

أثر التكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية في ظل تبني أنظمة ذكاء الأعمال - دراسة ميدانية بالمنطقة الصناعية بسطيف -

The impact of target cost on activating competitive vigilance under the the adoption of business intelligence systems -A field study in Setif Industrial Zone-

مساط سمية¹، مزهود هشام²

Messat Soumia¹, Mezhoud Hichem²

¹ مخبر دراسات إستراتيجيات التنوع الاقتصادي لتحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله (الجزائر)، s.messat@centre-univ-mila.dz

² مخبر دراسات إستراتيجيات التنوع الاقتصادي لتحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله (الجزائر)، h.mezhoud@centre-univ-mila.dz

تاريخ النشر: 2024/01/23

تاريخ القبول: 2024/01/ 19

تاريخ الاستلام: 2023/09/ 19

ملخص:

تهدف هذه الدراسة لمعرفة أثر نموذج التكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية، في ظل تبني أنظمة ذكاء الأعمال. حيث تم إجراء دراسة ميدانية بالمنطقة الصناعية المتواجدة بسطيف، من خلال جمع البيانات من عينة مختارة متكونة من 11 مؤسسة اقتصادية، قوامها 55 استمارة، تم تحليل البيانات التي تضمنتها إحصائيا باستخدام برنامجي "SPSS" و"AMOS".

اتضح جليا، من خلال نتائج هذه الدراسة، وجود مستوى متوسط لتطبيق مبادئ نموذج التكلفة المستهدفة وأنظمة ذكاء الأعمال، كما اتضح وجود أثر معنوي غير مباشر للتكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية، من خلال الدور الوسيط لأنظمة ذكاء الأعمال.

كلمات مفتاحية: تكلفة مستهدفة، أنظمة ذكاء الأعمال، يقظة تنافسية.

تصنيفات JEL : M41, D24, L11.

Abstract:

This study aims to find out the impact of the target cost model on activating competitive vigilance, in light of the adoption of business intelligence systems. Where a field study was conducted in the industrial zone located in Setif, by collecting data from a selected sample of 11 economic institutions, consisting of 55 forms, the data included in them were statistically analyzed using the "SPSS" and "AMOS" programs.

Through the results of this study, it became clear that there is an average level of application of the principles of Target cost and business intelligence systems, and it also turned out that there is an indirect moral impact of the target cost on activating competitive vigilance, through the intermediate role of business intelligence.

Keywords: Target cost, business intelligence systems, competitive vigilance.

JEL Classification Codes: M41, D24, L11.

المؤلف المرسل: مساط سمية، الإيميل: s.messat@centre-univ-mila.dz

1. مقدمة عامة:

تحتل أنظمة ذكاء الأعمال (خلال العقد الثالث من القرن الحادي والعشرين) أهمية بالغة بالنسبة لأي مؤسسة اقتصادية. كنتيجة حتمية لتزايد الاعتماد على التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، وتسارع وتيرة الابتكارات التي مست وسائل الاتصال وأجهزة نقل ومعالجة البيانات إلكترونيا. حيث ظهرت حاجة ملحة داخل المؤسسة للاستفادة من البيانات الضخمة المتوفرة عبر شبكة الانترنت وتحليلها، من أجل الاستفادة منها في اتخاذ مختلف القرارات الإدارية، والمساهمة في تسيير المؤسسة بكفاءة وفعالية.

تهتم المؤسسات حاليا بتحليل تكاليفها بصورة مستمرة، سعيا لتخفيضها انطلاقا من مقارنتها بتكاليف المنافسين. حيث يفرض عليها ذلك ضرورة المعرفة التامة والمستمرة لعناصر ومكونات تكاليف إنتاج جميع المؤسسات المنافسة والمشكلة للصناعة المعنية، والتمتع بيقظة تنافسية مرتفعة، تقودها للتقييم الدائم لمتوقعها التنافسي، في ظل محيط خارجي يتميز بالتحول والتطور التكنولوجي الضخم، والاعتماد أكثر فأكثر على وسائل الاتصال ونقل وتحويل البيانات إلكترونيا. تبعا لذلك، سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية دراسة أثر نموذج التكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية في ظل تبني أنظمة ذكاء الأعمال، من خلال إجراء دراسة ميدانية بالمنطقة الصناعية المتواجدة ببلدية سطيف.

1.1. إشكالية الدراسة: يمكننا طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو أثر التكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية في ظل تبني أنظمة ذكاء الأعمال بالمؤسسات الاقتصادية المتواجدة بالمنطقة الصناعية بسطيف؟

انطلاقا من الإشكالية الرئيسية المطروحة، يمكننا صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

- أ. ما هو مستوى تطبيق المؤسسات محل الدراسة لمبادئ نموذج التكلفة المستهدفة؟
 - ب. ما هو مستوى تطبيق المؤسسات محل الدراسة لمبادئ أنظمة ذكاء الأعمال؟
 - ج. هل يوجد أثر للتكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة؟
 - د. هل يوجد أثر للتكلفة المستهدفة على أنظمة ذكاء الأعمال بالمؤسسات محل الدراسة؟
 - هـ. هل يوجد أثر لأنظمة ذكاء الأعمال على تفعيل اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة؟
- 2.1. فرضيات الدراسة: تبعا للإشكالية والأسئلة الفرعية المطروحة، يمكننا صياغة الفرضيات التالية:

1.2.1. الفرضية الرئيسية: يمكننا اعتماد الفرضية الرئيسية التالية:

يوجد أثر معنوي مباشر وأثر معنوي غير مباشر للتكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية، من خلال الدور الوسيط لأنظمة ذكاء الأعمال بالمؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

2.2.1. الفرضيات الفرعية: تبعا لمضمون الفرضية الرئيسية، يمكننا اعتماد الفرضيات الفرعية التالية:

- أ. الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر موجب وقوي ومباشر للتكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة؛
- ب. الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر موجب وقوي ومباشر للتكلفة المستهدفة على أنظمة ذكاء الأعمال بالمؤسسات محل الدراسة؛
- ج. الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر موجب وقوي ومباشر لأنظمة ذكاء الأعمال على تفعيل اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة.

3.1. أهمية الدراسة: تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة في جانبها النظري والتطبيقي. حيث تعنى بدراسة مختلف الإجراءات اللازمة لتبني أنظمة ذكاء الأعمال، وإبراز أهمية نموذج التكلفة المستهدفة، بالإضافة لتحديد أثرهما على تفعيل اليقظة التنافسية بالمؤسسات الاقتصادية المتواجدة بالمنطقة الصناعية بسطيف. بذلك فإن الأهمية الفعلية لهذه الدراسة ترتبط بثلاث مجالات. المجال الأول يدور حول الإثراء الفكري لمتغيرات الدراسة، حيث تطرقنا للتكلفة المستهدفة وأنظمة ذكاء

الأعمال واليقظة التنافسية بالبحث والتحليل. الأمر الذي يشكل حافزاً للباحثين الآخرين لدراسة هذه المتغيرات. أما المجال الثاني فيتعلق ببيئة التطبيق، المتمثلة في المؤسسات الاقتصادية المتواجدة بالمنطقة الصناعية بسطيف. أما المجال الثالث فيتمثل في تزويد المكتبة الجزائرية والعربية بموضوعات تفتقرها، هي أنظمة ذكاء الأعمال والتكلفة المستهدفة وتفعيل اليقظة التنافسية، لاسيما التعرض لطبيعة العلاقات المحتملة الموجودة بينها، وذلك عن طريق الاختبار الميداني للفرضيات المعتمدة.

4.1. أهداف الدراسة: تتمثل أهداف هذه الدراسة في:

- أ. تحليل مضمون أنظمة ذكاء الأعمال، وشرح مختلف مكوناتها، مع تحديد أهم الخطوات الضرورية لبناء نظام فعال لذكاء الأعمال، وتبسيط الضوء على واقعها بالمؤسسات محل الدراسة؛
- ب. شرح وتحليل نموذج التكلفة المستهدفة، مع توضيح المقومات اللازمة لتطبيقه بنجاح، وتبسيط الضوء على واقعه بالمؤسسات محل الدراسة؛
- ج. التطرق بالدراسة والتحليل لمفهوم اليقظة التنافسية، مع تحليل واقعها بالمؤسسات محل الدراسة؛
- د. تحديد الأثر المباشر والأثر غير المباشر للتكلفة المستهدفة على اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة؛
- هـ. تحليل أساليب التكامل بين نموذج التكلفة المستهدفة وأنظمة ذكاء الأعمال، مع توضيح أثر ذلك على اليقظة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية.

5.1. منهجية الدراسة: تبعا لطبيعة الإشكالية والفرضيات المطروحة. وانطلاقا مما تتضمنه هذه الورقة البحثية من دراسة وتحليل لأثر التكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية، في ظل تبني أنظمة ذكاء الأعمال. فقد ارتأينا الاعتماد على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي في الجزء النظري. حيث سنقوم بشرح مختلف المفاهيم التالية: نموذج التكلفة المستهدفة، اليقظة التنافسية، أنظمة ذكاء الأعمال. وذلك من خلال المادة العلمية المتوفرة في مختلف المراجع، كالكتب والمقالات والأطروحات والدوريات العلمية المحكمة. أما بالنسبة للجزء التطبيقي، فسنعتمد على المنهج الإحصائي، بإجراء دراسة ميدانية بالمنطقة الصناعية بسطيف. (حيث سيتم الاعتماد على برنامج SPSS في نسخته رقم 26 وبرنامج AMOS في نسخته رقم 26).

