

تحديد العوامل المكونة للذكاء الاقتصادي من خلال دراسة ميدانية على عينة من موظفين مؤسسات الاتصالات الجزائرية
لولاية سعيدة (اوريدو - جازي - موبليس)

Determining the components of economic intelligence through a field study on a sample of employees of Algerian telecom establishments for a saida state (Ooredoo - djezzy – Mobilis)

حميدي زقاي*¹، رماس محمد أمين²

¹ جامعة سعيدة د. مولاي الطاهر (الجزائر)، zeggai.hamidi@univ-saida.dz

² جامعة سعيدة د. مولاي الطاهر (الجزائر)، mohamedamine.remmas@univ-saida.dz

تاريخ النشر: 2021/..../..

تاريخ القبول: 2021/06/03

تاريخ الاستلام: 2021/05/14

ملخص:

تهدف الدراسة إلى تحديد أهم العوامل المؤثرة على الذكاء الاقتصادي في مؤسسات الاتصالات (اوريدو - جازي - موبليس) بولاية سعيدة، شملت الدراسة عينة مكونة من (60) موظف، بحيث تم استعمال التحليل الإحصائي بالاستعانة ببرنامج (SPSS.V.22)، وتطبيق أسلوب التحليل العاملي بغية استخراج العوامل وتصنيفها في مجموعات. وقد تم التوصل إلى استخراج أربعة عوامل محددة للذكاء الاقتصادي وهي: البيئة التنظيمية والمحيط، استعمال التكنولوجيا وتوفير فرص للتكوين والتعلم، توزيع وتسيير المعلومات، سرية وجودة المعلومات.
الكلمات المفتاحية: ذكاء اقتصادي؛ تحليل عاملي؛ تباين مفسر؛ مصفوفة مكونات؛ مؤسسات الاتصالات.

Abstract:

This study aims to identify the most important factors affecting economic intelligence at Algerian telecom establishments for a saida state (Ooredoo - djezzy – Mobilis). Statistical analysis was applied using the software (SPSS.V.22) on a sample that included (60) employees, as well as the factor analysis method to extract the factors and classify them into groups.

It has been reached to extract four specific factors for economic intelligence: the organizational and surrounding environment, the use of technology and the provision of opportunities for formation and learning, the distribution and flow of information, the confidentiality and quality of information.

Keywords: economic intelligence; Factor Analysis; Explanatory variance; Factor Analysis; Matrix components, Telecom institutions.

I . مقدمة:

أضحى الذكاء الاقتصادي مصدراً جديداً للوحدات الاقتصادية في امتلاك الميزة التنافسية وتحقيق الربح، من خلال توظيف تقنيات الحصول على المعلومات الدقيقة، ذات القيمة النوعية والاعتمادية العالية. ومعالجة المعلومات، ونشرها، بغية إقلال عدم التأكد في عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية. كما أضحى مرتعاً خصباً في الحصول على المعلومات واستخدامها بشكل عقلائي، فضلاً عن معرفة نوع المنافسين، وماهي السلع والخدمات الجديدة التي يمكن تسويقها، والبحث عن استثمارات جديدة، ومعرفة نوع المستهلكين الحاليين والمحتملين وحاجاتهم ورغباتهم، ومعرفة أكثر نوع السلع والخدمات ربحية، ناهيك عن التخطيط المحكم للحملات الترويجية، بهدف زيادة فرص تنشيط المبيعات، وتوفير قنوات بيع جديدة، وتوزيع وتسعير السلع والخدمات بطرق أكثر فعالية من المنافسين.

I - 1 إشكالية البحث :

من خلال ما تقدم فإن الدراسة الحالية تسعى إلى معالجة الاشكالية التالية:

ماهي أهم العوامل المؤثرة على الذكاء الاقتصادي وذلك باستعمال التحليل العملي الاستكشافي في مؤسسات الاتصالات الجزائرية لولاية سعيدة (اوريدو - جازي - موبليس)؟

ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عنها، وهي:

- ما المقصود بالذكاء الاقتصادي؟ وماهي مراحلها؟

- ما علاقة الذكاء الاقتصادي باليقظة الاستراتيجية؟

- ماهي عوامل الذكاء الاقتصادي التي تساهم بمعدلات مرتفعة في التحليل؟

I - 2 فرضية البحث :

استناداً إلى مشكلة الدراسة تمت صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

- عوامل الذكاء الاقتصادي تساهم بدرجات مختلفة في المحاور المستخلصة في التحليل.

I - 3 أهداف البحث :

تهدف الدراسة إلى محاولة تحسيس متخذي القرار في المؤسسات الجزائرية بضرورة إعطاء أهمية للذكاء الاقتصادي، كون الاقتصاد الراهن هو اقتصاد قائم على المعلومة، والمعرفة، والذكاء، واعتباره كمدخل للإدارة الحديثة للمؤسسات وكمكون استراتيجي لضمان استمرارية واستدامة، والسعي لإيجاد الطرق المثلى لتطبيقه لخلق واستغلال المعارف والمعلومات في ظل التوجه نحو الاقتصاد المعرفة.

I - 4 أهمية البحث :

تكمن أهمية الدراسة في تحديد العوامل الأكثر تأثيراً الخاصة بالذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية وقد تم اختيار مؤسسات الاتصالات الجزائرية لولاية سعيدة (اوريدو - جازي - موبليس) نموذجاً وذلك باستعمال طريقة التحليل العملي الاستكشافي.

I - 5 حدود الدراسة :

الحدود العلمية: محاولة معرفة اهم العوامل المكونة للذكاء الاقتصادي.

الحدود الزمنية: تمثل نهاية السنة الدراسية 2019-2020 الإطار الزمني الذي تمت فيها هذه الدراسة.

الحدود المكانية: نظرا للظروف الراهنة اقتضت الدراسة فقط عينة من موظفين مؤسسات الاتصالات الجزائرية لولاية سعيدة (أوريدو - جازي - موبليس).

الحدود البشرية: عينة من موظفين بمؤسسات الاتصالات الجزائرية لولاية سعيدة (أوريدو - جازي - موبليس).

I - 6 الدراسات السابقة :

سيتم فيما يلي عرض بعض الدراسات السابقة ذات العلاقة بالدراسة الحالية كما يلي:

- دراسة (سعيدة و فايزة ، 2020)، هدفت الدراسة إلى إبراز دور الذكاء الاقتصادي من خلال أبعاده الثلاثة (اليقظة الاستراتيجية ، الحماية) في رفع القدرة التنافسية لدى منظمات الأعمال، باعتباره أحد أبرز الركائز التي تعتمد عليها هذه المنظمات كشكل من أشكال الحس الاقتصادي للإحاطة بمختلف التغيرات والتطورات الحاصلة على مستوى البيئة الداخلية والخارجية لمنظمة الأعمال، وكذا للإلمام بمختلف الفرص والتحديات التي تواجهها هذه الأخيرة بغرض اغتنام الفرص المتاحة ومواجهة التحديات، الأمر الذي يمكنها من تقوية مركزها التنافسي ويضمن لها البقاء والاستمرارية.

