

دور الذكاء التنافسي في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة حالة البنوك الجزائرية – The Role of Competitive Intelligence in Creating a Competitive Advantage: Case study of Algerian Banks.

ط.د صديقي حياة¹ ، أ.د حمونايدة²

¹ جامعة محمد بن أحمد وهران 2(الجزائر)، seddiki.hayet@univ-oran2.dz

² جامعة محمد بن أحمد وهران 2(الجزائر)، hamou.nadia@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2021/12/09 تاريخ القبول: 2022/02/04 تاريخ النشر: 2022/03/02

Abstract :

This study aimed at investigate the impact of competitive intelligence and their dimensions (organisationnel awarnesse; process; processing) in enhancing the competitive advantage and their dimensions (high Quality; high Efficiency; high Innovation; high responsiveness to customers) at the Algerian bank in the state of Mascara (Teghennif agencies). The research used a questionnaire based on previous studies. And she analyzed the data through SPSS and AMOSS program, the study found that the level of application of competitive intelligence and competitive advantage was average in general, and that there is a positive correlation between competitive intelligence and dimensions of competitive advantage where the correlation coefficient reached (0.859). and also confirmed the existence of a statistically significant impact of the competitive intelligence on achieving the competitive advantage in the banks under study, and this effect was estimated at (125.6%).

Keywords: competitive intelligence; competitive advantage; Algerian banks.

JEL Classification: C89 ; L96

مستخلص:

هدفت الدراسة الى اختبار أثر الذكاء التنافسي بأبعاده (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) في تعزيز الميزة التنافسية بأبعادها (الجودة الفائقة، الكفاءة الفائقة، الابداع الفائق، الاستجابة الفائقة) بالتطبيق على البنوك الجزائرية في ولاية معسكر (وكالات تغنيف). تم تصميم استبيان بالاعتماد على دراسات سابقة، وبعد التحليل باستخدام برنامجي التحليل الإحصائي AMOSS و SPSS. توصلت الدراسة إلى أن مستوى تطبيق الذكاء التنافسي والميزة التنافسية كان متوسطا بشكل عام، وأن هناك علاقة ارتباط موجبة بين كل من الذكاء التنافسي وأبعاد الميزة التنافسية حيث بلغ معامل الارتباط (0.859)، كما أكدت أيضا على وجود أثر ذو دلالة احصائية للذكاء التنافسي على تحقيق الميزة التنافسية بالبنوك محل الدراسة وقدر هذا الأثر ب (125.6%).

الكلمات المفتاحية: الذكاء التنافسي، الميزة التنافسية، البنوك الجزائرية.

تصنيفات JEL: C89؛ L96

مقدمة

اصبحت منظمات الاعمال اليوم تعمل في بيئة ديناميكية معقدة تتسم بالمنافسة الشديدة والتغير المستمر في أذواق الزبائن ورغباتهم، مما حتم على المؤسسات وفي ظل هذه البيئة المتقلبة التي تعيش فيها الى تبني آليات وقدرات تمكنها من مجاراة ظروف السوق المتغيرة في إطار المنافسة وذلك من اجل الحفاظ على حصتها السوقية وبناء ميزات تنافسية مختلفة، فمن بين اهم هذه الآليات نجد نظام الذكاء التنافسي والذي يعتبر كوسيلة فعالة لتحقيق البقاء والاستمرارية، حيث يعرف على أنه عملية نظامية وأخلاقية لجمع وتحليل ونشر معلومات دقيقة ومحددة عن البيئة الخارجية للمنظمة والتي يمكن ان تؤثر على قراراتها وعملياتها (ابراهيم، 2019، صفحة 8) . وهنا برزت أهمية الذكاء التنافسي من حيث دوره في تزويد المنظمة بكافة المعلومات التي تحتاجها عن البيئة التنافسية التي تعمل فيها والتي تسمح لها بالتميز عن منافسيها.

أولاً: اشكالية الدراسة:

على ضوء ما سبق تحاول الباحثتين إلى معرفة ما إذا كانت البنوك الجزائرية تتبنى نظام للذكاء التنافسي وعلاقته بتعزيز الميزة التنافسية، وبذلك تبرز مشكلة البحث بالتساؤل التالي:
كيف يمكن أن يؤثر الذكاء التنافسي على الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية؟
وللإجابة على هذا السؤال يقتضي الاجابة عن الاسئلة التالية:

- ما مستوى ممارسة الذكاء التنافسي في البنوك الجزائرية؟
- هل توجد علاقة للذكاء التنافسي مع الميزة التنافسية؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية للذكاء التنافسي على الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية؟

ثانياً: فرضيات الدراسة:

بناء على ما تقدم في أسئلة الدراسة، تسعى الدراسة الحالية الى اختبار الفرضيات التالية:
الفرضية الرئيسية:

- يوجد أثر ذو دلالة معنوية للذكاء التنافسي على الميزة التنافسية عند مستوى 0.05 في البنوك الجزائرية.

وتنبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة معنوية للذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على الجودة المتفوقة عند مستوى 0.05 في البنوك الجزائرية.
- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة معنوية للذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على الكفاءة المتفوقة عند مستوى 0.05 في البنوك الجزائرية.
- الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة معنوية ل للذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على الابداع المتفوق عند مستوى 0.05 في البنوك الجزائرية.
- الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة معنوية للذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على الاستجابة المتفوقة عند مستوى 0.05 في البنوك الجزائرية.

ثالثا: أهداف الدراسة:

يسعى البحث الى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على متطلبات تطبيق الذكاء التنافسي في البنوك الجزائرية
2. تسليط الضوء على أهم ابعاد الذكاء التنافسي الضرورية لتطبيقه بفعالية في البنوك الجزائرية.
3. توضيح العلاقة بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية
4. بيان أثر الذكاء التنافسي بأبعاده على الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية.

رابعا: منهجية الدراسة:

اعتمدت الباحثتان على المنهج الوصفي الذي يعتمد على تحليل مفهوم الذكاء التنافسي بأبعاده، وواقع البنوك الجزائرية لإمكانية تطبيقه لتحقيق ميزة تنافسية، والمنهج التحليلي في عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها واختبار علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة للوصول الى النتائج المطلوبة.

