

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

People's Democratic Republic of Algeria

Ministry of Higher Education and Scientific
Research Abbas Laghrou University of khenchela
Faculty of Economics , Commercial and
Management Sciences
Department of Finance and Accounting
Specialization: Accounting



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عباس لغرور خنشلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
تخصص: إدارة أعمال

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي بعنوان:

دور الذكاء الاقتصادي في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية

دراسة حالة CASNOS خنشلة

إشراف الأستاذ:

- د/ دندن صالح

إعداد الطلبة:

- رحالي مروة

- دراجي أمال

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة الأصلية	الرتبة	الأستاذ
رئيسا	جامعة عباس لغرور خنشلة	بودربالة رفيق	أستاذ تعليم عالي
مشرفا	جامعة عباس لغرور خنشلة	دندن صالح	أستاذ م.أ
مناقشا	جامعة عباس لغرور خنشلة	مزاهدية رفيق	أستاذ تعليم عالي

السنة الجامعية: 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وتقدير

نحمد الله العلي القدير الذي ألهمنا السداد والتوفيق لإكمال هذا العمل المتواضع، فله الحمد والشكر.

كما نتقدم بالشكر الجزيل والعرفان إلى استأذنا المشرفة دندن صالح، الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته السديدة حتى نهاية عملنا، فله منا اسمي عبارات الشكر والعرفان، ومن الله الأجر والثواب بإذن الله تعالى.

كما نكن كل الاحترام والتقدير لجميع أساتذة قسم العلوم الاقتصادية على مجهوداتهم المستمرة في سبيل العلم والمعرفة، جزاهم الله خير الجزاء.

ولا ننسى أن نتقدم بالشكر إلى لجنة المناقشة المحترمة على قبولهم مناقشة هذا العمل المتواضع، راجين من الله أن نكون في المستوى المطلوب.

وأخيرا نتوجه بالشكر إلى زملاء الدراسة وكل من ساعدنا من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل.

إهداء

إلى من كلل العرق جبينه ومن علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر والاصرار
إلى النور الذي أنار دربي وسراج الذي لا ينطفئ نوره بقلبي أبدا من بذل الغالي
والنفيس واستمديت منه قوتي واعتزازي بذاتي

والذي العزيز

إلى من جعل الجنة تحت إقدامها وسملت لي الشدائد بدعائها إلى الإنسانية العظيمة
التي ل طالما تمنيت إن تقر عينها لرؤيتي في يوم كهذا

أمي العزيزة

إلى خلع الثابت وأمانتي أيامي إلى ما شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع ارتوي
منها إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى قرة عيني.....

إلى إخواني وأخواتي الغاليين

لكل من كان عوناً وسنداً في هذا الطريق للأصدقاء الأوفياء ورفقاء السنين لأصحاب
الشدائد والأزمات إلى من فاضني بمشاعره ونصائحه المخلصة إليكم عائلتي أهدىكم

هذا الانجاز وثمره نجاح التي لا طالما تمنيته

ها إنا اليوم أكملت وأتممت أول ثمار بفضل سبحانه وتعالى الحمد لله على ما وهبني
وان يجعلني مباركاً وان يعينني أينما كنت فمن قال إنا لها نالها فإننا لها وان أبى
رغمنا عنها أتيت بنا فالحمد لله شكراً وحبا وامتناناً على البدء والختم وآخر دعواهم

إن الحمد لله رب العالمين



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

فهرس المحتويات

قائمة الأشكال

قائمة الجداول

قائمة المختصرات

ملخص

أ	مقدمة
7	الفصل الأول: أساسيات حول الذكاء الاقتصادي
7	المبحث الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي
7	المطلب الأول: مفهوم الذكاء الاقتصادي
7	الفرع الأول: تعريف الذكاء الاقتصادي
8	الفرع الثاني: التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي
9	الفرع الثالث: أهمية الذكاء الاقتصادي
9	1. على مستوى المؤسسات
10	2. على مستوى الدولة
11	المطلب الثاني: أهداف وخصائص الذكاء الاقتصادي
11	الفرع الأول: خصائص الذكاء الاقتصادي

فهرس المحتويات

12	الفرع الثاني: أهداف الذكاء الاقتصادي.....
13	المطلب الثالث: أنواع الذكاء الاقتصادي.....
13	1. الذكاء التنافسي.....
13	2. الذكاء الاستراتيجي.....
13	3. الذكاء المالي.....
14	3. الذكاء العملياتي.....
14	4. الذكاء المعلوماتي.....
15	المبحث الثاني: وظائف ومراحل الذكاء الاقتصادي.....
15	المطلب الأول: وظائف الذكاء الاقتصادي.....
16	المطلب الثاني: مراحل وأدوات الذكاء الاقتصادي.....
16	الفرع الأول: مراحل الذكاء الاقتصادي.....
18	أولاً: ملمح نوايا وقدرات المسيرين.....
19	ثانياً: البانشماركينغ.....
19	ثالثاً: تحليل الإستراتيجية المستقبلية.....
19	رابعاً: توقيع الإستراتيجية التنافسية.....
19	خامساً: تحليل تكاليف.....
21	الفصل الثاني: أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية.....
21	المبحث الأول: ماهية القدرة التنافسية.....
21	المطلب الأول: مفهوم القدرة التنافسية.....
21	الفرع الأول: تعريف القدرة التنافسية.....
22	الفرع الثاني: أسس تطور القدرة التنافسية.....

فهرس المحتويات

23	الفرع الثالث: أهمية القدرة التنافسية.....
24	المطلب الثاني: مؤشرات القدرة التنافسية وقياسها.....
24	الفرع الأول: مؤشرات قياس تنافسية المؤسسة.....
25	الفرع الثاني: قياس مؤشرات تنافسية قطاع النشاط.....
26	الفرع الثالث: مؤشرات قياس تنافسية الدول.....
28	المبحث الثاني: أنواع وعوامل المؤثرة على القدرة التنافسية.....
28	المطلب الأول: أنواع القدرة التنافسية.....
29	المطلب الثاني: العوامل المتحكمة في الميزة التنافسية.....
	الفصل الثالث: دور الذكاء الاقتصادي في زيادة القدرة التنافسية لشركة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي
32	لغير الأجراء خنشة.....
32	تمهيد.....
33	المبحث الأول: نظرة عامة حول مؤسسة CASNOS خنشة.....
33	المطلب الأول: نبذة تاريخية عن مؤسسة CASNOS خنشة.....
34	المطلب الثاني: تعريف مؤسسة الصندوق الوطني لضمان الاجتماعي لغير الأجراء ولاية خنشة.....
34	أولا: تعريف مؤسسة الصندوق الوطني لضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشة.....
34	ثانيا: الوكالة التجارية لـ CASNOS.....
35	ثالثا: الخدمات الأساسية للوكالة التجارية لـ CASNOS.....
36	المطلب الثالث: أهمية وأهداف مؤسسة CASNOS خنشة.....
36	أولا: أهمية مؤسسة CASNOS خنشة.....
36	ثانيا: أهداف مؤسسة CASNOS خنشة.....
40	المبحث الثاني: تصميم الدراسة ميدانية.....

فهرس المحتويات

40	المطلب الأول: التصميم المنهجي لدراسة الميدانية.
40	الفرع الأول: نموذج الدراسة.
41	الفرع الثاني: تحليل استبيان بمؤسسة CASNOS خنشة
43	الفرع الثالث: تحديد متغيرات الدراسة وطرق قياسها.
43	المطلب الثاني: أدوات الدراسة.
43	الفرع الأول: الأدوات المستخدمة في الدراسة.
44	الفرع الثاني: ثبات وصدق الأداة.
45	الفرع الثالث: معالجة متغيرات الدراسة.
49	خلاصة الفصل الثاني
51	الخاتمة
54	قائمة المصادر والمراجع

قائمة الأشكال والجداول

قائمة الأشكال

- شكل رقم 1 : يلخص أهداف الذكاء الاقتصادي..... 12
- شكل رقم 2 : يوضح مصادر المعلومات 16
- شكل رقم 3 : يلخص أهم مراحل التي يمر بها الذكاء الاقتصادي. 18
- شكل رقم 4 : ملخص الأدوات التي يحتوي عليها الذكاء الاقتصادي. 19
- شكل رقم 5 : الهيكل التنظيمي لمؤسسة CASNOS خنشة 38

قائمة الجداول

- جدول رقم 1 : نموذج الدراسة لمؤسسة CASNOS 40
- جدول رقم 2 : تحليل الاستبيان 42
- جدول رقم 3 : عدد الاستبيانات. 42
- جدول رقم 4 : درجات سلم الموافقة لسلم ليكرت الخماسي 44
- جدول رقم 5 : معامل الثبات الكلي للاستبانة_مؤسسة الضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشة. 45
- جدول رقم 6 : توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية. 46
- جدول رقم 7 : العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والقدرة التنافسية في مؤسسة CASNOS خنشة. 48

ملخص

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، وتم التركيز على مؤسسة الضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة كدراسة حالة. تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات باستخدام أداة الاستبيان الموجهة إلى عينة من إدارات المؤسسة بلغ عددها 30 إطاراً، حيث تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS

وفد تم بناء الدراسة على فرضيتين رئيسيتين ترتبط الأولى بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق أدوات الذكاء الاقتصادي ورفع القدرة التنافسية للمؤسسة، فيما ترتبط الثانية بمساهمة الذكاء الاقتصادي في دعم عملية اتخاذ القرار وتحسين الأداء الاستراتيجي.

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ايجابية بين إبعاد الذكاء الاقتصادي 'اليقظة الإستراتيجية، جمع وتحليل المعلومات، التنبؤ والتخطيط الاستراتيجي) وتحقيق ميزة تنافسية لمؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة، ما يؤكد أهمية تبني آليات الذكاء الاقتصادي كمدخل لتعزيز التنافسية في المؤسسات العمومية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، القدرة التنافسية، مؤسسات اقتصادية، خنشلة، CASNOS

Abstract

This study aimed to explore the role of economic intelligence in enhancing the competitiveness of economic institutions, with a focus on the Social Security Fund for Non-Salaried Workers in Khenchela as a case study.

The analytical descriptive method was adopted, and data was collected using a questionnaire directed at a sample of 30 executives from the institution. The data was analyzed using the statistical software SPSS.

The study was built on two main hypotheses: the first suggests a statistically significant relationship between the application of economic intelligence tools and the enhancement of the institution's competitiveness, while the second relates to the contribution of economic intelligence in supporting decision-making processes and improving strategic performance.

The results of the study showed a positive relationship between the dimensions of economic intelligence (strategic watch, information collection and analysis, forecasting, and strategic planning) and achieving a competitive advantage for the National Social Security Fund for Non-Salaried Workers in Khenchela. This confirms the importance of adopting economic intelligence mechanisms as an approach to enhancing competitiveness in public institutions.

Keywords: Economic intelligence, competitiveness, economic institutions, Khenchela, CASNOS

حق سارة

مقدمة

مقدمة

يشهد العالم اليوم تحولات متسارعة وتغيرات عميقة مست مختلف القطاعات، سواء العامة او الخاصة. وقد ساهمت العولمة بشكل كبير في بروز تحديات جديدة تعيق المؤسسات عن بلوغ أهدافها الإستراتيجية. كما أن الانتشار السريع للتكنولوجيا، وخاصة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أدى إلى تصاعد حدة المنافسة بشكل غير مسبوق، ما جعل التأثير على المؤسسات الاقتصادية أمراً حتمياً وشاملاً.

ولمواجهة هذه التحديات والتطورات التي تعصف بالمؤسسات، برزت عدة مصطلحات ومفاهيم حديثة تتلاءم مع طبيعة العالم الذي يتسم بالحركة والتطور السريع والمتجدد، ومن أهمها ظهور مصطلح الذكاء الاقتصادي كأحد أهم الأدوات والوسائل نجاعة لتوجيه المؤسسات نحو تحقيق أهدافها على المدى البعيد والمحافظة على مكانتها والتنبؤ بمستقبلها، كذلك يعتبر من أهم الأنظمة المعلوماتية التي توفر للمؤسسة المعلومة المناسبة حول بيئتها، فهو سلاح استراتيجي يدعم بقاء واستدامة المؤسسة في السوق.

إن كل مؤسسة تنشط في بيئة تنافسية تسعى إلى تحقيق القدرة التنافسية التي تحقق لها الربحية والبقاء والاستمرارية، لكن لا يتحقق ذلك إلا إذا كانت تتبع ميكانيزمات الذكاء الاقتصادي الذي يؤهلها إلى خلق مكانة في المحيط، ويضمن لها الاستقرار والقدرة على المنافسة من خلال التحكم في المعلومة، نقلها، توزيعها ثم استغلالها من طرف المتعاملين الاقتصاديين.

أولاً: الإشكالية:

بناءً على ما سبق اتضحت إشكالية الدراسة في التساؤل التالي:

ما هو دور الذكاء الاقتصادي في رفع القدرة التنافسية لمؤسسة الصندوق الوطني لضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشة؟

وتندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

✓ ما المقصود بالذكاء الاقتصادي وما هي وظائفه ومراحله؟

✓ ما هي القدرة التنافسية و أهميتها؟

✓ هل هناك تصور واضح لدى أفراد العينة حول الذكاء الاقتصادي؟

مقدمة

هل هناك تأثير ايجابي لمتغير الذكاء الاقتصادي على القدرة التنافسية في مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء ولاية خنشلة؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

كمحاولة أولية للإجابة عن هذه التساؤلات, تركز دراستنا على مجموعة من الفرضيات المرتبطة بالجانب التطبيقي, حيث سيتم استخدام هذا البحث كأداة لاختبار مدى صحة هذه الفرضيات أو دحضها.

الفرضية الرئيسية الأولى:

يوجد تطبيق لذكاء الاقتصادي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة

$$(\alpha=0.05)$$

الفرضية الرئيسية الثانية:

يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الذكاء الاقتصادي على القدرة التنافسية عند .

$$\alpha=0.05 \text{ مستوى ذو دلالة}$$

الفرضية الأساسية الثالثة:

يوجد فروق ذو دلالة إحصائية لمتغير المستوى التعليمي على الذكاء الاقتصادي عند $\alpha=0.05$ مستوى ذو دلالة

ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة:

من الدوافع الأساسية التي أدت بنا إلى اختيار هذا الموضوع هي:

أسباب ذاتية:

طبيعة التخصص والتي تفرض علينا معالجة مثل هذه المواضيع.