2. الإطار النظري للدراسة:

1.1.2. أساسيات حول التكلفة المستهدفة: في ظل المنافسة الشديدة التي يشهدها قطاع الأعمال حاليا، بسبب ظهور عوالة الأسواق والإنتاج، بالإضافة لتسارع وتيرة الابتكارات التكنولوجية التي مسّت وسائل الإنتاج والاتصال، ظهرت أساليب وأدوات إدارية حديثة للتحكم في التكاليف ومحاولة تخفيضها. حيث نجد نموذج التكلفة المستهدفة الذي يهدف لمحاولة تحليل قيمة تكلفة المنتج قبل البدء في تصنيعه، من خلال إجراء دراسة تحليلية لتكاليف المنافسين، ومقارنتها بتكاليف المؤسسة، ومن ثم اتخاذ القرار بإنتاجه وتسويقه. (Osisioma, Okoye, & Egbunike, 2021, p. 02)

1.1.2. مفهوم التكلفة المستهدفة: نشأت التكلفة المستهدفة في البداية في اليابان في الستينيات من القرن العشرين، وظلت سرا لسنوات حتى الثمانينيات. حيث تم الاعتراف بها على نطاق واسع كأحد أهم أدوات إدارة وتخفيض التكاليف في الشركات الصناعية اليابانية، نظرا لما حققته لها من تميز تنافسي. ليتم بعدها الاعتماد عليها في باقي دول العالم. (Al-Hattami, Kabra, & Lokhande, 2020, p. 70) تعتبر التكلفة المستهدفة من أبرز أدوات المحاسبة الإدارية المعاصرة، التي تم تطويرها من قبل الشركات الصناعية اليابانية. (Osisioma, Okoye, & Egbunike, 2021, p. 02). حيث تعرف بأنها أسلوب من أساليب إدارة التكاليف الحديثة، التي تهدف إلى خفض التكاليف في المراحل المبكرة من دورة حياة المنتج، من خلال الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، مع الأخذ بعين الاعتبار مستوى الجودة المطلوبة، وذلك في ضوء التكلفة وسعر البيع الذي سيتقبله الزبائن. (وادي و إبراهيم، 2016، صفحة 67) تعرف كذلك بأنها أداة إستراتيجية، تستخدم لإدارة تكاليف المنتجات، وتهدف أساسا لتخفيض التكاليف في بداية دورة حياة الإنتاج، وبالتالي زيادة ربحية المنتجات والخدمات إلى أقصى حد. (Sharafoddin, 2016, p. 124)

ينظر للتكلفة المستهدفة كذلك بأنها عملية التحكم التي تستخدم البيانات والمعلومات في سلسلة منطقية من الخطوات، لتحديد وتحقيق السعر المستهدف للمنتج. (Aqeel, 2021, pp. 85,86) وعليه يمكن تلخيص فكرة التكلفة المستهدفة في علاقة بسيطة، حيث يتم تحديد التكلفة المستهدفة للمنتج عن طريق طرح هامش الربح المطلوب من سعر البيع المستهدف، وذلك وفقاً للمعادلة التالية: (Antônio, Aldo, & Emanuel, 2020, p. 129)

التكلفة المستهدفة = سعر البيع المستهدف - الربح المستهدف

نظراً لأن التكلفة المستهدفة مدفوعة بالسوق، فإن آراء العملاء لها أهمية قصوى، وبالتالي يجب أخذها بعين الاعتبار طوال العملية بأكملها. حيث يعد فهم احتياجات المستهلكين، وما يفعله المنافسون حالياً أو ما قد يفعلونه مستقبلاً لتلبية هذه الاحتياجات أمراً ضرورياً. وبالتالي يتم دمج متطلبات الجودة والتكلفة والوقت للزبائن في القرارات المرتبطة بالمنتج أو العملية. (C, Egbunike, Okafor, & Okoye, 2021, p. 03)

مما تقدم، يتضح لنا أن التكلفة المستهدفة ليست عملية للتحكم في التكاليف فحسب، بل نموذج إداري حديث يعمل على تحديد تكلفة إنتاج منتج أو خدمة مقترحة. مع التركيز على عملية تصميمه، بشكل يلبي رغبات العملاء خلال مرحلة التخطيط والتصميم، بالاعتماد على معلومات تحليلية مستمدة من السوق، وسعياً لتخفيض التكلفة دون المساس بالجودة. الأمر الذي من شأنه توليد الربحية عند المستويات المطلوبة.

2.1.2. مقومات التكلفة المستهدفة: يقوم نموذج التكلفة المستهدفة على مجموعة من المبادئ أهمها:

أ. قيادة السعر للتكلفة: يتطلب تحديد التكلفة المستهدفة القيام بتقدير سعر المنتج في السوق أولاً، ومن ثم تحديد الربح المتوقع، وطرح هاتين القيمتين من بعضهما البعض للتوصل إلى التكلفة المستهدفة، التي يجب أن يتم تصنيع المنتج بحدودها. (Samaneh, 2016, p. 125) أي على عكس الطرق التقليدية، لا تحدد التكلفة سعر المنتج، ولكن سعر البيع هو المحدد للتكلفة المستهدفة التي يتعين تحقيقها. (Antônio, Aldo, & Emanuel, 2020)

ب. التركيز على العميل: أي أن متطلبات المستهلك تجاه المنتج هي المتحكم في عملية تحليل التكاليف. حيث لا بد من الاهتمام بمتطلبات المستهلكين من ناحية الجودة والسعر والوقت المناسب للحصول على المنتج، الأمر الذي يؤدي إلى خلق القيمة الاستعمالية المناسبة. (محمد حافظ، 2019، صفحة 85، 86)

ج. التركيز على مرحلة تصميم المنتج: مرحلة التصميم هي المرحلة الرئيسية لتطبيق نموذج التكلفة المستهدفة. حيث يمكن إجراء مختلف التعديلات الهندسية على المنتج قبل إتمام تصنيعه، الأمر الذي من شأنه أن يؤدي إلى الوصول بالتكلفة إلى أدنى حد ممكن. (ناصر وأبورية، 2016، صفحة 467، 468)

د. الاعتماد على فرق العمل متعددة الوظائف: عامل آخر يعد من مقومات تبني نموذج التكلفة المستهدفة هو وجود فريق عمل يتكون من أفراد متعددي التخصصات الوظيفية. بحيث يكلف فريق العمل بالمنتج من البداية حتى الانتهاء من إنتاجه. الأمر الذي من شأنه خلق جو من الترابط والتفاعل الذي يؤدي لتجنب التعقيد واستهلاك الوقت عند تقييم التكلفة. (Samaneh, 2016, pp. 125,126)

هـ. التوجه نحو سلسلة القيمة: يعتبر أعضاء سلسلة القيمة، كالموردين والعملاء والموزعون والقائمون على خدمات الصيانة... الخ، جزءاً لا يتجزأ من نموذج التكلفة المستهدفة. حيث أن هذا النموذج يعتمد على وجود علاقات تعاون قوية وطويلة الأجل، تعتمد على المنافع المتبادلة بين أعضاء سلسلة القيمة. (صالح و مسكين، 2016، صفحة 262)

و. تكلفة دورة حياة المنتجات: تمثل تكلفة دورة حياة المنتجات جميع عناصر التكاليف الخاصة بالمنتج خلال دورة حياته. حيث يجب على المحللين عند تحديد التكلفة المستهدفة الأخذ بعين الاعتبار أهمية تجميع كافة التكاليف ذات العلاقة بدورة حياة المنتج، ومن ثم الاجتهاد في تحليل تلك التكاليف، سعياً لتخفيضها لصالح كل من المنتج والمورد والعميل. (صالح الشطبي، 2021، صفحة 54)

2.2. أنظمة ذكاء الأعمال: أدى التقدم في أجهزة وتقنيات المعلومات إلى ظهور أنظمة ذكاء الأعمال في منتصف التسعينيات من القرن العشرين، من قبل مجموعة "Gartner Group". حيث يستخدم حالياً كحجر زاوية في أغلب المؤسسات الاقتصادية. (Antunes, Cardoso, & Barateiro, 2022, p. 01) فمما لا شك فيه أن أنظمة ذكاء الأعمال تساعد الشركات على تخزين وتحليل واسترداد كميات كبيرة من المعلومات، حيث يمكنها من استخدام المعرفة المكتسبة من المنافسين، والتقنيات الجديدة لإنشاء منتجات جديدة، أو لتحسين العمليات. (Abusweilem & Abualoush, 2019, p. 2148) تبعا لذلك، تمثل أنظمة ذكاء الأعمال جيلاً جديداً من أنظمة دعم القرار، التي تهدف إلى تحويل بيانات محددة إلى معلومات ومعرفة، لزيادة كفاءة صنع القرار على جميع مستويات الإدارة. (Olszak, 2022, p. 11756) والتي بدورها تساعد الشركات على التصرف بسرعة وبشكل صحيح بشأن المعلومات قبل المؤسسات المنافسة، وبالتالي أداء تنافسي متفوق للمؤسسة، مما يسمح بالاستجابة المناسبة وفي الوقت المناسب لمشاكل العملاء ومختلف الاهتمامات الأساسية. (Djerdjouri, 2020, p. 06)

1.2.2. مفهوم أنظمة ذكاء الأعمال: أدى التقدم الحالي في أنظمة وتقنيات المعلومات إلى تقصير دورة حياة الأعمال التجارية، أين وجدت المؤسسات نفسها أمام خيار اتخاذ قرارات ذكية لتحقيق مكاسب المزايا التنافسية. (Awamleh & Ala, 2022, p. 66) حيث أصبحت المعلومات التجارية أمراً حيوياً، ليس فقط للنجاح ولكن أيضاً للبقاء، نظراً لعدم قدرة أنظمة المعلومات الإدارية على تلبية توقعات صناعات القرار في مجال المنافسة في الآونة الأخيرة. تبعا لذلك، تطورت التقنيات الفنية مثل ذكاء الأعمال إلى أحد المعتقدات الأساسية في إدارة نظم المعلومات، كجزء لا يتجزأ من ثقافة المؤسسات الرائدة. (Wang, Oma, Alotaibi, Daradkeh, & Althubiti, 2022, p. 02)

ينظر لذكاء الأعمال على أنه مصطلح يشمل التطبيقات والبنى التحتية، والأدوات والممارسات المستخدمة لدعم عملية صنع القرار والأداء وتحسينهما. (Antunes, Cardoso, & Barateiro, 2022, p. 01) من خلال جمع البيانات وتحليلها وتحويلها إلى معلومات أو معرفة. والتي يتم عرضها بعد ذلك كتقارير أو لوحات معلومات في قاعدة بيانات لدعم اتخاذ القرارات. (Kongthanasuwan, Sriwiboon, Horbanluekit, Laesanklang, & Krityakierne, 2023, p. 03) ووفقاً لتلك الرؤية، يوصف ذكاء الأعمال على أنه خطة يتم فيها تنفيذ عمليات، مثل إعداد التقارير وتحليل البيانات واستخراج المعلومات ومعالجة الأحداث لتحسين إنتاج ونمو المؤسسة. (Qhal, 2022, p. 03) من زاوية أخرى، يعتبر ذكاء الأعمال على أنه نظام معلومات ذو بنية مرئية ومفتوحة، يقوم بتحويل البيانات إلى معلومات ومعرفة، واستخدامها بحكمة وتعتقل في عملية صنع القرارات، بحيث تساعد في اكتساب مزايا تنافسية لمواجهة حالات المنافسة. (عيشوش، 2023، صفحة 05) تبعا لذلك، فهو يمثل جيلاً جديداً من أنظمة دعم القرار، التي تهدف إلى تحويل بيانات محددة إلى معلومات ومعرفة. (Olszak, 2022, p. 1756) التي بدورها تساعد المؤسسات الاقتصادية على التصرف بسرعة وبشكل صحيح بشأن المعلومات قبل المؤسسات المنافسة، وبالتالي أداء تنافسي متفوق للمؤسسة. مما يسمح بالاستجابة السريعة لمشاكل العملاء واهتماماتهم الأساسية. (Djerdjouri, 2020, p. 06)

تبعا لما سبق، يمكن القول أن ذكاء الأعمال هو تلك الطريقة أو العملية التي يتم من خلالها جمع البيانات وتخزينها وتحليلها في عالم الأعمال. وذلك بغية تحويلها إلى تصورات قابلة للتنفيذ، تساعد إدارة المؤسسة على اتخاذ قرارات إستراتيجية وتكتيكية ذكية، وفي الوقت المناسب.

