في السوق، التطورات التكنولوجية، طرق الانتاج؛
- التعلم: تعلم خصائص الأسواق الجديدة، أخطاء أو نجاح الآخرين (المنافسين) مما يسهل تقدير المشاريع، وضع اساليب جديدة للتسيير.

1-3-2- الامن المعلوماتي: ان نشاطات الذكاء الاقتصادي المتضمنة جمع المعلومات، تحليلها، توزيعها، واستغلال النافع منها لصالح مشروع ما، تتطلب توفير ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على المعلومات ومواجهة تهديدات البرامج كحذفها وسرقتها والدفاع عنها في ظل ظروف المنافسة، وكتعريف لأمن المعلومات يمكن القول انه: "الوسائل والامكانيات النشطة والدفاعية لضمان حماية الارث المعلوماتي للمؤسسة ونشاطاتها." (خلفاوي، 2013، صفحة 235)

3-3-1- سياسة التأثير: تشمل الأنشطة التي تنفذ بصورة مباشرة او غير مباشرة، من قبل الافراد والمنظمات والمجتمعات المحلية والدول لتوجيه القرارات في الاتجاه المطلوب. (ben arfa & zeribi, 2010, p. 06) وبالتالي يكمن هدف هذه الوظيفة في ضمان للمتعامل الاقتصادي التحكم في محيط القرارات وفي حالات الضرورة تطبيق أنشطة التأثير التي تخدم مصالحه. ويندرج مجال الذكاء الاقتصادي خصوصا في الأسواق التي تعتبر مصدرا للقيمة المضافة ويتعدى الأمر ذلك لتكون مصدرا للتأثير وللقوة. (زرزار، 2015، صفحة 216)

2- حدود ممارسة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

بالرجوع الى العوامل المؤثرة على فعالية الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفقا لما حدده LEBRUMENT سنلاحظ أن العديد من هذه العوامل إما تشكل في حد ذاتها خاصية من خصائص هذه المؤسسات او هي نتيجة لإحدى خصائصها. وبالتالي فطبيعة وخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تؤثر على ممارسات الذكاء الاقتصادي فيها، وفي كثير من الاحيان تحد من تطبيقه، والتي يمكن عرضها في النقاط التالية:

- بسبب قلة الموارد البشرية المؤهلة لممارسته، وكذا أنماط التسيير المتعبة والتي تعتمد على ادارة الشخص الوحيد او مجموعة محدودة من الاطارات، دون تحديد واضح للمهام، فإن مهمة الاستعلام تكون في شخص المدير بشكل غير رسمي، كما أن عمليات الجمع، التحليل والمعالجة للمعلومات الخاصة بالبيئة تتم بطريقة أقل نظامية بكثير عما هو في المؤسسات الكبيرة. لذلك لا تخضع هذه المعلومات لأي تخزين معين وبالتالي لا يمكن الوصول اليها بسهولة (Breillat, 2010) كما ان مراحل اتخاذ القرار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قليلة التمييز، حتى في القرارات غير الاستراتيجية (عملية او تكتيكية) (خلف، 2004، صفحة 212) ان هذا ما يفسر عدم رسمية ممارسات الذكاء الاقتصادي في هذه المؤسسات، كما ان نجاح هذه الممارسات يرتبط بشكل كبير بالمدير وما يمتلكه من خبرة ورأسمال اجتماعي وعلاقات.
- يواجه نفس اصحاب القرار عدد كبير من الوضعيات المتنوعة والمختلفة، فعدد الاطارات لا يسمح بتخصيص دقيق للمهام في كل مستويات القرار (خلف، 2004، صفحة 212)، وهو ما يجعل من الصعب تكوين خلية متخصصة في اليقظة او الذكاء، ويفسر اللجوء الى كفاءات خارجية في الذكاء الاقتصادي.
- يكون وصولها الى المستهلك النهائي قليل، إذ تمارس في غالبيتها المقاوله من الباطن (خلف، 2004، صفحة 212) كما يكون نشاطها عادة ضمن حيز ضيق، مما يؤثر على ممارسات اليقظة والتأثير.

2-1- تطبيقات الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية

يلعب الذكاء الاقتصادي دورا هاما في تحقيق الميزة التنافسية وتعزيزها، وذلك من خلال سياساته وأعمدته الأساسية والتي تناولناها من خلال طرح مفهومه وفي ما يأتي أهم تطبيقات الذكاء الاقتصادي:

2-1-1- سياسة اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية

أصبح البحث المستمر على الأنشطة ذات القيمة المضافة أمر ضروري، فإكتساب المؤسسة لميزة تنافسية والمحافظة عليها يجعلها قادرة على البقاء والمنافسة والاستمرار، لذلك يعتبر الحصول على المعلومة الاستراتيجية من خلال الجمع، التوليد والبت وكذا

حمايتها من الجوسسة والسرقة الاقتصادية من أولويات المؤسسة الاقتصادية وهذا ما تتكفل به اليقظة التنافسية كما توفر هذه الأخيرة مجموعة من المزايا أهمها: (حمداني، 2012)

