

أثر الذكاء التنافسي في تنمية رأس المال الفكري

- دراسة ميدانية مؤسسة موبيليس لإتصالات الجزائر -

The Impact of Competitive Intelligence on Intellectual Capital Development -A Field Study of Mobilis Telecom Algeria-

عامر خديجة

جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة (الجزائر)، k.ameur88@gmail.com

تاريخ النشر: 2025/05/25

تاريخ القبول: 2025/05/01

تاريخ الاستلام: 2025/03/13

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر الذكاء التنافسي في تنمية رأس المال الفكري بمؤسسة إتصالات الجزائر موبيليس من وجهة نظر موظفي المؤسسة، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي للتحقق من المقاربات في الأطر النظرية. وتم تطوير استبانة لغرض جمع البيانات والمعلومات وجهت إلى 160 موظف في الوكالات التجارية التابعة لمؤسسة إتصالات الجزائر موبيليس. وقد تم اختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة Spss v25 و Amos v23 أهمها النمذجة بالمعادلات الهيكلية. وقد توصلت الدراسة إلى: أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي في تنمية رأس المال الفكري في مؤسسة موبيليس لإتصالات الجزائر عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

كلمات مفتاحية: ذكاء تنافسي، رأس مال فكري، نمذجة بالمعادلات الهيكلية

تصنيف JEL : M31.O32.O34

Abstract:

This study aims to analyze the impact of competitive intelligence on the development of intellectual capital in the Algerian Telecommunications Corporation- Mobilis-. In order To achieve the objectives of the study we adopted a descriptive- analytical approach to validate approaches within theoretical frameworks. A questionnaire was developed for the purpose of collecting information and data from the study and was directed to 160 employees in commercial agencies affiliated with the Algerian Telecommunications Corporation- Mobilis-. Hypotheses were tested using appropriate statistical methods Spss v25 and Amos v23, most notably structural equation modeling.

The study concluded: there is a statistically significant impact of competitive intelligence on the development of intellectual capital in the Algerian Telecommunications Corporation- Mobilis- at a significance level ($\alpha \leq 0.05$)

Keywords: competitive intelligence, intellectual capital, modeling with structural equations

JEL Classification: O34.O32.M31

1. مقدمة:

في ظل التطورات الكبيرة التي تشهدها بيئة الأعمال نتيجة الانفتاح على التكنولوجيا الحديثة، إلى جانب احتدام المنافسة والتنوع المعرفي، لازم ذلك إدراكا واسعا ومتناميا بأهمية إجراء التحولات والتطورات لمجاراة هذه التغيرات والتأقلم والتكيف مع كل ما هو جديد، ولتحقيق ذلك تعتمد المؤسسات على سلسلة من السلوكيات الاستراتيجية الفعالة، وتعتبر القدرة على صنع وتصميم تلك السلوكيات أمرا حاسما في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة خاصة في ظل بيئة مضطربة، هذا ما يولد الحاجة لضرورة أن تكون قادرة على الموازنة بين ما تملكه من موجودات وما توفره البيئة الخارجية من فرص وما تفرضه من تهديدات، ونتيجة التحول من الإقتصاد القائم على الأشياء إلى الإقتصاد القائم على المعرفة، أصبح رأس المال الفكري من أكثر الأصول والموجودات قيمة وأهمية في العصر الحديث، لأنه بمثابة القوة الخفية التي تضمن بقاء واستمرارية المنظمة وحصولها على مركز تنافسي لذا برز الاهتمام بالذكاء التنافسي باعتباره أساسا جديدا لخلق أسلوب المنافسة والتفوق بين المؤسسات، من خلال تبني أنظمة ذكية قادرة على التشارك والتبادل المعلوماتي ومن ثم توليد المعرفة التي تمكن المؤسسات من دعم وإدامة أدائها وتفعيل دورها في عمليات اكتساب المعلومات وتحليلها وتفسيرها وعلى النحو الذي يمكنها من تنمية رأس مالها الفكري و مواجهة والصمود أمام المنافسة الحادة وينقلها إلى مرحلة جديدة تمنحها مكانة أكبر وأقوى.

1.1 إشكالية البحث:

نسعى من خلال دراستنا الحالية التعرف على أثر الذكاء التنافسي في تنمية رأس المال الفكري في مؤسسة موبيليس لاتصالات الجزائر من خلال محاولة الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي:

ما هو أثر الذكاء التنافسي على تنمية رأس المال الفكري في مؤسسة موبيليس لاتصالات الجزائر؟

2.1 أسئلة البحث:

- ما هو أثر الذكاء التنافسي على تنمية رأس المال البشري في مؤسسة موبيليس لاتصالات الجزائر؟
- ما هو أثر الذكاء التنافسي على تنمية رأس المال الهيكلي في مؤسسة موبيليس لاتصالات الجزائر؟
- ما هو أثر الذكاء التنافسي على تنمية رأس المال العلاقي في مؤسسة موبيليس لاتصالات الجزائر؟

3.1 فرضيات البحث:

و للإجابة عن التساؤلات السابقة، تم وضع مجموعة من الفرضيات كالتالي:

- يوجد أثر للذكاء التنافسي على تنمية رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلاقي) في المؤسسة محل الدراسة.
- يوجد أثر للذكاء التنافسي على تنمية رأس المال البشري في المؤسسة محل الدراسة.
- يوجد أثر للذكاء التنافسي على تنمية رأس المال الهيكلي في المؤسسة محل الدراسة.
- يوجد أثر للذكاء التنافسي على تنمية رأس المال العلاقي في المؤسسة محل الدراسة.

