

## تفعيل الذكاء الاقتصادي كخيار استراتيجي لتحقيق ميزة تنافسية

### لمؤسسة اتصالات الجزائر "دراسة ميدانية"

## Economic Intelligence as a Strategic Option to Achieve a Competitive Advantage for the "Algeria Telecom Company"

د. بودالي محمد

د. عبد الله ياسين

المركز الجامعي تندوف، الجزائر

المركز الجامعي تندوف، الجزائر

arkoub.boudali@hotmail.fr

abdallahyassine62@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2019/01/02

تاريخ الاستلام: 2018/06/13

**الملخص:** تهدف هذه الدراسة إلى فهم العلاقة التي تربط بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية للمؤسسة اتصالات الجزائر تندوف، وكمحاوله لمعرفة دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق ميزة تنافسية. ومن أجل الوصول للإجابة على الإشكالية المطروحة: كيف يمكن للذكاء الاقتصادي أن يحقق ميزة تنافسية للمؤسسة اتصالات الجزائر تندوف، استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقق أهداف هذه الدراسة تم توزيع 32 استبيان على العمال وبعدها قمنا بمعالجة وتحليل البيانات بالاعتماد على برنامج SPSS. لدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية أهمها معامل الارتباط ومعامل التحديد، والانحدار البسيط، حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي وجود علاقات ارتباط موجبة وذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي وعناصر أبعاد الميزة التنافسية المتمثلة في (التكلفة، الجودة، التميز)، وكذا إثبات صحة وجود علاقة ارتباط وذات دلالة معنوية بين الذكاء الاقتصادي وأبعاد الميزة التنافسية. وفي الأخير توصلنا إلى وجود علاقة ارتباطية بنسبة 0,69% بين الذكاء الاقتصادي وأبعاد الميزة التنافسية.

**الكلمات المفتاحية:** ذكاء اقتصادي، جودة، ميزة التنافسية، إستراتيجية، اتصالات الجزائر تندوف.

**Abstract:** This study aims to understand the relationship between economic intelligence and the competitive advantage of the Algerian Telecom Tindouf, and as an attempt to learn the role of economic intelligence in achieving a competitive advantage.

In order to answer the problem posed: How can economic intelligence achieve a competitive advantage for Algeria Telecom Tindouf? To achieve the objectives of this study, 32 questionnaires were distributed to the workers and then we processed and analyzed the data based on the SPSS program. To study a number of statistical methods, the most important coefficient of correlation and coefficient of selection, and simple regression, where the study reached a set of results are the existence of positive correlation and statistical significance between economic intelligence and elements of the dimensions of competitive advantage of (cost, quality, excellence), and As well as proof of the existence of a correlation relationship and significant significance between economic intelligence and the dimensions of competitive advantage.

Finally, we found a correlation of 0.69% between economic intelligence and the dimensions of competitive advantage.

**Key Words:** least Economic Intelligence, Quality, Competitive Advantage, Strategy, Telecom Algeria Tindouf.

**JEL Classification:** M 31.

\* مرسل المقال: عبد الله ياسين (abdallahyassine62@yahoo.fr).

## المقدمة

يعتبر الذكاء الاقتصادي أهم وسيلة للنهوض بالدول المتخلفة للالتحاق بالركب التكنولوجي والاقتصادي العالمي، فمن المعروف ان تسارع التطور في تكنولوجيا الاعلام والاتصال عمل على تطوير مفاهيم جديدة لأحداث التنمية الاقتصادية.

فالمؤسسة اليوم اصبح لزاماً عليها حماية معلوماتها وتوقع التهديدات وعدم الوقوع في فخاخ الجوسسة الاقتصادية على إنها ذكاء اقتصادي في طريقة وسبل الحصول على المعلومات ، فبتبنيها له تتمكن من استخلاص أخطائها الماضية وتصحيحها مع عدم الوقوع فيها مجدداً، وتحقيق افضل مركز تنافسي من خلال التطوير المستمر والدائم لمنتجاتها وخدماتها وامتلاك مزايا تجعلها منفردة ومتميزة عن منافسيها.

وللتطرق أكثر لهذه الدراسة يمكن صياغة الإشكالية التالية:

### كيف يمكن للذكاء الاقتصادي أن يحقق ميزة تنافسية للمؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف؟

وعلى ضوء هذه الإشكالية يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مفهوم الذكاء الاقتصادي وواقعه في الجزائر ؟
  - ما المقصود بالميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ؟
  - ما هو أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية ؟
- و للإجابة عن هذه الأسئلة، نقدّم الأجوبة المحتملة المتمثلة في الفرضيات الآتية:
- توجد علاقة بين تطبيق التكنولوجيا الحديثة مع الرفع من جودة الخدمات المقدمة.
  - توجد علاقة بين المنهج الاستراتيجي التنافسي داخل المؤسسة مع التميز في الأداء.
  - توجد علاقة بين الاستعمال الجيد للمعرفة الانتاجية مع التخفيض في التكاليف.
- أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة إلى التطرق وفهم دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية من خلال:

- إثبات أهمية تبني المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لنظام الذكاء الاقتصادي لتطوير ادائها وتدعيم مراكزها التنافسية.

- معرفة كيف يمكن للذكاء الاقتصادي من تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة موضوع الدراسة.

**أهمية الدراسة:** تتجلى الغاية من هذه الدراسة في تسليط الضوء على موضوع الذكاء الاقتصادي كونه حديث النشأة نسبياً وكذا معرفة دوره في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات الاقتصادية التي تسعى إلى البقاء والاستمرار في بيئة تنافسية تمتاز بالتغيرات السريعة وغير المتوقعة من خلال الاستغلال الأمثل للفرص المتاحة وكذا تجنب أو الاستعداد لمواجهة التهديدات والتحديات.

**المنهج المتبع في الدراسة:** يهدف القيام بتحليل علمي ومنهجي بغية الإجابة على إشكالية دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية موضوع الدراسة ويهدف اختبار صحة الفرضيات المصاغة، اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي في أغلب أجزاء القسم النظري، ومنهج دراسة الحالة في القسم التطبيقي للدراسة.

