

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
المركز الجامعي نور بشير البيض  
معهد العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية  
قسم العلوم التجارية



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في التسيير  
الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية  
الشعبة: علوم التسيير  
تخصص إدارة مالية  
بعنوان

الذكاء الإقتصادي ودوره في دعم اليقظة الاستراتيجية في  
المؤسسة الناشئة

من إعداد الطالبتين: د. قلقول عبد الرزاق  
إشراف الأستاذ الدكتور: د. قلقول عبد الرزاق  
جلولي خيرة  
بن يوسف فاطمة  
نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	المركز الجامعي نور بشير البيض	د. نشاد حكيم
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي نور بشير البيض	د. قلقول عبد الرزاق
مناقشا	المركز الجامعي نور بشير البيض	د. صكري أيوب

السنة الجامعية:  
2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وتقدير

قال الرسول صلى الله عليه وسلم (من لم يشكر الناس لم يشكر الله ومن  
أهدى إليكم معروفا فكافئوه فإن لم تستطيعوا فادعوا له )  
الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، ما كنا نتوقع لهذا لولا أن وفقنا الله  
سبحانه وتعالى

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير للدكتور **قلقول عبد الرزاق** لإشرافه على هذا  
العمل المتواضع ، والشكر لكل من افادنا  
بعلمه من اول المراحل الدراسية  
كما نشكر كل من مد لنا يد العون من قريب أو بعيد ، ونشكر كل أساتذة  
قسم الحقوق والعلوم السياسية بالمركز الجامعي النور البشير البيض وفي  
الاخير لا يسعنا إلا أن ندعو الله عز وجل أن يرزقنا السداد والرشاد  
والعفاف والغنى وان يجعلنا هداة صالحين

# الإهداء

من جرع الكأس فارغا يسقتني قطرة حب  
إلى من كلت انامله لي يقدم لي لحظة سعادة  
إلى من حصد الشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم  
إلى القلب الكبير والدي العزيز.  
إلى من ارضعتني الحب والحنان إلى رمز الحب وبلسم الشفاء  
إلى قلب الناصع بالبياض والدتي الحبية  
وإلى جميع أصدقائي وجميع من وقفوا معي وبقوا معي وساندوني  
إلى الذين أحببتهم وأحبوني  
إلى من كان مشجعا وداعما لي دائما

جلولي خيرة

## الإهداء

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا والصلاة والسلام على خير الأنبياء  
والمرسلين حبيبنا المصطفى عليه افضل الصلاة

والسلام اما بعد : الحمد لله الذي وفقنا في اعداد هذه المذكرة  
وتتمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية نهديتها إلى والدينا  
حفظهما الله وأدامهم تاجا على رؤوسنا بكل صحتهم وعافيتهم  
إلى جنتي التي ساندتني بدعائها وصلواتها طوال مشواري الدراسي  
والتي بدونها ماوصلت إلى ما انا عليه الآن أُمي غاليتي ادامك الله  
بطول العمر والصحة والعافية

إلى من أحمل إسمه بكل افتخار راجية من المولى أن يمدّه بطول  
العمر والصحة والعافية ليرى ثمارا قد انتظر بفارغ الصبر لقطافها  
إلى عيناى وتوأما روجى هبة وسارة التي لا طالما كانتا سندا طوال  
حياتي وإلى كل اخواني واخواتي

إلى رفيق دربي طوال السنوات الماضية وزميلي الآن في إعداد ه  
هذه المذكرة

بن يوسف فاطمة

فهرس المحتويات

1	مقدمة عامة
1	
1	مقدمة عامة:
	الفصل الأول مدخل لليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي
5	مقدمة الفصل الأول:
6	المبحث الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي
6	المطلب الأول: مفهوم الذكاء الاقتصادي ونشأته
6	الفرع الأول: نشأة الذكاء الاقتصادي
7	الفرع الثاني: مفهوم الذكاء الاقتصادي
8	المطلب الثاني: مراحل الذكاء الاقتصادي ومهامه
8	الفرع الأول: مراحل الذكاء الاقتصادي
12	الفرع الثاني: مهام الذكاء الاقتصادي
12	المطلب الثالث: خصائص ووظائف الذكاء الاقتصادي
12	الفرع الأول: خصائص الذكاء الاقتصادي
13	الفرع الثاني: وظائف الذكاء الاقتصادي
14	المبحث الثاني: اليقظة الاستراتيجية
14	المطلب الأول: ماهية اليقظة الاستراتيجية ونشأتها
14	الفرع الأول: نشأة اليقظة الاستراتيجية
15	الفرع الثاني: ماهية اليقظة الاستراتيجية
17	المطلب الثاني: خصائص واهداف اليقظة الاستراتيجية
17	الفرع الأول: خصائص اليقظة الاستراتيجية
18	الفرع الثاني: اهداف اليقظة الاستراتيجية
19	المطلب الثالث: أنواع اليقظة الاستراتيجية ووظائفها
19	الفرع الأول: أنواع اليقظة الاستراتيجية
21	الفرع الثاني: وظائف اليقظة الاستراتيجية
22	المبحث الثالث: دور الذكاء الاقتصادي في دعم اليقظة الاستراتيجية
22	المطلب الأول: اليقظة الاستراتيجية وعلاقتها بالذكاء الاقتصادي

## فهرس المحتويات

22	الفرع الأول: اليقظة الاستراتيجية مرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي
23	الفرع الثاني: اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي مفهومان مختلفان
24	المطلب الثاني: دور الذكاء الاقتصادي في دعم اليقظة الاستراتيجية
24	الفرع الأول: دور الذكاء الاقتصادي في دعم اليقظة الاستراتيجية
25	الفرع الثاني: دور الذكاء الاقتصادي في دعم اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية
25	المطلب الثالث: الأهمية الاستراتيجية للذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية
26	الفرع الأول: طرق الذكاء الاقتصادي في التحليل الاستراتيجي
27	الفرع الثاني: تعامل الذكاء الاقتصادي مع المعلومة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية
28	الفرع الثالث: أهمية تطبيق الذكاء الاقتصادي في دعم المسار الاستراتيجي للمؤسسة الاقتصادية
29	المبحث الرابع: دراسات سابقة
29	المطلب الأول: دراسات حول الذكاء الاقتصادي
31	المطلب الثاني: دراسات حول اليقظة الاستراتيجية
33	خلاصة:
<b>الفصل الثاني الجانب التطبيقي للدراسة الميدانية</b>	
35	مقدمة:
36	المبحث الأول: تعريف مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية البيض
36	المطلب الأول: تقديم عام للمؤسسة الأم اتصالات الجزائر
36	الفرع الأول: تاريخ اتصالات الجزائر
36	الفرع الثاني: تأسيس اتصالات الجزائر
37	المطلب الثاني: تعريف مؤسس اتصالات الجزائر
38	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر
41	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
41	المطلب الأول: أدوات البحث
42	المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات:
43	المطلب الثالث: عينة البحث
43	المبحث الثالث: عرض وتحليل النتائج
43	المطلب الأول: المحور الأول: الخصائص العامة لعينة الدراسة:
51	المطلب الثاني: المحور الثاني: اليقظة الإستراتيجية

## فهرس المحتويات

---

المطلب الثالث: عرض ومناقشة الفرضيات:.....55

الخاتمة

الخاتمة:.....62

قائمة المصادر والمراجع.....

الملاحق.....

## قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان
43	الجدول 01: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس
44	الجدول 02: توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر
45	الجدول رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي
46	الجدول رقم 04: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الصنف المهني
47	الجدول رقم 05: توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة
48	الجدول رقم 06: مقياس ليكارت الخماسي يبين سلم تنقيط الدرجات
48	الجدول رقم 07: يبين ثبات الاتساق للدراسة الكلية (معامل الثبات ألفا كروباخ)
49	الجدول رقم 08: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري المحور الثاني: الذكاء الإقتصادي
51	الجدول رقم 09: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري البعد الأول اليقظة التكنولوجية
52	الجدول رقم 10: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري البعد الثاني اليقظة التنفسية
53	الجدول رقم 11: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري البعد لثالث اليقظة البيئية
54	الجدول رقم 12: يبين قيم معاملات الارتباط (بريسون)
55	الجدول رقم 13: اختبار تحليل التباين الأحادي - One Wa ANOVA
55	الجدول رقم 14: اختبار الانحدار الخطي البسيط اليقظة الاستراتيجية نظام معلومات مفتوح على البيئة
56	الجدول رقم 15: اختبار تحليل التباين الأحادي - One Way ANOVA
57	الجدول رقم 16: اختبار الانحدار الخطي البسيط الذكاء الإقتصادي مجموعة من التطبيقات المساعدة في إتخاذ القرار
58	الجدول رقم 17: اختبار تحليل التباين الأحادي - One Way ANOVA
58	الجدول رقم 18: اختبار الانحدار الخطي البسيط يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنشاط الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية
59	الجدول رقم 19: اختبار تحليل التباين الأحادي - One Way ANOVA

## قائمة الأشكال

---

59	الجدول رقم 20: اختبار الانحدار الخطي البسيط أبعاد الذكاء الاقتصادي تساهم كليا في دعم الإدارة الاستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة
----	--

الصفحة	العنوان
<b>الفصل الأول: مدخل لليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي</b>	
20	شكل الأصناف الأربعة لليقظة
23	شكل علاقة الذكاء الاقتصادي باليقظة
<b>الفصل الثاني: الجانب التطبيقي لدراسة الميدانية</b>	
38	الشكل رقم 01 الهيكل التنظيمي لإتصالات الجزائر
43	الشكل رقم 02: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس
44	الشكل رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر
45	الشكل رقم 04: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي
46	الشكل رقم 05: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الصنف المهني
47	الشكل رقم 06: توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة

# مقدمة عامة

## مقدمة عامة:

يعيش العالم في العقد الأخير تحولات سريعة مست كافة المجالات الاقتصادية والتجارية، والتكنولوجية والسياسية والاجتماعية، وقد ظهرت هذه التطورات في المؤسسات في طريقة جمع المعلومات لكون المعلومات والمعلوماتية المادة الأولية لأي نشاط انساني، فكما نرى في وقتنا الحالي معظم دول العالم المتقدمة تتسابق فيما بينها لتجسيد أفضل الاستراتيجيات والخطط لتطوير تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي فرض على المؤسسة المتابعة اللحظية والترقب المستمر لكل ما يجري في محيط المؤسسة وبيئتها الخارجية وهذا من خلال اتباع المؤسسة لخطوات عمل منظمة ومدروسة بداية من تحصيل وجمع المعلومات من محيط المؤسسة وبعد جمعها تعمل المؤسسة والعناصر المختصة في تحليل هذه المعلومات ومعالجتها ثم نشرها واستخدامها من أجل الاستغلال الأمثل للفرص المتاحة واستبعاد المخاطر المحتملة أي تقليل عدم التأكد في اتخاذ القرار.

لقد أصبح التغيير حتمية لا بد منها فهذا يعتبر عصر التحولات لذا تضطر المؤسسة الانتقال من حالة الجمود والبقاء على نفس المنهج الى حالة النشاط الدائم والديناميكية في تنوع أشكال المنافسة وتسطيح الضوء على حالة السوق من أجل ان تكون المؤسسة على دراية بنشاط الموردين والمستهلكين وباقي المنافسين. الا ان اكتشاف التغيرات ومحاولة التعامل معها يعتبر غير كاف بل توجب على المؤسسة توقع هذه التغييرات او أكثر من ذلك المبادرة بإحداثها لأن المبادرة عنصر أساسي فهو يعد عمل إبداعي يميز المؤسسة عن غيرها ويجعلها تتقدم بخطوة عن منافسيها.

وتعد اليقظة الاستراتيجية من الأساليب الإدارية الحديثة التي تساعد على التخطيط وتصور الأوضاع المستقبلية لمكانة المؤسسة وموقعها مقارنة بباقي المؤسسات، فهي أسلوب منظم يختص بالتسيير الأمثل للمعلومات التي توصل متخذي القرار الى صنع أفضل قرار يحرك عجلة المؤسسة نحو التطور من خلال خطوات عمل مدروسة وكل ذلك في طابع استباقي توقعي لمسايرة المتغيرات الخارجية وبلوغ أهداف المؤسسة انطلاقا من استغلال الفرص المتاحة. ويعتبر اعتماد المؤسسة على اليقظة الاستراتيجية أمرا حيويا باعتبارها قوة حقيقية داعمة للمؤسسة فهي بمثابة الرادار الذي تملكه المؤسسة في مجال تحليل البيئة من نقاط قوة ونقاط ضعف.

أما الذكاء الاقتصادي يمثل مورد استراتيجي ومنهج فكري يتميز بالحدثة والريادة ويتم من خلال عملياته ووسائله بالقدرة الفاعلة على تفعيل دور الإدارة الاستراتيجية. اذ قدمت المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا تعريفا للذكاء الاقتصادي لكونه مجموعة من النشاطات المنسقة من البحث والمعالجة ونشر المعلومات الاستراتيجية المفيدة للأعوان الاقتصاديين بغرض الاستخدام، من أجل الاستثمار في مواقع الفرص المستقبلية قبل أن يصلها المنافسون وتجنب المخاطر والتهديدات قبل وقوعها.

أولاً: إشكالية الدراسة:

ومما سبق نستخلص أهمية تطبيق مفهومي اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في المؤسسات بصفة عامة نظراً للأوضاع التنافسية واحتياجها الشديد الى المعلومات الدقيقة لوضع خططها واستراتيجيتها واتخاذ قراراتها الحاضرة والمستقبلية.

وانطلاقاً مما سبق يمكن ابراز معالم الإشكالية من خلال التساؤل التالي:

كيف يساهم الذكاء الاقتصادي في دعم اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الناشئة؟

ومن هذا الإشكال تتفرع أسئلة جزئية وهي كالتالي:

✚ فيما يتمثل الذكاء الاقتصادي؟ وما فائدة تطبيقه داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟ وما

واقعه في الجزائر؟

✚ كيف يمكن للذكاء الاقتصادي أن يدعم المهم الرئيسية للإدارة الاستراتيجية في

مؤسسة اتصالات الجزائر؟

✚ ما درجة اهتمام مسيري المؤسسة الناشئة بتطبيق الذكاء بالاقتصادي؟

✚ هل يمكن للذكاء الاقتصادي وانطلاقاً من المعلومات المجمعّة أن يساهم في دعم

مهام الإدارة الاستراتيجية في مؤسسة اتصالات الجزائر؟

✚ ما هي أهم أبعاد الذكاء الاقتصادي التي تمكن أئساهم في دعم الإدارة الاستراتيجية

في مؤسسة اتصالات الجزائر؟

ثانياً: فرضيات البحث:

✚ لمعالجة الإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية السابقة فإننا ننطلق من الفرضيات

التالية:

✚ اليقظة الاستراتيجية نظام معلومات مفتوح على البيئة.

✚ الذكاء الاقتصادي مجموعة من التطبيقات المساعدة في اتخاذ القرار

✚ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنشاط الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم اليقظة

الاستراتيجية بالمؤسسة محل الدراسة.

✚ الذكاء الاقتصادي يساهم كليا في دعم اليقظة الاستراتيجية (أبعاد اليقظة

الاستراتيجية).

ثالثاً: منهج البحث:

اتبعنا في مبحثنا هذا المنهج الوصفي الذي يصف حالة المؤسسة ويصف مدى استخدامها

لليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي تبنيها لهما وكذلك المنهج التحليلي الذي يحلل ويصف

متغيرات الدراسة أي الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية بمختلف أنواعها وأبعادها. ومن ثم

تحليل المتغيرات الرئيسية والتابعة للوصول في النهاية الى نتائج الدراسة.

**رابعاً: أهمية البحث:**

- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من مجموع النقاط التالية:
- معالجتها لموضوعي الذكاء واليقظة الاستراتيجية اللذان يعتبران مدخلين إداريين حديثين لتطوير أداء المؤسسات والدول معاً.
  - الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية يشتركان في صلتها بموضوع التنافسية التي تنتج ضمن المفاهيم الدولية الحديثة التي تسعى كافة الدول لتحقيقها.
  - توضيح مختلف مفاهيم اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي وكيفية إرسال هاذين المفهومين ومضمونها داخل المؤسسة.
  - المساهمة في إثراء المكتبة الوطنية والصفحة الأكاديمية بمرجع مفيد وغني فيما يخص مفهومي اليقظة والذكاء الاقتصادي.

**خامساً: دوافع اختيار الموضوع:**

ان اختيارنا لموضوع أطروحتنا كان وراء عدة مبررات ودوافع، نذكر منها النقاط التالية:

**1- دوافع ذاتية:**

تتمثل هذه الدوافع في الفضول والرغبة في الخوض في كل ما هو حديث وهذا ما يجعل المواضيع التي تتناول الموضوع قليلة خاصة باللغة العربية مما كان دافعا قويا لاختياره. فناعتنا الخاصة بالدور الكبير الذي يبديه مفهوم الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية في الفكر الاستراتيجي الحديث.

**2- أسباب موضوعية:**

تتمثل في المنافسة التي تقدمها المؤسسات الاقتصادية لأنها مدخل أساسي لأي مؤسسة ناشطة في بيئة تنافسية. وكذلك رغبتنا في الوقوف على واقع الاهتمام بالذكاء الاقتصادي وكذلك اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسة محل الدراسة.

شعورنا بقيمة الموضوع في ظل محيط قائم على اقتصاد المعرفة الذي يسوده التنافس من كل جهة.

**سادساً: صعوبات البحث:**

- وكأي بحث علمي لا يخلو من الصعوبات واجهنا منها عدة عقبات نذكر منها:
- ✓ شح المادة العلمية التي تجمع بين الموضوعين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية.
  - ✓ وكذلك واجهتنا صعوبة أخرى تتمثل في عدم استقرار معجم الذكاء الاقتصادي والتضارب بين المفكرين حول استخدام المصطلحات.

الفصل الأول  
مدخل للذكاء الاقتصادي  
واليقظة الاستراتيجية

## مقدمة الفصل الأول:

تميزت الفترة الأخيرة بسرعة تطور وتغير وعمق المتغيرات العالمية التي تعمل في ظلها المؤسسات الاقتصادية على اختلاف نوعياتها وتوجهاتها الامر الذي جعل من أساليب منظم لتخطيط التقليدي غير ناجعة وغير فاعلة في التنبؤ والخبرة في تحليل التغيرات والتطورات الداخلية والخارجية. أي ان الآليات المقدمة لم تعد لها القدرة على مواجهة تحديات المستقبل ولم تعد تستطيع التكيف مع المتغيرات العالمية المتوالية، مما أدى انخفاض المعايير التي تعتمد عليها المؤسسة لنفسها مقارنة بالمعايير الخارجية التي فرضها أفضل المنظمات الاستراتيجية في العالم. من تطور في مجال اليقظة الاستراتيجية وخاصة فيما يسمى الذكاء الاقتصادي، ومنه فلا بد من أن المؤسسة عليها ان تعيد صياغة خططها الاستراتيجية الداخلية والخارجية، بما يتوافق مع التحول والتطور الاقتصادي العامل حتى تواكب التطور وتكون في طريق موازي لأفضل المؤسسات المنافسة، الذي يضمن استمراريتها وسنتطرق في خطتنا هذه لمفهوم اليقظة الاستراتيجية وأهميتها في المؤسسة الاقتصادية وكذلك سنتطرق لمفهوم الذكاء الاقتصادي وتحديد علاقة اليقظة الاستراتيجية بالذكاء الاقتصادي ودور الذكاء الاقتصادي في دعم اليقظة الاستراتيجية للمؤسسات الاقتصادية. لكونهما عنصران أساسيان في الأنظمة التسييرية في قطاع المؤسسات لما لها من دور في مراقبة البيئة والتنبؤات بالتغيرات المستقبلية للإسهام في تحديد أفضل القرارات الاستراتيجية بالذكاء لبلوغ الأهداف.

**المبحث الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي**

يعتبر مصطلح الذكاء الاقتصادي من المصطلحات والتعاريف التي تطورت في الأعوام الأخيرة نظراً للاهتمام المتزايد بالمعلومات وتعاضم دور المعرفة في اقتصاديات الدول، وقصد فهم مفاهيمه سنتطرق إلى نشأته وأهم التعاريف المقدمة له، من خلال المطلب الأول، ثم نبرز أهم مراحل وأهدافه التي تميزه في المطلب الثاني، أما المطلب الثالث فسوف نبرز فيه أهم الخصائص والوظائف المكونة للذكاء الاقتصادي.

**المطلب الأول: مفهوم الذكاء الاقتصادي ونشأته**

يمكن القول انه لا يوجد تعريف كامل وشامل للذكاء الاقتصادي ولعل ذلك ما أدى إلى وجود تعاريف كثيرة له وهو ما سوف نتطرق إليه من خلال الفرع الثاني أما الفرع الأول فسوف نبرز فيه النشأة المميزة له.

**الفرع الأول: نشأة الذكاء الاقتصادي****أولاً: النشأة:**

إن فكرة الذكاء الاقتصادي نشأت مع ظهور التجارة و تطورت مع ظهور اقتصاد السوق وقد أوضح (F.Braudel) أن المنافسات ازدادت قوة بالمدن التجارية منذ القرن الخامس عشر وامتدت إلى القرن الثامن عشر، وان وجود المنافسة بين تلك المدن و بالأخص في شمال إيطاليا، اتسمت في بدايتها بالهجومات التجارية و التجسس الاقتصادي<sup>1</sup>.

وفي دراسة أخرى حوله بعد الحرب العالمية الثانية (Kent) تحليلاً ناجحاً لإقناع القادة العسكريين بتقديم حلول لمعالجة بعض المشاكل التي تواجه القادة اثناء الحروب والتي كانت من مراحل الذكاء لاحقاً<sup>2</sup>. ووضح أيضاً في دراسة أخرى بان التطور التاريخي له جاء من الفكر العسكري البريطاني في عام 1870 معتمداً على المعلومات من اجل اكتشاف نقاط الضعف والقوة للمنافس وتحليل تلك الأفكار لغرض التصدي للصعوبات، ثم تطور المفهوم داخل المؤسسات وتغير المصطلح الى ذكاء الاعمال، وفي سنة 1950 ظهر الذكاء الاقتصادي في اليابان، والذي يعد اول بلد يعتمد على تبادل المعلومات من خلال (MITI) وهي وزارة التجارة الدولية والصناعة، والتي أضحت أساس المعرفة وقاعدة المعلومات الأولى في اليابان بمساعدة منظمة التجارة الخارجية، وفي عام 1958 وضع المؤلف (Luhi) مصطلح لذكاء الاعمال، في حين قدم المؤلف (Aguilar) في عام 1963 اول دراسة لظاهرتي اليقظة والذكاء، ويعد العالم (H. Wilensky) في عام 1967 أول من وضع تعريفاً للذكاء الاقتصادي.

<sup>1</sup>د نبيل مهدي الجنابي، الذكاء الاقتصادي، المدخل الحديث للاقتصاد المعرفي، جامعة القادسية، الطبعة الأولى سنة 2019 ص 35

<sup>2</sup>نبيل مهدي الجنابي، مرجع سابق ص 35-36

أما في الولايات المتحدة الأمريكية وفي سنة 1980 ونتيجة لتطور الأسواق بواسطة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقد اقترح (Porter) أستاذ جامعي في (Harvard) أول نموذج للذكاء الاقتصادي والذي ازدادت فيه المعلومات الى مرحلة معالجتها وإيصالها للمعنيين وتحويلها، ولا يتوقف عند مجال المنافسة فقط بل يتجاوز كافة مجالات المؤسسات، اما في فرنسا فقد ظهر سنة 1990 ليصبح شاملاً لمراقبة المحيط وإدارة المعلومات وأهميتها للمختصين وبعد عام 1992 كان اول ظهور رسمي له في فرنسا، في حين قدم العالم (H.Martre) اول تعريف علمي عام 1994 في التقرير الصادر من المحافظة العامة للتخطيط في فرنسا<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: مفهوم الذكاء الاقتصادي

#### تعريف:

الذكاء الاقتصادي بصفته البحث عن المعلومات واستخدامها لتحقيق هدف اقتصادي موجود منذ زمن ففي وقت ارتبط هذا المفهوم بالاكتشافات والتجارة بالمعلومات التي يأتي بها التجار وقد شكلت هذه الكتابات مصادر مهمة للدول والمؤسسات.

الدول كاليابان وبريطانيا إلى أنه ظل محل اختلاف في مفاهيمه، نظرا لتوسع معلوماته ومجالاته في كافة الميادين الإنتاجية والتجارية والخدماتية وتتمثل هذه المفاهيم فيما يلي:

لقد كان اول تعريف علمي للذكاء الاقتصادي في عام 1994، من طرف مجموعة العمل في المحافظة للتخطيط، حيث تم تعريفه على انها " مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث "معالجة و بث الأفكار المفيدة للأعوان و المتدخلين الاقتصاديين لصياغة استراتيجيتهم.

هارولد ويلينسكي: (Wilinsky) 1967 هو الذي قدم مفهوم الذكاء الاقتصادي، تحت اسم الذكاء التنظيمي ويعرفه على انه "مشكل جمع ومعالجة وتحليل وإيصال المعلومة الضرورية لسيرورة اتخاذ القرار"<sup>2</sup>.

وقد قدم تقرير مارتر (Rapport Martre) في سنة 1994 تعريفا له: "هو مجموعة من الإجراءات المنسقة للبحث، المعالجة و التوزيع بهدف استغلال المعلومة الضرورية للمتعاملين الاقتصاديين"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>د نبيل مهدي الجنابي مرجع سابق ص36-37

<sup>2</sup>الحاج سالم عطية، من تسيير المعلومات الى الذكاء الاقتصادي مرجعية نظرية للمفهوم، مجلة العلمية لجامعة الجزائر 3، المجلد:6 العدد:11 جامعة الجزائر البلد الجزائر سنة جانفي 2018، ص166.165

<sup>3</sup>بلحاج أمانة، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تخصص الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان- سنة 2014-2015 ص30

يعرفه كل من "برناد بيسون وجون كلود" في مؤلفهما "التدقيق للذكاء الاقتصادي" على انه التحكم وحسن استعمال المعلومة، ومن ثم انتاج معارف جديدة، فمن الكشف عن الأخطاء، الفرص المجمعمة، حفظ، تحليل، تصحيح، وإشاعة المعلومة الضرورية والاستراتيجية للذين هم بحاجة اليها<sup>1</sup>.

ومن خلال التعاريف السابقة التي تناولناها يمكننا استخلاص تعريف شامل للذكاء الاقتصادي: الذكاء الاقتصادي هو عملية تخطيط آليات للحصول على معلومات ضمن أطر أخلاقية وقانونية تخص البيئتين الداخلية والخارجية وتحليل المعلومات ومعالجتها من اجل اتخاذ قرارات كفيلة التي تضمن الميزة التنافسية.

### المطلب الثاني: مراحل الذكاء الاقتصادي ومهامه

من خلال هذا المطلب سنتطرق الى مراحل واهداف الذكاء الاقتصادي بحيث سنوضح ذلك في الفرع الأول مراحل الذكاء الاقتصادي، ومهامه في الفرع الثاني.