الميول الشخصية والفضول العلمي لدراسة هذا الموضوع كونه من المواضيع المهمة في هذه الفترة.

أسباب موضوعية: وتتمثل في:

مقدمة

إبراز الأهمية التي يكسبها الذكاء الاقتصادي في المجال ألمعلوماتي.

محاولة إثراء مكتبتنا بمرجع إضافي في هذا المجال.

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

رابعاً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث وقيمته العلمية والعملية في :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال تناولها لموضوعين مهمين في الفكر الإداري وهما الذكاء الاقتصادي والقدرة التنافسية, مما يجعل هذه الدراسة مرجعا علميا يخدم الباحثين في إطار هذين الموضوعين.

اهتمام الدول المتقدمة بموضوع الذكاء الاقتصادي, وإنشاء مؤسسات ووكالات خاصة بتزويد المؤسسات بالمعلومات الضرورية و اللازمة.

نقص الدراسات والأبحاث العلمية التي اهتمت بهذا الموضوع خاصة باللغة العربية.

كما تكمن الأهمية الخاصة لهذه الدراسة في إبراز الدور الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة.

خامساً: أهداف الدراسة:

إزالة الغموض عن المفهومين بطرح المفاهيم ذات الصلة بهما ومحاولة التوسع في ذلك.

معرفة مدى إدراك المؤسسة لأهمية الذكاء الاقتصادي في ظل الظروف الراهنة التي تشهدها.

لفت أنظار الباحثين لأهمية هذا الموضوع واستكمالها بإجراء المزيد من الدراسات المستقبلية.

محاولة ضبط مصطلح الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالقدرة التنافسية.

معرفة تطلعات المؤسسة الجزائرية حول الذكاء الاقتصادي من خلال إسقاط الدراسة على قطاع خدماتي في الجزائر المتمثل في مؤسسة اتصالات الجزائر من اجل الوقوف على مدى تأثير أسلوب الذكاء الاقتصادي في زيادة القدرة التنافسية.

مقدمة

سادسا: منهج الدراسة:

لإعداد هذه الدراسة تم إتباع مناهج التالية:

٧ المنهج الوصفي: تم اعتماد على المنهج الوصفي في الفصل الأول من اجل وصف متغيرات الدراسة والمتمثلة في الذكاء الاقتصادي باعتباره المتغير المستقل والقدرة التنافسية باعتبارها المتغير التابع ووصف العلاقة بينهما.

٨ المنهج التحليلي: تم الاعتماد على المنهج التحليلي في الفصل التطبيقي لتحليل وتفسير المعلومات المتحصل عليها بعد جمع البيانات بالاعتماد على أداة الاستبيان وذلك من اجل معرفة اثر الذكاء الاقتصادي على القدرة التنافسية, وقصد الإجابة على spss الإشكالية والأسئلة المطروحة واختبار مدى صحة الفرضيات استخدمنا برنامج

كونه الأنسب لمعالجة بيانات الاستبيان.

7 سابعاً: حدود الدراسة:

ارتبطت الدراسة بحدود مكانية وزمنية كالتالي:

الحدود المكانية: اقتصر المجال المكاني الذي اخترناه للقيام بالدراسة الميدانية على مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة.

الحدود الزمنية: لقد تحددت المدة الزمنية لهذه الدراسة ب 4 أشهر, حيث بدأت هذه الدراسة ابتداءً من الجانب النظري في شهر فيفري 2025 إلى غاية الوصول إلى النتائج والاستنتاجات بعد التطرق إلى الجانب الميداني في نهاية شهر ماي 2025

ثامناً: هيكل الدراسة

من اجل الإجابة على إشكالية الدراسة وتحقيق الأهداف التي بنيناها في البداية قمنا بدراسة الواقع من خلال إعطاء مجموعة من الفرضيات واختبار مدى صحتها, وبذلك شمل بحثنا 3 فصول فصلين جانب نظري وفصل الثالث جانب تطبيقي إضافة للمقدمة العامة والخاتمة العامة التي تحتوي ملخصاً لأهم النتائج المتحصل عليها و بعض التوصيات.

مقدمة

✓ ففي الفصلين: تطرقنا إلى الإطار النظري للذكاء الاقتصادي والقدرة التنافسية, وكان ضمن أربعة مباحث أساسية.

✓ أما الفصل الثالث: قمنا بإسقاط المعطيات النظرية على حالة المؤسسة قيد الدراسة "الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة" إذ قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين , تناولنا في المبحث الأول لمحطة ونبذة عامة حول المؤسسة محل التبرص أما المبحث الثاني فتناولنا فيه إسقاط المعطيات النظرية على حالة المؤسسة.

تاسعا: صعوبات الدراسة:

*صعوبة الحصول على المراجع التي تركز على دور الذكاء الاقتصادي في زيادة القدرة التنافسية

✓صعوبة ترجمة المراجع الأجنبية.

✓صعوبة الحصول على موافقة المؤسسة للقيام بالدراسة الميدانية فيها.

✓صعوبة الحصول على المعلومات الدقيقة من قبل المسؤولين وذلك نظرا للخلفية السائدة في أذهانهم

على أنها إفشاء لأسرار المؤسسة.

الفصل الأول

أساسيات حول الذكاء

الاقتصادي

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

الفصل الأول: أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

المبحث الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي

يشهد العالم اليوم تحولات اقتصادية وتكنولوجية سريعة حيث تسعى المؤسسات جاهدة للحصول على الموارد الأكثر تطورا . أدى هذا السعي إلى زيادة الطلب على المعلومات مما دفع المؤسسات إلى البحث عن طرق للتكيف مع البيئة المتغيرة بل و حتى إثبات قدراتها . فمن اجل البقاء و الاستمرارية يجب على المؤسسات أن تتكيف مع التغيرات التي تؤدي إلى تحسين وضعها المالي و الاقتصادي و التنافسي .

يتطلب هذا الأمر من المؤسسات تبني " الذكاء الاقتصادي " الذي يؤهلها لخلق مكانة مميزة في بيئتها , و اكتساب تنافسية قوية .

يعد مصطلح "الذكاء الاقتصادي" من المصطلحات التي برزت مع ظهور اقتصاد المعرفة . أصبح يستخدم كمرادف للتحكم في المعلومات و استخدامها في عملية اتخاذ القرار , و كأداة لخلق مزايا تنافسية. يعود ذلك إلى الفرص التي يتيحها الذكاء الاقتصادي لتطوير المؤسسات الاقتصادية , بغض النظر عن حجمها أو طبيعة نشاطها.

سنستعرض بعض التفاصيل حول تعريفات الذكاء الاقتصادي , تطوره , خصائصه ومراحله.

المطلب الأول: مفهوم الذكاء الاقتصادي.

الفرع الأول: تعريف الذكاء الاقتصادي

التعريف 1: تم تعريف الذكاء الاقتصادي لأول مرة في عام 1994 من قبل مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا , حيث تم تعريفه على انه مجموعة أعمال مرتبطة بالبحث و بث المعلومات المفيدة للأعوان و المتدخلين الاقتصاديين لصياغة استراتيجياتهم نظرا لضرورة اعتماد مدير مؤسسة لإستراتيجية تطوير منتج جديد, الاستثمار في سوق جديدة وكذلك تحسين المردودية واخذ القرار الصائب الخ فان الأمر يتطلب فهم المحيط الذي يتسع و يتعقد باستمرار ففها تعتبر المعلومة مادة أولية أساسية للإدارة الجيدة للمؤسسة.¹

التعريف 2: ويعرف الذكاء الاقتصادي على انه مجموعة الأنشطة المنسقة لجمع , معالجة ونشر المعلومات المفيدة , وتقديمها للأعوان الاقتصاديين بغرض استغلالها مع الإشارة إلى أن هذه الأنشطة تتم بطريقة شرعية

¹ F-bourmois, p j romani, l'intelligence économique et stratégique dans les entreprises française, Economica, paris ,2000 p2

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

وفي ظل توفر جميع الضمانات للحفاظ على منتج المؤسسة في أحسن شروط الجودة و المعلومات المفيدة هي تلك التي تكون مناسبة لجميع مستويات اتخاذ القرار في المؤسسة وتساعد في تنفيذ الاستراتيجيات الضرورية لتحقيق الأهداف في مقدمتها تحسين القدرات التنافسية¹

التعريف 3: يعرف الذكاء الاقتصادي على انه "مجموعة من الوسائل البشرية والتقنية التي توضع لتحقيق التطور المؤسسي الاقتصادي , ويتعدى ذلك ليشمل اقتصاد بلد ما . "بعبارة أخرى , يهتم الذكاء الاقتصادي بكل ما يجري ويفعل في الأسواق . انه نظام كامل تتواجد فيه التقنيات والكفاءات البشرية.

التحدي الذي نواجهه اليوم هو الوصول إلى المعلومات الصحيحة, وليس التقريبية, قبل الآخرين. ذلك لان المعلومات الصحيحة تساعد على حل المشكلات والوقاية من خلال اتخاذ القرارات المناسبة , وتتيح لنا سبق المنافسين وتطوير أساليب العمل .

الفرع الثاني: التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي:

أصبح مفهوم الذكاء الاقتصادي متداولاً بشكل واسع في عصرنا الحالي, وقد حظي باهتمام كبير من قبل الباحثين, خاصة في مجال البحث والتطوير. انتشر هذا المفهوم خلال التسعينات مع نهاية الألفية الثانية , وتوسع ليصل إلى جميع المجالات المعرفية والإنتاجية.

1. ترتبط الجذور التاريخية للذكاء الاقتصادي بالمجال العسكري . إذا كان يتم الحصول على المعلومات عم العدو من اجل معرفة مكان قوته وضعفه ومنه استنباط كل الوسائل المتاحة لمواجهته و بذلك تحول مصطلح الذكاء الاقتصادي من ميدان العسكري إلى ميدان السوق التنافسية (علي محمد ثجيل , المعموري و آخرون , 2016, ص 05) وزيادة

2. كما أن فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة أي مهنته ظهور اقتصاد السوق أوضح فيرنند برودال في عديد من دراسته حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة من القرن إلى حيث تعتبر المنافسة بين ايطاليا وفرنسا كانت بداية للهجمات التجسس الاقتصادي (بن عباد محمد سمير , 2019 ص 40)

3. في الولايات المتحدة الأمريكية اعتمدت مفهوم الذكاء الاقتصادي في الحصول على اتفاقية صارمة و بمجهودات كبيرة لدعم وضع القوانين التحفيزية استعمال الانجليزية في الأعمال الدولية بهدف تحسين القدرة

¹منصف مقاويب "الذكاء الاقتصادي ودور أنظمة المعلومات في اتخاذ القرار مقارنة جديدة للقرار الذكي "مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية , جامعة باتنة الجزائر العدد 21 الصادر ف 21 ديسمبر 2009 ص 151

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

التنافسية عن طرق تحليل المعلومات بث القرار المناسب وفي هذا الإطار ركز مايكل بوتر في تحليله لمفهوم الذكاء الاقتصادي في تحقيق القدرة التنافسية

(COGGIA V, 2009, P27)

4. في فرنسا مع مطلع التسعينات شهدت تأخرا ملحوظا مع منافسيها من الدول على غرار الولايات المتحدة الأمريكية و اليابان أين انشقت وكالة المعلومات التكنولوجية إنشاء الفرع الفرنسي لشركة المنافسة والذكاء المهني (ابوبكر خوالد, 2012, ص 42)

« Intelligence économique des entreprises » . في سنة 1994 نشر مارتر تقرير 5

دعا إلى وضع سياسة دعم واضحة للمؤسسات الاقتصادية لرفع قدراتها التنافسية أمام مثيلاتها وذلك من خلال تعزيز دور مؤسسات وهيئات الدعم المالي و المرافقة .

في سنة 2002م مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي (Minief 6. ادمج

(محمد حمداني 2014, ص 13)

"وفقا لمسؤول الذكاء الاقتصادي الفرنسي في عام 2005 , فان الذكاء الاقتصادي يركز على حماية المعلومات الإستراتيجية لجميع الأطراف الفاعلة في الاقتصاد , وذلك بهدف الحفاظ على تنافسية القطاع الاقتصادي , وحماية المؤسسات الاقتصادية , وتعزيز سياسة التأثير."

في سنة 2007م وهي مرحلة جديدة بالنظر للذكاء الاقتصادي كفاءة محورية وكذا التركيز على الأبعاد الإنسانية السلوكية وغير الرسمية.

الفرع الثالث: أهمية الذكاء الاقتصادي.

1. على مستوى المؤسسات

إن نظام الذكاء الاقتصادي مهم جدا خاصة مع زيادة المنافسة الانفتاح على الأسواق بفعل العولمة تقلص دورة حياة المنتج بفعل سرعة المستجدات التكنولوجية الراهنة خاصة مع ما يصيب الاقتصاد المعرفي الحالي جراء اصطدامه بأزمات مالية حادة التي بدورها فقامت من مستوى التضخم وارتفاع معدل العام في الأسعار في أهم الدول في العالم . هذا ما ألزم المنظمات في تلك الدول على البحث عن فرص في الدول الأخرى خاصة النامية والتي لم تتعرض للازمة المالية بسبب تخلفها الاقتصادي وحجمها عن الساحة السياسية وهنا تبرز أهمية

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

الذكاء الاقتصادي بأنه يوفر الحماية والأمن للمنظمة من أي تهديد أو رصد خارجي وبتيح لها استغلال الفرص قبل منافسيها وكذا مواكبة جميع قيود والقواعد الجديدة للسوق. (جمال الدين سحنون ,فاضل عبد القادر, 2006, ص 1216)

إن توظيف استخدام تكنولوجيا في عالم الأعمال على نحو صحيح وناجح يساهم في تحقيق أهداف المنظمات. ذلك من خلال قوة المعلومة ودرجة مصداقيتها حيث تعتبر عمودا أساسيا هدفه الوصول إلى اقتصاد معرفي. الذي يركز أساسا على غزارة المعلومات العلمية توزيع استخدامها على نحو صحيح كذا معالجة البيانات من أرقام صماء إلى معلومات مغذية ومعارف صريحة لمساعدة صناع القرار على اتخاذ القرار الصحيح في الوقت المناسب وتصميم إستراتيجية تعكس بشكل جوهري أسلوب وعمل المنظمات من اجل تحقيق كفاءة وربحية أعلى في مجتمع أكثر تنافسية. (سهام عبد الكريم , 2012, ص 669).