4.1 أهمية البحث:

تنبثق أهمية البحث من أهمية الموضوع بحد ذاته، كون الذكاء التنافسي يعد أحد أهم الأنواع في تحقيق ذكاء المنظمة بشكل عام، كما أن رأس المال الفكري يعد المحور الرئيسي لنجاح أي منظمة واستمرارها وتحقيق ميزة تنافسية، وقمنا باختيار شركة اتصالات الجزائر للهاتف النقال - موبيليس - لإجراء هذه الدراسة كونها تسعى دائما لتحقيق التفوق التنافسي.

5.1 أهداف البحث:

نسعى من خلال هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

- تقديم أهم المرتكزات النظرية عن الذكاء التنافسي ورأس المال الفكري.
- تسليط الضوء على أهمية رأس المال الفكري في شركة الاتصالات موبيليس.
- تحديد العلاقة الموجودة بين الذكاء التنافسي ورأس المال الفكري.

6.1 منهجية البحث:

بغية الإلمام والإحاطة بكل جوانب الدراسة اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري كونه يتناسب مع طبيعة موضوعنا، أما في جانبها التطبيقي فهي دراسة مسحية تعتمد على عينة من مجتمع شركة اتصالات الجزائر للهاتف النقال - موبيليس - بالاعتماد على البرنامجين الإحصائيين Spss v25 و Amos v23

2. الإطار النظري للذكاء التنافسي:

يعتبر الذكاء التنافسي أحد أهم الأدوات في المؤسسة، حيث حظي بإهتمام العديد من الباحثين والمؤسسات التي تسعى لتحقيق التفوق التنافسي.

1.2 مفهوم الذكاء التنافسي: للذكاء التنافسي عدة مفاهيم نذكر منها:

- الذكاء التنافسي يختص بتحليل البيئة التنافسية للمنظمة ويتضمن تحليل الإمكانيات والقابليات الحيوية والغايات لمنافسي الأعمال، كما أنه عملية قانونية وأخلاقية لمراقبة ومتابعة وتحليل المدى الكلي من النشاطات التنافسي¹.
- الذكاء التنافسي هو عبارة عن جمع معلومات عن المؤسسات المنافسة والبيئة التنافسية وتحليلها ثم نشرها والاستفادة منها في عملية إتخاذ القرار لخدمة معينة من أجل التميز والتفوق على المنافسين وبشكل مستمر ودائم².
- الذكاء التنافسي هو الجمع الأخلاقي والقانوني للمعلومات المتعلقة بقدرات المنافسين ونقاط ضعفهم ونواياهم من خلال الأعمال التي قاموا بها، وذلك بإستعمال قواعد المعلومات وغيرها، من المصادر المفتوحة والتحقيق الأخلاقي³.

2.2 أهمية الذكاء التنافسي:

تتجلى أهمية الذكاء التنافسي في العديد من النقاط أهمها ما يلي⁴:

- يعد الذكاء الإستراتيجي أداة استراتيجية وأسلوباً رئيسياً لتحقيق الميزة التنافسية، وذلك من خلال تحليل بيئة المنافسين، والسماح للمؤسسة بتوقع تطورات التي ستحدث في السوق.
- يساهم الذكاء التنافسي في صناعة قرارات المنافسة لأنه ظهر الى الوجود بسبب حاجة المنظمات لأساليب منهجية في جمع المعلومات عن المنافسين وتحليلها واستغلالها.
- يعبر الذكاء التنافسي عن القيمة المضافة المعتمدة في تطوير منظمات الأعمال وأبحاث السوق والتخطيط الإستراتيجي، ويوفر للمديرين أداة التعلم حول ما ينوي المنافسين فعله.
- الذكاء التنافسي أداة تعمل على الرصد المستمر للسوق الذي يتميز بالتغير الدائم.

3.2. أنواع الذكاء التنافسي:

- ✓ **ذكاء المنافس:** وهو العملية التي يتم من خلالها جمع المعلومات الدقيقة والموثوقة ذات العلاقة المباشرة بالمنافسين من خلال تحليل قدراتهم الجوهرية وأدائهم الحالي وتحركاتهم وخططهم الإستراتيجية، كما يعمل على رصد المنتجات الجديدة والمبتكرة المقدمة والتي تؤدي الى زيادة حدة التنافس بالإضافة الى ترقب دخول أي منافس جديد في الصناعة⁵.
- ✓ **الذكاء التكنولوجي:** من خلال الذكاء الإستراتيجي تقوم المنظمة بتتبع ومراقبة الابتكارات الجديدة في البيئة التنافسية، حيث يزود المؤسسة بالمعلومات حول الطرق والعمليات المستخدمة من قبل المنافسين ومدى اعتمادهم على التقنية الخارجية أو براءات الاختراع أو التقنيات الحديثة المكتسبة والقبليات الخاصة بالمنافسين⁶.
- ✓ **ذكاء العميل:** وهو العملية المنهجية لجمع وتحليل وتطبيق المعلومات حول بيئة الأعمال بما في ذلك العملاء الحاليين والمحتملين، وهو أسلوب لمعرفة مدى ملائمة المنتجات مع احتياجات العملاء، أي البحث وتحليل المعلومات وكسب رضا العملاء وتقديم خدمات جديدة تتوافق مع احتياجاتهم مع إطلاق وإستعراض المنتجات أو الخدمات الحالية لجعلها أكثر قدرة على المنافسة⁷.