خامسا: الدراسات السابقة

1. دراسة (Fattouche Soumeya , Hadjezi Ismail , 2019) بعنوان: دور الذكاء التنافسي في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة شركة اتصالات الجزائر موبيليس :

هدفت الدراسة الى توضيح دور الذكاء التنافسي في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى شركة موبيليس، اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي، حيث تم جمع البيانات الأولية من خلال توزيع الاستبيان على مجتمع الدراسة. توصل الباحثان الى مجموعة من النتائج أبرزها وجود ارتباط قوي بين الأبعاد الأربعة للذكاء التنافسي وبين الميزة التنافسية. وجاء ترتيبهم من حيث الأهمية كما يلي: ذكاء المنافس، ذكاء الزبون، الذكاء التكنولوجي، وأخيرا ذكاء السوق. (Soumeya & Ismail, 2019).

2. دراسة (موسى سهام، فرحات سميرة، 2018) بعنوان: أثر الذكاء التنافسي في تحسين الأداء الصناعي دراسة حالة: مؤسسة "بيفا صوالتوبي" للصناعة الغذائية وصناعة البسكويت التركية في الجزائر.

هدفت الدراسة إلى توضيح الدور الفعال للذكاء التنافسي في التأثير على أداء المؤسسة الصناعية من خلال عدة جوانب منها: الريحية، الابتكارات التكنولوجية، الحصص السوقية... الخ. اعتمدت الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استمارة الاستبيان لغرض جمع البيانات من العاملين عينة الدراسة مباشرة، ولتحليل النتائج فقد تم استخدام البرنامج الاحصائي spss. توصلت الدراسة الى أن مؤسسة "بيفا صوالتوبي" تهتم بدرجة كبيرة بالذكاء التنافسي لتحسين أدائها الصناعي، وأنه يوجد أثر ذو دلالة احصائية بين المتغيرين حيث بلغ معامل الارتباط 38 بالمائة (سميرة، 2018) .

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

أن الدراسة الحالية اختلفت عن سابقتها من حيث العلاقة بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية في التركيز على العينة ضمن قطاع البنوك الجزائرية بينما أغلب الدراسات السابقة ركزت على قطاع الاتصالات وقطاع الصناعة وهنا يبرز اختلاف الدراسة عن مثيلاتها.

1 . التعريف بمختلف المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالدراسة:

1.1. الذكاء التنافسي:

1.1.1. مفهوم الذكاء التنافسي:

لقد اختلفت وتباينت المفاهيم المتعلقة بالذكاء التنافسي، حيث تشير الأبحاث إلى عدم وجود مفهوم محدد، فقد عرفه كل من:

Pellissier et Nenzhelele وتحليل وتفسير 50 تعريفا للذكاء التنافسي التي قدمها الباحثين في شتى المجالات، لتحديد أوجه التشابه والاختلاف بينها ليخرج في الأخير بتصوير شامل للذكاء التنافسي ليعرفه على أنه: « هو عملية التخطيط الذكي لجمع وتحليل ونشر ومعالجة المعلومات ذات الطابع الأخلاقي والقانوني عن البيئة الداخلية والخارجية والتنافسية، لاستخدامها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية الكفيلة بتحقيق ميزة تنافسية للمنظمة. » (Rene Pellissier, 2013, p.7)

-كما أشار Zohri et Aggarwa: «على أن الذكاء التنافسي هو العملية التي يقوم من خلالها الأفراد في بيئة عمل المؤسسة بتحليل المعلومات التي حصلوا عليها قانونيا عن المنافسين، العملاء، الأسواق والبيئات المختلفة، وغيرها من المعلومات التي تمكنهم من توقع التغيرات التي يمكن أن تحدث في البيئة الصناعية من جهة ومساعدتهم على اتخاذ القرارات الاستراتيجية من جهة أخرى».(Johri, Amit, Aggarwal, & Akshai, 2016)

-وفي ذات السياق، Du Toit هو الآخر، ومن خلال تحليله ودراسته ل 338 مقال عن الذكاء التنافسي من الفترة (2014-1994) توصل الى تعريف جامع وهادف للذكاء التنافسي، حيث عرفه على أنه : « عملية أو ممارسة تهدف الى إنتاج ونشر معلومات استخباراتية من خلال التخطيط و الجمع الأخلاقي والقانوني للمعلومات عن البيئة الداخلية و الخارجية والتنافسية للمنظمة ، ومن ثم معالجتها وتحليلها لاستخدامها في اتخاذ القرارات و تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة. » (Tahmasebifard, 2018, p. 4)

-ووضحه كل من Wheelen & all على أنه: «عملية تحليلية لتحويل البيانات غير متكاملة عن المنافس الى معرفة مفيدة، ودقيقة عن مواقعه، وادائه، وقدراته، وتوجهاته، وبالتالي هو برنامج رسمي لجمع المعلومات عن منافسي المنظمة بما يخدم عملية صنع القرار الاستراتيجي الافضل.» (صالح، 2020، صفحة 46)

من خلال مجمل التعاريف التي قدمت، نلاحظ أن الشطر الأول لأغلبها عرف الذكاء التنافسي على أنه عملية نظامية تتكون من عدة خطوات ومراحل تم اعتمادها في هذه الدراسة كأبعاد للذكاء التنافسي، نذكر منها: تخطيط، جمع، تحليل، معالجة، نشر المعلومات، الوعي التنظيمي، العملية وغيرها من الأبعاد التي اختلف فيها الباحثين كما هي موضحة في الجدول رقم (01).

أما الشطر الثاني للتعريف فركز من جهة عن مصادر المعلومات والتي تكون من البيئة التي تنشط فيها المنظمة سواء من البيئة الداخلية أي من الموظفين والعاملين أو من البيئة الخارجية: العملاء الحاليين والمحتملين، الموردون، المنافسون، أصحاب المصالح، البيئة الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية والبيئة التكنولوجية وغيرها من العوامل التي يمكن أن تؤثر على تطور بيئة المنظمة.

