

آلية تفعيل التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية (دراسة
عينة من مؤسسة موبيليس تلمسان)

Integration between Economic Intelligence and Strategic Scanning for support the Competitive Advantage -Case Study of Algeria Telecom Mobilis –Tlemcen-

تربش محمد¹، بن حامد سيدي محمد^{2*}

¹المركز الجامعي مغنية (الجزائر)، moh_terbeche@yahoo.fr

²المركز الجامعي مغنية (الجزائر)، sidimohammed.benhamed@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2021/11/07 تاريخ القبول: 2022/01/26 تاريخ النشر: 2022/01/31

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى تحديد التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائرية (موبيليس)، من خلال دراسة وصفية اعتمدنا فيها على استمارة الاستبيان كأداة دراسية لجمع المعلومات. حيث أشارت النتائج أين تم الاعتماد على تطبيق الارتباط الجزئي والذي توصلنا من خلاله إلى أن وجود علاقة قوية بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية اتضح أنها غير حقيقية بعد تدخل الميزة التنافسية، حيث أصبحت العلاقة بين المتغيرين علاقة متوسطة تقدر ب 41,4% . بمستوى ذو دلالة إحصائية أقل من 5%.

كلمات مفتاحية: ذكاء اقتصادي ، يقظة إستراتيجية ، ميزة تنافسية ، ارتباط جزئي ، موبيليس.

Abstract: The aimed of this study is to determine Integration between the Economic Intelligence and Scanning Strategic for support the Competitive Advantage in Telecom of Algeria (Mobilis), through a descriptive field study in which we relied on the survey questionnaire as a main tool for collecting information. The results of the study found out where to rely on the application of Partial Coorelation, Therefore, we found that there is a strong relationship between the Economy Intelligence and Scanning Strategic turns out that it is an unreal relationship after the interference of the Competitive Advantage, where the relationship between the two variables is a medium relationship estimated at 41,4%. At a statisticl level, which is less than 5%.

Keywords: Economic Intelligence; Scanning Strategic; Competitive Advantage; Partial Coorelation; Mobilis.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

تُعدّ اليقظة الإستراتيجية أحد أهم ركائز الذكاء الاقتصادي ونواته الحقيقية التي يجب الاهتمام بها نظراً لتشعب مكونات بيئة الأعمال المعاصرة التي شهدت جملة من التغيرات والتطورات التكنولوجية التي أدت إلى تزايد حدّة المنافسة أين أصبحت تترافق مع التغير في أذواق ومطالب العملاء، الشيء الذي أفرز الكثير من الاضطرابات والتعقيدات والأزمات لمنظمات الأعمال التي وجدت نفسها مضطّرة للتكيّف مع هذه الأوضاع بغية المحافظة على موقعها التنافسي وتطويره، مما يجعلها تبحث عن طرق الكشف عن بيئتها وكذا عن الوسائل الضرورية لتدعيم مصادر معلوماتها. ولهذا يستوجب على المؤسسة تحقيق التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية التي يمكنها من تتبّع كل ما يحدث في محيطها التنافسي ومواكبة تطوراتها وبالتالي تحقيق أهدافها الحالية والمستقبلية والمتمثلة في البقاء والنمو والاستمرارية.

إشكالية الدراسة: من خلال ما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث في السؤال التالي:

كيف يمكن لمؤسسة الاتصالات (موبيليس) التوفيق بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية لضمان ميزة تنافسية قادرة على مواجهة بيئة الأعمال الحالية؟

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، منها ما يلي:

- ملامسة واقع اهتمام المؤسسة بالذكاء الاقتصادي في مواجهة التغيرات المحيطة .
- معرفة مدى التكامل الموجود بين اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في دعم الميزة التنافسية.
- معرفة مستوى الميزة التنافسية بمؤسسة موبيليس تلمسان.

فرضيات الدراسة: للوصول إلى عمق هذه الإشكالية سيتم طرح الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: لدى المؤسسة اهتمام كبير بتطبيق الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري لمواجهة تغيرات المحيط.

الفرضية الثانية: وجود علاقة وطيدة بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية في مؤسسة موبيليس.
الفرضية الثالثة: الذكاء الاقتصادي كفيل لوحده في دعم الميزة التنافسية دون أي علاقة مع اليقظة الإستراتيجية في مؤسسة موبيليس.

2. الإطار النظري:

1.2. مفهوم الذكاء الاقتصادي:

للقيام بذلك نقترح الإشارة إلى المعنى الأصلي للذكاء. هذا المصطلح الذي تطوّر في الواقع على مرّ القرون وعبر اللغات والذي أثار وجوب الاهتمام به. حيث اشتقت كلمة الذكاء من اللاتينية "Intelligentia" وكذا الألمانية "Intelligenz" والتي تشير إلى الكفاءة، والقدرة على الفهم وتطبيق المعارف وحل المشاكل. وقد تبلور بشكل كبير وواضح منذ مدة طويلة، ليستقر على المحتوى الذي قدمه الأنجلوسكسونيين من خلال تعريفه على أنه: "عبارة عن المعلومات التي تقدمها المخبرات الخاصة، والذي يؤدي إلى اعتماد مصطلح اختبار أو جوسسة" (ADIT, 2016).

