

التحليل العاملي التوكيدي للذكاء الاقتصادي: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات

الإلكترومنزلية في الجزائر

نبيل كنوش*، مصطفى طويطي**

الإرسال: 2019/11/04

القبول: 2019/12/01

النشر: 2020/01/05

ملخص: تسعى هذه الدراسة إلى اختبار النموذج الثلاثي لمكونات الذكاء الاقتصادي في بيئة الأعمال الجزائرية، فالذكاء الاقتصادي يعتبر أداة إستراتيجية تسمح للمؤسسات بتحصيل المعلومات من محيطها بطريقة منهجية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطبيق المقياس على عينة عشوائية من إطارات المؤسسات الإلكترونية، بواقع تسعون (90) إطاراً؛ حيث تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS AMOS من خلال اجراء التحليل العاملي التوكيدي، وقد أظهرت النتائج أن الذكاء الاقتصادي يتركب من ثلاثة عناصر مترابطة ومتكاملة وهي اليقظة الاستراتيجية، الحماية والتأثير وهو ما يدعم ويؤكد البنية الثلاثية في بيئة الأعمال الجزائرية على غرار البيئة العالمية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، التحليل العاملي التوكيدي، الصناعات الإلكترونية.

تصنيف JEL: M14، M15، M19.

Confirmatory factor analysis of economic intelligence: A field study on a sample about frames of electronic in Algeria

Abstract: This study seeks to test the suitability of the three elements model of the components of economic intelligence in the Algerian business environment. Economic intelligence is a strategic tool that allows institutions to systematically collect information from their surroundings, Therefore, this process is done through the data gathered and derived from a sample of Managers of the electronics industry (90), these data were analyzed by the use of SPSS AMOS statistical program through confirmatory factor analysis. The last supports and confirms the structure of economic intelligence in the Algerian business environment similar to the global environment.

Key words: Economic intelligence, confirmatory factor analysis, Electronic Industries.

JEL Classification: M14, M15, M19.

* طالب دكتوراه، جامعة البويرة، الجزائر ، n.kennouche@univ-bouira.dz.....(المؤلف المرسل)

** أستاذ محاضر "أ"، جامعة غرداية، الجزائر، kaizen1982@gmail.com

1. مقدمة:

في ظلّ تعقيدات المحيط الخارجي وعمولة الاقتصاد، ومع اشتداد المنافسة عالميا وانفتاح الأسواق، تسعى المؤسسات لتحقيق البقاء والاستمرارية في السوق، ولذلك أصبحت تبحث عن طرق للكشف عن بيئتها، وعن الوسائل لتدعيم مصادر معلوماتها وتعزيز قدرتها على الدفاع وعلى الهجوم وكذا السبيل لإبطال خطط المنافسين وامتلاك أكبر حصة في السوق؛ كل هذه المعطيات جعلت المؤسسة مجبرة على تبني نظام يضمن لها الاستمرارية؛ ويُعتبر الذكاء الاقتصادي من أهم هذه الأنظمة وأحد التقنيات الحديثة التي تعطي للمؤسسة القدرة على التحكم في المحيط والتأثير عليه ومتابعته من خلال مركباته الأساسية وهي اليقظة الاستراتيجية، الحماية والتأثير، من أجل استغلال الفرص المتاحة ومواجهة التهديدات.

بناءً على ما سبق ومن خلال التمعن في الدراسات والأبحاث الادارية في البيئة العربية والجزائرية على وجه الخصوص، يظهر نقص شديد في الدراسات التي تتعرض لتأكيد أو نفي النظريات العالمية في هذا المجال بعد تطبيقها على عينات عربية، فما يصلح في البيئات الأجنبية والغربية، قد لا يصلح في البيئة الجزائرية؛ وهو بالتحديد ما تحاول هذه الدراسة الاجابة عليه، من خلال فهم أكثر لمعنى الذكاء الاقتصادي والوقوف على درجاته والتأكد من مركباته عبر معالجة الاشكالية الآتية: ما مدى تبني نظام الذكاء الاقتصادي بالاعتماد على أبعاده اليقظة الاستراتيجية، الحماية، التأثير والضغط لدى إطارات المؤسسات الإلكترونية منزلية في الجزائر؟

فرضيات الدراسة: وبهدف الإجابة على إشكالية الدراسة تم صياغة الفرضيات التالية لقياس مستوى الذكاء الاقتصادي، والتحقق من بنيتها في البيئة الجزائرية:

الفرضية الأولى: مستوى اعتماد نظام الذكاء الاقتصادي بالمؤسسات الإلكترونية منزلية في الجزائر مستوى عالي؛

الفرضية الثانية: يحتفظ الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاثة اليقظة الاستراتيجية، الحماية والتأثير، بعد إجراء التحليل العاملي التوكيدي لعينة من المؤسسات الإلكترونية منزلية في الجزائر.

أهمية الدراسة: تتجلى أهمية الدراسة من الأهمية التي يحظى بها موضوع نظم المعلومات من قِبل مفكري الإدارة والأخصائيين، لكونه يشكل أحد المحاور الأساسية ذات الاهتمام المستمر خاصة بعد إدراك أن بقاء واستمرارية المؤسسة يعتمد أساسا على البيانات والمعلومات واستثمارها، هنا تبرز أهمية الذكاء الاقتصادي كنظام معلومات اداري يهتم بتحليل ومعالجة البيانات والمعلومات المجمعَة واستغلالها كمورد استراتيجي لاتخاذ قرارات استراتيجية.

منهج الدراسة: بناءً على طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الدراسة الحالية للوصول للنتائج المرجوة.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع البحث، نذكر منها دراسة علاوي نصيرة (2010) بعنوان اليقظة الإستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة: دراسة حالة مؤسسة موبيليس، تكمن أهمية الدراسة في الحاجة المتزايدة لتطبيق وتبني نظام لليقظة يسهر على الحفاظ على مكانة المؤسسة ويساهم في الرفع من تنافسيتها، ويتلخص هدفها في توضيح مختلف مفاهيم اليقظة الإستراتيجية وكيفية إرساء نظام لليقظة، وكذا تحليل العلاقة بين وجود نظام لليقظة والتغيير في المؤسسة. حيث توصلت الباحثة إلى أن اليقظة الإستراتيجية نظام يساعد على أخذ القرارات من خلال المراقبة والتحليل للمحيط العلمي والتقني، والتكنولوجي والمؤثرات الاقتصادية الحاضرة والمستقبلية لالتقاط التهديدات والفرص، فهي تعني مراقبة محيط المؤسسة ورصد كل تغيراته وهذا في طابع استباقي إرادي.

دراسة بقدور حسان (2013) بعنوان (Veille Stratégique & Intelligence Économique Cas Des Entreprises Algeriennes) إلى تسليط الضوء على الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية كأدوات فعالة للمؤسسات التي ترغب في التأقلم مع التغيرات في ظل محيط تنافسي؛ طبقت الدراسة على عينة من 23 إطار على مستوى مؤسسة واحدة هي اتصالات الجزائر بولاية تلمسان؛ واستخدمت أداة الاستمارة لجمع البيانات، وكان من أبرز نتائجها أن تطبيق نظام الذكاء الاقتصادي في الجزائر مازال جد محدود بسبب غموض مصطلح الذكاء الاقتصادي في مؤسسات الناشطة في هذا المجال.

دراسة حبيب عثمانى (2013) بعنوان (L'impact De L'intelligence Economique Sur La Prise De Décision Stratégique Etude Exploratoire) هدفت الدراسة إلى إعطاء فكرة واضحة ودقيقة حول الذكاء الاقتصادي، وتحديد النقاط الأساسية التي يجب مراعاتها أثناء تبني عملية الذكاء الاقتصادي لمساعدة صانع القرار في المؤسسة؛ وتمثلت عينتها في 36 إطار من 12 مؤسسة من قطاعات مختلفة؛ واستخدمت الاستمارة لجمع البيانات؛ واستعمل الباحث المنهج الوصفي؛ وفي الأخير توصلت الدراسة إلى ان سيورة اتخاذ القرارات الاستراتيجية، من الضروري ان تكون مصحوبة بمقاربة للذكاء الاقتصادي، حيث يسمح هذا الأخير بتزويد متخذي القرارات في المؤسسة بالمعلومات الاستراتيجية التي تمكن من اتخاذ قرارات استراتيجية فعالة.