2.2.2. مكونات أنظمة ذكاء الأعمال: تتكون أنظمة ذكاء الأعمال من أربع أجزاء رئيسية، يمكننا ذكرها في الآتي:

أ. **مستودعات البيانات:** تمثل مستودعات البيانات نموذجاً من البرمجيات التي تتعامل مع أحجام ضخمة من البيانات، والتي يمكن أن تتضاعف بشكل مستمر. وهي بذلك مرجع من البيانات المنظمة والمخزنة إلكترونياً من أجل تيسير إعداد التقارير والتحليلات. (بوقابة، 2021، صفحة 253). يتمثل الهدف الأساسي لها في إنشاء عرض منطقي وحيد لبيانات المؤسسة، عن طريق تخزينها وفقاً لمصادرها المختلفة، وذلك لدعم تحليلات ذكاء الأعمال. (عيشوش، 2023، صفحة 06)

ب. التنقيب عن البيانات: تمثل تقنية ومنهجية جديدة، تجمع بين نتائج أبحاث الذكاء الاصطناعي والفهم الآلي للبيانات. حيث تقوم على تحليل كميات ضخمة من البيانات، للبحث عن علاقات محتملة، والقيام بتلخيص البيانات في أشكال جديدة، لتكون مفهومة ومفيدة لمستخدمها. (توايتية، 2022، صفحة 113) بصورة أكثر وضوح، التنقيب عن البيانات هي التقنية المسؤولة عن أساليب وطرق إنتاج المعلومات، من خلال التعامل مع كم كبير من البيانات، التي يتم التنقيب فيها وربطها بأساليب عملية للخروج بمعلومة مفيدة وجديدة. (عيشوش، 2023، صفحة 06)

ج. المعالجة التحليلية عبر الإنترنت (OLAP): يتم استخدام المعالجة التحليلية عبر الإنترنت للبحث عن المعلومات المهمة من قواعد البيانات الكبيرة. حيث يعتمد في ذلك على جداول قواعد البيانات، للتمكن من العرض والتحليل والاستعلام المتعدد الأبعاد لكميات كبيرة من البيانات. وتزويد الإدارة بإجابات سريعة للاستفسارات المعقدة حول بيانات التشغيل، إضافة لتحليل البيانات التاريخية للمؤسسة. (بلقواسي وبن يوسف، 2021، الصفحات 95,96)

د. تقنيات عرض المعلومات: يعتمد نجاح ذكاء الأعمال في تحقيق أهدافه بصورة رئيسية على نجاح تقنيات عرض المعلومات في إيصال المخرجات بكفاءة للمستخدم النهائي. حيث توجد ثلاثة أنواع أساسية من وسائل عرض المعلومات، هي: التقارير، لوحات العرض وبطاقة الأداء. (عيشوش، 2023، صفحة 06) إذ يتم تحويل البيانات والمعلومات والمعرفة إلى رسوم تمثيلية، لدعم مهام محددة مثل تحليل البيانات واكتشاف المعلومات وتفسيرها والتنبؤ بالمتغيرات التشغيلية والإستراتيجية. (بلقواسي وبن يوسف، 2021، الصفحات 95,96)

3.2. دراسة أثر التكلفة المستهدفة على اليقظة التنافسية: مصطلح اليقظة هو مصطلح حديث النشأة. حيث ظهر في أدبيات إدارة الأعمال في الأوساط التي تهتم بالمعلومات وإدارتها. إذ تم استخدامه بالفرنسية، انطلاقاً من مفهوم المراقبة بالرادار "رادار اليقظة"، وهذا لحماية منطقة ما. حيث يقصد بالمراقبة، ذلك العمل المنظم لرصد البيئة. (قمري و عرايبي، 2020، صفحة 93) تبعا لذلك، سنحاول في هذه النقطة التطرق بالشرح والتحليل لأثر نموذج التكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية للمؤسسة، وذلك من خلال الدور الوسيط لأنظمة ذكاء الأعمال.

1.3.2. تعريف اليقظة التنافسية: تعرف اليقظة التنافسية بأنها نشاط تحدد من خلاله إدارة المؤسسة استراتيجيات ونوايا منافسها ومشاريعهم المستقبلية، من أجل توقع مختلف القرارات التي ستصدر عنهم على المدى البعيد، والتي من الممكن أن تعيق عملها، وتفوت الكثير من الفرص عليها. (الشمري، 2021، صفحة 263) فهي إذن تهتم بالبيئة التي تنمو وتتطور فيها المؤسسات المنافسة، من خلال جمع المعلومات الملائمة، التي يتم تحصيلها من تحليل البيئة الخارجية، واستخراج النتائج واستغلالها في اتخاذ القرارات بالمؤسسة. (ميعوف و لجنف، 2022، صفحة 146) تعرف كذلك على أنها إجراءات ملموسة، تتبع عملية منهجية للتخطيط وجمع البيانات ونشر المعلومات حول مختلف أصحاب المصلحة الخارجيين، من أجل إيجاد منافذ جديدة أو فرص سوقية يمكن أن تغير الوضع التنافسي للشركة. (BENDJELLOULI & BENDI, 2017, p. 197) كما تم وصفها بأنها عملية البحث والمعالجة والنشر للمعلومات المتعلقة بمنافسي المؤسسة. أي أنها ترتبط بمراقبة المنافسين المباشرين وغير المباشرين، الحاليين والمحتملين، فيما يتعلق باستراتيجياتهم وسياساتهم التسعيرية ومنتجاتهم وخدماتهم الجديدة ونتائجهم المالية وزبائنهم الجدد، وموظفيهم واتفاقياتهم وتحالفاتهم. (بن خليفة و زلاسي، 2018، صفحة 442) أي تلك المعلومات التي جمعها بالمتابعة الدقيقة والصارمة، لفهم سلوك المنافسين من استراتيجيات وأهدافهم وأداء الحالي. (Elmehdi, 2017, p. 17) وهي مكتملة لكل من اليقظة التكنولوجية والتجارية، على اعتبار أن الهدف الأساسي لهم هو تمكين المؤسسة من تحقيق ميزة تنافسية والتموقع في السوق، ومواجهة المنافسة الشرسة التي تشهدها الصناعة المعنية. (مصباح و بوخمخ، 2019، صفحة 28)

بذلك، يمكننا القول أن اليقظة التنافسية نشاط تقوم فيه إدارة المؤسسة بحصر وتحديد منافسها الحاليين والمحتملين من عدة زوايا. قصد المقارنة المستمرة لقوتها وضعفها مقارنة بمنافسها، الأمر الذي من شأنه تحسين تموقعها التنافسي المستقبلي، عن طريق اتخاذ الإجراءات الملائمة حول التنظيم والإنتاج والتكاليف والجودة.

- 2.3.2. شروط اليقظة التنافسية: لكي تستفيد المؤسسة من مزايا اليقظة التنافسية، عليها أن توفر عدة شروط تضمن بها فعاليتها، نوردتها كالتالي: (يعة و العيداني، 2016، صفحة 212، 213)
- أ. إرادة ثابتة من قبل إدارة المؤسسة: فعلى المسيرين اعتبار اليقظة التنافسية كأداة إدارية والاهتمام بمراحلها بدقة؛
- ب. توفير اتصال داخلي جيد: من خلال السماح للمعلومات بالانتقال لمن يطلبها عبر مختلف المستويات التنظيمية، دون احتكارها لدى جهة إدارية محددة، لأن اليقظة التنافسية عمل جماعي وليس عمل فردي؛
- ج. التحكم في الوقت: حيث يجب القبول بتسخير الوقت والوسائل اللازمة والميزانية المناسبة لذلك؛
- د. الحد الأدنى من الهياكل: فالمعلومة تعطى لها قيمة أحسن عندما يكون للمؤسسة تأطير مهيكل من طرف إدارات ذات وظائف محددة؛
- هـ. روح جماعية قوية: وهذا بين مختلف الموظفين؛
- و. ضرورة حماية المعلومات: حيث تعتبر ذلك شرطا أساسيا لتحقيق أهداف اليقظة التنافسية، وتعزيز الوضعية التنافسية للمؤسسة؛
- ز. اعتماد تكنولوجيا المعلومات: حيث يتطلب توفر تكنولوجيا متطورة، وأهم ما يمكن استعماله في الوقت الحالي هو شبكة الإنترنت.