#### الفرع الأول: مراحل الذكاء الاقتصادي

باعتبار الذكاء الاقتصادي سيرورة لخلق المعرفة واستغلالها كما يصفه الكات Jean-Luis Levet في كتابه IE et l'économie de la connaissance فإنه حتى تتم هذه السيرورة يجب ان تمر بعدة مراحل، حسب عدة اعتبارات، فمنهم من عبر عنها بالنظر لما تستلزمه كل مرحلة، ومنهم من أخذ بعين الاعتبار الافراد اللازمين في كل مرحلة، ويمكننا ان نبينها كالتالي:

#### 1- تحديد احتياجات من المعلومة:

ان عملية تحديد المعلومات في منظمات الاعمال هي عملية مستمرة ودائمة، وذلك كل ما تفرضه تغيرات البيئة لما لها من تأثير على الموقع الاستراتيجي والتنافسي، وفي الوقت نفسه فان معالجة المصطلحات التي يتم جمعها، وتغير نظرة المنظمة حول البيئة التي تعيش فيها، قد تؤدي الى احتياجات جديدة من المعلومات. وكذلك توفرها يعتبر عقبة بالنسبة للمؤسسة والتي تتجلى أكثر في مساهمة حقيقية في صنع القرار، وللتقليل من هذه المخاطر والخسائر المتعلقة بالوقت، فإنه من الضروري على المنظمة تحديد الاحتياجات من المعلومات ولا بد ان يشمل بعض القضايا طويلة ومتوسطة وصغيرة الاجل.

فهذه الخطوة تعني ان المنظمة تجري انعكاس حقيقي على الجوانب الرئيسية لنشاطها وأهدافها، والتي لا تقتصر فقط على جمع المعلومات بل أيضا تحديد المحاور الاستراتيجية.

<sup>1</sup> بلحاج آمنة واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مرجع سابق ص30

## 2- جمع المعلومة:

هي الخطوة التي لا يستغنى عنها، مع تحديد الأهداف الاستراتيجية على المدى الطويل والمتوسط ويمكن المشاركة في عملية جمع المعلومات من خلال تحديد ادق وأوضح كل ما تحتاجه المنظمة من معلومات، فدقتها وجودتها تعتمد على مساهمتها في القيمة المس، ولتجنب الإفراط والتضليل يجب ان ننظر في جمع المعلومات من المدى الطويل باعتباره عملية منظمة بشكل منهجي، وجمع المعلومات يشمل الموظفين والعمال الذين يكون لهم علم ودراية بالأهداف الاستراتيجية التي تسعى اليها المؤسسة. والتي تكون عن طريق تبادل المعلومات فيما بينهم سواء كانت داخليا او خارجيا كما يأخذ صاحب المشروع الحيطة والحذر والسرية في ابحائه والتي تتم بعد:

- إضفاء الطابع الرسمي للمجالات البحثية من المعلومات: اعتمادا على المرحلة الأولى فان احتياج المؤسسة للمعلومات وفقا لخططها وأهدافها الاستراتيجية، فهي تحتاج لترجمتها في قالب من الأسئلة الواضحة والدقيقة، التي يمكن تصنيفها على شكل مصادر مختلفة من المعلومات والأفكار المطلوبة والمصطلحات والمعاني والكلمات الرئيسية التي تحتويها

- تحديد مصادر معلومات موثوق بها ذات الصلة تتكيف مع الوسائل واستراتيجية واشكالية منظمة الاعمال والتي تتم من خلال سؤالين هما:

أ- ماهي مصادر المعلومات الداخلية؟

### المعلومات الداخلية:

- الوثائق الداخلية: لوحات، وإدارة الوثائق، وأدلة الإجراءات الداخلية، محاضر الاجتماعات والزيارات والدراسات التسويقية والتقارير، الميزانيات العمومية وسجلات ما بعد البيع.....  
- الملفات: العملاء والموردين.....

معالجة المطالب الخارجية: رسائل البريد الالكترونية الواردة، والاستجاب موقع الشركة على الانترنت، ارسال السيرة الذاتية....

الشخصية: التسوق والمشتريين والتنمية المسؤولة، والإنتاج، خدمة مسؤول، ال

ب- ماهي مصادر المعلومات الخارجية؟

### المعلومات الخارجية:

- العملاء: توقعاتهم وطلباتهم...

- الانترنت: الصحافة العامة، ومواقع التواصل الخاصة بالزبائن والموردين، المنتديات،

قواعد البيانات الخارجية، الرسائل الجامعية، والشبكات الاجتماعية الانترنت....

مزودي المعلومات: الصحافة، ومراكز التوثيق، وقواعد البيانات المهيكلة، وسطاء

المعلومات...

الشركاء: الموردين والمقاولين...

المؤسسات: الإدارات والشبكات القنصلية والمنظمات المهنية.....

## 2- الشبكات الشخصية:

التظاهرات: المؤتمرات والمعارض

خبراء: المراكز التقنية ومستشارين من القطاع الخاص...

## 3- تنظيم جمع المعلومات: والتي تحتوي على ما يلي:

✚ مشاركة فعالة من مديري المؤسسات.

✚ تعيين شخص حريص عن جمع المعلومات للانتهاء من المشروع.

✚ تقييم تكلفة البحث وتكييفه مع قدرات منظمات الاعمال.

✚ تطوير خطة المراقبة.

✚ فطنة العمال في جمع المعلومات.

## 4- سرية المعلومة:

المواضيع الحساسة يجب تحديد مساعدين متخصصين في عملية الجمع، ويجب الحذر من جمع المعلومات من المصادر البشرية، حيث يجب عدم الكشف عن المعلومات السرية حتى لو أدى ذلك الى الحصول على معلومات أخرى.

ويمكن تقسيمها حسب قيمتها او حسب وسائل الحصول عليها الى ثلاثة أنواع:

- المعلومات الرمادية: كما انها مسموحة ولكن من الصعب معرفة طرقها ومواقعها لعدم إمكانية تواجدها في أي اعلان لما لها من قيمة استراتيجية عالية ويمكن تمثيلها في التقارير، والبرقيات من السفارات والقنصليات..

- المعلومة البيضاء: وهي تشير الى البيانات المسموح بها وسهلة الفهم، والمعروفة أيضا بالمعلومات المفتوحة، والتي نجدها في وسائل الإعلان العامة، ويمكن العثور عليها في الكتب والصحافة والمتاجر.... وتمثل حوالي 80% من المعلومات.

- المعلومات المظلمة: سرية للغاية ولها انتشار محدود. فقط عدد قليل من الناس يمكنهم الوصول اليه. وبمجرد حيازتها يمكن ان يؤدي ذلك الى عواقب وعقوبات قانونية على الشخص لو المؤسسة النشطة لأنه يتم الحصول عليها دون موافقة الجهات المختصة.

## 5- تحليل المعلومة:

الهدف من مرحلة تحليل ومعالجة المعلومات في عملية الاستخبارات الاقتصادية هو تزويد متخذي القرار بالمعلومات ذات الصلة. ويجب ان يركز التحليل على توفير المنتج للمستخدم النهائي الذي يلبي احتياجاته المحددة، أي توفير المعلومات التي يريدها صناع القرار.

كما أنه يزودهم بالتحليلات والحجج والتوصيات المستهدفة... بدلا من كمية كبيرة من المعلومات غير المعالجة. وبما أن التحليل يعد خطوة مهمة في عملية الذكاء الاقتصادي، فهو يعتبر الأكثر صعوبة. وعليه فإنها تشمل مرحلتين أساسيتين هما:

**التحقق من صحة المعلومات:** عملية التحقق الأولى هي التأكد من ملاءمة وصحة البيانات، أي مدى فعاليتها عندما تكون متنسقة مع متطلبات المعلومات، أي أنها توفر قيمة عند تفعيلها للتحقق من صحة المعلومات وأفضل الممارسات، وتنص على ما يلي:

تحديد المصدر الأصلي للمعلومات والتأكد من مصداقيته.

مراقبة الإجراءات المتبعة للحصول على البيانات الإحصائية.

البحث عن مصادر مختلفة لنفس المعلومات ومقارنة البيانات التي تم الحصول عليها.

نقل المعلومات الى خبراء خارجيين.

**تحليل المعلومات:** بعد تحديد جودة المعلومات من خلال التحقق من صحتها، تعمل منظمة الاعمال على تحديد قيمة الأساليب التشغيلية للتحليل. الهدف من هذا التحليل هو تحويل حجم البيانات الأولية التي تم جمعها الى قيمة مضافة.

#### 6- بث المعلومة من اجل اتخاذ القرار:

جميع العمليات المتعلقة بتحديد جمع ومعالجة المعلومات تكون عديمة الفائدة إذا لم يتم بث هذه المعلومات وايصالها الى متخذي القرار في المؤسسة. فالمعلومات لا تكون ذات قيمة الا إذا جاءت في الوقت المناسب وبالشكل المخصص للشخص الذي يستخدمها لان المعلومات لا ترقى الى مستوى الجودة. ولها قيمة استخدامية فقط إذا كانت تتوافق مع حاجة المستفيد الذي يستخدمها في مجال معين لحل مشكلة او تلبية حاجة. بمعنى آخر، إن المعلومات التي تساهم في ترشيد عملية اتخاذ القرار في الوقت المناسب وبالتكلفة المناسبة ماهي الا معلومات ذات جودة وكفاءة وفعالية عالية من حيث خصائصها. ولذلك فإن نشر وتوزيع المعلومات يشكل خطوة أساسية لتفعيل دور الذكاء الاقتصادي، لذا فهو يشترط:

تحديد قيمة المعلومة، وتحديد أدوات بث المعلومة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>بوريش احمد الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الاستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص، شهادة الدكتوراة، تخصص الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي ابي بكر بلقايد، تلمسان سنة 2018 2019 ص119 128

### الفرع الثاني: مهام الذكاء الاقتصادي

هناك تباين وتنوع في أدوار ومهام الذكاء الاقتصادي، والتي يمكن أن تقتصر على ثلاث مهام أساسية:

**1- المهمة الأولى:** يتم استخدامها في جمع وتحليل وتوزيع المعلومات التي تحصل عليها بطريقة مشروعة وقانونية، بالإضافة إلى مراقبة ومتابعة البيئة المحيطة وتحليل المعلومات واستخدامها.

**2- المهمة الثانية:** هي الحفاظ على الأصول البشرية والمادية وغير المادية. المادية سواء للمؤسسات أو الدولة، من خلال اليقظة المبكرة واكتشاف التهديدات، وكذلك اغتنام الفرص للأفراد العاملين على كافة المستويات.

**3- المهمة الثالثة:** هي الدور الذي يقوم به سواء كان دفاعيا في حماية ارث المؤسسات أو الدولة، أو ما يتعلق بالدور الهجومي من خلال استخدام المعلومات المخزنة في نظام الذكاء الاقتصادي، والتعامل مع التغيرات في بيئة المحيط الداخلية والخارجية والتأثير فيها، فضلا عن قيامه بتقليل مجالات عدم اليقين، مما يساعد في عملية اتخاذ القرار ويساهم في استمرارية المؤسسات، ومن ثم تطورها وتنميتها.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: خصائص ووظائف الذكاء الاقتصادي

يمثل امتلاك المعلومات العنصر الأول للذكاء الاقتصادي، حيث أصبح يعتبر مجالا مستقلا للبحث والنشاط له نماذجه الخاصة واساليبه ومن هنا ندرس خصائصه في الفرع الأول والفرع الثاني نتناول فيه وظائف الذكاء الاقتصادي.

### الفرع الأول: خصائص الذكاء الاقتصادي

إن حيازة المعلومة تمثل العنصر الأول للذكاء الاقتصادي، إذ صار يعتبر ك مجال للبحث والنشاط له ومن بين الخصائص الرئيسية له نذكر منها:

- ✚ الاستعمال الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات القيمة والكفيلة بإعطاء ميزة تنافسية في اتخاذ القرارات المتعددة.
- ✚ التوفر على إدارة لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين.
- ✚ الوصول إلى تشكيل جماعات الضغط والتأثير.
- ✚ السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة قانونية.
- ✚ وجود علاقات قوية بين المؤسسات، الكليات ومختلف الإدارات المركزية والمحلية.
- ✚ إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية والجيوسياسية.

<sup>1</sup>د نبيل مهدي الجنابي الذكاء الاقتصادي المدخل الحديث للاقتصاد المعرفي مرجع سابق ص 48 49

دراسة الحاضر لاستقراء المستقبل وتشخيص الأحداث والعوامل التي من شأنها

ربط المكان والزمان.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: وظائف الذكاء الاقتصادي

**1- وظيفة اليقظة:** ومن ثم فإن اليقظة تعتبر إحدى الوظائف الأساسية المدمجة في مفهوم الذكاء الاقتصادي. وهي تؤدي وظيفة المراقبة المستمرة للمحيط بهدف توفير معلومات هامة ومفيدة للمنظمة من أجل ضمان استدامتها في بيئة شديدة التنافسية.

**2- وظيفة الحماية:** تعتبر حماية المعلومة الوظيفة الثانية من وظائف الذكاء الاقتصادي، وهي ما يؤدي إلى البحث في المناقشات والادبيات الأكاديمية لإثبات ذلك، ثم إلى محاولة توضيح أهم المخاطر المرتبطة بالمعلومات، والتي تتطلب من المؤسسة وضع سياسة حماية في إطار ممارستها للذكاء الاقتصادي. في هذه الوظيفة، سيتم مناقشة النهج المتبع في شرح عملية الحماية. تجيب هذه الوظيفة المرتبطة بمفهوم الذكاء الاقتصادي عن تلك المقاربات التي تنظر إلى الذكاء الاقتصادي على أنه هو ذاته اليقظة. فاليقظة كما سبقت الإشارة إليها لا تهدف إلى حماية المعلومات بعكس الذكاء الاقتصادي الذي يقوم بهدف الوظيفة.

**وظيفة التأثير:** تجدر الإشارة إلى عدد من المناهج التي قدمها بعض الباحثين، والتي حددت التأثير كأحد وظائف الذكاء الاقتصادي فالتأثير بمفهوم الذكاء الاقتصادي: "هو قدرة المؤسسة على تعديل علاقات قوى السوق لصالحها، ومن دون الاستعانة بأصحاب القرار السياسي"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> د دحماني محمد أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد 2 جامعة وهران الجزائر سنة 2012 ص 13 14

<sup>2</sup> د الحاج سالم عطية الذكاء الاقتصادي في المؤسسة مرجعية نظرية في بنية المفهوم مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد 33 جامعة الجزائر البلد الجزائر سنة مارس 2018 ص 281 282

**المبحث الثاني: اليقظة الاستراتيجية**

نظام اليقظة الاستراتيجية هو أسلوب منظم يهتم بالإدارة المثلى للمعلومات، يساعد متخذي القرار على تطوير المؤسسة، وضمان نشاطها، وتحسين قدرتها التنافسية، من خلال خطوات عمل مدروسة، تبدأ بجميع المعلومات من البيئة الخارجية للمؤسسة، ومعالجتها وتحليلها ثم نشرها واستخدامها في استغلال الفرص المتاحة وتجنب المخاطر المحتملة. ومن هنا سنتطرق في المطلب الأول على ماهية اليقظة الاستراتيجية ونشأتها، وفي المطلب الثاني يوضح خصائصها وأهدافها، أما المطلب الثالث يحتوي على أنواع ووظائف اليقظة الاستراتيجية.

**المطلب الأول: ماهية اليقظة الاستراتيجية ونشأتها**

تعد اليقظة الاستراتيجية إحدى المفاهيم الحديثة في علوم التسيير إذ تتمثل في أسلوب منظم في الإدارة الاستراتيجية للمؤسسة. تركز على تحسين تنافسيتها من خلال التتبع والمراقبة والتحليل للمحيط العلمي والتقني والتكنولوجي والمؤثرات الاقتصادية الحاضرة والمستقبلية من أجل اكتشاف الفرص المتاحة والتهديدات المحتملة وكل هذا في طابع استباقي تطوعي ومنه فإن اليقظة الاستراتيجية توفر للمؤسسة معلومات استراتيجية حول ما يحدث في محيطها، انطلاقاً من هذه المعلومات سوف نتطرق إلى نشأة اليقظة الاستراتيجية وجذورها التاريخية وكذلك مفاهيمها المتعددة.

**الفرع الأول: نشأة اليقظة الاستراتيجية**

مع انتهاء فترة الحرب العالمية الثانية 1945 وبداية خلاص العالم من أزمة الكساد العالمي 1929 كان حصيلة لانفجار حجم عرض المؤسسات الاقتصادية أمام تقلص حجم الطلب في بيئتها الخارجية، الذي بدوره أدى إلى حصول تحول جذري في تطور المؤسسة من منطلق المنطق الإنتاجي إلى منطلق المنطق التسويقي حتى تكون بديلة ونظرة واضحة بالبيئة الخارجية. أي أصبحت المؤسسة تتلقى المعلومات اللازمة من البيئة الخارجية التي هي بدورها تحدد حجم المنتجات، حتى تكون قابلة للامتصاص في هذه البيئة للحصول على وضعية اقتصادية متوازنة قريبة لحالة التوازن.

وبمنظور آخر أحدثت نقلة نوعية في مفهوم المؤسسة فقد تحولت المؤسسة من نظام مغلق فقد كانت أشبه بعلبة سوداء، إلى مؤسسة ذات نظام مفتوح وفي تفاعل دائم مع بيئتها الخارجية. ومنه ظهر مفهوم جديد يسمى "بالمرونة" الذي يعني تفاعل المؤسسة مع التغيرات الكمية والنوعية في الطلب.

هذا وقد ظهرت منافسة جديدة ابتداءً من منتصف السبعينات. متمثلة في المؤسسات اليابانية التي بدورها حصلت على موقع الريادة في تلك الفترة في مختلف المجالات بعدما طورت من مفهوم المرونة إلى مفهوم الاستجابة التي تعني قدرة المؤسسة على إعادة صياغة اتجاهاتها الاستراتيجية

الكبرى بصورة سريعة وملائمة، من خلال مراقبة بيئة المؤسسة الخارجية ودمج التغيرات الاستراتيجية بعدما يتوافق مع التغيرات الخارجية<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: ماهية اليقظة الاستراتيجية

**تعريف اليقظة:** تعني اليقظة الرشد والوعي والعمل المخطط والمدروس وهي حالة من نفض الغبار عن الخمار العقلي وكسر الجمود عنه، بحيث يتمكن المرء من معرفة وتحصيل مكانه ووضعها بالنسبة لكل ما يحيط به، فتمنح الرؤية لديه وتتكيف حركته وفق الموجودات المادية في عمله مما ينتج عنه فرد منظم من جميع جوانب حياته<sup>2</sup>.

يمكننا ان نتطرق الى تعريف اليقظة كمعنى في حد ذاته قبل التعرف عليه في مجالنا مجال الإدارة والتسيير، بحيث اننا نعلم ان الشخص العادي يكون في احدى الحالات التالية: في حالة نوم او في حالة حلم او في حالة يقظة او مستيقظ أي يكون في حالة وعي وتكون حواسنا متفتحة ومستيقظة على العالم وفي اللغة نقول مستيقظ أي يترصد وينتبه لشيء ما لأخذ الحيطه منه على عكس الغفلة او النوم وفي هذه الحالة يكون الشخص مستعدا لاستقبال وتلقي الأشياء او المعلومات هذا للحصول عليها مما يمكنه تحليلها واستنتاج تأثيرها، وهكذا عرف المصطلح سجلا فكريا غير محدود وبهذا عرف انه عملية رصد للمحيط وتجميع المعلومات وتحليلها ووضع خطط ووفقها بهدف اتخاذ قرارات استراتيجية<sup>3</sup>.

**تعريف الاستراتيجية:** الاستراتيجية تعريف مرتبط بالمجال العسكري كأصل ظهور لها أي مجموع الخطط لأداء الجيش للوصول الى النصر، أي مفادها انها النظرة الكافية والشاملة. وقد عرفها على انها تركيبة من الأهداف التي تعمل المؤسسة على الوصول اليها وكذلك الوسائل التي توصلها الى تحقيق هذه الأهداف<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> خياط إيمان مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع إدارة اعمال بعنوان محاولة تصميم نظم معلومات خاص بالذكاء الاقتصادي المقومات والحدود جامعة الجزائر السنة الجامعية 2008 2009 ص 14

<sup>2</sup> د جاسم سلطان من كتاب الصحوه الى اليقظة الاستراتيجية ادراك الحراك ص 44

<sup>3</sup> بورش احمد مذكرة لنيل شهادة دكتوراه تخصص إدارة استراتيجية وذكاء اقتصادي بعنوان الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الاستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص جامعة أبي بكر بالقائد تلمسان سنة 2018 2019 ص 37

<sup>4</sup> بومدين فتيحة التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات سنة 2007 ص 76 77

- مفهوم اليقظة الاستراتيجية:** اختلفت وتعدت تعاريف اليقظة الاستراتيجية باختلاف الباحثين واختلاف أفكارهم وتوجهاتهم نذكر البعض منها:
- يعرفها على انها السيرورة المعلوماتية التي عن طريقها تبحث المؤسسات عن معلومات ذات طابع توقعي تحتوي تطور في بيئتها الاجتماعية والاقتصادية بهدف خلق الفرص وتقليل التهديدات.
  - عرفها بانها وظيفة ترتبط بتسيير وتنظيم المعلومات حتى تكون المؤسسة أكثر تنافسية وذكاء وأكثر قوة استراتيجية مما جعل بالكثير من المؤسسات بتخصيص هيئات سميت بخلايا اليقظة من اجل تجميع وتحليل وتوثيق هاته المعلومات<sup>1</sup>.
  - وبالنسبة لعلامة فان اليقظة الاستراتيجية هي المتابعة الاجمالية والذكية لمحيط المؤسسة من اجل رصد المعلومات الحاملة لفرص المؤسسة...لتحقيق أهدافها المسطرة بطريقة أكثر تطور وسرعة اتباع نهج استراتيجيا من أفضل المؤسسات العالمية لضمان سيرورة نشاط المؤسسة ومراقبتها باستمرار.
  - اما السفير فعرفها بانها عملية مستمرة يتم فيها مراقبة البيئة وتحليلها وجمع المعلومات باستمرار وتحديد الفرص للاستلاء عليها والتهديدات لتجنبها وتقليل تأثيرها<sup>2</sup>.
  - ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا استخلاص ان اليقظة الاستراتيجية هي مجموع التنظيمات والخطط ذات الرؤية الواضحة التي تقوم بوضعها المؤسسة.

<sup>1</sup>حسيبة سعد الدين واقع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الخدمية مسيلة الجزائر ص28

<sup>2</sup>دريم احمد مختار مجلة أسبوط للعلوم وفنون التربية الرياضية ص 15 38

**المطلب الثاني: خصائص واهداف اليقظة الاستراتيجية**

نظرا لظهور الحياة الاقتصادية بشكل عام وفي المؤسسة بشكل خاص ظهرت اليقظة الاستراتيجية حامل لمجموعة من الخصائص المتطورة التي ساهمت في تسهيل عمل ونشاط المؤسسة وجعلها أكثر تنظيم من ذي قبل وكذلك رسم الطريق نحو تحقيق اهداف المؤسسة وسنتطرق في هذا المطلب لفرعين حول اليقظة الاستراتيجية من خصائص اليقظة الاستراتيجية وكذلك أهدافها.

**الفرع الأول: خصائص اليقظة الاستراتيجية**

اليقظة الاستراتيجية هي مجموع القرارات الرشيدة المتخذة بصفة مخطط لها عن طريق توقع النتائج، تسطيرها وتأطيرها حتى تتمكن المؤسسة الاقتصادية في منافسة باقي المؤسسات ومنه تكون نوعية القرارات الاستراتيجية أكر فطنة وفعالية مما يجعل المؤسسة أكثر انتباها للإشكاليات المتوقعة وأكثر جودة في صناعة القرارات ويتميز الزهيري 2018 65 الى ان اليقظة الاستراتيجية تتميز بمجموعة من السمات والخصائص وهي كالتالي:

**1- التوجه الاستراتيجي:** حيث يختص المدير والإدارة في رسم ووضع القرارات المحكمة لتوجيه وتطوير المؤسسة نحو المستقبل وذلك في بيئة تنافسية من خلال تحديد مواضع القوة والضعف للمؤسسة وبالمقابل تحديد مصادر القوة التي تعتبر أحد مقومات النجاح المتوفرة للمؤسسة في بيئتها، وعليها ترسم المؤسسة طريقا استراتيجيا يسهل على المؤسسة بلوغ أهدافها من خلال البحث وتوفير المعلومة الاستراتيجية التي توفرها خلية اليقظة داخل المؤسسة لضمان استمرارية هذه المؤسسة لأبعد الأمد...<sup>1</sup>

**2- ذكاء جماعي:** اذ ان الذكاء في اليقظة الاستراتيجية لا ينحصر على الفرد وانما بجماعة يقومون بتنسيق مهاراتهم وتجميع معارفهم ومكتسباتهم مع بعضهم البعض لجمع واستثمار الاحداث والمعلومات الداخلية والخارجية وتحليلها مع محاولة فهمها فهما استراتيجيا لاتخاذ أفضل قرار يناسب المؤسسة ويمنحها القدرة اللازمة على التطوير والابتكار...<sup>2</sup>

**3- الابداع:** اليقظة الاستراتيجية محفز أساسي على الابداع من خلال اكتشاف طرق جديدة في اتخاذ قرارات استراتيجية غير مكررة وبصورة ذكية وتطلع مستقبلي للسير الأمثل للمؤسسة داخليا وخارجيا. اذ تعتبر البيئة أكثر عوامل الابداع (الموارد البشرية، المنظمة، الموارد المالية..). فعلى المؤسسة الانفتاح على البيئة ومراقبتها ووضع تحليل كامل فكل متغيراتها حتى تحصل على

<sup>1</sup>بورش احمد نفس المرجع السابق ص 38

<sup>2</sup>علاوي نصيرة اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة مجلة الباحث الاقتصادي العدد 02 2014 جامعة

أفكار إبداعية متجددة وانتهاز الفرص المتاحة كما تقلل نقطة عدم التأكد الذي يعتبر هدفا أساسيا لليقظة...<sup>1</sup>

**التوقع:** أي بعدما تقوم المؤسسة بتيقظ للمعلومات وجمعها من بيئتها الداخلية والخارجية وتحليلها فإنها بذلك تتمكن من استنتاج وتوقع النتائج والتنبؤ بالتغيرات التي يجب ان نتخذها دون وضع قرارات متكررة.