## 1. مفهوم ونماذج الذكاء الاقتصادي.

### 1.1. تعريف الذكاء الاقتصادي

- تعريف Baumard: الذكاء الاقتصادي لا يقتصر على فن المراقبة بل هو تطبيق دفاعي وهجومي من المعلومات هدفه القيام بربط العديد من المجالات لغرض تحسين الأهداف التكتيكية والاستراتيجية وهو وسيلة تواصل ما بين العمل والمعرفة. ("الزبيدي، 2017، ص 22.)

- تعريف Henry Martre " مجموعة الأعمال المنسقة والمرتبطة بالبحث، المعالجة وتوزيع ونشر المعلومات المفيدة للأعوان الاقتصاديين، مع الإشارة إلى أن هذه الإجراءات تتم بطريقة شرعية قانونية، مع توفر كل ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على الإرث اللامادي للمؤسسة في ظل أحسن شروط الجودة والتكلفة. ("مغمولي، 2016، ص 07).

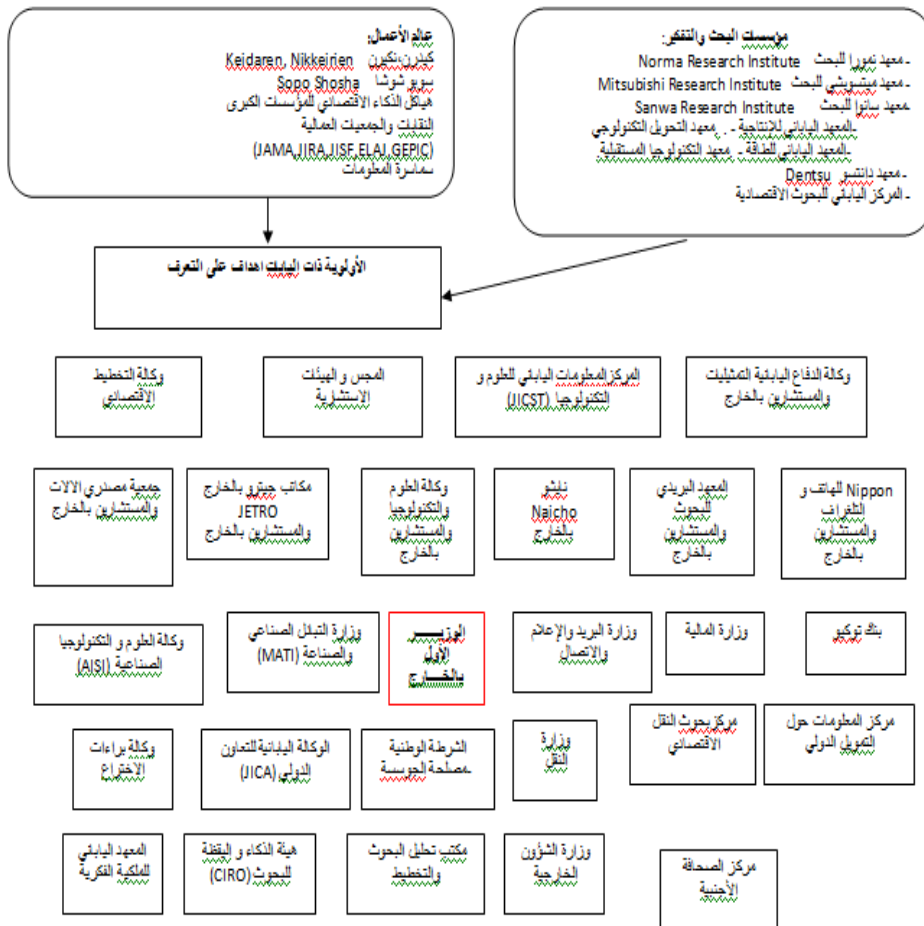
- تعريف H.Lesca سنة 1995: الذكاء الاقتصادي لا يقتصر على توزيع المعلومات بل يتطلب تحويلها إلى فعل يحقق قيمة مضافة وقيام العملية الإعلامية للمؤسسة بالترقب والأصغاء لنقاط الضعف لغرض اكتشاف الفرص والتقليل من المخاطر التي ترتبط بالشكوك.

- في سنة 1997 اقترح المفكر Golletis تعريف للذكاء الاقتصادي نشر بمجلة Review economic intelligence على أنه: قدرة المؤسسات على المفاضلة الفاعلة للمعرفة والمتمثلة في قدرتها الداخلية والخارجية لغرض حل ومعالجة المشاكل التي تواجهها تلك المؤسسات. ("نعمة، 2017، ص 22).

### 2.1. نماذج الذكاء الاقتصادي.

أ. النموذج الياباني: تركز الذكاء الاقتصادي في اليابان في وزارة التجارة الدولية والصناعة (MITI)) والتي يتمثل دورها الأساسي في مساعدة المؤسسات اليابانية وتوجيهها وإعلامها. (نير رضا، 2012 ص 5-6).

## الشكل رقم (1) : الذكاء الاقتصادي في النظام الياباني .



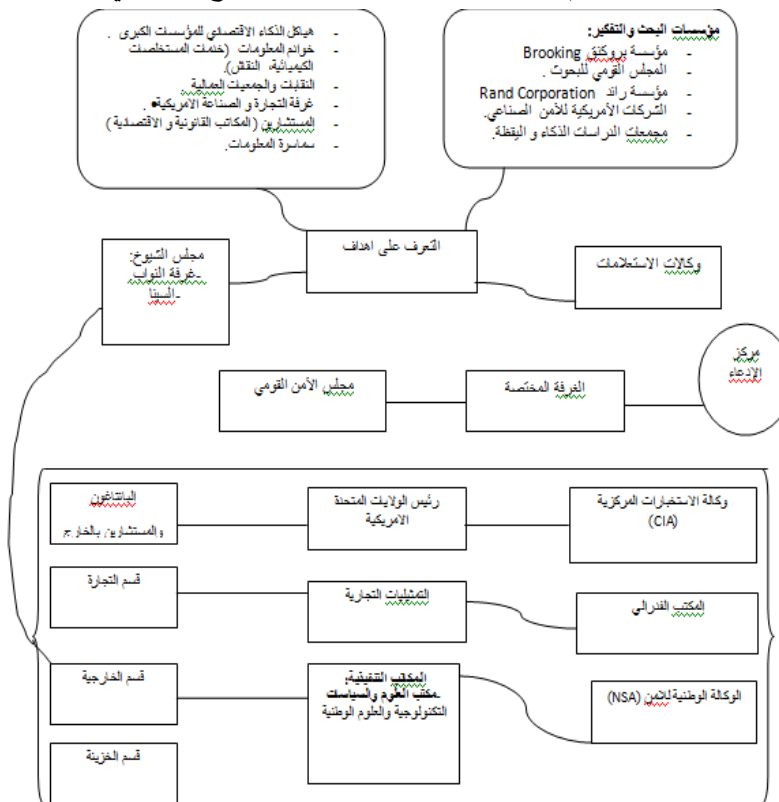
(المصدر: (حمداني، 2012، ص 19.