3. الإطار النظري لرأس المال الفكري:

رأس المال الفكري هو مجموعة تشتمل على كل من الأصول المعرفية والمعتمدة على العقول البشرية المبدعة ومتطلبات نظم العمل والعلاقة مع العملاء، والتي تؤدي إلى الإنتاج المستمر للأفكار والأساليب الجديدة التي تحقق قيمة مضافة للشركة وتدعم قدرتها التنافسية⁸.

1.3 مفهوم رأس المال الفكري:

يمثل رأس المال الفكري (Intellectual Capital) الذي يرمز له اختصاراً (IC) رأس المال الحقيقي للمنظمات وقد اتسع نطاق هذا المفهوم ليشمل الإمكانات المادية والمالية والمعنوية والثقافية والذهنية المتاحة للمنظمة. كما وردت العديد من المفاهيم الخاصة برأس المال الفكري من قبل الأكاديميين أو الممارسين إذ عرف **Ultich**: " رأس المال الفكري على أنه مجموعة من المهارات المتوفرة في المنظمة التي تتمتع بمعرفة واسعة تجعلها قادرة على جعل المنظمة العالمية من خلال الإستجابة لمتطلبات الزبائن و الفرص التي تتيحها التكنولوجيا"⁹.

وعرفه **Thomas_stewart**: " رأس المال الفكري على أنه المعرفة و المعلومات و حقوق الملكية الفكرية و الخبرات التي يمكن توظيفها لإنتاج الثروة و تدعيم القدرات التنافسية للمؤسسة "¹⁰.

2.3 أبعاد رأس المال الفكري:

- ✓ **رأس المال البشري:** وهو يتكون من جميع الصفات التي تتعلق بالعاملين في المؤسسة، مثل الخبرة، المهارات والقدرات الإبداعية والابتكارية. فهو يتضمن جميع المعارف والمعلومات غير الملموسة الموجودة في عقل الفرد في المؤسسة. فضلاً عن رضاهم وتماسكهم كفريق متكامل، والقدرة على حل المشاكل واتخاذ القرارات الرشيدة والتعامل مع المخاطر في عملية الابتكار و الإبداع والتفكير المستقبلي الذي يدفع المؤسسة الى الأمام، وتسمح لها بالتنافسية في بيئة معقدة وأن أي شركة مهما كانت طبيعتها ونوعها فإن لها مورد حقيقي واحد وهو الإنسان،

اذن رأس المال البشري هو رأس المال الحقيقي ويقع عليه تقديم الأفكار والبحوث وتحويلها الى منتجات ذات فائدة¹¹.

✓ **رأس المال الهيكلي:** " يتكون من العمليات الإدارية، وأنظمة المعلومات، و الهيكل التنظيمي، و الملكية الفكرية، و أي أصول غير ملموسة أخرى تمتلكها الشركة و لكنها لا تظهر في ميزانيتها العمومية " إضافة إلى أبعاد أخرى مثل: نظم المعلومات، قواعد البيانات، السياسات، والإجراءات، و العمليات الإدارية¹².

✓ **رأس المال العلائقي:** "يتمثل رأس المال العلائقي في قيمة علاقة المنظمة مع زبائنهم" كما يعبر عن " القيمة المشتقة من الزبائن الراضين ذوي الولاء، الموردين المعول عليهم، والمصادر الخارجية الأخرى التي تقدم قيمة كبيرة للمنظمة "¹³.

و عرفه Mazlan بأنه: " يشتمل على جميع العلاقات التي تربط المؤسسة بأصحاب المصالح لديها مثل: الموردين و الجهات الحكومية، المستثمرين، الزبائن و قنوات التوزيع و التحالفات الإستراتيجية التي تقيمها المؤسسة "¹⁴.

3.3 أهمية رأس المال الفكري:

• يعد رأس المال الفكري من المصادر المهمة والمميزة للتنافسية للشركات المعاصرة، اذ أن إستراتيجية التميز لا تتحقق إلا من خلال الإنتاجات الفكرية والمتمثلة بالإبداع والبحث والتطوير.¹⁵

• رأس المال الفكري مصدرا لتوليد الثروة لدى الشركة والأفراد وهو السلاح الإستراتيجي الأساسي والأول في الشركة، هو المورد الثمين الذي يتسم بالندرة و لا يمكن إستبداله أو تقليده وهو بمثابة القوة الخفية التي تضمن بقاء وإستمرار أي شركة.¹⁶

• تعتبر الشركات المعاصرة رأس المال الفكري كأقوى سلاح تنافسي، والذي يتمثل بالموجودات الأكثر أهمية، إذ تسعى إدارة هذه الشركات في القرن الحادي والعشرين إلى زيادة إنتاجية العمل المعرفي والفرد العامل المتقن وعليه يمكن القول أن أهمية رأس المال الفكري يأتي من كونه يمثل أهم مصادر الثروة والتحدي العلمي والتقني المعاصر، فالقدرات الفكرية العالية تعد سلاحا مهما تعتمد عليه الشركات.¹⁷