- دراسة (محمد و بن سفيان ، 2020)، هدفت الدراسة إلى توضيح واقع ممارسة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات عالية التكنولوجيا من خلال اجراء مقارنة بين الدراسات السابقة التي عالجت الموضوع، وللإجابة على الإشكالية تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال ما هو متاح من أدبيات وبحوث تتعلق بالموضوع في بناء جوانب الدراسة النظرية والتحليلية المتعلقة بالمؤسسات عالية التكنولوجيا وكذا الجوانب المتعلقة بالذكاء الاقتصادي والمنهج المقارن من خلال المقارنات التي توضح نقاط الالتقاء، والاختلاف الموجودة. خلصت الدراسة إلى مجموعة النتائج أهمها اجتماع جل الدراسات على أهمية الذكاء الاقتصادي بعناصر الثلاثة (اليقظة، الحماية والاتصال والامن، التأثير) في المؤسسات عالية التكنولوجيا الا أن مدى ممارسته تختلف بين مؤسسة وأخرى.

- دراسة (شتيخ و بداوي ، 2020)، ناقشت هذه الدراسة تأثير الذكاء الاقتصادي على الإدارة الإستراتيجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة PME باستخدام طريقة جديدة لتحليل الوساطة في سياق PLS، حيث تم الاعتماد على الإجراءات الحديثة في هذا السياق من خلال تحدي المقاربة التقليدية لتحليل الوساطة وتوفير بدائل أكثر دقة، وتم اختيار 99 مؤسسة صغيرة ومتوسطة قصد معرفة حجم هذا التأثير. كما عالجت هذه الورقة وأبرزت أهمية التأثير غير المباشر فيما يتعلق بحجم الوساطة. وأكد الاستطلاع الذي قام به الباحثان على وجود تأثير بالنسبة للمركز التنافسي كوسيط، حيث وجدت وساطة تامة بين اليقظة والإدارة الإستراتيجية، ووساطة جزئية بين التأثير، الأمن المعلوماتي والذكاء الاقتصادي من جهة والإدارة الاستراتيجية من جهة أخرى. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن تحليل الوساطة يعزز ويدعم علاقة التأثير بين المتغيرات المدروسة بنسب متفاوتة وأنه يمكن تطبيق هذه الطريقة في مجالات إدارة الأعمال وأبحاث التسويق مثلما قام به باحثون في مجالات أخرى.

- دراسة (أحمد، 2020)، هدفت الدراسة إلى معرفة واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، هذا من خلال الدور الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في عملية التنمية بفضل تقديم الاستراتيجيات التي تسمح بالاستغلال الأمثل لقدراته وتوفير المعلومات الضرورية للمشاركين في العملية الاقتصادية، كما أنه يقوم بجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة هذا ما يدفع بالدول إلى السعي لتوفير البيئة الملائمة من توفير المعلومات، الهياكل القاعدية، والسياسات التنظيمية واستعمالها لاتخاذ القرار الأمثل في المؤسسة. ورغم التأخر الملحوظ للمؤسسات الجزائرية مقارنة بالمؤسسات العالمية بمجال المعلومات والأنظمة المعلوماتية (الذكاء الاقتصادي)، إلا أنه لا يمكن القول إنه ليس هناك اهتمام يمثل هذه الأنظمة، بل هناك جهود معتبرة تقوم الدولة بها من أجل دعم

الذكاء الاقتصادي. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: - تعتبر المعلومة الاستراتيجية المورد الأساسي في عملية الذكاء والمورد الاستراتيجي في دعم الاستراتيجية العامة للمؤسسة؛ - الذكاء الاقتصادي يعطي المؤسسة القدرة على اتخاذ القرارات المناسبة في ظروف مضطربة ويجعلها قادرة على الهجوم والدفاع في نفس الوقت.

- دراسة (كنوش نبيل ، مصطفى طويطي، 2020) ، هدفت الدراسة إلى اختبار النموذج الثلاثي لمكونات الذكاء الاقتصادي في بيئة الأعمال الجزائرية، باعتباره أداة استراتيجية تسمح للمؤسسات بتحصيل المعلومات من محيطها بطريقة منهجية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطبيق المقياس على عينة عشوائية من إطارات المؤسسات الإلكترونية، بواقع تسعون (90) إطاراً؛ حيث تم تحليل البيانات باستخدام البرامج الإحصائية SPSS، AMOS من خلال اجراء التحليل العاملي التوكيدي، وقد أظهرت النتائج أن الذكاء الاقتصادي يتركب من ثلاثة عناصر مترابطة ومتكاملة وهي اليقظة الاستراتيجية، الحماية والتأثير.

- دراسة (بوعيني ، 2021)، هدفت هذه الدراسة إلى إظهار أهمية كل من الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية، ومعرفة عناصر كل منهما، وإبراز أهمية الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية. وحاولت هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية: ما هو دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية لدى المقاولين في منطقة بشار؟ وللإجابة على هذه الإشكالية تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال استخدام استبيان موجه لـ 150 مقاول في منطقة بشار خلال ديسمبر 2020. وتوصلت الدراسة إلى أنه لا يزال الذكاء الاقتصادي بعيد عن التطبيق لدى المقاولين في منطقة بشار، وهناك نقص كبير في الثقافة المقاولاتية لدى المقاولين في منطقة بشار، وهذا ما أكد صحة الفرضيات المعتمدة في هذه الدراسة.

I - 7 التعليق على الدراسات السابقة :

قدمت الدراسات السابقة الدعم للدراسة الحالية من خلال تكوين فكرة عامة عن الموضوع الدراسة، وتحديد مشكلتها وأهدافها، والتعرف على الخلفيات النظرية لموضوع الدراسة، والاسهام في مناقشة النتائج وتفسيرها. والتعرف على بعض المراجع المناسبة في الدراسة الحالية. وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة هي محاولة استخراج العوامل المكونة للذكاء الاقتصادي من خلال دراسة ميدانية على عينة من موظفين مؤسسات الاتصالات الجزائرية لولاية سعيدة (اوريدو - جازي - موبليس)، وذلك باستخدام أحد الأساليب الإحصائية المتقدمة (التحليل العاملي الاستكشافي).

II . التأسيس النظري:

II - 1 مفهوم الذكاء الاقتصادي :

ظهر مفهوم الذكاء الاقتصادي في منتصف ستينات القرن العشرين، وتفضل الأدبيات الانكليزية استخدام مصطلح ذكاء الأعمال **Business Intelligence**، أو الذكاء التنافسي أو الاستراتيجي **Competitive or Strategic Intelligence**. أما الأدبيات الأمريكية فتفضل استخدام اصطلاح الذكاء التسويقي **Marketing Intelligence**. وقد ظهر أول تعريف عملي في تقرير لجنة التخطيط على أن الذكاء الاقتصادي هو مجموعة من الأنشطة المنسقة فيما بينها والمرتبطة بالبحث، معالجة وبتث المعلومات المفيدة لأعوان الاقتصاديين بطريقة قانونية مع ضمان الحماية والحفاظ على أصول المؤسسة في أحسن الظروف الخاصة بالوقت والتكلفة، من أجل التحكم في المعلومات الاستراتيجية للمؤسسة، ولوضع استراتيجية متماسكة للحفاظ على تنافسيتها (Martre, Philippe, Christian, Philippe, & Didier, 1994).