وما يمكن استنتاجه من الشكل 1 هو أن هذا النظام يقوم على الوزارة الأولى ( الوزير الأول) والوزارات الاقتصادية، وعالم الأعمال الذي يساهم في تحديد الإستراتيجية العامة والشاملة للبلاد، وأخيرا هيئات التفكير التي تساهم في تطوير البحث وإدماج التطوير والإبداع عن طريق الدراسة المقارنة والتكنولوجية، هذا وتخصص المؤسسات الاقتصادية في اليابان نحو 1.5 % من رقم أعمالها لإنفاقه في مجال الذكاء الاقتصادي ( تير، 2012، ص 6 ).

ب. النموذج الأمريكي": لقد عرف المشهد الأمريكي في مجال الذكاء الاقتصادي تحولاً كبيراً في عقد التسعينات من القرن العشرين تبعاً للعديد من التحولات الدولية من بينها حجم التنمية الاقتصادية التي حققها كل من اليابان وأوروبا باعتبارهما منافسين رئيسيين للولايات المتحدة، فعلى سبيل المثال واجهت شركة " بوينغ الأمريكية" منافسة شديدة من طرف " إيرباص"، والإدارة الأمريكية للطيران والفضاء " NASA " من قبل محطة " أريان " للفضاء. (بوخمم، 2012، ص 360)

وبهذا عمل الأمريكيون على إيجاد سوق رائجة للمعلومات والتي أصبحت رائدة فيما بعد إذ تضم هذه السوق أنواعا عديدة من متعاملي المعلومات كالمسامة، الجامعات، هيئات البحث والتفكير، المكتبات، هيئات الأمن

الشكل رقم (2) الذكاء الاقتصادي في النموذج الأمريكي



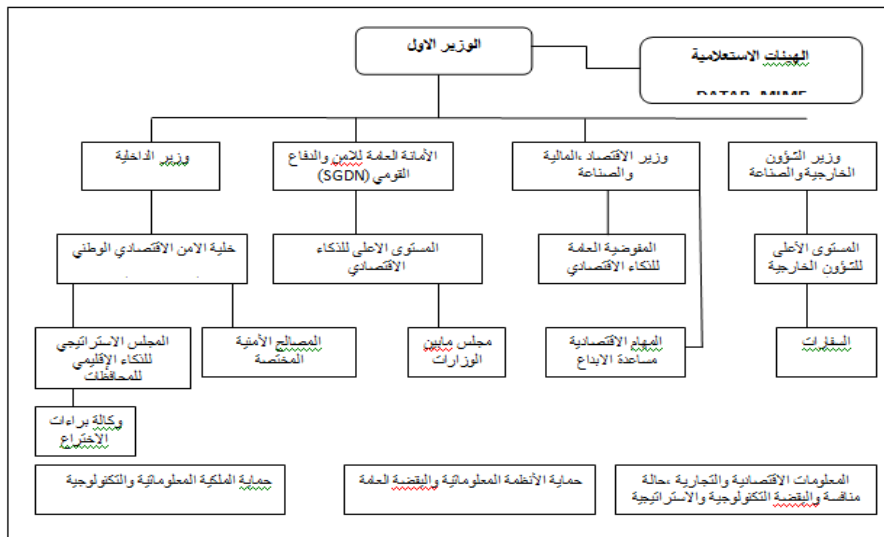
ت. النموذج الفرنسي: على خلاف النظامين السالفين فإن النظام الفرنسي يتصف بوجود دور قوي للحكومة في ميدان الذكاء الاقتصادي إلى جانب المؤسسات العمومية الكبرى كما أن المبادرات العمومية في فرنسا تغلب على كل ما هو خاص، ، بالإضافة إلى ذلك يبقى النموذج الفرنسي رهين عائقين أساسيين هما: ( نور الدين، 2013، ص 72).

- **العائق الدستوري:** بحكم وجود ثنائية الحكم في الجهاز التنفيذي (رئيس الجمهورية - وزير أول) خاصة في مرحلة التعايش السياسي، كما يؤخذ على تركيبة الوزارات ضعفها في تجسيد آليات اليقظة والذكاء الاقتصادي وحتى في إبراز الإرادة في التغيير.

– **العائق الثقافي:** نتج عن ظواهر الانتماء الحزبي والمرجعيات الثقافية والفكرية لمختلف أسلاك الموظفين وظاهرة إخفاء المعلومات والتحفيز عليها، كما أن ثقافة الشهادات العلمية الممنوحة في مختلف المدارس العليا والجامعات في فرنسا تركز نوعاً من عدم التجانس في الثقافات الإدارية، وبالتالي ضعف الثقافة المشتركة والرغبة في التحديث والتطوير بالإضافة إلى ذلك عدم قدرة ما يسمى بالهيئات على جلب الذكاء البشري الخارجي واستخدامه في إقامة آليات الذكاء الاقتصادي والاستفادة منه على نحو ما هو جاري العمل به في مؤسسات وهيئات التفكير في الولايات المتحدة أو اليابان فعلى سبيل المثال توجد بفرنسا 473 هيئة لا تتلقى إلا 0,09 % من الناتج الداخلي الخام، في حين توجد 1200 هيئة من هذا النوع تتلقى 2,1 % منه في أمريكا و 3000 هيئة في بريطانيا و 2000 في ألمانيا، وقد تعالت الأصوات لإصلاح نظام الذكاء الاقتصادي في فرنسا انطلاقاً من سنة 1995 عند نشر تقرير Carayon ومن بعدها تقرير Mertere .

لقد اقترح Carayon نظام للذكاء الاقتصادي وفقاً للخصوصية الفرنسية كما هو موضح في الشكل

الشكل رقم (3) الذكاء الاقتصادي في النظام الفرنسي



المصدر: (حمداني، 2012، ص 21).