- المعرفة المعمقة للأسواق والمنافسين؛
 - اكساب المؤسسة موقع تنافسي من أجل طرح سلعتها وخدماتها المبتكرة في السوق؛
 - ضمان الاستجابة الجيدة لحاجيات الزبائن من خلال التحسين المستمر للمنتجات والخدمات المقدمة؛
 - حماية الميزة التنافسية والعمل على استدامتها.
- كما تساعد اليقظة الاستراتيجية على اتخاذ القرار من خلال أنشطة البحث والتطوير، إضافة الى ذلك فهي تمثل البعد الاستراتيجي للذكاء الاقتصادي من خلال دراسة السوق وتقصي المعلومات الضرورية لذلك. وأيضاً من خلال معرفة وتحليل بيئة المؤسسة الداخلية والخارجية الذي يسمح بتحديد نقاط القوة والضعف، والكشف عن الفرص والتهديدات. فهذا التحليل الاستراتيجي كفيل بتمكين المؤسسة من تبني استراتيجيات هجومية ودفاعية لبناء وتحقيق ميزة تنافسية جديدة أو الحفاظ على المزايا التنافسية التي تمتلكها المؤسسة من قبل. (مغمولي، 2018)

2-1-2- سياسة الأمن المعلوماتي والميزة التنافسية

من ناحية أخرى، يلعب الذكاء الاقتصادي دوراً هاماً في حماية واستدامة الميزة التنافسية، وذلك من خلال سياسة الأمن والحفاظ على الإرث المعلوماتي بالاعتماد على الاستراتيجيات الدفاعية للتقليل من مخاطر التعرض للهجوم وتقوية الوضع التنافسي للمؤسسة وحماية مواردها ودعم مزاياها التنافسية. وتتمثل هذه الاستراتيجيات في استراتيجية إغلاق السوق أمام المنافسين، واستراتيجية الإشارة الى احتمالية الانتقام والرد العنيف.

2-1-3- سياسة التأثير والميزة التنافسية

إضافة الى اليقظة الاستراتيجية والأمن المعلوماتي، يتخذ الذكاء الاقتصادي ركيزة أساسية لتحقيق الميزة التنافسية وهي التأثير من خلال التأثير على الأسعار، والتميز في الخدمات.

3- تطبيق الذكاء الاقتصادي في الوكالات الإشهارية لتحقيق الميزة التنافسية

3-1- تقديم عام لميدان الدراسة

الوكالات الإشهارية هي إحدى أسس الاقتصاد الحديث المبني على المنافسة الحادة، وهي عبارة عن قطاع خدماتي عام يعني بتوفير المادة الإشهارية للمنتجات بصفة عامة وإبرازها في حلة جذابة قصد تسويقها، مستعملة جملة من المواصفات والمؤثرات القابلة والقادرة على المنافسة والصمود مراعية جانب الشكل والنوعية. وللخوض أكثر في مواصفات المؤسسات محل الدراسة نقدم البطاقة التقنية لهذه الوكالات:

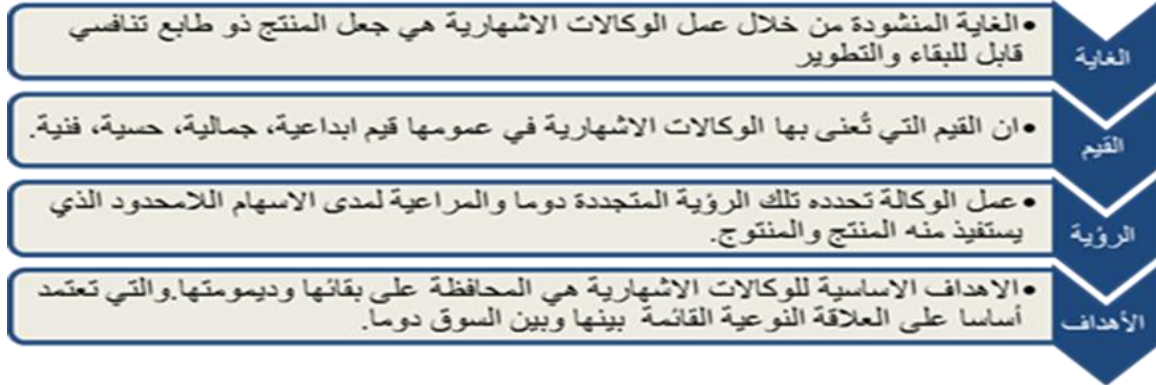
3-1-1- الأهداف الاستراتيجية للوكالات الإشهارية

تقوم المؤسسات محل الدراسة (الوكالات الإشهارية) بتخطيط بعيد المدى (تخطيط استراتيجي) وتأخذ الوكالات الإشهارية في تخطيطها الاستراتيجي جميع المتغيرات الخارجية والداخلية. إذ يقوم هذا التخطيط بالإجابة على السؤال "أين نحن ماضون؟"، آخذاً

اسهام الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
دراسة حالة الوكالات الاشهارية بمدينة مغنية (تلمسان)

في الاعتبار الرؤية المستقبلية للوكالة وعلاقات التكامل والارتباط بين جميع جوانب هذه الوكالة، اضافة الى الأنشطة المختلفة التي تقوم بها والعلاقات التي تربطها بالبيئة المحيطة بها.