**المحيط:** وهو البيئة التي تتحكم في نوعية القرارات التي تتخذها المؤسسة<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: اهداف اليقظة الاستراتيجية

ان وجود نظام يعتمد على اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة يدفع بالأفراد داخل المؤسسة الى السعي نحو تحسين ورفع من جودة أدائهم والابداع في عملهم مما يحفز المؤسسة على رفع سعة أهدافها للحصول على تحصيل ابداعي أفضل في كل المجالات ومن هنا يمكننا تلخيص اهداف اليقظة الاستراتيجية فيما يلي:

- 1- **تحسين الأداء المؤسسي:** يعني ذلك تحديد أفضل الممارسات والخطوات التي يجب على المؤسسة اتباعها بوتيرة متجددة لتحسين الخدمات وفق ما تمليه المعايير السائدة<sup>3</sup>.
- 2- **المعالجة التخطيطية الهادفة للمعلومات:** من خلال المعالجة التخطيطية الهادفة يتم تحديد مصادر المعلومات لتمر هذه المعلومات بدورها غير مختلف المستويات التنظيمية المعنية بها<sup>4</sup>.
- 3- **اكتساب ميزة المرونة والسرية:** يشترط هذا الهدف توفر ميزة الحداثة في قيمة المعلومة، بمعنى وجوب توفر المعلومة في الوقت المناسب مما يؤدي الى سرية عملية اتخاذ القرار وبالتالي سرعة رد الفعل لمواجهة التحديات المحيطة بالمؤسسة<sup>5</sup>.
- 4- **تحقيق الوفرة:** بعد ان تقوم المؤسسة بدراسة المحيط فإنها تتاح لها ميزة تحديد نقاط القوة التي تهدف بالوفرة من الناحية المالية من خلال التحسين من الخصائص التقنية للمنتج وجودته بأقل كلفة<sup>6</sup>.

<sup>1</sup>لعجوز حسين زبييري نورة خرخاش جميلة ملخص واقع اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جامعة مسيلة ص 03

<sup>2</sup>لعجوز حسين زبييري نورة خرخاش جميلة نفس المرجع السابق ص 04

<sup>3</sup>صابر علي ورقة عمل بعنوان اليقظة الاستراتيجية قسم التربية والمقارنة والإدارة التعليمية ص 03

<sup>4</sup>نجلاء عبد التواب عيسى عبد القادر مجلة كلية التربية الجزء 1 عدد أكتوبر 2018 ص 16

<sup>5</sup>نجلاء عبد التواب عيسى عبد القادر نفس المرجع السابق ص 17

<sup>6</sup>علاوي نصيرة مرجع سابق ص 117

## المطلب الثالث: أنواع اليقظة الاستراتيجية ووظائفها

تلعب اليقظة الاستراتيجية دورا متكاملا في نظام الذكاء الاقتصادي بالنظر الى اليقظة الاستراتيجية. فهي سيرورة منسقة ومستمرة تستطيع بواسطتها المؤسسة جمع المعلومات من بيئتها الخارجية ومعالجتها واستغلالها، ومن خلالها يمكننا ان نميز بين العديد من أنواع اليقظة انطلاقا من تقسيمات البيئة (اقتصادية، اجتماعية، تنافسية) وكل نوع يختص بمجموعة من وظائف اليقظة الاستراتيجية وفي مطلبنا هذا سوف ننظر ونجد أنواع اليقظة الاستراتيجية ووظائفها.

## الفرع الأول: أنواع اليقظة الاستراتيجية

يتضمن مفهوم اليقظة وصفا شاملا ومفصلا عن اليقظة الاستراتيجية والتي تتكون عن عدة أنواع متكاملة تمثل اليقظة الشاملة على محيط المؤسسة وتتووع اليقظة الاستراتيجية كل حسب مجال تخصصها يمكننا تعدد أنواع اليقظة الاستراتيجية فيما يلي:

## 1- اليقظة التكنولوجية:

تعني اليقظة التي تركزها المؤسسة بصفة خاصة لتطوير التكنولوجيات، أي تقوم بمراقبة وملاحظة وتحليل المحيط التكنولوجي والعلمي وتأثيراته الاقتصادية الحاضرة والمستقبلية مما يسمح بتوقع المخاطر والتهديدات الناجمة وكذلك اكتشاف فرص التطوير<sup>1</sup>.

## 2- اليقظة التنافسية:

تعني في مجملها النشاط الذي يسمح للمؤسسة بالتعرف على منافسيها الحاليين والمحتملين من خلال جمع وتحصيل المعلومات حول المنافسين الموجودين في السوق والمحتمل ظهورهم مستقبلا في البيئة التنافسية للمؤسسة ثم تحليل تلك المعلومات للكشف عن نقاط القوة والضعف للمنافسين وبعد ذلك صياغة الاستراتيجية التي تسمح لها بالمواجهة والتسابق نحو الأفضلية حتى تضمن مكانتها في السوق وتثبت وجودها بقدراتها التنافسية.

مما ذكرنا سابقا يمكننا ان نقول ان اليقظة التنافسية تقوم بدراسة نشاط منافسيها ومتابعته وتحليل المعلومات المجمع مسبقا حتى تكتشف استراتيجياتهم وعليها تصيغ خطتها الاستراتيجية التي تضمن لها مكانة سوقية أفضل.

🔑 منتجات المؤسسة المنافسة: التشكيلية العامة، القطاعات السوقية، الحصص السوقية.

🔑 تقنية البيع والتوزيع: شبكة التوزيع، خطة التوزيع، الأسعار المطبقة.

🔑 الشركاء: شبكة الموردين، المقاولين، العلاقة مع بقية الاعوان.

🔑 الإنتاج: نظام الإنتاج، المواد والمهارات المستعملة، تكلفة الإنتاج.

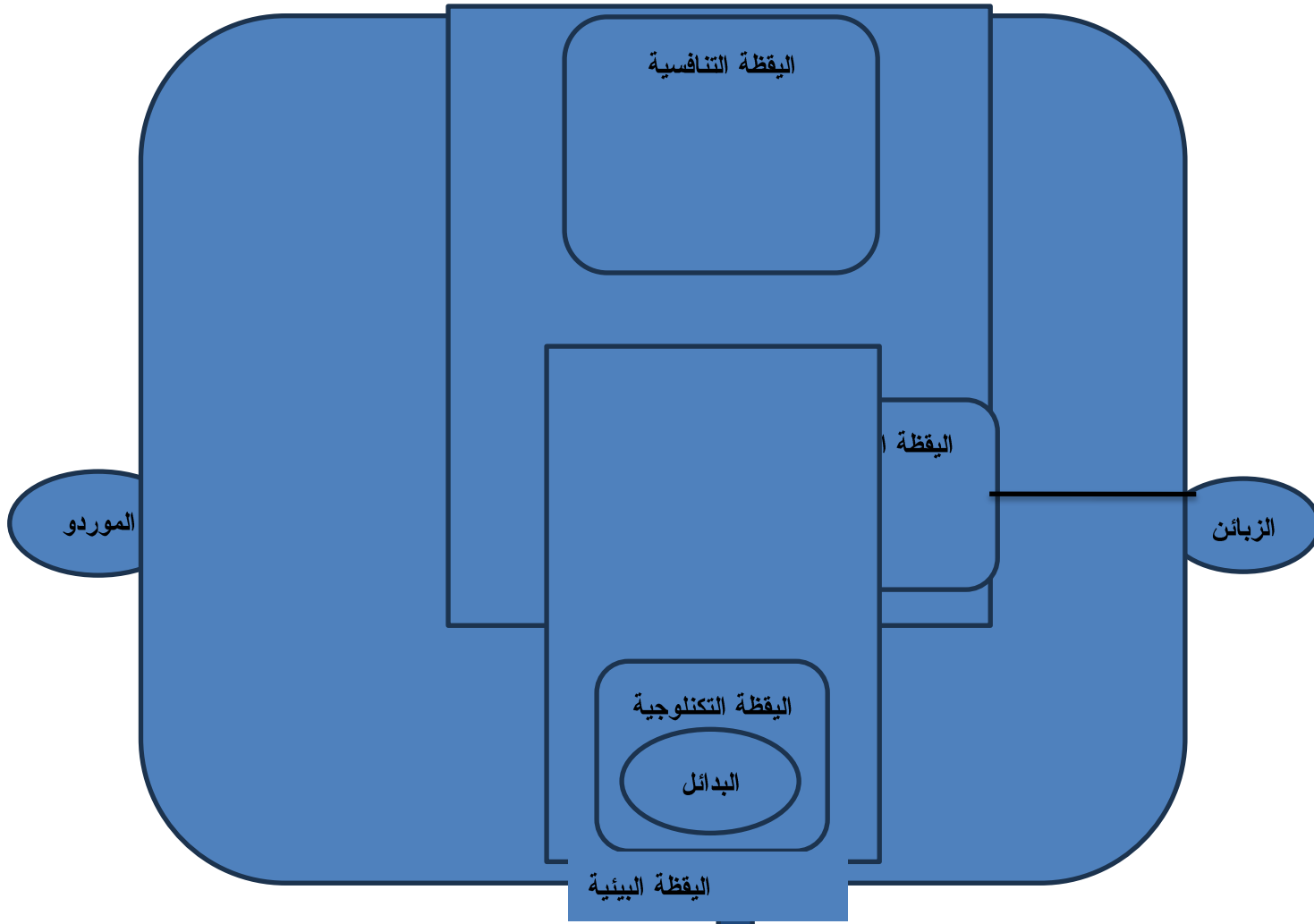
🔑 البحث والتطوير: التكنولوجيا، وبراءات اختراع مسجلة.

<sup>1</sup> علاوي نصيرة مجلة الباحث الاقتصادية العدد 02 214 ص 168

مما سبق نلاحظ ان اليقظة التنافسية انها ترتبط في العديد من الأوجه والنقاط مع اليقظتين التجارية والتكنولوجية يعود ذلك ان اليقظة في كل أنواعها تسعى لإدخال المؤسسة في السباق التنافسي<sup>1</sup>

### 3- اليقظة التجارية:

يهتم هذا النوع من اليقظة بالإحاطة بمعلومات سوق المؤسسة وتطورها ونشاطها ودراسة سلوك العميل والزبائن ومحاور اتصال منافسيها دراسة مفصلة وبسيطة مما ينتج عنه التنبؤ بتغير احتياجات سوق العمل ومن مميزات اليقظة التجارية انها تسمح باكتشاف أسواق جديدة وتقديم مقترحات حول منتجات جديدة بمعايير سوقية جديدة مع مواصلة اتباع تطور هذه المنتجات في السوق بشكل مستمر بما يتوافق مع حجم الطلب<sup>2</sup>.



الشكل يوضح الأصناف الأربعة الكبرى لليقظة

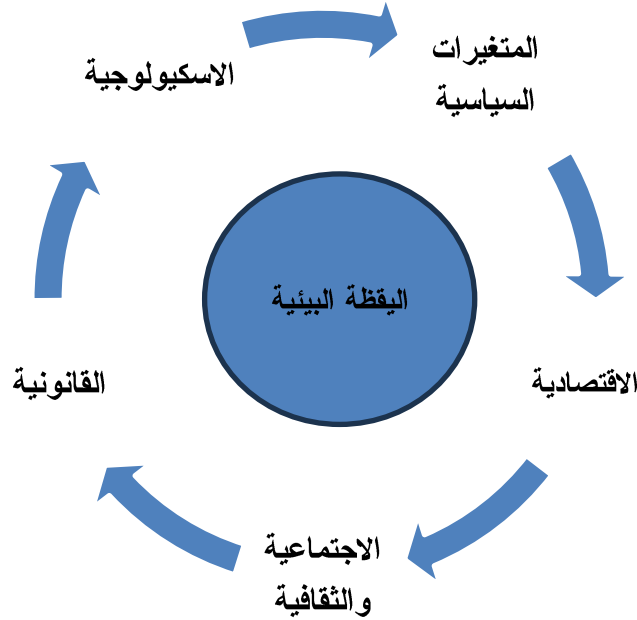
<sup>1</sup>حبيبة سعد الدين واقع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الخدمية الجزائرية دراسة عينة من بنوك مسيلة الجزائر

مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية المجلد 07 العدد 01 2023 ص 34

<sup>2</sup>تجلاء عبد التواب عيسى عبد القال خريطة استراتيجية مقترحة لتحقيق اليقظة الاستراتيجية في

#### 4- اليقظة البيئية:

تشمل مجالات البيئة الخارجية للمؤسسة، والتي تكون محاولة حصرها وعرضها بصفة كاملة ومنهجية أمرا قريبا من المستحيل وتتضمن (يقظة الموارد البشرية، اليقظة القانونية، اليقظة الأفقية، اليقظة الجيوسياسية والثقافية).



#### الفرع الثاني: وظائف اليقظة الاستراتيجية

تتمثل وظائف اليقظة الاستراتيجية فيما يلي:

**الوظيفة الإعلامية:** تكمن في توفير البيانات والمعلومات اللازمة التي يحتاجها متخذ القرار الاستراتيجي.

**الوظيفة التحليلية والتلخيصية:** وهي وظيفة مكملة للوظيفة المذكورة سابقا وتعني تحليل المعلومات الملائمة واستخلاص العناصر المهمة منها.

**الوظيفة الاستباقية واستحداث الفعل:** تمثل الوظيفة الرئيسية لليقظة الاستراتيجية اذ تستبق تغيرات السوق المنافسة من خلال التشخيص المبكر والمسبق للفرص والتهديدات المطروحة ضمن البيئة المحيطة بالمؤسسة.

**وظيفة انتاج المعرفة:** يقصد به الانشاء الجماعي للمعنى الذي يعد عنصر أساسي وحيوي وفعال من محاور ومسارات اليقظة الاستراتيجية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>عقيلة صدوقي مرجع سابق ص 40 41

**المبحث الثالث: دور الذكاء الاقتصادي في دعم اليقظة الاستراتيجية**

يعد الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية من أهم وأحدث النظم الإدارية التي تضمن بقاء المنظمة واستمرارها في بيئة سريعة التغير والتعقيد، مما يجعلها عرضة لسلسلة من الأحداث التي يؤدي تطورها الى وقوع المنظمة في الأزمات. وتظهر القوة الحقيقية للذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية في قدرتها المتميزة على استشرف المستقبل من خلال توفير معلومات مؤكدة وكاملة وذات مصداقية وعالية الجودة يتم استغلالها بشكل جيد وفي الوقت المناسب لصنع استراتيجية مهمة. واتخاذ قرارات لمنع الازمات. ومن هنا سنوضح اليقظة الاستراتيجية وعلاقتها بالذكاء الاقتصادي في المطلب الأول، أما المطلب الثاني يحتوي على دور الذكاء الاقتصادي في دعم اليقظة الاستراتيجية، والأهمية الاستراتيجية للذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية في المطلب الثالث والأخير.

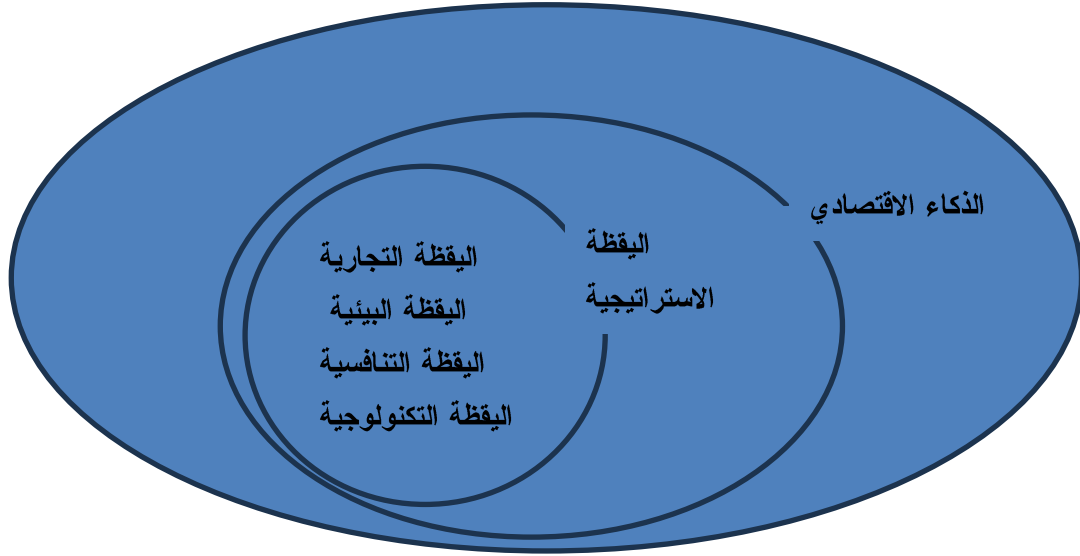
**المطلب الأول: اليقظة الاستراتيجية وعلاقتها بالذكاء الاقتصادي**

من خلال المبحثين السابقين وبالاطلاع على مفهومي اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي اتضح انهما مفهومان متقاربان من حيث المفهوم والفعالية والتطور حيث ظهور اتجاهات حول علاقة اليقظة الاستراتيجية بالذكاء الاقتصادي فهناك من يرى ان مفهوم اليقظة الاستراتيجية هو نفسه الذكاء الاقتصادي وفي المقابل هناك من يتجه الى ان هناك اختلافات بين المفهومين في حين ان البعض من المفكرين يعتبرون ان مفهوم اليقظة مكمل للذكاء الاقتصادي.

**الفرع الأول: اليقظة الاستراتيجية مرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي**

يعتبر هذا الاتجاه ان اليقظة مرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي، اذ ان اليقظة هي عملية منظمة ومستمرة تقضي للمؤسسة رصد كل المستجدات في محيطها (المحيط التنافسي، التكنولوجي، القانوني...) في المجال الذي تشغله المؤسسة أما الذكاء الاقتصادي فهو أشمل من اليقظة فهو بمثابة إضافة الى مفهوم اليقظة فهو وسيلة من اهم وسائل الاقتصاد المفتوح الذي يشهد حاليا تغيرات جذرية من خلال تطور تكنولوجيا للمعلومات والاتصالات خصوصا مع زيادة حدث المنافسة ومنه فإن اليقظة مرحلة مهمة من مراحل الذكاء الاقتصادي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> علاوي نصيرة مذكرة ضمن نيل شهادة ماجستير اليقظة الاستراتيجية كعامل لتغير المؤسسة تخصص تسيير



شكل علاقة الذكاء الاقتصادي باليقظة الاستراتيجية

### الفرع الثاني: اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي مفهومان مختلفان

يرى أصحاب هذا الاتجاه ان اليقظة الاستراتيجية مفهوم منفصل عن الذكاء الاقتصادي وأنها مفهوم منفرد بذاته بحيث تعد اليقظة الاستراتيجية الوظيفة العملية للمنظمة الاقتصادية التي تهتم بجمع المعلومات باستمرار واستخدامها الاستخدام الأمثل من أجل مساعدة المديرين على اتخاذ القرارات المناسبة التي من شأنها تطوير المنظمة الاقتصادية<sup>1</sup>.

وكذلك اليقظة يمكن للمؤسسة تبنيتها، والعمل بها بسهولة ويسر داخل المؤسسة اذ انها لا تتطلب وسائل معقدة كونها تقتصر على المؤسسة. اما الذكاء الاقتصادي فيتطلب وسائل أكثر تطوراً وعمقا ودقة وأساليب معقدة إضافة الى المدة التي تستغرقها المؤسسة في تفعيل الذكاء الاقتصادي لديها، فضلا عن كونه يقوم بتحليل المعلومات تحليل ذكي ودقيق حتى تنتج في النهاية قرارات رشيدة وإجراءات الغرض منها الدفاع والهجوم وحماية الامن الاقتصادي حيث تتعدى مهامه وأهدافه المؤسسات فقط بل تتعدى الى أوسع من ذلك ليشمل القرارات الاستراتيجية للبلدان ومن هنا يرى المفكرون أصحاب هذا الاتجاه ان الذكاء الاقتصادي يختلف عن اليقظة كونه أكثر شمولاً في مفهومه ومهامه وأهدافه<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>www.Spskills.com

<sup>2</sup>نبيل مهدي الجنابي كتاب الذكاء الاقتصادي المدخل الحديث للاقتصاد المعرفي جامعة القادسية الطبعة الأولى

## المطلب الثاني: دور الذكاء الاقتصادي في دعم اليقظة الاستراتيجية

يرى الكاتبان Bernard Bosson و Jean Claude Possin ان اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي مفهومان مكملان لبعض من جانب ان المؤسسة تحتاج لمعلومات تكنولوجية من عدة جوانب (المنافسين، الموردين، الزبائن..) وتعني في مجملها كل المعلومات المتاحة في بيئتها الخارجية. وبالخصوص تلك النقاط والمعلومات المتعلقة بالمنافسين حتى تكون في ترقب وترصد دائم حول كل ما هو جديد وكذلك تتبع أحداث الابتكارات والتطورات والابداعات وبهذا الوضع تكون المؤسسة مجبرة على التأهب واليقظة الدائمة والفعالة نحو المحيط من أجل تحسين نوعية منتجاتها حتى تتواءم المعايير الدارجة في إطار اليقظة التنافسية مما يسمح للمؤسسة فرصة اتخاذ انجح قرار ممكن في مصادرها العملي ومن اجل هذا الأخير في اتخاذ القرار يتطلب وجود ذكاء اقتصادي الذي يلعب دور في مراقبة الوضع، والمحيط المعقد والذين يسكن حتى يتسنى للمؤسسة بلوغ أهدافها والتقليل من المخاطر الناجمة ومنه فإن اليقظة الاستراتيجية عنصر مغذي للذكاء الاقتصادي بالمعلومات المختلفة عن البيئة<sup>1</sup>.

كذلك اليقظة تختلف أنواعها تعمل على متابعة ومراقبة نظامية لكل عناصر النشاط لكنه يعتبر غير كاف، اذ انه وجب الأخذ بعين الاعتبار مراقبة العوامل الثقافية جماعات الضغط، التأثير، الاستعمال الهجومي والدفاعي للمعلومة وهذا ما يعطي البعد الشمولي للذكاء عن اليقظة. أي ان الذكاء أشمل من اليقظة.

## الفرع الأول: دور الذكاء الاقتصادي في دعم اليقظة الاستراتيجية

تظهر القوة الحقيقية للذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية في قدرتها المتميزة له توقع المستقبل (أداة انذار مبكر) من خلال توفير معلومات أكيدة كاملة وذات مصداقية وجودة عالية تستغل بشكل جيد وفي الوقت المناسب لاتخاذ القرارات الاستراتيجية والمهمة قصد الوقاية من الازمات.

من أهم الخصائص والمميزات التي يمتاز بها الذكاء الاقتصادي التي تميزه عن باقي المفاهيم أنه يعتمد على استخدام الأداء التكتيكي والاستراتيجي للمعلومات ذات القيمة والتي تعد أساساً للميزة التنافسية في عملية اتخاذ القرار مما يسمح بدعم اليقظة التنافسية لدى المؤسسة الاقتصادية. إضافة إلى ذلك يوفر الذكاء الاقتصادي علاقات قوية ومرتبطة بين المؤسسات والإدارات المركزية فهو

<sup>1</sup> بورش أحمد الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الاستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص أطروحة مقدسة لنيل شهادة دكتوراه تخصص الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان سنة 2018 ص 65

يقوم بحيازة المعلومات وتبادلها. ومنه فإن المؤسسة تكون في حالة يقظة حول المؤسسات المحيطة ومعلوماتها إذ أنه يقوم بجمع المعلومات وتحليلها.

وكذلك من مهام الذكاء الاقتصادي المحافظة على الأصول البشرية، المادية، وكذلك الغير مادية المتعلقة بالمؤسسات أم الدولة من خلال اليقظة المبكرة واكتشاف التهديدات وأيضا اقتنا من الفرص للأفراد العاملين ولجميع المستويات. مما ينتج عملية اتخاذ القرار ويساهم في استمرارية المؤسسة ومن ثم تطورها وتمييزها<sup>1</sup>.

ومنه يعتبر الذكاء الاقتصادي عملية استراتيجية لا يمكن للمنظمة الاستغناء عنها فهو يزودها بالمعلومات التي تؤهلها لمواجهة المنافسة بشكل أحسن في جوانب البيئة المختلفة ومنه وبالتالي فقد أظهر الذكاء الاقتصادي دوره الداعم لليقظة الاستراتيجية.

### الفرع الثاني: دور الذكاء الاقتصادي في دعم اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية

تهدف هذه الدراسة الى ابراز الدور الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في دعم عملية اتخاذ القرار في المؤسسة بالتطبيق على مؤسسة اتصالات الجزائر فرع شلف، حيث تم توزيع الاستبيان على عينة عشوائية مكونة من (55) رئيسا بالمؤسسة. ومن النتائج التي توصلت اليها الدراسة وجود علاقة ارتباط بلغت (0.71) بين الذكاء الاقتصادي وكفاءة عملية اتخاذ القرار بالمؤسسة، كما بينت الدراسة ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية لدور الذكاء الاقتصادي في دعم كفاءة عملية اتخاذ القرار تعزى لاختلاف الشهادة العلمية لدى الرؤساء بالمؤسسة.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: الأهمية الاستراتيجية للذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية

ادى تسارع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واقتصاد المعرفة الى تطوير مفاهيم جديدة لتحقيق التنمية الاقتصادية واهمها الذكاء الاقتصادي، والذي يكون من خلال البحث والتطوير ومعالجة ونشر المعلومات المفيدة والحساسة لمختلف الجهات. في العملية الاقتصادية، العملية التي تمس جميع الهيئات والشركات الحكومية وغير الحكومية على اختلاف أنواعها وطبيعة وحجم نشاطها. ونطاق تواجدتها سواء في أسواقها المحلية او العالمية. أصبحت الشركات مطالبة أكثر من أي وقت مضى بإنشاء السيطرة في نظام متكامل يتضمن التقنيات والمهارات البشرية التي تضمن الوصول الى المعلومات الصادقة والنقدية في الوقت المناسب للتمكن من ذلك وضع استراتيجيات للحصول على مراكز تنافسية مثالية امام الشركات المنافسة في نفس قطاع النشاط سواء على نفس المستوى المحلي او الدولي. الذكاء الاقتصادي هو عملية محددة في مواجهة المنافسة بالنسبة

<sup>1</sup>دكتور نبيل مهدي كتاب الذكاء الاقتصادي الدخل الحديث للاقتصاد المعرفي الطبعة الأولى 2019م 1440هـ

جامعة القادسية ص 48 49

<sup>2</sup>الكاتب مصنوعة احمد بن يوس احمد مقال المقريري للدراسات الاقتصادية والمالية

للشركات، وينطبق الشيء نفسه على البلدان التي تطمح الى تحقيق التنمية ولان ذلك لا يمكن ان يتحقق الا بفضل الذكاء الاقتصادي الذي يسمح لك بالمساهمة في صياغة السياسات التنموية المناسبة وهنا سنتطرق الى الفرع الأول الذي يشمل طرق الذكاء الاقتصادي في التحليل الاستراتيجي والفرع الثاني تعامله مع المعلومة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية والفرع الثالث لأهمية الاستراتيجية للذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية.

### الفرع الأول: طرق الذكاء الاقتصادي في التحليل الاستراتيجي

لقد خلقت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جميع الظروف لنمو عمليات الاستخبارات الاقتصادية في العالم. أدت الزيادة السريعة في عدد أجهزة الكمبيوتر وطرق جمع المعلومات وتحليلها الى اعتماد الذكاء الاقتصادي من قبل مختلف المؤسسات والهيئات العامة والخاصة. ومن بين المؤسسات لت على إيجاد نماذج للذكاء الاقتصادي، نذكر نموذج 1995 ويضم هذا النموذج ست أدوات وهي على التوالي:

1- **ملمح نوايا وقدرات المسيرين:** يسمح بالتنبؤ بقرارات هؤلاء وتحديد العوامل التي تؤثر على إجراءات اتخاذ القرار لديهم. ولإعداد الملمح النفسي لصاحب القرار، وجب الأخذ بعين الاعتبار سبعة محددات هي: أنماط القيادة والثقافات، المسارات المهنية، الكفاءات، التوجهات، الميولات والقرارات السابقة. كما يتم تحليلها في أي مناخ حالي او مستقبلي، من وجهة نظر التكاليف والتكنولوجيا المتاحة، الإدارة والعمليات.