لقد تعددت المفاهيم حول الذكاء الاقتصادي بتعدد توجهات وميولات الأطراف والهيئات التي تطرقت له، حيث سنحاول التعرّيج على أهمّ الإسهامات التي جاءت لإعطاء تصور لهذا المصطلح من خلال التعريفات التالية:

◆ تعريف Harold Welsensky: الذي يعدّ أول تعريف للذكاء الاقتصادي الذي تم وضعه في عام 1967 من خلال كتاب بعنوان "l'Intelligence Organisationnelle"، فهو يعرف: "الذكاء الاقتصادي كمنشآت إنتاج عام لخدمة الأهداف الاقتصادية والإستراتيجية للأعوان الاقتصاديين حيث يتمّ تجميع المعلومات في إطار قانوني" (كباش، 2012، صفحة 5).

◆ تعريف Martre Henri: الذين يُعتبر أول من أعطى أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي من خلال تقرير Martre الذي تم اعتماده من خلال أعمال المحافظة العامة للتخطيط الفرنسية، حيث تم تعريفه على أنه "مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة وبتّ المعلومة المفيدة للأعوان الاقتصاديين، حيث أن مختلف هذه النشاطات يجب أن تكون موجهة بطريقة شرعية مع توفير كل الحماية الأساسية

لممتلكات المؤسسة في ظل أحسن الظروف سواء من حيث الوقت الجودة أو التكلفة" (Bricui, 2009, p. 2).

أما من بين التعاريف التي عرّجت على الأهمية التي يضيفها الذكاء الاقتصادي في دعم الميزة التنافسية نجد: **◆ تعريف Michael Porter:** وهو أستاذ في جامعة Havard وله دور في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي إذ قال أنه "يعتمد على تزويد المعلومة المناسبة للشخص المناسب وفي الوقت المناسب من أجل اتخاذ القرار المناسب، والقيام بالتصرف المناسب، وبالتالي تطوير بيئته في الاتجاه الملائم" (Diakhat, 2011)

من خلال هذا التعريف نرى ان الباحث أكد على فعالية الذكاء الاقتصادي في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة في ظل التنافسية الشرسة التي أصبحت تفرضها البيئة يتوقف على مدى نجاعة مساهمة الذكاء الاقتصادي في عملية اتخاذ القرار من خلال دعمه بالمعلومات المفيدة التي تسمح له بالاختيار بين أحسن البدائل ما يسمح بدعم الميزة التنافسية.

◆ تعريف Christian Harbulot بفرنسا أيضا عمل كثيرا في هذا المفهوم، وعرف الذكاء الاقتصادي كالتالي "البحث وتفسير المعلومات المتاحة للجميع، بهدف تحديد نوايا الأعوان الاقتصاديين، ومعرفة قدراتهم في تفعيلها، والذكاء الاقتصادي يدرك كل عمليات المراقبة في البيئة التنافسية ويميّز بين المعلومات التقليدية عن طريق طبيعة مجال تطبيقها، وبما أنها تتعلق بمجال المعلومات المفتوحة تتطلب إذن الامتثال للمصادقية، هوية الأطراف الفاعلة فيه. أي جميع موظفي الإدارة تشارك في بناء ثقافة المعلومات وخصائصها الثقافية ليس فقط الخبراء لأن كل اقتصاد وطني ينتج نموذج ذكاء اقتصادي خاص به " (Coutenceau, 2010, p. 3)

وباعتبار أن البيئة الجزائرية هي محور الدراسة فمن الواجب التطرق إلى:

◆ تعريف وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية الذكاء الاقتصادي على أنه: "مجموع عمليات مراقبة المحيط الداخلي والخارجي من أجل جمع ودراسة وتحليل وتوزيع المعلومات المفيدة للأطراف

الاقتصادية، كما يشمل عملية حماية المعلومات المنتجة واستعمالها في عمليات التأثير والعمل الضغطي" (كنوش، 2020، صفحة 5).

من خلال ما تطرقنا له من تعاريف لمختلف الكُتاب، نلاحظ أن الذكاء الاقتصادي مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمعلومة وخاصة البيئة التنافسية، حيث هذه الأخيرة تعتبر السبب أو الدافع لوجوده، كما تعتبر المعلومة المادة الأولية له والمفتاح لدعم الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية وذلك من حيث تسييرها. ويمكن إعطاء التعريف التالي الذي نحاول من خلاله شمل النقاط التي تناولها الكُتاب السابقون، حيث أن:

"الذكاء الاقتصادي هو عبارة عن عمل دفاعي وهجومي في شكل سيرورة متواصلة لجمع ومعالجة وتفسير ونشر المعلومات عن بيئة منظمات الأعمال للأعوان الاقتصاديين، لمعرفة الفرص واقتنائها والتهديدات لتجنبها، ومنه اتخاذ القرارات المثلى التي تؤدي إلى تقليص حالات عدم التأكد وتحقيق الأداء الناجع وبذلك تحقيق أهداف المؤسسة وضمان إستمراريتها على المدى الطويل". ومنه يمكن القول أن الذكاء الاقتصادي يقوم على مجموعة من المقومات تتمثل في:

- ◆ عبارة عن سيرورة متواصلة؛
- ◆ عبارة عن التحري عن المعلومات المرتبطة ببيئة منظمات الأعمال؛
- ◆ يقوم على إيصال المعلومات للأعوان الاقتصادية المرتبطة باتخاذ القرارات؛
- ◆ يقوم على تقليص حالات عدم التأكد؛
- ◆ يقوم على دعم الميزة التنافسية وبالتالي ضمان استمرارية منظمات الأعمال.