4.2. أثر التكلفة المستهدفة على اليقظة التنافسية من خلال الدور الوسيط لذكاء الأعمال: يهدف نموذج التكلفة المستهدفة أساسا لتخفيض تكاليف المنتجات وتحقيق طموح إدارة المؤسسة، من خلال الوصول إلى الربح المستهدف، وبالتالي الاستحواذ على الحصة السوقية المرجوة. كما يهدف أيضا للمحافظة على جودة الإنتاج، من خلال توفير معلومات قبلية، تتعلق برغبات المستهلكين وكيفية إشباع حاجاتهم، والقيام بعدها بطرح منتجات وخدمات ذات جودة مرتفعة وبأسعار تنافسية تحقق الأرباح المنتظرة. (محمد حافظ، 2019، صفحة 85) فمؤدج التكلفة المستهدفة إذن يرمي لإحداث توازن بين التكلفة والسعر ورأس المال المستثمر. حيث أنه وفي ظل إنتاج منتج جديد باستخدام نموذج التكلفة المستهدفة، فإن تكلفته تحدد بالفرق بين الأرباح المستهدفة وسعر البيع المستهدف، على أساس ظروف السوق وإمكانيات المشروع المتاحة: (صالح الشطبي، 2021، صفحة 50) كما يهدف أيضا إلى تخفيض تكاليف المنتج أو الخدمة أثناء مرحلة التصميم، والعمل على تقديم منتجات وخدمات مبتكرة وذات جودة عالية وبالسعر المناسب؛ (محمد حافظ، 2019، صفحة 85) ومحاولة حصر أنشطة التصميم وعمليات الإنتاج في حدود التكلفة المحددة مسبقا. وبالتالي إتاحة فرصة الحصول على وضع تنافسي أفضل من خلال التسعير وفقا للمنافسة الحالية والمستقبلية، وليس وفقا للتكلفة فقط. (محمد صالح، 2020، صفحة 78) حيث تشكل هذه المعلومات، التي يوفرها نموذج التكلفة المستهدفة، موردا أساسيا يتحكم في تسيير جميع النشاطات الحيوية بالمؤسسة. فمفهوم القدرة التنافسية اليوم قد أصبح مرتبطا بالخبرة في اكتساب المعلومات وإنتاجها. فالمؤسسات الاقتصادية حاليا تتنافس بشراسة لتكون الأولى في حصولها على المعلومات المناسبة، وفي الوقت المناسب. (مصباح و بوخمخم، 2019، صفحة 28، 29)

كما سبق ذكره، فإن اليقظة التنافسية للمؤسسة تعني ضرورة التحري عن تشكيلة منتجات المؤسسات المنافسة، ومستويات أدائهم، بالإضافة لاستراتيجياتهم. حيث يتم ذلك من خلال تتبع أعمالهم التجارية ومبيعاتهم، وتحليل تكاليفهم، من أجل إثراء محفظة نشاطات المؤسسة بما يتماشى مع متطلبات السوق والمنافسة. فاليقظة التنافسية تحدد معايير شدة الضغط التنافسي، وتضع قاعدة بيانات تسمح بالمتابعة الدائمة للمنافسين. كما تضع لوحة قيادة تنافسية تساعد في إحداث قيادة عملية، ورد فعل استراتيجي. تبعا لذلك، يؤثر نموذج التكلفة المستهدفة بشدة على اليقظة التنافسية للمؤسسة، وذلك من خلال المعلومات قبلية التي يوفرها عن جميع المؤسسات المنافسة المشكلة للصناعة، والمتعلقة بهيكل تكاليف منتجاتهم ومستويات جودتها وخصائصها الوظيفية المختلفة.

من خلال أنظمة ذكاء الأعمال المصممة جيداً، تستطيع المؤسسة الوصول إلى المعلومات التجارية ذات الصلة، ومختلف الأدوات التحليلية المرتبطة بتحليل السوق والصناعة في صورة أنية تقريباً. حيث يمكن استخراج بيانات حول مئات الملايين من المعاملات الفردية، الأمر الذي يمكنها من أن تكون أكثر فاعلية في جذب عملاء جدد، والاحتفاظ بالعملاء المربحين، وتحقيق محفظة إيرادات مستدامة. علاوة على ذلك، يمكنهم فهم العلاقة بين القنوات والربحية وتقديم حوافز للعملاء لاستخدام القنوات الأكثر ربحية بشكل عام. حيث أظهرت التجربة في مجموعة من الصناعات أن أحد الاستخدامات الأكثر ربحية لذكاء الأعمال هو فهم العلاقة بين العملاء أو المنتجات أو الخدمات وتوليد الإيرادات. ففي ضوء استخدام أدوات وتقنيات ذكاء الأعمال، على وجه التحديد، من خلال التنقيب عن البيانات حول الملايين من معاملات العملاء، والجمع بين هذه المعلومات والمعلومات الديموغرافية والجغرافية والنفسية والمرتبطة بالمنافسين، تمكنت المؤسسات من تجميع العملاء عن طريق سلوك الشراء وفهم العلاقات. وعليه فإن ذكاء الأعمال ببساطة يوفر أدوات جديدة وقوية، تعمل بشكل جيد مع الأدوات الحالية لمساعدة المؤسسات على تحديد شرائح عملاء أضيّق، وفهم احتياجاتهم وقيم كل قطاع. بالإضافة لإمكانية إنشاء منتجات وخدمات تستجيب بشكل أفضل لتلك الاحتياجات والقيم، وتطوير طرق أكثر انتقائية وفعالية للوصول إلى عملاء جدد وكسبهم، أو توسيع الأعمال التجارية مع العملاء الحاليين المربحين. (Williams & Williams, 2007, p. 160)

استناداً لما سبق ذكره، نستنتج أن أنظمة ذكاء الأعمال تساعد على تطبيق نموذج التكلفة المستهدفة بكفاءة، من خلال توفيرها لمختلف المعلومات الموثوقة حول المنافسين والسوق واحتياجات العملاء، وفي الوقت المناسب. أي قدرتها على معرفة أسعار منتجات المنافسين وإمكانية تحليل تكاليفهم، بالإضافة لتوفيره معلومات تجارية محددة حول جودة العملية، جودة المنتج أو جودة الخدمة من شأنها تجنب تكاليف الجودة، وبالتالي تخفيض التكاليف.

3. الجزء التطبيقي:

1.3. تحديد الإطار المنهجي للدراسة: نهدف من خلال هذا الجزء التطبيقي إلى محاولة التحقق ميدانياً من أثر التكلفة المستهدفة على اليقظة التنافسية في ظل تبني أنظمة ذكاء الأعمال. حيث قمنا باختيار عينة مقصودة من المؤسسات بالمنطقة الصناعية بسطيف لإجراء الدراسة، ممثلة في خمسة مسؤولين إداريين داخل 11 مؤسسة اقتصادية. حيث تتوفر فيهم هيكلية متغيرات دراستنا. كما تم توظيف أداة الاستبيان وفق سلم ليكارت الخماسي. وقد بلغ العدد الموزع 60 استبيان، في حين تم استرجاع 55 استبيان، أي ما نسبته 83,33%.

1.1.3. إختبار صدق الاستبيان: لمعرفة الصدق الظاهري للاستبيان، قمنا بعرضه على المحكمين من ذوي الخبرة والتخصص في موضوع الدراسة. كذلك تأكدنا من صدق الاستبيان، حيث قمنا بحساب الاتساق الداخلي لمختلف عباراته بالنسبة لعينة الدراسة. حيث تراوحت معاملات الارتباط للتكلفة المستهدفة بين 0,571 و0,860، وبالنسبة لذكاء الأعمال بين 0,624 و0,981، أما بالنسبة لليقظة التنافسية فقد تراوحت بين 0,687 و0,873، وهي مستويات مقبولة. بذلك تشير كل هذه النتائج إلى أن قيمة معاملات الارتباط موجبة وقوية ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05. وعليه فإن جميع عبارات الاستبيان متسقة داخلياً مع المحور الذي تنتهي إليه، مما يعطي مؤشر جيد لقوة وصدق الاستبيان وفهمه من قبل الباحثين، وبالتالي الاعتماد عليه في إختبار الفرضيات.

2.1.3. إختبار ثبات الاستبيان: للتحقق من ثبات الاستبيان، تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ. تشير الدراسات في هذا المجال أنه إذا زادت قيمته عن 60% يتم الحكم على قدرة الاستبيان على قياس ما صمم من أجله. وبناءً على مخرجات برنامج (SPSS V26) يمكننا تلخيص قيم المعاملات المحسوبة في الجدول رقم (01).

الجدول رقم(01): قيمة معاملات ثبات الاستبيان.

معامل ألف كرونباخ		جميع عبارات الاستبيان
عدد العبارات	القيمة	
27	0,959	

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

نلاحظ من الجدول رقم (01) أن قيمة ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان قد قدرت بـ 95,90%، مما يعني تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الثبات، وبالتالي يمكن الاعتماد عليه في إجراء الدراسة الميدانية.

3.1.3. المعالجة الإحصائية المستخدمة: لإجراء التحليلات اللازمة تم الاعتماد على مجموعة من الاختبارات الإحصائية التالية: إختبار ألفا كرونباخ، معامل الارتباط بيرسون، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، إختبار المتوسط عينة واحدة "One sample T test"، إختبار المعنوية الكلية "F-Test"، إختبار المعنوية الجزئية "T-Test".

2.3. تحليل مستويات بيانات متغيرات الدراسة:

1.2.3. تحليل محور البيانات العامة: قمنا بإجراء التحليلات الإحصائية المتوافقة مع إجابات الأفراد المبحوثين عن العبارات المتعلقة بالبيانات الشخصية والمهنية. حيث تم التوصل للعدد والنسب الموضحة في الجدول رقم (02).

الجدول رقم (02): مستويات البيانات الشخصية والمهنية العامة.

الخصائص	العدد	الخصائص	النسبة	العدد	الخصائص
%38,2	21	أقل من 04 سنوات	%56,4	31	أقل من 35 سنة
% 50,9	28	من 04 إلى 08 سنوات	%34,5	19	من 35 سنة إلى 50 سنة
% 10,9	06	أكثر من 08 سنوات	%9,1	05	أكبر من 50 سنة
			%69,1	38	ذكر
			%30,9	17	أنثى
% 9,1	05	مصلحة إدارة الموارد البشرية	% 60,0	33	ليسانس
%36,4	20	مصلحة المعلومات والموارد الرقمية	% 36,4	20	ماستر
%27,3	15	مصلحة التسويق والمبيعات	% 3,6	02	ماجستير
%27,3	15	مصلحة المحاسبة ومراقبة التسيير	%00	0	دكتوراه

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (02) أن غالبية أفراد العينة عمرهم يقل عن 35 سنة بنسبة 56,4%. يتضح كذلك أن معظم أفراد العينة ذكور بنسبة 69.1% بينما 30.9% إناث. كما تبين أن أكثرهم ينتمون لمصلحة المعلومات والموارد الرقمية بنسبة 36,4%، مما يدل على أن أغلب المستجوبين يتمتعون بالخبرة والصلة بموضوع الدراسة، ومؤشر هام على أن الإجابات ستكون على درجة من الدقة والموضوعية. أما فيما يخص مستوى الخبرة لدى المبحوثين، فنجد أن 50.9% من المبحوثين خبرتهم تتراوح بين 04 إلى 08 سنوات، وهو ما يعكس خبرتهم الواسعة في مجال عملهم، وبالتالي ضمان الإجابة عن الاستبيان. نلاحظ كذلك أن غالبيةهم حاملين لشهادة الليسانس بنسبة 60.0 %، وهذا ما يدل على قدرة المبحوثين على الإجابة على الاستبيان بصورة صحيحة.