2- **الباشماركينغ:** يقصد بها عملية دراسة وتبني الممارسات الأفضل من بين الممارسات التي تتبعها المنظمات الأخرى لتحسين الإنجاز والأداء في الشركة نفسها وهذا يكون اقل تكلفة وأوفر للوقت وتجنب الأخطاء التي وقعت فيها تلك الشركات والمنظمات، وبالتالي عدم اتباع طريقة اتبعها الآخرون وجربوها.

3- **تحليل الاستراتيجية المستقبلية:** ويقصد من ذلك محاولة معرفة مختلف نقاط القوة والضعف وكذا الفرص والتهديدات التي تحيط بالمؤسسة. وهو نفس النموذج المعروف في مجال التحليل الاستراتيجي باسم SWOT. وتسمح نتائج هذا التحليل بتحديد توجه استراتيجي ومحاور أولية للتدخل.

4- **توقع الاستراتيجيات التنافسية:** يقترح نموذج Fuld تحليل القوى المحيطة الأربعة للمؤسسة وهي كالتالي: اللوائح والتنظيمات، التكنولوجيا، التغيرات في قطاع النشاط، والزيائن. وهناك طرق أخرى هي: القوى الخمسة ل Porter نموذج الاستجابة للمنافسة الذي يقضي بتقييم مختلف الاستجابات للمنافسة باستعمال عدة تقنيات منها الطرق التقليدية لتحليل المنافسة، المماثلة، النماذج الرياضية والطرق النوعية (مقابلات الاخصائيين، الملاحظون).

5- توقع إدخال منتج جديد: يقترح Fuld في هذا الإطار ما يسمى بـ Timelining، ويقصد بذلك متابعة النشاطات العملية للمؤسسات والتعرف على المعلومات الناتجة وتحليلها.

6- تحليل التكاليف: يعتمد المحلل أساساً على الميزانية كأداة تحليل.

الفرع الثاني: تعامل الذكاء الاقتصادي مع المعلومة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية  
يعتبر الذكاء الاقتصادي أحد المقومات الأساسية الداعمة للمعلومة الاستراتيجية داخل المؤسسات الاقتصادية المعاصرة من خلال البحث الدائم والمستمر عن كيفية استغلالها بطريقة مثلى تضمن الاستفادة القصوى منها وتوظيفها توظيفاً يخدم في النهاية الأهداف المستقبلية لها من خلال ترشيد القرارات إلى أبعد حد ممكن.

1- المعلومة الاستراتيجية عامل منافسة بالنسبة للمؤسسة: إذ إن مقرر أو رئيس المؤسسة بحاجة إلى معلومات استراتيجية تتعلق بأعماله من أجل:

- معرفة موقعة في السوق.
- تعريف وتحديد نقاط قوته وضعفه.
- اكتشاف الفرص.
- تسيير استراتيجية تطوير المؤسسة.
- التموّج في أسواق جديدة.
- التكيف مع تطورات محيط وبيئة المؤسسة.
- عقد التحالفات والشراكات الاستراتيجية.
- تنمية وتطوير تأثيره.
- الحصول على مزايا تنافسية.

إن فنظام الذكاء الاقتصادي يتعامل مع المعلومة الاستراتيجية في الإطار القانوني (الضغط، اتصالات التأثير...) ويجعلها كأساس يدفع بالمؤسسة إلى الرقي والاستمرار.

2- المعلومة الاستراتيجية عامل أمن وحماية للمؤسسة: إن حماية المعلومة هي رأس مال من أجل تطور واستمرار المؤسسة، فهذه الأخيرة يجب عليها معرفة الاتصال والتواصل بالطريقة التي تضمن لها حماية ممتلكاتها المعلوماتية من أجل:

- ❖ العمل بكل ثقة مع شركائها ومساعدتها داخل المؤسسة ومع شركائها خارج المؤسسة.
- ❖ الترابط المنطقي والواضح بين الأفكار حول النشاطات والمشاريع والاستراتيجيات.
- ❖ القدرة على الدفاع في وجه المنافسين المستخدمين للطرق الغير شرعية.

مما سبق يمكن القول ان تعامل الذكاء الاقتصادي مع المعلومة الاستراتيجية يشمل جانبين هما هجومي (تنافسي) والأخر دفاعي (الحماية). فالأول يجعل المؤسسة تتمتع بإرادة هجومية تعبر عن قدراتها على اتخاذ القرارات المناسبة والتفاعل والحرص على إيصال المعلومات المفيدة الى متخذي القرار في الوقت المناسب، والثاني يفرض على المؤسسة ان تكون منتهبة لمبادرات منافسيها وتوقعات شركاءها وزبائنهما. وبالتالي أخذ الحيطة والحذر والاحتياطات اللازمة.

وبالتالي فإن تعامل الذكاء الاقتصادي مع المعلومة الاستراتيجية يتيح للمؤسسة الاستخدام الاستراتيجي والأمثل للمعلومة ذات المزايا التنافسية في دعم واتخاذ القرارات المرتبطة مباشرة بتحسين المستويات التنافسية لها، وتعزيز الموقع التنافسي في نطاق السوق الذي تستهدفه من خلال تطوير أساليب التوقع والتنبؤ بالتغيرات المتسارعة في الأسواق الحاضرة والمستقبلية مع الفهم الصحيح لمختلف الاستراتيجيات التي يعتمد عليها المنافسون الآخرون وسرعة الاستجابة لها وهذا ما لاحظناه من خلال الجانبين الهجومي والدفاعي للمعلومة الاستراتيجية.

#### الفرع الثالث: أهمية تطبيق الذكاء الاقتصادي في دعم المسار الاستراتيجي للمؤسسة الاقتصادية

منذ منتصف القرن العشرين بدأ العالم يدخل مرحلة جديدة كلياً، تمثل بكل معايير الحداثة أسرع فترات التاريخ تطوراً احتلت فيها المعلومات الدور الاستراتيجي واعتبرت الركيزة الأساسية والقوة الدافعة لتحقيق التقدم التنافسي في عالم المال والاعمال ومصدر حقيقي لخلق القيمة، وهي المرحلة التي عرفت فيها تزاوج بين ظاهرة التوجه الاستراتيجي لتفعيل استخدام إمكانيات وموارد المؤسسة نحو البناء المعرفي، وظاهرة أخرى أكثر ارتباطاً بالمعلومات، وهي ظاهرة تكنولوجيا المعلومات ووضعها في سياق العملية المعرفية، بثاً وتحويلاً واكتساباً، وعلى أساسها تبلور قطاع اقتصادي ( قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات) يعتمد في تنميته وزيادة عائداته ووفرة خدماته، على مدى توفير المعلومة الملائمة والموقوتة والدقيقة في الوقت المناسب وللشخص المناسب، بهدف تحقيق السبق التنافسي في أوقات قاسية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> بوريش احمد د تشوار خير الدين مرجع سابق ص 158 162

**المبحث الرابع: دراسات سابقة**

بعدما تم وضع الاطار النظري لليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي كمدخلين وعاملين لإحداث تغيير في المؤسسة وعرض كل المفاهيم المرتبطة بهما في المباحث السابقة سنخصص هذا المبحث لمعرفة وتحديد واقع عامة المؤسسات الجزائرية وغير الجزائرية، ومدى اهتمام والمام مختلف المؤسسات الاقتصادية بهاذين المفهومين ومدى سطوتهما داخل المؤسسة وسنتطرق الى نماذج مختلفة ودراسات سابقة تحاكي واقع اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في المؤسسة بعدما أفرزت التحولات العالمية توجهات جديدة وشهدت عددا كبيرا من المتغيرات التي مست كافة المؤسسات حيث أبرزت واقع جديد وأدخلت مفاهيم حديثة تتوافق مع ملامح العالم المعاصر وحركة التغيير والانفتاح الاقتصادي الذي فتح أبواب المنافسة القوية بين المؤسسات وبهذا الصدد سوف نسلط الضوء على أمثلة واقعية حول مفهومي الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية. في المطلبين الأول والثاني أما المطلب الثالث يتمحور حول دراسات سابقة تجمع بينهما.

**المطلب الأول: دراسات حول الذكاء الاقتصادي****دراسة حول عينة اليابان.**

**مشكلة الدراسة:** دولة اليابان من بين أهم القوى الاقتصادية في العالم فقد حققت قفزة نوعية من حالة الدمار الشامل التي خلفتها الحرب العالمية الثانية الى تحقيق أسى درجات النمو الاقتصادي وفرض مكانتها على مستوى التجارة، والاستثمار الدولي وبهذا أصبحت القوة الاقتصادية الثانية بعد الولايات المتحدة الأمريكية.

لم يأتي هذا التطور في اليابان من فراغ بل كان نتاج اتباعها لخطط واستراتيجيات محكمة مكنتها من تعزيز مكانتها الاقتصادية ومن بين هذه الاستراتيجيات استراتيجية الذكاء الاقتصادي. فقد كانت سبابة لتبني هذه الاستراتيجية من خلال ما ذكر أعلاه تحاول هذه الدراسة التعرف على طبيعة نموذج الذكاء الاقتصادي التطبيقي في اليابان ومدى مساهمته في تحقيق التنمية وتعزيز القدرة التنافسية للاقتصاد الياباني<sup>1</sup>.

**أهم نتائج الدراسة:**

وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

تعد اليابان من أكثر الدول تنافسية في مجال المعلومات حيث احتلت المرتبة الأولى من أصل 139 دولة شملها التقرير وذلك بمجموع 6,3 نقطة من أصل سبع نقاط كما احتلت نفس المرتبة الأولى في مجال المنافسة بين خدمات الانترنت والهاتف بحصولها على التقييم الكامل 2 نقطة.

خوالد أبو بكر، بوزرب خير الدين، الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية اقتصاديات والدول (قراءة في التجربة اليابانية) مجلة البشائر الاقتصادية المجلد الثالث العدد 3 - سبتمبر 2019 جامعة باجي مختار عنابة - الجزائر ص 35<sup>1</sup>

اليابان دولة رائدة في مجال استيعاب التكنولوجيا على مستوى المؤسسات حيث تحصلت على المرتبة الثانية عالميا بمجموع 6,1 نقطة من أصل 7. كما احتلت مرتبتين أولى والخامسة على التوالي في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين المؤسسات فيما بينها وبين المؤسسات والمستهلكين وذلك بمجموع 6,0 و6 من أصل 7 نقاط على التوالي تعتبر اليابان من الدول الرائدة في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية حيث حصلت على المرتبة 6 عالميا بمجموع 6,1 نقطة من أصل 7.<sup>1</sup>

ان جميع المؤشرات الإيجابية المذكورة والتي حققتها اليابان تشير الى تفوقها الواضح في مجالات الاستثمار في الذكاء الاقتصادي وتكنولوجيا المعلومات، الامر الذي انعكس إيجابا في تعزيز تنافسية الاقتصاد الياباني دوليا رغم ضعف الموارد والقدرات الطبيعية التي تتمتع بها هذه الدولة، فهي صغيرة جغرافيا وكبيرة علميا واقتصاديا. ومن خلال الدراسة اليابانية يمكننا الربط بين النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة ودراستنا حول الذكاء الاقتصادي ومنه فانه يعزز التنافسية الاقتصادية في الدول مما يحقق لها المكانة الرائدة ومن خلال النقاط التي تم عرضها وتحليلها في الدراسة اتضح ان مختلف الاقتصاديات والدول التي تسعى لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة وضمان الريادة في السياق التنافسي في وسط محيط يتميز بسرعة التحولات. وهو ما يتطلب منها تبني قدرات واستراتيجيات معاصرة تتوافق مع مستجدات العصر ومن أبرز هذه الاستراتيجيات، استراتيجية الذكاء الاقتصادي التي أثبتت لمستها القوية في تقرير التنافسية في اقتصاديات الدول وهو ما تطرقنا اليه في موضوعنا.

دراسة بعنوان الذكاء الاقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الاستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية.

هدفت هذه الدراسة الى تحديد التحديات التي تواجهها المؤسسة الاقتصادية، إضافة لمعرفة واقع ممارسة أنشطة الذكاء الاقتصادي (اليقظة الاستراتيجية، حماية الإرث المعرفي، التأثير) وذلك على عينة هدفية تتكون من 17 مؤسسة اقتصادية جزائرية كذلك معرفة مستوى استخدام مسيري هذه المؤسسات للذكاء الاقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الاستراتيجية.

### نتائج الدراسة الميدانية:

توصلت نتائج الدراسة الميدانية الى وجود مستوى مقبول لاهتمام المؤسسات للتحديات الاستراتيجية والتحليلية، إضافة الى ذلك هذه المؤسسات لا تدرك جيدا حقيقة مفهوم الذكاء الاقتصادي واهمية ممارسته كأسلوب حديث ضمن استراتيجيتها العامة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> خوالد أبو بكر، بوزرب خير الدين، الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية اقتصاد الدول (قراءة في التجربة اليابانية) مجلة البشائر الاقتصادية المجلد الثالث العدد 3 سبتمبر 2019 جامعة باجي مختار عنابة – الجزائر ص 49  
<sup>2</sup> هيبية بوزيان – أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه – طور الثالث للعلوم التجارية بعنوان دور الذكاء الاقتصادي في اتخاذ قرار الدخول للأسواق الدولية جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل سنة 2021 2022 ص 18

## المطلب الثاني: دراسات حول اليقظة الاستراتيجية

دراسة ميدانية لعينة من النسيج الصناعي الجزائري.

إشكالية البحث: تعتبر اليقظة حجر مهم في بناء استراتيجية كفؤ وفعالية في المؤسسة من تحديد واستخدام عوامل النجاح وتزويد من قدرات المؤسسات والشركات في عملية الرصد البيئي حتى توفق وتنسق بين استراتيجيتها وبيئتها. وأساس اليقظة هو معرفة الفروقات بين المعلومات والمعلومات الاستراتيجية التي تمكن المسيرين في اتخاذ قرارات سديدة من أجل تحسين أدائها وتحقيق ميزة تنافسية. ومن هنا تمحور إشكالية هاته الدراسة حول واقع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ودرجة تبنيتها لليقظة.

نتائج الدراسة: من خلال ظهرت النتائج التالية:

✓ خلية خاصة بهذه الآلية وهي غير منتشرة بصفة كبيرة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

✓ تبدي المؤسسات أهمية كبيرة لليقظة التكنولوجية وكل ما يرتبط بالإبداع التكنولوجي وبدل ذلك على مدى حرص مؤسسات عينة الدراسة على كل حالة صلة بالتقنيات التكنولوجية العلمية الحديثة.

✓ تهتم المؤسسات بصفة كبيرة باليقظة التشريعية والقانونية أي أنها تجمع المعلومات الاستراتيجية التي تخص الطبيعة القانونية والتشريعية.

✓ المؤسسات لا تأخذ بعين الاعتبار المعلومات التي تتعلق بالأحداث الاجتماعية والثقافية.

ومنه تشير الى الأهمية التي توليها مؤسسات الدراسة لمختلف أنواع اليقظة الاستراتيجية مع تباين درجة الاهتمام بها والتي ترتبط بها يحدث في محيطها الخارجي من تغيرات اقتصادية، تشريعية، ثقافية، تكنولوجية، اجتماعية.....

حيث تطرقنا في بحثنا من ضرورة مراقبة المحيط الخارجي من شتى نواحيه المختلفة لتكون خطة استراتيجية وتكون المؤسسة مستيقظة في كل الحالات لاستغلال الفرص والتصدي للأزمات.<sup>1</sup>

2- خريطة استراتيجية مقترحة لتحقيق اليقظة الاستراتيجية في جامعة بني سويف.

إشكالية الدراسة: يعد اعتماد الجامعات على اليقظة الاستراتيجية من الأمور الحيوية إذ ان لها قدرة على توقع المستقبل فهي لا تعتمد على استغلال الفرص وتجنب التهديدات فقط بل تحليل حركات الفعالة الاقتصادية. حيث أشارت الدراسات الحديثة ان من أهم أسباب تراجع الجامعات

<sup>1</sup> أقادري محمد أ طيب سعيدة اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة ميدانية لعينة من النسيج الصناعي الجزائري -مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة -العدد الثالث -أوت -2017 للمركز الجامعي أحمد زبانه -غليزان ص 02 16 17 -

المصرية في الوضع التنافسي لها والمتوقع منها هو غياب اليقظة الاستراتيجية. لذلك تتجسد المشكلة الأساسية في ان الجامعات بصفة عامة قد يحدث بها فجوة بين ثلاثية، توافر الخطط الاستراتيجية، ووجود نظام اليقظة الاستراتيجية بالإضافة الى تواجد أداة للربط بين الخطط الاستراتيجية واليقظة الاستراتيجية. لذلك تسعى هذه الدراسة الى تحديد ملامح هذه الفجوة بجامعة بني سويف وكيفية التغلب عليها، ومما سبق يمكننا تحديد ملامح مشكلة البحث فيما يلي كيف يمكن ان تساهم اليقظة الاستراتيجية في تفعيل دورها في الجامعات وتفرغ لعدة تساؤلات نذكر منها: ما واقع اليقظة الاستراتيجية في جامعة بني سويف؟ وما الاطار الفكري لليقظة الاستراتيجية في الجامعات؟

**نتائج الدراسة:** من خلال الدراسة التي أجريت على جامعة بني سويف توصل الباحث للنتائج

التالية:

- مستوى اليقظة الاستراتيجية لجامعة بني سويف ضعيف فهي غير منتظمة ولا تأخذ طابع رسمي.
- اليقظة التنافسية ومن ثم اليقظة التكنولوجية أكثر أنواع الممارسة داخل الجامعة مقارنة باليقظة التجارية والبيئية.
- تخضع عملية جمع المعلومات عن البيئة المحيطة لعمل غير منظم وفردى وبطريقة عشوائية ومنه على المؤسسة ان تسعى لتبني نظام اليقظة الاستراتيجية لأنها جد مهمة في عملية اتخاذ القرارات السديدة وذلك بناء على معلومات توفرها هذه الاستراتيجية المطبقة وكذلك ننهي لضرورة نشر الوعي بين أفراد الجامعة بأهمية وضرورة تطبيق الخريطة الاستراتيجية حتى تتضح أهداف المؤسسة وذلك من خلال عمل ندوات توعوية ودروس عمل تدريبية بهذا الخصوص وأخيرا العمل على تعميم الخريطة الاستراتيجية المقترحة لتعزيز تحقيق الأهداف التشغيلية وهو ما أننا عليه في دراستنا حول تطبيق اليقظة في المؤسسة للإعلاء من شأنها محليا وإقليميا وعالميا<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>- نجلاء عبد التواب - عيسى عبد العال - خريطة استراتيجية مقترحة لتحقيق اليقظة الاستراتيجية في جامعة بني سويف - مجلة كلية التربية - عدد أكتوبر الجزء 01 - 2018 جامعة بني سويف مصر ص 5 53 55 57 59 66

## خلاصة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، حيث ان التحكم في التطور الحاصل على مستوى البحث والتطوير وتكنولوجيا الاعلام والاتصال يدفع بالمؤسسات الى تطوير تنظيماتها من خلال التقنيات والمهارات البشرية لخلق الوضعيات التنافسية المناسبة والاستراتيجيات التي تسمح بالحصول على المعلومات الدقيقة على مستوى الأسواق المحلية والدولية. هذا ويلعب الذكاء الاقتصادي الدور الأهم في عملية التنمية بفضل تقديم الاستراتيجيات التي تسمح بالاستغلال الأمثل لقدراته وتوفير المعلومات الضرورية للمشاركين في العملية الاقتصادية، كما انه يقوم بجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة هذا ما يدفع بالدول الى السعي لتوفير البيئة الملائمة من توفير المعلومات، الهياكل القاعدية، والسياسات التنظيمية واستعمالها لاتخاذ القرار المناسب والأفضل في المؤسسة. وتعاني المؤسسات الجزائرية من تأخر كبير مقارنة بالمؤسسات العالمية بمجال المعلومات والأنظمة المعلوماتية، ولكن رغم هذا التأخر لا يمكن القول انه ليس هناك اهتمام بمثل هذه الأنظمة، بل هناك جهود معتبرة تقوم الدولة بها من أجل دعم الذكاء الاقتصادي. في الأخير توصلنا الى النتائج التالية:

تعتبر المعلومة الاستراتيجية المورد الأساسي في عملية الذكاء الاقتصادي والمورد الاستراتيجي في دعم الاستراتيجية العامة للمؤسسة. الذكاء الاقتصادي يعطي المؤسسة القدرة على اتخاذ القرارات المناسبة في ظروف مضطربة ويجعلها قادرة على الهجوم والدفاع في نفس الوقت. تطبيق اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات الجزائرية ليس ظاهرا للعيان، فهو اما تلقائي غير منظم، او يندرج تحت أحد الوظائف الأخرى كالتسويق.

الفصل الثاني  
الجانب التطبيقي للدراسة  
الميدانية

**مقدمة:**

بعد ان تناولنا الجزء النظري في فصلنا السابق والذي خصصناه للتقديم العام حول اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي، وفي ضوء الأهمية التي أصبح يشغلها هاذين المفهومين في المؤسسات العامة ودورهما بالغ الأهمية في رصد البيئة وجس نبض أحدث التغيرات المستقبلية واتخاذ أفضل قرار استراتيجي. سوف نخصص هذا الفصل للدراسة التطبيقية لتقييم واقع وآفاق اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي وإظهار دورهما في المؤسسات.

وتتضمن هذه الدراسة التطبيقية المباحث التالية:

**المبحث الأول تقديم عام لمؤسسة لاتصالات الجزائر**

**المبحث الثاني: الاطار المنهجي**

**المبحث الثالث: تحليل النتائج**

**المبحث الأول: تعريف مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية البيض**

إن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية البيض تعمل على مواكبة التطورات العلمية التقنية وإدخال أحدث التقنيات إلى المؤسسات ككل بالتالي تحسين مستوى الخدمات المقدمة للمواطن المؤسسات الأخرى، بالتالي يتم تعريف عام للمؤسسة الأم اتصالات الجزائر هيكلها التنظيمي، كذا معرف مهام أهداف الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية البيض.

**المطلب الأول: تقديم عام للمؤسسة الأم اتصالات الجزائر****الفرع الأول: تاريخ اتصالات الجزائر**

وعيا بالتحديات التي يفرضها التطور المذهل الحاصل في تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، باشرت الدول الجزائرية منذ سنة 1999م بإصلاحات عميقة في إطار البريد و المواصلات، و قد تجسدت هذه الإصلاحات في سن قوانين جديدة للقطاع في شهر أوت 2000م بحيث جاء هذا القانون لإنهاء احتكار الذل على البريد المواصلات كرس الفصل بين نشاطي التنظيم استغلال تسيير الشبكات تطبيقا لهذا المبدأ تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إداريا ماليا ،متعاملين أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية الخدمات المالية البريدية متمثلة 1في مؤسسة بريد الجزائر ثانيهما بالاتصالات متمثل في اتصالات الجزائر، في إطار فتح سق الاتصالات للمنافس تم في شهر جوان 2003م بيع رخصة لإقامة استغلال شبك للهاتف النقال، استمر تنفيذ برنامج فتح السوق للمنافسة ليشمل فروع أخرى، حيث تم بيع رخص تتعلق بشبكة الربط المحلي في المناطق الريفية، بالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحا تماما في 2002م

**الفرع الثاني: تأسيس اتصالات الجزائر**

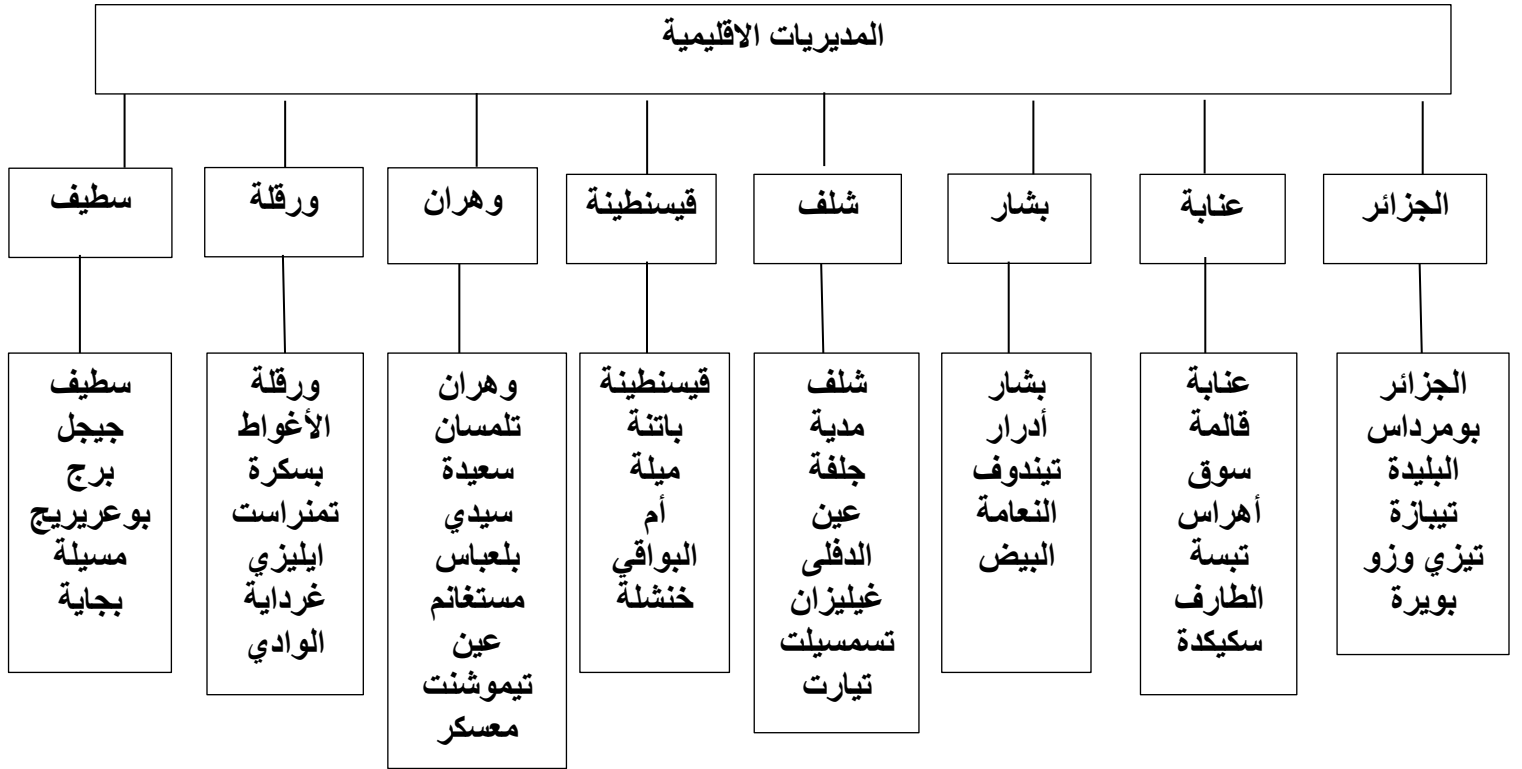
نص القرار 03/2000 المؤرخ في 02 أوت 2000م عن استقلالية قطاع البريد الاتصالات، حيث تم بموجب هذا القرار انشاء مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبك الاتصالات بالجزائر. اذ بعد هذا القرار أصبحت اتصالات الجزائر مؤسس عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي تشط في مجال الاتصالات، في 3 جانفي 2001م كانت الانطلاق الرسمية مجامع اتصالات الجزائر.