2.2. عناصر الذكاء الاقتصادي:

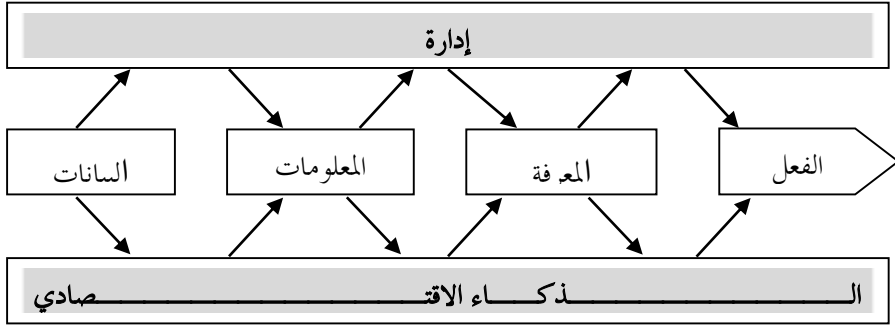
في الإدارة الإستراتيجية نجد أن الأدبيات المتعلقة بالذكاء الاقتصادي ما هي إلا امتداد لأعمال الباحثين السابقين حول المسح البيئي، حيث أن العناصر الأساسية للذكاء الاقتصادي التي تحتاجها المؤسسة الاقتصادية تختلف من اقتصاد إلى آخر ومن مؤسسة إلى أخرى لكن يمكن حصرها في النقاط التالية:

(Mabrouki, 2007, pp. 2-4)

1.2.2.1. اليقظة الإستراتيجية: حيث جاءت اليقظة تارة إعلامية، وتارة أخرى استعلامية فكانت أقرب ما يكون للذكاء الاقتصادي. وعليه فقد عرفت على أنها "العملية الإعلامية تقوم من خلالها المؤسسة بالاستمتاع المسبق للإشارات الضعيفة في محيطها، بهدف فتح نوافذ للفرص وتقليص عدم اليقين" (Lesca.H, 1994, p. 32)، مثل ما هي أيضا عملية استعلامية ونشاط تحسسي أو استخباراتي تقوم به المؤسسة أثناء مسحها لمحيطها التنافسي وفي رقابتها لمنافسيها، لتحل في عملها محل عمل الرادار في رصد أية إشارة ضعيفة وفي الكشف عن أية عملية تنبيهية للاستدلال عن إمكانية وجود أي خطر أو فرصة، لسبق المنافسين (J.C.Castagnos, 2000, p. 32). وعليه من المفترض أن نجد اليقظة الإستراتيجية لها دور في تفعيل المهام الرئيسية للذكاء الاقتصادي في إدارة المعلومة، التي يمكن الاعتماد عليها خاصة فيما يتعلق بالتعرف على احتياجات المؤسسة والمراحل والأدوات التي يعتمد عليها في عملية البحث ومن جهة أخرى يهتم بجمع وترتيب المعلومات، وبالتالي فإنه يحقق الوظيفة الابتدائية أي اليقظة.

2.2.2. إدارة المعرفة: جاءت العديد من التعاريف التي تؤكد على هذا العنصر وهو ما برز من خلال تعريف l'AFDIE الذي عرفته على أنه "مجموعة الوسائل المنظمة، من أجل إنتاج المعلومات المفيدة لاتخاذ القرار في ظل الأداء الناجع وخلق قيمة لكل الجوانب المؤثرة" (Alain.J, 2004, p. 4). حيث يتضح من خلال هذا التعريف أن مفهوم إدارة المعرفة يهتم بتوفير (إنتاج) المعلومات وإتاحتها لجميع العاملين في المنظمة، والمستفيدين من خارجها حيث يركز على الاستفادة القصوى من المعلومات المتوفرة في المنظمة، والخبرات الفردية الكامنة في عقول موظفيها، لذا فإن أهم مميزات تطبيق هذا المفهوم هو الاستثمار الأمثل لرأس المال الفكري، وتحويله إلى قوة إنتاجية تساهم في تنمية الفرد ورفع كفاءة المنظمة (J.Y.Prax, 2007, pp. 22-26). ويمكن أن نبرز علاقة إدارة المعرفة بالذكاء الاقتصادي من خلال الشكل التالي:

الشكل (01): يبين علاقة إدارة المعرفة بالذكاء الاقتصادي



Source :Frédérique Blondel & Serge Edouard & Mohamed el Marouki, Quelle articulation entre IE et KM au sein de l'entreprise ,Vie et Science de l'entreprise, 2007 ,P 161.

ومن هنا يمكن أن نعتبر كلا من إدارة المعرفة والذكاء الاقتصادي على أنهما شكلان من أشكال نظم المعلومات، التي تمثل مجموعات من الأدوات والإجراءات الجماعية الموجهة للتعليم التي تقوم على تحويل المعلومات إلى معرفة قابلة للتنفيذ.