دراسة أحمد حميدوش (2014)؛ بعنوان الذكاء الاقتصادي "فهمة وإنشأؤه وتأصيله واستعماله"؛ هدفت هذه الدراسة إلى ضبط الحدود الاصطلاحية لمفهوم الذكاء الاقتصادي على مستوى الدولة والمؤسسات، وذلك من خلال فهمة وفهم مكوناته وكيفية تطوره وإنشائه، ومحاولة تحليل وتدقيق كل المراحل الخاصة بالذكاء الاقتصادي ووظائفه وسيورته، وكان من أبرز نتائجها وضع تعريف للذكاء الاقتصادي واستنتاج بأنه مفهوم فرنسي بحيث يُشرك مختلف مؤسسات الدولة لتقديم خدمات الاستعلام لفائدة المؤسسات بغرض ضمان استمرارها وتطورها كما تستثمر المؤسسات في اليقظة الاستراتيجية بمختلف أنواعها، وتوفير أمن وحماية الأملاك، وممارسة الضغط والتأثير على المحيط.

كما هدفت دراسة عبد الوهاب سيواني (2015)؛ بعنوان نحو ادماج الذكاء الاقتصادي في تسيير الاقتصاد الجزائري؛ إلى البحث في كيفية إرساء نماذج تطبيقية للذكاء الاقتصادي تصلح للتطبيق على الاقتصاد الجزائري، وذلك من خلال تمحيص كل التجارب الأجنبية الرائدة في مجال الذكاء الاقتصادي، والاستفادة منها مع مراعاة الخصوصيات الجزائرية، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة أن هناك أفكار وجهود تنصب في مجال تكريس الذكاء الاقتصادي في تسيير الاقتصاد الجزائري غير أنها تفتقد إلى التنسيق والتوجيه الفعال، حيث سجل الباحث وجود اهتماما متزايدا بالذكاء الاقتصادي واليقظة عن طريق العمل على استحداث هياكل منظومات خاصة بهما، وخلصت الدراسة على ضرورة ضبط الجزائر لإرادتها السياسية ووضع استراتيجية مدروسة لإقامة المنظومة الوطنية الشاملة للذكاء الاقتصادي.

دراسة سليمان مرابط (2015)؛ بعنوان الذكاء الاقتصادي والقيمة التنافسية للمعلومة: دراسة حالة قطاع النسيج والملابس الجزائري؛ وهدفت إلى دراسة مفهوم الذكاء الاقتصادي بمختلف مركباته الثلاثة اليقظة الاستراتيجية، الحماية والتأثير، وتبيان أهمية إدماج هذه الآلية الجديدة في تسيير المؤسسات والوصول إلى المستوى المنشود من التنافسية، والوقوف على مدى استعداد المؤسسات الجزائرية في توظيف هذه الرؤية الجديدة؛ وتمثلت عينتها في 45 إطار مسير في مؤسسات قطاع النسيج والملابس؛ واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات؛ واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي؛ وقد أظهرت النتائج أن موضوع الذكاء الاقتصادي ما زال بعيد الفهم والاستيعاب من طرف مسيري هذه المؤسسات لعدم معرفتهم واضطلاعهم عليه.

دراسة مغمولي نسرين (2016)؛ بعنوان دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية دراسة حالة مؤسسة فرتيال Ferial-عنابة-؛ يتمحور الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في معرفة مدى مساهمة نظام الذكاء الاقتصادي في الرفع من تنافسية المؤسسة الاقتصادية دوليا؛ وتمثلت عينة الدراسة في 164 إطار يتوزعون على مختلف مديريات مؤسسة فرتيال Ferial؛ وجمع البيانات استخدمت الدراسة أدوات مختلفة تمثلت في الاستبانة، الملاحظة والمقابلة؛ ووظفت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، ومنهج دراسة الحالة في الدراسة الميدانية؛ وكان من أهم نتائجها أن آلية الذكاء الاقتصادي تعد من المقومات الأساسية الداعمة لتنافسية المؤسسة الاقتصادية، من خلال البحث الدائم والمستمر عن كيفية استغلالها للمعلومات الاستراتيجية بطريقة مثلى تضمن الاستفادة القصوى منها وتوظيفها بما يخدم في النهاية الأهداف الاستراتيجية لها من خلال ترشيد القرارات إلى أبعد حد ممكن.

و دراسة بتغة صونية (2017)؛ بعنوان الذكاء الاقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الاستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية: دراسة حالة على عينة من المؤسسات الاقتصادية؛ والتي هدفت إلى الوقوف على واقع تطبيق تقنيات آلية الذكاء الاقتصادي على عينة المؤسسات المختارة، والتأكيد على أهمية استخدام هذه الآلية للتحكم في المعلومة الاستراتيجية، حيث تعد هذه الأخيرة ركيزة أساسية لصناعة مؤسسة تنافسية؛ وتمثلت عينتها في 105 إطار من مختلف القطاعات الاقتصادية؛ وتم الاعتماد على الاستبانة، المقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات؛ واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، وتوصلت الدراسة إلى أن هذه المؤسسات الاقتصادية لا تعي حقيقة مفهوم الذكاء الاقتصادي وأهميته ممارسته كأسلوب اداري حديث ضمن الاستراتيجية العامة لهذه المؤسسات، وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة بين تطبيق تقنيات الذكاء الاقتصادي وعملية التحكم في المعلومة الاستراتيجية، وكذلك وجود علاقة بين التحكم في المعلومة الاستراتيجية وصناعة مؤسسة تنافسية.

2. الإطار المفاهيمي للذكاء الاقتصادي

يعد الذكاء الاقتصادي كمفهوم وكمصطلح حديث نسبيا مقارنة بمفاهيم ادارية أخرى، ولكن كممارسة وكتطبيق ظهر منذ القدم في ميدان الاستخبارات العسكرية، ومنذ ظهوره شهد عدة مقاربات وتوجهات أدت إلى اختلاف الرؤى حول تعريفه وتحديد مفهومه بدقة؛

1.2. مفهوم الذكاء الاقتصادي وخصائصه:

لقد تم طرح عدة تعريفات للذكاء الاقتصادي، إذ أنه اتخذ عدة أبعاد وأهداف، ومن بينها مايلي:
 قدم (H.Simon) تعريفا للذكاء الاقتصادي واعتمده "أول مرحلة من المراحل الثلاثة لاتخاذ القرار المبنية على استكشاف المحيط وتحديد الأوضاع التي تستدعي اتخاذ القرار". (مرابط، 2015، صفحة 16) وفي عام 1967 ساهم هارولد ولنسكي (Wilensky Harold) في تقديم أول تعريف شامل للذكاء الاقتصادي إذ اعتبر "نشاط انتاج المعرفة طبقا لما يخدم الأهداف الاقتصادية والاستراتيجية للمؤسسة، وأن عملية الجمع والانتاج تتم بطريقة شرعية ومن مصادر مفتوحة". (كباش، 2012، صفحة 05) حيث يعتبر مضمون هذا التعريف قريبا من المفهوم الحديث للذكاء الاقتصادي.