ومن جهة أخرى فقد ركزت التعريف أيضا على أهمية المعلومات المجمعَة والمنتقاة من طرف أداة الذكاء التنافسي والتي تساهم بصفة كبيرة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية للمنظمة وتعزيز مكانتها التنافسية في البيئة الصناعية.

2.1.1. أبعاد الذكاء التنافسي:

بالنسبة لأبعاد ومكونات الذكاء التنافسي فلم يتفق الباحثين والمؤلفين على أبعاد محددة كما نرى في الجدول رقم (01):

الجدول 01: أبعاد الذكاء التنافسي بحسب وجهات نظر بعض الباحثين

التقييم	المعالجة	العملية	الوعي التنظيمي	النشر	التحليل	التجميع	التخطيط والتركيز	الأبعاد
								الدراسات
	✓			✓	✓	✓	✓	(Bernhardt, 2003)
				✓	✓	✓	✓	(Dumke, 2007)
✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	(Saayman, 2008)
				✓	✓	✓	✓	(Amélie, 2013)
	✓			✓	✓	✓	✓	(Cynthia, 2014)
		✓	✓	✓	✓	✓	✓	(Nenzhelele , 2016)
✓				✓	✓	✓	✓	(خليفي، 2017)
✓					✓	✓	✓	(مغراوي، 2017)

				✓	✓	✓	✓	(حميد، 2019)
--	--	--	--	---	---	---	---	-----------------

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على الأدبيات المشار إليها فيه.

كأبعاد للذكاء التنافسي تم الاعتماد على (الوعي التنظيمي ، العملية ، المعالجة) ، وذلك استنادا إلى دراسة (ياسر ابراهيم مراد البياتي ، 2020) ، ورأت الباحثتان أن هذه الأبعاد ثلاث بيئة العمل البنكي وذلك من ناحية عدم الإدراك الفعلي لهذه الآلية من جهة ومن جهة أخرى تطبق بنسبة قليلة ولكن مع عدم الوعي التام لمصطلح الذكاء التنافسي. وللتأكد من ذلك تم إجراء مقابلة مع أربعة من البنوك الجزائرية (الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، البنك الوطني الجزائري و بنك التنمية المحلية) بوكالة دائرة تغنيف ولاية معسكر، بعد أن تم طرح مجموعة من أبعاد الذكاء التنافسي كما هي موضحة في الجدول (01) ، ليتم تحديد البعض منها والمتمثلة في (الوعي التنظيمي ، العملية ، المعالجة). والتي تعرف كما يلي:

1. الوعي التنظيمي Organisationnel awarnesse:

لكي يزدهر الذكاء التنافسي في المنظمة، ولكي يكون التخصص مُنفذاً ومستخدماً على النحو الأمثل، فلا بد من أن يكون هناك وعي منظماتي ملائم بالذكاء التنافسي لضمان توظيف جهود المنظمة في ميدان الذكاء التنافسي بنجاح. (سليمان، 2015، صفحة 87).

2. العملية Process:

يتطلب الذكاء التنافسي سياسات واجراءات، وبنى تحتية رسمية أو غير رسمية ملائمة لكي يكون بإمكان المستفيدين المشاركة بفاعلية بنظام الذكاء التنافسي، فضلا عن الحصول على المنافع من عملية الذكاء التنافسي. (سليمان، 2015، صفحة 87).

3. المعالجة Processing:

تنظيم، تنفيذ، والمحافظة على آلية لالتقاط، وتخزين المعلومات، وفرز تلك المعلومات التي تم جمعها، وتخزينها في قاعدة البيانات، وبالتالي من السهل تدقيق المعلومات التي تم تخزينها في نسق الكتروني منظم. (صالح، 2020، صفحة 21).

2.1. الميزة التنافسية:

1.2.1. مفهوم الميزة التنافسية:

- يرى David أن الميزة التنافسية: « هي أي نشاط تقدمه المنظمة بشكل خاص ومميز مقارنة بأنشطة المنافسين، أو أي مورد تمتلكه المؤسسة وترغب فيه المؤسسات الأخرى المنافسة لها.» (Fred David, 2017, p. 36)
- كما تعرف على أنها « قدرة المنظمة على توليد خدمات أو منتجات متميزة مختلفة عن بقية المنافسين، وبشرط أساسي أن يصعب احتوائه أو تقليده من قبل المنافسين.» (بركات، 2018، صفحة 28).

2.2.1. أبعاد الميزة التنافسية:

أن الميزات التنافسية في المنظمات تتحقق من خلال إقناع العملاء والمنافسين والأطراف الأخرى بأن خيارات المنظمة تركز على ميزات تنفرد فيها ولا يستطيع الآخرون مجاراتها في هذا التفرد (بركات، 2018، صفحة 47)، ويمكن الإشارة إلى بعض أهم هذه الأبعاد كما يوضحها الشكل الموالي:

- 1- الكفاءة الفائقة: وهي مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة، حيث كلما كانت المؤسسة أكثر كفاءة كلما قل مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة، بمعنى آخر تحقق المؤسسة مزايا تنافسية مرتكزة على خفض التكلفة. (محمود، 2019، صفحة 355).
- 2- الجودة الفائقة: توفير منتجات عالية الجودة يزيد من قيمتها لدى المستهلكين، وهذا المفهوم المدعم للقيمة يسمح للمؤسسة بفرض سعر مرتفع لمنتجاتها، كما أن المنتج عالي الجودة لا يسمح فقط بفرض أسعار عالية لمنتجات المؤسسة ولكن يؤدي إلى خفض التكلفة، وهذا ما يعزز من خلق ميزة تنافسية للمنتج. (محمود، 2019، صفحة 355).
- 3- الإبداع الفائق: أن التجديد والابتكار يمنح المؤسسة شيئا منفردا، شيء يفتقر إليه منافسوها، وبالتالي اختلافها وتميزها فضلا على فرض أسعار عالية لمنتجاتها أو خفض تكاليف منتجاتها بنسبة كبيرة مقارنة بمنافسيها. (محمود، 2019، صفحة 355).
- 4- الاستجابة السريعة الفائقة: أن تحسين الجودة يجب أن يتماشى مع تحقيق رغبات وأذواق العميل، كتطوير منتجات جديدة تتميز عن المنتجات الموجودة في السوق، كما يبرز لنا عامل آخر وهو وقت وزمن الاستجابة لحاجات العميل، وهو الوقت المستغرق بالنسبة للسلعة حتى تسليمها أو الخدمة حتى ادائها. (محمود، 2019، صفحة 355).