وفي عام 2005 عرف المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا آنذاك، **Juillet Alain**، الذكاء الاقتصادي على أنه التحكم وحماية المعلومات الاستراتيجية الملائمة لمختلف المتعاملين الاقتصاديين (Legendre, 2006) وفي عام 2006 عرفه **Possin & Besson** على أنه التحكم والتمكن من المعلومات المنسقة وإنتاج المعرفة الجديدة وهو فن اكتشاف التهديدات والفرص في تنسيق، جمع، فرز، وتخزين المعلومات والتحقق من صحتها وتحليلها ونشر لتحديد استراتيجية لتحقيق قيمة مضافة (B Besson & G Possin, 2006).

ويعرف **Philippe Baumard** الذكاء الاقتصادي على أنه ليس فن للمراقبة أو الملاحظة فقط بل هو ممارسة هجومية ودفاعية للمعلومات، يهدف إلى ربط عدة ميادين من أجل استخدام المعلومات لأهداف تكتيكية استراتيجية للمنظمة، ويعتبر وسيلة ربط بين أفعال ومعارف المؤسسة (Philippe, 2000,p.08).

منه نستنتج أن الذكاء الاقتصادي ما هو إلا عملية جمع المعلومات، تحليلها، تنظيمها، ونشرها لاستغلال المعلومات الاستراتيجية، وتقديم معلومات تنافسية من أجل اتخاذ القرارات الاستراتيجية وخلق قيمة مستدامة للمنظمة كيفما كان نوعها، وذلك من خلال الاستعداد والترقب واليقظة لإدارة المخاطر وتحقيق الأمن الاقتصادي والتأثير على البيئة سواء الداخلية أو الخارجية.

II - 2 خصائص الذكاء الاقتصادي :

حسب (Ludovic) يشمل الذكاء الاقتصادي الخصائص التالية (العراي و دحماني ، 2017 ، صفحة 52):

- الاستخدام التكتيكي والاستراتيجي للمعلومات ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات؛
- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين؛
- وجود علاقات قوية بين المؤسسات والجامعات والإدارات المركزية والمحلية؛
- تشكيل جماعات الضغط والتأثير؛
- إدماج المعارف العلمية التقنية، الاقتصادية، القانونية والجيوسياسية؛
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

II - 3 مراحل الذكاء الاقتصادي :

تتمثل مراحل الذكاء الاقتصادي في تحديد الحاجة إلى المعلومة، حيازة المعلومة، معالجتها وبثها من أجل استعمالها لاتخاذ القرار ويمكن عرضها كالتالي (الهلة ، 2006 ، صفحة 20):

أ. تحديد الحاجة إلى المعلومة: أي ما هي المعلومات التي نرغب في الحصول عليها، وهو ما يتطلب من المتخصصين في الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بتنظيم المؤسسة.

ب. جمع المعلومة: بمجرد تحديد الحاجة إلى المعلومة يتم اختيار أشكال للبحث عنها من مصادرها، إذ تختلف المعلومات المطلوبة تبعاً للأهداف الموضوعية وكيفية تحقيقها، وتتفاوت الحاجة إليها طبقاً لتباين المؤسسات، وطبيعة مشكلاتها، وهذه المعلومات يمكن الحصول عليها من مصدرين.

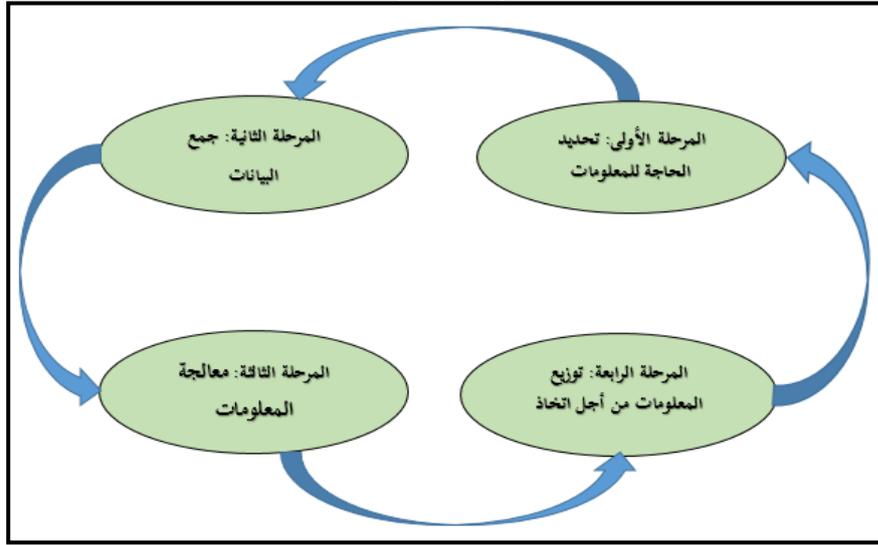
-المصادر الداخلية : يتم الحصول على المعلومة عن طريق العمال ، إدارات داخل المؤسسة مثل المشرفين و رؤساء الأقسام و المديرين بمختلف مستوياتهم ، معلومات متعلقة لإنتاج ، معلومات متعلقة بقسم الموارد البشرية...إلخ.

-المصادر الخارجية : يتم الحصول على المعلومة من خارج المؤسسة ، إذ نجدتها تمد المؤسسة بالمعلومات البيئية و التنافسية ، و من أهم مصادرها النشرات المهنية ، المنافسين ، الموردن ، الزبائن.

ج. معالجة المعلومات: حيث أن معالجة المعلومات هي أساس الذكاء الاقتصادي فهذا الإجراء يعتمد 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 بكل المعلومات التي تكون مختلفة دائما في سطور الوثائق.

د. نشر المعلومة من أجل اتخاذ القرار: أي إعطاء قيمة لهذه المعلومات ببثها داخل المنظمة حتى تساهم في خلق قيمة مضافة من أجل اتخاذ القرار المناسب.

الشكل 1: مراحل الذكاء الاقتصادي



المصدر: (كنوش و طويطي ، 2020 ، صفحة 87)

II - 4- علاقة اليقظة الاستراتيجية بالذكاء الاقتصادي :

إن العلاقة بين اليقظة والذكاء الاقتصادي غير واضحة حيث أن المفهومين متداخلان، فاليقظة الاستراتيجية تهتم في مضمونها برصد محيط المؤسسة وهي عملية منظمة ومستمرة بغرض البقاء على علم بكل المستجدات البيئية التي تعني المؤسسة والتي لها تأثير على نشاطها، وتنتهي هذه العملية بتحصيل وتحليل ونشر المعلومات، أما الذكاء الاقتصادي فهو أشمل من ذلك إذ يتضمن إضافة إلى نتائج عملية اليقظة القيام بترجمة هذه المعلومات كمؤشرات لاتخاذ القرارات الاستراتيجية الممكنة التي تتوافق وأهداف المؤسسة.

و من خلال هذا يمكن أن نستنتج العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية و الذكاء الاقتصادي أنهما مصطلحان متكاملان، فاليقظة الاستراتيجية هي الجزء و الذكاء الاقتصادي هو لأشمل حيث أن تطبيق اليقظة الاستراتيجية يكون على المستوى الجزئي أي المؤسسة، في حين أن الذكاء الاقتصادي يكون على المستوى الكلي ، كما نستطيع القول أن اليقظة تختلف عن الذكاء الاقتصادي في كونها لا تغير ولا تعدل بيئة المؤسسة التي تمارس فيها نشاطها ، فدورها يتجلى في الكشف و الرصد عن التغيرات و المستجدات بهدف التنبؤ و تنبيه المؤسسة، بينما الذكاء الاقتصادي يسعى لتمكين المؤسسة من المتوقع الصحيح في بيئتها ومساعدتها على مواجهة المنافسة (عبد الفتاح و عائشة، 2010)".