إن الذكاء الاقتصادي يكتسب أهمية خاصة نتيجة لما تشهده بيئة العمل من تعقيدات في تخزين البيانات على مستوى ذاكرة المنظمة اشتداد حدة المنافسة على المستوى المحلي والدولي مما يفرض على المؤسسة عراقيل تستدعي توظيف برامج ذكية ذات قيمة نوعية عالية وذات موثوقية كبيرة متوفرة من عدة مصادر تساعد في رقابة مستويات أداء الأعمال وتصحيح الانحرافات وإعادة تحديثها كما تساعد في تحديد موقع المنظمة من الأهداف والاستراتيجيات التي وضعتها لنفسها. (بلرغم محمد, 2015, ص 26).

إضافة إلى ما سبق فالذكاء الاقتصادي له دور فعال في تحقيق الآتي (مصطفى بودرامة, 2018, ص 431).

يستعمل الذكاء الاقتصادي في تطوير منتج جديد وتحسين الأداء واتخاذ القرارات والحصول على ميزة تنافسية . خلق التعاون بين المتعاملين الاقتصاديين.

2. على مستوى الدولة

تستفيد الدول من خلال إتباع إستراتيجية للذكاء الاقتصادي كون أن الدولة نفسها تحتاج إلى معلومات عما يدور في اقتصاديات الدول الأخرى حتى يتسنى لها رسم الخطط و الاستراتيجيات اللازمة لحماية اقتصادها من الهجمات التي قد تعرض لها مؤسسات الوطنية أو القطاعات الإستراتيجية للوطن. المواطن كما يمكنها من الاستفادة القصوى من الاتفاقيات والمعاهدات اللازمة فمثلا في إبرام اتفاقية حول تطوير الدولة وتمويلها مع المستجندات الحديثة في إدخال تكنولوجيا (خلفاوي شمس ضياء, 2013, ص 228_230).

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

كما يمثل تغيرات التي تحث الاقتصاد العالمي من الأزمات المالية التي أدت إلى زيادة مستوى البطالة والتضخم في الدول المتقدمة مما يجعلها على تبني النظام لحماية وضعها الحالي وهذا أدى تلك الدول والدول العربية خاصة على البحث عن فرص للحماية نفسها من التهديدات الخارجية وقدرتها على المواجهة الأخرى. (سهام عبد الكريم , مرجع سبق ذكره, ص 671).

المطلب الثاني: أهداف وخصائص الذكاء الاقتصادي

الفرع الأول: خصائص الذكاء الاقتصادي.

يهتم الذكاء الاقتصادي بدراسة التفاعلات التكتيكية و الإستراتيجية بين جميع مستويات النشاط الاقتصادي, بدءاً من المستوى الداخلي للمؤسسة, مروراً بالمستويات الوسيطة (الجماعات المحلية) وصولاً إلى المستويات الوطنية (الاستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز اتخاذ القرار في الدولة), ثم المستويات المتعددة الجنسيات (المجمعات المتعددة الجنسيات) أو الدولية (استراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة).

تتميز هذه الدراسة بعدد الخصائص الرئيسية:

1. الاستخدام الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومات ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات: يشكل فهم المعلومات ذات القيمة الإستراتيجية عنصراً أساسياً في اتخاذ قرارات فعالة.

2. وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين: تتطلب إدارة فعالة لجهود مختلف الأطراف المعنية بالذكاء الاقتصادي لضمان التنسيق والكامل بينهم.

3. وجود علاقات قوية بين المؤسسات والجامعات والإدارات المركزية والمحلية: يعتمد الذكاء الاقتصادي على تبادل المعرفة والخبرات بين مختلف الأطراف مما يتطلب علاقات قوية وتعاوناً فعالاً.

4. تشكيل جماعات النشر الضغط والتأثير: تساهم هذه الجماعات في توجيه الرأي العام والتأثير على القرارات السياسية والاقتصادية.

5. إدماج المعارف العلمية, التقنية الاقتصادية, القانونية والجيوسياسية: يعتمد الذكاء الاقتصادي على فهم متعدد التخصصات لضمان اتخاذ قرارات مدروسة.

6. السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية: يجب أن يتم جمع ونشر المعلومات بشكل سري وبطريقة قانونية لضمان دقة وفعالية المعلومات.

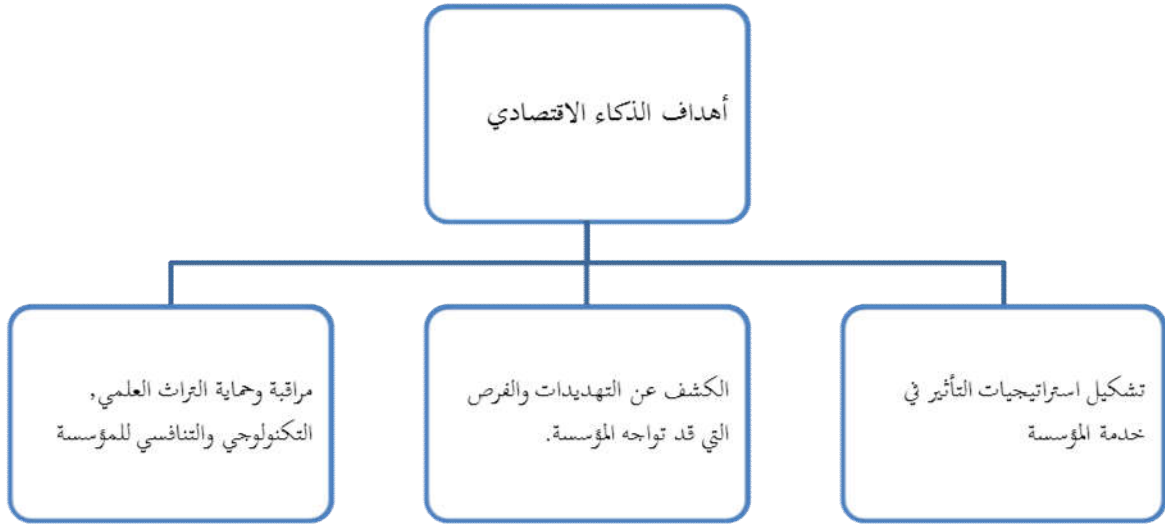
الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

7. دراسة الحاضر الاستقراء المستقبل, وتشخيص الأحداث والعوامل التي من شأنها ربط المكان والزمان: يعتمد الذكاء الاقتصادي على تحليل البيانات والاتجاهات الحالية لتوقع التغيرات المستقبلية.

من هنا نستنتج أن أهمية الذكاء الاقتصادي تظهر في دعم صناعة القرارات وصياغة الاستراتيجيات , وتوافره عند الحاجة في الوقت المناسب . يجب أن يكون هدفه واضحا وان تنسق أنشطته في مركز المؤسسة من قبل إدارة مركزية مع رصده وتحليله للقضايا الأساسية ذات الصلة بإستراتيجية المؤسسة.

الفرع الثاني: أهداف الذكاء الاقتصادي.

شكل رقم 1 : يلخص أهداف الذكاء الاقتصادي.



المصدر: بن سعودي زينب مخلوف عبد السلام قسم نشاط الذكاء الاقتصادي لتحقيق أهداف منظمات الأعمال مجلة البشائر الاقتصادية جامعة بشار المجلد 4 العدد 2/2018, ص 4 .

فالذكاء الاقتصادي هو عملية مستمرة دائمة واستكشافية الهدف منها هو تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة بحيث تعطيه وسائل معرفة وفهم المحيط من اجل توضيح قراراتها (رحيمة شخوم, 2021, ص 331).

(Theindow NIANG2004 P 02) إضافة إلى

__ ضمان توفير نظام يقظة إستراتيجية تساعد في عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية.

__ دعم سياسات تنافسية للمؤسسات.

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

_ضمان توفير امن اقتصادي للمؤسسات ومؤسسات البحث.

المطلب الثالث: أنواع الذكاء الاقتصادي.

1. الذكاء التنافسي

الذكاء التنافسي بأنه يتمثل في العملية التي يتم خلالها جمع المعلومات (Fisher) عرف

عن المنافسين والبيئة التنافسية وتطبيقها بشكل متتالي في عملية صنع القرار والتخطيط من اجل تحسين الأداء.

1

2. الذكاء الاستراتيجي

الذكاء الاستراتيجي هو عبارة عن نظام يساعد على اتخاذ القرار من خلال الملاحظة , تحليل البيئة العملية والتقنية التكنولوجية, مجمل التغيرات الاقتصادية الحالية والمستقبلية من اجل رصد جميع الفرص والتحديات, كما أنها تركز على المعلومات الإستراتيجية بمعنى كل الأفعال التي تهدف إلى رصد المستمر أو غير المستمر , مهما كانت قوتها أو ضعفها لاحتوائها معلومات عن المنظمة في نسق استراتيجي معين.²

3. الذكاء المالي

ويقصد به تحديدا اتخاذ قرار التمويل (الذكاء التمويلي) , بمعنى آخر:

هو "البحث في الكيفية التي تتحصل بها المؤسسة على الأموال الضرورية للاستثمارات"³

وكيفية المزج بين هذه المصادر من حيث الكم والنوع والمصدر , حيث يجب على المسير المالي قبل اتخاذ القرار التمويلي وبعده أن يتأكد من الأموال المطلوبة من خلال توفيرها في الوقت المناسب وبأقل تكلفة ممكنة

¹ شفاء حمد , "الذكاء التنافسي كضرورة لرفع الحصص السوقية لمنظمات الأعمال", دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات_تيسه-, مجلة الاقتصاد الجديد , المجلد 11, العدد 02, جزء 21, 2020.

² صليحة فلاق, الذكاء الاستراتيجي كأداة فعالة لاتخاذ القرار داخل منظمات الأعمال, مداخلة في الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة , جامعة الشلف , الجزائر , 6_7 نوفمبر 2012 , ص36.

³ مليكة زغيب, الياس بوجعاية, دراسة أسس صناعة قرار التمويل لمؤسسة اقتصادية, جامعة 20 أوت 1955 , سكيكدة, الجزائر ,

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

والاستثمار فيها في مجالات أكثر فائدة¹ . وهو كل قرار يوازن بين الحصول على الأموال وامتلاك الأصول (الطبيعة والمالية).²

3. الذكاء العملياتي

ويقصد به القدرة على إدارة المعلومات العملياتيّة في إطار محيط تنافسي وتخص هذه المعلومات كافة حلقات سلسلة الإنتاج انطلاقاً من تصميم المنتج أو الخدمة مروراً بالإنتاج المادي إلى بلوغ مرحلة النوعية والتسويق , ويعتبر هذا النوع من الذكاء الأكثر تكيفاً ومن متطلبات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستوى المحلي والإقليمي.³

4. الذكاء المعلوماتي

ويقصد به القدرة على إدارة المعلومات بصفة شخصية وفردية وناجحة وتعتبر المهارات المكتسبة على مستوى المؤسسة⁴ ممهداً لبناء ثقافة معلوماتية جيدة.

¹ حمزة محمود الزبيدي, الإدارة المالية المتقدمة, دار الوراق, الأردن , ط 2008 , ص 14.

² Pierre conso. Farouk Hemiti Gestion de financière d'Entreprise 9 éme Edition, paris, Dunda, 1998.

³ خالد روكان عواد , التخطيط الاستراتيجي وتأثيره في الذكاء الاقتصادي "بحث استطلاعي في الشركة العامة لمنتجات الألبان أبي غريب" مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية جامعة الفلوجة. العدد 55, 2018 ص 151.

⁴ نفس المرجع ص 152.

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

المبحث الثاني: وظائف ومراحل الذكاء الاقتصادي.

المطلب الأول: وظائف الذكاء الاقتصادي.

يحتوي الذكاء الاقتصادي على عدة وظائف وسنتطرق إلى ما جاء به " ميشيل ماغتي " الذي يرى أن وظائف الذكاء الاقتصادي تتمثل في:

1) وظيفة اليقظة: من اجل حماية من المخاطر واستغلال الفرص, وذلك باعتبار أن البيئة معقدة و متغيرة باستمرار وبسرعة كبيرة, وتمثل وظائفها في أربعة وهي:

_التوقع: وهي التوقعات لنشاطات المنافسين أو تغيرات المحيط,

_الاكتشاف: يعني اكتشاف منافسين جدد أو محتملين, مؤسسات التي يمكن شرائها أو التي يمكن إقامة شركة معها من اجل التطوير,

_المراقبة: وذلك من خلال مراقبة تطورات عرض المنتجات في السوق والتطورات التكنولوجية المعلومات وطرق الجديدة للإنتاج.

_التعليم: تعلم خصائص الأسواق الجديدة, أخطاء ونجاح الآخرين (المنافسين)

مما يسهل المشاريع, وضع أسلوب جديد للتسيير أو بناء نظرة موحدة للمسيرين.

2) وظيفة فهم البيئة الخاصة بالمؤسسة: حيث عند فهم المؤسسة لبيئتها وكيفية تغيرها وتطورها, وكذا العمل على التأقلم معها, ستمكن من تحقيق ذاتها وتضمن استمرارها.

3) وظيفة المعرفة: حتى تتم عملية المراجعة والفحص للتأكد ما إذا كانت النتائج صحيحة

ومرضية وقادرة على تحقيق الأهداف المسطرة للمؤسسة.¹

¹ حلومي لامية, دور اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة, مذكرة الماجستير, كلية العلوم, الاقتصادية, جامعة أمحمد بوقره, بومرداس 2009. ص75.

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

المطلب الثاني: مراحل وأدوات الذكاء الاقتصادي.

الفرع الأول: مراحل الذكاء الاقتصادي.

إن أول المراحل التي يمر بها نشاط الذكاء الاقتصادي هي تحديد الحاجة للمعلومة، حيازة المعلومة، معالجتها واستعمالها.