الشكل(01): مخطط استراتيجية الوكالات الاشهارية



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على المقابلة مع مدراء الوكالات الاشهارية

3-2- منهجية الدراسة الميدانية

3-2-1- مجتمع وعينة الدراسة:

- **مجتمع الدراسة:** كون الظاهرة المدروسة تتعلق بالذكاء الاقتصادي وكيفية اسهامه في تحقيق الميزة التنافسية التي تسعى المؤسسات لبلوغها، وباعتبار مدينة مغنية تحتوي عددا لا بأس به من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي خلفتها السياسة الجديدة الرامية الى دعم وتنمية المناطق الحدودية وتدعيم شبابها باعتبارها أولوية استراتيجية تحظى باهتمام السلطات، فقد وقع اختيارنا على أكثر مجالات النشاط في المنطقة والمتمثل في الوكالات الاشهارية، مجتمعا للدراسة.
- **عينة الدراسة:** اختيار العينة كان وفقا لأسلوب الحصر الشامل، نظرا لطبيعة موضوع الدراسة الذي يتطلب دراية كافية بالمجتمع المدروس، وبما أن المجتمع صغير فإن أسلوب الحصل الشامل أكثر ملاءمة لدراستنا لأن نتائجه أكثر دقة وصدق. وبناء عليه قمنا بتوزيع الاستبيان على جميع عمال الوكالات الاشهارية البالغ عددهم (8) وكالات على مستوى مدينة مغنية، أي ما يعادل 48 عامل مكون من (مدير، مكلف بالإعلام، مكلف بالتسويق، رئيس مصلحة) وتم استرجاع 48 استمارة قابلة للمعالجة والتحليل ما يعادل 100% وهو اجمالي الاستبيانات الموزعة.

الجدول(01):مواصفات المؤسسات محل الدراسة

العنوان	عدد العمال	سنة التأسيس	اسمها	الوكالة
شارع 2 رقم 54 حي القاضي -مغنية-	6	2017	NOVA event	01
شارع 15 حي الاستقلال -مغنية-	6	2018	Best Pub	02
شارع DRS -مغنية-	6	2017	Laila Design	03
شارع لالة مغنية -مغنية-	7	2019	Innova LED	04
شارع الامير عبد القادر -مغنية-	5	2019	Houdaifa communication	05

حي العزوي -مغنية-	10	2007	IMP EL_Hanaa	06
حي الهدام الجديد -مغنية-	3	2017	EL_Azhar	07
حي العزوي -مغنية-	5	2019	Bureau d'affaires	08

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على معطيات الوكالات الاشهارية

3-3- تحليل وتفسير النتائج

3-3-1- نتائج وتحليل ومناقشة الفرضية الأولى

الفرضية الأولى من دراستنا تنص على مدى تطبيق الوكالات الاشهارية (بمغنية) لآلية الذكاء الاقتصادي، ولاختبارها سيتم استخدام اختبار T مجموعة واحدة (Sample T Test) حيث أن هذا الاختبار يعتمد على فرضين وهما الفرض الابتدائي والفرض البديل وتكون هذه الفروض غالبا حول متوسط أو تباين مجتمع... إلخ، والجدول الآتي سيوضح نتائج الاختبار.

الفرضية العدمية H_0 : لا تطبق الوكالات الاشهارية (بمغنية تلمسان) الذكاء الاقتصادي

الفرضية البديلة H_1 : تطبق الوكالات الاشهارية (بمغنية تلمسان) الذكاء الاقتصادي

الجدول(02): نتائج اختبار OneSample T Test لاختبار الفرضية الأساسية الأولى

قيمة T الجدولية 1.680		قيمة الاختبار 3.7432				المتغير
فترة ثقة الاختبار		الفرق بين الوسطين	القيمة الاحتمالية (sig)	درجة الحرية	قيمة T المحسوبة	الذكاء الاقتصادي
الحد الاعلى لفترة الثقة	الحد الأدنى لفترة الثقة					
0.8859	0.6005	0.74321	0.000	47	10.478	

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائج المعالجة الاحصائية عن طريق برنامج SPSS 25

تم استعمال اختبار T Test بناء على قيمة الوسط الحسابي للمتغير والتي تساوي 3.7432 كما هو موضح في الجدول (02)، حيث ومن خلال هذا الأخير نلاحظ أن قيمة T المحسوبة بلغت 10.478 وهي أكبر من قيمة T الجدولية والتي تبلغ قيمتها 1.680 حسب توزيع Student وذلك عند درجة حرية (v=74) (Degré de liberté)، كما نلاحظ من خلال نتائج الاختبار المبينة في ذات الجدول ان القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.00) وهي أقل من قيمة الدلالة المعنوية 5%، مما يقود الى رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة الفرعية لدراستنا التي تنص على أن الوكالات الاشهارية (بمغنية) لها اهتمام بتطبيق الذكاء الاقتصادي. وتم ملاحظة هذا أيضا من خلال الحوار الذي جرى مع مسؤولي هذه الوكالات أثناء وقوفنا على عملية توزيع وملاء الاستبانة، ففي بداية الحديث كانت الفكرة مبهمه حول ما يتعلق بالذكاء الاقتصادي كمصطلح، وهو ما كان سيؤدي إلى عكس النتيجة نظرا لعدم فهم وإدراك المعنى، لهذا فقد تعمدنا الاشراف الشخصي على كل مجيب بهدف التركيز على مفاهيم المصطلحات والتي وجد أصحاب المؤسسات محل الدراسة أنفسهم يعتمدونها ضمنا بدون إدراك لمفاهيمها.