2.2.3. تحليل المحور المتعلق بنموذج التكلفة المستهدفة: بعد قيامنا بالتحليلات الإحصائية المتوافقة مع إجابات عينة

الدراسة، المرتبطة بعبارات نموذج التكلفة المستهدفة، تم التوصل للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة T والدلالة والقرار المبينين في الجدول رقم (03).

الجدول رقم (03): مستويات نموذج التكلفة المستهدفة.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة	القرار
01	تقوم إدارة مؤسستكم بدراسات معمقة لمعرفة تكاليف منتجات المنافسين	03,05	0,803	28,204	0.000	متوسط
02	تحاول إدارة مؤسستكم تقدير تكاليف منتجاتها القصوى المسموح بها بناء على التكاليف المستهدفة في السوق	03,38	0,871	28,789	0.000	متوسط
03	تقوم إدارة مؤسستكم بإجراء تعديلات على الأنشطة بهدف تخفيض التكاليف للوصول للتكلفة المستهدفة	03,35	0,821	30,204	0.000	متوسط
04	تتوفر لدى إدارة مؤسستكم معلومات وافية بخصوص المنتجات التي يسوقها المنافسون	03,09	0,967	23,693	0.000	متوسط
05	يتم حساب هامش ربح المنتجات بمؤسستكم انطلاقاً من سعر البيع المستهدف المقدر	03,64	0,677	39,853	0.000	قوي
06	تقوم مؤسستكم باستمرار بحساب سعر البيع المستهدف لمنتجاتها انطلاقاً من تحليل منافسها في السوق	03,15	0,891	26,191	0.000	متوسط
07	تقوم إدارة مؤسستكم باستمرار بمقارنة أسعار منتجاتها بأسعار منتجات منافسها في السوق	03,49	0,767	33,766	0.000	قوي
08	تقوم مؤسستكم بإجراء دراسات دقيقة لتحديد أسعار بيع منتجات المنافسين، لتعتمد عليها في تحديد أسعار منتجاتها	03,49	0,998	25,951	0.000	قوي
	المجموع	03,33	0,85	29,58	0.000	متوسط

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

تبين لنا من خلال الجدول رقم (03) أن قيم المتوسط الحسابي تراوحت ما بين 03,05 و03,49. إذ تصدرت العبارة رقم (05) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 03,64. بينما جاءت العبارة رقم (01) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدر 03,05. وقد عكست هذه المتوسطات المتوصل إليها وجود مستوى متوسط من التقييم للعبارات التي شملها متغير التكلفة المستهدفة من وجهة نظر المبحوثين. حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 03,33. وقد بلغت قيمة T المحسوبة 29,58 وهي أكبر من الجدولية، بمستوى معنوية بلغ 0,000. أما الانحرافات المعيارية فلم تتجاوز الواحد. مما يدل على إجماع المبحوثين على تطبيق مبادئ نموذج التكلفة المستهدفة في المؤسسات محل الدراسة بمستوى متوسط.

3.2.3. تحليل المحور المتعلق بأنظمة ذكاء الأعمال: بعد قيامنا بالتحليلات الإحصائية المتوافقة مع إجابات عينة الدراسة، المرتبطة بعبارة أنظمة ذكاء الأعمال، تم التوصل للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة T والدلالة والقرار المبينين في الجدول رقم (04).

الجدول رقم (04): مستويات أنظمة ذكاء الأعمال.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة	القرار
01	تقوم مؤسستكم بجمع البيانات الضخمة	03,49	0,998	25,951	0.000	قوي
02	تعتمد مؤسستكم على تطبيقات ذكاء الأعمال لتحليل البيانات إلكترونيا	03,27	0,971	24,997	0.000	متوسط
03	تعتمد مؤسستكم في تخزين البيانات والمعلومات على أحدث الأجهزة	03,35	0,907	27,350	0.000	متوسط
04	تقوم مؤسستكم باستمرار بجمع بيانات تخص منافسها في السوق	02,85	0,848	24,963	0.000	متوسط
05	توفر تطبيقات ذكاء الأعمال بمؤسستكم معلومات دقيق تخص تكاليف منتجات المنافسين	03,45	0,789	32,461	0.000	قوي
06	توفر تطبيقات ذكاء الأعمال بمؤسستكم معلومات دقيق تخص أسعار منتجات المنافسين	03,02	0,952	23,502	0.000	متوسط
07	توفر برمجيات ذكاء الأعمال المعتمدة بمؤسستكم معلومات ذات جودة عالية	03,31	0,767	32,007	0.000	متوسط
08	تعتمد إدارة مؤسستكم على المعلومات التي توفرها أنظمة ذكاء اتخاذ القرارات	03,05	0,803	28,204	0.000	متوسط
	المجموع	03,22	0,87	27,43	0.000	متوسط

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (04) أن قيم المتوسط الحسابي تراوحت ما بين 03,02 و03,49. إذ تصدرت العبارة رقم (01) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 03,49، بينما جاءت العبارة رقم (05) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدر 03,05. وقد عكست هذه المتوسطات المتوصل إليها وجود مستوى متوسط من التقييم للعبارة التي شملها متغير ذكاء الأعمال من وجهة نظر المبحوثين. حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 03,22. وقد بلغت قيمة T المحسوبة 27,43 وهي أكبر من الجدولية، بمستوى معنوية بلغ 0,000. أما الانحرافات المعيارية فلم تتجاوز الواحد، مما يعكس إجماع المبحوثين حول تطبيق المؤسسات محل الدراسة لمبادئ أنظمة ذكاء الأعمال بمستوى متوسط.

4.2.3. تحليل المحور المتعلق باليقظة التنافسية: بعد قيامنا بالتحليلات الإحصائية المتوافقة مع إجابات عينة الدراسة، المرتبطة بعبارة اليقظة التنافسية، تم التوصل للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة T والدلالة والقرار المبيينين في الجدول رقم (05).

الجدول رقم (05): مستويات اليقظة التنافسية.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة	القرار
01	تقوم مؤسستكم ببحث معمق عن السوق لاكتساب رضا الزبائن	02,87	0,904	23,573	0.000	متوسط
02	تقوم مؤسستكم باستمرار بتحليل متغيرات محيطها الخارجي	02,62	0,933	20,817	0.000	متوسط
03	تحلل مؤسستكم باستمرار جميع تحركات منافسيها في السوق	02,96	0,881	24,943	0.000	متوسط
04	تحرص مؤسستكم على تقديم منتجات بسعر منخفض مقارنة بالمنافسين	03,09	0,948	24,176	0.000	متوسط
05	تحرص مؤسستكم على تقديم منتجات ذات جودة مرتفعة مقارنة بالمنافسين	02,87	0,996	19,255	0.000	متوسط
06	تقوم مؤسستكم بمتابعة التطورات التكنولوجية في مجالات عملها	02,82	0,998	20,490	0.000	متوسط
07	تعمل مؤسستكم على مقارنة أدائها بأداء المنافسين باستمرار	02,87	0,944	22,571	0.000	متوسط
08	تضع مؤسستكم المنتجات الجديدة التي يقدمها المنافسين ضمن أولوياتها	02,58	0,999	17,673	0.000	متوسط
	المجموع	02,84	0,95	21,69	0.000	متوسط

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

تبين لنا من خلال الجدول رقم (05) أن قيم المتوسط الحسابي تراوحت ما بين 02,58 و03,09. إذ تصدرت العبارة رقم (04) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 03,09، بينما جاءت العبارة رقم (08) في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي قدر 02,58. وقد عكست هذه المتوسطات المتوصل إليها وجود مستوى متوسط من التقييم للعبارة التي شملها متغير اليقظة التنافسية من وجهة نظر المبحوثين. حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 02,84. وقد بلغت قيمة T المحسوبة 21,69 وهي أكبر من الجدولية، بمستوى معنوية بلغ 0,000. أما الانحرافات المعيارية فلم تتجاوز الواحد مما يدل على إجماع المبحوثين حول تطبيق مبادئ اليقظة التنافسية في المؤسسات محل الدراسة بمستوى متوسط.

3.3. اختبار فرضيات الدراسة وتحليل النتائج: سعياً لتحليل العلاقة الموجودة بين متغيرات دراستنا، سنعتمد على معاملات الارتباط، ومن ثم استنتاج دالة رياضية تحدد أثر التكلفة المستهدفة (المتغير المستقل) وذكاء الأعمال (المتغير الوسيط) في تفعيل اليقظة التنافسية (المتغير التابع). ولتوضيح هذه العلاقة سنستخدم نموذج الاختبار، وذلك عن طريق التأكد من توفر شروط النموذج الهيكلي الوسيط.

1.3.3. الشرط الأول: ويتمثل في ضرورة وجود ارتباط بين المتغير المستقل (المتمثل في التكلفة المستهدفة) والمتغير التابع (المتمثل في اليقظة التنافسية). حيث سنحاول هنا التأكد من صلاحية نموذج الانحدار الأول، الذي يجمع بين التكلفة المستهدفة واليقظة التنافسية. فمن المؤكد أن الشرط النظري محقق، الأمر الذي يفرض ضرورة التأكد من الشروط الإحصائية والرياضية، والتي سنناقشها فيما يلي:

أ. حساب الارتباط: استناداً إلى معامل بيرسون، تشير النتائج المتحصل عليها إلى وجود علاقة ارتباط موجبة وضعيفة بين التكلفة المستهدفة واليقظة التنافسية. وذلك على ضوء إجابات المبحوثين من عينة الدراسة. وقد قدرت قيمة معامل الارتباط ب 43,4% عند مستوى الدلالة 0,001، وهي أقل من مستوى الخطأ المعتمد عليه والمسموح به.

ب. اختبار المعنوية الكلية: يمكننا تلخيص نتائج تطبيق اختبار فيشر للنموذج الأول في الجدول رقم (06).

الجدول رقم (06): إختبار المعنوية الكلية للنموذج الأول.

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة
01	الانحدار	01	5,995	12,293	0,001
	الخطأ	53	0,488	/	/
	الكلية	54	/	/	/

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

استناد للنتائج المبينة في الجدول رقم (06) أعلاه، نلاحظ أن قيمة F قد قدرت بـ 12,293 بمستوى دلالة 0,001. وبالتالي ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة، أي أن نموذج الانحدار معنوي. تماشياً مع ما سبق، سنقوم بقياس نسبة تفسير التكلفة المستهدفة للتغير في اليقظة التنافسية، وذلك من خلال حساب معاملي التحديد، وفقاً لما هو مبين في الجدول رقم (07).