المطلب الثاني: تعريف مؤسس اتصالات الجزائر

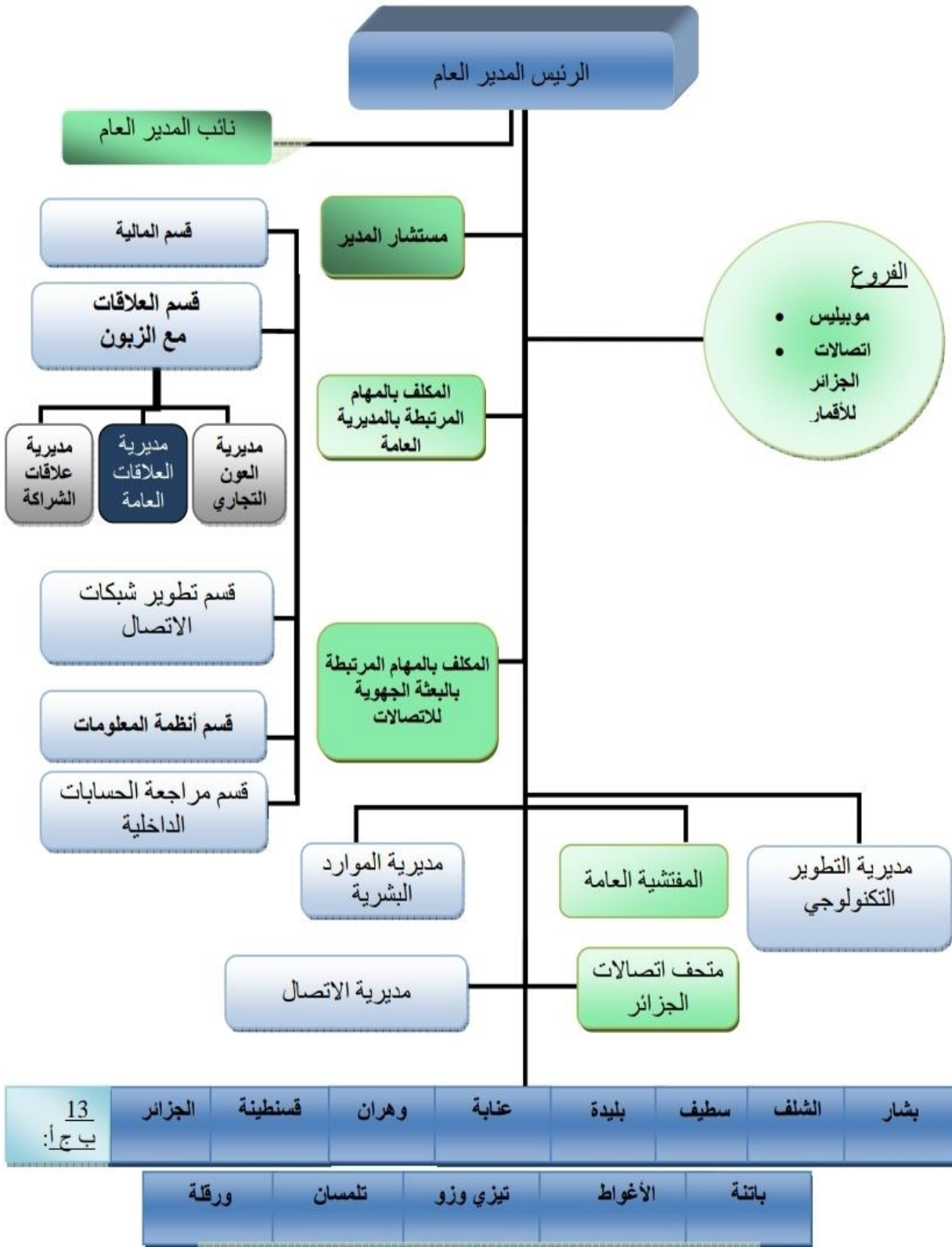
اتصالات الجزائر شركة عمومية اقتصادية برأس مال عمومي يقدر بـ 50.000.000.000 دج هي ملك للدولة بنسبة 100% و مقيدة في السجل التجاري يوم 33 ماي 2002 تحت رقم B001808302 الكائن مقرها الاجتماعي بالطريق الوطني رقم 02 الديار الخمس ، المحمدية 36233 بالجزائر العاصمة، هي رائدة في سق الاتصالات الجزائرية التي تشهد نموا قويا، تقدم مجموعة كامل من خدمات الصوت و البيانات للزبائن مصمم لابتكار سياسات استخدامات مجة لصالح العملاء.

أصبحت مهامها محصورة بموجب قانون 01/2000 الراجع للنظام الأساسي للمؤسس العمومية الاقتصادية، ذات طابع قانوني لشركة ذات أسهم دخلت رسميا في ممارس نشاطها ابتداء من 2001/03/03م ذلك باعتمادها على ثلاث أهداف : المردودية ، الفعالية جودة الخدمات لها مواقع جغرافية مختلفة تعمل تحت وصايتها 01 مديريات إقليمية هي الجزائر العاصمة ، الشلف، وهران، عنابة، قسنطينة، سطيف، بشار، ورقلة، هذا ما يلخص الشكل الموالي:

مخطط التنظيم الاقليمي و الوحدات الولائية



المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر



الشكل رقم 1: الهيكل التنظيمي لاتصالات الجزائر

## شرح للهيكل التنظيمي

يتكون الهيكل التنظيمي العام لمؤسسة اتصالات الجزائر من 01 مديريات إقليمي 20 وحدة عملياتية متواجدة في كامل ولايات الوطن و وكالات تجارية موزعة على الدوائر التابعة للحدات العملياتية بكل ولاية.

### 1- الرئيس المدير العام

هو رئيس مجلس الإدارة، يعد المسؤول الأول عن الأعمال القائمة، حيث يتلى مع مساعديه مهمة تحقيق الأهداف المرسومة من قبل المصالح المختصة و من مهامه السهر على ما يلي:

- الحفاظ على الحصص في السوق، وتطوير ثقافة الشركة في سوق المنافسة.
- السهر على تطبيق البرامج الموافق عليها، التنسيق بين مصالح مراقبة تسيير النشاطات المختلفة في المؤسسة و النظر في الاقتراحات المقدم من طرف المصالح ، كذلك المحافظة على السير الحسن العادي في المؤسسة.

### 2- مدير المشروع

ويقوم بالمهام التالية:

📌 التغذية الإعلامية العامة

📌 تطبيق المهام الموكلة عند طلب الرئيس المدير العام التنسيق ما بين المديريات عبر المعلوماتية.

📌 الاطلاع على كل ما يخص الفواتير من تخليص أعدم تعطلات

### 3- المفتشية العام

وهي مكلفة بقاعدة الأعمال السنوية، تنفيذ المهام المفاجئة للمفتش بطلب من المدير العام شخصيا، القيام بتحقيقات في حالة أي مضره بالشركة، تنسيق متابعة مراقبة مصالح المفتشيات.

### 4- المفتشية المركزية

من مهامها مراقبة السير القانوني أو غير القانوني لمهام مصالح الشركة رقابة الأهداف المسطرة واحترام مواعيدها، تشخيص تحليل أي خلل بالشركة ، تقييم نعية خدمة الزبائن.

### 5- مديرية الوسائل العامة اليومية:

مكلفة بـ:

- المشاركة في اعداد المخططات السنوية للشركة.
- تسيير المشاريع التطوير، بالخصوص تحديد التقنيات التخطيط العملي، خلاص العقود، التحقيق استقبال المراجع، تأدية الخدمات ارسالها الى التشغيل، تسيير المراكز الملحقة، تتكون من أربع مدراء، مدير التسيير التجاري النوعية، مدير الصفقات التجارية الدولية، مدير الحسابات

الكبرى، مدير الدراسات البرمجة.

**6- مديرية تجهيزات الربط:**

وهي تهتم بكل ما يخص أجهزة الاتصال من هواتف، أسلاك خاصة بالاتصال، أجهزة الحاسب.

**7- مديرية التراسل**

مهمتها التزويد بالأجهزة الخاصة بعملية التراسلات بين الشركة الزبائن.

**8- مديرية التسيير التقني لشبكة الاتصالات**

وهي مكلفة بالمشاركة في اعداد المخططات السنوية لعدة سنوات أخرى ، مراقبة تحليل سير الخدمات البحث عن توسيع الشبكات تسيير المراكز الوطنية أعاد ربطها ، تدعيم المديرية الإقليمية للاتصالات من اجل التدخلات غير النمطية عن طريق الصيانة.

**9- مديرية مشرع ماراد الحاسوب**

هي مكلفة بتحديد فرضيات لتطير شبكة الاتصال اعداد الدراسات قبل مشاريع البرامج العملية، متابعة مخططات الاستثمارات تخطيط تصميم و المساعدة في الصيانة تطوير الأنظمة العامة فيها، خاصة فيما يخص الاعلام الألي للتسيير.

**10- مديرية الطاقة و البيئة**

هي مكلفة بكل ما يخص الطاقة المستعملة من طرف المؤسسة.

**11- مديرية الموارد البشرية**

هي مكلفة ب:

- تعتبر العمود الفقري للشركة بحيث تقوم باعداد الدراسات انشاء الاحصائيات متابعة مؤشرات التسيير.

- المشاركة في اعداد المخططات التنموية مع الأخذ بعين الاعتبار تسيير المال الكفاءات.

- انشاء مخططات و برامج التكوين و تنشيطها وفقا لوضعها العملي، تسيير أنظم هي مكلفة

بالمكافآت التحفيزات

**12- مديرية الإدارة العامة و الامدادات**

وتقوم بـ:

- معالجة النصوص التنظيمية الأساسية لتنشيط أنظمة الشركة.

- المحافظة على هياكل الشركة إعادة تسجيل عقود الملكية و اعداد الملفات العقارية

**13- مديرية المالية المحاسبة**

تقديم المساعدة للهياكل العملية و تنشيط السير المحاسبي و المالي للشركة. تسيير الميزانية والجباية واعداد ووضع القواعد و الإيرادات ، السهر على تطبيقها -14 - الثلاث خطط مباشرة وهي على التوالي:

✚ خط موبيليس وخط خاص بالهاتف النقال

✚ خط اتصالات الجزائر للقمر الصناعي والخط المباشر للجزائر اتصالات مع المحطة الفضائية.

✚ خط جواب وهو خط مباشر خاص بالممل الرئيسي لخدمات الانترنت لشركة اتصالات الجزائر بالإضافة الى ثمانية مديريات إقليمية للاتصال تشرف عليها مديرية التسيير التجاري و النوعية.

كل مديرية إقليمية للاتصالات تشرف على وحدة واحدة في كل ولاية، كل وحدة عملياتية للاتصال تشرف على الكالات التجارية للاتصالات و يختلف عدد الوكالات حسب الكثافة السكانية.

**المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة**

إن الشروع في أي بحث مهما كانت طبيعته يستلزم من الباحث توفير ميدان البحث الذي يطبق فيه دراسته، ولهذا سنتطرق في هذا الفصل إلى إجراءات الدراسة الميدانية التي تحتوي على مواصفات العينة، الأدوات المستعملة لجمع البيانات و الأدوات الإحصائية التي تم على أساسها عملية التحقق ومناقشة النتائج.

**المطلب الأول: أدوات البحث**

تم إستعمال الإستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة بالإعتماد على برنامج ال spss لمعرفة نتائج البحث .

**1- تعريف الإستبيان:** هو وسيلة لجمع المعلومات والبيانات الخاصة بموضوع الدراسة عن طريق إعداد إستمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من أفراد، كما يتم إعتبارها مجموعة من الأسئلة و التي تعد بقصد الحصول على معلومات و آراء أفراد العينة حول موضوع الدراسة حيث تم إعداده بأسئلة مغلقة بطريقة منهجية تتلائم مع متطلبات الدراسة وتم الإعتماد على سلم " ليكرت الخماسي " في تصميمه بالإضافة إلى ذلك فقد إرتأينا إعتقاد مصطلحات مفهومة لتجنب حدوث أي غموض لدى المستجوبين.

**2- تعريف النظام الإحصائي spss :** هو أحد التطبيقات الإحصائية التي تعمل تحت مظلة ويندوز، وهو عبارة عن مجموعة من القوائم والأدوات التي يمكن عن طريقها إدخال البيانات التي يحصل عليها الباحث العلمي عن طريق الإستبيانات أو المقابلات أو الملاحظات، ومن ثم القيام بتحليلها، ويعتمد النظام الإحصائي spss على المعلومات الرقمية، ويتميز البرنامج بقدرته الكبيرة

- على معالجة البيانات التي يتم مده بها، ويمكن استخدامه في جميع مناهج البحث العلمي.
- ✚ قياس ثبات وصدق الأداة المستخدمة في الدراسة بواسطة معامل الفاكرومباخ.
- ✚ التكررات والنسب المئوية لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.
- ✚ الاعتماد على بعض مقاييس الإحصاء الوصفي مثل الوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- ✚ معامل الارتباط بيرسون لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.
- ✚ اختيار كولموجروف سмир نوف لمعرفة البيانات ان كانت تتبع التوزيع الطبيعي أو لا.

### المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات:

في موضوع دراستنا هذه سيتم الاعتماد على الاستبيان بشكل كبير كوسيلة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، بالإضافة الى الاعتماد على الملاحظة العلمية.

**1- الاستمارة:**

تعرف الاستمارة على أنها نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه الى أفراد من أجل الحصول على المعلومات حول موضوع أو مشكلة و يتم تنفيذ الاستمارة اما عن طريق المقابلة الشخصية أو ترسل الى المبحوثين عن طريق البريد.

وتم الاعتماد على هذه الأداة من أجل الوصول الى معلومات أكثر موضوعية عن العينة محل الدراسة، وكانت هذه الأداة تهدف الى:

- ✚ تشخيص ما مدى معرفة عينة الدراسة لفائدة الإدارة الضريبية والأشخاص الجبائي،
- أظهار مدى تطبيق واقع الحوكمة الجبائية في الجزائر ومستوى التحكم فيها معرفة دور الحوكمة الجبائية في دعم الإدارات الجبائية.
- ✚ معرفة دور الممارسات الجبائية في الحوكمة الجبائية

### 2- تصميم الاستمارة

تم الاعتماد على العديد من الدراسات السابقة والبحوث والاعتماد على الخلفية النظرية لدراسة لبناء الاستمارة حيث تكونت من محورين اساسين هما:

**محور البيانات العامة:** تتضمن البيانات الشخصية التي تخص أفراد عينة الدراسة وهي:

الجنس العمر المستوى التعليمي، عدد سنوات الخبرة ، المركز الوظيفي

محور البيانات الموضوعية: **شمل في المجموع على (24) عبارة، مقسمة على محورين المحور الأول فيه (9) عبارات، أما المحور الثاني مقسم على ثلاث أبعاد وكل بعد فيه (05) عبارات.**

المطلب الثالث: عينة البحث

بغية الحصول على آراء مختلف الأفراد بتنوع مستوياتهم وتعدد مناصبهم وإختلاف المصالح التي ينتمون إليها، حيث يتكون مجتمع الدراسة من عامل وعاملة، حيث قمنا بتوزيع (40) إستمارة على (40) عامل من مجتمع الدراسة بطريقة عشوائية.

المبحث الثالث: عرض وتحليل النتائج

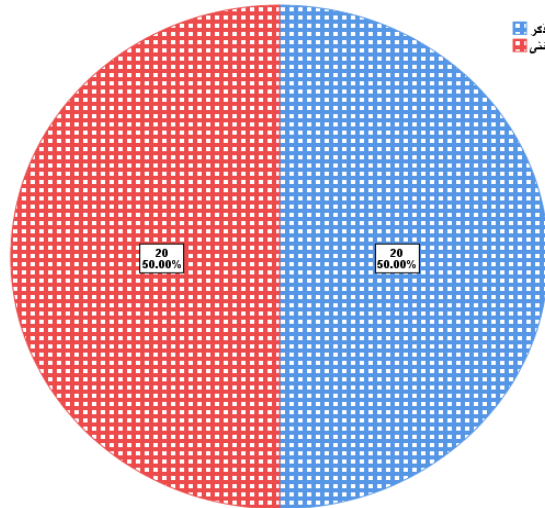
المطلب الأول: المحور الأول: الخصائص العامة لعينة الدراسة:

الجدول 01: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

التكرار	النسبة المئوية	
20	50.0	ذكر
20	50.0	أنثى
40	%100.0	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين الاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

الشكل رقم 02: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين الاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) أن نسبة المبحوثين متساوية المبحوثين إناث

بنسبة

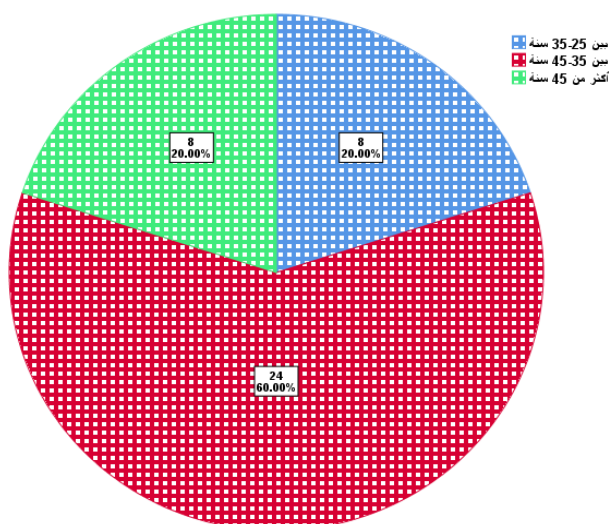
النتيجة: يمكننا القول أن العينة المعتمد عليها في هذه الدراسة متساوية من حيث الجنس.

الجدول 02: توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

التكرار	النسبة المئوية	
8	%20.0	أقل من 25 سنة
24	%60.0	بين 25-35 سنة
8	%20.0	بين 35-45 سنة
8	%20.0	أكثر من 45 سنة
40	%100.0	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين الاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

الشكل رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبتين الاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

يبين الجدول (03) رقم والشكل رقم (03) ان الفئة العمرية من 25-35 سنة بلغ عددها 24 فرد بنسبة 60%، والفئة من 35-45 سنة بلغ عددها 08 أفراد بنسبة 20,0%، بينما فئة أكثر من 45 بلغ عددها 08 أفراد فقط بنسبة 20,0%، والفئة التي أقل من 25 سنة بلغ عددها 08 أفراد بنسبة 20,0%.

توضح هذه النسب أن المؤسسة محل الدراسة تعتمد على عصر الشباب الذين عمر ما بين

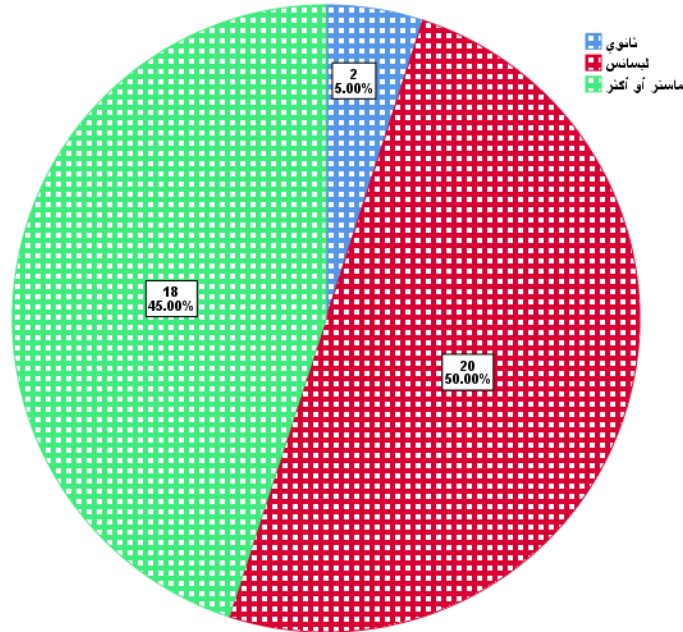
25 - 35 سنة بالدرجة الأولى كونهم يتميزون بالنشاط والحيوية في الأداء العملي.

الجدول رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

التكرار	النسبة المئوية	
0	0	المتوسط أو أقل
2	5.0	ثانوي
20	50.0	ليسانس
18	45.0	ماستر أو أكثر
40	%100.0	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين الاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

الشكل رقم 04: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبين الاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

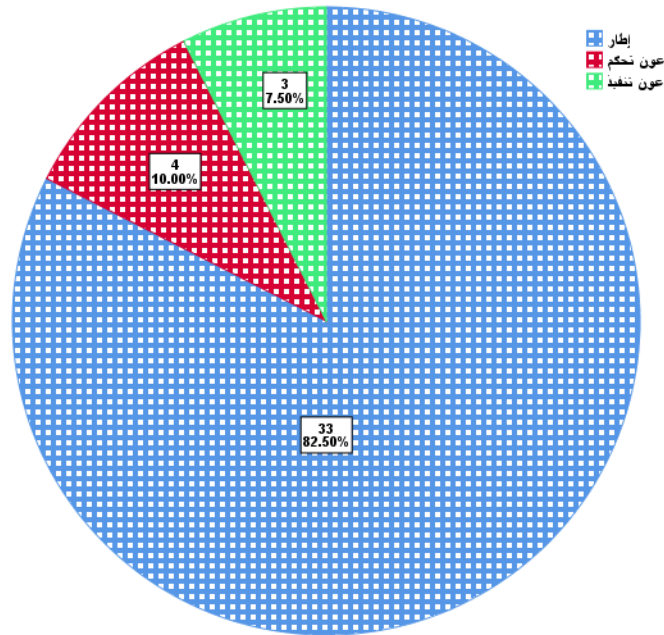
يبين الجدول رقم (04) و الشكل رقم (04) أن أغلبية المبحوثين لديهم مستوى ليسانس بنسبة 50% بحيث بلغ عدد أفراد عينة، بينما من لديهم مستوى ماستر أو أكثر باعدهم 18 فرد بنسبة 45,0% , وأخيرا المستوى الثانوي حيث بلغ عدده 02 أفراد بنسبة 5,0% .  
أوضحت هذه النسب أن أفراد المؤسسة محل الدراسة يحوزون بالدرجة الأولى على مستوى ليسانس بحيث هم مؤهلين وبدرجة علمية كافية لتسيير كافة المهام والأنشطة المتعلقة بالمؤسسة.

الجدول رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الصنف المهني

التكرار	النسبة المئوية	
33	82.5	إطار
4	10.0	عون تحكم
3	7.5	عون تنفيذ
40	%100.0	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

الشكل رقم 05: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الصنف المهني



المصدر: من إعداد الطالبتين الاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

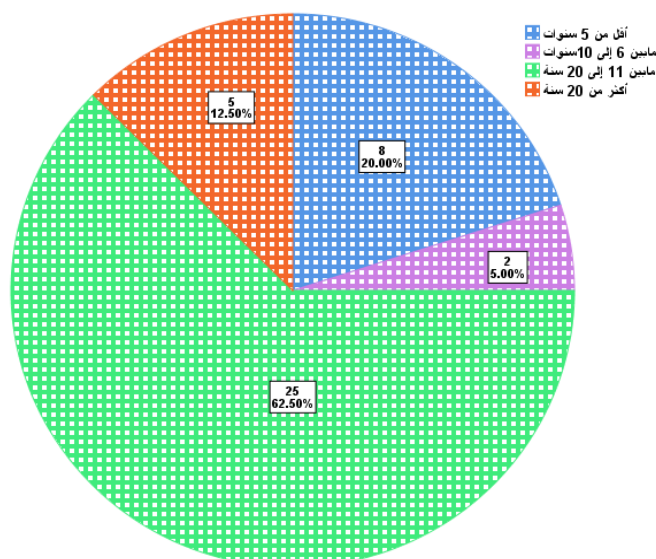
يبين الجدول رقم (05) و الشكل رقم 05 بان غالبية أفراد العينة يشغلون منصب إدارات بالمؤسسة قيد الدراسة ب 33 فرد بنسبة 82.5%, بينما يتوزع باقي الأفراد الثلاث على الوظائف التالية : 04 أفراد عون تحكم بنسبة 10,3% و 03 أفراد كعون تنفيذ بنسبة 7,5%.  
توضح هذه النسب أن غالبية عمال المؤسسة محل الدراسة هم إدارات بالدرجة الأولى كون هذه المؤسسة بحاجة إلى اكبر قدر من الإدارات لكي تكون قادرة على الإيفاء بمتطلبات الإدارة .

الجدول رقم 04: توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة

التكرار	النسبة المئوية	
8	20.0	أقل من 5 سنوات
2	5.0	ما بين 6 إلى 10 سنوات
25	62.5	ما بين 11 إلى 20 سنة
5	12.5	أكثر من 20 سنة
40	%100.0	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

الشكل رقم 05: توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

يبين الجدول رقم (06) والشكل رقم (06) سنوات الخبرة المهنية حيث أن أغلبية الباحثين لديهم خبرة ما بين 11 إلى 20 سنة بعدد 25 فرد أي بنسبة 62,5%، أما الباحثين الذين لديهم خبرة أقل من 5 سنوات بلغ عددهم 8 أفراد بنسبة 20,0%، أما أكثر من 20 سنة فبلغ عددهم 5 أفراد بنسبة 12,5%، بينما الذين لديهم بين 6 و 10 سنوات عدد الأفراد بلغ 02 أفراد بنسبة 5%

فيما يخص الإقضية المهنية للعمال أوضحت النسب أن غالبية الباحثين لديهم خبرة ما بين

ما بين 11 إلى 20 سنة

الجدول رقم 06: مقياس ليكارت الخماسي يبين سلم تنقيط الدرجات

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
1	2	3	4	5

الجدول رقم 07 : يبين ثبات الاتساق للدراسة الكلية (معامل الثبات ألفا كرونباخ)

فقرات	( ألفا كرونباخ Alpha cronbache )
24	0.996

المصدر: من إعداد الطالبين الاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) أن معامل ثبات الاتساق للدراسة الكلية (معامل الثبات  $\alpha$  كرونباخ) ممتاز لان معامل  $\alpha$  اكبر من 90% حيث بلغ 0,996 وهو ما يدل على أن الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات و بالتالي يمكن تعميمها على أفراد الدراسة وهي جاهزة للتطبيق لمعالجة المشكلة المطروحة .