الشكل 2: علاقة الذكاء الاقتصادي باليقظة الاستراتيجية



Source: (Humbert , 2003, p. 03)

III - الطريقة والأدوات:

III - 1 الطريقة المستخدمة :

لغرض إنجاز هذه الدراسة اعتمدنا على أحد تقنيات التحليل العاملي والتي تعود فكرته للعالم البريطاني (Spearman) في أوائل القرن العشرين وطورت هذه الفكرة عن طريق العديد من العلماء.

ويعتمد جوهر هذا التحليل على ما يلي: (عبد الوهاب، 2012، صفحة 86)

- تبسيط جدول البيانات الخام الذي يكون في مجمل الدراسات ذو عدد كبير من المتغيرات والوحدات إلى جدول مختزل من الوحدات الجديدة المكونة عن طريق تجميع البيانات الخام.

- في الجداول ذات عدد المتغيرات والوحدات الكبيرة لا يمكن قراءة وتفسير هذه البيانات كما أنه لا يمكن معرفة هيكل هذه البيانات ولذا تستعمل هذه الطريقة لحصر هذه الأبعاد وتسهيل قراءة البيانات الأولية (هيكلية البيانات).

من خلال تقنية التحليل العاملي تنتقل من (K) متغيرات أولية إلى (P) متغيرات جديدة، (حيث K أكبر من P) وذلك من خلال مرحلتين (لقاء ، 2009، صفحة 325):

➤ المرحلة الأولى: إلغاء المشاهدات الشاذة والناقصة.

➤ المرحلة الثانية: جعل متوسط الحسابي لكل البيانات يساوي الصفر وتباينها واحد (لها نفس مفهوم التوزيع الطبيعي).

III - 2 منهجية الدراسة وأسلوب جمع البيانات و المعلومات :

تقوم هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لإبراز المفاهيم المتعلقة بالمتغيرات الدراسة، حيث تم إجراء المسح المكتبي والاطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية السابقة، فضلا عن المقابلات الشخصية مع الزبائن كونها أسلوب فعال في جمع المعلومات، كما تم الاعتماد في الدراسة الميدانية على الاستبيان كمصدر الرئيسي لجمع المعلومات لغرض الكشف و لأهم التحديد العوامل المكونة للذكاء الاقتصادي، مستعملين في ذلك الطرق الإحصائية المناسبة لمعالجة المتغيرات والفرضيات الدراسة من خلال البرامج الإحصائية (SPSS.V.22).

III - 3 مجتمع وعينة الدراسة :

تحديد العوامل المكونة للذكاء الاقتصادي من خلال دراسة ميدانية على عينة من موظفين مؤسسات الاتصالات الجزائرية لولاية سعيدة
(اوريدو - جازي - موبليس)

هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل المكونة للذكاء الاقتصادي مع إجراء دراسة ميدانية على عينة من موظفين مؤسسات الاتصالات الجزائرية لولاية سعيدة (اوريدو - جازي - موبليس)، فمجمع الدراسة يتمثل في موظفين هذه المؤسسات من مسؤولين ، إداريين ، تقنيين، ونظرا لذلك اخترنا في هذه الدراسة العينة القصدية (شملت العمال المتواجدون في المؤسسة أثناء الدراسة)، حيث تم توزيع (75) استمارة، وقد تم استرجاع (69) استبيان من إجمالي الاستمارات الموزعة، في حين بلغ عدد الاستمارات الصالحة للدراسة (60) استبياناً، كما هو موضح في الجدول رقم (1).

الجدول 1: يوضح عدد الاستمارات الموزعة والصالحة للدراسة

عدد الاستبيانات			
الموزعة	المسترجعة	الغير المسترجعة	الصالحة للدراسة
75	69	06	60

المصدر: من إعداد الباحثين من خلال جمع المعلومات

III - 4 أداة الدراسة :

تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات من مجتمع الدراسة، حيث احتوت على قسمين وذلك على النحو التالي:

القسم الأول: يتكون من أسئلة عامة تتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ويتكون من (05) فقرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المستوى الإداري، المؤسسة).

القسم الثاني: متغيرات الذكاء الاقتصادي، ويتكون من (12) فقرة هي وضحة في الجدول (2).

وقد تم استخدام سلم لكارث الخماسي في عبارات القسم الثاني وذلك بأخذ المتوسطات المرجحة، غير موافق بشدة [1.8-01]، غير موافق [2.6-1.8]، محايد [3.4-2.6]، موافق [4.2-3.4]، موافق بشدة [5-4.2].

الجدول 2: متغيرات الذكاء الاقتصادي حسب الترميز المستعمل في البرنامج الاحصائي

الرمز المستعمل	متغيرات الذكاء الاقتصادي
X1	يتم عقد اجتماعات وندوات بشكل منتظم وجماعي لتحديد الاحتياجات من المعلومات.
X2	هناك تأكيد على سرية المعلومات الحساسة للمؤسسة وحمايتها.
X3	يساعد التدريب و التعلم على اكتساب وتطوير الكفاءات في المؤسسة.
X4	تستخدم المؤسسة الجامعات، المراكز التكنولوجية، المنشورات الدولية و الانترنت على نطاق واسع وكمصدر للمعلومات اليومية.
X5	كل وحدة في المؤسسة تعمل في عملية الذكاء الاقتصادي، ومسؤولية استغلال المعلومات موزعة على الوحدات.
X6	توزع المعلومات تلقائيا حسب الاحتياجات المحددة للأفراد.
X7	تشجع المؤسسة دورات التعلم بجميع أشكاله لجميع الافراد.
X8	البيئة الداخلية في المؤسسة تحفز اكتساب المعارف وتبادلها.
X9	المعلومات المتبادلة بين الافراد و الفروع سليمة وصحيحة.
X10	يتم وصول المعلومات إلى الأشخاص المعنيين في الوقت المناسب.
X11	المؤسسة حددت بشكل واضح و منظم المسائل الأساسية للعمل.

X12	جمع المعلومات أمر بالغ الأهمية بالنسبة للمؤسسة ويوجه إدارة المؤسسة نحو البحث عن إرضاء الزبون.
-----	---

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة.

III – 5 الأساليب الإحصائية المستخدمة :

تم الاعتماد على برنامج حزمة التحليل الإحصائي (SPSS.V.22) في عملية تفرغ البيانات والتحليل الإحصائي لها، حيث تم استعمال الأساليب الإحصائية التالية (Cronbach's Alpha) من أجل اختبار ثبات أداة الدراسة. اختبار كولجروف- سيمرنوف للتأكد من أن المقياس يتبع التوزيع الطبيعي أم لا يتبع التوزيع الطبيعي. استعمال أسلوب التحليل العاملي الاستكشافي (EFA) (Exploratory factor analysis) الذي يستدعي توظيف: المحدد (Déterminant) الذي يجب أن يؤول إلى الصفر كشرط من شروط استعمال هذه الطريقة. مؤشر (KMO) لاختبار كفاية حجم العينة والذي يجب أن يكون أكبر من 0.6. اختبار (Bartlett) والذي يمكننا من التأكد مسبقاً أنه يوجد ارتباط بين بعض المتغيرات المفترضة في المصفوفة والذي يجب أن يكون أصغر من 0.05. (Manu & Fanny , 2008, p.57)

III – 6 ثبات أداة الدراسة:

ويقصد به أنه يعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة، تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى، أن ثبات الاستبيان، يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان، وعدم تغييرها بشكل كبير، فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة، عدة مرات، وخلال فترات زمنية معينة، وقد تم التحقق من ثبات استبيان الدراسة، من خلال معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's) كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول 3: مقياس (Cronbach's α) لفقرات الدراسة.

معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	الثبات الكلي للاستبيان
0.79	12	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (SPSS.V.22).

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لجميع الفقرات الذكاء الاقتصادي بلغت (0.79)، وتعتبر هذه القيمة جيدة نسبياً بما أنها ضمن المجال [0.61-0.81] (Muqtadiroh, , 2017) (Astuti, & Darmaningrat, 2017)، مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار فرضيتها.

III – 7 اختبار التوزيع الطبيعي للعينة (Normality) :

يوضح الجدول (4) نتائج هذا الاختبار كوجروف- سيمرنوف، والذي تم إجراءه للتحقق من مدى إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً، ونتائج الاختبار تبين أن قيمة مستوى الدلالة أكبر من 0.05، وهذا يدل على ان البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويمكن استخدام الاختبارات المعلمية.

الجدول 4: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

تحديد العوامل المكونة للذكاء الاقتصادي من خلال دراسة ميدانية على عينة من موظفين مؤسسات الاتصالات الجزائرية لولاية سعيدة (اوريدو - جازي - موبيليس)

النتيجة	مستوى المعنوية	قيمة كولجروف-سيمرنوف	
يتبع التوزيع الطبيعي	0.613	0.968	فقرات الاستبيان الكلي

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (SPSS.V.22).

IV. النتائج ومناقشتها:

IV-1 وصف خصائص العينة : حسب بيانات الجدول (5) نلاحظ ان نسبة الذكور بلغت تقريبا 58.33 % وهي أكبر من نسبة الاناث التي بلغت 41.66 %، كما نلاحظ ان الفئة الغالبة في عينة الدراسة هي من الشباب بنسبة 46.66 %، و التي تتراوح أعمارهم من 30 إلى 39 سنة ، كما أن معظم العينة المستجابة كانت ذات مستوى جامعي بنسبة 70 %، أما بخصوص تقسيم العينة حسب المؤسسات المدروسة فتقريبا كانت متقاربة ، حيث نلاحظ من خلال الجدول دائما أن 38.33 % كانت من موظفين مؤسسة موبيليس، وتليها مؤسسة جيزي بنسبة 31.66 %، وأخيرا مؤسسة أوريدو بنسبة 30 %.

الجدول 5: توزيع عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة

المتغيرات	الفئة	العدد	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكر	35	58.33
	أنثى	25	41.66
المجموع		60	100
السن	أقل من 29 سنة	16	26.66
	من 30 إلى 39 سنة	28	46.66
	من 40 إلى 49 سنة	10	16.66
	أكبر من 50 سنة	06	10
المجموع		60	100
المستوى التعليمي	متوسط	04	6.66
	ثانوي	14	23.33
	جامعي	42	70
المجموع		60	100
المستوى الاداري	مساعد المدير	01	1.66
	رئيس قسم	21	35
	وظائف أخرى	38	63.33
المجموع		60	100
المؤسسة	موبيليس	23	38.33
	جيزي	19	31.66
	أوريدو	18	30
المجموع		60	100

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (SPSS.V.22).

IV-2 وصف خصائص العينة :

التحقق من شروط صحة نموذج التحليل العاملي:

بعدها قمنا بتمييز فقرات الدراسة تم ترتيب البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان في شكل مصفوفة، مع الغاء البيانات الشاذة والناقصة، نبدأ في تفسير نتائج هذا التحليل من استخراج مصفوفة معاملات الارتباط إذ أنه من أهم افتراضات هذا التحليل أن المحدد يؤول إلى الصفر وهذا ما وجدناه محققاً، مما يدل عن سلامة المعطيات ونتائج التحليل، كما هو موضح فيما يلي:

أ- المحدد **Déterminant**: حيث بلغ 0.0025 وهو يؤول إلى الصفر وهو مؤشر جيد لإجراء ACP.

ب- جدول مؤشر **KMO (Kaiser-Mayer-Olkin)** واختبار **Bartlett**: في حين يوضح الجدول الموالي نتائج اختبارين أساسيين في هذا التحليل وهما اختبار كايز-ماير-أولكن (KMO) والذي يعني عن مدى كفاية العينة حيث يجب أن يكون أكبر من 0.6 (Manu & Fanny, 2008, p. 57)، واختبار Bartlett و الذي يبين عن مدى وجود ارتباط بين المتغيرات الدراسة.

الجدول 6: يوضح مؤشر كايز-ماير-أولكن (KMO) واختبار Bartlett

0.708	قياس كفاية العينة العينة كايز-ماير-أولكن (KMO)
0.00	اختبار (Bartlett) لمستوى المعنوية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (SPSS.V.22).

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نتائج اختبار كايز-ماير-أولكن (KMO) بلغت 0.708 وهي أكبر من القيمة المرجعية 0.6 وهذا مؤشر جيد، كما تظهر نتيجة اختبار Bartlett معنوية، وهذا يعد كذلك مؤشر جيد لاختلاف مصفوفة الارتباط عن مصفوفة الوحدة، بمعنى أنه يوجد تبايناً مشتركاً بين المتغيرات الدراسة تشكل مجموعة من العوامل الخفية، وهو ما نسعى إلى إيجادها. مما سبق يتضح بأن جميع شروط التحليل العاملي الأساسية متوفرة وبالتالي يمكننا تطبيقه على متغيرات الدراسة المتبقية.

IV-3 جودة تمثيل المتغيرات للذكاء الاقتصادي : ونقصد بما درجة مساهمة كل عامل من العوامل في الدراسة، حيث يوضح

الجدول رقم (7) مدى مساهمة كل متغير من متغيرات الذكاء الاقتصادي في التفسير الدراسة.

الجدول 7: يوضح مدى جودة التمثيل المتغيرات للذكاء الاقتصادي

المتغيرات	الاولية	المستخرجة
X1	1.000	0.619
X2	1.000	0.781
X3	1.000	0.786
X4	1.000	0.671
X5	1.000	0.807
X6	1.000	0.691
X7	1.000	0.602
X8	1.000	0.706
X9	1.000	0.696
X10	1.000	0.654
X11	1.000	0.801
X12	1.000	0.614

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (SPSS.V.22).

حيث يشير العمود الأول في الجدول إلى مربع قيمة الارتباط المتعدد بين المتغير من جهة وبقيّة المتغيرات من جهة أخرى، بينما يبين العمود الثاني حاصل مجموع المربعات التباينات المشتركة عند كل متغير في العوامل المستخرجة. ومن خلال مصفوفة نلاحظ أن جميع المتغيرات المتبقية لها نوعية تمثيل جيدة وهي أكبر من (0.4). مما سبق يتضح بأن جميع شروط التحليل العاملي الأساسية متوفرة وبالتالي يمكننا تطبيقه على متغيرات الدراسة.