2. الإطار العام للدراسة الميدانية:

1.2. التعريف الاجرائي لمتغيرات الدراسة:

1.1.2. الذكاء التنافسي:

الذكاء التنافسي يتمثل في أنه العملية المنهجية التي يقوم بها البنك لمراقبة البيئة التنافسية التي ينشط فيها بهدف الحصول على معلومات يساعد توظيفها في تحقيق ميزة تنافسية، ولقد تم التعبير عنه من خلال الأبعاد التالية:

- الوعي التنظيمي: وتعرفه الباحثتان اجرائيا: على أنه مدى الإدراك الذي يمكن ان يُوفره البنك للكادر حول آلية عمل الذكاء التنافسي ودوره في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للبنك.
- العملية: وتعرفها الباحثتان اجرائيا على أنها: مجموعة المدخلات التي يوفرها البنك لضمان السير الجيد لعملية الذكاء التنافسي وتحقيق مستوى معين من الأهداف المسطر لها والتي تعتبر كمرجات والتي تساهم بدورها في عملية صنع القرار.
- المعالجة: وتعرفها الباحثتان اجرائيا على أنها مجموعة الآليات اللازمة لجمع المعلومات، تحليلها، تخزينها ومن ثم ايصالها لصناع القرار.

2.1.2. الميزة التنافسية:

- وتعرفها الباحثتان اجرائيا على أنها الكيفية التي يستطيع بها البنك أن ينفرد ويتميز عن بقية البنوك الأخرى في جذب الزبائن واشباع رغباتهم، ولقد تم التعبير عنها من خلال الأبعاد التالية:
- الجودة الفائقة: تعرفها الباحثتان اجرائيا على أنها مدى ملائمة الخدمات التي يقدمها البنك لتوقعات وتطلعات العملاء.
 - الكفاءة الفائقة: تعرفها الباحثتان اجرائيا: هي مدى مساهمة القرارات التي يتخذها البنك في تحقيق الأهداف المرجوة والتي تم وضعها بشكل مسبق وبأقل التكاليف.
 - الابداع الفائق: تعرفه الباحثتان اجرائيا على أنه مختلف التقنيات التي يستخدمها البنك لتطوير وتحديث تشكيلة الخدمات المقدمة للعملاء.
 - الاستجابة الفائقة: تعرفها الباحثتان اجرائيا على أنها مدى قدرة البنك على التحقيق السريع لاحتياجات وطلبات العملاء مع تحقيق مستوى الجودة المطلوب.

2.2. التعريف بمجتمع وعينة الدراسة:

حتى يتم تحقيق الأهداف المرجوة من البحث ونظرا لعدم الإدراك الفعلي لموضوع دراستنا من طرف كل أفراد البنوك الجزائرية، تم توجيه استبياننا إلى إطارات البنك فقط وقد بلغ عددهم 12 إطار (4 مدراء و 8 رؤساء اقسام). وقد تم تطبيق الدراسة الميدانية في البنوك الجزائرية (الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني الجزائرية وبنك الفلاحة والتنمية الريفية) في ولاية معسكر وكالات تغنيف. وقد بلغ عدد الاستثمارات الموزعة 14 استثمارة، ل يتم استرجاع 12 استثمارة صالحة للتحليل أي بنسبة 86%.

ومن الملحق رقم (01) الذي يوضح المتغيرات الشخصية لأفراد العينة، تبين أن عدد الذكور يفوق عدد الإناث حيث بلغ نسبة 66.7% مقابل 33.3% على التوالي مما يثبت تواجد هذا العنصر بكثرة في البنوك محل الدراسة، أما المستجوبين الأكثر تواجدا في البنك فقد تراوحت أعمارهم ما بين (35-45) بنسبة 58.3% وهذا ما يدل على أن البنوك المبحوثة تمتلك موارد بشرية شابة يُعَوَّل عليها في تحقيق أهداف المؤسسة والدليل على ذلك المؤهلات العلمية التي تمتلكها هذه الفئة حيث كل المستجوبين لهم شهادات دراسات عليا وخبرة مهنية تفوق 83%.

3.2. قياس الثبات الداخلي لأداة الدراسة:

الجدول 02: قياس درجة الثبات الداخلي في متغيرات الدراسة

عدد فقرات الاستبيان	معامل الثبات Cronbach's Alpha
37	0.954

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الاحصائي SPSS

من خلال الجدول يتضح وجود ثبات جيد جدا بين متغيرات الدراسة، حيث بلغ معامل الفا كرونباخ (0.954) ما نسبته (95.4%) وهي نسبة تفوق (50 %)، وتعد عالية وبذلك يمكن الاعتماد عليها.

4.2. المعالجة الإحصائية :

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال تطبيق أدوات الدراسة على عينة الدراسة تم استخدام البرنامج الاحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS Statistical Package For Social Science) لغرض المعالجة الإحصائية، فقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- الإحصاء الوصفي: تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوصف آراء عينة الدراسة حول متغيرات البحث.
- معامل الارتباط الفا كرو نباخ: للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة.
- معامل ارتباط بيرسون: لقياس درجة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

- تحليل الانحدار الخطي المتعدد: لقياس أثر المتغيرات المستقلة مجتمعة على المتغير التابع.
- اختبار (F): لاختبار معنوية معادلة الانحدار المتعدد.
- اختبار (T): لاختبار معنوية معادلة الانحدار المتعدد.
- معامل التحديد R^2 : لتوضيح قوة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.
- تم تحديد مقدار نسبة معنوية للارتباط والانحدار بين المتغيرات بمستوى (0.05).