3.2.2. حماية المعلومات: في أدبيات الذكاء الاقتصادي هناك العديد من الأعمال التي تؤكد على الحماية أو ما يعرف بالذكاء المضاد، هذا الأخير يجمع من ناحية بين مجموعة إجراءات حماية لرأس المال الغير مادي ومن ناحية أخرى بين التأثير والجماعات الضاغطة. وهو ما تجلّى في تعريف A. JUILLET (المسئول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا سنة 2005) الذي عرفه على أنه: "يشتمل على السيطرة وحماية المعلومة الإستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى: المنافسة في المجال الاقتصادي الأيمن الاقتصادي أمن المؤسسات تعزيز سياسة التأثير" (Peguiron.F, 2006, p. 37).

أي أن المعلومة والمعرفة تشكّل الأساس لرأس المال الغير مادي، وهي تشكّل من أي وقت مضى ثروة حقيقية للمؤسسة التي لا بد عليها صيانتها وحمايتها ولذلك لا يمكن تجاهلها أمام المخاطر التي يمكن أن تواجهها والتي تكون مؤثرة خاصة في حالات إجراءات الإخفاء بسبب عدم الانتباه أو نقص تنافسية المؤسسة أو تكون مقصودة بفعل إرادي للحصول على نحو غير مشروع على المعلومات الإستراتيجية. وعليه فإن الذكاء الاقتصادي هو العملية التي تقوم على نوعية الأفراد وتنفيذ الإجراءات وتقنيات الحماية.

3.2. الميزة التنافسية: في عصر المنافسة الشديدة ، تسعى المنظمات جاهدة لاكتساب ميزة تنافسية والحفاظ عليها (Kennedy & Michael, 2004, p. 38).

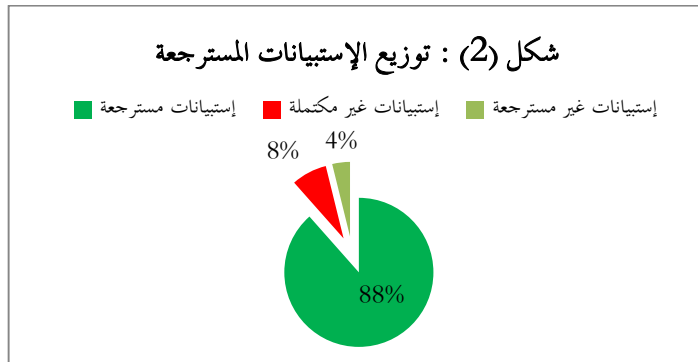
ويرى بورتر (1958) أن الميزة التنافسية هي ميزة على المنافسين يتم اكتسابها من خلال تقديم قيمة أعلى للمستهلكين، إما باستخدام أسعار أقل أو من خلال توفير مزايا أكثر أهمية تبرر ارتفاع الأسعار. تعرف كذلك على أنها " القدرة على تحقيق الحاجات للمستهلك أو القيمة التي يتم الحصول عليها من ذلك المنتج ومثال ذلك قصر فترة التوريد أو الجودة العالية للمنتج " وتعرف كذلك أنها " إستراتيجية قيمة تجمع بين الالتزام الاستراتيجي في الأجل الطويل والمرونة في الأجل القصير الأمر الذي يجعل تأسيسها والحفاظة عليها أمر بالغ الصعوبة. " (دلال، 2010، صفحة 198). وبناء على ما سبق يمكن القول أن الميزة التنافسية تشير إلى ما تستطيع المؤسسات القيام به بشكل متميز وفائق بالمقارنة الحالية أو المستقبلية مع المنافسين وذلك من خلال استغلال أفضل الإمكانيات والموارد المادية والبشرية والكفاءات التي يتمتع بها.

3. الإطار التطبيقي:

بعد تحديد إشكالية البحث ووضع الفرضيات وتحديد أهداف الدراسة في النسق النظري، سنحاول من خلال هذه الدراسة الميدانية مؤسسة موبيليس فرع (تلمسان) لإبراز الجوانب المتعلقة بموضوع دراستنا.

1.3. مجتمع وعينة الدراسة: المجتمع الإحصائي يشمل كل موظفي مؤسسة (موبيليس) فرع تلمسان حيث تم اختيار عينة عشوائية وتوزيع 50 نموذجاً للإستبانة، لم يسترجع سوى 46 من الاستبيانات الموزعة القابلة للمعالجة والتحليل، أي بمعدل 88%. وذلك بعد استبعاد 04 قوائم غير مكتملة الإجابة أي بمعدل 8% في حين لم يتم استرجاع 02 قوائم وهي التي تمثل 4% من إجمالي الاستبيانات الموزعة.