من خلاله يتضح أن المؤسستين الهامتين في هذا النظام هما على التوالي الأمانة العامة للتنسيق بين الوزارات (SGCI والأمانة العامة للدفاع القومي وكلاهما تحت سلطة الوزير الأول) كما إقترح التقرير تطوير الذكاء الاقتصادي وعمليات البحث والتطوير على المستوى الإقليمي (الجماعات المحلية) والقطاع الخاص، تم ذلك بإنشاء وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) وهي مؤسسة عمومية كما تم استحداث شركة خاصة تسمى الشركة الأوروبية للذكاء الاستراتيجي (CEIS) والتي تقدم خدماتها لمؤسسات صناعية فرنسية وأوروبية، كما أُلح تقرير Martre على دعم تعليم الذكاء الاقتصادي مما أتاح الفرصة لبعض المدارس العليا للتجارة بفرنسا لتقديم دروس في الذكاء الاقتصادي على غرار مجموعة الدراسات التجارية العليا (HEC).

## 2. واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر والميزة التنافسية

### 1.2. واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر

ملخص الجهود المبذولة في مجال الذكاء الاقتصادي: فيما يلي عرض لأهم الجهود المبذولة في هذا المجال:

- 2002: انعقاد ملتقى حول الذكاء الاقتصادي نظم من طرف « World Trade Center Local »

- 2004: تم تنظيم ملتقى من طرف مركز البحث عن المعلومة العلمية والتقنية بالجزائر دار موضوعه حول البقطة التكنولوجية في المؤسسة الجزائرية.

- 2005: أول ملتقى دولي بالجزائر العاصمة حول الذكاء الاقتصادي والبقطة.

- 2006: دعوة مجلس الحكومة المؤسسات بتبني الذكاء الاقتصادي.

- 2007: تبني الدولة إعادة إطلاق الجهاز الصناعي وتكريس الموافقة على منهج الذكاء الاقتصادي كعامل منافسة وإبداع بالنسبة للمؤسسة.

- تم تأسيس أول مدرسة جزائرية للذكاء الاقتصادي.

- 2008: تم انعقاد ملتقى دولي حول "الحكامة في المؤسسات والذكاء الاقتصادي" والذي اعتبر محاولة من الدولة الجزائرية لتوعية المؤسسات الجزائرية لتأمين نفسها.

- طرحت فكرة إنشاء مجلس أعلى للذكاء الاقتصادي بغرض فتح سبل تجريبية جديدة لفائدة صناع القرار الحكوميين والخواص.

- 2009: نظمت وزارة الصناعة وترقية الاستثمارات ملتقى حول الذكاء الاقتصادي بمقر الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX بالمحمدية بالجزائر العاصمة.

- 2010: الملتقى الدولي الرابع حول "الذكاء الاقتصادي وتسيير الخبرات" نظم من طرف وزارة الصناعة وترقية الاستثمارات ومكاتب الاستشارة الوطنية والأجنبية.

- 2011: نظم المؤتمر الخامس حول "الذكاء الاقتصادي والبقطة الاستراتيجية" بالجزائر العاصمة ضمن مجموعة VIP تحت إشراف وزير الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والاستثمار.

- 2012: -ملتقى دوليا حول موضوع الذكاء الاقتصادي ومتطلبات التنمية نظم من قبل كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة باجي مختار (عناية - الجزائر).

- تنظيم الملتقى الدولي السادس حول "الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة" بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة حسينية بن بو علي الشلف 2012 تحت رعاية السيد رئيس الجامعة وبالتعاون مع مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا ومخبر تنمية تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- 2014: - انعقد ملتقى وطني رابع حول "نظام المعلومات البقطة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي بين حتمية التفاعل او الزوال" بجامعة العربي بن مهيدي ام البواقي تحت رعاية السيد مدير الجامعة وبالتعاون مع كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ومخبر المحاسبة، المالية، الجباية والتأمين COFIFAS

- نظم مخبر الاقتصاد الرقمي في الجزائر وكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة خميس مليانة المؤتمر العلمي السنوي الاول للذكاء الاقتصادي حول موضوع "الانظمة الرقمية والذكاء الاقتصادي".

- بمساهمة كل من كلية العلوم الاقتصادية ومخبر الذكاء الاقتصادي والتنمية المستدامة بجامعة باجي مختار عناية نظم المؤتمر الدولي الثاني للذكاء الاقتصادي تحت عنوان "البقطة الإستراتيجية ومظم المعلومات في المؤسسة الاقتصادية".

- انعقد ملتقى دولي بالمدرسة العليا للتجارة تحت عنوان "الذكاء الاقتصادي رهان أساسي للتنافسية".

إن الوضع الاقتصادي المزري الذي تعيشه الجزائر اليوم يلزم عليها التفتح على العالم ومحاولة الاستفادة من تجارب البلدان الأجنبية الناجحة في اعتناق نظام الذكاء الاقتصادي نذكر منها سنغفورا وايرلندا والتي ارتكزت معظمها حول تشجيع الاستثمارات الأجنبية، ولم يقتصر هذا على الدول الأجنبية فقط وإنما لدينا نموذج لبلد عربي قد نجح في تجربته مع الذكاء الاقتصادي ألا وهي تونس.

فعلى ضوء ما سبق فعلى الجزائر النهوض بمؤسساتها نحو الإبداع ومواكبة التكنولوجيات الحديثة ونشر الوعي الثقافي لما يعرف بالذكاء الاقتصادي من خلال تنظيم ملتقيات حول ذلك، والجدول أعلاه بين بعض الجهود المبذولة من طرف الجزائر للتعريف بالذكاء الاقتصادي وما وأهميته في النهوض بالاقتصاد الوطني.

## 2.2. الميزة التنافسية

يعرف بورتر الميزة التنافسية على أنها: "العنصر الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المؤسسة ربحية دائمة مقارنة بمنافسيها" كما يضيف بأن تحقيق الميزة التنافسية يكون في عدة جوانب (Porter, 1999, P 41-42)

- التركيز على قطاعات سوقية معينة (التركيز) .
- تقديم منتجات مختلفة عن منتجات المنافسين (التمييز) .
- استخدام عمليات التصنيع ومنافذ توزيعية بديلة (السيطرة على التكلفة) .
- استخدام هياكل مختلفة للتكلفة (السيطرة على التكلفة) .