في حين عرف جاكوبياك (Jakobiak) الذكاء الاقتصادي على أنه: "أداة هجومية تستخدمها المؤسسة لإدارة المعلومات وهو مفهوم أشمل من اليقظة الاستراتيجية". (بتغة، 2017، صفحة 102) حيث يفرق هذا التعريف بين الذكاء الاقتصادي اليقظة الاستراتيجية، ويعتبر الأخيرة تمديد للذكاء الاقتصادي. وعرف (Martre Henri) الذكاء الاقتصادي على أنه: "مجموعة الأعمال المنسقة والمرتبطة بالبحث، المعالجة، والتوزيع للمعلومة المفيدة لمختلف الأعوان

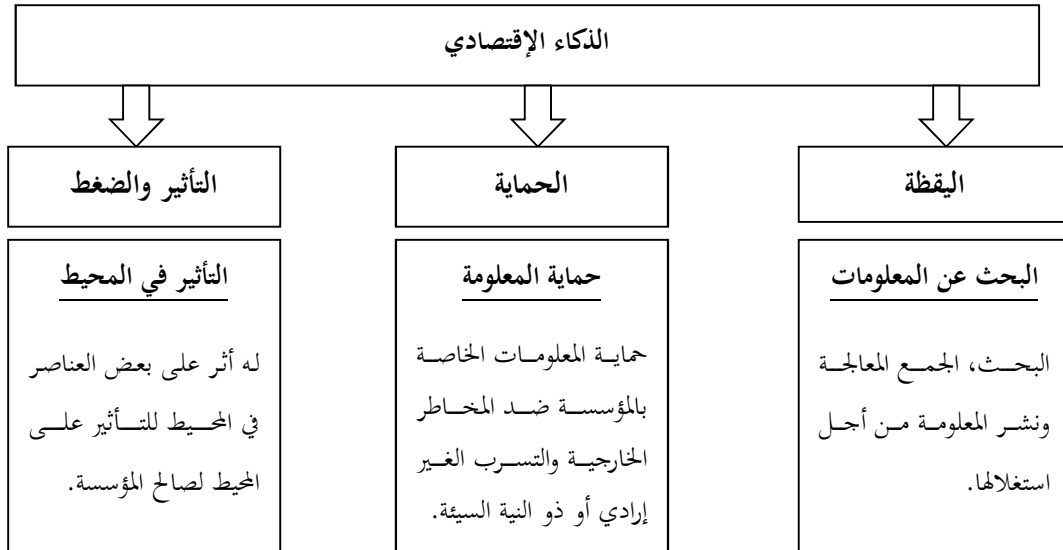
الاقتصاديين، مع الإشارة إلى أن هذه الاجراءات تتم بطريقة شرعية قانونية، مع توفير كل ضمانات الحماية الأساسية لممتلكات المؤسسة في ظل أحسن الظروف من حيث الوقت، الجودة والتكلفة". (Henri, 1994, p. 11) وفي عام 2010 عرفت وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية الذكاء الاقتصادي بأنه: "مجموع عمليات مراقبة المحيط الداخلي والخارجي من أجل جمع ودراسة وتحليل وتوزيع المعلومات المفيدة للأطراف الاقتصادية، كما يشمل عملية حماية المعلومات المنتجة واستعمالها في عمليات التأثير والعمل الضغطي". (مرابط، 2015، صفحة 20)

من خلال التعاريف السابقة يمكننا تلخيص مفهوم الذكاء الاقتصادي في التعريف التالي: "هو نظام لرصد محيط المؤسسة لاكتشاف الفرص والتهديدات، من خلال البحث، جمع ومعالجة وتخزين المعلومة الاستراتيجية من محيط المؤسسة وتوزيعها على مختلف الأعوان الاقتصاديين، لاستغلالها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تؤدي إلى استمرارية المؤسسة وتعزيز مركزها التنافسي، مع الإشارة إلى أن عمليات الذكاء الاقتصادي تتم بطريقة أخلاقية وفي إطار قانوني". وتبعا لجملة التعاريف التي قدمت يمكن استخلاص الخصائص الاقتصادية كالتالي: (Niang، 2004، صفحة 02)

- الاستغلال الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومات ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات المختلفة.
- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين، وتقوية العلاقات بين المؤسسات، الجامعات، والإدارات المركزية والإقليمية؛
- إدماج ممارسات جماعات الضغط والتأثير، واستغلال المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية والقانونية؛
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطرق شرعية وأخلاقية.

2.2. عناصر الذكاء الاقتصادي:

يتألف نظام الذكاء الاقتصادي من ثلاث عناصر مترابطة ومتكاملة وهي اليقظة الاستراتيجية، الأمن والتأثير، كما هو مبين في الشكل التالي:



Source : M. Boudjemia, 2008 , P : 06.

الشكل (1): مكونات الذكاء الاقتصادي

يضمن الذكاء الاقتصادي ثلاث وظائف رئيسية، اليقظة الاستراتيجية التي تهدف إلى جمع المعلومات من بيئة المؤسسة كبعد استكشافي، والحماية التي تضمن دورا دفاعيا، والتأثير كبعد هجومي للمعلومات حيث يهدف إلى تغيير بيئة المؤسسة من خلال الضغط المعلوماتي.

1.2.2. اليقظة الاستراتيجية:

نشأ وتطور مفهوم اليقظة في مجال ادارة الأعمال، وارتبط بمتابعة وتحليل تغيرات المحيط بغرض الحصول على المعلومات، وقد أخذ مؤخرًا بعدا استراتيجيا، وقد تعددت تعاريف المقدمة لليقظة الاستراتيجية نذكر منها مايلي:

اليقظة الاستراتيجية هي عملية استباقية لرصد وتحليل بيئة المؤسسة، يليها نشر المعلومات المختارة والمعالجة، بهدف اتخاذ القرارات الاستراتيجية، وقد تكون هذه المعلومات ذات طبيعة تقنية أو تنظيمية أو تنافسية أو تجارية. (3IE, 2001, p. 08)

أما جاكوبياك (Jakobiak) فقد عرفها بأنها: "مجموعة من المراحل المعلوماتية، التنظيمية والانسانية، التي تربط المؤسسة بمصادر المعلومات النشطة". (برحومة، 2016، صفحة 36) ووفقا لهومبرت ليسكا (Humbert Lesca)، فإن اليقظة الاستراتيجية هي: "عملية جماعية مستمرة تقوم من خلالها مجموعة من الأفراد بالمتابعة طوعا، واستخدام المعلومات الاستباقية حول التغييرات التي قد تحدث في البيئة الخارجية للمؤسسة، بهدف خلق فرص عمل والحد من المخاطر وحالة عدم اليقين بشكل عام، مما يسمح للمؤسسة أن تتصرف بسرعة كبيرة وفي الوقت المناسب". ووفقا لليسكا فإن "اليقظة الاستراتيجية"، هو مصطلح عام يشمل عدة أنواع مثل: اليقظة التكنولوجية، اليقظة تنافسية، واليقظة التجارية... الخ. والمؤسسة ليست بالضرورة في حاجة لتنفيذ كل هذه الأنواع، بل يجب عليها اختيار نوع واحد أو الأنواع التي تكون مناسبة لحالتها. (Lesca, 1997, p. 27)

من خلال التعاريف السابقة يمكننا تعريف اليقظة الاستراتيجية كالتالي: "هي نظام لرصد محيط المؤسسة بصفة قانونية وشرعية من أجل جمع المعلومات على اختلاف أنواعها من مصادرها المختلفة، بما يوضح الرؤية المستقبلية للمؤسسة من أجل الاستغلال الأمثل للفرص التي تتيحها بيئة الأعمال وتجنب التهديدات بما يصب في مصلحة المؤسسة".