5.2. نتائج الدراسة وتفسيرها:

اعتمدت الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي لإجابات عينة الدراسة، ولتحديد المدى العام لمقياس الدراسة تم حساب المدى (5-4=1) وتقسيمه على أكبر قيمة موجودة في الاستبيان وهي 5 للحصول على طول الفئة الخاصة بالمقياس (4/5 = 0.80 وهذه القيمة نضيفها إلى أقل قيمة في المقياس (1) فتصبح أطوال الفئات كما في جدول (03):

الجدول 03: الفئات التكرارية لأداة الدراسة حسب سلم ليكرت الخماسي

معايير الاستجابة	قيمة المتوسط الحسابي (طول الخلية)
موافق بشدة	من 1 - 1.80
موافق	من 1.81 - 2.60
محايد	من 2.61 - 3.40
لا أوافق	من 3.41 - 4.20
لا أوافق بشدة	من 4.21 - 5

أولاً: للإجابة عن السؤال الذي ينص على: ما مستوى ممارسة الذكاء التنافسي في البنوك الجزائرية؟

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية وحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مجال من مجالات المتغير المستقل، والملحق رقم (02) يوضح ذلك.

حيث يلاحظ من جدول الملحق رقم (02) أن المتوسط العام لمؤشر الذكاء التنافسي قُدر ب (3) وانحراف معياري مقداره (1.73) وهذا يعني ان استجابة افراد العينة جاءت بدرجة متوسطة باتجاه الحياد بالمقارنة مع المتوسط الفرضي الموضح في الجدول 03 والذي تبلغ قيمته من (2.61-3.40) وهذا يعني على أن عينة البحث تؤيد استعمال الذكاء التنافسي في البنك.

كما يلاحظ أن فقرات المجال الأول (الوعي التنظيمي) قد تراوحت ما بين (2 - 3.91)، وقد حققت الفقرة الأولى (يوفر البنك فهم سليم لممارسة العمليات الأساسية) المرتبة الأولى باتجاه

الموافقة اذ بلغ المتوسط الحسابي لها (2) وانحراف معياري (0) ونسبة مئوية بلغت (100%)، بينما حلت الفقرة (يدعم البنك ممارسة أنشطة الذكاء) المرتبة الأخيرة في المجال بمتوسط حسابي بلغت قيمته (3.92) وانحراف معياري (1.44) ونسبة مئوية بلغت (58.3%) ، أما الفقرات الأخرى فكانت من اتجاه الحياد إلى عدم الموافقة ، وهذا ما يؤكد على ضعف التوعية التنظيمية لمؤشر الذكاء التنافسي في البنك .

أما فقرات المجال الثاني (العملية) قد تراوحت متوسطاتها من (3-3.75) بمستوى منخفض من اتجاه الحياد إلى اللاموافقة. وهذا ما يدل على نقص البنى التحتية المناسبة لعملية الذكاء التنافسي.

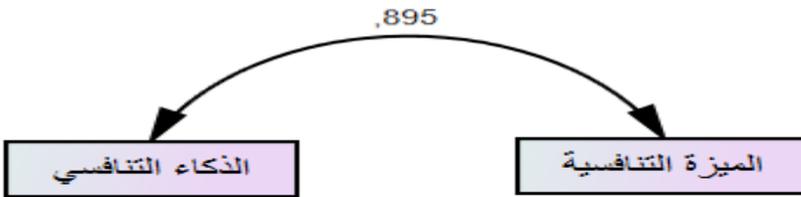
أما فقرات المجال الثالث (المعالجة) فقد تراوحت متوسطاتها من (2.42-3.58)، حيث حققت اغلبيتها مستوى مرتفع في اتجاه الموافقة. وهذا ما يدل على أنه بالرغم من نقص البنى التحتية إلا أن البنك يسعى دائما لمعالجة المعلومات المجمعة وتحويلها لصالحه.

ثانيا: اختبار الفرضيات

1. اختبار الفرضية الرئيسية:

- يوجد أثر ذو دلالة معنوية للذكاء التنافسي على الميزة التنافسية عند مستوى 0.05 في البنوك الجزائرية ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب معامل ارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية، وتم حساب معامل الانحدار لمعرفة الأثر الذي يلعبه الذكاء التنافسي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية كما هو موضح في الجدول رقم (04):
الشكل رقم 01: العلاقة الارتباطية بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية.



المصدر: من اعداد الباحثان اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي AMOSS

يظهر الشكل رقم (01) وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية ودالة احصائيا عند مستوى دلالة (0.05) لدى أفراد الدراسة بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية.

الجدول 04: العلاقة الإحصائية بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية

المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة المحسوبة F	مستوى الدلالة SIG	معامل الانحدار B	المتغير المستقل
الميزة التنافسية	0.895	0.800	40.048	0.000	1.256	الذكاء التنافسي

المصدر: من اعداد الباحثان اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS يظهر من خلال الجدول وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة احصائية بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط ($R=0.895$) دالة احصائية عند مستوى (0.005)، حيث كلما زاد الذكاء التنافسي في البنك كلما زاد تحقيق الميزة التنافسية. كما يلاحظ من الجدول ان قيمة معامل التحديد قد بلغت ($R^2=0.800$)، وهو ما يدل على أن الذكاء التنافسي يساهم بنسبة 80% في تحقيق الميزة التنافسية، أما النسبة الباقية فهي نتيجة متغيرات أخرى لم تدخل في العلاقة الانحدارية. كما وبلغت قيمة المحسوبة ($F=40.048$) عند مستوى معنوي قدره ($sig=0.000$) مما يدل على وجود علاقة انحدارية بين المتغيرين أي دليل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية وهذا الأثر معنوي احصائيا وقدره ($B=125.6\%$).

وتأكيد اختبار صحة هذه الفرضية يكون من خلال اختبار الفرضيات الفرعية:

1.1 اختبار الفرضية الفرعية الاولى:

◀ يوجد أثر ذو دلالة معنوية للذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على تحقيق الجودة المتفوقة عند مستوى 0.05 في البنوك الجزائرية؟

الجدول 05: تحليل الانحدار المتعدد

المتغيرات المستقلة	معادلات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة SIG
المقدار الثابت	-7.284	- 2.317	0.049
الوعي التنظيمي	0.570	1.855	0.101
العملية	0.039	0.172	0.867
المعالجة	0.765	3.357	0.010
معامل الارتباط = 0.918	معامل التحديد $R^2=0.843$		
قيمة المحسوبة = $F=14.279$	مستوى الدلالة = $SIG=0.001$		

المتغير التابع: الجودة الفائقة.