فالتعريف السابق يركز على أن تحقيق الميزة التنافسية تتم من خلال تطبيق إستراتيجية تنافس معينة والتي تعرف على أنها: "مجموعة متكاملة من التصرفات تؤدي إلى تحقيق ميزة متواصلة ومستمرة عن باقي المنافسين" (مرسي، 2008، ص 227) .

كما تعرف الميزة التنافسية كذلك على أنها "جمل الخصائص والصفات التي يحوزها المنتج أو العلامة التي تعطي للمؤسسة بعض الأفضلية عن المنافسين المباشرين" (Lambin , 1993, ,P 209) .

## 3.2. أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية

إن أهمية الذكاء الاقتصادي لدعم الميزة التنافسية يتمثل في قدرته على بناء وتحليل المعلومات، بما يساعد المؤسسة في تحديد العديد من الجوانب الخاصة بمنافسيها كنقاط الضعف، الاستراتيجيات، الأهداف، التركيز في السوق، أنماط ردود الأفعال المحتملة وبناء تحليل المعلومات، ويتطلب تحديد فاعل وتصنيف وتعقب المنافسين وسلوكهم واستخدام تلك المعلومات، وكل ذلك يساعد المؤسسة في مقارنة نقاط قوتها وضعفها بمنافسيها، كما يعد عملية مراقبة للبيئة التنافسية الهدف منها التوصل إلى ذكاء صالح يتيح التفوق التنافسي للمنظمة، كما يساعد المؤسسة على توقع ما سيحدث في بيئتها التنافسية. بدلاً من مجرد الاستجابة لتلك التطورات، فالذكاء الاقتصادي يعد أداة عملية لتطوير إستراتيجية الأعمال وللتنافس الناجح في بيئة الأعمال ولتوفير نماذج واستراتيجيات لتطوير المنتجات وبما يجعله من أهم عناصر الإستراتيجية التنافسية، فهو يلعب دوراً هاماً في إعادة هيكلة أسس الشركة لإبقاء قدرتها التنافسية قائمة في الأسواق العالمية. (نعمون و سريدي، 2012، ص 13-14)



بالإضافة إلى أن بقاء المؤسسة يعني بقاءها قادرة على الاستمرار في المنافسة وعلى التحكم في التكاليف وبالتالي تخفيض الأسعار وزيادة المبيعات بأداء وظائفها بكفاءة أفضل من منافسيها، أو التميز في منتج أو خدمة من حيث الإبداع أو الجودة والخدمات المرافقة من خلال استغلال التطور التقني والتحكم في أجال الإنجاز والتحكم في قنوات التوزيع والتوقع المناسب في البيئة التنافسية من خلال حسن استعمال المعلومات المجمعة والمعالجة والمفيدة والمستغلة في اتخاذ القرارات المناسبة والتي يعتبر الذكاء الاقتصادي أهم وسائلها خاصة في جانب اكتشاف الإشارات الضعيفة والهامة في مجال معرفة إجراءات المنافسين ومحاولة التأقلم معها كفعل مدروس لتخفيض التهديد وليس كرد فعل يأتي متأخرا، كما يمكن القول بأن التنافس أصبح قائما على مدى معرفة المؤسسة لبيئتها، لهذا لجأت المؤسسات إلى تطوير واستخدام نظم معلومات متقدمة تمكنها من أن تكون حاضرة الذهن بشكل متواصل وعلى رأسها الذكاء الاقتصادي الذي يساهم في زيادة القدرة التنافسية " (علمي، 2014، ص 24-25).

إلى جانب هذه الأهمية تتجلى أهمية الذكاء الاقتصادي في مجالات أخرى أهمها:

- أداة للتكيف مع بيئة المنظمات العامة ومنظمات الأعمال على حد سواء، والمعرفة التي يولدها تشكل الطرف الآخر من معادلة القوة التي تركز إليها المنظمات في عصر التكنولوجيا.

- أهميته في دوره الواضح في تطوير قدرة المنظمات على التعليم الجماعي، لأنه أداة لبناء منظمات الغد، وعامل لتطوير الابتكار والمنافسة فيها، كما يساعد على بناء الذاكرة المنظمة عندما يجعل مديري المنظمات يتحولون من العمليات غير المنهجية في أداء العمل إلى أخرى أكثر هيكلية وتنظيما، ومن اعتماد المعلومات التكتيكية إلى الإستراتيجية، وذات القيمة العالية المضافة والاعتماد عليها كمورد.

- تشخيص الذكاء الاقتصادي لنقاط قوة وضعف المنافسين يعزز قدرات المنظمات في تخطيط واتخاذ التدابير المضادة لها، فضلا عن تضليل المنافسين والتفوق عليهم في الذكاء

- الانتقال من دراسة وتحليل المنافسة الحالية وتصرفاتها الماضية والحالية إلى محاولة الدراسة والتنبؤ بتصرفاتها وخططها في المستقبل.

- الانتقال من التركيز على الحصة السوقية إلى الفرصة السوقية من خلال السعي إلى رسم شكل الخريطة السوقية في المستقبل. والانتقال من دراسة وقراءة الماضي إلى قراءة المستقبل ومحاولة صنعه.

- الانتقال من دور التابع إلى دور الموجه في السوق.

- **التركيز على تكنولوجيا العمليات:** يعني ذلك التركيز على نظم إنتاج وتصنيع مرنة ومختلفة لأن المستقبل سوف يكون لمن ينتج أفضل حيث أن التركيز على هذه التكنولوجيا يعد ركيزة أساسية من ركائز اقتصاد المعرفة والتي تظهر أكثر جلاء في الاستعمال المكثف والضروري لمختلف البرمجيات كقطاع رئيسي في قطاع المعلوماتية، كما تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حاليا ثورة صناعية ثالثة بكل ما تحمله هذه الثورة من تحولات وقفزات علمية ومعرفية عالية المستوى والتقانة.

- **التركيز على نشاط البحث والتطوير والإبداع:** يهدف هذا الحصول على سبق تكنولوجي يعطي الريادة في تصميم وإنتاج منتجات جديدة بخصائص أفضل فوظيفة البحث والتطوير أضحت ذات مكانة رفيعة وإستراتيجية

داخل المؤسسات التي تبحث عن زيادة الأسواق كونها أهم مصدر من مصادر الميزة التنافسية الجديدة أو المتجددة، كما تعد هذه الوظيفة داخل المؤسسات المغذي الرئيسي للإبداعات التكنولوجية وخاصة في المؤسسات الكبيرة التي تتوفر على مخابر وإمكانات مادية وبشرية معتبرة.