3-3-2- نتائج وتحليل ومناقشة الفرضية الثانية

تنص الفرضية الأساسية الثانية على أن هناك علاقة تأثير معنوي بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية (بمغنية) حيث يمكن اختبار معنوية الانحدار البسيط باستخدام الاختبار التالي:

الفرضية العدمية: H_0 لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية.

الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية

فيما يلي سنقوم بإجراء تحليل الانحدار الخطي البسيط باستخدام برنامج SPSS v25 قصد اختبار الفرضية الأساسية الثانية لدراستنا، ونتائج الاختبار يوضحها لجدول التالي:

الجدول (30): نتائج تحليل التباين للانحدار الخطي البسيط لتأثير الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية

الميزة التنافسية							المتغير
معامل	معامل	مستوى	قيمة F	متوسط	درجات الحرية	مجموع	النموذج
الارتباط R	التحديد R^2	الدلالة sig	المحسوبة	المربعات		المربعات	الانحدار
0.546	0.298	0.000	4.962	0.421	1	0.421	الانحدار
0.37684			خطأ التقدير	0.142	46	6.532	الخطأ المتبقي
4.064		قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $\alpha=5\%$	قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $\alpha=5\%$		47	6.953	المجموع

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha=5\%$)

المصدر: من إعداد الباحثين، اعتماداً على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق برنامج SPSS 25.0

من الجدول أعلاه يتضح بأن معامل التحديد 0.298 وهي قيمة ضعيفة نسبياً، حيث أن هذه القيمة توضح مقدار ما يفسره المتغير المستقل من تغيرات تطرأ على المتغير التابع أي نسبة تفسير المتغير المستقل للمتغير التابع، بعبارة أخرى يعني أن 29.8% من التغير في الميزة التنافسية يعود إلى التغير في تطبيق الذكاء الاقتصادي في الوكالات الاشهارية (مغنية) والنسبة المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر على المتغير التابع (الميزة التنافسية). كما أن هناك ارتباط بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية حيث تم تقديره بنسبة 54.6% من النموذج، وهي نسبة متوسطة نسبياً تدل على أن لمتغير الذكاء الاقتصادي دور وتأثير معنوي في التأثير على الميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية (مغنية) على اعتبار عدم وجود نظام ذكاء اقتصادي قائم بذاته ولكن تتم ممارسات داخل الوكالات الاشهارية وفقاً لفلسفته. وذلك وفق علاقة طردية، وأن خطأ التقدير قيمته 0.37 وكلما اقتربت قيمته من الصفر كان أفضل.

من الجدول أعلاه يمكن اختبار معنوية الانحدار وذلك باستخدام الاختبار التالي:

الفرضية العدمية: H_0 الانحدار البسيط ما بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية غير معنوي عند مستوى معنوية 5%

الفرضية البديلة: H_1 الانحدار البسيط ما بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية معنوي عند مستوى معنوية 5%.
نقوم بمقارنة القيمة الاحتمالية (Sig)، وبما أنها تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=5\%$) فبذلك نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل وهذا معناه أن الانحدار معنوي، وبالتالي يمكن استنتاج بأن لمتغير الذكاء الاقتصادي تأثير ذو دلالة احصائية على الميزة التنافسية وذلك عند مستوى ثقة 95%. ويمكن تقدير الانحدار من خلال الجدول الآتي:

الجدول (04): نتائج التباين للمعالم المقدرة لنموذج الانحدار الخطي البسيط (IE-AdvCon)

القيمة الاحتمالية T (sig)	قيمة T المحسوبة	المعدلات	المعدلات غير النمطية		النموذج
		النمطية	الخطأ المعياري Std.Error	B	
0,000	8,828	0,246	0,422	3,727	ثابت Constant
0,002	1,721		0,112	1,721	الذكاء الاقتصادي
N=48	درجة الثقة 95%	قيمة T الجدولية تقدر بـ 1.688 عند درجة حرية (n-2=46) ومستوى دلالة ($\alpha=5\%$) وذلك حسب جدول توزيع Student			

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha=5\%$)

المصدر: من اعداد الباحثين اعتماداً على نتائج المعالجة الاحصائية عن طريق برنامج IBM SPSS Statistics v25

حيث أن قيمة F المحسوبة 4,962 أكبر من قيمتها الجدولية. وبما أن مستوى الدلالة يساوي صفر وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد، فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائمة على وجود أثر دال احصائياً لتطبيق الذكاء الاقتصادي على الميزة التنافسية وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