IV-4 التباين المفسر :

في هذه المرحلة نبحث عن القيم الذاتية والنسب المرتبطة بالمحاور الأساسية، حيث تشير القيمة الذاتية إلى كمية التباين المفسر في المتغيرات من قبل العامل الذي ارتبطت به، بمعنى تشتت المتغيرات حول كل محور عاملي. ويمكن معرفة نسبة التباين المفسر الأكثر أهمية لكافة متغيرات الذكاء الاقتصادي من خلال الجدول التالي:

الجدول 8: التباين المفسر لمتغيرات الذكاء الاقتصادي

المكونات	القيمة الكلية	نسبة التباين %	التباين التجمعي %
Y1	3.978	19.686	19.686
Y2	2.062	17.945	37.631
Y3	1.278	17.357	54.988
Y4	1.111	15.257	70.245

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (SPSS.V.22).

بعد استبعاد العوامل ذات القيم الذاتية أقل من واحد الصحيح، يتبين من خلال هذا الجدول أن العوامل المستخرجة وعددها أربعة تفسر (70.245%) من الظاهرة محل الدراسة، وهي نسبة جيدة لأخذ هذه المحاور كعوامل مفسرة لمتغيرات الذكاء الاقتصادي، أو بعبارة أخرى يمكن القول إن قد تم اختزال جدول البيانات الخام في أربعة محاور يشرحون معا ما قيمته (70.245%) من جملة المعلومات.

IV-5 مصفوفة المكونات أو العوامل بعد التدوير :

باستعمال عملية التدوير للمحاور والتي تهدف إلى تموقع المحاور (العوامل) بالشكل الذي يتحقق معه أكبر تشبع ممكن للمتغيرات، مع الإشارة أنه يوجد عدة أساليب لتحديد عدد العوامل (المحاور الأساسية)، وسنعمد في دراستنا على أسلوب (Kaiser Criterion, 1960) وهو أسلوب الأكثر شيوعا، حيث يعتمد على تحديد عدد العوامل تبعا لقيمة الذاتية، فإذا بلغت هذه الأخيرة الواحد الصحيح أو أكثر، فإنه يتم إدراج العامل في النموذج، وإذا كانت القيمة الذاتية أقل من ذلك فإنه يتم استبعاد العامل.

كما يمكن استعمال الرسم البياني (Scree Plot)، وقد ابتكر هذا الطريقة العالم (Cattell, 1966)، وتعتمد على إجراء رسم بياني للعوامل، فإذا اتسم بدرجة العامل بدرجة قوية، بمعنى أنه يميل إلى الاتجاه العمودي النازل، فإنه يدرج في النموذج، وتستبعد العوامل التي تميل إلى الانحدار التدريجي، أي التي تميل إلى الاتجاه الأفقي.

ومن خلال أسلوب (Kaiser Criterion) نستبعد العوامل ذات القيم الذاتية أقل من الواحد الصحيح. ويبين الشكل البياني الآتي القيم الذاتية التي يمكن استبعادها حسب أسلوب (Cattell).

الشكل 3: التمثيل البياني للقيم الذاتية حسب طريقة (Cattell, 1966)



المصدر: مخرجات (SPSS.V.22).

من خلال الشكل البياني أعلاه نلاحظ أن القيم الذاتية ذات الانحدار الشديد تكون في المجال [1-4] للعوامل، وبذلك نجد أن عدد القيم الذاتية المقابلة للعوامل المستخرجة هي أربعة، بعدها تميل بقية القيم إلى الانحدار الأفقي، وهي بذلك مستبعدة من النموذج. وبفضل عملية التدوير للمحاور الأساسية، وباستخدام أسلوب Caizer في تحديد عدد العوامل تبعاً لقيمتها الذاتية، وكذا اتجاه (Norman et Streiner) (عبد الوهاب و محمود فوزي ، 2009، صفحة 199). لتعيين أدنى قيمة مقبولة للارتباط (حيث حددت في دراستنا هذه بـ: 0.60)، والجدول التالي يبين مصفوفة العوامل بعد التدوير:

الجدول 9: مصفوفة العوامل المستخلصة بعد التدوير لمتغيرات الذكاء الاقتصادي

المكونات بعد التدوير				المتغير
Y4	Y3	Y2	Y1	
0.610	-	-	-	X1
0.820	-	-	-	X2
-	-	0.824	-	X3
-	-	0.731	-	X4
-	0.802	-	-	X5
-	0.763	-	-	X6
-	-	0.727	-	X7
-	-	-	0.802	X8
0.666	-	-	-	X9
-	0.687	-	-	X10
-	-	-	0.837	X11
-	-	-	0.651	X12

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (SPSS.V.22).

تتسم هذه المصفوفة بالوضوح في إمكانية ملاحظة المتغيرات المرتبطة بكل عامل من العوامل المستخرجة، مما يسهل عملية التفسير المحاور والكشف عن المعاني التي تتضمنها، وتوجد عدة أساليب لتعريف أو تسمية هذه المحاور أو العوامل المستخرجة ومنها (خالد ، 2005 ، صفحة 495).

الوصف: وهو استخدام مفاهيم مختصرة متعارف عليها تعكس بوضوح طبيعة المتغيرات التي يتضمنها العامل أو المحور.
السببية: وهي طريقة تتجاوز الوصف إلى البحث عن المؤثرات التي تسببت في تشكيل العامل على النحو الذي تشكل به، بمعنى لماذا تضمن العامل متغيرات معينة؟

وسنعمد في تحليلنا هذا على الأسلوب الوصف وذلك تبعاً للمتغيرات التي لدينا.

IV-6 تسمية المحاور المستخرجة : من خلال مصفوفة العوامل بعد التدوير، يمكن تلخيص وتسمية العوامل الاربعة والمتغيرات المرتبطة بما كما يلي :

الجدول 10: تلخيص وتسمية العوامل والمتغيرات المرتبطة بها.

ترتيب المحاور (العوامل)	نسبة التباين المفسر	المتغيرات المرتبطة بكل عامل			تسمية العامل
الأول (Y1)	% 19.686	X8	X11	X12	البيئة التنظيمية والمحيطية
الثاني (Y2)	% 17.945	X3	X4	X7	استعمال التكنولوجيا وتوفير فرص للتكوين والتعلم
الثالث (Y3)	% 17.357	X5	X6	X10	توزيع وتسيير المعلومات
الرابع (Y4)	% 15.257	X1	X2	X9	سرية وجودة المعلومات

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات (SPSS.V.22).