4.3 علاقة الذكاء التنافسي برأس المال الفكري:

يعد الذكاء التنافسي و رأس المال الفكري من أهم المفاهيم خاصة في ظل العصر الرقمي الذي تعيشه المنظمات، حيث يعتبر الذكاء التنافسي أداة لتحسين القدرة التنافسية في السوق من خلال تطوير الإستراتيجيات المناسبة ومواجهة المنافسة القائمة بناء على البيانات الواقعية التي يوفرها عن البيئة العامة، في حين يشكل رأس المال الفكري ميزة تنافسية للمنظمات، و هو السبيل نحو التطور و الإستمرار، و المحافظة عليه وتنميته ضرورة تفرضها كل التطورات التكنولوجية و المعرفية و الإدارية، وهنا يمكن القول بأن هناك علاقة وثيقة بينهما، وتكمن في أن الذكاء التنافسي يعزز رأس المال الفكري من خلال:

✓ توفير معلومات استخباراتية قابلة للتنفيذ تمكن الإدارة التنفيذية من اتخاذ القرار الإستراتيجي الذي يهدف الى تعزيز القدرة التنافسية، كما أن الذكاء التنافسي يطور المعرفة بالسوق والعلاقة بين وظائف المؤسسة ويحسن جودة المنتجات إزاء منافسيها كما يساهم في إعادة هيكلة أسس المنظمة لإبقاء قدراتها التنافسية قائمة في السوق.¹⁸

✓ رفع مستوى العائد والمنافع المالية للمنظمات عن طريق الإهتمام بمستوى الخدمة المقدمة للزبون وربطها بشكل أفضل بحاجات الزبائن وبالتالي زيادة الحصة السوقية ومردوديتها المتمثلة بزيادة العوائد المتحققة حيث أصبح على المؤسسات

التي تريد أن تحقق التميز في الأداء والبقاء في سوق المنافسة، أن تقوم بوضع الخطط التي تهدف لتحسين علاقتها بزبائنهم بغية التعرف عليهم بشكل أفضل، وكذا الحفاظ على علاقات قوية وطويلة الأمد معهم.¹⁹

4. الإطار التطبيقي للدراسة:

تعريف بالمؤسسة: تعد مؤسسة موبيليس أول مشغل للهاتف النقال بالجزائر تأسست في أوت 2003، تعمل مؤسسة موبيليس في سوق يسوده مبدأ التنافسية، باعتبار مؤسستي أوريدو وجيزي أهم منافسيها، تقدم مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس للهاتف النقال سلسلة متنوعة من الخدمات والعروض منها خدمات الدفع المسبق والدفع البعدي التي توافق ميزانية كل مشترك وخدمة الرسائل الخطية القصيرة نحو كل المتعاملين.

بعد دراستنا للجانب النظري الذي تعلق بالمفاهيم الأساسية حول الذكاء التنافسي ورأس المال الفكري، سنتطرق في هذا المحور الى الجانب التطبيقي وذلك بإسقاط المفاهيم النظرية وتجسيدها ميدانيا من أجل توضيح أثر الذكاء التنافسي على تنمية رأس المال الفكري في مؤسسة موبيليس لاتصالات الجزائر، ويهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة قمنا بصياغة الفرضية الإحصائية الرئيسة والفرضيات الفرعية كالتالي:

الفرضية الإحصائية الرئيسة:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلاقي) في المؤسسة محل الدراسة
- و تنبثق عنها الفرضيات الفرعية التالية:
- **الفرضية الفرعية الأولى:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال البشري في المؤسسة محل الدراسة
- **الفرضية الصفرية: H_0** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال البشري في المؤسسة محل الدراسة.
- **الفرضية البديلة: H_1** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال البشري في المؤسسة محل الدراسة.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال الهيكلي في المؤسسة محل الدراسة.
- **الفرضية الصفرية: H_0** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال الهيكلي في المؤسسة محل الدراسة.
- **الفرضية البديلة: H_1** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال الهيكلي في المؤسسة محل الدراسة.
- **الفرضية الفرعية الثالثة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال العلاقي في المؤسسة محل الدراسة.

- الفرضية الصفرية: H_0 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال العلاقي في المؤسسة محل الدراسة.
- الفرضية البديلة: H_1 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال العلاقي في المؤسسة محل الدراسة.

وللتحقق من صحة الفرضيات تم الاعتماد على البرنامجين الإحصائيين Spss v25 و Amos v23

1.4. عينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من موظفي مؤسسة موبيليس، أما عينة الدراسة فقد تم توزيع 200 استمارة من الاستبيان على الموظفين في بعض الوكالات التجارية التابعة لمؤسسة موبيليس وتم استعادة 160 استمارة صالحة للتحليل، احتوى الجزء الأول منها على البيانات الديمغرافية والجزء الثاني على المتغير المستقل الذكاء التنافسي والجزء الثالث على المتغير التابع رأس المال الفكري، وقد تم اعتماد مقياس ليكارت الخماسي لقياس العبارات

الجدول (01): المقياس الخماسي " ليكارت "

الإجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

الجدول (02): توزيع أفراد العينة حسب المعلومات العامة للمؤسسة

المتغير	الاختيارات	النسبة %
الجنس	ذكر	53,8
	أنثى	46,3
المؤهل العلمي	بكالوريا	5,0
	ليسانس	32,5
	ماستر	51,9
	دراسات عليا	6,9
	أخرى	3,8
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	3,8
	من 5 إلى 10 سنوات	20,6
	أكثر من 10 سنوات	75,6