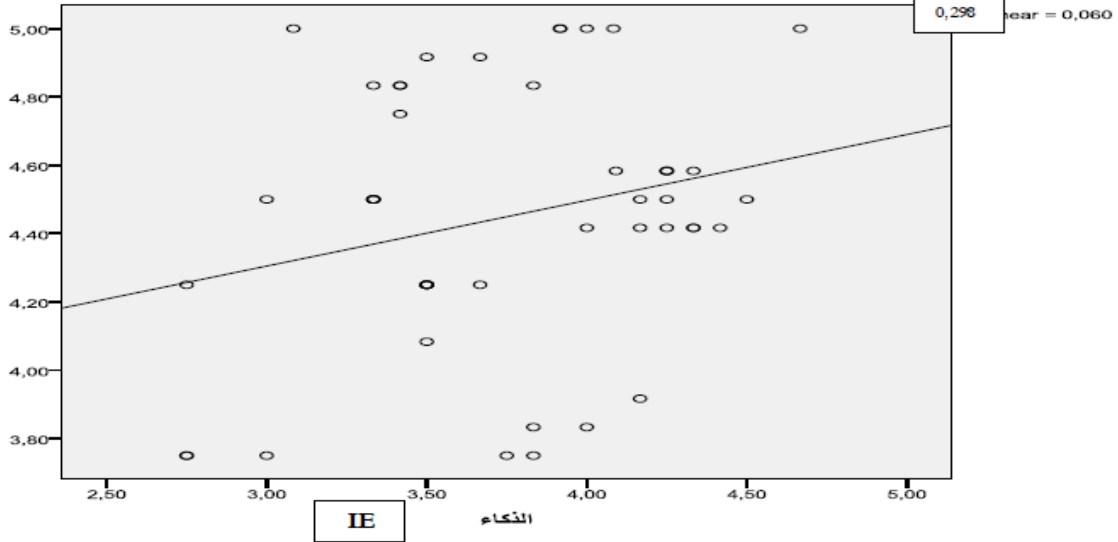
وهذا دليل على أن الذكاء الاقتصادي يلعب دوراً هاماً في دعم الميزة التنافسية، حيث يعمل الذكاء الاقتصادي على الحصول على المعلومات الاستباقية المتمثلة في أذواق وحاجات المستهلكين المستقبلية وتحركات المنافسين وهذا من خلال عملية البحث والتحري والرصد على مواقع الانترنت وهو ما يمكن اعتباره جانباً من جوانب اليقظة الاستراتيجية. مع التفعيل والاهتمام بالجوانب التقنية المتعلقة باستخدام ونقل وتخزين المعلومات وهذا ما يمكن اعتباره جانباً من جوانب الأمن المعلوماتي، لتحديد مكامن القوة والضعف وكذا التعرف على الفرص واكتشاف التهديدات التي يمكن أن تواجهها، الأمر الذي يشمل فحص مختلف البدائل واستبعاد ما يمكن استبعاده لمواجهة شدة المنافسة الذي يشهدها مجال الاشهار، وهو ما دفع الوكالات الى تعزيز ميزتها التنافسية من خلال الاهتمام بالزيون وهذا باتباع مزيج من الاستراتيجيات (التركيز، التميز، القيادة) لاستقطاب أكبر عدد من الزبائن. وهو ما نجحت الوكالات الاشهارية فيه مع بداية تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ويمكن استنتاج معادلة الانحدار الخطي بين تطبيق الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية من خلال الجدول الأخير، والتي يمكن صياغتها كما يلي :

$$\text{AdvCon}=3,727+1,721 \text{ IE}^1$$

كما يمكن تمثيل العلاقة الخطية ما بين متغيري الدراسة من خلال الشكل الموالي الذي تم استخراجه من البرنامج الاحصائي Spss

الشكل رقم (02): منحنى الانحدار الخطي البسيط (AdvCon-IE)



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائج المعالجة الاحصائية عن طريق برنامج SPSS 25

يمكن ملاحظة من خلال الشكل أعلاه أن النقاط تقريبا على خط واحد وهذا ملائم للانحدار، الشيء الذي يدل على أنه بالفعل هناك علاقة متوسطة موجبة ما بين المتغير المستقل والمتغير التابع لدراستنا أي ما بين متغير الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية (مغنية)، حيث من خلال ما تقدم تم إثبات العلاقة المعنوية التأثيرية ما بينهما من خلال اختبار الانحدار الخطي البسيط.

3-3-3- نتائج وتحليل ومناقشة الفرضية الثالثة

تنص الفرضية الاساسية الثالثة على أن اليقظة الاستراتيجية من بين أبعاد الذكاء الاقتصادي لها ارتباط قوي مع الوكالات الاشهارية مقارنة بالأبعاد الأخرى. حيث يمكن اختبار هذه الفرضية من خلال استخدام معامل Pearson وذلك وفق ما تنص عليه:

الفرضية العدمية H_0 : اليقظة الاستراتيجية من بين أبعاد الذكاء الاقتصادي ها ارتباط قوي ذو دلالة احصائية مع الوكالات الإشهارية مقارنة بالأبعاد الأخرى.