الجدول رقم 08: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري المحور الثاني : الذكاء الإقتصادي

الرتبة	T Test	اتجاه العينة	إنحراف معياري	متوسط حسابي	المحور الثاني : الذكاء الاقتصادي							
					موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	النسبة المئوية %		
7	17	موافق	1.24	3.47	6	21	4	4	5	النكرار	1	تقديم المؤسسة خدمات جديدة مبتكرة و مبدعة تعبر عن ذكاءها الإقتصادي
					%15.00	%52.50	%10.00	%10.00	%12.50	النسبة المئوية %		
5	20	موافق	1.1	3.6	6	22	5	4	3	النكرار	2	التعامل مع المعلومة المتوفرة بذكاء يساعد في تقليل التأكد عدم في القرارات
					%15.00	%55.00	%12.50	%10.00	%7.50	النسبة المئوية %		
4	22	موافق	1.02	3.65	5	24	6	2	3	النكرار	3	تفعيل اعلaque بن المؤسسة و بيتها هو رد فعال
					%12.50	%60.00	%15.00	%5.00	%7.50	النسبة المئوية %		
1	26	موافق	1.01	4.2	18	17	2	1	2	النكرار	4	تهدف المؤسسة إلى تحقيق التنمية الإقتصادية
					%45.00	%42.50	%5.00	%2.50	%5.00	النسبة المئوية %		
3	22	موافق	1.04	3.7	8	19	8	3	2	النكرار	5	يسعى مدراء المؤسسة إلى تطوير المهارات و القدرات الفردية للموظفين
					%20.00	%47.50	%20.00	%7.50	%5.00	النسبة المئوية %		
8	15	موافق	1.36	3.35	7	18	4	4	7	النكرار	6	إمتلاك المؤسسة للبرامج الذكية التي تقوم بتسجيل و تحليل العمليات الإقتصادية
					%17.50	%45.00	%10.00	%10.00	%17.50	النسبة المئوية %		
6	20	موافق	1.1	3.57	4	26	3	3	4	النكرار	7	إمتلاك الموظفين قدر من الذكاء و السرعة للتعامل مع مختلف المستويات
					%10.00	%65.00	%7.50	%7.50	%10.00	النسبة المئوية %		
2	21	موافق	1.08	3.72	8	21	6	2	3	النكرار	8	إدارة المعرفة و المعلومة هي الجهد المنظم الموجه من قبل المؤسسة لرفع مستوى كفاءة إتخاذ القرارات و الأداء التنظيمي
					%20.00	%52.50	%15.00	%5.00	%7.50	النسبة المئوية %		
9	17	موافق	1.2	3.3	4	19	7	5	5	النكرار	9	المؤسسة الجزائرية تعيش واقع الذكاء الإقتصادي
					%10.00	%47.50	%17.50	%12.50	%12.50	النسبة المئوية %		
17.76	موافق	2.41	3.61	66	187	45	28	34	النكرار	المحور الثاني : الذكاء الإقتصادي		
				%18.33	%51.94	%12.50	%7.78	%9.44	النسبة المئوية %			

المصدر: من إعداد الطالبين الاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

**التحليل:** يوضح الجدول أعلاه إجابات أفراد العينة على محور الذكاء الإقتصادي، بحيث نلاحظ أن معظم إجابات الأفراد كانوا موافقين على محور المساندة الاجتماعية، وذلك بمتوسط كلي قدره 3.61 أي مستوى أهمية منخفضة ومستوى الانحراف المعياري قدره 2.41 معنى أن العينة غير متجانسة في هذا المحور.

كما نلاحظ أيضا أن إجابات أفراد العينة كان متوسط حسابها محصور ما بين (3.3 و 4.2) ويمكن استخلاص ما يلي:

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 1 يساوي 3.47 و مستوى الأهمية متوسط ، مما يدل على أن أفراد العينة محايدين على فقرات هذه العبارة، بحيث تقدم المؤسسة خدمات جديدة مبتكرة و مبدعة تعبر عن ذكاءها الإقتصادي.

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 2 يساوي 3.6 و مستوى الأهمية متوسط ، مما يدل على أن العينة محايدين على فقرات هذه العبارة التعامل مع المعلومة المتوفرة بذكاء يساعد في تقليل التأكد عدم في القرارات.

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 3 يساوي 3.65 ومستوى الأهمية منخفض، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة، تفعيل العلاقة بين المؤسسة وبيئتها هو رد فعال .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 4 يساوي 4.2 و مستوى الأهمية متوسط، مما يدل على أن أفراد العينة محايدين على فقرات هذه العبارة تهدف المؤسسة إلى تحقيق التنمية الاقتصادية. المتوسط الحسابي للعبارة رقم 5 يساوي 3.7 و مستوى الأهمية منخفض، مما يدل على أن العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة يسعى مدراء المؤسسة إلى تطوير المهارات و القدرات الفردية للموظفين.

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 6 يساوي 3.35 و مستوى الأهمية متوسط، مما يدل على أن أفراد العينة محايدين على فقرات هذه العبارة، إمتلاك المؤسسة للبرامج الذكية التي تقوم بتسجيل وتحليل العمليات الاقتصادية .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 7 يساوي 3.57 و مستوى الأهمية منخفض، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة، إمتلاك الموظفين قدر من الذكاء و السرعة للتعامل مع مختلف المستويات .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 8 يساوي 3.72 و مستوى الأهمية منخفض ، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة إدارة المعرفة و المعلومة هي الجهد المنظم الموجه من قبل المؤسسة لرفع مستوى كفاءة إتخاذ القرارات و الأداء التنظيمي .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 9 يساوي 3.3 و مستوى الأهمية منخفض جدا، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة المؤسسة الجزائرية تعيش واقع الذكاء الاقتصادي .

المطلب الثاني: المحور الثاني: اليقظة الإستراتيجية

الجدول رقم 10: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري البعد الأول اليقظة التكنولوجية

الرتبة	T Test	اتجاه العينة	انحراف معياري	متوسط حسابي	البعد الأول اليقظة التكنولوجية							
					موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	النسبة المئوية %		
1	27	موافق	0.98	4.27	19	18	0	1	2	التكرار	1	الإنترنت وسيلة فعالة في مواكبة التطور في المؤسسة
					%47.50	%45.00	%0.00	%2.50	%5.00	النسبة المئوية %		
3	24	موافق	1.04	4.02	14	19	3	2	2	التكرار	2	وجود برمجيات تعمل على تخزين البيانات و معالجتها
					%35.00	%47.50	%7.50	%5.00	%5.00	النسبة المئوية %		
5	23	موافق	1.05	3.85	11	18	7	2	2	التكرار	3	النظام المعلوماتي نظام تنبؤ ينبه المؤسسة بالتهديدات و الأخطار
					%27.50	%45.00	%17.50	%5.00	%5.00	النسبة المئوية %		
2	26	موافق	0.97	4.15	15	21	1	1	2	التكرار	4	تحسين المؤسسة بتقنياتها و خدماتها التكنولوجية تساعدها في تقديم أفضل خدمة
					%37.50	%52.50	%2.50	%2.50	%5.00	النسبة المئوية %		
4	24	موافق	1	3.9	10	22	4	2	2	التكرار	5	تقوم المؤسسة بتحديث تقنيات وأجهزة شبكة الاتصال في إستمرار في مجال الاتصالات في الهاتف النقال
					%25.00	%55.00	%10.00	%5.00	%5.00	النسبة المئوية %		
	26.92	موافق	1.92	4.03	69	98	15	8	10	التكرار		البعد الأول اليقظة التكنولوجية
					%34.50	%49.00	%7.50	%4.00	%5.00	النسبة المئوية %		

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS

**التحليل:** يوضح الجدول أعلاه إجابات أفراد العينة على محور الذكاء الإقتصادي، بحيث نلاحظ أن معظم إجابات الأفراد كانوا موافقين على محور المساندة الاجتماعية، وذلك بمتوسط كلي قدره 4.03 أي مستوى أهمية منخفضة ومستوى الانحراف المعياري قدره 1.92 معنى أن العينة غير متجانسة في هذا المحور.

كما نلاحظ أيضا أن إجابات أفراد العينة كان متوسط حسابها محصور ما بين (3.9 و 4.27) ويمكن استخلاص ما يلي:

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 1 يساوي 4.27 و مستوى الأهمية متوسط، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون على فقرات هذه العبارة، الإنترنت وسيلة فعالة في مواكبة التطور في المؤسسة.

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 2 يساوي 4.2 و مستوى الأهمية متوسط ، مما يدل على أن العينة محايدون على فقرات هذه العبارة وجود برمجيات تعمل على تخزين البيانات و معالجتها .  
المتوسط الحسابي للعبارة رقم 3 يساوي 3.85 ومستوى الأهمية منخفض، مما يدل على أن افراد العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة، النظام المعلوماتي نظام تنبؤ ينبه المؤسسة بالتهديدات و الأخطار .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 4 يساوي 4.15 و مستوى الأهمية متوسط، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون على فقرات هذه العبارة تحسين المؤسسة تقنياتها و خدماتها التكنولوجية تساعدها في تقديم أفضل خدمة .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 5 يساوي 3.9 و مستوى الأهمية منخفض، مما يدل على أن العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة تقوم المؤسسة بتحديث تقنيات وأجهزة شبكة الاتصال في إستمرار في مجال الإتصالات في الهاتف النقال .

الجدول رقم 11: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري البعد الثاني اليقظة التنفسية

الرتبة	T Test	اتجاه العينة	انحراف معياري	متوسط حسابي	البعد الثاني اليقظة التنفسية							
					موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	النسبة المئوية %		
4	20	موافق	1.08	3.52	5	21	7	4	3	النكرار	1	تستجيب المؤسسة عة للتغيرات بسر الحاصلة في المحيط التنافسي
					%12.50	%52.50	%17.50	%10.00	%7.50	النسبة المئوية %		
5	20	موافق	1.06	3.52	4	23	6	4	3	النكرار	2	السرعة في تقديم الخمتات و العروض الجيدة مقارنة بالمؤسسات الأخرى
					%10.00	%57.50	%15.00	%10.00	%7.50	النسبة المئوية %		
1	20	موافق	1.13	3.72	7	25	2	2	4	النكرار	3	تعمل المؤسسة على الإستجابة لشكاوي العملاء بسرعة و أخذها يبعن الإعتبار من أجل تقديم خدمات متميزة
					%17.50	%62.50	%5.00	%5.00	%10.00	النسبة المئوية %		
3	22	موافق	1.03	3.62	5	23	7	2	3	النكرار	4	تكيف المؤسسة للأستجابة السريعة لتغيرات سوق الهاتف النقال لمنافسة المؤسسات الأخرى
					%12.50	%57.50	%17.50	%5.00	%7.50	النسبة المئوية %		
2	21	موافق	1.09	3.67	6	25	2	4	3	النكرار	5	تركيز المؤسسة على رفع الجودة والمرونة لخدماتها لتحصيل أعلى تنافسية
					%15.00	%62.50	%5.00	%10.00	%7.50	النسبة المئوية %		
21.17	موافق	2.15	3.61	3.61	27	117	24	16	16	النكرار		البعد الثاني اليقظة التنفسية
					%13.50	%58.50	%12.00	%8.00	%8.00	النسبة المئوية %		

المصدر: من إعداد الطالبتين الاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

**التحليل:** يوضح الجدول أعلاه إجابات أفراد العينة على محور الذكاء الإقتصادي، بحيث نلاحظ أن معظم إجابات الأفراد كانوا موافقين على محور المساندة الاجتماعية، وذلك بمتوسط كلي قدره 3.61 أي مستوى أهمية منخفضة ومستوى الانحراف المعياري قدره 2.15 معنى أن العينة غير متجانسة في هذا المحور .

كما نلاحظ أيضا أن إجابات أفراد العينة كان متوسط حسابها محصور ما بين (3.52) و(3.72) ويمكن استخلاص ما يلي:

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 1 يساوي 3.52 و مستوى الأهمية متوسط ، مما يدل على أن أفراد العينة محايدين على فقرات هذه العبارة، تستجيب المؤسسة عة للتغيرات بسر الحاصلة في المحيط التنافسي .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 2 يساوي 3.52 و مستوى الأهمية متوسط ، مما يدل على أن العينة محايدين على فقرات هذه العبارة السرعة في تقديم الخمتات والعروض الجيدة مقارنة بالمؤسسات الأخرى .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 3 يساوي 3.72 ومستوى الأهمية منخفض، مما يدل على أن أفراد العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة، تعمل المؤسسة على الإستجابة لشكاوي العملاء بسرعة و أخذها بيعة الإعتبار من أجل تقديم خدمات متميزة.

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 4 يساوي 3.62 و مستوى الأهمية متوسط، مما يدل على أن أفراد العينة محايدون على فقرات هذه العبارة تتكيف المؤسسة للأستجابة السريعة لتغيرات سوق الهاتف النقال لمنافسة المؤسسات الأخرى .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 5 يساوي 3.72 و مستوى الأهمية منخفض، مما يدل على أن العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة تركيز المؤسسة على رفع الجودة والمرونة لخدماتها لتحصيل أعلى تنافسية .

الجدول رقم 12: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري البعد لثالث اليقظة البيئية

الرتبة	T Test	اتجاه العينة	انحراف معياري	متوسط حسابي	البعد لثالث اليقظة البيئية							
					موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	النسبة المئوية %		
5	20	موافق	1.1	3.62	6	23	4	4	3	الكرار	1	تواجه المؤسسة مختلف التغيرات التي تحدث في بيئتها
					%15.00	%57.50	%10.00	%10.00	%7.50	النسبة المئوية %		
2	24	موافق	0.98	3.75	5	27	4	1	3	الكرار	2	الظواهر الاجتماعية عنصر مهم يحدد طبيعة نشاط المؤسسة
					%12.50	%67.50	%10.00	%2.50	%7.50	النسبة المئوية %		
3	20	موافق	1.12	3.65	7	22	4	4	3	الكرار	3	تقوم المؤسسة بابتكار طرق جديدة و حديثة من أجل تحصي تطلعاتها و رغباتها
					%17.50	%55.00	%10.00	%10.00	%7.50	النسبة المئوية %		
4	19	موافق	1.15	3.57	6	22	5	3	4	الكرار	4	تدرس المؤسسة العلاقة بين الموردن و الزبائن وكذلك المهارات الجديدة في السوق
					%15.00	%55.00	%12.50	%7.50	%10.00	النسبة المئوية %		
1	22	موافق	1.08	3.82	9	23	3	2	3	الكرار	5	تتابع المؤسسة مختلف القوانين و التشريعات التي تصدر من الهيئات الحكومية
					%22.50	%57.50	%7.50	%5.00	%7.50	النسبة المئوية %		
					33	117	20	14	16	الكرار	البعد لثالث اليقظة البيئية	
					%16.50	%58.50	%10.00	%7.00	%8.00	النسبة المئوية %		

المصدر: من إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS

التحليل: يوضح الجدول أعلاه إجابات أفراد العينة على محور الذكاء الإقتصادي، بحيث نلاحظ أن معظم إجابات الأفراد كانوا موافقين على محور المساندة الاجتماعية، وذلك بمتوسط كلي قدره 3.62 أي مستوى أهمية منخفضة ومستوى الانحراف المعياري قدره 2.14 معنى أن العينة غير متجانسة في هذا المحور.

كما نلاحظ أيضا أن إجابات أفراد العينة كان متوسط حسابها محصور ما بين (3.57 و3.82) ويمكن استخلاص ما يلي :

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 1 يساوي 3.62 و مستوى الأهمية متوسط ، مما يدل على أن أفراد العينة محايدين على فقرات هذه العبارة، تواجه المؤسسة مختلف التغيرات التي تحدث في بيئتها . .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 2 يساوي 3.75 و مستوى الأهمية متوسط ، مما يدل على أن العينة محايدين على فقرات هذه العبارة الظواهر الاجتماعية عنصر مهم يحدد طبيعة نشاط المؤسسة .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 3 يساوي 3.65 و مستوى الأهمية منخفض، مما يدل على أن افراد العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة، تقوم المؤسسة بإبتكار طرق جديدة و حديثة من أجل تحصي تطلعاتها رغباتها .

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 4 يساوي 3.57 و مستوى الأهمية متوسط، مما يدل على أن أفراد العينة محايدين على فقرات هذه العبارة تدرس المؤسسة العلاقة بين الموردين و الزبائن وكذلك المهارات الجديدة في السوق ..

المتوسط الحسابي للعبارة رقم 5 يساوي 3.82 و مستوى الأهمية منخفض، مما يدل على أن العينة غير موافقين على فقرات هذه العبارة تتابع المؤسسة مختلف القوانين و التشريعات التي تصدر من الهيئات الحكومية.

جدول رقم 13: يبين قيم معاملات الارتباط (بريسون)

الدلالة الإحصائية	الدراسة الكلية	الدكاء الإقتصادي	اليقظة الإستراتيجية	اليقظة الإستراتيجية			ن=	
				اليقظة البيئية	اليقظة التنفسية	اليقظة التكنولوجية		
0.001	**0.953	**0.856	**0.981	**0.932	**0.904		40	اليقظة التكنولوجية
0.001	**0.979	**0.958	**0.960	**0.979		**0.904		اليقظة التنفسية
0.001	**0.988	**0.941	**0.985		**0.979	**0.932		اليقظة البيئية
0.001	**0.988	**0.916		**0.985	**0.960	**0.981		اليقظة الإستراتيجية
0.001	**0.967		**0.916	**0.941	**0.958	**0.856		الدكاء الإقتصادي
0.001		**0.967	**0.988	**0.988	**0.979	**0.953		الدراسة الكلية

مستوى الدلالة عند 0.05

مستوى الدلالة عند 0.01

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

يوضح الجدول رقم (13) قيم معاملات الارتباط "بيرسون" ونلاحظ أن جميع معاملات الارتباط موجبة (+) و دالة إحصائياً مقارنة بمستوى الدلالة أي أن جميع قيم الاحتمالية sig اقل من 0.05 بين المسؤولية الاجتماعية ومحاورها، مما يشير إلى وجود اتساق داخلي بين جميع المحاور الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية والدرجة الكلية لها، مما يدل على أن هذه الاتجاهات أو هذه الفقرات صادقة لما وضعت لقياسه وهو الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم اليقظة.

### المطلب الثالث: عرض ومناقشة الفرضيات:

الفرضية الأولى: اليقظة الاستراتيجية نظام معلومات مفتوح على البيئة

جدول رقم 14: اختبار تحليل التباين الأحادي - One Way ANOVA

Sig	(F) المحسوبة	متوسط مربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	التباين
0.001	291	159	1	159	بين المجموعات
		0.54	38	20	داخل المجموعات
			39	179	المجموع

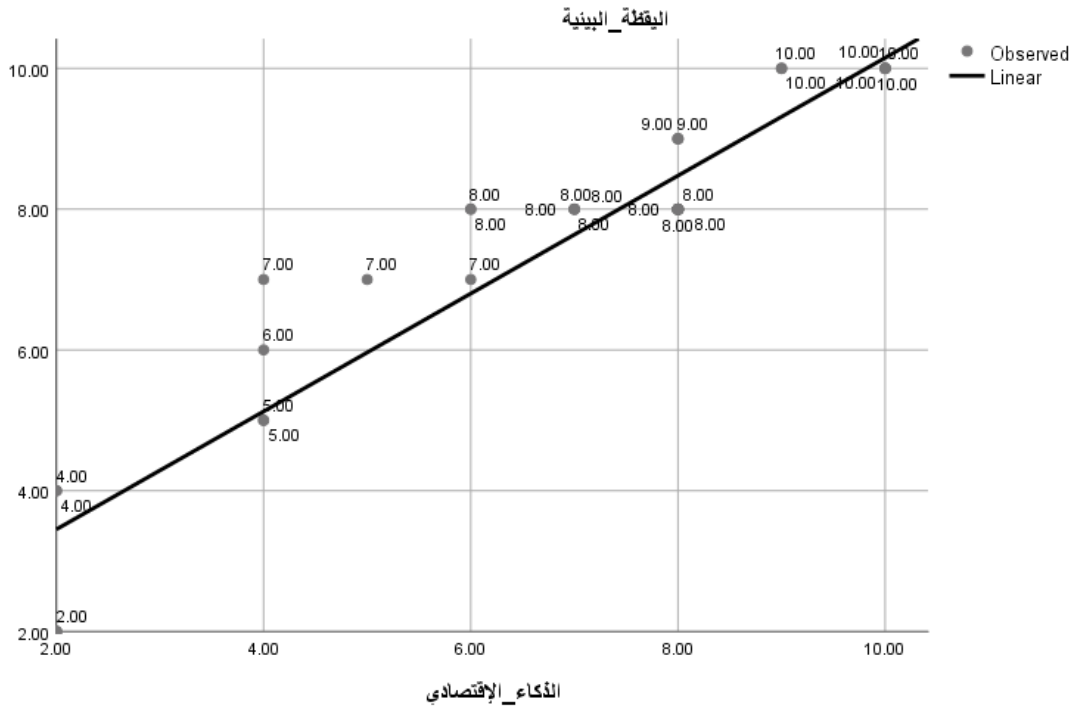
مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

جدول رقم 15: اختبار الاحدار الخطي البسيط اليقظة الاستراتيجية نظام معلومات مفتوح

على البيئة

B	الخطأ المعياري	Beta	(T) المحسوبة	Sig
0.837	0.049	0.94	17	0.001
1.777	0.352		5	0.001



يتضح من خلال بيانات الجدولين (14) و (15) اختبار لتحليل التباين الأحادي One Way ANOVA و اختبار الانحدار الخطي البسيط تأثير اتجاه العاملين في الأداء المالي على الترتيب ، أن قيمة (F) المحسوبة قدرت ب 291 وقيمة sig اقل من مستوى الدلالة 0.05 ، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية الأولى " اليقظة الاستراتيجية نظام معلومات مفتوح على البيئة.

الفرضية الثانية: الذكاء الإقتصادي مجموعة من التطبيقات المساعدة في إتخاذ القرار

جدول رقم 16: اختبار تحليل التباين الأحادي - One Way ANOVA

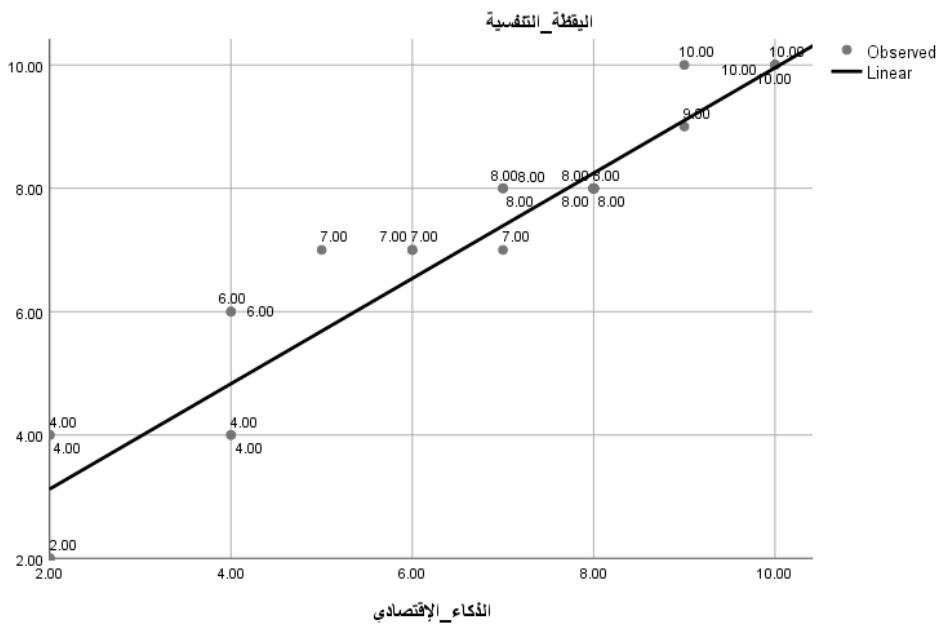
Sig	(F) المحسوبة	متوسط مربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	التبيان
0.001	421	165	1	165	بين المجموعات
		0.393	38	14.92	داخل المجموعات
			39	180	المجموع

مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

جدول رقم 17: اختبار الانحدار الخطي البسيط للذكاء الإقتصادي مجموعة من التطبيقات المساعدة في إتخاذ القرار

B	الخطأ المعياري	Beta	(T) المحسوبة	Sig
0.854	0.042	0.958	20	0.001
1.415	0.299		4.73	0.001



يتضح من خلال بيانات الجدولين (16) و (17) اختبار لتحليل التباين الأحادي One Way ANOVA و اختبار الانحدار الخطي البسيط للذكاء الإقتصادي مجموعة من التطبيقات المساعدة في إتخاذ القرار، أن قيمة (F) المحسوبة قدرت ب 421 وقيمة sig اقل من مستوى الدلالة 0.05، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية الثانية " الذكاء الإقتصادي مجموعة من التطبيقات المساعدة في إتخاذ القرار.

الفرضية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنشاط الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية

جدول رقم 18: اختبار تحليل التباين الأحادي – One Way ANOVA

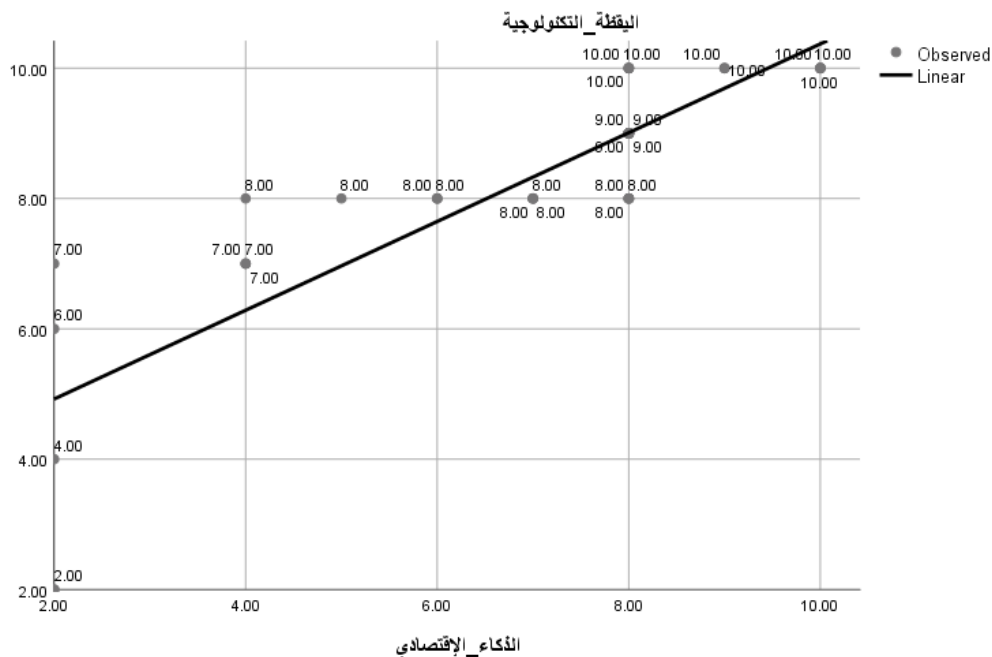
Sig	(F) المحسوبة	متوسط مربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	التباين
0.001	103	105	1	105	بين المجموعات
		1.01	38	38	داخل المجموعات
			39	143	المجموع

مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

جدول رقم 19: اختبار الانحدار الخطي البسيط يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنشاط الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية

B	الخطأ المعياري	Beta	(T) المحسوبة	Sig
0.681	0.067	0.856	10	0.001
3.561	0.480		7.42	0.001



يتضح من خلال بيانات الجدولين (18) و (19) اختبار لتحليل التباين الأحادي One Way ANOVA و اختبار الانحدار الخطي البسيط يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنشاط الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية، أن قيمة (F) المحسوبة قدرت ب 103 وقيمة sig اقل من مستوى الدلالة 0.05، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية الثالثة " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنشاط الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية.