2.2.2. تعريف أمن وحماية المعلومات:

تعرف على أنها مجموعة من الوسائل أو الإمكانيات النشطة والدفاعية لضمان حماية التراث المعلوماتي للمؤسسة ونشاطاتها. (بوخمخم، 2012، صفحة 09) ومنهم من يعرفه من ناحيتين فمن الناحية العلمية هو البحث في السياسات والاستراتيجيات التي ينبغي اعتمادها لحماية المعلومات من مختلف الاعتداءات التي قد تتعرض لها والمخاطر التي يمكن أن تهددها، أما من الناحية التقنية هو مجموعة الوسائل والتدابير والاجراءات التي يجب توفيرها لتأمين حماية المعلومات من المخاطر الداخلية والخارجية. (عمامرة، 2014، صفحة 09) وفي تقرير صدر عن (CIGREF) تم تحديد أهداف سياسة الحماية والأمن كالتالي: (CIGREF, 2008, p. 10)

- حماية الأصول غير الملموسة للمؤسسة؛
- تحديد التوجهات العامة والأولويات؛
- تطوير وتنفيذ وصيانة مستودع حماية المعلومات (السياسات والأدوار والمسؤوليات، والعمليات، والمعايير)؛
- رفع الوعي وتنقيف الإدارة والموظفين في جميع المستويات داخل المؤسسة؛
- تحديد نقاط الضعف ذات الأولوية ومعالجتها؛ وضمان الامتثال والرقابة.

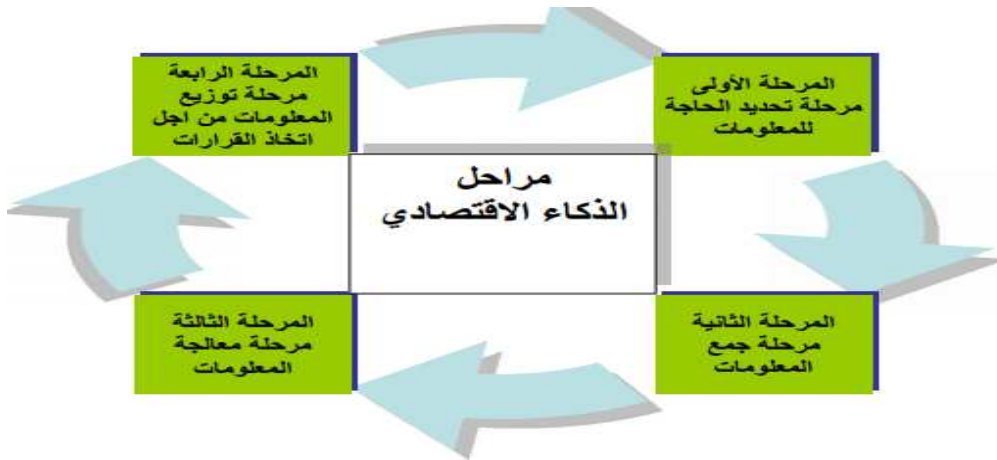
3.2.2. التأثير والضغط:

يعرف القاموس الفرنسي (Larousse) مصطلح التأثير أو الضغط (Le Lobbying)، على أنه فعل يمارسه شخص على شخص أو شيء على شخص ويعتبر التأثير فن التصرف على ما يعرفه ويؤمن به الآخرين. (حميدوش، 2014،

صفحة 103) وهو عمل بطيء ومستمر يمارس على شخص أو شيء ينتج عنه تأثير بعيد، فالتأثير هو مفهوم: (Bekaddour, 2014, p. 111)

- سياسي (جماعات المصالح والضغط التي توجه القرارات العامة والتأثير على الرأي العام، ويمارسه سلطة أو نفوذ معارض...)
 - ببيكولوجي أو اجتماعي (الموضة، التقليد، والإقناع الغير المباشر...)
 - وهو أيضا مفهوم جيوسياسي (منطقة التأثير، وسياسة التأثير المعاكسة لسياسة القوة...)
- ويرى جاكوبياك (Jakobiack) أن "سيرورة التأثير بمثابة تحضير، إعداد، وإنجاز استراتيجيات العمل الموجهة لحيازة الفرص المعقدة وإقناع صناع القرار (أفراد، هيئات...) بتغيير موقفهم التنافسي والقانوني بفضل استغلال شبكة المعلومات المتوفرة، وهي تمثل مسارا ضروريا لتغيير قناعات الهيئات المستهدفة: (المؤسسات المنافسة، المنظمات المهنية، الدول والهيئات الحكومية وغير الحكومية، ومؤسسات المجتمع المدني، مراكز الثينك تانكس...)". (داي، 2016، صفحة 21)
- وإستراتيجية التأثير تشمل الأنشطة التي تنفذ بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من قبل الأفراد داخل المؤسسات والمجتمعات المحلية والدول لتوجيه بيئة الأعمال بصفة خاصة والبيئة العامة إن أمكن في الاتجاه الذي يخدم مصالح المؤسسة، فعملية التأثير على البيئة تكون من خلال وسائل الضغط المعلوماتية، فالضغط هو حالة خاصة من التأثير العملي لأنه يركز على البعد السياسي لإستراتيجية المؤسسة. (كباش، 2012، صفحة 08) وهناك فئتان من السياسات هما: التنسيق والإحباط؛ ويقصد بالتنسيق أن المؤسسات ترسل إشارات التنسيق عندما تريد تجنب الاصطدام المباشر مع المؤسسات المنافسة، أما الإحباط فيقصد به قيام المنظمة بأعمال بغرض التشويش على النظام الاستعلامي للمؤسسات المنافسة والعمل على شل حركتها ودفعها لارتكاب الأخطاء. (OTMANI, 2014, p. 122)
- ### 3.2. سيرورة الذكاء الاقتصادي:

تتم دورة الذكاء الاقتصادي عبر مراحل متعاقبة تبدأ بتحديد الاحتياجات من المعلومات، ثم جمع البيانات، وبعد ذلك معالجتها وتحليلها وأخيرا نشر النتائج لأصحاب المصلحة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية، ويمكننا عرض أهم مراحل الذكاء الاقتصادي فيما يلي:



Source : Cigref, 2003, P:34.

شكل (2): مراحل الذكاء الاقتصادي

1.3.2. تحديد الحاجة للمعلومة: تعتبر أول مرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي فالتعبير عن الاحتياجات هو تحديد ما هي المعلومات المفيدة وذات الأولوية لدى صناع القرار لضمان تطوير المؤسسة؛ ويستند التعبير عن الاحتياجات من المعلومات إلى ثلاث مراحل، بدءا بمعرفة جيدة بالمؤسسة وبيئتها؛ ثم تحليل الموقع الاستراتيجي واختيار محاور التنمية ذات الأولوية؛ وأخيرا تقسيم المحاور إلى أسئلة تشغيلية. (Cigref, 2003, p. 37)

2.3.2. جمع البيانات: بعد تحديد الحاجة للمعلومات تأتي مرحلة تجميع المعلومات، ففي هذه المرحلة يتم استقطاب وجذب أكبر عدد ممكن من البيانات غير المعالجة من مختلف المصادر. (ضيات، 2013، صفحة 237)

3.3.2. معالجة وتحليل المعلومات: نعني بمعالجة البيانات تجميع كافة البيانات المتحصل عليها وتحليلها بشكل متجانس وتعتبر ترجمة البيانات خطوة أساسية لإجراء المعالجة فهي تعطي صورة واضحة لكل البيانات التي تكون مخفية في سطور الوثائق. إن قيمة المعلومة قد تتأثر بعدة عوامل يمكن أن تؤدي إلى الفهم الخاطئ للمعلومة عند تفسيرها والذي سينعكس سلبا على اتخاذ القرار، وأهم الأسباب كثرة البيانات المتحصل على ها وعدم مصداقيتها. (أنجشاري، 2017، صفحة 25) حيث أن الكثير من المعلومات يقتل المعلومات، ومن هنا تأتي أهمية استهداف مصادر المعلومات الأكثر صلة بالموضوع، وبالتالي سيتألف التحليل من تقدير جودة وموثوقية وفائدة المعلومات التي يتم جمعها وتصنيفها حسب المحور الاستراتيجي. (Bekaddour, 2014, p. 120)