المصدر: من اعداد الباحثان اعتمادا على البرنامج الاحصائي SPSS
من النتائج الموضحة في الجدول (05) يمكن استنتاج ما يلي:
معامل الارتباط R قدر ب (0.918)، ومعامل التحديد R² (0.843)، هذا يعني أن ما نسبته 84.3 بالمئة من التغير الذي يحدث في بعد الجودة الفائقة في البنوك الجزائرية راجع إلى أبعاد الذكاء التنافسي، أما النسبة المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر في بعد الجودة الفائقة.

- قيمة المحسوبة F بلغت (14.279)، ومستوى الدلالة يساوي (0.001) مما يعني وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين الذكاء التنافسي وتعزيز الجودة الفائقة في البنوك الجزائرية.

- تبين أيضا أن المتغير (المعالجة) يؤثر في تعزيز الجودة الفائقة، بينما تبين ضعف تأثير باقي المتغيرات (الوعي التنظيمي، العملية).

- معادلة الانحدار:

الجودة الفائقة: (-7.284) + 0.570 (الوعي التنظيمي) + 0.039 (العملية) + 0.765 (المعالجة).

◀ هذا ما يؤكد صحة الفرضية، أي يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للمتغيرات (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على تحقيق الجودة الفائقة.

2.1 اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

◀ يوجد أثر ذو دلالة معنوية للذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على تحقيق الكفاءة المتفوقة عند مستوى 0.05 في البنوك الجزائرية؟

الجدول 06: تحليل الانحدار الخطي المتعدد

المتغيرات المستقلة	معادلات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة SIG
المقدار الثابت	-3.488	- 1.531	0.164
الوعي التنظيمي	0.788	3.543	0.008
العملية	0.252	1.527	0.165
المعالجة	-0.039	-0.235	0.820
معامل الارتباط = 0.934	معامل التحديد R ² = 0.873		
قيمة المحسوبة F = 18.353	مستوى الدلالة SIG = 0.001		

المتغير التابع: الكفاءة الفائقة.

المصدر: من اعداد الباحثان اعتمادا على البرنامج الاحصائي SPSS

من النتائج الموضحة في الجدول (06) يمكن استنتاج ما يلي:

- معامل الارتباط R قدر ب (0.918)، ومعامل التحديد R^2 (0.843)، هذا يعني أن ما نسبته 84.3 بالمئة من التغير الذي يحدث في بعد الكفاءة الفائقة في البنوك الجزائرية راجع إلى أبعاد الذكاء التنافسي، أما النسبة المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر في بعد الكفاءة الفائقة.
- قيمة المحسوبة F بلغت (18.353)، ومستوى الدلالة يساوي (0.001) مما يعني وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين الذكاء التنافسي وتعزيز الكفاءة الفائقة في البنوك الجزائرية.
- تبين أيضا أن المتغير (الوعي التنظيمي) يؤثر في تعزيز الكفاءة الفائقة، بينما تبين ضعف تأثير باقي المتغيرات (المعالجة، العملية).
- معادلة الانحدار:

الكفاءة الفائقة: $0.788 - 3.488$ (الوعي التنظيمي) $+ 0.252$ (العملية) $- 0.039$ (المعالجة).

◀ هذا ما يؤكد صحة الفرضية، أي يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للمتغيرات (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على تحقيق الكفاءة الفائقة.

3.1 اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

◀ يوجد أثر ذو دلالة معنوية للذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على تحقيق الابداع المتفوق عند مستوى 0.05 في البنوك الجزائرية؟

الجدول 07: تحليل الانحدار الخطي المتعدد

المتغيرات المستقلة	معادلات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة SIG
المقدار الثابت	3.233	1.054	0.323
الوعي التنظيمي	0.443	1.480	0.177
العملية	0.231	1.041	0.328
المعالجة	-0.330	-1.483	0.176
معامل الارتباط = 0.730	معامل التحديد $R^2 = 0.533$		
قيمة المحسوبة F = 3.040	مستوى الدلالة SIG = 0.093		

المتغير التابع: الابداع المتفوق

المصدر: من اعداد الباحثان اعتمادا على البرنامج الاحصائي SPSS.
من النتائج الموضحة في الجدول (07) يمكن استنتاج ما يلي:

- معامل الارتباط R قدر ب (0.730)، ومعامل التحديد R^2 (0.533)، هذا يعني أن ما نسبته 53.3 بالمئة من التغير الذي يحدث في بعد الإبداع الفائق في البنوك الجزائرية راجع إلى أبعاد الذكاء التنافسي، أما النسبة المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر في بعد الابداع الفائق.
- قيمة المحسوبة F بلغت (3.040)، ومستوى الدلالة يساوي (0.093) مما يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين الذكاء التنافسي وتعزيز الابداع الفائق في البنوك الجزائرية.
- تبين أيضا أن المتغيرات (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) لا تؤثر في تعزيز الابداع الفائق.
- معادلة الانحدار:

الابداع الفائق: $3.233 + 0.443$ (الوعي التنظيمي) $+ 0.231$ (العملية) $- 0.330$ (المعالجة).

➤ هذا ما يفند صحة الفرضية، أي لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للمتغيرات (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على تحقيق الابداع الفائق.