من خلال الجدول أعلاه فإن نتائج الدراسة الحالية بينت أنه توجد أربعة عوامل تساهم بدرجات في تكوين بنية الذكاء الاقتصادي وهو ما يثبت ويدعم صحة الفرضية الرئيسية القائلة: أن عوامل الذكاء الاقتصادي تساهم بدرجات مختلفة في المحاور المستخلصة في التحليل. فعند تطبيق طريقة التحليل العاملي تم اختزال جدول البيانات الخام إلى أربعة عوامل (أو محاور) يشرحون ما قيمته (70.245%) (أنظر جدول رقم 8) لعوامل الذكاء الاقتصادي من جملة المعلومات التي تفسر هذا المتغير، والتي مثلتها القيم الذاتية التي كانت أكبر من الواحد الصحيح، حيث تتوزع هذه النسب على تلك العوامل كما يلي:

العامل الأول:

يفسر ما قيمته 19.686% من إجمالي التباين، وتقابله القيمة الذاتية 3.978، وقد تشبع بثلاثة متغيرات (X8, X11, X12)، حيث تعبر عن ضرورة التنظيم الجيد للبيئة الداخلية للمؤسسة ودورها في تحفز واكتساب المعارف وتبادلها. وبالتالي يمكن تسمية هذه العامل بـ: **البيئة التنظيمية والمحيطية للمؤسسة.**

العامل الثاني:

يفسر ما قيمته 17.945% من إجمالي التباين، وتقابله القيمة الذاتية 2.062، وهو مفسر بثلاثة متغيرات وهي (X3, X4, X7)، ومن خلال هذه العوامل يبرز دور التدريب وتكوين وتعليم الافراد في تطوير الكفاءات في المؤسسة والتحكم في الوسائل التكنولوجية الحديثة، وبالتالي يمكن تسمية هذا العامل: **استعمال التكنولوجيا وتوفير فرص للتكوين والتعلم.**

العامل الثالث:

يفسر ما قيمته 17.357% من إجمالي التباين، وتقابله القيمة الذاتية 1.278، وهو يحوي ثلاثة متغيرات وهي (X5, X6, X10)، والتي تظهر أهمية التسيير الجيد للمعلومات داخل وخارج المؤسسة وذلك من خلال وصول المعلومات إلى الأشخاص المعنيين في الوقت المناسب. و توزع المعلومات تلقائيا حسب الاحتياجات المحددة للأفراد. وبالتالي يمكن تسمية هذا المحور بـ: **توزيع وتسيير المعلومات.**

العامل الرابع:

يفسر ما قيمته 15.257% من إجمالي التباين، وتقابله القيمة الذاتية 1.111، وقد تشعب بثلاث متغيرات وهي (X1, X2, X9)، حيث تعكس هذه العوامل على ضرورة أن تكون المعلومات المتبادلة بين الافراد والفروع سليمة وصحيحة. وعلى سرية المعلومات الحساسة للمؤسسة واستعمال طرق حديثة في حمايتها. وبالتالي يمكن تسمية هذا العامل بـ: **سرية وجودة المعلومات**. وبمقارنة النتائج المتحصل عليها في الدراسة الحالية بالنتائج الدراسات السابقة نلاحظ أن معظم الدراسات السابقة وعلى غرار دراسة (حمو سعدية ، و بلعابد فايزة ، 2020)، (ميحة محمدي، و زهرة بن سفيان ، 2020)، (كنوش نبيل، مصطفى طويطي، 2020) (سميحة بوعيني ، 2021)، دعمت واتفقت مع الدراسة الحالية على وجود ثلاثة العوامل المكونة للذكاء الاقتصادي وهي:

العامل الأول: اليقظة الاستراتيجية، **العامل الثاني:** التأثير والضغط، حيث تم جمع هذان العاملان في دراستنا في عامل واحد وسمى بـ: البيئة التنظيمية والمحيطية، والذي يهدف إلى محاولة التشخيص الجيد للبيئة الداخلية 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. وبالتالي إمكانية انتهاج استراتيجيات تنافسية فعالة.

العامل الثالث: حماية المعلومات والتي سميت في دراستنا بالسرية وجودة المعلومات، حيث إن المعلومات المهمة والاستراتيجية التي تخص المنظمة يجب أن يتم حمايتها والتعامل معها بشكل سري ووفق ضوابط محددة، كما أن توفر المعلومات ذات الجودة أمر ضروري، إذ تعتبر أساس عملية اتخاذ القرار، فهي تساهم في التخفيض من درجة عدم التأكد التي تواجه متخذ القرار وبالتالي خطر الوقوع في أخطاء.

بالإضافة لهاته العوامل فقد أضافت الدراسة الحالية عاملين آخرين مكونين للذكاء الاقتصادي وهما:

استعمال التكنولوجيا وتوفير فرص للتكوين والتعلم: ذلك أن الافراد هم الأساس في إدارة عملية الذكاء الاقتصادي ، والذي يستلزم ضرورة إجراء دورات تدريبية للموظفين والعاملين من أجل رفع كفاءتهم في استخدام الجيد للوسائل التكنولوجية و الاتصال الحديثة، و الاستعانة بهذه الأخيرة للتحكم في التدفق الهائل للمعلومات وفي طريقة سيرها داخل المنظمة من خلال معالجتها وتوزيعها للمستفيدين أينما وجدوا مع ضمان المحافظة على جميع مواصفاتها وتقليل الوقت إلى أقل ما يمكن، وتسهيل عملية تزويد الإدارات العليا بتقارير سريعة ودقيقة لإنجاز أعمالها وتقديم الاستشارات اللازمة لها لاتخاذ القرارات بشكل صائب، وبالتالي تسهيل القيام بعملية الذكاء الاقتصادي .

توزيع وتسيير المعلومات: فمن خلال هذه العملية يجري في المؤسسة تبادل للمعلومات بين مختلف المستويات الإدارية أو في نفس المستوى، فالمعلومة تصبح أداة اتصال وتنسيق بين مختلف نشاطات أفراد المنظمة، فهي تربط مختلف وظائف المؤسسة فيما بينها. فالمناخ الاجتماعي الجيد داخل المؤسسة يكون في الغالب مرتبط بوجود نظام اتصال فعال، وحتى يتسنى للفرد أن يدمج في المؤسسة يجب أن يكون على علم بقرارات وخيارات الإدارة وأهدافها المرجوة، فالمعلومة تساعد على إدماج العمال في المؤسسة (خاصة مشاركتهم في اتخاذ القرار أو ما يسمى الإدارة بالمشاركة)، وتسمح بإنشاء فرق متنافسة وتحسين الروابط الاجتماعية.

V. الخلاصة:

حاولنا من خلال هذه البحث وبارتكاز على بعض الدراسات السابقة تحديد العوامل المكونة للذكاء الاقتصادي، وذلك بتطبيق إحدى الأساليب الإحصائية المتقدمة وهي التحليل العاملي الاستكشافي، حيث تبين لنا ان نظام الذكاء الاقتصادي هو عملية البحث، جمع ومعالجة وتخزين المعلومة الاستراتيجية وتوزيعها على مختلف الأعوان الاقتصاديين، لاستغلالها في اتخاذ

القرارات الاستراتيجية التي تؤدي إلى وضع وتنفيذ استراتيجية متناسقة لتحقيق الأهداف التي وضعها ولتحسين موقعها في بيئتها التنافسية.