آلية تفعيل التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية
(دراسة عينة من مؤسسة موبيليس - تلمسان-)



المصدر: من إعداد الباحثين

2.3. متغيرات البحث والعبارات المقابلة لها: الجدول التالي يبين متغيرات البحث:

جدول (01): يبين متغيرات البحث والعبارات المقابلة لها

أرقام العبارات المقابلة	الإسم	متغيرات البحث
Q1_Q3	Veille	اليقظة الإستراتيجية
Q4_Q6	KM	إدارة المعرفة
Q7_Q9	Security	حماية المعلومات
Q1_Q9	IE	الذكاء الاقتصادي
Q10_Q16	Adv	الميزة التنافسية

المصدر: من إعداد الباحثين

3.3. خصائص عينة الدراسة: الجدول التالي يبين خصائص عينة الدراسة

جدول (02): يبين خصائص عينة الدراسة

المتغير	الحالة	التكرار	النسبة (%)
الجنس	ذكر	29	63
	أنثى	17	37
العمر	أقل من 30 سنة	07	15,2
	من 30 إلى 40	13	28,3
	من 40 إلى 50	19	41,3
	أكثر من 50 سنة	07	15,2
المستوى التعليمي	دبلوم تكوين	04	8,7
	ليسانس	05	10,9
	ماستر	27	58,7
	دراسات عليا	10	21,7

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج مخرجات SPSS V24

4.3. قياس ثبات أداة الدراسة: للتأكد من درجة ثبات أداة القياس قمنا بالاعتماد على معامل الثبات Cronbach Alpha وقد اتضح أن أداة القياس تتمتع بدرجة عالية من الثبات حيث، بلغ معامل الثبات بالنسبة للعبارات المكونة لمتغير الذكاء الاقتصادي 0,836 بينما بالنسبة للعبارات المكونة لمتغير الميزة التنافسية كانت 0,813 وهو ما توضحه النتائج التالية:

جدول (03): نتائج اختبار معامل Cronbach Alpha لقياس ثبات الإستبانة

متغيرات البحث	معامل الثبات Cronbach Alpha
الذكاء الاقتصادي	0,836
البقطة الإستراتيجية	0,743
إدارة المعرفة	0,718
حماية المعلومات	0,703
الميزة التنافسية	0,813

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج مخرجات SPSS V24

آلية تفعيل التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية
(دراسة عينة من مؤسسة موبيليس - تلمسان-)

أما فيما يتعلق بمعامل الثبات للمتغيرات التي تدخل ضمن تشكيل الذكاء الاقتصادي فقد بلغت 0,743 لليقظة الإستراتيجية و 0,718 لإدارة المعرفة و 0,703 لحماية المعلومات وهي كلها أكبر من 0,6 أي من 60% وهو ما يدل على ثبات الاستبانة.

5.3. قياس توزيع البيانات: نستهدف من خلال هذا الاختبار التحقق من مدى إعتدالية التوزيع وأن عينة الدراسة المحسوبة من المجتمع، تتبع بياناتها التوزيع الطبيعي، وبالتالي إمكانية تطبيق قوانين معلميه التوزيع ومن أجل توضيح ذلك نعتمد على اختبار (Kolmogorov-Smirnov) كما هو مبين في الجدول.

الجدول (04): إختبار إعتدالية التوزيع (Kolmogorov-Smirnov)

مستوى الدلالة	Kolmogorov-smirnov Z	محاور الدراسة
0,515	0,818	الذكاء الاقتصادي
0,123	1,181	إدارة المعرفة
0,728	0,690	اليقظة الإستراتيجية
0,332	0,946	حماية المعلومات
0,340	0,940	الميزة التنافسية

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج مخرجات SPSS V24

بالنظر إلى الشكل أعلاه يتبين أن البيانات الواردة أن المتغيرات الخمسة تتمتع بالتوزيع الطبيعي حيث أن قيمة Asymp.Sig لكل منها أكبر من 0,05 المستوى المعتمد للدراسة.

6.3. اختبار الفرضيات:

الجدول رقم (05): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع محاور الدراسة

المحاور	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الذكاء الاقتصادي	3.90	0,569
إدارة المعرفة	3.94	0,742
اليقظة الإستراتيجية	4,08	0,605
حماية المعلومات	3,84	0,717
الميزة التنافسية	3,89	0,596

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج مخرجات SPSS V24

من خلال الجدول نلاحظ أن جميع متوسطات إجابات العينة المبحوثة تراوحت بين 3,89 و4,08 أي أن إجابات غالبية أفراد العينة وقعت بين درجتي موافق وموافق بشدة بالنسبة لجميع محاور الاستبانة.

حيث كان أعلى متوسط لمتغير اليقظة الإستراتيجية 4,08 وهو ما يدل على المؤسسة محل الدراسة تهتم باليقظة الإستراتيجية وتعتبرها أهم عناصر الذكاء الاقتصادي 3.90 وهو ما يعطي للمؤسسة الأفضلية لاكتساب ميزة تنافسية مقارنة بالمنافسين وهو ما أفرته نتائج الدراسة حيث بلغ الوسط الحسابي للميزة التنافسية 3.89

1.6.3. الفرضية الرئيسية الأولى: تهتم المؤسسة المبحوثة بالذكاء الاقتصادي.

H_0 : مؤسسة موبيليس غير مهتمة بتطبيق الذكاء الاقتصادي.

H_1 : مؤسسة موبيليس مهتمة بتطبيق الذكاء الاقتصادي.

تقوم الفرضية الرئيسية الأولى على مقارنة الوسط الحسابي للإجابات على مدى تطبيق الذكاء الاقتصادي مع الوسط الحسابي للأداة (3) على أساس مقياس Likert الخماسي المستخدم. ولاختبار هذه الفرضية استخدمنا One –Sample T Test.