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.25

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر في العينة هي للذكور بنسبة 53.8% أي ما يعادل 86 موظف مقابل 46.3% أي ما يعادل 74 موظفة، كما وضح الجدول بخصوص متغير المؤهل العلمي كانت النسبة الأكبر للعمال الحائزون على شهادة الماستر بنسبة 51.9% أي ما يعادل 83 فردا، وهذا ما يدل على أن معظم الموظفين لديهم مستوى دراسي عالي يساعدهم في أداء مهامهم بمجودة، وفيما يخص متغير سنوات الخبرة كانت الفئة الأكبر عددا للعمال ذوي الخبرة أكثر من 10 سنوات بنسبة

75.6% ما يعادل 121 عاملا، وهذا ما يدل على أن المؤسسة تتهتم وتحافظ على بقاء واستمرار الموظفين ذوي الخبرة لأنهم يشكلون المعرفة الضمنية من خلال المعرفة الكامنة في عقولهم.

2.4. اختبار اعتدالية البيانات:

سنحاول فيما يلي اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات باستخدام معاملي التفلطح والإلتواء بحيث يكون محك القبول للتوزيع الطبيعي كالتالي: الإلتواء (Skewness) $[-2, +2]$ ، التفلطح (Kurtosis) $[-7, +7]$

الجدول (03): التوزيع الطبيعي لمؤشرات الذكاء التنافسي

المتغيرات	الإلتواء	التفلطح
X31	-1,891	-0,408
X32	-0,145	1,939
X33	-1,624	-0,209
X34	-1,651	-0,112
X35	-1,948	2,416
القيمة الدنيا	-1,948	-0,408
القيمة العظمى	-0,145	2,416

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.25

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن كل قيم التفلطح والإلتواء المسجلة لفقرات أنظمة ذكاء الأعمال تشير الى أن توزيع القيم طبيعي، حيث نلاحظ من خلاله أن قيم الإلتواء المسجلة تتراوح بين القيمة -1,948 و -0,145 لتكون بذلك ضمن مجال القبول للتوزيع الطبيعي كما أن قيم التفلطح امتدت بين القيمة -0,408 و 2,416 لتكون هي الأخرى ضمن مجال القبول.

الجدول (04): التوزيع الطبيعي لمؤشرات رأس المال الفكري

المتغيرات	الإلتواء	التفلطح
Y11	-1,213	-1,330
Y12	-1,037	0,422
Y13	-1,698	0,068
Y14	-1,195	0,686
Y15	-1,113	2,144
Y21	1,430	1,429
Y22	-0,140	-1,353
Y23	-0,375	0,636
Y24	-0,193	-0,472
Y25	-0,118	-0,796
Y31	-1,548	1,830

Y32	-1,244	0,659
Y33	-0,517	-0,760
Y34	-0,994	0,791
Y35	-1,591	0,273
القيمة الدنيا	-1,698	-1,353
القيمة العظمى	1,430	2,144

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح توزيع البيانات الخاصة بفقرات رأس المال الفكري أن جميع قيم معاملي الالتواء والتفلطح كانت داخل المجالات الموافقة للتوزيع الطبيعي، حيث نلاحظ من خلاله أن قيم الالتواء المسجلة تتراوح بين القيمة -1,698 و 1,430 لتكون بذلك ضمن مجال القبول للتوزيع الطبيعي كما أن قيم التفلطح امتدت من القيمة -1,353 و 2,144 لتكون هي الأخرى ضمن مجال القبول.

3.4. قياس ثبات أداة الدراسة:

تم حساب معامل ألفا كرونباخ أكثر المقاييس وذلك لإختبار مدى الإعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة.

الجدول (05): معامل ألفا كرونباخ (ثبات الاستبيان)

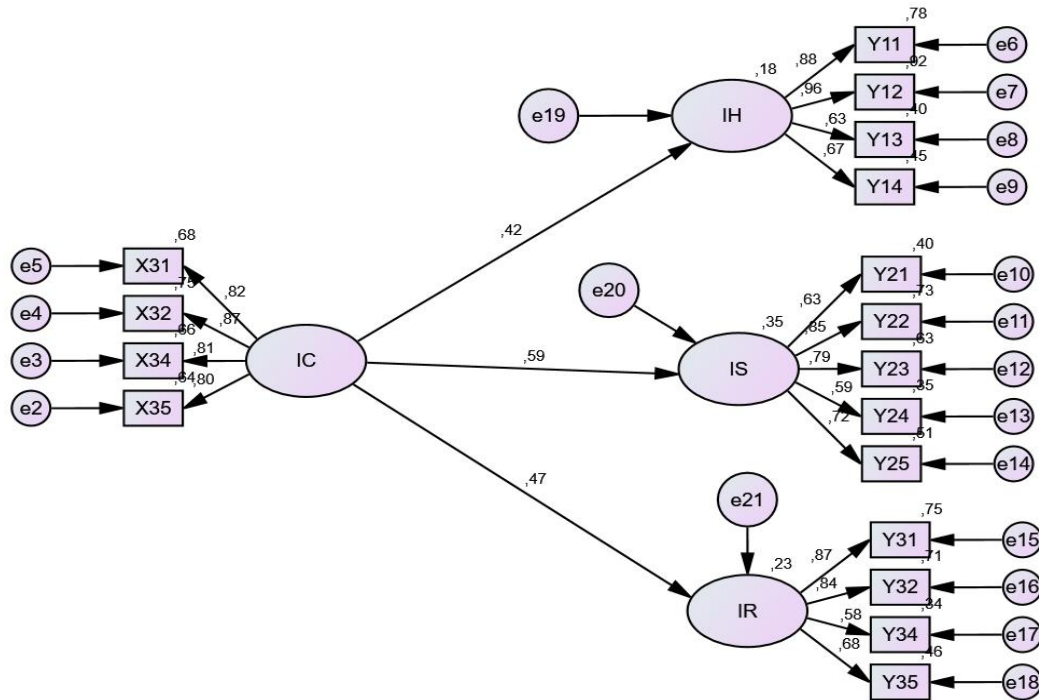
المتغير / البعد	معامل ألفا كرونباخ (a)
الذكاء التنافسي	0,910
رأس المال البشري	0,874
رأس المال الهيكلي	0,826
رأس المال العلاقي	0,930
الكل	0,947