- الاستفادة من تجارب الآخرين والمنافسين الأقوياء: يساعد التعلم عن طريق شراكة المؤسسات في تطوير القدرة التنافسية لها.

- الالتزام بالمواصفات الدولية للجودة: (ISO) إن التزام المؤسسة بالمواصفات الدولية للجودة يضمن لها الحصول على شهادة ISO ويحقق لها مجموعة منافع كثيرة منها السمعة المشرفة في السوق، التمتع بميزة التقدم للمناقصات التي تشترط الحصول على شهادة ISO.

### 3. دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة تندوف

#### 1.3. تعريف مؤسسة اتصالات الجزائر:

تأسست مؤسسة اتصالات الجزائر وفق قانون 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000، المتعلق بإصلاح قطاع البريد والمواصلات والفصل بين نشاطاتهما، فضلا عن قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة (CNPE) بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية اقتصادية أطلق عليها اسم " اتصالات الجزائر"، ذات أسهم حديثة النشأة، تنشط في سوق الشبكة وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر. أ. المديرية العملية لاتصالات الجزائر " بتندوف": بدأ نشاط المؤسسة رسميا بتاريخ 01 جانفي 2003، وتدخل عالم التكنولوجيا والاتصالات بثلاثة أهداف: المردودية، الفاعلية، جودة الخدمات.

ب. بطاقة تعريف لوحدة الاتصالات والعمليات بتندوف:

- اسم الشركة: اتصالات الجزائر (م.ع.إ.ش).
- نوع الشركة: مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم EPE/SPA.
- تاريخ النشأة: 2003/01/01.
- مقر الشركة: تندوف لطفي - تندوف.
- عدد العمال: 112 عامل.

#### 2.3. مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة يتمثل في عمال مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة تندوف، والبالغ عددهم 112 منهم 45 إناث و 67 ذكور.

#### 3.3. متغيرات الدراسة:

- متغير الدراسة المستقل: الذكاء الاقتصادي وهو الذي يؤكد على استمرارية العلاقات التي يجب أن تتواجد في المنظمة، .

- متغير الدراسة التابع: قدرة المؤسسة على خلق ميزة تنافسية، وهذا الوضع يمكن المنظمة من تحقيق عوائد أكثر من المنافسين، أو أن تكتسب عوائد مالية متميزة في القطاع.

#### 4.3. فرضيات الدراسة:

من أجل معالجة مشكلة الدراسة وتحقيق أهدافها تم تطوير الفرضية الرئيسية وما ينبثق عنها من فرضيات فرعية، بما ينسجم ونموذج الدراسة، على النحو التالي:

أ. الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الذكاء الاقتصادي وأبعاد الميزة التنافسية مجتمعة في المؤسسة قيد الدراسة.

ب. الأساليب الإحصائية المستخدمة: تم استخدام الحزمة الإحصائية، SPSS Ver.17 - وبغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة وللإجابة على أسئلتها، فقد تم استخدام: ( عبد الرحمن ، 2005، ص42 )

- معامل الارتباط البسيط: لتحديد العلاقة بين متغيرين، وتحديد الاتصال الداخلي لفقرات الاستبيان الخاص بالإبداع التكنولوجي وأبعاد الميزة التنافسية.

• معامل التحديد  $R^2$ : يوضح مقدار التغيرات في المتغير التابع، والتي من الممكن تفسيرها بواسطة المتغير المستقل.

#### 5.3. تحليل واختبار علاقات الارتباط بين متغيرات الإبداع التكنولوجي أبعاد الميزة التنافسية.

- نتائج وتحليل اختبارات الفرضيات

✓ الفرضية الأولى:

H0: لا توجد علاقة بين تطبيق التكنولوجيا الحديثة مع الرفع من جودة الخدمات المقدمة

H1: توجد علاقة طردية بين تطبيق التكنولوجيا الحديثة مع الرفع من جودة الخدمات المقدمة

#### جدول رقم (1): يوضح نتائج اختبار T-Test

| القيمة<br>الاحتمالية Sig | درجة الحرية | قيمة T المحسوبة | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الذكاء الاقتصادي<br>والجودة |
|--------------------------|-------------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------------------------|
| 0.000                    | 31          | 14,059          | 0,586             | 1,39            |                             |

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

بالنظر إلى النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارات محور الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالجودة في مؤسسة اتصالات الجزائر هي 39,1 وانحراف معياري قدره 0,586 وهذا ما يقابل درجة الإجابة موافق بشدة مما يعني أن هناك علاقة بين الذكاء الاقتصادي والجودة من منظور عمال المؤسسة، كما أن قيمة مستوى الدلالة المعنوية  $\text{Sig} = 0,000$  وهو أقل من 0,005 مستوى الدلالة المعنوية المعتمدة وبالتالي نرفض H0 الفرضية الصفريّة ونقبل الفرضية البديلة H1 والتي تقول أنه توجد علاقة طردية بين تطبيق التكنولوجيا الحديثة مع الرفع من جودة الخدمات المقدمة.

**التحليل:** قد يرجع سبب ذلك إلى كون مؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف قد خصصت فرع للتواصل مع الزبائن والمتمثل (حسب هيكلها التنظيمي) في مصلحة العلاقات مع الزبائن الذين يعملون على تلبية حاجة الزبائن من خدمات بالشكل المطلوب وفي وقتها المحدد وبالسعة المطلوبة لانجاز ذلك ، واهتمامهم برأي زبائنهم بخصوص جودة الخدمات المقدمة إليهم وهذا يوحي لنا أن عمال هذا الفرع الخاص متخصصون في مجال عملهم مع المعرفة التامة لكل تساؤلات الزبائن ومقدرتهم على الإجابة عليها.

#### ✓ الفرضية الثانية:

- H0: لا توجد علاقة بين المنهج الاستراتيجي التنافسي داخل المؤسسة مع التميز في الأداء  
H1: توجد علاقة طردية بين المنهج الاستراتيجي التنافسي داخل المؤسسة مع التميز في الأداء

#### جدول رقم ( 2 ) : نتائج اختبار T-Test

| المتوسط                  | الانحراف | قيمة T  | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية |
|--------------------------|----------|---------|-------------|-------------------|
| الحسابي                  | المعياري | الحسوبة |             | Sig               |
| 1,41                     | 0,606    | 12,895  | 31          | 0.000             |
| الذكاء الاقتصادي والتميز |          |         |             |                   |

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات SPSS.