جدول (06): نتائج اختبار One Sample T Test لاختبار الفرضية الأساسية الأولى

قيمة T الجدولية 1,680		قيمة الاختبار 3,5				المتغير
فترة ثقة الاختبار		الفرق بين	القيمة	درجة	قيمة T	الذكاء الاقتصادي
الحد الأدنى	الحد الأعلى	الوسطين	الاحتمالية (Sig)	الحرية	المحسوبة	
لفترة الثقة	لفترة الثقة					
0,0547	0,9453	0,500	0,030	29	2,350	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج مخرجات SPSS V24

تبين المخرجات أعلاه أن الوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة للذكاء الاقتصادي قد بلغ 3.5 وبانحراف معياري قدره 0.95145. وحيث أن قيمة t المحسوبة قد بلغت 2.35. وبالتالي يمكننا رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة القائمة على أن المؤسسة تطبق الذكاء الاقتصادي ومما يؤيد هذا القرار أن مستوى الدلالة المحسوبة $Sig=0.03$ كان أقل من 0.05 أي المستوى المعتمد لأن اختبار الفرضية من طرف واحد. وهو ما يؤكد صحة الفرضية الأولى. وبالتالي يمكن القول أن مؤسسة موبيليس تحاول الاعتماد على الذكاء الاقتصادي في تسييرها رغبة منها في مواكبة التطورات الحاصلة في البيئة العالمية، وكذا مواجهة تحديات البيئة التي تعيش فيها التي تتميز بمنافسة شديدة، حيث أن المصلحة المستولة عن تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسة هي مصلحة التخطيط والإستراتيجية.

2.6.3. الفرضية الرئيسية الثانية: وجود علاقة ارتباطية قوية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية في مؤسسة موبيليس.

H_0 : لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية في مؤسسة موبيليس.

H_1 : يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية في مؤسسة موبيليس.

حيث يتم التأكد من صحة الفرضية من عدمها بتطبيق الارتباط الثنائي باستخدام معامل Spearman بين متغير الذكاء الاقتصادي ومتغير اليقظة الإستراتيجية، وهو ما يوضحه الجدول التالي.

جدول (07): العلاقة الإرتباطية باستخدام معامل Spearman بين متغير اليقظة

الإستراتيجية ومتغير الذكاء الاقتصادي

		IE	Veille
IE	Pearson Correlation	1	,884**
	Sig. (2-tailed)		,001
Veille	Pearson Correlation	,884**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	

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

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج مخرجات SPSS V24

من خلال نتائج الارتباط الثنائي بين متغيري الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية يتضح وجود علاقة قوية بينهما حيث أن معامل Pearson=88.4% مع مستوى ذو دلالة احصائية Sig=0.000 أقل من مستوى الدراسة 5% وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية. مما يعني أنه كلما كان اهتمام مؤسسة الدراسة باليقظة الإستراتيجية سوف يؤدي ذلك إلى زيادة في مستوى الذكاء الاقتصادي، نظراً لأهمية البعد الإستراتيجي للمعلومات الإستراتيجية، فهي من المؤسسات الجزئية القليلة التي تتبنى مفهوم اليقظة حيث تقوم برصد وتتبع كل التغيرات الإيجابية والسلبية التي تحدث في بيئتها الخارجية من خلال فصيلة اليقظة الإستراتيجية المندرجة من مصلحة التخطيط والإستراتيجية. وهو ما يساعد الذكاء الاقتصادي عملية اتخاذ القرارات خاصة الإستراتيجية منها من خلال المتابعة والرصد البيئي لمحيطها الخارجي، التقني

آلية تفعيل التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية
(دراسة عينة من مؤسسة موبيليس - تلمسان-)

والتكنولوجي والمؤثرات الاقتصادية الأخرى لاستغلال الفرص وتجنب التهديدات، ثم تعقب المعلومات التي تم تحديدها في "استهداف اليقظة" بعدها تخضع المعلومات المجمعّة إلى المعالجة والتحليل، فرز وغرلة واستخلاص المعلومات المفيدة والمهمة ثم نشرها وتوزيعها على مستعمليها لتغذية القرارات الإستراتيجية.

3.6.3. الفرضية الرئيسية الثالثة: الذكاء الاقتصادي كفيل لوحده في دعم الميزة التنافسية في مؤسسة موبيليس دون أي علاقة مع اليقظة الإستراتيجية.

H_0 : علاقة الذكاء الاقتصادي باليقظة الإستراتيجية قوية بتثبيت متغير الميزة التنافسية.

H_1 : علاقة الذكاء الاقتصادي باليقظة الإستراتيجية تقوم على عدم تثبيت متغير الميزة التنافسية..