4.3.2. بث المعلومات من أجل إتخاذ القرارات: وهي المرحلة الأخيرة من الذكاء الاقتصادي، تعتمد أساسا على ما يسمى بقيمة المعلومة أي إعطاء قيمة لهذه المعلومات من خلال استعمالها وتوزيعها داخل المؤسسة، لاسيما إذا استخدمت المعلومات من قبل الشخص المناسب القادر على إقناع الآخرين بالعملية وعلى إدخال التقنيات التي تسمح بتطبيقها في المؤسسة وتساعد على تحويل هذه المعلومات إلى أفعال من خلال توظيفها في مختلف نشاطات المؤسسة، وتسهم في خلق وتحقيق قيمة مضافة للمؤسسة، وعليه فإن مرحلة توزيع المعلومات هي خطوة أساسية لإجراءات الذكاء الاقتصادي، وبعد الانتهاء من توزيع وإعلان المعلومات والاستفادة منها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية للمؤسسة لابد من الرجوع إلى مرحلة تحديد الحاجة إلى معلومات جديدة، لاسيما وأن المعلومات تفقد قيمتها بعد إعلانها وتوزيعها. (نصير، 2017، صفحة 05)

إن ما تم ذكره سابقا يمثل المراحل الكبرى للذكاء الاقتصادي، لكن في الواقع نجد عدة نماذج تختلف باختلاف ثقافة المؤسسة. فمهما اختلفت التفاصيل فإن جميع النماذج تركز على تحديد، جمع، معالجة وبث المعلومة.

3. دراسة ميدانية لعينة من إطارات قطاع الصناعات الإلكترونية في الجزائر

بعد أن تم الوقوف في الجانب النظري على الإطار المفاهيمي للذكاء الاقتصادي، نحاول في هذا الجزء المخصص للجانب الميداني الوقوف على مستوى الذكاء الاقتصادي والتأكد من صحة الأبعاد التي يتكون منها بالمؤسسات الإلكترونية في الجزائر.

1.3. مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في أهم مؤسسات الصناعات الإلكترونية في الجزائر، والمكونة أساسا من جميع الإطارات الإدارية من مدراء، رؤساء الأقسام والمصالح، والتي بإمكانها إدراك موضوع الدراسة باعتباره يخص أكثر هذه الفئة؛ وقد تم اختيار عينة قصدية مكونة من تسعون (90) إطارا لخمس مؤسسات في هذا القطاع وهي (Condor, Geant, Eniem, Enie, Iris Sat)، حيث تم استرجاع (90) استمارة من بين (120) استمارة تم توزيعها، وقد تم إجراء الدراسة في الفترة الممتدة بين شهري جانفي وماي 2019.

2.3. اختبار الثبات:

قبل اخضاع نتائج الاستبيان للتحليل الاحصائي نقوم بحساب الارتباط الداخلي للفقرات وذلك باستخدام مقياس ألفا كرونباخ؛

الجدول (1): نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المقاييس	الأبعاد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
الذكاء الاقتصادي	اليقظة الاستراتيجية	6	0,755
	الحماية	4	0,673
	التأثير	5	0,635

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من نتائج الجدول السابق أن قيمة معاملات الثبات ألفا كرونباخ مرتفعة وذلك لكل بُعد وللمحور ككل، حيث تراوحت ما بين 63,50% و 75,5%، وهي نتائج جيدة ومرتفعة كونها تجاوزت النسبة المقبولة 60%، ومنه فلاستبانة تتمتع بدرجة ثبات عالية، وبالتالي الاستبانة صالحة للقياس ويمكن من خلالها الحصول على بيانات موثوقة وصحيحة.

3.3. عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالذكاء الاقتصادي:

بهدف تحليل نتائج أبعاد الدراسة تم حساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري، وتم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)؛ فيما يلي عرض نتائج التحليل الاحصائي لفقرات قياس الذكاء الاقتصادي وبناء على تلك النتائج تم تقييم مستوى الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاث، واختبار الفرضية الأولى القائلة بمستوى اعتماد نظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسات محل الدراسة مستوى عالي؛ وقد جاءت النتائج كالتالي:

الجدول (2): يوضح مستويات اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات محل الدراسة

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	مستوى الدلالة	القرار
للمؤسسة المقدرة على التنبؤ بالتغيرات المستقبلية في بيئة أعمالها.	3,84	0,77	10,30	,00	دال (أوافق بشدة)
تراقب المؤسسة بيئتها التنافسية بشكل مستمر.	3,82	0,82	9,41	,00	دال (أوافق بشدة)
تتابع المؤسسة التطورات التكنولوجية بصفة مستمرة.	3,80	0,81	9,36	,00	دال (أوافق بشدة)
تملك المؤسسة خلية أو موظفين مختصين باليقظة الاستراتيجية.	3,51	0,97	4,97	,00	دال (أوافق بشدة)
تحرص المؤسسة على جمع المعلومات من مصادر مختلفة بشكل دائم.	3,80	0,70	10,74	,00	دال (أوافق بشدة)
يتم اتخاذ القرار في المؤسسة على أساس المعلومات الجديدة.	3,66	0,73	8,61	,00	دال (أوافق بشدة)
اليقظة الاستراتيجية	3,74	0,54	12,94	,00	دال (أوافق بشدة)

* يتم اتخاذ القرار بشأن دلالة النتائج لكل العبارات عند درجات الحرية (89) ومستوى الخطأ (0,05).

* المتوسط الفرضي لكل عبارة هو (03) $[5/(5+4+3+2+1)]$.

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v23.

نلاحظ من الجدول أن قيمة المتوسط الحسابي لليقظة الاستراتيجية في مؤسسات محل الدراسة يقدر ب(03.74) بانحراف معياري قدره (0.54) وهو أكبر من المتوسط الفرضي المقدر ب(03)، وهذا يعني أن الباحثين أجابوا بأوافق بشدة على كل عبارات هذا المحور. وما يؤكد ذلك هي قيمة "t" المحسوبة المقدرة ب(12.94) وهي غير دالة عند درجات

الحرية (89) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدره (0.00)، إذا توجد يقظة استراتيجية بالمؤسسات الإلكترونية بدرجة عالية جدا. وفي نفس الاتجاه جاءت إجابات المبحوثين حول كل عبارات محور اليقظة الاستراتيجية فكل متوسطاتها الحسابية أكبر من المتوسط الفرضي (03) وقيمة "t" لتلك العبارات دالة عند درجات الحرية (89) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة يفوق (0.05) وبالتالي أجاب المبحوثين على كل العبارات بأوافق بشدة؛

إذا بصفة عامة يمكن القول أنه: توجد يقظة استراتيجية بمؤسسات الصناعات الإلكترونية بدرجة عالية جدا؛ وذلك لكون هذه المؤسسات تراقب وتتابع مختلف التغيرات التي تحدث في بيئة أعمالها بصفة دائمة، وتحرص على جمع البيانات والمعلومات الجديدة لاتخاذ قراراتها.

الجدول (3): يوضح مستويات الحماية والأمن في المؤسسات محل الدراسة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة "t"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
دال (أوافق بشدة)	,00	9,15	0,78	3,75	تملك المؤسسة نظام لحماية البيانات والمعلومات.
دال (أوافق بشدة)	,00	8,19	0,88	3,76	نظام معلومات المؤسسة محمي من مختلف أنواع التهديدات الداخلية والخارجية.
دال (أوافق بشدة)	,01	2,49	1,01	3,26	المؤسسة لها عقود عمل مع مؤسسات أمن المعلومات.
دال (أوافق بشدة)	,00	8,85	0,82	3,76	المؤسسة تستفيد من الحماية القانونية لمعلوماتها من خلال: حقوق الملكية الفكرية والصناعية، براءات الاختراع.
دال (أوافق بشدة)	,00	9,68	0,62	3,63	الحماية والأمن

* يتم اتخاذ القرار بشأن دلالة النتائج لكل العبارات عند درجات الحرية (89) ومستوى الخطأ (0,05).

* المتوسط الفرضي لكل عبارة هو (03) [(1+2+3+4+5)/5].

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v23.