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.25

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن قيمة معامل كانت مرتفعة والتي قدرت 0,947 وذلك مقارنة مع النسبة المعيارية المقدرة 0.60 مما يدل على أن الأداة المستخدمة تتمتع بدرجة عالية من الثبات وبالتالي يمكن الاعتماد عليها في الدراسة.

4.4. نموذج الدراسة: من أجل دراسة أثر الذكاء التنافسي على تنمية رأس المال الفكري، قمنا بإختيار نموذج افتراضي ثم اعداده انطلاقاً من الدراسات السابقة، وبالإعتماد على نمذجة المعادلات الهيكلية توصلنا الى الشكل التالي والذي يوضح النموذج العام للدراسة لأوزان الإنحدار المعيارية:

الشكل (01): النموذج العام لأوزان الإنحدار المعيارية



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات AMOS.23

نلاحظ أن الشكل أعلاه يتضمن أربع متغيرات وهي كالتالي: المتغير المستقل الممثل بالذكاء التنافسي والمتغير التابع الممثل برأس المال الفكري والذي ينقسم الى ثلاثة أبعاد (رأس المال البشري، الهيكلي، العلاقي)، ونلاحظ أن الذكاء التنافسي معبر عنه ب 04 عبارات، أما بعد رأس المال البشري معبر عنه ب 04 عبارات، وبعد رأس المال الهيكلي معبر عنه ب 05 عبارات، وبعد رأس المال العلاقي معبر عنه ب 04 عبارات.

الجدول (06): القيم المرجعية لمؤشرات نموذج المطابقة

المؤشر	المعيار
كاي تربيع المعباري (على درجة الحرية)	$2 < CMIN/DF < 5$ (مقبول)
$CMIN/DF$	$0 < CMIN/DF < 2$ (جيد)
جذر متوسط مربعات خطأ التقارب (RMSEA)	$0,05 < RMSEA < 0,08$ (مقبول)
	$0 < RMSEA < 0,05$ (جيد)
مؤشر المطابقة المقارن (CFI)	$0.9 \leq CFI$
مؤشر حسن المطابقة المعدل (AGFI)	$0.9 \leq AGFI$
مؤشر حسن المطابقة (GFI)	$0.9 \leq GFI$
مؤشر المطابقة المعباري (NFI)	$0.9 \leq NFI$
مؤشر تاكر-لويس (TLI)	$0.9 \leq TLI$

المصدر: ²⁰مولاي، أ. كافي، م. الحمض النووي التنظيمي DNA و ريادة المؤسسات - دراسة حالة متعاملي الهاتف النقال في الجزائر -

مجلة البحوث الاقتصادية والمالية المجلد 04 العدد 01، (2017)، ص: 73

5.4. اختبار جودة نموذج الدراسة:

للتأكد من جودة النموذج المقترح نلجأ الى المؤشرات السابقة الذكر و التي يتم من خلالها قبول النموذج المفترض أو رفضه ، والتي تعرف بمؤشرات جودة المطابقة والموضحة في الجدول التالي:

الجدول (06): مؤشرات مطابقة نموذج الدراسة

RMSEA	CFI	TLI	NFI	GFI	CMIN/DF	DF	X ²
0,071	0,975	0,943	0,908	0,902	1,791	91	162,992

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات AMOS.23

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلبية مؤشرات المطابقة تشير الى وجود مطابقة جيدة لنموذج الدراسة، وهذا يبين مدى ملائمة النموذج مع بيانات العينة المستخدمة وأنها بالفعل تقبس ما وضعت لقياسه، وهو ما بينته قيم مؤشرات النموذج.