¹ IE : Intelligence Economique

الفرضية البديلة H_1 : اليقظة الاستراتيجية لا تعد من بين أبعاد الذكاء الاقتصادي التي لها ارتباط قوي ذو دلالة احصائية مع الوكالات الاشهارية مقارنة بالأبعاد الأخرى.

فيما يلي سنقوم بإجراء تحليل الانحدار الخطي البسيط باستخدام برنامج SPSS v25 قصد اختبار الفرضية الأساسية الثالثة لدراستنا، ونتائج الاختبار يوضحها الجدول التالي:

الجدول(05): قوة الارتباط باستخدام معامل Person بين مكونات الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية

الذكاء الاقتصادي	المتغيرات المعزولة	المتغيرات المدروسة	معامل الارتباط
0,461** 0,001 48	الأمن المعلوماتي سياسة التأثير	اليقظة الاستراتيجية	معامل الارتباط مستوى الدلالة درجة الحرية
0,187** 0.003 48	اليقظة الاستراتيجية الأمن المعلوماتي	سياسة التأثير	معامل الارتباط مستوى الدلالة درجة الحرية
0,633* 0,000 48	اليقظة الاستراتيجية سياسة التأثير	الأمن المعلوماتي	معامل الارتباط مستوى الدلالة درجة الحرية

** الارتباط دال احصائيا عند مستوى دلالة ($\alpha=1\%$) * الارتباط دال احصائيا عند مستوى دلالة ($\alpha=5\%$)

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائج المعالجة الاحصائية عن طريق برنامج SPSS 25

عند عزل تأثير أبعاد الذكاء الاقتصادي، فإن بُعد الأمن المعلوماتي يرتبط بالميزة التنافسية بمعامل ارتباط جزئي قدره (0,633) عند مستوى دلالة (0.000) وهي بذلك تحتل المرتبة الأولى، كما هو موضح في نتائج الجدول رم (05). مما يعني أنه كلما كان اهتمام الوكالات الاشهارية بالأمن المعلوماتي مرتفعا سوف يؤدي ذلك الى زيادة في تعزيز الميزة التنافسية، نظرا لأهمية البعد الاستراتيجي للمعلومات الاستراتيجية، فإن طبيعة عمل الوكالات الاشهارية يتوجب عليها حماية رصيدها المعلوماتي. ثم يأتي بُعد اليقظة الاستراتيجية في المرتبة الثانية من حيث ارتباطه بالذكاء الاقتصادي، بمعامل ارتباط قدره (0,461) عند مستوى دلالة (0,001) وهذا يدل على أن الوكالات الاشهارية تعتمد على اليقظة لرصد تغيرات المحيط بما يخدم ميزتها التنافسية. أما بُعد التأثير فإنه يرتبط بمعامل ارتباط جزئي أقل قدره (0,187) إذا تم عزل تأثير الأبعاد الأخرى للذكاء الاقتصادي، وهو أيضا معامل معنوي عند مستوى الدلالة (0,000) محتملة بذلك المرتبة الأخيرة . وهذا يدل على أن الوكالات الاشهارية لا تولي اهتماما كبيرا لبعد التأثير في دعم ميزتها التنافسية مقارنة بالبعدين الآخرين، وبعد الأمن المعلوماتي أهم أبعاد الذكاء الاقتصادي المعتمد في المؤسسات محل الدراسة نظرا لحاجته الضرورية وفقا لمهام هذه المؤسسات باعتمادها وحرصها على سرية المعلومات لتتنافس وتواجه التهديدات الخارجية.

بعد إجراء الدراسة الميدانية على مستوى الوكالات الاشهارية بمدينة مغنية (تلمسان)، والبالغ عددها (08) وكالات اشهارية، حول مدى اسهام الذكاء الاقتصادي باعتباره آلية من آليات دعم وتعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة

اسهام الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
دراسة حالة الوكالات الاشهارية بمدينة مغنية (تلمسان)

والمتوسطة، توصلت الدراسة بعد الافتراض الأول والذي يدرس اهتمام الوكالات الاشهارية بمدينة مغنية بتطبيق الذكاء الاقتصادي، وبعد استخدام اختبار One Sample T Test وبناء على قيمة الوسط الحسابي للمتغير والتي تساوي (3.7432)، فقد تجاوزت قيمة T المحسوبة قيمة T الجدولية، إضافة إلى أن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.00) وهو أقل من الدلالة المعنوية 5%، هذا يدفع بالدراسة إلى قبول الفرضية الأولى.

تم التطرق بعد ذلك إلى تحليل التباين للانحدار الخطي البسيط لتأثير الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية، بعد اجراء الاختبار اتضح أن معامل التحديد ($R^2 = 0.298$) وهي قيمة ضعيفة نسبيا توضح ما يفسره المتغير المستقل من تغيرات تطرأ على المتغير التابع، أي أن 29.8% من التغير في الميزة التنافسية يعود الى التغير في تطبيق الذكاء الاقتصادي.