بالنظر إلى النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارات محور الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالتميز في مؤسسة اتصالات الجزائر هي 1,41 وانحراف معياري قدره 0,606 وهذا ما يقابل درجة الإجابة موافق بشدة مما يعني أن هناك علاقة بين الذكاء الاقتصادي والتميز من منظور عمال المؤسسة، كما أن قيمة مستوى الدلالة المعنوية Sig= 0,000 وهو أقل من 0,005 مستوى الدلالة المعنوية المعتمدة وبالتالي نرفض H0 الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة H1 والتي تقول أنه توجد علاقة طردية بين المنهج الاستراتيجي المنظم مع التميز في الأداء.

**التحليل:** يمكن تحليل ذلك بوجود تنسيق بين مصالح مؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف ، بمعنى تقوم مصلحة العلاقات مع الزبائن بنقل (الأفكار الابتكارية المستوحاة نتيجة احتكاكهم المباشر بالزبائن والمشاكل التي تعترضهم من جراء ذلك) إلى مصلحة البيع التي تنتمي معها لنفس الدائرة التجارية وهته الأخيرة تعمل على إدخال وتجريب هاته الأفكار الابتكارية التي توصلنا إما لحل تلك المشاكل أو تطوير تشكيلة الخدمات المقدمة لزبائنهم بما يحقق الرضي لديهم ، وطبعاً لا يمكن تجريب هاته الأفكار إلا عند امتلاك تكنولوجيا متطورة كالتّي تستخدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف.

## ✓ الفرضية الثالثة:

H0: لا توجد علاقة بين الاستعمال الجيد للمعرفة الإنتاجية مع التخفيض في التكاليف

H1: توجد علاقة طردية بين الاستعمال الجيد للمعرفة الإنتاجية مع التخفيض في التكاليف

## جدول رقم ( 3 ) : نتائج اختبار T-Test

| المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة T المحسوبة | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية Sig |
|-----------------|-------------------|-----------------|-------------|-----------------------|
| 1,38            | 0,580             | 13,133          | 31          | 0.000                 |

الذكاء الاقتصادي والسعر

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

بالنظر إلى النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارات محور الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالسعر في مؤسسة اتصالات الجزائر هي 1,38 وانحراف معياري قدره 0,580 وهذا ما يقابل درجة الإجابة موافق بشدة مما يعني أن هناك علاقة بين الذكاء الاقتصادي والسعر من منظور عمال المؤسسة، كما أن قيمة مستوى الدلالة المعنوية Sig= 0,000 وهو أقل من 0,005 مستوى الدلالة المعنوية المعتمدة وبالتالي نرفض H0 الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة H1 والتي تقول أنه توجد علاقة طردية بين الاستعمال الجيد للمعرفة الإنتاجية مع التخفيض في التكاليف.

- التحليل: وهذا طبعا يدخل ضمن أولى مهام مؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف، فهي تسهر على تقديم أحسن وأرقى منتجاتها وخدماتها لزيائنها من بينها عرض خدماتها بأسعار منخفضة مع الحرص على ان تتطابق اسعار هاته الخدمات مع الطلبات الخارجية، وفي حالة وجود زيادة في الاسعار يمكن لها ان تتدارك هذا الامر بالرفع من جودة خدماتها وهذا يدل على مقدرتها التامة على التحكم في التكاليف.

✓ معامل الارتباط بين محوري الدراسة (الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية):

## الجدول (4) : معاملات الارتباط

| السعر  | التميز | الذكاء الاقتصادي | الجودة |                        |
|--------|--------|------------------|--------|------------------------|
| ,560** | ,680** | ,586**           | 1      | Corrélation de Pearson |
| ,001   | ,000   | ,000             |        | (Sig. bilatérale)      |
| 32     | 32     | 32               | 32     | N                      |
| ,755** | ,510** | 1                | ,586** | Corrélation de Pearson |
| ,000   | ,003   |                  | ,000   | (Sig. bilatérale)      |
| 32     | 32     | 32               | 32     | N                      |
| ,769** | 1      | ,510**           | ,680** | Corrélation de Pearson |
| ,000   | ,003   | ,000             | ,000   | (Sig. bilatérale)      |
| 32     | 32     | 32               | 32     | N                      |
| 1      | ,769** | ,755**           | ,560** | Corrélation de Pearson |
|        | ,000   | ,000             | ,001   | (Sig. bilatérale)      |
| 32     | 32     | 32               | 32     | N                      |

المصدر: مستخرج من برنامج SPSS.

بالنظر إلى النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه يوضح معامل الارتباط بين محور الذكاء الاقتصادي ومحور الميزة التنافسية، نلاحظ أن هناك ارتباط جيد بين محور الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في بعدها (الجودة) بمعامل ارتباط بيرسون قدره 0,586 وهذا يدل على أن هناك علاقة طردية بين الذكاء الاقتصادي والجودة في الخدمات أي كلما اهتمت المؤسسة بنظام الذكاء الاقتصادي كلما طورت من جودة خدماتها. أما بين الذكاء الاقتصادي والتميز فمعامل ارتباط بيرسون قدر بـ 0,510، هذا يدل على وجود علاقة طردية بينهما فكلما ارتفع معدل الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة ارتفع تميزها مقارنة بمنافسيها. قدر معامل الارتباط بيرسون بـ 0,755 بين الذكاء الاقتصادي والسعر أي وجود علاقة طردية بين الذكاء الاقتصادي والسعر، فكلما ارتفع معدل الذكاء الاقتصادي في المؤسسة أدى ذلك إلى تخفيض تكاليف الإنتاج مما يساعد المؤسسة على بيع منتجاتها بأسعار ترضي الزبون وفي أن واحد تقدم ربحاً معتبراً.