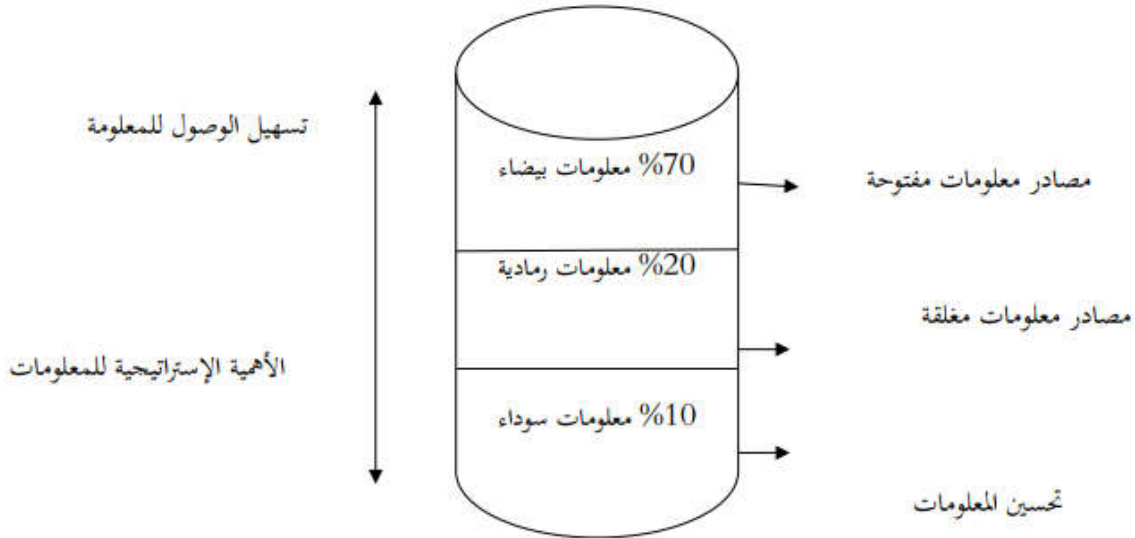
1_ تحديد الحاجة للمعلومة: فهو أمر ليس سهل في اغلب الحالات، فليس من الضروري توفير الوسائل الحديثة وإنما يكفي في اغلب الحالات إن نطلب بمهارة: ماهي المعلومة التي ترعب في الحصول عليها؟ وهو ما يتطلب من المتخصصين في الذكاء الاقتصادي بمعرفة جيدة بتنظيم منظمة.

2_ جمع المعلومة: بمجرد تحديد الحاجة للمعلومة يتم اختيار أشكال للبحث عن هذه المعلومة ذلك من خلال:

* مصادر المعلومة رسمية: وهي تلك المعلومات التي يمكن إن تكون ورقية أو رقمية وتتمثل في الصحافة، الكتب وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، والدراسات وكافة المصادر الشرعية.

* مصادر غير رسمية: تتمثل بجميع المعلومات باستثناء المعلومات الرسمية وتصيح المعلومات غير رسمية صالحة لاستخدامها بعد معالجتها

شكل رقم 2 : يوضح مصادر المعلومات .



المصدر: إعداد الطالبة بناء على المعلومات الواردة.

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

3_تحليل ومعالجة المعلومة:

ويقصد هنا التأكيد من صلاحية ومصداقية المعلومة ومصدرها باستخدام بعض المعايير كالتقصي عن شرعية الكاتب, لان قيمة المعلومة قد تتأثر بعدة عوامل يمكن أن تؤدي إلى الفهم الخاطئ للمعلومات وتفسيرها, وبالتالي خطأ في اتخاذ القرار, حيث أن لهذا المرحلة أهمية كبيرة, إذ أن خلالها تظهر القيمة المضافة لليقظة أو الذكاء الاقتصادي.

4_بث المعلومة من اجل اتخاذ القرارات:

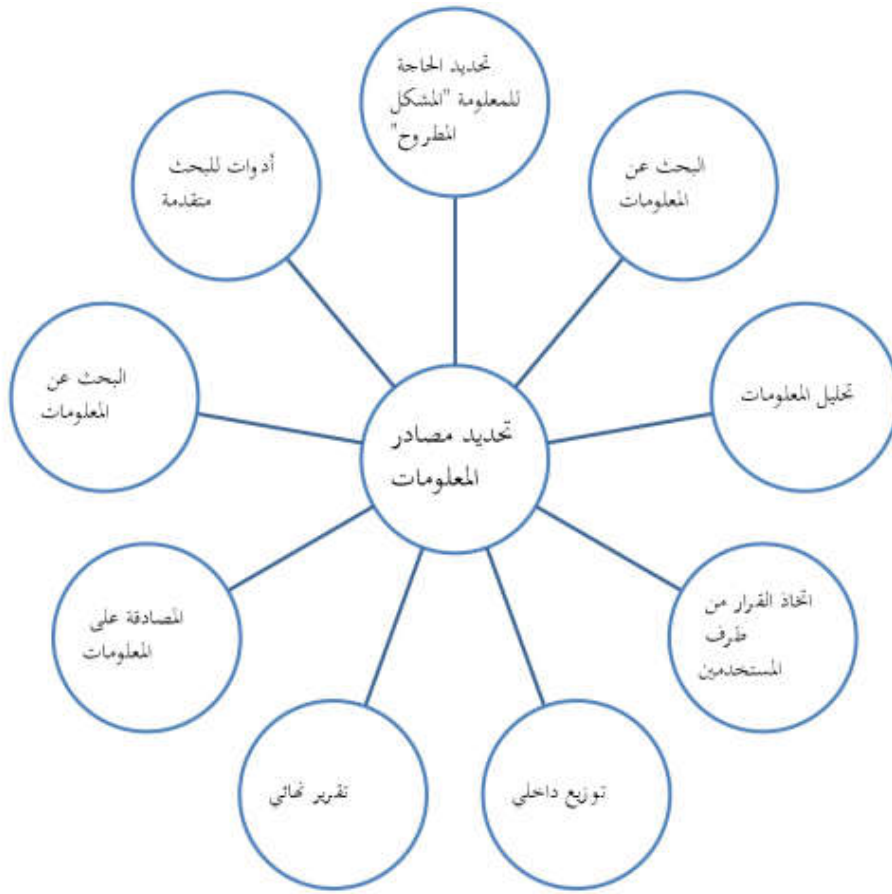
في هذه المرحلة يتم تخزين المعلومات بطريقة يسهل فيها على المستخدمين الحصول عليها, مع مراعاة جانب السرية.

ولكون الذكاء الاقتصادي يقتضي توفر المعلومات المناسبة في الوقت والمكان المناسبين, فان نشرها يعتبر مفتاح لعمليات وإجراءات تليها تتم بدقة وجودة عالية, من اجل الوصول إلى الهدف المنشود, والمتخصصين في الذكاء الاقتصادي يجب أن يكونوا قادرين على إقناع كافة أفراد المؤسسة لاكتساب تنافسية قوية واكتساح أكبر للسوق, فضلا عن كون المعلومة وسيلة لتقريب رؤية البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة.¹

¹العيان الياس, ضويفي حمزة, الذكاء الاقتصادي كآلية لدعم وتعزيز القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال المعاصرة, ورقة مقدمة للملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجية التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية, 10_9 نوفمبر 2010, كلية العلوم الاقتصادية, جامعة حسنية بن بوعلي, الشلف, ص6.

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

شكل رقم 3 : يلخص أهم مراحل التي يمر بها الذكاء الاقتصادي.



المصدر: خلفلاوي شمس ضيات , الذكاء الاقتصادي رهان تسيير المؤسسات , مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية, العدد العاشر /مارس 2013 جامعة عنابة (الجزائر) , ص 236

الفرع الثاني: أدوات الذكاء الاقتصادي.

لقد هيأت تكنولوجيا الإعلام والاتصال كافة الظروف لنمو عمليات الذكاء الاقتصادي في العالم , حيث أدى التزايد السريع في عدد الحواسيب الآلية وطرق جمع المعلومات والتحليل إلى تبني الذكاء الاقتصادي من قبل مختلف المؤسسات والهيئات العامة والخاصة , ومن بين المؤسسات التي عملت على إيجاد نماذج للذكاء الاقتصادي نذكر نموذج فولد(1995) , يضم هذا النموذج ست أدوات وهي على التوالي:

أولا: ملمح نوايا وقدرات المسيرين

يسمح بالتنبؤ بقرارات هؤلاء وتحديد العوامل التي تؤثر على إجراءات اتخاذ القرار لديهم, ويجب الأخذ بعين الاعتبار

الفصل الأول أساسيات حول الذكاء الاقتصادي

سبعة محددات هي : أنماط القيادة, المسارات المهنية, الكفاءات , التوجيهات , الميولات والتقارير السابقة.

ثانيا: البانشماركينغ

يقصد بها العمليات الأخرى لتحسين الانجاز والأداء في الشركة نفسها , وهذا بأقل تكلفة ووافر في الوقت , وتجنب الأخطاء التي وقعت فيها تلك الشركات أو المنظمات.

ثالثا: تحليل الإستراتيجية المستقبلية

ويقصد من ذلك محاولة معرفة مختلف نقاط القوة والضعف وكذا الفرص والتهديدات التي تحيط بالمؤسسة.

رابعا: توقيع الإستراتيجية التنافسية

يقترح نموذج فولد تحليل القوى المحيطة الأربع للمؤسسة وهي على التوالي: اللوائح والتنظيمات التكنولوجية, التغيرات في قطاع النشاط (عمليات الضم والدعم) وأخيرا الزبائن (نمو عائدات الاستهلاك).

خامسا: تحليل تكاليف

يعتمد المحلل على الميزانية كأداة تحليلية, ويتمثل العنصر الأساسي لهذه المقاربة في التركيز على العوامل الحرجة كسواء المعدات والبنائات والتجهيزات والتكاليف الإدارية.¹

شكل رقم 4 : ملخص الأدوات التي يحتوي عليها الذكاء الاقتصادي.



المصدر: إعداد الطالبتين بناءً على المعطيات المتاحة

¹ معروف جيلالي ص 1011

الفصل الثاني

أساسيات نظرية حول

القدرة التنافسية

الفصل الثاني أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

الفصل الثاني: أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

المبحث الأول: ماهية القدرة التنافسية.

مصطلح "القدرة التنافسية" أصبح شائعا في العديد من المجالات, مثل الاقتصاد والسياسة. ازدادت شعبية هذا المصطلح عندما كلف الرئيس الأمريكي رونالد ريغان لجنة بدراسة تنافسية الصناعة الأمريكية وتراجعها مقارنة بالصناعة اليابانية. بعد ذلك, تم إنشاء مجلس لسياسة التنافسية الأمريكية.

المطلب الأول: مفهوم القدرة التنافسية.

سنناقش في هذا المطلب مجموعا من المفاهيم المتعلقة بالقدرة التنافسية وأسس تطورها, وهي كالتالي:

الفرع الأول: تعريف القدرة التنافسية.

تنوعت مفاهيم القدرة التنافسية واختلافها حسب الآراء التي ترى منها القدرة التنافسية وقد عرفت القدرة التنافسية على أنها (OCDE) حسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية

"المدى الذي من خلاله تنتج الدولة, وفي ظل شروط السوق العالمية, وفي نفس الوقت تحقيق زيادة الدخل الحقيقي لإفرادها في الأجل الطويل"¹

والهدف منه تحسين نوعية المنتجات المحلية من اجل اكتساب مكانة في السوق الدولي.

إن ناتج القدرة التنافسية للمنظمة يكمن في الحصول على مردودية أعلى من متوسط قطاع صناعة, حتى وان كان هناك اختلاف في قياس وتقييم المردودية فان المنظمة ذات القدرة التنافسية يجب أن تكون متفوقة في مجال الربح الذي يعد الهدف النهائي العام لأيئة منظمة تعمل في سوق تنافسية.²

وعرفها احد الكتاب بقول أنها "هي المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه المنافسون, وان يؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسون من جهة نظر العملاء الذين

¹ مليحو يزيد, أصول و فصول التسويق , دار هرمة للطباعة والنشر والتوزيع, الجزائر, 2014, ص12.

² بومعروف الياس, القدرة التنافسية للمنظمة الاستشفائية المفهوم والأبعاد, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وتسيير, جامعة فرحات عباس, ص

الفصل الثاني أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

يتقبلون هذا الاختلاف والتميز حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون.¹

وتعرف أيضا القدرة التنافسية على أنها قدرة القطاعات على المنافسة في الأسواق وان تكون قادرة على الحفاظ على حصتها في السوق المحلية في ظل نظم التجارة التنافسية المفتوحة, حيث توجد هناك ثلاثة مستويات من القدرة التنافسية تؤثر في نجاح مؤسسات الأعمال في بيئة تنافسية على الصعيد العالمي : القدرة التنافسية لشركة, القدرة التنافسية لصناعة التي تعمل فيها الشركة, القدرة التنافسية لدولة التي يقع فيها العمل.²

وعليه تعتبر القدرة التنافسية من بين أهم العوامل التي تؤدي تنميتها إلى تطور المؤسسات أو القطاع على تحقيق رضا العملاء وتلبية حاجياتهم كنتيجة لتقديم المنتج الأفضل والمتميز دائما.

الفرع الثاني: أسس تطور القدرة التنافسية.

اعتمدت القدرة التنافسية على عدة أسس لتطورها ويمكن ذكرها في ما يلي :

1. الالتزام بالمواصفات الدولية للجودة: وتعني الالتزام بمستوى ثابت من الجودة وليس التقلبات في نوعية الإنتاج.

2. التطور التكنولوجي: وتعني استعمال التكنولوجيا للوصول إلى آخر مستوى بدءاً من الإنتاج, التغليف, التعليب, التخزين والحفظ.

3. تطوير اليد العاملة وتكوينها: وتعني تكون اليد العاملة المؤهلة التي تستجيب لمتطلبات السوق, والالتزام بالمواصفات الدولية للجودة(الايزو).

4. تكيف نظام التعليم مع متطلبات السوق: وذلك يكون النظام التعليم متوافقة مع احتياجات سوق العمل وحسب الطلب المستقبلي على العمل والتوجيهات التكنولوجية المستقبلية.

5. الاهتمام بالبحث والتطوير: تفعيل العلاقة بين المؤسسات, الجامعات ومراكز الأبحاث.

¹محمد سمير احمد, الأداء الإستراتيجية وتنمية الموارد البشرية.

²ظافر محمد حمود القدرة التنافسية للمنتجات القطنية السورية في أداء تحرير التجارة الدولية, أطروحة دكتوراة في الاقتصاد , جامعة دمشق,

الفصل الثاني أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

6. دراسة الأسواق الخارجية: تعتبر الأسواق المحلية سوق محدودة ولا بد من البحث عن اختيار أكثر تطور وتوازن السوق محدودة المخاطر وهنا تبرز المسؤولية الطلب ونوعية المخاطر التجارية التي يمكن التعرض لها داخل هذه الأسواق.