6.4. اختبار ومناقشة فرضيات الدراسة:

يوضح الجدول التالي اختبار كل فرضيات الدراسة وتظهر النتيجة كالتالي:

الجدول (07): اختبار فرضيات الدراسة

مسار العلاقة	أوزان الانحدار	معالم الارتباط r	القيمة الحرجة CR	الدلالة	الحكم
ذكاء تنافسي ← رأس المال البشري	0,61	0,329	4,087	0.000	قبول
ذكاء تنافسي ← رأس المال الهيكلي	0,862	0,527	5,752	0.000	قبول
ذكاء تنافسي ← رأس المال العلاقي	0,653	0,35	4,182	0.000	قبول

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات AMOS.23

إختبار صحة الفرضية الفرعية الأولى: والتي نصت أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي على تنمية رأس المال البشري، يتبين من خلال الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وهذا يفسر بأن الفرضية المقترحة صحيحة ، وأن الإنحدار معنوي أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الذكاء التنافسي على تنمية رأس المال البشري قدر 61% أي أنه كلما تحسن مستوى الذكاء التنافسي بوحدة واحدة كلما ساهم في تنمية رأس المال البشري بـ 61% للمؤسسة محل الدراسة وبالتالي نرفض الفرضية الصفريّة ونقبل الفرضية البديلة، وهذه النسبة تدل على أن مؤسسة موبيليس تهتم بتنمية رأس مالها البشري من خلال تبني الذكاء التنافسي الذي يوفر أحدث وأسرع التقنيات التي تساهم في تنمية رأس المال البشري للمؤسسة.

إختبار صحة الفرضية الفرعية الثانية: والتي نصت أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي على تنمية رأس المال الهيكلي، يتبين من خلال الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وهذا يفسر بأن الفرضية المقترحة صحيحة ، وأن

الإنحدار معنوي أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الذكاء التنافسي على تنمية رأس المال الهيكلي قدر بـ 86.2% أي أنه كلما تحسن مستوى الذكاء التنافسي بوحدة واحدة كلما ساهم في تنمية رأس المال الهيكلي بـ 86.2% للمؤسسة محل الدراسة ، وعليه نرفض الفرضية الصفريّة ونقبل الفرضية البديلة، وتدل هذه النسبة العالية على وجود إهتمام كبير برأس المال العلاقي في مؤسسة موبيليس، كما تدل على أن المؤسسة تولي أهمية لتطبيقات الذكاء التنافسي.

إختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة: والتي نصت أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي على تنمية رأس المال العلاقي، يتبين من خلال الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وهذا يفسر بأن الفرضية المقترحة صحيحة ، وأن الإنحدار معنوي أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الذكاء التنافسي على تنمية رأس المال العلاقي قدر بـ 65.3% أي أنه كلما تحسن مستوى الذكاء التنافسي بوحدة واحدة كلما ساهم في تنمية رأس المال العلاقي بـ 65.3% للمؤسسة محل الدراسة، وعليه نرفض الفرضية الصفريّة ونقبل الفرضية البديلة، وهذه النسبة تعكس جهود مؤسسة موبيليس في تبني الذكاء التنافسي بهدف تنمية رأس مالها العلاقي والذي يعبر عن قيمة علاقة المؤسسة مع زبائنها.

بعد التأكد من صحة الفرضيات الفرعية الإحصائية الثلاثة التي تمثل الفرضية الرئيسية، يمكننا الإقرار بصحة الفرضية الرئيسية وبالتالي يمكننا القول أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي على تنمية رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة (رأس المال البشري، الهيكلي، العلاقي) في مؤسسة موبيليس لاتصالات الجزائر، أي أن الذكاء التنافسي يؤثر على تنمية رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة من وجهة نظر موظفي مؤسسة موبيليس ، وهذا ماهدفت اليه دراستنا.

5. الخاتمة:

تسعى المؤسسات جاهدة لتعزيز رأس مالها الفكري والذي هو بمثابة العصب الرئيس لأي مؤسسة تهدف الى تحقيق ميزة تنافسية، ولتحقيق ذلك لابد من اعتماد الذكاء التنافسي كآلية لمراقبة المنافسة عن بعد، فالمؤسسة بحاجة لهذا الأخير لمعرفة عروض المنافسين والخدمات المطروحة في السوق، قوائم العملاء، مستوى الأسعار والعروض لغرض اتخاذ قرارات استراتيجية سليمة تساهم بتحديد قدراتها التنافسية واكتسابها مزايا تنافسية عالية.

وما توصلت اليه دراستنا الحالية التي دعمت بدراسة تطبيقية هو أن الركيزة الأساسية لتعزيز رأس المال الفكري أساسها تطبيق الذكاء التنافسي في المؤسسة محل الدراسة و بالتالي تحقيق الميزة التنافسية، حيث توصلنا الى مجموعة من النتائج أهمها:

1.5 النتائج المتوصل إليها:

من خلال بحثنا توصلنا الى النتائج التالية:

- ✓ يعتبر الذكاء التنافسي في المؤسسة أحد أهم الموارد الاستراتيجية في مجال المنافسة والإهتمام به يحقق ميزة تنافسية.
- ✓ رأس المال الفكري يمثل المساهمة الإبداعية المتميزة في مجال إنتاج المنظمة بالشكل الذي يجعلها تتفوق على نظيراتها في سوق المنافسة.