### الخاتمة

كخلاصة لهذه الدراسة البحثية ومن خلال ما تم التطرق إليه في الإطار النظري والميداني تبين لنا أنه هناك علاقة واضحة ما بين الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية وتحقيق الميزة التنافسية، واستناداً لتحليل إجابات أفرد العينة المدروسة ونتائج اختبار فرضية الدراسة الميدانية توصلنا إلى النتائج التالية:

- كشفت نتائج الدراسة بوجود علاقة ترابطية عند مستوى دلالة 69% بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية، وذلك لأن مؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف تمتلك نسبة معتبرة من الصفات التي تدخل ضمن المبادئ التي يقوم عليها الذكاء الاقتصادي نذكر منها تدفق المعلومات بسرعة لديها وامتلاكها لمعلومات لا يمكن قرصنتها، وأيضاً مقدرتها على الابتكار والتحسين المستمر لجودة منتجاتها وخدماتها بالإضافة إلى توفرها على شبكة داخلية لنشر معلوماتها (الانترنت) ونشير أيضاً إلى روح الفريق لديها والمتمثلة في المشاركة بين جميع عمالها في جمع ونشر المعلومات.

- توجد علاقة طردية بين تطبيق التكنولوجيا الحديثة مع الرفع من جودة الخدمات أي هناك علاقة ترابطية بنسبة 58%، وقد يرجع سبب ذلك إلى كون مؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف قد خصصت فرع للتواصل مع الزبائن والممثل (حسب هيكلها التنظيمي) في مصلحة العلاقات مع الزبائن الذين يعملون على تلبية حاجة الزبائن من خدمات بالشكل المطلوب وفي وقتها المحدد وبالسرية المطلوبة لانجاز ذلك، واهتمامهم برأي زبائنهم بخصوص جودة الخدمات المقدمة إليهم وهذا يوحي ألينا إن عمال هذا الفرع الخاص متخصصون في مجال عملهم مع المعرفة التامة لكل تساؤلات الزبائن ومقدرتهم على الإجابة عليها.

- توجد علاقة طردية بين المنهج الاستراتيجي المنظم داخل المؤسسة مع التميز في الأداء، وعليه توجد علاقة ترابطية بنسبة 51%، يمكن تعليل ذلك بوجود تنسيق بين مصالح مؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف، بمعنى تقوم مصلحة العلاقات مع الزبائن بنقل (الأفكار الابتكارية المستوحاة نتيجة احتكاكهم المباشر بالزبائن والمشاكل التي

تعتبرهم من جراء ذلك) إلى مصلحة البيع التي تنتمي معها لنفس الدائرة التجارية وهته الأخيرة تعمل على إدخال وتجريب هاته الأفكار الابتكارية التي توصلنا إما لحل تلك المشاكل أو تطوير تشكيلة الخدمات المقدمة لزبائننا بما يحقق الرضى لديهم ، وطبعاً لا يمكن تجريب هاته الأفكار إلا عند امتلاك تكنولوجيا كالتى تستخدمها المؤسسة.

- توجد علاقة طردية بين الاستعمال الجيد للمعرفة في الإنتاج الخدمات مع التخفيض في التكاليف ، صحتها دلت على وجود علاقة ترابطية بنسبة 75 %، وهذا طبعاً يدخل ضمن أولى مهام مؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف، فهي تسهر على تقديم أحسن وأرقى منتجاتها وخدماتها لزبائننا من بينها عرض خدماتها بأسعار منخفضة مع الحرص على إن تتطابق أسعار هاته الخدمات مع الطلبات الخارجية ، وفي حالة وجود زيادة في الأسعار يمكن لها أن تتدارك هذا الأمر بالرفع من جودة خدماتها وهذا يدل على مقدرة التامة على التحكم في التكاليف.

### توصيات الدراسة

- إنشاء فرع خاص بالذكاء الاقتصادي داخل الهيكل التنظيمي لفرع مؤسسة اتصالات الجزائر بتندوف.
- نشر الوعي الثقافي لما يعرف بالذكاء الاقتصادي من خلال إقامة ندوات ، مؤتمرات ملتقيات دولية ، أيام دراسية ليتم بذلك تبادل الأفكار والخبرات والإلمام بكل جوانبه لدى مؤسسة اتصالات الجزائر فرع تندوف.
- التفاتة المركز الجامعي تندوف لموضوع الذكاء الاقتصادي والعمل على فتح تخصصات في هذا المجال لإنشاء شهادات تعليم عالي خاصة به.

### المراجع المستعملة

- الزبيدي. محمد نعمة محمد، (2017) ، الذكاء الاقتصادي وإمكانية مساهمته في تنمية الاقتصاد العراقي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه فلسفة في العلوم الاقتصادية، تخصص فلسفة في العلوم الاقتصادية، العراق، جامعة القادسية، .
- مغمولي. نسرين، (2015-2016) ، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، بسكرة، جامعة محمد خيضر.
- تير. رضا، (2012) ، الذكاء الاقتصادي وسيلة لدمج البحث والتطوير ضمن منظومة الخدمات واقعه وافاقه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ، جامعة الجزائر.
- بوخمخ. عبد الفتاح، صالح. محمد ، (2012-26 ابريل 2012 ) ، الذكاء الاقتصادي سياسته حوار بين المنظمة ومحيطها ، جامعة جيجل، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء اعمال واقتصاد المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الزيتونة ، عمان ، الاردن.

- حمداني. محمد، (2012) ، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، وهران العدد 02.
- نور الدين. بن عربية، (2013-2014) ، الذكاء الاقتصادي وعلاقته باتخاذ القرار، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نظم المعلومات والاتصال في المؤسسات، تلمسان، جامعة أبو بكر بلقايد...
- مرسى. خليل نبيل، (2008) الإدارة الإستراتيجية، تكوين وتنفيذ استراتيجيات التنافس، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- نعمون. وهاب، سريدي سمية ، ( يومي 9 و 10 ماي 2012) ، الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم الميزة التنافسية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، الملتقى الدولي حول الذكاء الاقتصادي ومتطلبات التنمية ، جامعة باجي مختار عنابة ، الجزائر.
- علمي. لزهرة (أكتوبر 2014) ، أهمية الذكاء الاقتصادي في فهم بيئة المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية ، المجلد الأول ، العدد 20 ، جامعة زيان عاشور الجلفة ، الجزائر.
- ثابت. عبد الرحمان إدريس ( 2005) ، بحوث التسويق: أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض، الدار الجامعية، إسكندرية ، مصر.
- Porter. M, (1999 ), L'avantage Concurrentiel ; Dunod Edition ,Paris.
- Lambin. J, (1993 ), Le Marketing Stratégique, 2<sup>ème</sup> Edition, Science Edition , Paris.