7. تطور نظام المعلومات (تقنية المعلومات): إنتاج المعلومات تداولها وخزنها وتوثيقها يعتبر اليوم تقنية ذات التأثير الكبير في الطريقة التي يعمل بها الاقتصاد, فالتحسينات الهائلة في تقنية الاتصال (الانترنت) هي قوة فاعلة في نمو الإنتاجية في عالمنا اليوم.¹

الفرع الثالث: أهمية القدرة التنافسية.

1. القدرة التنافسية تساهم في المحافظة على حيوية المنظمة وحمايتها من التقادم والهلاك بمنحها موقعا تنافسي يأخذ بالجديد الدائم.

2. تكوين رؤية مستقبلية جديدة للأهداف التي تريد الدول أو المنظمات الوصول إليها, والفرص الكبيرة التي ترغب في اقتناصها.

3. تعظيم الاستفادة من المميزات والفرص التي يوفرها السوق والتقليل من السلبيات.

4. القدرة على الاستجابة لرغبات العملاء المختلفة بتوفير خدمات ذات نوعية وجودة في الوقت المناسب (شما سنة, 2015).

5. تؤدي القدرة التنافسية إلى تحقيق ميزة نسبية ومستمرة في خفض تكاليف الإنتاج وتحسين جودة المنتجات.

6. تعتمد القدرة التنافسية على مجموعة من الاستراتيجيات كإستراتيجية التميز أو التركيز أو التكلفة الشاملة.

7. تطوير القدرة التنافسية للمنظمات يؤدي إلى تطوير أهم مجالات الإنتاج وهم الأفراد, إمداد السوق بالخريجين الذين يحتاج إليهم المجتمع. (العباد, 2017)

8. توفير البيئة التنافسية التي تساعد المنظمة على الارتقاء بنوعية مخرجاتها والخدمات التي تقدمها.

9. تحقيق التميز الاستراتيجي على المنظمات المنافسة في تقديم الخدمات التعليمية والبحثية.

¹ ظافر محمد حمود, مرجع سابق, ص12, (بتصرف).

الفصل الثاني أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

10. تسهم القدرة التنافسية في التطوير والتحسين المستمر في أداء المنظمات من خلال التركيز على الإبداعات والابتكارات لتحقيق التميز والنجاح على المنافسين. (محمد 2014)

المطلب الثاني: مؤشرات القدرة التنافسية وقياسها.

تعتبر القدرة التنافسية مقدرة الدولة على تصريف بضائعها في الأسواق الدولية, أو هي قدرة البلد في تحديد انجازها في التجارة الدولية بحيث يتم قياسها وفق مؤشرات معينة منها:

الفرع الأول: مؤشرات قياس تنافسية المؤسسة.

1. الربحية: تشكل الربحية مؤشرا كافيا على التنافسية الحالية, كما تشكل حصة السوق مؤشرا آخر على التنافسية.

إذا كانت المؤسسة تعظم أرباحها, أي أنها لا تتنازل عن الربح بمجرد عرض رفع حصتها في السوق, وإذا كانت ربحية المؤسسة تريد البقاء في السوق, ينبغي أن تمتد إلى فترة زمنية أطول.

فالقيمة الحالية لإرباح المؤسسة تتعلق بالقيمة السوقية, وذلك لأن هذه النسبة ورؤوس الأموال الخاصة للمشروع على تكلفة استبدال الأصول تسمى مؤشر توين.

وإذا كانت هذه النسبة اصغر من واحد, فإن المشروع ليس تنافسيا.

2. تكلفة المصنع: إن تكلفة الصنع المتوسطة بالقياس تكلفة المنافسين تمثل مؤشر كافيا عن التنافسية في فرع نشاط ذي إنتاج متجانس ما لم يكن ضعف التكلفة على حساب الربحية المستقبلية للمشروع, ويمكن لتكلفة وحدة العمل أن تمثل بديلا جيدا عن تكلفة الصنع المتوسطة عندما تكون اليد العاملة تشكل النسبة الأكبر من التكلفة الإجمالية.¹

3. الإنتاجية الكلية للعوامل: تقيس الإنتاجية الكلية للعوامل المؤسسة إلى « PTF » الفاعلية التي تحول مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات ولكن هذا المفهوم لا يوضح مزايا ومساوي تكلفة عناصر الإنتاج, ومن الممكن مقارنة الإنتاجية الكلية للعوامل أو نموها لعدة مؤسسات المحلية والدولية, ويمكن إرجاع نموها سواء الأسفل, أو إلى تحقيق وفورات « PTF » إلى التغيرات التقنية أو تحرك دالة التكلفة نحو بالفروقات عن الحجم, كما يتأثر دليل النمو

¹ دويس محمد الطيب, التنافسية ومؤشرات قياسها, ص 10.

الفصل الثاني أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

الأسعار المستندة إلى التكلفة الواحدة.

ويمكن تفسير الإنتاجية الضعيفة بإدارة أقل فعالية وبدرجة من الاستثمار فير فعالية أو كليهما معا.¹

الفرع الثاني: قياس مؤشرات تنافسية قطاع النشاط.

إن تحليل التنافسية على مستوى قطاع النشاط يشترط أن تكون متوسطات على هذا المستوى ذات المعنى وفوارق مؤسسات القطاع المحدودة، وتعود تلك الفوارق عادة تفسيرات عديدة مثل توليفة المنتجات عوامل الإنتاج، عمر المشروع الحجم الظروف التاريخية وعوامل أخرى تتمثل في:

1. مؤشرات التكاليف والإنتاجية: يكون فرع النشاط تنافسيا إذا كانت الإنتاجية الكلية PTF للعوامل فيه مساوية أو أعلى منها لدى المشروعات الأجنبية المزاخرة، أو كان المتوسط المستوى تكاليف الوحدة بالمتوسط يساوي أو يقل عن تكاليف الوحدة للمزاحمين الأجانب.

وغالبا ما يتم ذلك إجراء مقارنة الدولية حول إنتاجية اليد العاملة أو تكلفة الوحدة لليد العاملة ومن في J البلد في I ومن الممكن تعريف دليل تنافسية تكلفة اليد العاملة لفرع النشاط CUMO الفترة T بواسطة المعادلة التالية:

$$CUMOI_{ijt} = W_{ijt} * R_{ijt} / (Q/L)_{ijt}$$

بحيث:

W_{ijt}: تمثل معدل اجر الساعة في فرع النشاط I والبلد j خلال فترة t

R_{ijt}: تمثل سعر الصرف للدولار الأمريكي بعملة لبلد j خلال فترة t

(Q/L)_{ijt}: تمثل الإنتاج الساعي في فرع النشاط i والبلد j في الفترة t

ويصبح من الممكن التعبير من خلال المعادلة التالية الوحودية لليد العاملة النسبية مع البلد k

¹ وديع محمد عدنان , سلسلة دورية تعني بقضايا التنمية في الأقطار العربية , العدد الربع والعشرون , ديسمبر 2003, السنة الثانية, ص11.

الفصل الثاني أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

$$CUMOijkt = CUMOijt / CUMOikt$$

ويمكن أن ترتفع CUMO للبلد Z بالنسبة إلى مثيلاتها للبلدان الأجنبية لسبب أو أكثر مما يلي:

* إن يرتفع معدل الأجور والرواتب بشكل أسرع مما يجري في الخارج

* ترتفع إنتاجية اليد العاملة بسرعة أقل من الخارج.

* ارتفاع قيمة العملة المحلية بالقياس بالعملة البلدان الأخرى.

2. مؤشرات التجارة والحصة من السوق الدولية: يستخدم الميزان التجاري والحصة من السوق كمؤشرات لقياس قطاع نشاط معين، فالقطاع يخسر تنافسية عندما تنخفض الحصة من الصادرات الوطنية الكلية، وحصة الواردات.

الميزة النسبية الظاهرة: أنشأ بورتير (1990) مقياساً للتنافسية مستنداً على الميزة التنافسية لمجموعة منتجات أو فرع نشاط Z ويمكن حسابه لبلد ما (RCA) الظاهرة

RCAIJ=

الصادرات الكلية لبلد Z / صادرات i المنتج Z للبلد

الصادرات الدولية الكلية / الصادرات الدولية للمنتج Z

عندما يكون RCAIJ أكبر من واحد فإن البلد تمتلك ميزة تنافسية نسبية ظاهرة للمنتج.

الفرع الثالث: مؤشرات قياس تنافسية الدول.

وتتكون من رأس TFP1. نمو الدخل الحقيقي للفرد: يعتمد هذا المؤشر على إنتاجية لعوامل الكلية

يزيد من دخل لفرد كما يفعل ذلك tfp المال الموارد الطبيعية وحدود التجارة، والارتفاع في التقدم في ثروة البلد من الموارد الطبيعية بحيث ترتفع أسعار الصادرات بالنسبة للأسعار المستوردات عندما تتحسن حدود

الفصل الثاني أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

التجارة فانه يتمكن من زيادة السلع المستوردة الممولة بعائدات الصادرات ذاتها وان تقلص الصادرات لتمويل المستويات الأصلية من الواردات ويبقى مع ذلك محافظ على الميزان التجاري.

ويشكل المؤشر الأفضل للازدهار tfp أن نمو الدخل الحقيقي للفرد مؤشر هام في تعزيز نمو الاقتصادي الوطني , فانه بالإمكان عمليا استعماله للتأثير عن تنافسية وطنية.

ثانيا : نتائج تجارية تقترح الدراسات المتخصصة في مقاييس التالية

1.رصيد الميزان التجاري: عجز في الميزان التجاري يمكن أن ينشا عن عجز في موازنة الدولة

ومعدل الادخار ضعيف مع مستوى منخفض للاستثمارات الخاصة في مجمل الاقتصاد أو العاملين معا , ونجد العجز المزدوج عندما يترافق العجز الحساب الجاري مع عجز الموازنة.

بحيث يمثل عجز الحساب الجاري وصورة معكوسة للفائض في حساب رأس المال وهذا الأخير يمثل تحويلا من أصحاب الأموال في الخارج إلى مقترين في الداخل , بينما يمثل عجز الحساب الجاري تحويلا حقيقي إلى الأجانب أي زيادة قيمة السلع والخدمات المستوردة من الخارج عن قيمة الصادرات إلى الخارج.

2.تركيب الصادرات وحصّة السوق: إن تركيز المعطى لتركيبية الصادرات يرتبط بمقارنة التنافسية المعتمدة على النتائج التجارية مع التنافسية المستندة إلى نمو الإنتاجية , فإذا كانت هذه النسبة كبيرة نسبيا أو تتصاعد فهذا يسمح بوجود الميزة النسبية في القطاعات التي تكون فيها الأجور مرتفعة, ومن المهم اكتساب حصة أكبر في السوق الصاعد كما أن تراجع حصة من السوق أو ثباتها في السوق الصاعد يشير إلى "فقدان الفرص" , يوجد ارتباط بين التنافسية وواقع RCA مهمة في السوق مزدهرة لذا فمن المنطقي اعتبار RCA أن يمتلك البلد ميزة نسبية

لفرع نشاط ذي نمو قوي مؤشر عن أفاقه الاقتصادية المستقبلية عوضا عن اعتبارها هدف.

الفصل الثاني أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

المبحث الثاني: أنواع وعوامل المؤثرة على القدرة التنافسية.

المطلب الأول: أنواع القدرة التنافسية.

يمكن تصنيف القدرة التنافسية إلى عدة أنواع, وهي:

1. القدرة التنافسية على الأداء: وتعني قدرة النظام على أداء المهام بطريقة أفضل مقارنة بأداء الأنظمة المنافسة للمهام ذاتها.

2. القدرة التنافسية في التكلفة: يعد النظام منافسا من حيث التكلفة في حال كانت تكلفته في البناء أو التشغيل اقل من منافسيه.

3. القدرة التنافسية في التاريخ: يعد النظام منافسا للتاريخ في حال كان الحد الذي يمكن إنشاؤه فيه عاجلا أو أبكر عن منافسيه.¹

4. القدرة التنافسية على مستوى التوزيع والخدمات:

*توفر قنوات توزيع فعالة .

*خدمات ما بعد البيع.

*سهولة الوصول إلى المنتج أو الخدمة.

5. القدرة التنافسية على مستوى العلامة التجارية:

*السمعة الجيدة في السوق.

*الثقة والولاء من العملاء.

*قوة التأثير في السوق.

6. القدرة التنافسية على مستوى الموارد البشرية:

*وجود كفاءات بشرية مميزة.

¹ Hbrarabic.com

الفصل الثاني أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

*تدريب الموظفين وتطويرهم.

*تعزيز بيئة العمل المحفزة.

تتأثر القدرة التنافسية بعدة عوامل متفاوتة في الأهمية ومن بين أهمها القدرات الإبداعية، الإنتاجية والتسويقية.

المطلب الثاني: العوامل المتحكمة في الميزة التنافسية.

العوامل المتحكمة في الميزة التنافسية كثيرة ومتنوعة ونذكر منها ما يلي:

أ/القدرات الإبداعية: طالما انه ليس بإمكان المنظمة تقديم منتج يرضي جميع الرغبات وفي كل الأوقات فإنها مضطرة إلى إحداث تغييرات في خصائص ومواصفات منتجاتها حتى تتمكن من مسايرة أذواق ورغبات المستهلكين والحصول على حصة معتبرة من السوق تعتمد أساسا على ما يلي:

1.دراسة السوق لمعرفة الطلب الحالي، المتوقع والاستماع إلى شكاوي وأراء الزبائن (المستهلكين) حول ما تقدمه المنظمة من منتج، ولا يأتي ذلك إلا بوجود نظام معلومات فعال أساسه المعرفة.

2.الخبرة التكنولوجية للمنظمة باعتبار الإبداع نقطة تقاطع بين ما هو ممكن تكنولوجيا وما هو مقبول اجتماعيا واقتصاديا.

يمكن القول أن دور الإبداع لا يقتصر على تقديم منتجات جديدة وغيرها، بل يتعداها إلى تحسين جودة المنتجات، زيادة الإنتاجية واستبدال وسائل الإنتاج بأخرى أسرع و أكثر كفاءة وسلامة وتخفيف المعاناة عن العمال.....

ب/ القدرات الإنتاجية: أن القدرة الإنتاجية تعني عنصرين مهمين هما: الجودة و الإنتاجية.

1.الجودة: في نظر المستهلك تتمثل في قدرة المنتج على تلبية حاجاته ورغباته، حيث تعرفها الجمعية البريطانية على أنها "مجمّل مظاهر وخصائص السلعة أو الخدمة التي تؤثر في قدراتها على الإشباع لرغبات محدودة أو مفترضة" وبالتالي فجودة المنتج مرتبطة بخصائصه الناتجة من مكوناته وكذلك بالخدمات المرافقة له.