نلاحظ من خلال هذا الجدول قيمة المتوسط الحسابي للحماية والأمن في مؤسسات محل الدراسة يقدر ب(3.63) بانحراف معياري قدره (0.62) وهو أكبر من المتوسط الفرضي المقدر ب(03)، وهذا يعني أن المبحوثين أجابوا بأوافق بشدة على كل عبارات هذا المحور. وما يؤكد ذلك هي قيمة "t" المحسوبة المقدرة ب(9.68) وهي غير دالة عند درجات الحرية (89) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدره (0.00)، إذا توجد الحماية والأمن بالمؤسسات محل الدراسة بدرجة عالية جدا. وفي نفس الاتجاه جاءت إجابات المبحوثين حول كل عبارات محور الحماية والأمن فكل متوسطاتها الحسابية أكبر من المتوسط الفرضي (03) وقيمة "t" لتلك العبارات دالة عند درجات الحرية (89) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة يفوق (0.05) وبالتالي أجاب المبحوثين على كل العبارات بأوافق بشدة؛ إذا بصفة عامة يمكن القول أنه: تتوفر الحماية والأمن بمؤسسات محل الدراسة بدرجة عالية جدا؛ وذلك راجع لتوفر هذه المؤسسات على أنظمة حماية للبيانات والمعلومات الحساسة من مختلف أنواع التهديدات الداخلية والخارجية.

الجدول (4): يوضح مستويات التأثير والضغط في المؤسسات محل الدراسة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة "t"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
دال (أوافق بشدة)	,00	9,14	0,73	3,71	تملك المؤسسة القدرة على التأثير في بيئة أعمالها.
دال (أوافق بشدة)	,00	10,92	0,73	3,84	تحاول المؤسسة ربط علاقات مع الهيئات الحكومية بما يخدم مصالحها.
دال (أوافق بشدة)	,00	8,83	0,77	3,73	المؤسسة عضو في تحالفات غرف التجارة، الباترونا، منظمات دولية... من أجل التأثير في بيئة أعمالها.
دال (أوافق بشدة)	,00	8,62	0,78	3,71	تتعرض المؤسسة لضغوطات من أطراف خارجية.
دال (أوافق بشدة)	,00	9,89	0,76	3,80	المؤسسة على دراية بأساليب التأثير المستعملة من طرف المنافسين.
دال (أوافق بشدة)	,00	14,68	0,48	3,75	التأثير والضغط
دال (أوافق بشدة)	,00	16,79	0,39	3,71	الذكاء الاقتصادي

* يتم اتخاذ القرار بشأن دلالة النتائج لكل العبارات عند درجات الحرية (89) ومستوى الخطأ (0,05).

* المتوسط الفرضي لكل عبارة هو (03) [5/(5+4+3+2+1)].

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v23.

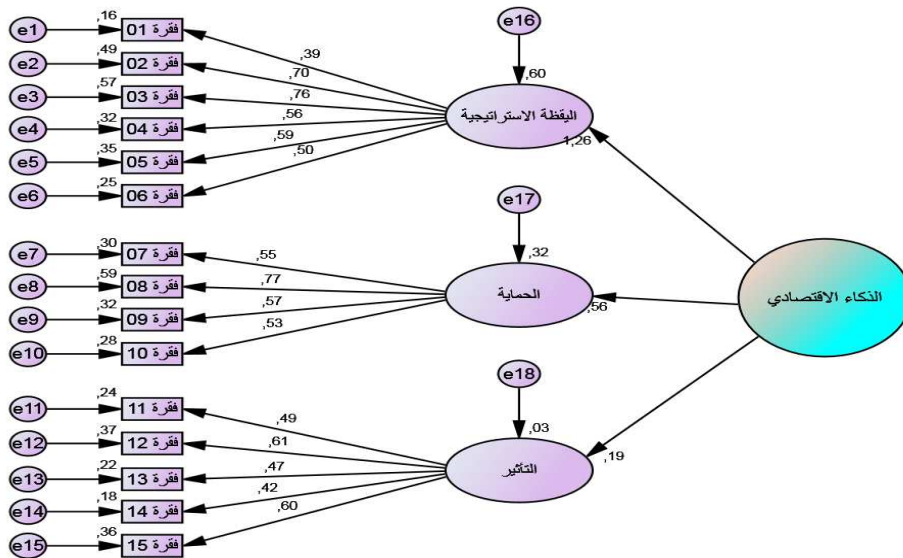
نلاحظ من خلال الجدول السابق أن قيمة المتوسط الحسابي للتأثير والضغط في مؤسسات محل الدراسة يقدر بـ(03.75) بانحراف معياري قدره (0.48) وهو أكبر من المتوسط الفرضي المقدر بـ(03)، وهذا يعني أن المبحوثين أحبوا بأوافق بشدة على كل عبارات هذا المحور. وما يؤكد ذلك هي قيمة "t" المحسوبة المقدرة بـ(14.68) وهي غير دالة عند درجات الحرية (89) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدره (0.00)، إذا يوجد التأثير والضغط بالمؤسسات محل الدراسة الميدانية بدرجة عالية جدا. وفي نفس الاتجاه جاءت إجابات المبحوثين حول كل عبارات محور التأثير والضغط فكل متوسطاتها الحسابية أكبر من المتوسط الفرضي (03) وقيمة "t" لتلك العبارات دالة عند درجات الحرية (89) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة يفوق (0.05) وبالتالي أجاب المبحوثين على كل العبارات بأوافق بشدة؛ وعليه يمكن القول أن: هناك تأثير وضغط بالمؤسسات محل الدراسة بدرجة عالية جدا؛ وذلك راجع لكون أن هذه المؤسسات لها القدرة على التأثير في محيطها، من خلال سعيها لربط علاقات مع الهيئات الحكومية والمشاركة في مختلف الهيئات مثل: غرف التجارة، الباترونا، منظمات دولية... للحفاظ على مصالحها، كما أن تعرض المؤسسات لضغوطات خارجية دليل على وجود تأثير وضغط.

كما نلاحظ من خلال هذا الجدول قيمة المتوسط الحسابي للذكاء الاقتصادي في المؤسسات محل الدراسة يقدر بـ(03.71) بانحراف معياري قدره (0.39) وهو أكبر من المتوسط الفرضي المقدر بـ(03)، وهذا يعني أن المبحوثين أحبوا بأوافق بشدة على كل عبارات هذا المحور. وما يؤكد ذلك هي قيمة "t" المحسوبة المقدرة بـ(16.79) وهي غير دالة عند درجات الحرية (89) ومستوى الخطأ (0.05) بمستوى دلالة قدره (0.00)، إذا يوجد الذكاء الاقتصادي بالمؤسسات محل الدراسة الميدانية بدرجة عالية جدا.

إذا بصفة عامة يمكن القول أنه: يوجد ذكاء اقتصادي بمؤسسات محل الدراسة الميدانية بدرجة عالية جدا؛ وهو ما يشير إلى قبول صحة الفرضية الأولى القائلة بأن مستوى اعتماد نظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الإلكترونية محل الدراسة بمستوى عالي.

4.3. عرض نتائج التحليل العاملي التوكيدي CFA للذكاء الاقتصادي:

الهدف من هذه المرحلة التحقق من مدى مطابقة أبعاد النموذج القياسي للذكاء الاقتصادي، مع البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة حول تلك الأبعاد، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين أبعاد الذكاء الاقتصادي والفقرات المعبرة عنها، ومدى قدرة هذه الأخيرة على التعبير عن كل بُعد، وتصفية كل بُعد من أخطاء القياس؛ وعليه فالتحليل العاملي يعتبر بمثابة تفسير للبيانات، والإجابة على سؤال هام وهو لماذا وكيف ارتبطت مجموعة من المتغيرات وأبعادها في مجتمع الدراسة؟ وذلك بهدف الوصول إلى نموذج يحاكي الواقع، ويمتاز بالبساطة والكفاءة في نفس الوقت. وعليه سيتم من خلال هذا التحليل الكشف عن مدى مطابقة بيانات عينة نموذج قياس الذكاء الاقتصادي، والذي تم تحديده مسبقا اعتمادا على أغلب الدراسات السابقة على أنه مفهوم يتركب من ثلاثة أبعاد والتحقق من صدق هاته البنية، والتثبت من صحة الإطار النظري الذي انطلقنا منه، وبالتالي اختبار صحة الفرضية الثانية القائلة بأن: الذكاء الاقتصادي مفهوم يتركب من ثلاثة أبعاد هي اليقظة الاستراتيجية، الحماية، والتأثير؛ والشكل رقم (03) يوضح بنية الذكاء الاقتصادي:



المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS v22

شكل (3): نموذج مقترح لقياس الذكاء الاقتصادي من الدرجة الثانية.