الجدول رقم (07): القدرة التفسيرية لنموذج الانحدار الأول.

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري للتقدير
01	0,434	0,188	0,173	0,69832

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

بناءً على معطيات الجدول رقم (07)، نلاحظ أن قيمة معامل التحديد قد بلغت 18,8%، لتتخفص بعد تصحيحه لـ 17,3%. وعليه فإن 17,3% من التغيرات التي تحدث في اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة تفسرها التكلفة المستهدفة. وبالتالي يمكن القول أن التكلفة المستهدفة لها أثر ضعيف على تفعيل اليقظة التنافسية بنسبة 17,3% بالمؤسسات محل الدراسة.

ج. إختبار المعنوية الجزئية: بعد التأكد من توفر الشروط السابقة لتطبيق نموذج الانحدار الأول، من خلال قياس أثر التكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية، سنقوم بحساب مكونات نموذج الانحدار وفقاً للجدول رقم (08).

الجدول رقم (08): إختيار المعنوية الجزئية للنموذج الأول.

النموذج الأول	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية		الدلالة
	B	الخطأ غير المعياري	Bêta	قيمة t المحسوبة	
الجزء الثابت	1,160	0,487	/	2,379	0,021
التكلفة المستهدفة	0,504	0,144	0,434	3,506	0,001

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

على ضوء النتائج الموضحة في الجدول رقم (08)، نلاحظ أن قيمة الجزء الثابت قد بلغت 1,160، بمستوى دلالة قدره 0,021، وهو أقل من مستوى الخطأ المسموح به في الدراسة. وعليه ترفض الفرضية العدمية H_0 وتقبل الفرضية البديلة H_1 . في حين قدرت قيمة معامل المتغير المستقل بـ 0,504 بمستوى دلالة بلغ 0,001 وهو أقل من مستوى الخطأ المسموح به في الدراسة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ، ونستبدلها بالفرضية البديلة H_1 . وبالاعتماد على هذه النتائج، قمنا بتشكيل دالة الانحدار المتعلقة بالتكلفة المستهدفة (الذي نرمز له بـ X) واليقظة التنافسية (الذي نرمز له بـ Y) كالآتي: $Y = 0,504.X + 1,160$.

استناداً على النتائج المتحصل عليها، نجد أن هناك أثر موجب وضعيف للتكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة. غير أن ما يمكننا ذكره في هذه النقطة، وحسب رأي أغلب المفكرين في مجال التحليل الإحصائي، أن برنامج "SPSS" يتميز بقصور عند حسابه للأثر المباشر بين المتغير المستقل والمتغير التابع. حيث لا يأخذ بعين

الاعتبار وجود الأثر غير المباشر للمتغير الوسيط. لذلك سنعمد لاحقاً على تحليل المسار باستخدام برنامج "AMOS"، الذي يتميز بدقة عالية في تقدير شكل النموذج الوسيط.

2.3.3. الشرط الثاني: ويتمثل في ضرورة وجود ارتباط بين المتغير المستقل (المتمثل في التكلفة المستهدفة) والمتغير الوسيط (المتمثل في ذكاء الأعمال). حيث سنحاول هنا التأكد من صلاحية نموذج الانحدار الثاني، الذي يجمع بين التكلفة المستهدفة وذكاء الأعمال. فمن المؤكد أن الشرط النظري محقق، الأمر الذي يفرض ضرورة التأكد من الشروط الإحصائية والرياضية، والتي سنناقشها فيما يلي:

أ. حساب الارتباط: تشير النتائج المتحصل عليها لوجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين التكلفة المستهدفة وذكاء الأعمال. وذلك على ضوء إجابات المبحوثين من عينة الدراسة. حيث قدرت قيمة معامل الارتباط بـ 89% عند مستوى الدلالة 0,000، وهي أقل من مستوى الخطأ المعتمد عليه والمسموح به.

ب. اختبار المعنوية الكلية: يمكننا تلخيص نتائج تطبيق اختبار فيشر للنموذج الثاني في الجدول رقم (09).

الجدول رقم (09): اختبار المعنوية الكلية للنموذج الثاني.

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة
02	الانحدار	01	22,138	201,885	0,000
	الخطأ	53	0,110	/	/
	الكلية	54	/	/	/

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

استناداً للنتائج المبينة في الجدول رقم (09) أعلاه، نلاحظ أن قيمة F قد قدرت بـ 201,885 بمستوى دلالة 0,000. وبالتالي نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة، أي أن نموذج الانحدار معنوي. تماشياً مع ما سبق ذكره، سنقوم بقياس نسبة تفسير التكلفة المستهدفة للتغير في ذكاء الأعمال، وذلك من خلال حساب معاملي التحديد، تبعاً لما هو مبين في الجدول رقم (10).

الجدول رقم (10): القدرة التفسيرية لنموذج الانحدار الثاني.

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري للتقدير
02	0,890	0,792	0,788	0,33115

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

بناءً على معطيات الجدول رقم (10)، نلاحظ أن قيمة معامل التحديد قد بلغت 79,2%، لتتخفض بعد تصحيحه لـ 78,8%. وعليه فإن 78,8% من التغيرات التي تحدث في ذكاء الأعمال بالمؤسسات محل الدراسة تفسرها التكلفة المستهدفة. إذن يمكننا القول أن التكلفة المستهدفة لها أثر على ذكاء الأعمال بنسبة 78,8% بالمؤسسات محل الدراسة.

ج. اختبار المعنوية الجزئية: بعد التأكد من توفر شروط تطبيق نموذج الانحدار الثاني، من خلال قياس أثر التكلفة المستهدفة على ذكاء الأعمال، سنقوم بحساب مكونات نموذج الانحدار وفقاً لما يتضمنه الجدول رقم (11).

الجدول رقم (11): اختبار المعنوية الجزئية للنموذج الثاني.

النموذج الثاني	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية		الدلالة
	B	الخطأ غير المعياري	Bêta	قيمة t المحسوبة	
الجزء الثابت	0,003	0,231	/	0,012	0,001
التكلفة المستهدفة	0,968	0,068	0,890	14,209	0,000

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

على ضوء النتائج الموضحة في الجدول رقم (11)، نلاحظ أن قيمة الجزء الثابت قد بلغت 0,003، بمستوى دال إحصائيا قدره 0,001، وهو أقل من مستوى الخطأ المسموح به في الدراسة. وعليه ترفض الفرضية العدمية H_0 ، وتقبل الفرضية البديلة H_1 . في حين بلغت قيمة معامل المتغير المستقل 0,968، بمستوى دلالة بلغ 0,000، وهو أقل من مستوى الخطأ المسموح به في الدراسة. وبالتالي ترفض الفرضية الصفرية H_0 ، وتقبل الفرضية البديلة H_1 . وبالاعتماد على هذه النتائج، قمنا بتشكيل دالة الانحدار المتعلقة بالتكلفة المستهدفة (الذي نرمز له بـ X) وذكاء الأعمال (الذي نرمز له بـ M) كالآتي: $M = 0,968.X + 0,003$

استناد للنتائج المتحصل عليها، نجد أن هناك أثر موجب وقوي ومباشر للتكلفة المستهدفة على أنظمة ذكاء الأعمال بالمؤسسات محل الدراسة. وهو ما يؤكد الفرضية الفرعية الثانية.

3.3.3. الشرط الثالث: ويتمثل في ضرورة وجود ارتباط بين المتغير الوسيط (المتمثل في ذكاء الأعمال) والمتغير التابع (المتمثل في اليقظة التنافسية). حيث سنحاول في هذه النقطة التأكد من صلاحية نموذج الانحدار الثالث. فمن المؤكد أن الشرط النظري محقق، الأمر الذي يفرض ضرورة التأكد من الشروط الإحصائية والرياضية، والتي سنناقشها فيما يلي:

أ. حساب الارتباط: يمكننا تحديد علاقة الارتباط بين ذكاء الأعمال واليقظة التنافسية، استنادا إلى معامل بيرسون. حيث تشير النتائج المتحصل عليها لوجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين ذكاء الأعمال واليقظة التنافسية، وذلك على ضوء إجابات الباحثين من عينة الدراسة. حيث قدرت قيمة معامل الارتباط بـ 56,2% عند مستوى الدلالة 0,000، وهي أقل من مستوى الخطأ المعتمد عليه والمسموح به.

ب. اختبار المعنوية الكلية: يمكننا تلخيص نتائج تطبيق إختبار فيشر للنموذج الثالث في الجدول رقم (12).

الجدول رقم (12): إختبار المعنوية الكلية للنموذج الثالث.

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة
الانحدار	10,068	01	10,068	24,509	0,000
الخطأ	21,772	53	0,411	/	/
الكلية	31,840	54	/	/	/

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

استناد للنتائج المبينة في الجدول رقم (12)، نلاحظ أن قيمة F قد قدرت بـ 24,509 بمستوى دلالة 0,000. وبالتالي ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة، أي أن نموذج الانحدار معنوي. تماشيا مع ما سبق، سوف نقوم بقياس نسبة تفسير ذكاء الأعمال للتغير في اليقظة التنافسية، وذلك من خلال حساب معاملي التحديد، كما هو مبين في الجدول رقم (13).

الجدول رقم (13): القدرة التفسيرية لنموذج الانحدار الثالث.

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري للتقدير
03	0,562	0,316	0,303	0,64093

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

بناء على معطيات الجدول رقم (13)، نلاحظ أن قيمة معامل التحديد قد بلغت 31,6%، لتتخفف بعد تصحيحه لـ 30,3%. وعليه فإن 30,30% من التغيرات التي تحدث في اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة تفسرها أنظمة ذكاء الأعمال، وذلك في ظل تحكم التكلفة المستهدفة. وبالتالي يمكن القول أن التكلفة المستهدفة لها أثر على تفعيل اليقظة التنافسية في ظل تبني ذكاء الأعمال بنسبة 30,3%. بالمؤسسات محل الدراسة (أخذا لعين الاعتبار قصور برنامج "SPSS" في حساب الأثر المباشر والأثر غير المباشر في ظل اعتماد النموذج الوسيط).

ج. اختبار المعنوية الجزئية: بعد التأكد من توفر شروط تطبيق نموذج الانحدار الثالث، من خلال قياس أثر ذكاء الأعمال على تفعيل اليقظة التنافسية، سنقوم بحساب مكونات نموذج الانحدار، وذلك وفقاً لما هو مبين في الجدول رقم (14).