2. الإنتاجية: تعتبر الإنتاجية معيارا لقياس مدى كفاءة المنظمة في استخدام مواردها، يعبر عنها بالنسبة الرياضية المخرجات على المدخلات ومن ثمة فان رفع الإنتاجية يعتبر من بين أهم الأهداف الرئيسية للمنظمة، كما أنها معيار رئيسي لقياس كفاءة المنظمة مقارنة بمنافسيها.

الفصل الثاني أساسيات نظرية حول القدرة التنافسية

ج/ القدرات التسويقية: تشكل وظيفة التسويق في المنظمة احد مرتكزات قدراتها التنافسية بما يلزم أن توفره من معلومات عن حاجات ورغبات المستهلكين وتطلعاتهم وكذا عن تغيرات المحيط الخارجي وتقلباته, وذلك من خلال بحوث التسويق, دراسة السوق وتحليل سلوك المستهلك.

1. بحوث التسويق: تعني بجمع وتحليل البيانات المتعلقة بالمشاكل التسويقية للسلع أو للخدمات ويمكن أن تتعلق هذه المشاكل بأي عنصر من المزيج التسويقي "المنتج, السعر, التوزيع والترويج"

2. دراسة السوق: تهتم بجمع وتحليل البيانات الخاصة بكل من:

* المشتريين الحاليين والمتوقعين للسلعة أو الخدمة التي تقدمها المنظمة.

* المنافسين, منتجاتهم, أسعارهم وسياساتهم

* القوانين والتشريعات ذات الصلة بشؤون الاقتصاد و التسويق خصوصا و انعكاس ذلك على نشاط المنظمة.

* البيئة الاقتصادية, الدخل القومي وكيفية توزيعه, التضخم, البطالة....

* الواقع الاجتماعي من عادات وتقاليد وديانات...

3. تحليل سلوك المستهلك: يتضمن جمع وتحليل البيانات الخاصة بالمستهلكين لمعرفة أسباب ودوافع الشراء لديهم وعاداتهم الاستهلاكية للعمل على توفير هذه المتطلبات وفي أحسن الأحوال, اعتبار أن القدرة على إرضاء الزبائن تعد أكبر ركائز الميزة التنافسية المستدامة.

د/ القدرة على التردد: أن المحافظة على الميزة التنافسية للمنظمة يتطلب منها المتابعة المستمرة والدائمة لما يجري في محيطها من اجل معرفة وفهم طبيعة التغيرات والتطورات الواقعة , أو التي سوف تحدث وتشكل أما فرصا لاستثمارها أو تهديدات لتجنبها , ذلك باعتمادها جميع الوسائل المتاحة فيما يتعلق بجمع المعلومات , معالجتها, تخزينها ووضعها تحت تصرف المعنيين بها باستغلالها في اتخاذ القرارات التصحيحية والإستراتيجية.

كما يجب أن تأخذ عملية التردد هذه مسارا شاملا يهتم جميع فعاليات المؤسسة ويحوي جميع العناصر الداخلة والخارجة فيها من عمال, موردين, زبائن ومنافسين كما يجب أن يكون دائما ومستمرا.¹

¹ رايح زبير_ دور أنظمة المعلومات في تنمية القدرات التنافسية_ملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الاقتصادية وتحديات المناخ الاقتصادي

الجديد , جامعة ورقلة 22_23 ابريل 2003, ص 39.

الفصل الثالث

دراسة حالة للرقابة

على الوثائق في

مفتشية الضرائب بولاية

خنشلة

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

الفصل الثالث: دور الذكاء الاقتصادي في زيادة القدرة التنافسية لشركة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة.

تمهيد

بعد تناول الإطارين النظريين للذكاء الاقتصادي والقدرة التنافسية في الفصلين السابقين, يأتي هذا الفصل لتطبيق ما تم التوصل إليه مبدئياً على الواقع العملي, من خلال دراسة حالة الصندوق باعتباره مؤسسة ذات طابع اجتماعي (CASNOS) الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء

اقتصادي تلعب دوراً حيوياً في النظام الوطني للضمان الاجتماعي بالجزائر.

لممارسات الذكاء الاقتصادي في CASNOS يسعى هذا الفصل إلى تحليل مدى توظيف مؤسسة

تسيير نشاطاتها, والكشف عن مدى مساهمة هذه الممارسات_ إن وجدت_ في تعزيز قدرتها التنافسية, خاصة في ظل التحديات الرقمية والاقتصادية التي تواجهها المؤسسات العمومية في الوقت الراهن.

ولهذا الغرض يتضمن الفصل تقديماً عاماً بالمؤسسة, ثم تحليلاً لواقع الذكاء الاقتصادي داخلها, قبل عرض نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من موظفيها, وذلك لاختبار الفرضيات المطروحة والإجابة عن إشكالية البحث.

وعليه تم تقسيم هذا الفصل على الشكل التالي:

المبحث الأول: نظرة عامة حول المؤسسة.

المبحث الثاني: إسقاط الجانب النظري على هذا المبحث

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

المبحث الأول: نظرة عامة حول مؤسسة CASNOS خنشلة

تعد مؤسسة الضمان الاجتماعي من بين الركائز الأساسية التي تعتمد عليها الدولة في تحقيق العدالة الاجتماعية وضمان الحماية للفئات المهنية المختلفة، لا سيما فئة غير الأجراء. وفي هذا الإطار، يلعب الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء دورا محوريا في تنظيم وتسيير هذا النظام عبر وكالاته المنتشرة عبر الوطن، ومن بينها وكالة خنشلة، التي تمثل الامتداد المحلي لخدمة هذه الفئة وضمان حقوقها الاجتماعية والصحية.

المطلب الأول: نبذة تاريخية عن مؤسسة CASNOS خنشلة

يعد الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء CASNOS إحدى الهيئات الرئيسية المكلفة بتسيير منظومة الحماية الاجتماعية في الجزائر، حيث يتولى ضمان تغطية الضمان الاجتماعي لفئة واسعة من المواطنين الذين يمارسون نشاطا اقتصاديا لحسابهم الخاص، ويشمل ذلك الحرفيين، التجار، المقاولين، الأطباء، المحامين، وسائر أصحاب المهن الحرة.

تم إنشاء الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء CASNOS بموجب المرسوم التنفيذي رقم 97_296 المؤرخ في 9 أوت 1997، باعتباره هيئة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتخضع لوصاية وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي.

يعنى هذا الصندوق بتسيير نظام الضمان الاجتماعي لفئة العمال غير الأجراء مثل: الحرفيين، التجار، المهنيين الأحرار (كالأطباء، المحامين، المهندسين)، وغيرهم من أصحاب النشاطات المستقلة. ويهدف إلى ضمان تغطية اجتماعية شاملة لهذه الفئة التي لم تكن خاضعة سابقا لأي نظام تأميني رسمي.

منذ تأسيسه، يعمل الصندوق على ضمان تقديم خدمات اجتماعية متعددة لفائدة منخرطيه، تشمل التأمين على المرض، الأمومة، العجز، التقاعد، وغيرها من الامتيازات الاجتماعية التي يكفلها القانون الجزائري.

وقد تطورت مهامه واليات تسييره تدريجيا، خاصة مع إدخال النظم المعلوماتية الحديثة التي ساعدت على تحسين فعالية الإدارة، وتحديث عمليات التسجيل، التحصيل، ومتابعة الملفات.

انطلقت مهام الصندوق فعليا في منتصف التسعينات، حيث أسندت له مسؤولية تسيير نظام الضمان الاجتماعي الخاص بالعمال غير الأجراء، بما يشمل التغطية الصحية، التقاعد، تعويضات العجز، حوادث العمل، وذلك ضمن مقاربة تهدف إلى تحقيق العدالة الاجتماعية وتكافؤ الفرص في الاستفادة من الخدمات الاجتماعية.

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

عرف الصندوق خلال السنوات الأخيرة تطورات هامة تمثلت في إدخال إصلاحات تنظيمية وإدارية، إلى جانب رقمته الخدمات من خلال إنشاء منصات الكترونية للتسجيل، التصريح، والدفع، مما ساهم في تسهيل العلاقة بين الصندوق والمنخرطين. كما كثف الصندوق من الحملات التحسيسية لتوسيع قاعدة الاشتراك ومحاربة التهرب الاجتماعي، في إطار سعيه لتعزيز الاستدامة المالية للنظام وتحقيق التغطية الشاملة.

المطلب الثاني: تعريف مؤسسة الصندوق الوطني لضمان الاجتماعي لغير الأجراء ولاية خنشلة.

سنتناول من خلال هذا المطلب تعريف شامل لمؤسسة الصندوق الوطني لضمان الاجتماعي لغير الأجراء.

أولاً: تعريف مؤسسة الصندوق الوطني لضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة.

يعد الصندوق الوطني لضمان الاجتماعي لغير الأجراء مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتخضع لوصاية وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي. تم إنشاؤه بموجب القانون رقم 83-15 المؤرخ في 2 جويلية 1983، والذي يحدد مهام وتنظيم أنظمة الضمان الاجتماعي في الجزائر

تتمثل المهمة الأساسية للصندوق في تسيير وتطبيق نظام الضمان الاجتماعي لفائدة غير الأجراء، من تجار، حرفيين، مهنيين، وأصحاب المهن الحرة، وذلك من خلال تسجيلهم، تحصيل اشتراكاتهم، وضمان تغطية اجتماعية تشمل التقاعد، التأمين الصحي، والتعويضات العائلية في بعض الحالات.

أما وكالة خنشلة، فهي تمثل الامتداد المحلي لهذه المؤسسة على مستوى ولاية خنشلة، حيث تسهر على تنفيذ المهام المركزية للصندوق بما يتماشى مع الخصوصيات المحلية، وتعمل على تقديم خدمات ميدانية موجهة لفئة غير الأجراء، في إطار من الشفافية، القرب، وتحسين الأداء الإداري.

ثانياً: الوكالة التجارية لـ CASNOS

الوكالة التجارية للصندوق الوطني لضمان الاجتماعي لغير الأجراء في ولاية خنشلة تعد نقطة الاتصال الرئيسية للعمال غير الأجراء في المنطقة، حيث تقدم خدمات متعددة تشمل:

*التسجيل والانخراط في نظام الضمان الاجتماعي.

*التصريح بالمداخل وتسديد الاشتراكات.

*متابعة ملفات التقاعد والتغطية الصحية.

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

* الاستفادة من خدمات التوجيه والإرشاد المتعلقة بالضمان الاجتماعي.

ثالثا: الخدمات الأساسية للوكالة التجارية لـ CASNOS

1/ خدمة التسجيل والانخراط:

* تسجيل العمال غير الأجراء (تجار, حرفيون, مهنيون أحرار....) لأول مرة في نظام الضمان الاجتماعي

* إصدار بطاقة التسجيل وتقديم رقم الضمان الاجتماعي.

2/ خدمة التصريح بالمداخل ودفع الاشتراكات:

* التصريح السنوي بالمداخل الخاضعة للاشتراك.

* حساب قيمة الاشتراك السنوي المستحق.

* دفع الاشتراكات نقداً أو عبر وسائل الدفع الإلكتروني (بطاقة ذهبية, تطبيق بريدي موب, غيرها).

* الحصول على شهادات دفع الاشتراكات.

3/ خدمة التقاعد والتأمين الاجتماعي:

* تقديم طلبات التقاعد واستلام الوثائق اللازمة.

* متابعة ملفات التقاعد أو العجز المهني.

* تسليم بطاقة الشفاء الخاصة بالمؤمن لهم ولذوي حقوقهم.

4/ الإعفاءات والتسهيلات:

* دراسة طلبات الإعفاء من الغرامات أو تقسيط ديون الاشتراك.

* الاستفادة من حملات التسوية الدورية التي تعلنها الدولة (مثل التسوية بدون غرامات التأخير).

5/ المرافقة والتوجيه:

* تقديم الإرشادات حول الحقوق والواجبات في نظام الضمان الاجتماعي.

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

*تنظيم لقاءات إعلامية لتحسيس المهنيين بأهمية الانخراط.

المطلب الثالث: أهمية وأهداف مؤسسة CASNOS خنشلة

أولاً: أهمية مؤسسة CASNOS خنشلة

يمثل فرع الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء بولاية خنشلة أداة حيوية في تجسيد السياسة الوطنية للضمان الاجتماعي على المستوى المحلي, حيث تتجلى أهميته في ما يلي:

*تجسيد مبادئ العدالة الاجتماعية محلياً:

من خلال ضمان استفادة الحرفيين, التجار, أصحاب المهن الحرة وغيرهم من غير الأجراء في ولاية خنشلة من التغطية الاجتماعية والتقاعد.

*دعم التنمية الاقتصادية المحلية:

من خلال تأمين استقرار اجتماعي للمهنيين العاملين لحسابهم الخاص.

*تقريب الخدمات من المواطن:

ما يساهم في تخفيف الضغط عن الإدارة المركزية وتحسين جودة الخدمة العمومية.

*تعزيز ثقافة التصريح والاشتراك:

في صفوف المهنيين المحليين, مما يساهم في توسيع قاعدة المؤمن لهم.

*المساهمة في محاربة الاقتصاد الموازي:

من خلال إدماج فئة واسعة من الناشطين الاقتصاديين في المنظومة الرسمية.

ثانياً: أهداف مؤسسة CASNOS خنشلة

تهدف الوكالة التجارية للصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة إلى تحقيق جملة من الأهداف المحلية التي تتكامل مع التوجهات الوطنية منها:

1/ضمان التغطية الاجتماعية الشاملة:

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

لجميع الفئات المهنية غير الأجراء على مستوى ولاية خنشلة.

2/تحسين تحصيل الاشتراكات:

والرفع من نسبة التصريح بالمداخل السنوية لتأمين توازن الصندوق.

3/تعزيز جودة الخدمة العمومية:

من خلال رقمته الإجراءات وتوفير فضاءات استقبال مهياة.

4/القيام بحملات تحسيسية ميدانية:

لتحفيز غير المنخرطين على التسوية والانخراط في النظام.

5/مرافقة المهنيين الجدد:

عبر توفير الدعم الإداري ولمعلوماتي لتسهيل عملية الانخراط.