4.1 اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

➤ يوجد أثر ذو دلالة معنوية للذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على تحقيق الاستجابة الفائقة عند مستوى 0.05 في البنوك الجزائرية؟
الجدول 08: تحليل الانحدار الخطي المتعدد

المتغيرات المستقلة	معادلات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة SIG
المقدار الثابت	-5.078	- 1.056	0.322
الوعي التنظيمي	0.309	0.657	0.530
العملية	-0.138	-0.397	0.702
المعالجة	1.307	3.750	0.006
معامل الارتباط = 0.870	معامل التحديد $R^2 = 0.756$		
قيمة المحسوبة $F = 8.270$	مستوى الدلالة $SIG = 0.008$		

المتغير التابع: الاستجابة الفائقة

المصدر: من اعداد الباحثان اعتمادا على البرنامج الاحصائي SPSS

من النتائج الموضحة في الجدول (08) يمكن استنتاج ما يلي:

- معامل الارتباط R قدر ب (0.870)، ومعامل التحديد R^2 (0.756)، هذا يعني أن ما نسبته 75.6 بالمئة من التغير الذي يحدث في بعد الاستجابة الفائقة في البنوك الجزائرية راجع الى أبعاد الذكاء التنافسي، أما النسبة المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر في بعد الكفاءة الفائقة.
- قيمة المحسوبة F بلغت (8.270)، ومستوى الدلالة يساوي (0.008) مما يعني وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين الذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) وتعزيز الاستجابة الفائقة في البنوك الجزائرية.
- تبين أيضا أن المتغير (المعالجة) يؤثر في تعزيز الاستجابة الفائقة، بينما تبين ضعف تأثير باقي المتغيرات (الوعي التنظيمي، العملية).
- معادلة الانحدار:

الاستجابة الفائقة: 0.309-5.078 (الوعي التنظيمي) - 0.138(العملية) + 1.307(المعالجة).

◀ هذا ما يؤكد صحة الفرضية، أي يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للمتغيرات (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) على تحقيق الاستجابة الفائقة.

الخلاصة:

من خلال دراستنا هذه تبين لنا ان الذكاء التنافسي يعتبر أداة مهمة بالنسبة للمؤسسات التي تبحث عن البقاء والاستمرار إذ أنه يساعدها على فهم محيطها الخارجي من خلال توفير كل المعلومات الذكية التي تخص المنتجات المنافسة، التكنولوجيات الجديدة، السوق والعملاء وغيرها من المعلومات التي تسهم في رفع كفاءة المؤسسة والتي توصلها إلى تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

اما بالنسبة للدراسة الميدانية في البنوك الجزائرية المتواجدة في ولاية معسكر فروع دائرة تغنيف، وبعد تحليل المعلومات المتوصل اليها فقد توصلنا الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات هي:

الاستنتاجات:

بينت نتائج الدراسة أن هنالك علاقة واضحة بين الذكاء التنافسي والميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، واستنادا لتحليل إجابات عينة البحث ونتائج اختبار فرضيات الدراسة الميدانية توصلنا إلى النتائج التالية:

- أن مستوى تطبيق آلية الذكاء التنافسي والميزة التنافسية في البنوك الجزائرية كان متوسطا بشكل عام.
- أن هناك علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى (0.05) بين الذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) وتعزيز الميزة التنافسية (الجودة المتفوقة، الكفاءة المتفوقة، الابداع المتفوق، الاستجابة المتفوقة) في البنوك الجزائرية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.895).
- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) والجودة المتفوقة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.918) والدلالة الاحصائية (0.001) وهي أقل من (0.05).
- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) والكفاءة المتفوقة كأحد ابعاد الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.934) والدلالة الاحصائية (0.001) وهي أقل من (0.05).
- عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين الذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) والابداع المتفوق كأحد ابعاد الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.730) والدلالة الاحصائية (0.093) وهي أكبر من (0.05).
- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الذكاء التنافسي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) والاستجابة المتفوقة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.870) والدلالة الاحصائية (0.008) وهي أقل من (0.05).

التوصيات:

- انطلاقا من النتائج السابقة الذكر يمكن القول أن البنوك الجزائرية تسعى جاهدة لتطبيق نظام الذكاء التنافسي بما يخدم مصالحها، وبناء على هذا يمكن صوغ التوصيات الآتية:
- انشاء خلية خاصة بالذكاء التنافسي داخل الهيكل التنظيمي للبنوك الجزائرية، حتى يتم الإستغلال الأمثل لأهمية نظام الذكاء التنافسي.

- العمل على تعزيز مفاهيم الذكاء التنافسي في البنك الجزائري من خلال عقد دورات تدريبية وورش عمل وندوات بشكل مستمر.
- التحسين المستمر لتكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنوك الجزائرية وتدريب العاملين وتحفيزهم على استخدامها.
- تعزيز بعد العملية لما لها من أهمية في توفير المعلومات الضرورية للبنوك من أجل اتخاذ القرارات الاستراتيجية وتحقيق المزايا التنافسية.
- تعزيز بعد المعالجة من خلال توفير الأدوات التقنية المستخدمة في تحويل المعلومات المجمعة إلى معارف ذات منفعة للبنك.

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع الأجنبية:

- A.S,&. al. (2008). competitive intelligence : construct exploration, validation and equivalence . *the TQM magazine* .
- C ,& . al. (2014). Competitive intelligence information : Akey business success factor . *journal of management and sustainability* .
- Amélie, C. (2013). Competitive intelligence process integrative model based on a scoping review of the literature . *International journal of management* .
- Bernhardt, D. &. (2003). *Competitive intelligence how to acquire and use corporate intelligence and counter - intelligence* . Great Britain : Pretice Hall.
- Cynthia, a. &. (2014). Competitive intelligence information : Akey business success factor . *journal of management and sustainability* .
- Dumke, M. A. (2007). A model for analyzing the competitive strategy of health plan insurers using a system of competitive intelligence . *the TQM magazine* .
- Fred David, F. D. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (éd. 16). Pearson.
- Johri, Amit, Aggarwal, & Akshai. (2016). *Competitive Intelligence :Millinieum intelligence for Winning Businesses*. Mumbai: Himalaya Publishing House.
- Nenzhelele, T. (2016). Competitive intelligence practice in the south african property sector . *South journal of information management* .
- Rene Pellisier, T. E. (2013). Towards a universal defenition of competitive intelligence. *Journal of Information Management* .
- Soumeya, F., & Ismail, H. (2019). The role of competitive intelligence in creating a competitive advantage: Empirical study of algeria telecom mobilis . *Albashaer Economic Journal* .