الجدول رقم (14): اختبار المعنوية الجزئية للنموذج الثالث.

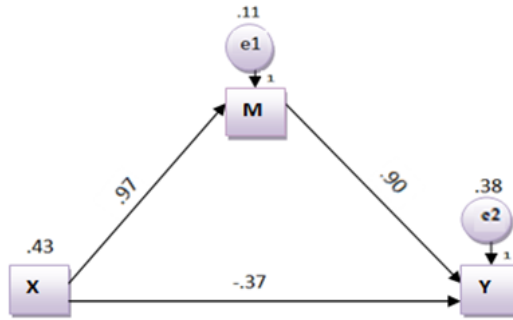
النموذج الثالث	المعاملات غير المعيارية		معاملات المعيارية		الدلالة
	B	الخطأ غير المعياري	Bêta	قيمة t المحسوبة	
الجزء الثابت	0,901	0,400	/	2,250	
ذكاء الأعمال	0,600	0,121	0,562	4,951	

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V26).

على ضوء النتائج الموضحة في الجدول رقم (14)، نلاحظ أن قيمة الجزء الثابت قد بلغت 0,901، بمستوى دال قدر 0,029، وهو أقل من مستوى الخطأ المسموح به في الدراسة. وعليه ترفض الفرضية العدمية H_0 وتقبل الفرضية البديلة H_1 . في حين قدرت قيمة معامل المتغير الوسيط بـ 0,600، بمستوى دلالة بلغ 0,000، وهو أقل من مستوى الخطأ المسموح به في الدراسة. وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونستبدلها بالفرضية البديلة H_1 . وبالاعتماد على هذه النتائج، قمنا بتشكيل دالة الانحدار المتعلقة بذكاء الأعمال (الذي نرمز له بـ M) واليقظة التنافسية (الذي نرمز له بـ Y) كالآتي: $Y = 0,600.M + 0,901$

من العرض السابق، يتضح لنا أن شروط تطبيق الوساطة متوفرة بين متغيرات دراستنا. نتيجة لمساهمة نموذج التكلفة المستهدفة في تفعيل اليقظة التنافسية بوجود المتغير الوسيط المتمثل في أنظمة ذكاء الأعمال. وهذا ما دعانا للتأكد من ذلك، من خلال الاعتماد على تحليل المسار "Path Analysis"، باستخدام برنامج "AMOS"، بسبب تمتعه بدقة أكبر في حساب الأثر المباشر والأثر غير المباشر بين المتغيرات الثلاثة، وذلك مقارنة ببرنامج "SPSS". والنتائج موضحة في الشكل رقم (01).

الشكل رقم (01): الأثر المباشر والأثر غير المباشر بين متغيرات الدراسة وفقاً للنموذج الهيكلي الوسيط.



المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات برنامج (AMOS V26).

تماشياً مع مضمون الشكل رقم (01)، يمكننا توضيح ومناقشة الأثر المباشر والأثر غير المباشر بين متغيرات دراستنا من خلال الجدول رقم (15).

الجدول رقم (15): الأثر المباشر والأثر غير المباشر بين متغيرات الدراسة وفقا للنموذج الهيكلي الوسيط.

الفرضيات	العلاقات	التقدير	مستوى الدلالة	قيمة T	الأثر المباشر	الأثر غير المباشر	الأثر الكلي
الفرضية الفرعية الأولى	التكلفة المستهدفة --> اليقظة التنافسية	-0,371	0,188	-1,318	-0,371	0,875	0,504
الفرضية الفرعية الثانية	التكلفة المستهدفة --> ذكاء الأعمال	0,968	0,002	14,342	0,968	0,000	0,968
الفرضية الفرعية الثالثة	ذكاء الأعمال --> اليقظة التنافسية	0,904	0,002	3,488	0,904	0,000	0,904

المصدر: من إعداد الباحثين، وبالاعتماد على مخرجات (AMOSV26).

من خلال الجدول رقم (15)، يمكننا القول أن الأثر المباشر للتكلفة المستهدفة على اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة غير دال إحصائياً. حيث بلغ (-0.371) عند مستوى الدلالة المقدر بـ 0,188، وهو أكبر من مستوى الخطأ المسموح به في الدراسة والمقدر بـ 0.05. بينما نجد أن الأثر غير المباشر للتكلفة المستهدفة كان قوياً، وقد بلغ 0.875. بذلك نرفض الفرضية الفرعية الأولى، التي تتضمن وجود أثر موجب وقوي ومباشر للتكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة. ونستبدلها بالفرضية التالية: يوجد أثر غير مباشر وموجب وقوي للتكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة.

يمكننا ملاحظة أيضاً الأثر القوي والموجب والمباشر للتكلفة المستهدفة على ذكاء الأعمال بالمؤسسات محل الدراسة، والذي بلغت قيمته 0.968، بمستوى دلالة بلغ 0.000، وهو أقل من مستوى الخطأ المسموح به في الدراسة والمقدر بـ 0.05. بينما بلغ الأثر غير المباشر القيمة 0. الأمر الذي يؤكد لنا مضمون الفرضية الفرعية الثانية، التي تنص على وجود أثر موجب وقوي ومباشر للتكلفة المستهدفة على أنظمة ذكاء الأعمال بالمؤسسات محل الدراسة.

يمكننا ملاحظة أيضاً الأثر القوي والموجب والمباشر لذكاء الأعمال على اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة، والذي بلغت قيمته 0.904، بمستوى دلالة بلغ 0.000، وهو أقل من مستوى الخطأ المسموح به في الدراسة والمقدر بـ 0.05. بينما بلغ الأثر غير المباشر القيمة 0. الأمر الذي يؤكد لنا مضمون الفرضية الفرعية الثالثة، التي تنص على وجود أثر موجب وقوي ومباشر لذكاء الأعمال على اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة.

بناء على النتائج سابقة الذكر، نستنتج أن هناك أثر معنوي غير مباشر للتكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية في ظل تبني أنظمة ذكاء الأعمال بالمؤسسات محل الدراسة. بذلك نرفض الفرضية الرئيسية التي تنص على وجود أثر معنوي مباشر وأثر معنوي غير مباشر للتكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية، من خلال الدور الوسيط لأنظمة ذكاء الأعمال بالمؤسسات الاقتصادية محل الدراسة. ونستبدلها بالفرضية الرئيسية التالية: يوجد أثر معنوي غير مباشر للتكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية، من خلال الدور الوسيط لأنظمة ذكاء الأعمال بالمؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

4. خاتمة:

تعتبر المعلومات التي يوفرها نموذج التكلفة المستهدفة مورد أساسي يعمل على تحديد تكلفة إنتاج المنتج بكفاءة، مع التركيز على عملية تصميمه بشكل يلي رغبات العملاء. وذلك بمساعدة أنظمة ذكاء الأعمال، لما توفره من معلومات ذات مصداقية حول المنافسين والسوق واحتياجات العملاء، وفي الوقت المناسب. أي قدرتها على معرفة أسعار منتجات المنافسين وإمكانية تحليل تكاليفهم، الأمر الذي من شأنه تفعيل اليقظة التنافسية بالمؤسسات الاقتصادية. وقد أسفرت نتائج المعالجة الإحصائية لبيانات عينتنا عن وجود أثر معنوي غير مباشر لنموذج التكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية في ظل تبني أنظمة ذكاء الأعمال.

خلصت هذه الدراسة لجملة من النتائج التي نذكرها كالآتي:

- أ. تولي المؤسسات بالمنطقة الصناعية بسطيف اهتمام بنموذج التكلفة المستهدفة واليقظة التنافسية، لا سيما ذكاء الأعمال، إلا أن واقع تطبيقها في المؤسسات محل الدراسة متوسط؛
- ب. تؤثر التكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية بالمؤسسات محل الدراسة بشكل غير مباشر، وبدرجة موجبة وقوية، مما يدل على أهمية تطبيق أنظمة ذكاء الأعمال في توفير معلومات حول المنافسين والسوق واحتياجات العملاء؛
- ج. تؤثر التكلفة المستهدفة على أنظمة ذكاء الأعمال وبشكل قوي و مباشر، وهذا راجع إلى ما تعتمد عليه من معلومات تحليلية مستمدة من السوق وتساهم في اتخاذ قرارات سريعة وذكية؛
- د. تؤثر أنظمة ذكاء الأعمال على اليقظة التنافسية بشكل مباشر في المؤسسات محل الدراسة وبدرجة قوية، من خلال تفعيلها، نظير ما تقدمه هذه الأنظمة من معلومات موثوقة وسريعة تساعد في اكتساب مزايا تنافسية لمواجهة حالات المنافسة؛
- هـ. تؤثر التكلفة المستهدفة على تفعيل اليقظة التنافسية بدرجة قوية وبشكل غير مباشر، من خلال تبني أنظمة ذكاء الأعمال، الذي يعتبر هدف أساسي لدى أي مؤسسة ترغب في تحقيق ميزة تنافسية.
- إذن وعلى ضوء النتائج المتحصل عليها، يوصي الباحثين بما يلي:
- أ. ضرورة نشر الوعي التقني لدى المؤسسات الاقتصادية، وإرساء أسس ودعائم تطبيق أنظمة ذكاء الأعمال ما أمكن ذلك؛
- ب. ضرورة مواكبة الابتكارات والارتقاء بنوعية البيانات والمعلومات المتحصل عليها، بغية تفعيل اليقظة التنافسية؛
- ج. ضرورة إنشاء مكاتب تقدم خدمات محاسبية، من شأنها توضيح كيفية استفادة المؤسسات الاقتصادية من نموذج التكلفة المستهدفة. لطرح منتجات ذات جودة وبأقل التكاليف وتلبي رغبات العملاء، وفي الوقت المناسب؛
- د. ضرورة وضع نظام رقابة داخلية قوي، يساعد المؤسسات الاقتصادية في تطبيق أساليب الإدارة الإستراتيجية للتكلفة بشكل مستمر وفعال، بما يمكن من تخفيض تكاليف المنتجات؛
- هـ. التأكيد على أهمية تطبيق نموذج التكلفة المستهدفة، والعمل على تهيئة المناخ الإداري الملائم، من خلال تكوين فريق عمل متكامل، ذو اتصال مباشر ومستمر مع الإدارة العليا؛
- و. ضرورة الربط بين نموذج التكلفة المستهدفة وأنظمة ذكاء الأعمال، لما له من تأثير على تفعيل اليقظة التنافسية، وبالتالي ربحية المؤسسة.