الجدول رقم(08): يوضح تأثير أبعاد الذكاء الإقتصادي على الميزة التنافسية

المعاملات					
مستوى الدلالة	T الحسابية	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	
		المعاملات	الخطأ المعياري	Bêta	
0,185	1,341	0,776	0,578	(Constante)	
0,020	2,395	0,368	0,154	إدارة المعرفة	
0,003	3,159	0,300	0,095	حماية المعلومات	
0,000	7,792	0,583	0,075	اليقظة الإستراتيجية	

المصدر: : من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج مخرجات SPSS V24

نلاحظ من خلال نتائج اختبار الارتباط المتعدد أن جميع أبعاد الذكاء الاقتصادي تؤثر تأثيرا إيجابيا في الميزة التنافسية و بدرجة أعلى اليقظة الإستراتيجية.معامل تأثير بلغ 0.583 بخطأ معياري قدر ب0.075. تليه إدارة المعرفة.معامل تأثير 0.068 وخطأ معياري بلغ 0.154 وبدرجة أقل حماية المعلومات الذي بلغ معامل تأثيرها حوالي 0.3 و الخطأ المعياري قدر ب 0.095، ومنه وجود التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية ضروري من أجل دعم الميزة التنافسية. وهو ما يتوافق مع الأفكار التي

جاء بها Bernard Bosson & Jean Claude Possin اللذان يعتقدان أن الذكاء الاقتصادي مكمل لليقظة حيث أن المؤسسة تحتاج المعلومات المتعلقة بالمنافسين لأنها مجبرة على ترقب وترصد كل ما هو جديد، وتتبع الابتكارات والإبداعات والاختراعات، ونظراً لتعدد المتغيرات الخارجية والتي تقود لتعدد المعلومات فإن هذا الوضع يجبر المؤسسة على التأهب واليقظة الدائم والمراقبة الفعالة نحو المحيط، من أجل التكيف مع هذه المتغيرات مستقبلاً، وذلك لا يتم إلا من خلال البحث والترقب للمحيط الذي يؤدي إلى التحسين في منتجات جديدة في إطار اليقظة التنافسية التي تمكن المؤسسة من معرفة إستراتيجيات كل منافس، كفاءاته، إمكانياته، ووضعيته السوقية وعلاقته التجارية مع الزبائن والموردين، من خلال معرفة: "من هم منافسوننا؟"، "ما نوع منتجاتهم؟"، "فيما تتمثل إمكانياتهم التكنولوجية؟"، "ما هو مجال إبداعاتهم؟"..... إلخ وبالإجابة على هذه الأسئلة تكون المؤسسة على اطلاع لتطورات المنافسين الحاليين أو المترقبين. خاصة ما يتعلق بنشاط مؤسسة موبيليس (قطاع الاتصال).

4. الخاتمة

أخذ مفهوم الذكاء الاقتصادي عدة أبعاد أهمها البعد الاستعلامي الذي يتجسد من خلال مفهوم اليقظة الإستراتيجية وذلك من خلال المتابعة المنهجية لبيئة المؤسسة على جميع الأصعدة، قصد التمكن من التقاط المعلومات، معالجتها ونشرها ومن ثم استغلالها، بهدف دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية أي بتعبير بسيط أنها تمثل رادار للمؤسسة، وهو ما يتوافق مع الأفكار التي جاء بها Jakobiack الذي يعتبر الذكاء الاقتصادي وسيلة لتحقيق الميزة التنافسية في حين أن اليقظة تقدم نتائجها أو بتعبير آخر نتائج اليقظة هي معطيات لانطلاقة أو (سيرورة) الذكاء الاقتصادي.

وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة كان لا بد من تقديم مجموعة من التوصيات والاقتراحات أهمها:

◆ ضرورة استخدام برمجيات اليقظة الإستراتيجية الأكثر تطوراً من أجل إحداث تكامل بينها وبين الذكاء الاقتصادي، بما يتيح لها صنع الفرص بدل انتظارها. والتركيز على اتخاذ الإجراءات والقوانين الكفيلة بإدماج تقنية المعلومات والاتصالات في جميع الوظائف والعمليات ضمن المؤسسات الجزائرية؛

◆ تكوين شبكات مختصة في المجال الذكاء الاقتصادي تضم مجموعة من الخبراء والمختصين والمستشارين من أجل تعقب المعلومة وتحليلها ونشرها في قرارات تساهم في خلق قيمة مضافة للمؤسسة الاقتصادية، بغرض تكوين ما يسمى محترفي اليقظة والذكاء الاقتصادي بشرط أن تتوفر فيهم صفات خاصة، إذ يجب أن يتسم أعضاء فريق نظام الذكاء الاقتصادي بالمرونة والثقة المتبادلة بين مختلف أعضائه، ويجب أن يعمل هذا الفريق كوحدة واحدة لتعزيز الروح المعنوية، ويجب أن تتوفر فيهم أيضا صفات التفاهم والتعاون مع الغير وكذا جودة التنظيم والصرامة والكفاءة المزدوجة من جانب الاتصال وجانب المهارات التقنية؛

◆ إبراز أهمية تطوير الوظيفة الإستشرافية والاستطلاعية في المؤسسات الاقتصادية، للتكفل بإنجاز الدراسات الإستشرافية، وتحليل الإشارات الضعيفة وتقييم أهميتها الإستراتيجية باعتبارها أدوات ضرورية تدعم القدرة الإستباقية وقدرات رد الفعل السريع للمؤسسات الوطنية لمواجهة التنافسية.