الفرضية الرابعة: أبعاد الذكاء الاقتصادي تساهم كليا في دعم الإدارة الاستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة

جدول رقم 19: اختبار تحليل التباين الأحادي - One Way ANOVA

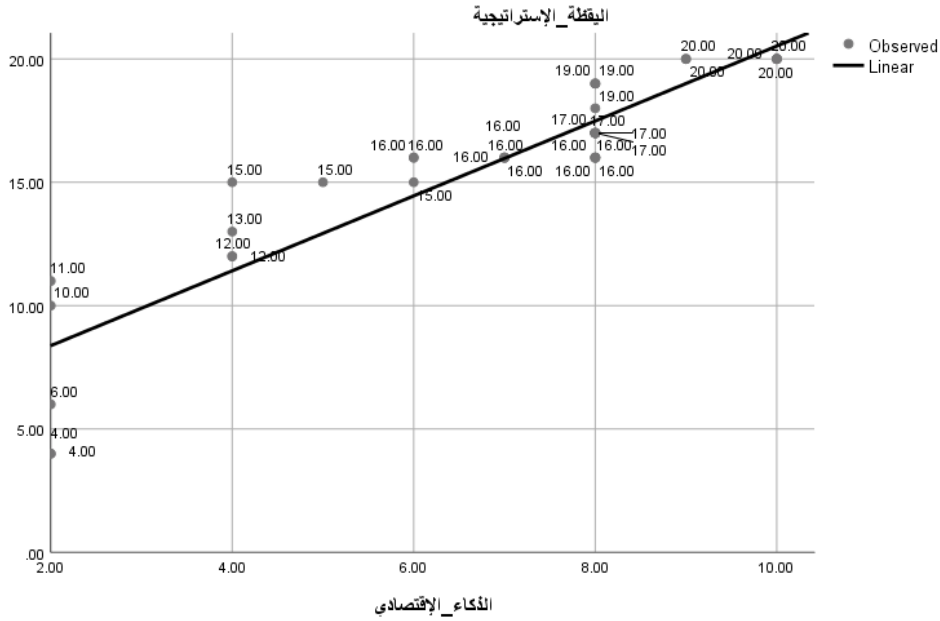
Sig	(F) المحسوبة	متوسط مربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	التباين
0.001	198	523	1	523	بين المجموعات
		2.63	38	100	داخل المجموعات
			39	623	المجموع

مستوى الدلالة  $\alpha = 0.05$

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss V25

جدول رقم 20: اختبار الانحدار الخطي البسيط أبعاد الذكاء الاقتصادي تساهم كليا في دعم الإدارة الاستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة

B	الخطأ المعياري	Beta	(T) المحسوبة	Sig
1.518	0.108	0.916	14	0.001
5.338	0.774		6.89	0.001



يتضح من خلال بيانات الجدولين (21) و (22) اختبار لتحليل التباين الأحادي One Way ANOVA واختبار الانحدار الخطي البسيط لأبعاد الذكاء الإقتصادي تساهم كليا في دعم الإدارة الاستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة، أن قيمة (F) المحسوبة قدرت ب 198 وقيمة sig اقل من مستوى الدلالة 0.05، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية الرابعة أبعاد الذكاء الإقتصادي تساهم كليا في دعم الإدارة الاستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة.

الختمة

## الخاتمة:

أفرزت التطورات الاقتصادية العالمية في شتى المجالات، تزايد حدة المنافسة مما استدعى الاهتمام الجدي بالبعد الاستراتيجي كأحد أعمدة نمو واستمرارية المؤسسة في سوق المنافسة. وتحديث قدراتها وفقا للمعطيات الجديدة التي تملئها البيئة الخارجية لاقتناص الفرص وتجنب المخاطر والتهديدات وهو الامر الذي لا يمكن الوصول اليه الا بامتلاك أدوات تحكم وجمع معلومات ومعالجتها وتحليلها.

أصبحت المؤسسات الاقتصادية تعيش في محيط يمتاز بدرجة كبيرة من حالة عدم التأكد، بسبب فتح أسواق أمام التغيرات العالمية والتطور التكنولوجي الذي تتوالى فيه المعلومات الخارجية والداخلية بشكل مستمر ومتواصل وذلك أن الإدارة الاستراتيجية بحاجة الى توافر المعلومات للاستفادة منها، ما دام أن المؤسسة عنصر ديناميكي يتأثر ويتطور بمختلف التغيرات الداخلية والخارجية ومختلف الضغوطات، أصبحت المؤسسة ملزمة بمراقبة كل شيء يحيط بها من أجل ضمان استمراريتها لتحقيق أهدافها المسطرة وذلك باستخدام وسائل منظمة ومتخصصة كاليقظة الاستراتيجية، ونظم المعلومات، والذكاء الاقتصادي، اذن وجب على المؤسسة الاقتصادية في وقتنا الحالي ان تعطي مجهودات لتنبؤ والاستشعار المبكر لمتغيرات البيئة وذلك للتخفيف من الآثار السلبية المتوقعة الحدوث فهي لا تمتلك القدرة للتحكم علة متغيرات البيئة بالقدر الذي تمتلك للقدرة على التخفيف منها عن طريق اتباعها لنظم اليقظة الاستراتيجية فهي تعتبر سلاح فعال لضمان استمراريتها وتفوقها امام منافسيها. أما الذكاء الاقتصادي فهو يساهم ويساعد في عمليات التنمية من خلال نشاطه في جمع المعلومات قانونيا والحفاظ على أصول المؤسسة وتأمين الحماية لها والأكثر من ذلك اتخاذ القرار المناسب والذكي اقتصاديا، اذ هناك علاقة ترابطية بين الذكاء الاقتصادي وكل من المعلومات والمعرفة والبحث والتطوير وكذلك علاقة الذكاء الاقتصادي بالميزة التنافسية، وأهمية هذه العلاقة في مجال التنمية والنهوض بالواقع الاقتصادي ولذلك على المؤسسات الاقتصادية العمل بالذكاء الاقتصادي الذي يعد نظام متطور من الأنظمة التسييرية الحديثة التي تساعد على التحليل الاستراتيجي للبيئة واتخاذ لأفضل القرارات الاستراتيجية.

## نتائج الدراسة:

من خلال تحليل الجوانب التطبيقية والنظرية لموضوع بحثنا توصلنا الى النتائج التالية:  
ظهر الذكاء الاقتصادي أولا في المجال العسكري ثم بعدها تم تطبيقه في المجال الاقتصادي في اليابان أول مرة وبعدها الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وقد عرف على أنه عمل دفاعي وهجومي يرتكز على جمع المعلومات للأعوان الإداريين لإظهار الفرص والتهديدات واتخاذ القرار لتحقيق النجاح.

يرتبط الذكاء الاقتصادي باليقظة الاستراتيجية تحت علاقة وثيقة تكاملية وتبادلية من خلال المتابعة الممنهجة لبيئة المؤسسة على جميع الأصعدة من خلال تحويل المعلومات الخام الى رأس مال معرفي يسمح بتبادل ونقل المعرفة تشجيع الابداع.

الذكاء الاقتصادي عبارة عن مجموعة من العمليات المنظمة والمتناسقة تعمل بنشاط ديناميكي يساهم في تصميم وتطبيق وتقييم الاستراتيجيات لإيقاظ المؤسسة نحو تحقيق أهدافها ودفعها لخوض سباق المنافسة.

تنقسم اليقظة الاستراتيجية الى عدة أنواع أهمها: اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة البيئية،

يسمح كل من الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية بتوضيح الرؤية الشمولية للمؤسسة من خلال تحديد نقاط القوة والضعف الداخلية وتحديد الفرص والتهديدات في محيطها، وبالتالي إبراز الوضع التنافسي للمؤسسة.

توجد عدة متطلبات وشروط إنجاح اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية ومنها: توفر موارد بشرية على مستوى من الكفاءة، ووجود تنظيم رسمي وتطبيقي لليقظة داخل المؤسسة، توافر المؤسسة على المورد المادي بإنجاح عملية اليقظة.

توصلنا في النتائج التحليل الاحصائي لبيانات عينة الدراسة ان ممارسة المؤسسة للذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية يمثل نسبة متوسطة من نشاطها.

تواجه المؤسسة الجزائرية صعوبات كثيرة في مراقبة البيئة الخارجية وذلك يعود الى نقص الوعي حول أهمية الاستمرار في مراقبة البيئة الخارجية، وكذلك نقص الاهتمام بعملية جمع المعلومات وتحليلها والاهم من ذلك عدم الرغبة في المنافسة في الابداع.

**التوصيات:**

وعلى ضوء ما سبق يمكننا صياغة بعض التوصيات كالتالي:

وجب على المؤسسة الجزائرية ان تولي الاهتمام لمفهوم اليقظة والذكاء وجعلها من أحد أولوياتها وذلك من خلال وضع دورات تكوينية في هذا المجال ودمجها في البرنامج الدراسي.

نشر الوعي حول أهمية الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية في دفع عجلة تطور المؤسسة نحو تحقيق أهدافها وكذلك ضرورة تخصيص ميزانية خاصة بهما.

مراقبة التطورات التكنولوجية وأحدث البرامج والتقنيات والاستعانة بخبراء في هذا المجال لوضع قواعد وبيانات تسهل الوصول للحصول على المعلومة وتحليلها تحليل دقيق للوصول الى أفضل النتائج وتكون عملية جمع المعلومة بشكل متواصل.

اعطاء أهمية للمعلومة والتعامل معها على أنها مورد أساسي كأى مورد آخر في المؤسسة مع توفير الضمانات الكافية لحمايتها.

آفاق الدراسة:

- ✚ الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية الاقتصاديات والدول.
- ✚ واقع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- ✚ دور اليقظة الاستراتيجية في إدارة الازمات وتعزيز الفكر الإبداعي.

# قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

الكتب

- 1) بومدين فتيحة التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات سنة 2007 .
- 2) نبيل مهدي كتاب الذكاء الاقتصادي الدخل الحديث للاقتصاد المعرفي الطبعة الأولى 2019م 1440هـ جامعة القادسية .
- 3) صابر علي ورقة عمل بعنوان اليقظة الاستراتيجية قسم التربية والمقارنة والإدارة التعليمية
- 4) الكتاب مصنوعة احمد بن يوس احمد مقال المقريري للدراسات الاقتصادية والمالية
- 5) نبيل مهدي الجنابي كتاب الذكاء الاقتصادي المدخل الحديث للاقتصاد المعرفي جامعة القادسية الطبعة الأولى 2019 م 1440هـ.

أطروحات الدكتوراه

- 1) بلحاج آمنة ، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تخصص الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان - سنة 2014-2015 .
- 2) بورش أحمد الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الاستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص أطروحة مقدسة لنيل شهادة دكتوراه تخصص الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان سنة 2018 2012 .
- 3) وهيبة بوزيان - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه - طور الثالث للعلوم التجارية بعنوان دور الذكاء الاقتصادي في اتخاذ قرار الدخول للأسواق الدولية جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل سنة 2022.

رسائل الماجستير

- 1) علاوي نصيرة مذكرة ضمن نيل شهادة ماجستير اليقظة الاستراتيجية كعامل لتغير المؤسسة تخصص تسيير موارد بشرية سنة 2012.
- 2) لعجوز حسين زبيري نورة خرخاش جميلة ملخص واقع اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جامعة مسيلة.

المجلات

- 1) حبيبة سعد الدين واقع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الخدمية الجزائرية دراسة عينة من بنوك مسيلة الجزائر مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية المجلد 07 العدد 01 2023 .
- 2) حسيبة سعد الدين واقع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الخدمية مسيلة الجزائر .
- 3) دريم احمد مختار مجلة أسبوط للعلوم وفنون التربية الرياضية .
- 4) علاوي نصيرة مجلة الباحث الاقتصادية العدد 02 ، 2014.

- (5) الحاج سالم عطية الذكاء الاقتصادي في المؤسسة مرجعية نظرية في بنية المفهوم مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد 33 جامعة الجزائر البلد الجزائر سنة مارس 2018.
- (6) الحاج سالم عطية، من تسيير المعلومات الى الذكاء الاقتصادي مرجعية نظرية للمفهوم، مجلة العلمية لجامعة الجزائر3، المجلد:6 العدد:11 جامعة الجزائر البلد الجزائر سنة جانفي 2018.
- (7) خوالد أبو بكر، بوزرب خير الدين، الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية اقتصاديات والدول (قراءة في التجربة اليابانية) مجلة البشائر الاقتصادية المجلد الثالث العدد 3 - سبتمبر 2019 جامعة باجي مختار عنابة - الجزائر .
- (8) دحماني محمد أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملاءمة مناخ الاعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد2 جامعة وهران الجزائر سنة 2012 .
- (9) خياط إيمان مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع إدارة اعمال بعنوان محاولة تصميم نظم معلومات خاص بالذكاء الاقتصادي المقومات والحدود جامعة الجزائر السنة الجامعية 2008 2009.
- (10) علاوي نصيرة اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة مجلة الباحث الاقتصادي العدد 02 2014 جامعة بشار .
- (11) قادري محمد أ طيب سعيدة اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة ميدانية لعينة من النسيج الصناعي الجزائري -مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة -العدد الثالث -أوت -2017المركز الجامعي أحمد زبانة -غليزان.
- (12) نجلاء عبد التواب -عيسى عبد العال -خريطة استراتيجية مقترحة لتحقيق اليقظة الاستراتيجية في جامعة بني سويف -مجلة كلية التربية -عدد أكتوبر الجزء 01 -2018 جامعة بني سويف مصر .
- المواقع الإلكترونية

الملاحق

**Scale: ALL VARIABLES**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.996	24

**Statistics**

		الجنس	العمر	المستوى التعليمي	الصف المهني	سنوات الخبرة
N	Valid	40	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		1.5000	3.0000	3.4000	1.2500	2.6750
Std. Error of Mean		.08006	.10127	.09337	.09303	.14930
Median		1.5000 <sup>a</sup>	3.0000 <sup>a</sup>	3.4211 <sup>a</sup>	1.1892 <sup>a</sup>	2.8148 <sup>a</sup>
Mode		1.00 <sup>b</sup>	3.00	3.00	1.00	3.00
Std. Deviation		.50637	.64051	.59052	.58835	.94428
Variance		.256	.410	.349	.346	.892
Skewness		.000	.000	-.377-	2.286	-.825-
Std. Error of Skewness		.374	.374	.374	.374	.374
Kurtosis		-2.108-	-.402-	-.656-	4.126	-.271-
Std. Error of Kurtosis		.733	.733	.733	.733	.733
Range		1.00	2.00	2.00	2.00	3.00
Minimum		1.00	2.00	2.00	1.00	1.00
Maximum		2.00	4.00	4.00	3.00	4.00
Sum		60.00	120.00	136.00	50.00	107.00
Percentiles	25	1.0000 <sup>c</sup>	2.3750 <sup>c</sup>	2.8182 <sup>c</sup>	. <sup>c,a</sup>	2.0741 <sup>c</sup>
	50	1.5000	3.0000	3.4211	1.1892	2.8148
	75	2.0000	3.6250	3.9474	1.7297	3.5000

a. Calculated from grouped data.

b. Multiple modes exist. The smallest value is shown

c. Percentiles are calculated from grouped data.

d. The lower bound of the first interval or the upper bound of the last interval is not known. Some percentiles are undefined.

**Frequency Table**

		الجنس			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	20	50.0	50.0	50.0
	أنثى	20	50.0	50.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

		العمر			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	بين 25-35 سنة	8	20.0	20.0	20.0
	بين 35-45 سنة	24	60.0	60.0	80.0
	أكثر من 45 سنة	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

		المستوى التعليمي			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي	2	5.0	5.0	5.0
	ليسانس	20	50.0	50.0	55.0
	ماسنر أو أكثر	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

## الملاحق

		الصف_ المهني			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	إطار	33	82.5	82.5	82.5
	عون تحكم	4	10.0	10.0	92.5
	عون تنفيذ	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

		سنوات_ الخبرة			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 5 سنوات	8	20.0	20.0	20.0
	ما بين 6 إلى 10 سنوات	2	5.0	5.0	25.0
	ما بين 11 إلى 20 سنة	25	62.5	62.5	87.5
	أكثر من 20 سنة	5	12.5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

### Frequency Table

تقديم المؤسسة خدمات جديدة مبتكرة و مبدعة تعبر عن ذكاءها الإقتصادي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	5	12.5	12.5	12.5
	غير موافق	4	10.0	10.0	22.5
	محايد	4	10.0	10.0	32.5
	موافق	21	52.5	52.5	85.0
	موافق تماما	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

التعامل مع المعلومة المتوفرة بذكاء يساعد في تقليل التأكد عدم في القرارات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5	7.5
	غير موافق	4	10.0	10.0	17.5
	محايد	5	12.5	12.5	30.0
	موافق	22	55.0	55.0	85.0
	موافق تماما	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تفعيل اعلaque بين المؤسسة و بيئتها هو رد فعال

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5	7.5
	غير موافق	2	5.0	5.0	12.5
	محايد	6	15.0	15.0	27.5
	موافق	24	60.0	60.0	87.5
	موافق تماما	5	12.5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تهدف المؤسسة إلى تحقيق التنمية الإقتصادية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	2	5.0	5.0	5.0
	غير موافق	1	2.5	2.5	7.5
	محايد	2	5.0	5.0	12.5
	موافق	17	42.5	42.5	55.0
	موافق تماما	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

يسعى مدراء المؤسسة إلى تطوير المهارات و القدرات الفردية للموظفين

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	2	5.0	5.0	5.0
	غير موافق	3	7.5	7.5	12.5
	محايد	8	20.0	20.0	32.5
	موافق	19	47.5	47.5	80.0
	موافق تماما	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

إمتلاك المؤسسة للبرامج الذكية التي تقوم بتسجيل و تحليل العمليات الإقتصادية

## الملاحق

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	7	17.5	17.5	17.5
	غير موافق	4	10.0	10.0	27.5
	محايد	4	10.0	10.0	37.5
	موافق	18	45.0	45.0	82.5
	موافق تماما	7	17.5	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

### إمتلاك الموظفين قدر من الذكاء و السرعة للتعامل مع مختلف المستويات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	4	10.0	10.0	10.0
	غير موافق	3	7.5	7.5	17.5
	محايد	3	7.5	7.5	25.0
	موافق	26	65.0	65.0	90.0
	موافق تماما	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

### إدارة المعرفة و المعلومة هي الجهد المنظم الموجه من قبل المؤسسة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5	7.5
	غير موافق	2	5.0	5.0	12.5
	محايد	6	15.0	15.0	27.5
	موافق	21	52.5	52.5	80.0
	موافق تماما	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

### المؤسسة الجزائرية تعيش واقع الذكاء الإقتصادي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	5	12.5	12.5	12.5
	غير موافق	5	12.5	12.5	25.0
	محايد	7	17.5	17.5	42.5
	موافق	19	47.5	47.5	90.0
	موافق تماما	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

### الانترنت وسيلة فعالة في مواكبة التطور في المؤسسة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	2	5.0	5.0	5.0
	غير موافق	1	2.5	2.5	7.5
	موافق	18	45.0	45.0	52.5
	موافق تماما	19	47.5	47.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

### وجود برمجيات تعمل على تخزين البيانات و معالجتها

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	2	5.0	5.0	5.0
	غير موافق	2	5.0	5.0	10.0
	محايد	3	7.5	7.5	17.5
	موافق	19	47.5	47.5	65.0
	موافق تماما	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

### النظام المعلوماتي نظام تنبؤ ينبه المؤسسة بالتهديدات و الأخطار

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	2	5.0	5.0	5.0
	غير موافق	2	5.0	5.0	10.0
	محايد	7	17.5	17.5	27.5
	موافق	18	45.0	45.0	72.5
	موافق تماما	11	27.5	27.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

تحسين المؤسسة تقنياتها و خدماتها التكنولوجية تساعدها في تقديم أفضل خدمة

## الملاحق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	2	5.0	5.0
	غير موافق	1	2.5	7.5
	محايد	1	2.5	10.0
	موافق	21	52.5	62.5
	موافق تماما	15	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0

**تقوم المؤسسة بتحديث تقنيات وأجهزة شبكة الاتصال في إستمرار**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	2	5.0	5.0
	غير موافق	2	5.0	10.0
	محايد	4	10.0	20.0
	موافق	22	55.0	75.0
	موافق تماما	10	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0

**تستجيب المؤسسة عة للتغيرات بسر الحاصلة في المحيط التنافسي**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5
	غير موافق	4	10.0	17.5
	محايد	7	17.5	35.0
	موافق	21	52.5	87.5
	موافق تماما	5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0

**السرعة في تقديم الخمت و العروض الجيدة مقارنة بالمؤسسات الأخرى**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5
	غير موافق	4	10.0	17.5
	محايد	6	15.0	32.5
	موافق	23	57.5	90.0
	موافق تماما	4	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0

**تعمل المؤسسة على الإستجابة لشكاوي العملاء بسرعة و أخذها بيعن الإعتبار**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	4	10.0	10.0
	غير موافق	2	5.0	15.0
	محايد	2	5.0	20.0
	موافق	25	62.5	82.5
	موافق تماما	7	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0

**تتكيف المؤسسة للإستجابة السريعة لتغيرات سوق الهاتف النقال لمنافسة المؤسسات الأخرى**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5
	غير موافق	2	5.0	12.5
	محايد	7	17.5	30.0
	موافق	23	57.5	87.5
	موافق تماما	5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0

**تركيز المؤسسة على رفع الجودة والمرونة لخدماتها لتحصيل أعلى تنافسية**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5
	غير موافق	4	10.0	17.5
	محايد	2	5.0	22.5
	موافق	25	62.5	85.0
	موافق تماما	6	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0

**تواجه المؤسسة مختلف التغيرات التي تحدث في بيئتها**

## الملاحق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5
	غير موافق	4	10.0	17.5
	محايد	4	10.0	27.5
	موافق	23	57.5	85.0
	موافق تماما	6	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0

### الظواهر الاجتماعية عنصر مهم يحدد طبيعة نشاط المؤسسة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5
	غير موافق	1	2.5	10.0
	محايد	4	10.0	20.0
	موافق	27	67.5	87.5
	موافق تماما	5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0

### تقوم المؤسسة بإبتكار طرق جديدة و حديثة من أجل تحصيل تطلعاتها و رغباتها

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5
	غير موافق	4	10.0	17.5
	محايد	4	10.0	27.5
	موافق	22	55.0	82.5
	موافق تماما	7	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0

### تدرس المؤسسة العلاقة بين الموردين و الزبائن وكذلك المهارات الجديدة في السوق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	4	10.0	10.0
	غير موافق	3	7.5	17.5
	محايد	5	12.5	30.0
	موافق	22	55.0	85.0
	موافق تماما	6	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0

### تتابع المؤسسة مختلف القوانين و التشريعات التي تصدر من الهيئات الحكومية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق تماما	3	7.5	7.5
	غير موافق	2	5.0	12.5
	محايد	3	7.5	20.0
	موافق	23	57.5	77.5
	موافق تماما	9	22.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
تقديم المؤسسة خدمات جديدة مبتكرة و مبدعة تعبر عن ذكاءها الإقتصادي	40	3.4750	1.24009
التعامل مع المعلومة المتوفرة بذكاء يساعد في تقليل التأكد عدم في القرارات	40	3.6000	1.10477
تفعيل اعلaque بن المؤسسة و بيئتها هو رد فعال	40	3.6500	1.02657
تهدف المؤسسة إلى تحقيق التنمية الإقتصادية	40	4.2000	1.01779
يسعى مدراء المؤسسة إلى تطوير المهارات و القدرات الفردية للموظفين	40	3.7000	1.04268
إمتلاك المؤسسة للبرامج الذكية التي تقوم بتسجيل و تحليل العمليات الإقتصادية	40	3.3500	1.36907
إمتلاك الموظفين قدر من الذكاء و السرعة للتعامل مع مختلف المستويات	40	3.5750	1.10680
إدارة المعرفة و المعلومة هي الجهد المنظم الموجه من قبل المؤسسة	40	3.7250	1.08575
المؤسسة الجزائرية تعيش واقع الذكاء الإقتصادي	40	3.3000	1.20256
الإنترنت وسيلة فعالة في مواكبة التطور في المؤسسة	40	4.2750	.98677
وجود برماجيات تعمل على تخزين البيانات و معالجتها	40	4.0250	1.04973
النظام المعلوماتي نظام تنبؤ ينبه المؤسسة بالتهديدات و الأخطار	40	3.8500	1.05125
تحسين المؤسسة تقنياتها و خدماتها التكنولوجية تساعد في تقديم أفضل خدمة	40	4.1500	.97534
تقوم المؤسسة بتحديث تقنيات و أجهزة شبكة الأتصال في إستمرار	40	3.9000	1.00766
تستجيب المؤسسة للتحديات بسر الحاصلة في المحيط التنافسي	40	3.5250	1.08575
السرعة في تقديم الخدمات و العروض الجيدة مقارنة بالمؤسسات الأخرى	40	3.5250	1.06187
تعمل المؤسسة على الإستجابة لشكاوي العملاء بسرعة و أخذها بيمين الإعتبار	40	3.7250	1.13199
تتكيف المؤسسة للإستجابة السريعة لتغيرات سوق الهاتف النقال لمنافسة المؤسسات الأخرى	40	3.6250	1.03000
تركيز المؤسسة على رفع الجودة و المرونة لخدماتها لتحصيل أعلى تنافسية	40	3.6750	1.09515

## الملاحق

تواجه المؤسسة مختلف التغيرات التي تحدث في بيئتها	40	3.6250	1.10215
الظواهر الاجتماعية عنصر مهم يحدد طبيعة نشاط المؤسسة	40	3.7500	.98058
تقوم المؤسسة بإبتكار طرق جديدة و حديثة من أجل تحصى تطلعاتها و رغباتها	40	3.6500	1.12204
تدرس المؤسسة العلاقة بين الموردين و الزبائن وكذلك المهارات الجديدة في السوق	40	3.5750	1.15220
تتابع المؤسسة مختلف القوانين و التشريعات التي تصدر من الهيئات الحكومية	40	3.8250	1.08338
الذكاء الاقتصادي	40	6.7750	2.41244
اليقظة التكنولوجية	40	8.1750	1.92004
اليقظة التنفسية	40	7.2000	2.15073
اليقظة البيئية	40	7.4500	2.14775
اليقظة الإستراتيجية	40	15.6250	3.99800
الدراسة الكلية	40	22.4000	6.28307
Valid N (listwise)	40		

### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
تقديم المؤسسة خدمات جديدة مبتكرة و مبدعة تعبر عن ذكاءها الإقتصادي	40	3.4750	1.24009	.19608
التعامل مع المعلومة المتوفرة بذكاء يساعد في تقليل التأكد عدم في القرارات	40	3.6000	1.10477	.17468
تفعيل اعلاقة بن المؤسسة و بيئتها هو رد فعال	40	3.6500	1.02657	.16231
تهدف المؤسسة إلى تحقيق التنمية الإقتصادية	40	4.2000	1.01779	.16093
يسعى مدراء المؤسسة إلى تطوير المهارات و القدرات الفردية للموظفين	40	3.7000	1.04268	.16486
إمتلاك المؤسسة للبرامج الذكية التي تقوم بتسجيل و تحليل العمليات الإقتصادية	40	3.3500	1.36907	.21647
إمتلاك الموظفين قدر من الذكاء و السرعة للتعامل مع مختلف المستويات	40	3.5750	1.10680	.17500
إدارة المعرفة و المعلومة هي الجهد المنظم الموجه من قبل المؤسسة	40	3.7250	1.08575	.17167
المؤسسة الجزائرية تعيش واقع الذكاء الإقتصادي	40	3.3000	1.20256	.19014
الانترنت وسيلة فعالة في مواكبة التطور في المؤسسة	40	4.2750	.98677	.15602
وجود برماجيات تعمل على تخزين البيانات و معالجتها	40	4.0250	1.04973	.16598
النظام المعلوماتي نظام تنبؤ ينبه المؤسسة بالتهديدات و الأخطار	40	3.8500	1.05125	.16622
تحسين المؤسسة تقنياتها و خدماتها التكنولوجية تساعدها في تقديم أفضل خدمة	40	4.1500	.97534	.15421
تقوم المؤسسة بتحديث تقنيات و أجهزة شبكة الأتصال في إستمرار	40	3.9000	1.00766	.15933
تستجيب المؤسسة عة للتغيرات بسر الحاصلة في المحيط التنافسي	40	3.5250	1.08575	.17167
السرعة في تقديم الخماات و العروض الجيدة مقارنة بالمؤسسات الأخرى	40	3.5250	1.06187	.16790
تعمل المؤسسة على الإستجابة لشكاوي العملاء بسرعة و أخذها ببعن الإعتبار	40	3.7250	1.13199	.17898
تتكيف المؤسسة للأستجابة السريعة لتغيرات سوق الهاتف النقال لمنافسة المؤسسات الأخرى	40	3.6250	1.03000	.16286
تركيز المؤسسة على رفع الجودة و المرونة لخدماتها لتحصيل أعلى تنافسية	40	3.6750	1.09515	.17316
تواجه المؤسسة مختلف التغيرات التي تحدث في بيئتها	40	3.6250	1.10215	.17427
الظواهر الاجتماعية عنصر مهم يحدد طبيعة نشاط المؤسسة	40	3.7500	.98058	.15504
تقوم المؤسسة بإبتكار طرق جديدة و حديثة من أجل تحصى تطلعاتها و رغباتها	40	3.6500	1.12204	.17741
تدرس المؤسسة العلاقة بين الموردين و الزبائن وكذلك المهارات الجديدة في السوق	40	3.5750	1.15220	.18218
تتابع المؤسسة مختلف القوانين و التشريعات التي تصدر من الهيئات الحكومية	40	3.8250	1.08338	.17130
الذكاء الاقتصادي	40	6.7750	2.41244	.38144
اليقظة التكنولوجية	40	8.1750	1.92004	.30358
اليقظة التنفسية	40	7.2000	2.15073	.34006
اليقظة البيئية	40	7.4500	2.14775	.33959
اليقظة الإستراتيجية	40	15.6250	3.99800	.63214
الدراسة الكلية	40	22.4000	6.28307	.99344

### One-Sample Test

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
تقديم المؤسسة خدمات جديدة مبتكرة و مبدعة تعبر عن ذكاءها الإقتصادي	17.723	39	.000	3.47500	3.0784	3.8716
التعامل مع المعلومة المتوفرة بذكاء يساعد في تقليل التأكد عدم في القرارات	20.609	39	.000	3.60000	3.2467	3.9533
تفعيل اعلاقة بن المؤسسة و بيئتها هو رد فعال	22.487	39	.000	3.65000	3.3217	3.9783
تهدف المؤسسة إلى تحقيق التنمية الإقتصادية	26.099	39	.000	4.20000	3.8745	4.5255
يسعى مدراء المؤسسة إلى تطوير المهارات و القدرات الفردية للموظفين	22.443	39	.000	3.70000	3.3665	4.0335
إمتلاك المؤسسة للبرامج الذكية التي تقوم بتسجيل و تحليل العمليات الإقتصادية	15.476	39	.000	3.35000	2.9121	3.7879
إمتلاك الموظفين قدر من الذكاء و السرعة للتعامل مع مختلف المستويات	20.429	39	.000	3.57500	3.2210	3.9290
إدارة المعرفة و المعلومة هي الجهد المنظم الموجه من قبل المؤسسة	21.698	39	.000	3.72500	3.3778	4.0722
المؤسسة الجزائرية تعيش واقع الذكاء الإقتصادي	17.355	39	.000	3.30000	2.9154	3.6846
الانترنت وسيلة فعالة في مواكبة التطور في المؤسسة	27.400	39	.000	4.27500	3.9594	4.5906
وجود برماجيات تعمل على تخزين البيانات و معالجتها	24.250	39	.000	4.02500	3.6893	4.3607
النظام المعلوماتي نظام تنبؤ ينبه المؤسسة بالتهديدات و الأخطار	23.162	39	.000	3.85000	3.5138	4.1862

## الملاحق

تحسين المؤسسة تقنياتها و خدماتها التكنولوجية تساعدها في تقديم أفضل خدمة	26.911	39	.000	4.15000	3.8381	4.4619
تقوم المؤسسة بتحديث تقنيات وأجهزة شبكة الاتصال في استمرار	24.478	39	.000	3.90000	3.5777	4.2223
تستجيب المؤسسة عة للتغيرات بسر الحاصلة في المحيط التنافسي	20.533	39	.000	3.52500	3.1778	3.8722
السرعة في تقديم الخمتات و العروض الجيدة مقارنة بالمؤسسات الأخرى	20.995	39	.000	3.52500	3.1854	3.8646
تعمل المؤسسة على الإستجابة لشكاوي العملاء بسرعة و أخذها بعين الإعتبار	20.812	39	.000	3.72500	3.3630	4.0870
تتكيف المؤسسة للأستجابة السريعة لتغيرات سوق الهاتف النقال لمنافسة المؤسسات الأخرى	22.259	39	.000	3.62500	3.2956	3.9544
تركيز المؤسسة على رفع الجودة والمرونة لخدماتها لتحصيل أعلى تنافسية	21.223	39	.000	3.67500	3.3248	4.0252
تواجه المؤسسة مختلف التغيرات التي تحدث في بيئتها	20.802	39	.000	3.62500	3.2725	3.9775
الظواهر الاجتماعية عنصر مهم يحدد طبيعة نشاط المؤسسة	24.187	39	.000	3.75000	3.4364	4.0636
تقوم المؤسسة بإبتكار طرق جديدة و حديثة من أجل تحصى تطلعاتها و رغباتها	20.574	39	.000	3.65000	3.2912	4.0088
تدرس المؤسسة العلاقة بين الموردين و الزبائن وكذلك المهارات الجديدة في السوق	19.624	39	.000	3.57500	3.2065	3.9435
تتابع المؤسسة مختلف القوانين و التشريعات التي تصدر من الهيئات الحكومية	22.330	39	.000	3.82500	3.4785	4.1715
الذكاء الإقتصادي	17.762	39	.000	6.77500	6.0035	7.5465
اليقظة التكنولوجية	26.928	39	.000	8.17500	7.5609	8.7891
اليقظة التنفسية	21.173	39	.000	7.20000	6.5122	7.8878
اليقظة البيئية	21.938	39	.000	7.45000	6.7631	8.1369
اليقظة الإستراتيجية	24.718	39	.000	15.62500	14.3464	16.9036
الدراسة الكلية	22.548	39	.000	22.40000	20.3906	24.4094

### Correlations

		الذكاء الإقتصادي	اليقظة التكنولوجية	اليقظة التنفسية	اليقظة البيئية
الذكاء الإقتصادي	Pearson Correlation	1	.856	.958	.941
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
اليقظة التكنولوجية	Pearson Correlation	.856	1	.904	.932
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
اليقظة التنفسية	Pearson Correlation	.958	.904	1	.979
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
اليقظة البيئية	Pearson Correlation	.941	.932	.979	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40
اليقظة الإستراتيجية	Pearson Correlation	.916	.981	.960	.985
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
الدراسة الكلية	Pearson Correlation	.967	.953	.979	.988
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40

### Correlations

		اليقظة الإستراتيجية	الدراسة الكلية
الذكاء الإقتصادي	Pearson Correlation	.916	.967
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	40	40
اليقظة التكنولوجية	Pearson Correlation	.981	.953
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	40	40
اليقظة التنفسية	Pearson Correlation	.960	.979
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	40	40
اليقظة البيئية	Pearson Correlation	.985	.988
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	40	40
اليقظة الإستراتيجية	Pearson Correlation	1	.988
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
الدراسة الكلية	Pearson Correlation	.988	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

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

## الملاحق

```
* Curve Estimation.  
TSET NEWVAR=NONE.  
CURVEFIT  
  /VARIABLES=اليقظة_التنفسية WITH الذكاء_الإقتصادي  
  /CONSTANT  
  /MODEL=LINEAR  
  /PRINT ANOVA  
  /PLOT FIT.
```

## Curve Fit

### Notes

Output Created		22-MAY-2024 20:14:34
Comments		
Input	Data	C:\Users\Pc-47\Desktop\الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية\الذكاء الاقتصادي ودوره.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Cases with a missing value in any variable are not used in the analysis.
Syntax		CURVEFIT /VARIABLES=اليقظة_التنفسية WITH الذكاء_الإقتصادي /CONSTANT /MODEL=LINEAR /PRINT ANOVA /PLOT FIT.
Resources	Processor Time	00:00:00.14
	Elapsed Time	00:00:00.09
Use	From	First observation

## الملاحق

	To	Last observation
Predict	From	First Observation following the use period
	To	Last observation
Time Series Settings (TSET)	Amount of Output	PRINT = DEFAULT
	Saving New Variables	NEWVAR = NONE
	Maximum Number of Lags in Autocorrelation or Partial Autocorrelation Plots	MXAUTO = 16
	Maximum Number of Lags Per Cross-Correlation Plots	MXCROSS = 7
	Maximum Number of New Variables Generated Per Procedure	MXNEWVAR = 60
	Maximum Number of New Cases Per Procedure	MXPREDICT = 1000
	Treatment of User-Missing Values	MISSING = EXCLUDE
	Confidence Interval Percentage Value	CIN = 95
	Tolerance for Entering Variables in Regression Equations	TOLER = .0001
	Maximum Iterative Parameter Change	CNVERGE = .001
	Method of Calculating Std. Errors for Autocorrelations	ACFSE = IND
	Length of Seasonal Period	Unspecified
	Variable Whose Values Label Observations in Plots	Unspecified
	Equations Include	CONSTANT

### Model Description

Model Name		MOD_5
Dependent Variable	1	اليقظة_التنفسية
Equation	1	Linear
Independent Variable		الذكاء_الإقتصادي
Constant		Included
Variable Whose Values Label Observations in Plots		Unspecified

### Case Processing Summary

	N
Total Cases	40
Excluded Cases <sup>a</sup>	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a. Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

### Variable Processing Summary

	Variables	
	Dependent اليقظة التنفسية	Independent الذكاء الإقتصادي
Number of Positive Values	40	40
Number of Zeros	0	0
Number of Negative Values	0	0
Number of Missing Values	User-Missing	0
	System-Missing	0

اليقظة\_التنفسية

### Linear

#### Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.958	.917	.915	.627

The independent variable is الذكاء\_الإقتصادي.

## الملاحق

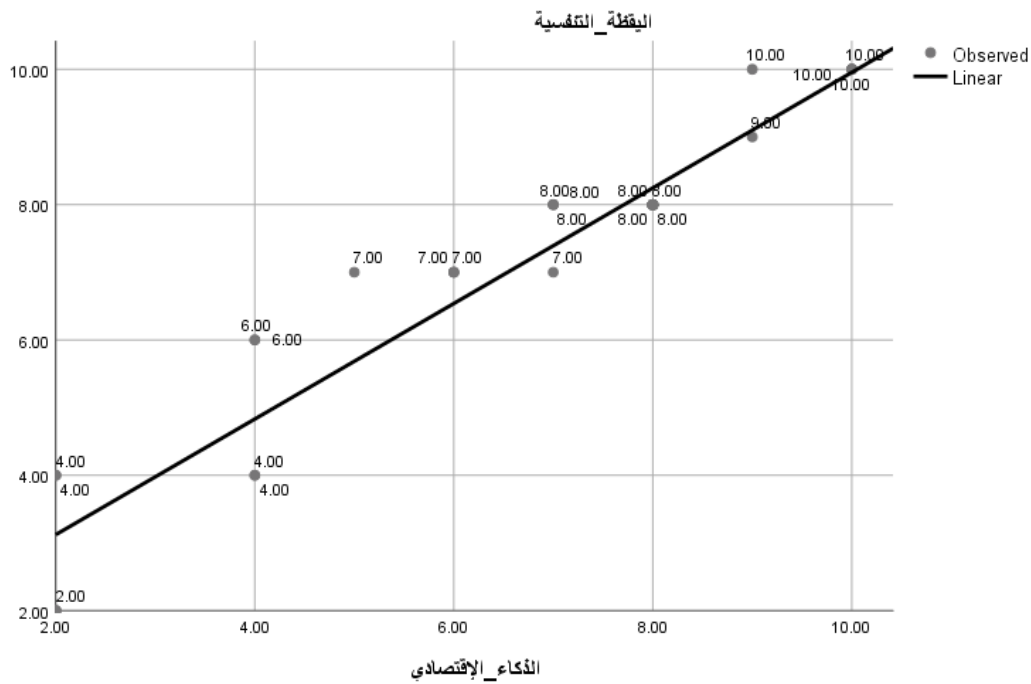
### ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	165.474	1	165.474	421.276	.000
Residual	14.926	38	.393		
Total	180.400	39			

The independent variable is الذكاء\_الإقتصادي.

### Coefficients

	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
الذكاء_الإقتصادي	.854	.042	.958	20.525	.000
(Constant)	1.415	.299		4.737	.000



\* Curve Estimation.

TSET NEWVAR=NONE.

CURVEFIT

/VARIABLES=الذكاء\_الإقتصادي WITH اليقظة\_التفسيية

/CONSTANT

/MODEL=LINEAR

/PRINT ANOVA

/PLOT FIT.

## Curve Fit

## Notes

Output Created	22-MAY-2024 20:15:07	
Comments		
Input	Data	C:\Users\Pc-47\Desktop\الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم البقضة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية\الذكاء الاقتصادي ودوره.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Cases with a missing value in any variable are not used in the analysis.
Syntax	CURVEFIT /VARIABLES=البيضة_التكنولوجية WITHالذكاء_الإقتصادي /CONSTANT /MODEL=LINEAR /PRINT ANOVA /PLOT FIT.	
Resources	Processor Time	00:00:00.11
	Elapsed Time	00:00:00.09
Use	From	First observation
	To	Last observation
Predict	From	First Observation following the use period
	To	Last observation
Time Series Settings (TSET)	Amount of Output	PRINT = DEFAULT
	Saving New Variables	NEWVAR = NONE

## الملاحق

Maximum Number of Lags in Autocorrelation or Partial Autocorrelation Plots	MXAUTO = 16
Maximum Number of Lags Per Cross-Correlation Plots	MXCROSS = 7
Maximum Number of New Variables Generated Per Procedure	MXNEWVAR = 60
Maximum Number of New Cases Per Procedure	MXPREDICT = 1000
Treatment of User-Missing Values	MISSING = EXCLUDE
Confidence Interval Percentage Value	CIN = 95
Tolerance for Entering Variables in Regression Equations	TOLER = .0001
Maximum Iterative Parameter Change	CNVERGE = .001
Method of Calculating Std. Errors for Autocorrelations	ACFSE = IND
Length of Seasonal Period	Unspecified
Variable Whose Values Label Observations in Plots	Unspecified
Equations Include	CONSTANT

### Model Description

Model Name	MOD_6
Dependent Variable	1 البيضة_التكنولوجية
Equation	1 Linear
Independent Variable	الدكاء_الإقتصادي
Constant	Included
Variable Whose Values Label Observations in Plots	Unspecified

### Case Processing Summary

	N
Total Cases	40
Excluded Cases <sup>a</sup>	0
Forecasted Cases	0

Newly Created Cases 0

a. Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

### Variable Processing Summary

	Variables	
	Dependent	Independent
	اليقظة التكنولوجية	الذكاء الإقتصادي
Number of Positive Values	40	40
Number of Zeros	0	0
Number of Negative Values	0	0
Number of Missing Values		
User-Missing	0	0
System-Missing	0	0

اليقظة\_التكنولوجية

### Linear

#### Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.856	.732	.725	1.007

The independent variable is الذكاء\_الإقتصادي.

#### ANOVA

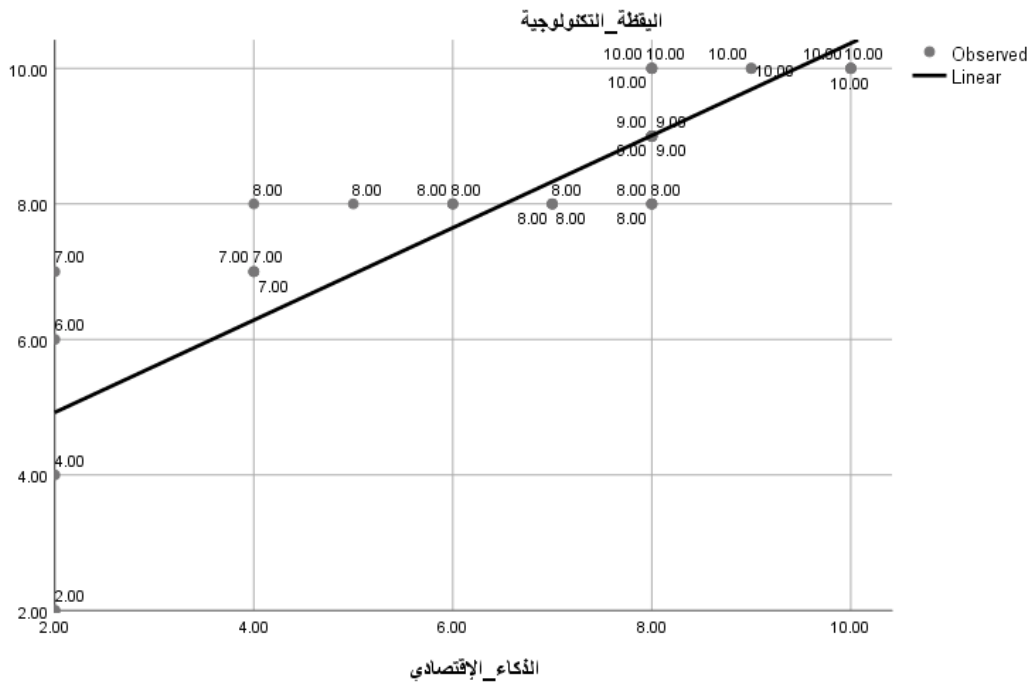
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	105.269	1	105.269	103.886	.000
Residual	38.506	38	1.013		
Total	143.775	39			

## الملاحق

The independent variable is الذكاء\_الإقتصادي.

### Coefficients

	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
الذكاء_الإقتصادي	.681	.067	.856	10.192	.000
(Constant)	3.561	.480		7.421	.000



\* Curve Estimation.

TSET NEWVAR=NONE.

CURVEFIT

/VARIABLES=الذكاء\_الإقتصادي WITH اليقظة\_البيئية

/CONSTANT

/MODEL=LINEAR

/PRINT ANOVA

/PLOT FIT.

### Curve Fit

Notes

Output Created	22-MAY-2024 20:15:30	
Comments		
Input	Data	C:\Users\Pc-47\Desktop\الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم البقضة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية\الذكاء الاقتصادي ودوره.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Cases with a missing value in any variable are not used in the analysis.
Syntax	CURVEFIT /VARIABLES=البيضة_البينية WITHالذكاء_الاقتصادي /CONSTANT /MODEL=LINEAR /PRINT ANOVA /PLOT FIT.	
Resources	Processor Time	00:00:00.14
	Elapsed Time	00:00:00.09
Use	From	First observation
	To	Last observation
Predict	From	First Observation following the use period
	To	Last observation
Time Series Settings (TSET)	Amount of Output	PRINT = DEFAULT
	Saving New Variables	NEWVAR = NONE
	Maximum Number of Lags in Autocorrelation or Partial Autocorrelation Plots	MXAUTO = 16
	Maximum Number of Lags Per Cross-Correlation Plots	MXCROSS = 7

## الملاحق

Maximum Number of New Variables Generated Per Procedure	MXNEWVAR = 60
Maximum Number of New Cases Per Procedure	MXPREDICT = 1000
Treatment of User-Missing Values	MISSING = EXCLUDE
Confidence Interval Percentage Value	CIN = 95
Tolerance for Entering Variables in Regression Equations	TOLER = .0001
Maximum Iterative Parameter Change	CNVERGE = .001
Method of Calculating Std. Errors for Autocorrelations	ACFSE = IND
Length of Seasonal Period	Unspecified
Variable Whose Values Label Observations in Plots	Unspecified
Equations Include	CONSTANT

### Model Description

Model Name		MOD_7
Dependent Variable	1	البقطة_البينية
Equation	1	Linear
Independent Variable		الذكاء_الإقتصادي
Constant		Included
Variable Whose Values Label Observations in Plots		Unspecified

### Case Processing Summary

	N
Total Cases	40
Excluded Cases <sup>a</sup>	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a. Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

### Variable Processing Summary

	Variables	
	Dependent اليقظة_البيئية	Independent الذكاء_الإقتصادي
Number of Positive Values	40	40
Number of Zeros	0	0
Number of Negative Values	0	0
Number of Missing Values	User-Missing	0
	System-Missing	0

### اليقظة\_البيئية

### Linear

#### Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.941	.885	.882	.739

The independent variable is الذكاء\_الإقتصادي.

#### ANOVA

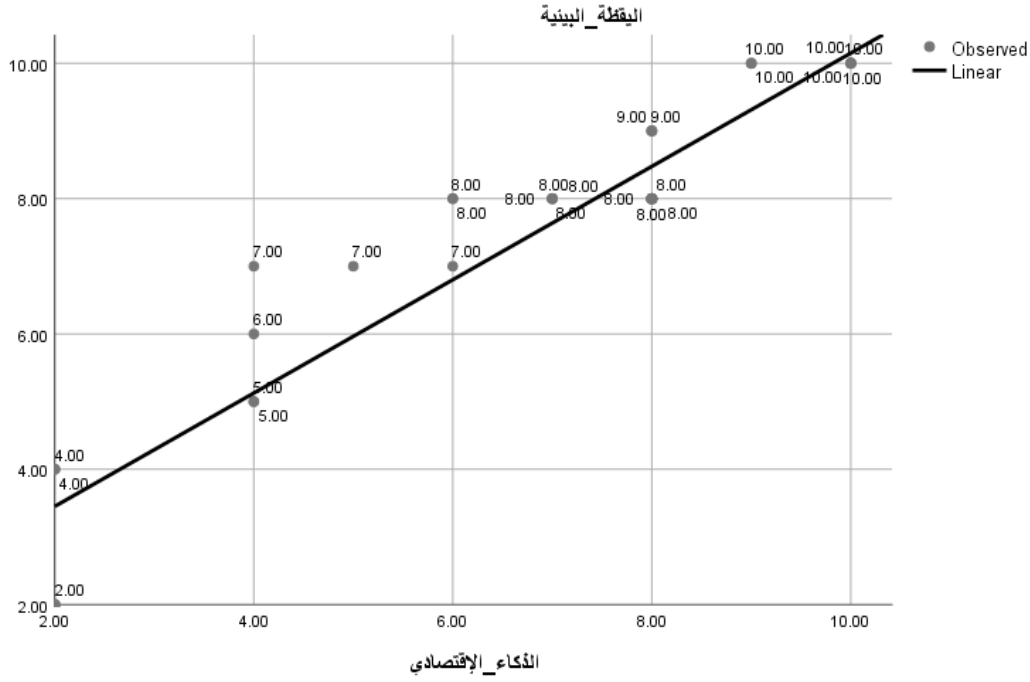
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	159.132	1	159.132	291.171	.000
Residual	20.768	38	.547		
Total	179.900	39			

The independent variable is الذكاء\_الإقتصادي.

## الملاحق

### Coefficients

	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
الذكاء_الإقتصادي	.837	.049	.941	17.064	.000
(Constant)	1.777	.352		5.043	.000



\* Curve Estimation.

TSET NEWVAR=NONE.

CURVEFIT

/VARIABLES=الذكاء\_الإقتصادي WITH اليقظة\_الإستراتيجية

/CONSTANT

/MODEL=LINEAR

/PRINT ANOVA

/PLOT FIT.

## Curve Fit

### Notes

Output Created

22-MAY-2024 20:15:42

## الملاحق

Comments		
Input	Data	C:\Users\Pc-47\Desktop\الذكاء الاقتصادي ودوره في دعم البقضة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية\الذكاء الاقتصادي ودوره.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Cases with a missing value in any variable are not used in the analysis.
Syntax	CURVEFIT /VARIABLES=البيضة_الإستراتيجية WITHالذكاء_الإقتصادي /CONSTANT /MODEL=LINEAR /PRINT ANOVA /PLOT FIT.	
Resources	Processor Time	00:00:00.11
	Elapsed Time	00:00:00.09
Use	From	First observation
	To	Last observation
Predict	From	First Observation following the use period
	To	Last observation
Time Series Settings (TSET)	Amount of Output	PRINT = DEFAULT
	Saving New Variables	NEWVAR = NONE
	Maximum Number of Lags in Autocorrelation or Partial Autocorrelation Plots	MXAUTO = 16
	Maximum Number of Lags Per Cross-Correlation Plots	MXCROSS = 7
	Maximum Number of New Variables Generated Per Procedure	MXNEWVAR = 60
	Maximum Number of New Cases Per Procedure	MXPREDICT = 1000

## الملاحق

Treatment of User-Missing Values	MISSING = EXCLUDE
Confidence Interval Percentage Value	CIN = 95
Tolerance for Entering Variables in Regression Equations	TOLER = .0001
Maximum Iterative Parameter Change	CNVERGE = .001
Method of Calculating Std. Errors for Autocorrelations	ACFSE = IND
Length of Seasonal Period	Unspecified
Variable Whose Values Label Observations in Plots	Unspecified
Equations Include	CONSTANT

### Model Description

Model Name		MOD_8
Dependent Variable	1	اليقظة_الإستراتيجية
Equation	1	Linear
Independent Variable		الذكاء_الإقتصادي
Constant		Included
Variable Whose Values Label Observations in Plots		Unspecified

### Case Processing Summary

	N
Total Cases	40
Excluded Cases <sup>a</sup>	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a. Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

### Variable Processing Summary

Variables	
Dependent	Independent

## الملاحق

	البقطة الإستراتيجية	الذكاء الإقتصادي
Number of Positive Values	40	40
Number of Zeros	0	0
Number of Negative Values	0	0
Number of Missing Values	User-Missing	0
	System-Missing	0

### البقطة الإستراتيجية

## Linear

### Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.916	.839	.835	1.623

The independent variable is الذكاء الإقتصادي.

### ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	523.258	1	523.258	198.605	.000
Residual	100.117	38	2.635		
Total	623.375	39			

The independent variable is الذكاء الإقتصادي.

### Coefficients

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
الذكاء الإقتصادي	1.518	.108	.916	14.093	.000
(Constant)	5.338	.774		6.899	.000

# الملاحق