في ذات السياق توضح نتائج التباين للمعالم المقدرة لنموذج الانحدار الخطي البسيط أن قيمة F المحسوبة (4.962) أي أكبر من قيمتها الجدولية، ومستوى الدلالة يساوي صفر وهو أقل من 0.5. مستوى الدلالة المعتمد، فإننا نقبل الفرضية الثانية القائمة على وجود أثر دال احصائيا لتطبيق الذكاء الاقتصادي على الميزة التنافسية.

من ناحية أخرى، وبعد قياس قوة الارتباط باستخدام معامل Person بين مكونات (عناصر) الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية، وبعد عزل تأثير أبعاد الذكاء الاقتصادي (بقطة استراتيجية، أمن معلوماتي، سياسة التأثير)، فإن بُعد الأمن المعلوماتي يرتبط بالميزة التنافسية بمعامل ارتباط جزئي قدره (0.633)، في حين ترتبط البقطة الاستراتيجية بمعامل ارتباط قدره (0.461) وبُعد التأثير (0.187)، هذا يوضح أن الأمن المعلوماتي أهم بُعد من أبعاد الذكاء الاقتصادي والذي يمكنه من تعزيز الميزة التنافسية في المؤسسات محل الدراسة على عكس الافتراض القائم على أن بُعد البقطة الاستراتيجية هو أهم أبعاد الذكاء الاقتصادي، وهذا ما يمكن تفسيره بأن تفاوت واختلاف كل بُعد من أبعاد الذكاء الاقتصادي يرجع لطبيعة اختلاف نشاط كل مؤسسة.

بناء على ما تم عرضه وخاصة من خلال مناقشة الفرضيات ومتغيرات الدراسة يمكن تلخيص نتائجها في الجدول التالي:

الجدول(01): يلخص اختبار صحة فرضيات الدراسة

نتيجة الاختبار (قبول/رفض)	الفرضية
الفرضية الأساسية الأولى	
قبول	1 اهتمام الوكالات الاشهارية بتطبيق الذكاء الاقتصادي
الفرضية الأساسية الثانية	
قبول	2 توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في الوكالات الاشهارية
الفرضية الأساسية الثالثة	
رفض	3 البقطة الاستراتيجية من بين أبعاد الذكاء الاقتصادي لها ارتباط قوي مع الوكالات الاشهارية مقارنة بالأبعاد الأخرى

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائج المعالجة الاحصائية عن طريق برنامج SPSS v25

الخلاصة:

إن التحديات الاستراتيجية المتزايدة والمتسارعة جعلت من المؤسسة الاقتصادية تقع في مواقف تستدعي وتحتم عليها سلوك استراتيجي يتماشى ويتناسب وطبيعة كل تحدٍّ تمر به، إذ هدفت هذه الدراسة الى توضيح مدى اسهام الذكاء الاقتصادي في تعزيز الميزة التنافسية، على اعتبار أن تحقيق هذه الأخيرة أصبح تحدي استراتيجي للمؤسسات التي تخطط للمدى البعيد. وبما أن المؤسسة منظومة منفتحة على بيئتها فهي مطالبة بفهم العلاقة بينها وبين هذه البيئة التي تنشط فيها، حتى تتمكن من إدراك مواطن القوة وتطويرها وتحديد مواطن الضعف والعمل على تجنبها وتجاوزها للتمكن من اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية .

كل هذا يدفع المؤسسة الى التفكير في آلية تسمح لها بمراقبة محيطها وجميع التغيرات الحاصلة فيه، وذلك للحصول على المعلومات التي تمكن المؤسسة من حماية مستقبلها والتنبؤ بالتغيرات. ومن أنجع الطرق أو الآليات في هذا المجال هو الذكاء الاقتصادي، والذي من أهم مهامه مراقبة المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة ومتابعة تغيراته عن طريق وظيفة اليقظة الاستراتيجية، وحماية ممتلكات المؤسسة من التهديدات الخارجية عن طريق وظيفة الأمن المعلوماتي، إضافة الى سياسة التأثير في المحيط. وهي تمثل في مجملها عناصر الذكاء الاقتصادي. وعليه ومن خلال دراستنا التي تجيب على الاشكالية المتمثلة في مدى تأثير الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى الوكالات الاشهارية فقد توصلنا الى جملة من النتائج وهي كالتالي:

- الذكاء الاقتصادي مجموعة نشاطات منسقة ومترابطة ومتتالية من بحث ومعالجة ونشر للمعلومة الاستراتيجية للأعوان الاقتصاديين؛
- بالرغم من عدم المعرفة الكاملة لمفهوم الذكاء الاقتصادي، إلا أن المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة مدركة أنها تمارس على الأقل بعضا من تقنياته لتسيير عملها مع اعتبار أن ذلك يتم بشكل غير ممنهج ومدروس، إضافة الى تفاوت في كمية وكيفية الاعتماد عليه من بُعد الى آخر؛
- وجود علاقة طردية بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية، وذلك لأن الوكالات الاشهارية تمتلك نسبة معتبرة من الصفات التي تدرج ضمن المبادئ التي يقوم عليها الذكاء الاقتصادي نذكر منها سعي الوكالات الاشهارية الى حماية وحفظ معلوماتها من المخاطر والهجمات، وإدراك عمالها لأهمية هذه المعلومات، مع حرصهم على عدم قرصنة وسرقة معلوماتها وبرامجها، إضافة الى قدرة هذه الوكالات على الابتكار والتحسين المستمر لضمان جودة المنتوجات من خلال الابداع في التصاميم والحرص على الحس الجمالي والتجديد؛
- الوصول الى إثبات أهمية بُعد الأمن المعلوماتي مقارنة بباقي عناصر الذكاء الاقتصادي (اليقظة الاستراتيجية؛ سياسة التأثير)، نظرا لطبيعة عمل المؤسسات محل الدراسة التي تستدعي الحماية والحفاظ على المادة الخام للمعلومة باعتبار كل ما يتعلق بالمعلومات هو مرادف لرهانات السلطة داخل المؤسسة؛
- تعتبر البيئة التي تعمل فيها الوكالات الاشهارية ذات منافسة عالية جدا؛ وتعتمد بشكل كبير في مراقبتها للمحيط الخارجي على المنافسين والمستهلكين والتطور التكنولوجي الذي يمكنها من مواكبة تطورات المجال وتحقيق الجودة والأداء الناجح؛

— للذكاء الاقتصادي دور فعال واستراتيجي في تحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي تسعى إليه، هذا من خلال العمل المبدئي والاعتماد الجزئي على آلية الذكاء الاقتصادي، وهذا ما يثبت نجاعة الأداة ما اذا تم اعتمادها بشكل رسمي في تحسين الأداء ومنه رفع التحدي وتعزيز الميزة التنافسية.

المصادر والمراجع:

➤ الكتب:

1. salles, m. (2006). stratégie des PME et intelligence économique (éd. 2eme édition). paris: éconómica.

➤ المقالات:

1. حمداني محمد. (2012). أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين مناخ الاعمال وجذب الاستثمارات الاجنبية. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02.
2. حمداني محمود. (2012). أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الاعمال وجذب الاستثمارات الاجنبية. مجلة اداء المؤسسات الجزائرية (02).
3. الحيايبي عبد الله فاضل. (2011). تطبيقات الذكاء الاقتصادي في التجارة الالكترونية. مجلة مركز الدراسات الاقليمية (24).
4. خلفاوي شمس ضيات . (2013). الذكاء الاقتصادي رهان لتسيير المؤسسة الحديثة. مجلة العلوم السياسية والاجتماعية (10).
5. سارة كنزة بوحسان ومبارك عائشة (2019)، الذكاء الاقتصادي كآلية لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية دراسة تحليلية للتجربة الفرنسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 20 ، جامعة قسنطينة.
6. كمال رزيق وعقون عبد السلام. (2018). مكانة الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في منظمات الاقتصادية، مجلة الحقوق الانسانية.
7. زرزاز العياشي. (2015). واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر. مجلة الآداب الكوفة.
8. ياسين عبد الله ، و محمد بودالي. (2019). تفعيل الذكاء الاقتصادي كخيار استراتيجي لتحقيق ميزة تنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، 04(03).
9. ben arfa, h., & zeribi, b. (2010). L'intelligence économique en action au sein de laboratoires pharmaceutique: une investigation à travers ses fonctions. revue officielle de l'Association internationale de management stratégique Amis, 06.

➤ المدخلات:

1. بوخمخ عبد الفتاح ، و صالح محمد. (2012). الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها. المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة. عمان.
2. عبد الكريم سهام. (2012). سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية. المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة، 668. عمان، الاردن.

3. مصطفى بودرامة. (2012). دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المشروعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية - دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية سطيف). المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة. عمان: جامعة الزيتونة الاردنية كلية الاقتصاد والعلوم الادارية.

➤ الأطروحات:

1. صونية بعتة . (2016). الذكاء الاقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الاستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية- دراسة حالة على عينة من المؤسسات الاقتصادية. اطروحة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه تخصص علوم تجارية. جامعة المسيلة.
2. لخلف , ع . (2004). واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها دراسة حالة الجزائر .رسالة غير منشورة لنيل شهادة دكتوراه تخصص ادارة اعمال . 212 , كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير :جامعة الجزائر
3. مغمولي نسرين . (2018). دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة فرتيال. اطروحة غير منشوة مقدمة لنيل شهادة الطور الثالث في التجارة الدولية، جامعة محمد خيضر، الجزائر.
4. مغمولي نسرين، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية (دراسة حالة مؤسسة Fertial عنابة رسالة دكتوراه في العلوم التجارية، 2016 / 2015

➤ المواقع الإلكترونية:

1. Breillat, J. (03-03-2010). *l'intelligence economique en PME/PMI: de l'intention strtégique au bricolage de l'informel*. Récupéré sur communication présentée à la journée intitulée: IE et gouvernance : http://www.breillat.fr/users/jb2927/pme-pmi-bricolage_de_1_informel.pdf