5. قائمة المراجع:

1.5 باللغة العربية:

1. أحمد بن خليفة، و سامر زلاسي. (2018). فعالية اليقظة الإستراتيجية في تحسين الأفضلية التنافسية المستدامة: دراسة ميدانية على شركة نجمة للاتصالات الوادي. *مجلة آفاق للبحوث والدراسات* ، 01 (02).
2. أحمد وادي، و أمل ابراهيم. (2016). فاعلية التكامل بين الأساليب الحديثة لإدارة التكلفة في ترشيد القرارات الادارية لمنظمات الاعمال، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الفللفة في التكاليف والمحاسبة الإدارية.
3. الطاهر تواتية. (2022). آثار استخدام أنظمة ذكاء الأعمال على التميز التنظيمي من خلال الدور الوسيط لمتغير الإبداع الإداري دراسة حالة مجمع صيدال (المديرية العامة). *مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد* ، 06 (01).
4. امحمد بن البار، و ممني بوريش. (2020). مساهمة التكامل بين اسلوبي التكلفة المستهدفة وتحليل القيمة في تخفيض سعر تكلفة المنتجات-دراسة حالة شركة تشين حليب ببجاية. *الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية* ، 13 (02).

5. جارالله محمد عوض الشمري. (2021). اليقظة الإستراتيجية ودورها في تحقيق التوجه الإستراتيجي. *المجلة العراقية للعلوم الإدارية* ، 17 (70).
6. حليلة قمري، و الحاج مداح عرابي. (2020). دور اليقظة التنافسية في اختراق الأسواق الدولية: شركة كوندور أنموذجا. *الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية* ، 12 (05).
7. خليفة عبد المولى ناصر، و محروس أحمد أبورية. (2016). دراسة العوامل المؤثرة على قرار تبني الشركات الصناعية السعودية لمدخل التكلفة المستهدفة كأداة لزيادة القدرة التنافسية. *مجلة مركز صالح عبدالله كامل للاقتصاد الاسلامي* ، 20 (58).
8. داوود عمر محمد صالح. (2020). التكامل بين أسلوب التكلفة المستهدفة ومحاسبة استهلاك الموارد ودوره في تحقيق الميزة التنافسية بالمنشآت الصناعية: دراسة ميدانية على شركة سيقا الصناعيو. كلية الدراسات العليا، السودان : جامعة النيلين.
9. سميرة شهرزاد صالح، و الحاج مسكين. (2016). التكلفة المستهدفة وإمكانية تطبيقها في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة ميدانية. *مجلة الإبتكار والتسويق* ، 03 (01).
10. صالح مهدي الكوازي، و عباس أحمد ناصر الدعيي. (2021). ور تقنية الكلفة المستهدفة في تحفيز التكاليف باستعمال أداة الهندسة العكسية: دراسة تطبيقية في معمل الألبسة الرجالية في النجف. *مجلة الوارث العلمية* ، 03 (06).
11. عابدين محمد عابدين حسني. (2015). مدخل التكلفة المستهدفة لدعم القدرة التنافسية لمصانع الباطون الجاهز بقطاع غزة) دراسة ميدانية). *مجلة جامعة الأقصى* ، 09 (01).
12. عائشة مصباح، و عبد الفتاح بوخمخم. (2019). دور اليقظة الاستراتيجية في تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة بالمديرية الجهوية للشرق لمعامل الهاتف النقال أوريدو. *مجلة دراسات اقتصادية* ، 06 (01).
13. عبد الله علي صالح الشطي. (2021). إطار مقترح للتكامل بين أسلوب التكلفة المستهدفة وتحليل القيمة لتدعيم المزايا التنافسية لسلسلة التوريد: دراسة ميدانية على المنشآت الصناعية اليمنية، رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في التكاليف والمحاسبة الإدارية. كلية السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
14. عواطف عيشوش. (2023). ذكاء الأعمال كألية داعمة للمرونة الإستراتيجية دراسة كمية لعينة من البنوك التجارية لولاية الوادي. *مجلة دراسات العدد الاقتصادي* ، 14 (01).
15. عيسى يحة، و حبيبة العيداني. (2016). نموذج مقترح لدور اليقظة التنافسية في تعزيز الميزة التنافسية من خلال الإستراتيجيات التنافسية. *مجلة الإبداع* ، 06 (06).
16. فاطمة بلقواسي، و أحمد بن يوسف. (2021). التوجه الاستراتيجي لمنظمات الأعمال نحو ذكاء الأعمال كلية لتحقيق الميزة التنافسية - دراسة تحليلية. *مجلة الاقتصاد والمالية* ، 07 (02).
17. كريم توفيق محمد حافظ. (2019). دراسة تحليلية لمدى إمكانية التكامل بين أسلوب التكلفة المستهدفة ومحاسبة استهلاك الموارد لترشيد تكاليف الجودة. *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية* ، 10 (04).
18. منال جبار سرور. (2018). تأثير تقنية إدارة التكلفة المستهدفة باستعمال هندسة القيمة لتخفيض التكاليف وتحقيق الميزة التنافسية. *المجلة الدولية للعلوم الانسانية والاجتماعية* (05).
19. موسى نور الشام شايبو. (2019). التكامل بين أسلوب التكلفة المستهدفة والمحاسبة عن الانجاز ودوره في الرقابة على التكلفة في القطاع الصناعي: دراسة ميدانية على عينة من قطاع الصناعة بولاية الخرطوم، بحث مقدم لنيل شهادة دكتوراه الفلسفة في التكاليف والمحاسبة الإدارية. كلية الدراسات العليا، السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
20. هدى ميعوف، و منيرة لجنف. (2022). أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية - مؤسسة موبيليس عناية-. *مجلة دفاتر اقتصادية* ، 13 (01).
21. هشام مزهود. (2019). إدارة التكاليف داخل المؤسسة الصناعية الصغيرة والمتوسطة في ظل تبني مدخل إعادة الهندسة - حالة مؤسسات بالمناطق الصناعية لولاية سطيف-. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة فرحات عباس سطيف01.
22. وردية بوقابة. (2021). دور نظم ذكاء الأعمال في بناء البراعة التنظيمية بالمؤسسة الوطنية للأشغال في الأبار-ENTP- ورقلة. *مجلة أبحاث ودراسات التنمية* ، 08 (01).

1. Abusweilem, M. A., & Abualoush, S. (2019). The impact of knowledge management process and business intelligence on organizational performance. *Management Science Letters* , 11 (09).
2. Al-Hattami, H. M., Kabra, J. D., & Lokhande, M. A. (2020). Reducing costs in manufacturing firms by using target costing technique. *Business Excellence* , 22 (01).
3. Antônio, A. A., Aldo, L. C., & Emanuel, T. d. (2020). Target Costing in Micro and Small Companies from The IT Sector. *Revista Evidenciação Contábil & Finanças* , 08 (03).
4. Antônio, A. C., Aldo, L. C., & Emanuel, T. d. (2020). Target Costing in Micro and Small Companies the IT Sector. *Revista Evidenciação Contábil & Finanças* , 08 (03).
5. Antunes, L. A., Cardoso, E., & Barateiro, J. (2022). Incorporation of Ontologies in Data Warehouse/Business Intelligence Systems - A Systematic Literature Review. *International Journal of Information Management Data Insights* , 02 (02).
6. Aqeel, S. M. (2021). The role of target costing in restructuring production costs to reach a competitive price: A case study in one of the Iraqi factories. *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law* , 11 (01).
7. Awamleh, F., & Ala, B. (2022). Investigate the Mediating Role of Business Intelligence on the Relationship Between Critical Success Factors for Business Intelligence and Strategic Intelligence. *Journal of Intelligence Studies in Business* , 12 (02).
8. BENDJELLOULI, A., & BENDI, A. A. (2017). La veille stratégique au service de la stratégie. *AL-MOASHEER Journal of Economic Studies* , 01 (04).
9. C, O. B., Egbunike, P. A., Okafor, T. G., & Okoye, H. O. (2021). Empirical Investigation into Target Costing and Competitors Focused Accounting Practices of Selected Firms in Oil and Gas Industry in Nigeria. *Contemporary Journal of Management* , 03 (03).
10. Djerdjouri, M. (2020). Data and Business Intelligence Systems for Competitive Advantage: prospects, challenges, and real-word applications. *Mercados y Negocios* (41).
11. Elamir, I. M. (2017). Integration's Effect of Target Costing and Value Engineering on Manufacturing Firms' Performance: Moderating Role of Competitive Strategy. Associate professor of Accounting and Finance Collage of Business Studies, Sudan: Sudan University of Science & Technology.
12. Elmehdi, H. (2017). La Veille Stratégique : Un Levier Permanent De La Compétitivité. *The Journal of Economic Integration* , 05 (03).
13. Kongthanasuwan, T., Sriwiboon, N., Horbanluekit, B., Laesanklang, W., & Krityakierne, T. (2023). Market Analysis with Business Intelligence System for Marketing Planning. *Information* , 14 (116).
14. MATARNEH, G. F., & EL-DALABEEH, A.-R. K. (2016). The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* , 06 (04).
15. Olszak, C. M. (2022). Business Intelligence Systems for Innovative Development of Organizations. *Procedia Computer Science* , 207.
16. Osioma, C. B., Okoye, H., & Egbunike, P. A. (2021). Empirical Investigation into Target Costing and Competitors Focused Accounting Practices of Selected Firms in Oil and Gas Industry in Nigeria. *Contemporary Journal of Management* , 03 (03).
17. Qhal, M. A. (2022). Role of Business Intelligence and Knowledge Management in Solving Business Problems. *Preliminary communication* , 16 (03).
18. Samaneh, S. (2016). The Utilization of Target Costing and its Implementation Method in Iran *Procedia Economics and Finance* 36. *1st International Conference on Applied Economics and Business, ICAEB*.
19. Sharafoddin, S. (2016). The Utilization of Target Costing and its Implementation Method in Iran. *Procedia Economics and Finance* , 36.
20. Wang, J., Oma, A. H., Alotaibi, F. M., Daradkeh, I., & Althubiti, s. A. (2022). Business intelligence ability to enhance organizational performance and performance evaluation capabilities byimproving data mining systems for competitive advantage. *Information Processing and Management* 59 , 59 (06).
21. Williams, s., & Williams, N. (2007). *The profit impact of business intelligence*. Morgan kaufman publishers.