ومن خلال الدراسة الميدانية تم إثبات وجود تطبيق لنظام للذكاء الاقتصادي مكون من أربعة عوامل أساسية بمؤسسات الاتصالات الجزائرية (اوريدو - جازي - موبليس)، وإن كان ليس ظاهرا للعيان، فهو إما تلقائي غير منظم، أو يندرج تحت أحد الوظائف الأخرى كالتسويق. وهاته العوامل تساهم بمعدلات مختلفة في تكوين بنية الذكاء الاقتصادي، حيث نجد بالدرجة الأولى التحليل البيئية التنظيمية والمحيطية من خلال جمع المعلومات من البيئة الداخلية والخارجية لاستباق الفرص والتهديدات التي تواجه المؤسسة، وهذا يعني الحد أو تقليل من حالة عدم التأكد. ويركز بالدرجة الثانية على ضرورة استعمال التكنولوجيا الحديثة لترصد كل الإشارات والمعلومات الآتية من المحيط المؤسسة والتحكم في التدفق الهائل لهذه المعلومات من حيث تسييرها وطريقة توزيعها بغية اتخاذ قرارات سريعة ودقيقة وصائبة. وهذا لا يتحقق إلا بتوفير أفراد ذوي كفاءات عالية ولهم القدرة في التحكم في الوسائل التكنولوجية الحديثة. أما المحور الثالث من عملية الذكاء الاقتصادي فيتمثل في توزيع وتسيير المعلومات، فالمؤسسة عبارة عن نظام يتكون من أنظمة فرعية كالنظام الفرعي التسويقي، النظام الفرعي المالي، النظام الفرعي للإنتاج، النظام الفرعي للأفراد، هذه النظم تكون متفاعلة مع بعضها البعض من جهة، ومتفاعلة مع المحيط الخارجي من جهة أخرى، فمن خلال عملية التسيير والتوزيع الجيد و الفعال للمعلومات بين هاته النظم تتمكن المؤسسة تسيير نشاطاتها وتنسيق و الاتصال بين مختلف أنظمتها الفرعية، وبالتالي يمكنها من اتخاذ القرارات المناسبة من خلال نظام المعلومات الشامل. ويتجسد العامل الرابع من عملية الذكاء الاقتصادي في سرية وجودة المعلومات، من خلال الحفاظ وحماية المعلومات المهمة والاستراتيجية التي تخص المنظمة والتعامل معها بشكل سري ووفق ضوابط تحدد من قبل الإدارة العليا، كما يجب يحتاج متخذ القرار إلى معلومات عالية الجودة، وتحدد جودة المعلومات بمدى ملاءمتها من حيث الدقة والتوقيت المناسب.

وفي ضوء على ما تم عرضه في هذه الدراسة، فإنه يمكن اقتراح أو الخروج بجملة من التوصيات كما يلي:

- إدراج خلية مستقلة للذكاء الاقتصادي بصفة رسمية في الهيكل التنظيمي بالمؤسسات محل الدراسة، وتسخير أعوان متخصصين من أصحاب الخبرة في هذا المجال.
- الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات الحديثة، وضمان استخدامها في جميع أقسام المؤسسات، وتفعيل مهام وظيفة البحث والتطوير.
- عمل دورات تدريبية وتشجيع على الحوار ونقل المعارف بين العمال أنفسهم وبين الزبائن، كي تضمن اكتساب المعارف وتبادلها.
- الاعتماد على اليد العاملة الماهرة والمؤهلة لأجل اعتماد التكنولوجيا الحديثة في سير العمليات التشغيلية.
- تحسين قدرات صنع القرارات المديرين من خلال توفير المعلومات والعمل على الاستفادة منها في وقتها ومكانها المناسب لتسهيل عملية اتخاذ القرار.

VI. المراجع:

سميحة محمدي، و زهرة بن سفيان . (2020). ممارسات الذكاء الاقتصادي في المؤسسات عالية التكنولوجيا - دراسة مقارنة بين بعض المؤسسات الجزائرية. مجلة البشائر الاقتصادية، 06(02)، الصفحات 54-65.

- عبدالقادر شتيح، و محمد بدوي . (2020). دراسة أثر الذكاء الاقتصادي على الإدارة الإستراتيجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة باستخدام نموذج الوساطة، *مجلة الباحث*، 20(01)، الصفحات 609-624.
- ميلي سمية أحمد. (2020). واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. *مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة*، 05(02)، الصفحات 39-54.
- بن سعد الخضعي خالد . (2005). *تقنيات صنع القرار تطبيقات حاسوبية، الجزء الثاني*. رياض: دار الأصدقاء للنشر والتوزيع.
- بوخمخيم عبد الفتاح ، و مصباح عائشة. (2010). دور البقطة الإستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية. *الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية* ، 8/9 نوفمبر.
- حمو سعدية ، و بلعابد فايزة . (2020). دور الذكاء الاقتصادي وأهميته في رفع القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال مع الإشارة الى حالة الجزائر. *حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية*، 07(02)، الصفحات 1-19.
- خديجة العرابي ، و عزيز دحماني . (2017). الذكاء الاقتصادي كآلية لاستقطاب الاستثمارات الأجنبية دراسة حالة للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار. *مجلة البشائر الاقتصادية*، 03(14)، الصفحات 51-52.
- سميحة بوعنيني . (2021). دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولانية لدى المقاولين في منطقة بشار. *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولانية*، 04(02)، الصفحات 59-69.
- عبد الوهاب. (2012). تحليل الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية باستخدام التحليل العاملي. *مجلة الباحث*(11).
- عبد الوهاب، د & ، محمود فوزي ، ش . (2009). تحليل السلوك الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية في الجزائر خلال الفترة 1990-2006. *أبحاث اقتصادية وإدارية*.
- علي لقاء . (2009). مقارنة المقدرات الحصينة في أسلوب التحليل العاملي. *المؤتمر العلمي الثاني للرياضيات، جامعة الموصل*. العراق.
- محمد الهلة . (2006). الذكاء الاقتصادي وتأثيره على المحيط التنافسي للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية. *مجلة الواحات للبحوث والدراسات*، 07(01)، 137-147.
- نبيل كنوش ، و مصطفى طويطي . (2020). التحليل العاملي التوكيدي للذكاء الاقتصادي: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الإلكترونية منزلية في الجزائر. *مجلة التنظيم والعمل*، 08(03)، 81-96.
- Legendre, J. (2006). *L'intelligence economique, guide pratique pour les PME*. France: Paris: le Cercle d'Intelligence Economique du MEDEF.
- B Besson , J., & G Possin. (2006). *Dix ans intelligence economique en France, intelligence economique et gouvernance competitive*. France: France: la documentation Francaise.
- Humbert , L. (2003). *la veilles stratégique, la méthode L.E.S caning*. edition EMS.
- Manu , C., & Fanny , P. (2008). *Analyse de donnees avec spss*. Paris: Collection Synthex.
- Martre, H., Philippe, C., Christian, H., Philippe, B., & Didier, V. (1994). *Intelligence economique et strategie des entreprises*. Frane: la documentation.
- Muqtadiroh, F, Astuti, H, & Darmaningrat, E. (2017). Usability Evaluation to Enhance Software Quality of Cultural Conservation System Based on Nielsen Model

(WikiBudaya). *4th Information Systems International Conference* (pp. 513–521). Indonesia: Procedia Computer Science.

Muqtadiroh, F., Astuti, H., & Darmaningrat, E. (2011). Usability Evaluation to Enhance Software Quality of Cultural Conservation System Based on Nielsen Model (WikiBudaya). *4th Information Systems International Conference*. Indonesia: Procedia Computer Science.

Oktavia, R, Irwandi, Rajibussalim, & Mentari, M. (2018). Assessing the validity and reliability of questionnaires on the implementation of Indonesian curriculum K-13 in STEM education. *Journal of Physics*, 1088(01), 1-8.

Philippe, B. (2000). *Analyse stratégique : Mouvements, Signaux concurrentiels et interdépendance*. Paris: édition Dunod.