-Tahmasebifard, H. (2018). The role of competitive intelligence and its sub-types on achieving market performance. *Cogent Business & Management* .

المراجع العربية:

- ابراهيم، د. ك. (2019). الدكاء التنافسي واثره في التغيير التنظيمي: دراسة تحليلية في وزارة العلوم والتكنولوجيا دائرة البحث والتطوير الصناعي . *مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة* .
- الدين، ن. ص. (2020). ممارسات اليقظة الاستراتيجية بجامعة السلطان قابوس : دراسة ميدانية . *مجلة كلية التربية - جامعة عين الشمس* .
- بركات، م. م. (2018). الدكاء الاستراتيجي كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية دراسة تطبيقية في شركات الادوية الفلسطينية-غزة-فلسطين.
- حميد، ل. م. (2019). العلاقة بين الدكاء التنافسي والاداء الريادي بتوسيط اليقظة الاستراتيجية : دراسة ميدانية لعينة من الكليات الاهلية في العراق . *مجلة دراسات محاسبية ومالية* .
- خليفي، ف. ع. (2017). دور الدكاء التنافسي في التقليل من المخاطر في الصناعة الدوائية الجزائرية . *مجلة جامعة القدس المفتوحة للابحاث والدراسات* .
- سليمان، م. و. (2015). *تأثير الدكاء التنافسي في تحديد الخيار الاستراتيجي على مستوى وحدة الاعمال* . الاردن - عمان : دار الحامد للنشر والتوزيع.
- سميرة، م. س. (2018). أثر الدكاء التنافسي في تحسين الاداء الصناعي دراسة حالة : مؤسسة بيضا صوالتوبي للصناعة الغذائية وصناعة البسكويت التركية في الجزائر . *مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة* .
- صالح، ي. ا. (2020). الوسيط لراس المال السياسي المنظمي في اثر الدكاء التنافسي على الانجراف الاستراتيجي دراسة ميدانية : في البنوك التجارية الاردنية في مدينة عمان . *ادارة الاعمال* ، جامعة الشرق الاوسط.
- محمود، خ. ا. (2019). *التسويق الاستراتيجي في اطار التنافسية العربية* . الاسكندرية : دار الفكر الجامعي.
- مغراوي، ه. أ. (2017). آليات استخدام الدكاء التنافسي لتحقيق الميزة التنافسية بالجامعات المصرية . *مجلة الادارة التربوية* .

الملاحق:

الملحق رقم 01: المتغيرات الشخصية لأفراد العينة.

الخصائص الشخصية لأفراد العينة		التكرار	النسبة المئوية
الجنس			
ذكر	8	66.7	
انثى	4	33.3	
المجموع	12	100	
الفئة العمرية			
أقل من 25	0	0	
من 25 إلى 35	2	16.7	
من 35 إلى 45	7	58.3	
أكثر من 45	3	25	
المجموع	12	100	
المؤهل العلمي			
دبلوم مهني	0	0	
بكالوريا	0	0	
دراسات عليا	12	100	
المجموع	12	100	
عدد سنوات الخبرة			
أقل من 3 سنوات	0	0	
من 3-5 سنوات	1	8.3	
من 6-10 سنوات	1	8.3	
أكثر من عشر سنوات	10	83.3	
المجموع	12	100	
المسمى الوظيفي			
مدير	4	33.3	
رئيس قسم	8	66.7	
المجموع	12	100	

الملحق رقم 02: استجابات عينة البحث عن فقرات الذكاء التنافسي.

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مج التكرار	التكرار					النسبة	ت الفقرة
				لا اوافق بشدة	لا اوافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
الوعي التنظيمي										
موافق	0.0000	2.0000	12	0	0	0	12	0	التكرار	1
-	-	-	100	0	0	0	100	0	النسبة	
لا اوافق	1.4433	3.9167	12	7	0	3	1	1	التكرار	2
-	-	-	100	58.3	0	25	8.3	8.3	النسبة	
لا اوافق	0.9847	3.6667	12	2	6	2	2	0	التكرار	3
-	-	-	100	16.7	50	16.7	16.7	0	النسبة	
محايد	0.6215	2.7500	12	0	1	7	4	0	التكرار	4
-	-	-	100	0	8.3	58.3	33.3	0	النسبة	
موافق	0.9962	2.4167	12	0	3	0	8	1	التكرار	5
-	-	-	100	0	25	0	66.7	8.3	النسبة	
العملية										

ط.د صديقي حياة ، أ.د حمونادية

لا اوافق	1.2880	3.7500	12	5	2	2	3	0	التكرار	1
-	-	-	100	41.7	16.7	16.7	25	0	النسبة	
محايد	0.7929	3.0833	12	0	2	8	2	0	التكرار	2
-	-	-	100	0	33.3	41.7	25	0	النسبة	
محايد	0.6030	3.0000	12	0	2	8	2	0	التكرار	3
-	-	-	100	0	16.7	66.7	16.5	0	النسبة	
محايد	1.4974	3.3333	12	4	2	1	4	1	التكرار	4
-	-	-	100	33.3	16.7	8.3	33.3	8.3	النسبة	
لا اوافق	1.5642	3.4167	12	4	3	1	2	2	التكرار	5
-	-	-	100	33.3	25.0	8.3	16.7	16.7	النسبة	
المعالجة										
موافق	0.7929	2.4167	12	0	1	4	6	1	التكرار	1
-	-	-	100	0	8.3	33.3	50	8.3	النسبة	
محايد	0.6513	2.6667	12	0	1	6	5	0	التكرار	2
-	-	-	100	0	8.3	50	41.7	0	النسبة	
لا اوافق	1.3789	3.5833	12	5	1	2	4	0	التكرار	3
-	-	-	100	41.7	8.3	16.7	33.3	0	النسبة	
موافق	0.5222	2.5000	12	0	0	6	6	0	التكرار	4
-	-	-	100	0	0	50	50	0	النسبة	
موافق	0.5222	2.5000	12	0	0	6	6	0	التكرار	5
-	-	-	100	0	0	50	50	0	النسبة	
-	1.7320	3.0000	المتوسط العام							