لقد تم تحديد نموذج توكيدي لقياس الذكاء الاقتصادي من الدرجة الثانية في ضوء ما تناولته الدراسات السابقة، بحيث يفترض أن الذكاء الاقتصادي معبر عنه من خلال ثلاثة أبعاد كامنة هي اليقظة الاستراتيجية والتي يفترض أنها تتشعب على ستة (06) فقرات، وبُعد الحماية الذي يفترض أنه يتشعب بأربع (04) فقرات، وأخيرا بُعد التأثير المعبر عنه بخمس (05) فقرات؛

و بواسطة برنامج AMOS v22 تم اخضاع النموذج السابق للتحليل العاملي التوكيدي، وقد تبين من خلال قراءة نتائج التحليل أن النموذج القياسي المقترح متعدي التعيين، وهذا يعني أن النموذج جاهز وقابل للتحليل. ومن جهة أخرى يتم الحكم على جودة مطابقة النموذج العاملي المفترض عن طريق مؤشرات المطابقة التي تدل إلى أي حد يمثل النموذج

البيانات التي انطلق منها؛ وبالرجوع لقيم التحليل المستخرجة من البرنامج يمكن مقارنة قيم أهم المؤشرات المحسوبة بمحكات المطابقة كما يعرضها الجدول رقم (04):

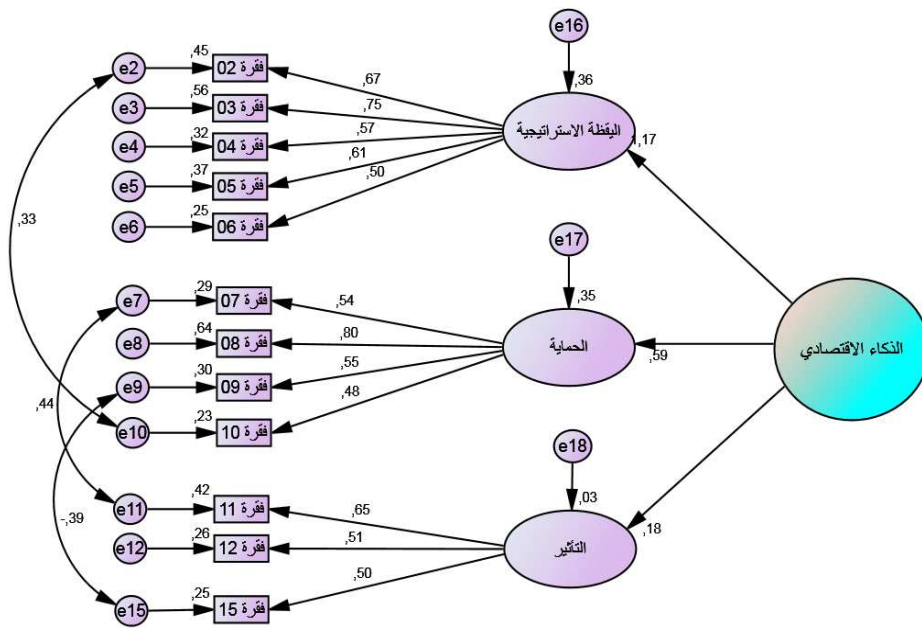
الجدول (5): مؤشرات المطابقة لنموذج مقترح لقياس الذكاء الاقتصادي

المؤشر	الاصطلاح	محك القبول	القيمة المحسوبة	الحكم
مؤشرات المطابقة المطلقة				
Chi-square, χ^2	مربع كاي	كلما قلت أفضل	186,02	غير جيدة
SRMR	جذر متوسط مربعات البواقي المعيارية	$SRMR \leq 0,08$	0,11	غير محقق
GFI	مؤشر حسن جودة المطابقة	$GFI \geq 0,9$	0,79	غير محقق
مؤشرات المطابقة الاقتصادية				
CMIN/DF=CN	مؤشر حجم العينة الحرج لهولمر	[5 - 1]	2,13	محقق
RMSEA	الجذر التربيعي لمتوسط خطأ الاقتران	$RMSEA \leq 0,08$	0,11	غير محقق
مؤشرات المطابقة المتزايدة				
TLI	مؤشر تاكر- لويس	$TLI \geq 0,9$	0,63	غير محقق
CFI	مؤشر المطابقة المقارن	$CFI \geq 0,9$	0,69	غير محقق
NFI	مؤشر المطابقة المعياري	$NFI \geq 0,9$	0,57	غير محقق

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS v22.

من خلال نتائج الجدول السابق يتبين عدم تحقق معظم مؤشرات المطابقة، أي عدم وجود مطابقة مقبولة للنموذج المقترح لقياس الذكاء الاقتصادي (عدم وجود جودة مطابقة)؛ وعليه تستدعي هذه الحالة اجراء تعديلات لتحسين جودة مطابقة النموذج، والهدف من هذه الخطوة هو اكتشاف وتعديل الأخطاء الموجودة في توصيف النموذج الأولي المقترح، وهي عملية مهمة لعلاج العيوب التي ارتكبها أو غفل عنها الباحث، مع الحرص على أن تكون التعديلات مقبولة نظريا وعمليا ثم إحصائيا فليس كل ما يقترحه البرنامج صحيح.

وعليه تم الرجوع إلى جملة التعديلات التي يقترحها البرنامج بهدف تحقيق جودة مطابقة النموذج القياسي لهذا المحور، ومن خلال تفحص تلك الاقتراحات تم إضافة ثلاث (03) ارتباطات بين أخطاء القياس لبعض الفقرات مقترحة من البرنامج، ومع ذلك لم تسجل نتائج النموذج مطابقة جيدة، وعليه ارتئينا إلى حذف الفقرات التي كانت درجات تشبعها منخفضة، وهي الفقرات التي لم تكن معبرة بدرجة كافية عن المتغير الكامن وأصبحت تشكل عيباً على النموذج. والشكل الموالي رقم (04) يوضح بنية النموذج القياسي للذكاء الاقتصادي بعد التعديل؛



المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS v22.

شكل (4): نموذج القياس المعدل للذكاء الاقتصادي من الدرجة الثانية

من خلال الشكل رقم (04) يظهر أن كل معاملات الارتباط (قيم التشبع) بين الفقرات والمتغيرات الكامنة كانت عالية، حيث تجاوزت المعدل (0,3) وهو ما يدل على الصدق التقاربي للمقياس المعدل للذكاء الاقتصادي، والجدول رقم (05) يلخص ويقارن بين أهم المؤشرات قبل وبعد التعديل،

الجدول (6): مؤشرات المطابقة لنموذج القياس المعدل للذكاء الاقتصادي

نموذج القياس	Chi-square χ^2	SRMR	GFI	CMIN/DF =CN	RMSEA	TLI	CFI	NFI
محك	كلما قلت	$\leq 0,08$	$\geq 0,9$	[5 - 1]	$\leq 0,08$	$\geq 0,9$	$\geq 0,9$	$\geq 0,9$
القبول	أفضل							
الأصلي	186,02	0,11	0,79	2,13	0,11	0,63	0,69	0,57
المعدل	72,14	0,07	0,90	1,5	0,07	0,91	0,90	0,76
الحكم	جيدة	محقق	محقق	محقق	محقق	محقق	محقق	غير محقق

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج AMOS v22.