5. قائمة المراجع:

- 1-ADIT. (2016). *Leader Européen de l'Intelligence Economique*. Récupéré sur www.adit.fr/euradit/ consulté le 23/07/2020
- 2-كباش. (2012). الذكاء الاقتصادي كآلية للحد من الأزمات المالية. الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنمية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة. الجزائر: جامعة الشلف.
- 3-Bricui. (2009). *Toward a new approach of the economic intelligence process : basic concepts, analysis methods and informational tools*. *Theoretical and Applied Economics*, vol. 04(533).
- 4-Diakhat. (2011). *Des cours en veille strategique*. Récupéré sur http://www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/Veille_maj.pdf (Consulté le 07/04/2020)
- 5-Coutenceau. (2010). *Guide pratique de L'Intelligence Economique*. EYROLLES, édition d'organisation, Paris.
- 6-كنوش. (2020). التحليل العملي التوكيدي للذكاء الاقتصادي، دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الإلكترونية في الجزائر. مجلة التنظيم والعمل.
- 7-Mabrouki, E. (2007). *Le pratique de l'Intelligence Economique dans les grandes entreprises: voyage au coeur d'un système non univoque*. 14 ém

- conférence de management stratégique. Récupéré sur :<http://www.strategie-aims.com/events/conferences/7-xvieme-conference-de-l-aims/communications/2166-la-pratique-de-lintelligence-economique-dans-les-grandes-entreprises-voyage-au-coeur-dun-systeme-non-univoque/download> (Consulté le 21/09/2020)*
- 8-Lesca.H. (1994). *Veille Stratégique pour le management stratégique de l'entreprise. In Economies et Sociétés, Série Sciences de Gestion, SG N°20, 5/1994. Récupéré sur <http://www.veille-strategique.org/docs/LESCA-SG20-1994-31-50.pdf> (Consulté le 13/08/2020)*
- 9-J.C.Castagnos, L. &. (2000). *Capter les signaux faible de la veille stratégique: comment amorcer le processus? Retour d'expérience et rerecommandation. Récupéré sur <http://www.veille-strategique.org/docs/2000-lesca-castanhos.pdf> (Consulté le 15/09/2020)*
- 10-Alain.J. (2004). *Modèle d'Intelligence Economique . Economica, Paris.*
- 11-J.Y.Prax. (2007). *Le manuel du knowledge management. Dunod. Paris.*
- 12-Peguiron.F. (2006). *Application de l'Intelligence Economique dans un système d'information stratégique universitaire: Les apports de la modélisation des acteurs. Thèse de Doctorat . Université Nancy 2, France.*
- 13-Kennedy & Michael, E. (2004). *Using customer relationship management to increase profits. Strategic Finance, 85(9), 37–41.*
- 14-عظيمي دلال، مداخل تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال في ظل المحيط الحركي، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، العدد العاشر، 6090 ، ص 912

آلية تفعيل التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية
(دراسة عينة من مؤسسة موبيليس - تلمسان-)

6. ملاحق:

الملحق (1) :

_ضع العلامة (x) في كل فقرة حسب الإطار المناسب.

الجزء الأول : البيانات الشخصية

1-الجنس:	<input type="checkbox"/>	ذكر	<input type="checkbox"/>	أنثى
----------	--------------------------	-----	--------------------------	------

2- المستوى التعليمي	<input type="checkbox"/>	تكوين	<input type="checkbox"/>	ليسانس	<input type="checkbox"/>	ماستر	<input type="checkbox"/>	دراسات عليا
---------------------	--------------------------	-------	--------------------------	--------	--------------------------	-------	--------------------------	-------------

3- السن	<input type="checkbox"/>	أقل من 30	<input type="checkbox"/>	بين 30 و 40	<input type="checkbox"/>	بين 40 و 50	أكثر من 50
4- الخبرة	<input type="checkbox"/>	أقل من 5 سن	<input type="checkbox"/>	بين 5 و 10 سن	<input type="checkbox"/>	بين 10 و 15 سنة	أكثر من 15 سنة

الجزء الثاني: البيانات المهنية

الرقم	العبارة	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الذكاء الاقتصادي						
إدارة المعرفة						
1	اكتساب المعرفة يكون بالمقارنة المرجعية وحضور مؤتمرات وورشات العمل					
2	نقل المعرفة تكون من خلال الأفراد					
3	تنظيم المعرفة واسترجاعها تساعد متخذي القرار على استخدامها					
اليقظة الإستراتيجية						
4	اهتمام اليقظة بكل من الإبداع والاختراع.....					
5	تتابع التطور العلمي والتقني الحاصل في محيط المؤسسة					
6	تتابع التطورات المحتملة في سلوك المستهلكين وعروض الموردين					
حماية المعلومات						

					7	قبل إطلاق أي مشروع لابد من معالجة الجانب المتعلق بحماية المعلومات
					8	تقوم المؤسسة بتحديد كل من (المعارف، الإبداعات، المهارات) ومن ثم حمايتها
					9	تعمل المؤسسة على تأمين نظام المعلومات بمختلف مكوناته للمحافظة على مكانتها في السوق
الميزة التنافسية						
					10	تتم المؤسسة بإبداعات عمالها والأخذ بأفكارهم واقتراحاتهم
					11	تتبنى المؤسسة الإبداعات حتى لو كانت مكلفة
					12	تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية مقارنة بمنتجات المؤسسة المنافسة
					13	تحفز جودة منتجات المؤسسة الزبائن بالإقبال على شرائها باستمرار
					14	عمال المؤسسة لديهم القدرة على خلق أفكار جديدة
					15	تركز المؤسسة على زيادة كفاءة منتجاتها باستخدام مواد ذات جودة عالية
					16	تقوم المؤسسة بتقديم منتجاتها في الوقت المناسب للزبون لأجل الحفاظ عليه