6/المشاركة في التنمية المحلية:

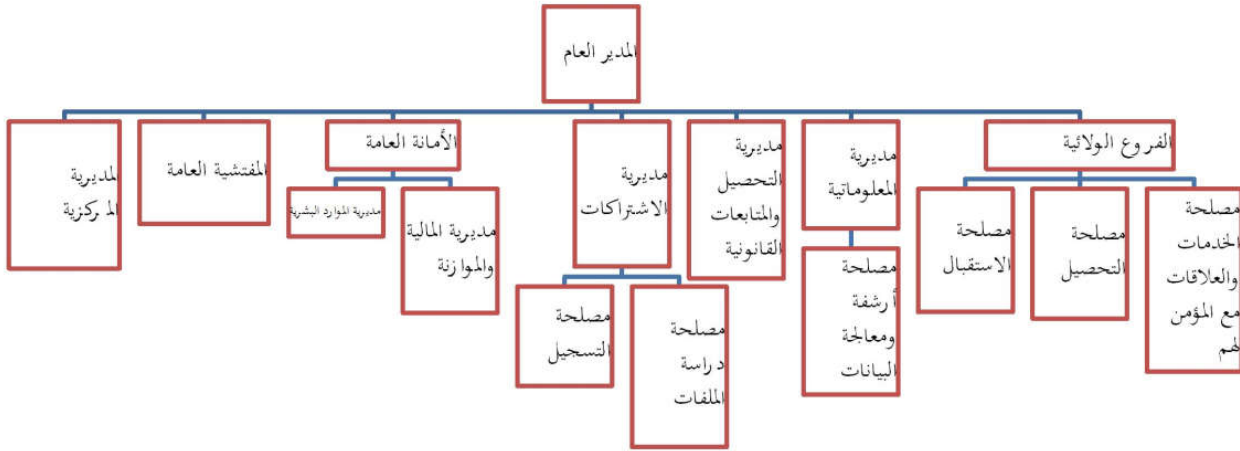
عبر الاستجابة لخصوصيات الولاية الجغرافية و الاقتصادية والاجتماعية.

المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي لمؤسسة CASNOS خنشلة

يعتمد الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء_وكالة خنشلة_ على هيكل تنظيمي إداري يهدف إلى ضمان حسن سير العمل وتوزيع المهام والوظائف بشكل فعال. ويتكون هذا الهيكل من مديرية ولائية تشرف على مجموعة من المصالح الإدارية المتخصصة, كما هو مبين في الشكل التالي:

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

شكل رقم 5 : الهيكل التنظيمي لمؤسسة CASNOS خنشلة



المصدر: وثائق المؤسسة.

شرح الهيكل التنظيمي لوكالة CASNOS خنشلة

يتكون الهيكل التنظيمي لوكالة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء بخنشلة من عدة مصالح تنظيمية تعمل تحت إشراف المدير الولائي، وكل مصلحة تقوم بمهام محددة تساهم في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة، وهي كالتالي:

1-المدير الولائي:

هو المسؤول الأول عن الوكالة، يشرف على تسيير مختلف المصالح، ويتابع تنفيذ السياسات والتعليمات الواردة من الإدارة المركزية. كما يمثل الوكالة لدى السلطات المحلية والمؤسسات الأخرى.

2-مصلحة الاشتراكات:

تعني بتسجيل المنتسبين الجدد (غير الأجراء) وتحديث ملفاتهم الإدارية، كما تسهر على تحصيل الاشتراكات الشهرية أو السنوية، وتتابع الوضعيات المالية للمؤمنين اجتماعيا.

3-مصلحة الاداءات الاجتماعية:

تتكفل بتسيير ملفات التقاعد، منحة الوفاة، العجز المؤقت والدائم، وكل ما يتعلق بالتعويضات والمزايا الاجتماعية الممنوحة لغير الأجراء حسب القوانين المعمول بها.

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

4-مصلحة المنازعات والتحصيل الجبري:

تهتم بمتابعة الملفات المتعلقة بالاشتراكات غير المدفوعة, تسهر على اتخاذ الإجراءات القانونية ضد المتخلفين عن الدفع. كما تتولى دراسة وتسوية النزاعات مع المؤمنين الاجتماعيين أو الورثة.

5-مصلحة الإعلام الآلي:

تلعب دورا محوريا في رقمته العمليات الإدارية وتطوير أنظمة المعلومات, وتضمن السير الحسن للبرمجيات والأنظمة الالكترونية المستعملة في مختلف المصالح.

6-مصلحة الاتصال والعلاقات العامة:

تعمل على توجيه المرتفقين, تنظيم الحملات الإعلامية والتحسيسية, والتواصل مع المواطنين من اجل رفع مستوى الوعي بواجبات وحقوق غير الأجراء.

7-مصلحة الشؤون الإدارية والمالية:

تشرف على تسيير الموارد البشرية من حيث التوظيف, التكوين والعلاقات المهنية, كما تعنى بتسيير الميزانية والمصاريف وضمان توفير الوسائل المادية اللازمة للعمل.

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

المبحث الثاني: تصميم الدراسة ميدانية.

تم تخصيص هذا المبحث لغرض التصميم المنهجي للدراسة التطبيقية, حيث تناولنا فيه نموذج الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة وتصميم الاستبيان وتم تسليط الضوء على ابرز الأدوات الإحصائية المستخدمة.

المطلب الأول: التصميم المنهجي لدراسة الميدانية.

الفرع الأول: نموذج الدراسة.

قمنا بتطوير نموذج الدراسة على اثر مراجعتنا لمجموعة من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوعنا, حيث أن المتغير المستقل الذكاء الاقتصادي والذي يتضمن الأبعاد التالية: بعد اليقظة الإستراتيجية, بعد امن وحماية المعلومات, بعد سياسة التأثير.

أما المتغير التابع لدراستنا هذه فتمثل في القدرة التنافسية والتي تضمنت الأبعاد التالية: الربحية, تكاليف الصنع (الإنتاج), الإنتاجية الكلية للعوامل, الحصة السوقية, والجدول رقم (1) بين النموذج المعتمد لتفسير العلاقة ودور المتغير المستقل على المتغير التابع, أي كيف تكون هناك قدرة تنافسية من خلال ممارسة الذكاء الاقتصادي وسنقوم بالتحقق من ذلك من خلال هذه الدراسة.

جدول رقم 1 : نموذج الدراسة لمؤسسة CASNOS.

المتغير المستقل		المتغيرات التابعة
الذكاء الاقتصادي	←→	القدرة التنافسية
اليقظة الإستراتيجية	←→	الرغبة في التطور
امن وحماية المعلومات	←→	تكاليف الخدمات (التسيير الإداري)
سياسة التأثير	←→	الإنتاجية الكلية للموظفين
	←→	جودة الخدمات المقدمة

البيانات الشخصية: الجنس, العمر, المستوى التعليمي, الخبرة المهنية, طبيعة النشاط (تاجر, حرفي.....).

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مجموعة من الدراسات ووفق خصوصية مؤسسة CASNOS خنشلة

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

الفرع الثاني: تحليل استبيان بمؤسسة CASNOS خنشلة

مجتمع الدراسة:

يتكون من موظفي وكالة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء بولاية خنشلة, والذين يتمتعون بدرجة اطلاع على الأنشطة والخدمات التي تقدمها المؤسسة.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة قصديه تتكون من 30 موظفا من مختلف المصالح (الاشتراكات, التحصيل, الرقابة, الإعلام الآلي), نظرا لاطلاعهم على الجوانب الإدارية والفنية المتعلقة بعمل المؤسسة.

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان, التي وزعت يدويا واسترجع منها 27 استبيانا 90% بنسبة استجابة بلغت

محاوِر الاستبيان:

1-مدى معرفة الموظفين بمفهوم الذكاء الاقتصادي.

2-استخدام المعلومات المتوفرة في محيط العمل لاتخاذ قرارات.

3-مدى تعاون المصالح المختلفة في تبادل البيانات وتحليلها.

خنشلة. CASNOS-4 دور الذكاء الاقتصادي في تحسين الأداء التنافسي لوكالة

نتائج أولية

70% من الموظفين أفادوا بوجود نقص في آليات جمع المعلومات وتحليلها.

60% يرون أن تحسين استخدام الذكاء الاقتصادي يمكن أن يساعد الوكالة في التوسع نحو خدمات رقمية موجهة للمستفيدين.

80% أشاروا إلى أهمية التنسيق بين مختلف المصالح للحصول على صورة شاملة عن المنافسة والبيئة الخارجي

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

جدول رقم 2 : تحليل الاستبيان .

محور الدراسة	النتيجة %	ملاحظات
معرفة الموظفين بمفهوم الذكاء الاقتصادي	55%	المعرفة المتوسطة وتحتاج إلى تعزيز عبر التكوين المستمر.
وجود آليات فعالة لجمع وتحليل المعلومات	30%	آليات الذكاء الاقتصادي غير مفعلة بشكل غير كاف
تعاون المصالح الداخلية في تبادل المعلومات	65%	يوجد تعاون جزئي يحتاج إلى تنظيم وتنسيق أفضل
مساهمة الذكاء الاقتصادي في تحسين القدرة التنافسية	60%	الموظفون يرون إمكانية تطوير الأداء التنافسي من خلال تفعيل الذكاء الاقتصادي.
الحاجة إلى برامج تدريبية متخصصة في الذكاء الاقتصادي.	85%	الغالبية عبروا عن الحاجة إلى تكوين متخصص في المجال.

المصدر: من إعداد الطالبين

جدول رقم 3 : عدد الاستبيانات.

البيان	زائن المؤسسة	النسبة
الاستبيانات الموزعة	40	100%
الاستبيانات المسترجعة	37	92.5%
الاستبيانات القابلة للمعالجة.	35	87.5%

المصدر: من إعداد الطالبين

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

الفرع الثالث: تحديد متغيرات الدراسة وطرق قياسها.

تم تحديد متغيرات الدراسة بالاعتماد على الإطار النظري المرتبط بعمل الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الإجراء، وقد تم قياس هذه المتغيرات من خلال استبيان مغلق تضمن عدة عبارات موزعة على محاور أساسية، وذلك كما يلي:

المتغير المستقل:

يتمثل في جودة الخدمات المقدمة من طرف الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الإجراء خنشلة، وقد تم قياسه باستخدام مجموعة من العبارات التي تعكس أبعاداً مختلفة (السرعة في الأداء، التوجيه والمرافقة، التعامل الإداري.....)

المتغير التابع:

يتمثل في رضا الزبائن، وقد تم قياسه باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

من أجل دراسة العلاقة بين SPSSV25 تم تحليل البيانات إحصائياً باستخدام برنامج

جودة الخدمات ورضا الزبائن

المطلب الثاني: أدوات الدراسة

الفرع الأول: الأدوات المستخدمة في الدراسة.

بعد الحصول على وثيقة تسهيل المهمة من الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الإجراء بولاية خنشلة، والتي تفيد بالموافقة على إجراء الدراسة داخل المؤسسة، تم الاعتماد على الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات.

الاستبيان:

تم تصميم الاستبيان لجمع المعلومات واختبار الفرضيات التي تم طرحها في إطار هذه الدراسة، حيث تم تصميمه على شكل استمارة مقسمة لقسمين رئيسيين بهدف جمع المعطيات الضرورية للدراسة.

1-القسم الأول:

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

يتضمن البيانات الشخصية للمستجوبين وهي: السن, المستوى التعليمي, طبيعة النشاط المهني, وعدد سنوات الاشتراك في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة.

2-القسم الثاني:

يشمل العبارات الخاصة بقياس متغيرات الدراسة, وتم تقسيمه إلى محورين أساسيين:

المحور الأول: مدى رضا المنتسبين عن الخدمات.

المحور الثاني: اثر التغطية الاجتماعية على استقرار العمل.

جدول رقم 4 : درجات سلم الموافقة لسلم ليكرت الخماسي

غير موافق بشدة	غير موافق	حياد	موافق	موافق بشدة	درجة الموافقة
من 4.20 إلى 5	من 3.40 إلى 4.19	من 2.60 إلى 3.39	من 1.80 إلى 2.59	من 1 إلى 1.79	المتوسط المرجح

المصدر: من إعداد الطالبين

يفسر المتوسط الحسابي الاقل من 1.80 لبي درجة موافقة عالية جدا على الفقرة, أما إذا كان المتوسط الحسابي بين 1.80 إلى 2.59 يدل على موافقة, في حين أن المتوسط بين 2.60 إلى 3.39 يشير إلى الحياد. أما المتوسط الحسابي بين 3.40 إلى 4.19 فيعكس درجة عدم الموافقة, ومن 4.20 إلى 5 يدل على عدم الموافقة شديدة.

الفرع الثاني: ثبات وصدق الأداة.

1-صدق أداة الدراسة

يقصد بما أن أداة الدراسة تقيس ما صممت من اجله, ولا تقيس شيئاً آخر. وفي إطار تحقيق صدق الاستبانة, تم عرضها على الأستاذ المشرف, وقد استحسناها وأبدى ملاحظته ونصائحه وتم إجراء كل ما اقترحه من حذف وتعديل وإضافة, وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية.

2-ثبات أداة الدراسة:

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

يعتبر أن الاختبار يؤدي إلى نفس النتائج في حالة تكراره. وقامت الطالبتين بالتأكد من ثبات الأداة عن طريق حساب معامل الثبات الكلي ألفا كرونباخ لاستبيان ككل ولمحاورة, والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم 5 : معامل الثبات الكلي للاستبانة_مؤسسة الضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة.

المحور	عدد فقرات الاستبيان	قيمة معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول: الخدمات الإدارية	10	72.3
المحور الثاني: آليات الدعم والتحفيز	10	68.9
الاستبيان ككل	20	74.5

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال هذا الجدول كانت النتائج كالتالي: 72.3% بالنسبة لمحور الخدمات الإدارية, نسبة 68.9% بالنسبة لمحور آليات الدعم والتحفيز, ونسبة الكلية 74.5% والملاحظ على النتائج أنها تفوق النسبة المقبولة وهي 60% مما يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

الفرع الثالث: معالجة متغيرات الدراسة

بغية تبليغ هذه الدراسة لأهدافها وبناءً على طبيعتها وحجم عينتها، فقد تم استخدام إصدار 25, الذي برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية بتحليل البيانات الخاصة بالدراسة من خلال إيجاد SPSS يسمح بمقاييس الإحصاء الوصفي والمتمثلة في قياس النزعة المركزية, مقاييس التشتت وحساب التكرارات والنسب المئوية... الخ, حيث تم اعتماد أساليب التحليل الإحصائي التالية:

التكرارات والنسب المئوية:

لتحديد استجابات أفراد عينة الدراسة المنتسبة إلى وكالة الضمان الاجتماعي لغير الأجراء بولاية خنشلة.