من خلال الجدول السابق يظهر أن جُل المؤشرات حققت مطابقة جيدة لنموذج القياس المعدل للذكاء الاقتصادي، بحيث حققت أغلب مؤشرات حسن المطابقة أفضل القيم، وهو ما يدعم الإطار النظري الذي انطلقنا منه، وهو ما يشير إلى قبول صحة الفرضية الثانية القائلة بأن الذكاء الاقتصادي مفهوم يتركب من ثلاثة أبعاد هي اليقظة الاستراتيجية، الحماية والتأثير؛ وبالتالي فمقياس الذكاء الاقتصادي وفق هذا النموذج مقبول وجاهز لاستخدامه في البيئة الجزائرية.

وعليه فإن نتائج الدراسة الحالية أظهرت أن البنية الهرمية لمفهوم الذكاء الاقتصادي للدراسات السابقة تتوفر على جودة المطابقة للبيانات، فبعد توظيف منهجية التحليل العملي التوكيدي، تبين أن العوامل الثلاثة التالية: اليقظة الاستراتيجية، الحماية والتأثير، تشكل العوامل من المستوى الأول، والذكاء الاقتصادي يمثل العامل العام الذي تنتمي إليه العوامل الثلاثة السابقة على نحو هرمي.

5. خلاصة:

من خلال هذه الدراسة يمكن القول أن نظام الذكاء الاقتصادي هو مسار معلوماتي يُمكن المؤسسة من الإصغاء المسبق والإرادي لبيئتها الخارجية بغرض فتح منافذ على الفرص المناسبة لاستغلالها في وقتها، أو لمعرفة الأخطار وتفاديها والتقليل من آثارها، حيث يتضمن نظام الذكاء الاقتصادي بجميع، توزيع وتحليل المعلومات الاستراتيجية ونشرها من خلال البعد الاستعمالي المتمثل في اليقظة الاستراتيجية بغرض تغذية القرارات الاستراتيجية، لذلك يمكن اعتبارها عملية استراتيجية لتزويد المؤسسة بالمعلومات التي تؤهلها لمواجهة المنافسة بشكل أفضل بالاعتماد على أسس ومقاييس علمية، أما البعد الدفاعي للذكاء الاقتصادي فيتمثل في عنصر الحماية والأمن، من خلال تأمين المعلومات المجمعة وتوفير الحماية القانونية والتقنية من مختلف الهجمات وأنشطة التجسس والإختراق، ويتجسد البعد الهجومي للذكاء الاقتصادي في ممارسة نشاط الضغط على عناصر البيئة الخارجية والتأثير على مواقفها وسلوكياتها بما يخدم مصالحها.

ومن خلال هذه الدراسة كذلك نستخلص أنها استطاعت إثبات وجود نظام للذكاء الاقتصادي بالمؤسسات الإلكترونية محل الدراسة الميدانية بدرجة عالية جدا وبالتالي يتم قبول الفرضية الأولى، كما استطاعت هذه الدراسة أن تؤكد البنية الثلاثية للذكاء الاقتصادي في بيئة الأعمال الجزائرية، بعد إجراء التحليل العملي التوكيدي لعينة من المؤسسات الإلكترونية في الجزائر وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية، وتدعم هذه النتائج كل الدراسات السابقة التي تفترض أن الذكاء الاقتصادي يتكون من ثلاثة أبعاد وهي اليقظة الاستراتيجية والحماية والتأثير، وبناءً على نتائج الدراسة الراهنة نقترح ضرورة بناء نظام متكامل للذكاء الاقتصادي، وذلك على المستوي الكلي (دولة) والمستوي الجزئي (المؤسسات)، يشارك بتغذيته بالبيانات والمعلومات جميع الأطراف أصحاب المصلحة في مختلف المجالات.

قائمة المراجع:

- عبد الفتاح بوخمحم. (2012). الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها. المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة (صفحة 09). الأردن: جامعة الزيتونة الأردنية.
- عبد الحميد برحومة. (2016). مدى ممارسة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لتقنيات الذكاء الاقتصادي: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية المسيلة. مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد 9، صفحة 36.
- وسام داي. (2016). الذكاء الاقتصادي في خدمة تنافسية الأقاليم: دراسة حالة الصناعة الصيدلانية والبيوتكنولوجية في الجزائر. باتنة، جامعة باتنة 1، الجزائر: أطروحة دكتوراه غير منشورة.
- ضيات، خ. ش. (2013). الذكاء الاقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة. مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 237.10،
- نصير، أ. (2017). الذكاء الاقتصادي وأخلاقيات الأعمال كآلتي دعم للحكومة علاقات التوزيع والطلب في المؤسسات الخدمية حالة: مؤسسة سونلغاز ورقلة الجزائر، الملتقى الدولي الثاني للذكاء الاقتصادي وأخلاقيات الأعمال كأساس لحكومة العلاقات بين المنظمات. (p. 05) الجزائر: جامعة سيدي بلعباس.

صونية بتغة. (2017). الذكاء الاقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الاستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية: دراسة حالة على عينة من المؤسسات الاقتصادية. جامعة المسيلة، الجزائر: أطروحة دكتوراه غير منشورة.

أحمد حميدوش. (2014). الذكاء الإقتصادي "فهمه وإنشأؤه وتأصيله واستعماله". جامعة الجزائر3، الجزائر: أطروحة دكتوراه غير منشورة.

فاطمة الزهراء كباش. (2012). الذكاء الاقتصادي كآلية للحد من الأزمات المالية. الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنمية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة (صفحة 05). الجزائر: جامعة الشلف.

سامية أنجشايري. (2017). الذكاء التسويقي ومساهمته في تبني المؤسسات الاقتصادية الجزائرية للتسويق المستدام دراسة حالة: مؤسسات قطاع الصناعات الغذائية. البويرة، جامعة البويرة، الجزائر: أطروحة دكتوراه غير منشورة.

سليمان مرابط. (2015). الذكاء الاقتصادي والقيمة التنافسية للمعلومة: دراسة حالة قطاع النسيج والملابس الجزائري. جامعة تلمسان، الجزائر: أطروحة دكتوراه غير منشورة.

عمارة, ن. (2014). أهمية الأمن المعلوماتي كمدخل لثقافة الجرائم المعلوماتية في ظل الاقتصاد الرقمي . المؤتمر الدولي للذكاء الاقتصادي: الأنظمة الرقمية والذكاء الاقتصادي . (p. 09). خميس مليانة، الجزائر: جامعة خميس مليانة.

3IE. (2001). La Veille Strategique ; Les Yeux Et Les Oreilles De Votre Entreprise. france: Institut Innovation Informatique Entreprise .

Bekaddour, H. (2014). Veille Stratégique & Intelligence Economique Cas Des Entreprises Algeriennes. Tlemcen, Université Abou Bekr Belkaid, Algérie: Mémoire De Magister En Science De Gestion.

Cigref. (2003). Intelligence Economique Et Strategique: Les Systemes D'information Au Coeur De La Demarche. France.

CIGREF. (2008). Protection De L'information: Enjeux, Gouvernance Et Bonnes Pratiques. France: Club Informatique Des Grandes Entreprises Françaises.

Henri, M. (1994). Intelligence Economique Et Stratégie Des Entreprises. La Documentation Française. France: Rapport Du Groupe Commissariat Général Du Plan.

Lesca, H. (1997). Veille Stratégique: Concepts Et Démarche De Mise En Place Dans L'entreprise. Ministère De l'Education Nationale, De La Recherche Et De La Technologie, France.

Niang, T. (2004). Enjeux De L'intelligence Economique. Dakar, Sénégal: Université Cheikh Anta Diop.

OTMANI, H. (2014). L'impact De L'intelligence Economique Sur La Prise De Décision Stratégique Etude Exploratoire. Tlemcen, Université Abou Bekr Belkaid, Algérie: Mémoire De Magister En Science De Gestion.