المتوسط الحسابي:

لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن المحاور الرئيسية.

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

الانحراف المعياري:

لمعرفة درجة تباين الاستجابات.

معامل الارتباط:

لمعرفة درجة الارتباط بين عبارات الاستبانة والمحور الذي ينتمي إليه كل عبارة وبين الدرجة الكلية للاستبانة

ألفا كرونباخ: لاختبار مدى ثبات الدراسة

1- المعلومات الشخصية لمفردات عينة البحث

جدول رقم 6 : توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
العمر	اقل من 25 سنة	12	%40
	من 25 إلى 35	15	%50
	أكثر من 45	0	%0
	المجموع	30	%100
المستوى التعليمي	اقل من ثانوي	2	%6.7
	ثانوي	12	%40
	جامعي (ليسانس/ ماستر)	15	%50
	دراسات عليا	1	%3.3
	المجموع	30	%100
مدة النشاط المقولاتي	اقل من سنة	16	%53.3

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

	من 1 إلى 3 سنوات	8	26.7%
	من 3 إلى 5 سنوات	5	16.7%
	أكثر من 5 سنوات	1	3.3%
	المجموع	30	100%
طبيعة النشاط	صناعي	13	43.3%
	خدمي	11	36.7%
	تجاري	6	20%
	المجموع	30	100%

المصدر من إعداد الطالبتين

ملاحظات:

اغلب المشاركات تتراوح أعمارهن بين 25 و 35 سنة بنسبة 50%

المستوى التعليمي السائد هو الجامعي بنسبة 50% مما يدل على وعي تعليمي جيد لدى منخرطات الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة

أكثر من نصف العينة حديثات في النشاط المقاولاتي (اقل من سنة)

النشاط الصناعي الأكثر انتشار بنسبة 43.3% يليه النشاط الخدمي.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات.

من بين الأهداف الأساسية لأي بحث يسعى إليها الباحث هو التأكد من مدى صحة الفرضيات التي اعتبرها إجابات مبدئية على أسئلة الدراسة التي بنيت عليها الدراسة والتي لخصناها ضمن فرضيات, سنسعى للتأكد من صحتها. إذ سنحاول في البداية عرض الفرضية بصفة عامة, ثم نتطرق إليها أكثر من خلال تفصيلها إلى فرضيات جزئية.

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

الفرضية الرئيسية : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي وزيادة القدرة التنافسية في مؤسسة الضمان الاجتماعي لغير الأجراء بولاية خنشلة.

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون, وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم 7 : العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والقدرة التنافسية في مؤسسة CASNOS خنشلة.

القدرة التنافسية	Person corrélation
معامل ارتباط بيرسون	0.687
مستوى المعنوية	0.000
عدد الأفراد	30

تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة طردية قوية بين الذكاء الاقتصادي والقدرة التنافسية, حيث بلغ معامل الارتباط 0.687, مع مستوى الدلالة يساوي 0.000 وهو اقل من 0.01 مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية.

الفصل الثالث دراسة حالة للرقابة على الوثائق في مفتشية الضرائب بولاية خنشلة

خلاصة الفصل الثالث

تطرقنا في هذا الفصل إلى دراسة ميدانية تم إجراؤها داخل مؤسسة الضمان الاجتماعي لغير الأجراء خنشلة حيث استعنا بالاستبيانات التي وزعت على عينة من الموظفين والإطارات, وذلك في إطار المنهج الوصفي التحليلي للدراسة مع التحقق من صدق وموثوقية الأداة المستعملة إحصائيا عبر برنامج **SPSS**

فيما يخص مضمون الدراسة, فقد تم تخصيص هذا الفصل لتحليل وعرض بيانات الاستبيان, مع تفسير محاور الدراسة, واختبار مجموعة من الفرضيات المتعلقة بأثر الذكاء الاقتصادي في رفع القدرة التنافسية للمؤسسة.

ومن خلال نتائج التحليل, تبين أن هناك علاقة ايجابية بين توظيف آليات الذكاء الاقتصادي_كتحليل المنافسة,

واستشراف الأسواق, وتوفير المعلومات الإستراتيجية_ وبين تحسين الأداء التنافسي للمؤسسة, مما يبرز أهمية تبني هذا المفهوم ضمن مقاربات التسيير الحديثة.

الخاتمة

الخاتمة

الخاتمة

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز القدرة التنافسية لمؤسسة الضمان الاجتماعي لغير الأجراء وكالة خنشة وذلك من خلال دراسة ميدانية اعتمدت على استبيان موجه للعاملين بالمؤسسة وتحليل البيانات باستعمال أدوات إحصائية مناسبة. وقد حاولنا من خلالها فهم مدى توظيف مقومات الذكاء الاقتصادي في الواقع العملي, ومدى تأثيرها على تحسين الأداء وتطوير القدرة التنافسية في بيئة تعرف تحديات متزايدة وتحولات رقمية متسارعة.

بعد دراسة موضوع " دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز القدرة التنافسية لمؤسسة الضمان الاجتماعي لغير الأجراء_وكالة خنشة" تم التوصل إلى ما يلي:

أولاً: اختبار الفرضيات.

تم اختبار الفرضيات باستخدام برنامج Excel على ضوء استبيان موزع على عينة من موظفي المؤسسة.

أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي والقدرة التنافسية للمؤسسة.

الفرضيات الجزئية المتعلقة بتوفر المعلومة, تحليلها, واستغلالها في اتخاذ القرار, تم قبولها جزئياً أو كلياً حسب درجة توفر الأدوات والوعي داخل المؤسسة.

ثانياً: نتائج الدراسة.

1- المؤسسة تعي أهمية الذكاء الاقتصادي لكن لا توظفه بطريقة منهجية.

2- هناك نقص في الكفاءات المتخصصة في تحليل المعلومات الإستراتيجية.

3- لا تتوفر آليات كافية لرصد البيئة التنافسية وجمع البيانات من المنافسين.

4- غياب نظام معلومات موحد يعيق تدفق البيانات داخليا.

5- عمليات اتخاذ القرار لا تعتمد دائماً على التحليل الذكي للمعلومة.

الخاتمة

6- بعض أقسام المؤسسة تعتمد على الاجتهاد الشخصي بدلا من أدوات الذكاء الاقتصادي.

7- هناك رغبة لدى العاملين في التكوين في مجال الذكاء الاقتصادي.

ثالثا: الاقتراحات.

1- إنشاء خلية ذكاء اقتصادي داخل المؤسسة تضم مختصين في التحليل والتخطيط الاستراتيجي.

2- العمل على تطوير نظم معلومات داخلية تعتمد على الرقمنة وتكامل البيانات.

3- تنظيم دورات تكوينية مستمرة في مجالات الذكاء الاقتصادي, تحليل البيانات, واستشراف المستقبل.

4- تفعيل التنسيق بين مختلف المصالح لتبادل المعلومات واتخاذ قرارات جماعية مدروسة.

5- اقتناء برمجيات تحليل البيانات والمساعدة في اتخاذ القرار مثل **Power BI** أو أدوات الذكاء

الاصطناعي البسيطة

رابعا: أفاق البحث.

-توسيع الدراسة لتشمل ولايات أخرى من اجل المقارنة ومعرفة الفروقات في تطبيق الذكاء الاقتصادي.

-دراسة العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والتحول الرقمي في المؤسسات العمومية.

-بناء نموذج جزائري للذكاء الاقتصادي يتماشى مع خصوصية قطاع الضمان الاجتماعي.

-اقتراح أدوات لقياس مدى نضج الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسات العمومية.

• -دراسة دور الذكاء الاصطناعي كأداة داعمة للذكاء الاقتصادي في تحسين الأداء الإداري.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

منصف مقاويب "الذكاء الاقتصادي ودور أنظمة المعلومات في اتخاذ القرار مقارنة جديدة للقرار الذكي" مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية, جامعة باتنة الجزائر العدد 21 الصادر ف 21 ديسمبر 2009 ص 151

أبو بكر خوالد,, 2012, ص42

محمد حمداني, 2014, ص13

بن سعودي زينب مخلوف عبد السلام قسم نشاط الذكاء الاقتصادي لتحقيق أهداف منظمات الأعمال مجلة البشائر الاقتصادية جامعة بشار المجلد4 العدد, 2/2018,

ص4

شفاء حمد , "الذكاء التنافسي كضرورة لرفع الحصة السوقية لمنظمات الأعمال," دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات_تبسه, -مجلة الاقتصاد الجديد, المجلد, 11 العدد, 02, جزء, 21., 2020.

صليحة فلاق, الذكاء الاستراتيجي كأداة فعالة لاتخاذ القرار داخل منظمات الأعمال, مداخلة في الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة, جامعة الشلف, 1 لجزائر, 6_7_7 نوفمبر 2012, ص.36

مليكة زغيب, الياس بوجعاية, دراسة أسس صناعة قرار التمويل لمؤسسة اقتصادية, جامعة 20 أوت 1955, سكيكدة, الجزائر

حمزة محمود الزبيدي, الإدارة المالية المتقدمة, دار الوراق, الأردن, ط 14, 2008, ص 20.

خالد روكان عواد, التخطيط الاستراتيجي وتأثيره فيا لذكاء الاقتصادي "بحث استطلاع في الشركة العامة لمنتجات الألبان أبي غريب" مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية جامعة الفلوجة. العدد, 552018, ص 151.

حليمي لامية, دور اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة, مذكرة الماجستير, كلية العلوم, ص.75 الاقتصادية, جامعة أمحمد بوقره, بومرداس. 2009.

قائمة المصادر والمراجع

خلفلاوي شمس ضيات ,الذكاء الاقتصادي رهان تسيير المؤسسات, مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية,العدد العاشر/مارس2013جامعة عنابه الجزائر .

العيدان الياس ,ضويفي حمزة,الذكاء الاقتصادي كآلية لدعم وتعزيز القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال المعاصرة,ورقة مقدمة للملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجية التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية,9_10نوفمبر,2010كلية العلوم الاقتصادية,جامعة حسيبة بن بوعلي, الشلف, ص.6

مليحو يزيد,أصول وفصول التسويق,دار هرمة للطباعة والنشر والتوزيع,الجزائر,,2014 ص.12

بومعروف الياس,القدرة التنافسية للمنظمة الاستشفائية المفهوم والأبعاد,كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وتسيير,جامعة فرحات عباس,ص.154

محمد سمير احمد,الأداء الإستراتيجية وتنمية الموارد البشرية.

ظافر محمد حمود القدرة التنافسية للمنتجات القطنية السورية في أداء تحرير التجارة الدولية,أطروحة دكتوراة في الاقتصاد,جامعة دمشق,2015ص.18

دويس محمد الطيب,التنافسية ومؤشرات قياسها,ص10

وديع محمد عدنان,سلسلة دورية تعني بقضايا التنمية في الأقطار العربية,العدد الربع والعشرون,ديسمبر,2003السنة الثانية,ص11

رابح زبير_دور أنظمة المعلومات في تنمية القدرات التنافسية_ملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الاقتصادية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد, جامعة ورقلة 23_22 ابريل, 2003 ص. 39

المراجع باللغة الأجنبية:

F-bourmois, pjromani ,l'intelligence économique et stratégique dans les entreprises française, Economica, paris ,2000 p2

Pierre conso.Farouk Hemiti **Gestion de financière d'Entreprise** 9 éme Edition, paris, Dunda, 1998.

<http://iefpedi.com/Arabe/WP/content/uploads/2010/03.2010 Hbrarabic.com>

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة - عباس لغرور - خنشلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

خنشلة في: 12-05-2025

الرقم: 28 / ج.ع.ل.خ.ك.ع.ات.ع.ت / 2025

إلى السيد: مدير الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء-

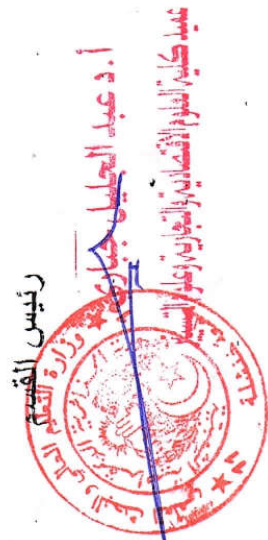
تمويل معاملة

سعيًا لإستكمال البرنامج الدراسي ، تمقرر للحصول على شهادة ماستر نظام ل م د في علوم التسيير والعزيم التجارية، ومن أجل تجسيد
المفاهيم النظرية للطلبة . يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة وتسهيل المهمة للطلاب :

الاسم : امرو / امرو
تاريخ الميلاد: 10-10-2000
رقم التسيير: 34055569 / 34053995
عنوان المذكرة: دور الدكاء الاقتصادي في زيادة القدرة التنافسية للموسسة

*وذلك من أجل إجراء تريض تطبيقي لدى مؤسستكم .

رئيس القسم



قائمة الملاحق



١ جمهورية الجهورية الديمقراطية الشعبية
٢ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
٣ جامعة - عباس لغرور - خنينة
٤ كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



الرقم: 28 / ج.ع.ل.خ.ك.ع.ب.ت.ع.ت / 2025

استمارة تقييم تقرير المترجم

الاسم: _____ م / مروة

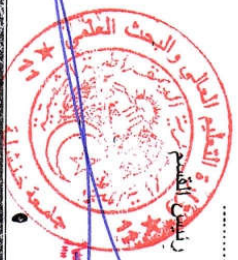
تاريخ المرسول: 10-10-2000

رقم التقييم: 3405569 / 34053995

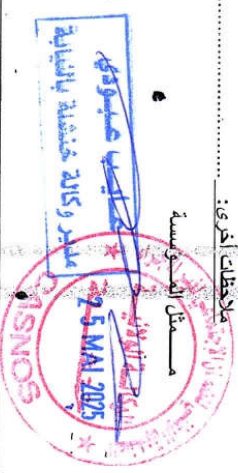
عنوان المخرجة: دور الدكاء الاقتصادي في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات

مكان الترخيص: الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير طاجران

ملاحظة	العلامة	ملاحظة
	04/.....	ظواهر المواقفة
	04/.....	المواقفة
	04/.....	المعاصرة
	04/.....	المعارف التطبيقية
	04/.....	قدرة العمل
	04/.....	العلاقة مع العمل
	04/.....	العلامة النهائية
	20/.....	



أ.د. عبد الجليل جناري
عبد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



مدير وكالة خنينة بالشمالية
إياد عبودة