- ✓ تتبنى مؤسسة موبيليس لإتصالات الجزائر الذكاء التنافسي .
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) على تنمية رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلاقي) في مؤسسة موبيليس لإتصالات الجزائر.
- ✓ يؤثر الذكاء التنافسي على تنمية رأس المال الهيكلي بنسبة كبيرة قدرت بـ 86.2% مقارنة بباقي النسب الأخرى المتعلقة برأس المال البشري ورأس المال العلاقي.
- ✓ تهتم مؤسسة موبيليس بتنمية رأس مالها الهيكلي بدرجة أولى.
- ✓ تولي مؤسسة موبيليس أهمية لرأس مالها البشري ورأس مالها العلاقي.
- ✓ إهتمام مؤسسة موبيليس بتوظيف الذكاء التنافسي بشكل عام في المؤسسة بهدف تنمية رأس مالها الفكري وتحقيق الميزة التنافسية.
- وكانت النتائج المتوصل إليها من خلال بحثنا تمثل الهدف الذي خصصت له دراستنا وهو معرفة أثر الذكاء التنافسي في تنمية رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة في مؤسسة موبيليس لإتصالات الجزائر،

2.5 توصيات الدراسة:

من خلال ما توصلنا إليه من الدراسة نقترح التوصيات التالية:

- ✓ اعتماد الذكاء التنافسي كخيار إستراتيجي لتحقيق التميز للمؤسسة خاصة في ظل البيئة شديدة التنافس.
- ✓ إنشاء قواعد بيانات بالمؤسسة للإحتفاظ بمعلومات محدثة عن المنافسين ومعرفة نقاط قوتهم وضعفهم.
- ✓ ضرورة تبني المؤسسة هياكل تنظيمية مرنة تسمح بتطوير مفاهيم وقيم وأهداف الذكاء التنافسي بتخصيص قسم خاص بالذكاء التنافسي ضمن الهيكل التنظيمي
- ✓ الاهتمام بتنمية رأس المال الفكري للمنظمة من خلال التحول من منظمة تقليدية الى منظمة متعلمة.
- ✓ القيام ببرامج تدريبية متطورة في مجال تطبيقات ذكاء الأعمال من أجل زيادة مهارة العاملين في تأدية أعمالهم بشكل أكثر سرعة.

6. الهوامش والإحالات:

- 1 - دراق حنان، شيخ هجيرة، الذكاء التنافسي كأداة لتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة -دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف المحمول موبيليس المديرية الجهوية بالشلف -، مجلة إقتصاديات شمال افريقيا، المجلد (19)، العدد (32)، (2023)، ص: 422.
- 2 - بشكري عائشة، قرين ربيع، أثر الذكاء التنافسي في تحقيق البراعة التنظيمية -دراسة تطبيقية بمؤسسة اتصالات الجزائر المديرية الجهوية بقسنطينة-، مجلة التمويل والإستثمار والتنمية المستدامة، المجلد (09)، العدد (02)، ديسمبر 2024، ص: 431
- 3 - دراق حنان، شيخ هجيرة، الذكاء التنافسي كأداة لتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة -دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف المحمول موبيليس المديرية الجهوية بالشلف -، مجلة إقتصاديات شمال افريقيا، المجلد (19)، العدد (32)، (2023)، ص: 422.
- 4 - شفاء حمد، الذكاء التنافسي كضرورة لرفع الحصة السوقية لمنظمات الأعمال - دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات بتبسة -، مجلة الإقتصاد الجديد، المجلد (11)، العدد (02)، (2020)، ص: 167-168

- 5 - إلهام منصوري، شيماء منصوري، دور الذكاء التنافسي في تعزيز سمعة المنظمة: دراسة تطبيقية على الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس، وكالة ورقلة - من وجهة نظر موظفيها، مجلة الإمتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد (02)، العدد (02)، ديسمبر (2023)، ص: 199
- 6 - جودي محمد رمزي، بن غزال ابتسام، الذكاء التنافسي وأثره على الأداء الإستراتيجي للشركة - دراسة حالة شركة سيلاس للإسمنت جمورة بسكرة -، مجلة الإقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، المجلد (09)، العدد (02)، (2020)، ص: 241
- 7 - دراق حنان، شيخ هجيرة، الذكاء التنافسي كأداة لتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة - دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف المحمول موبيليس المديرية الجهوية بالشلف -، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد (19)، العدد (32)، (2023)، ص: 423
- 8 - رشا الغول، المحاسبة عن رأس المال الفكري: التنظير العلمي و التطبيق العملي، دار الوفاء الدنيا للطباعة و النشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية - مصر (2014)
- 9 - Ultich, D. (1998). *New mandate for human ressources*. France: Harvard Business review.p.0
- 10 - Thomas A, S. (1997). *Intellectual Capital : The new wealth of organization* . New York: Currency and Doubleday.
- 11 - منار تيسير بطاينة، ثامر علي النويران، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الإسلامية الأردنية - دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني -، مجلة البحوث الإقتصادية المتقدمة، المجلد 05، العدد 02، (2020)، ص: 81
- 12 - لطيف عبد الرضا عطية، رأس المال الفكري و إدارة المعرفة: العلاقة و الأثر، دراسة إستطلاعية، مجلة جامعة القادسية للعلوم الإدارية و الإقتصادية، المجلد 10، العدد 03، (2008)، ص: 150
- 13 - نجم عبود نجم، الإدارة و المعرفة الإلكترونية الإستراتيجية، الوظائف، المجالات، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن، (2009)
- 14 - Mazlan, I. *The Role of Employee development in the Growth of Intellectual Capital*. *Personnel Review*, Vol 29, N° 4, (2005). P.09.
- 15 - منار تيسير بطاينة، ثامر علي النويران، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الإسلامية الأردنية - دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني -، مجلة البحوث الإقتصادية المتقدمة، المجلد 05، العدد 02، (2020)، ص: 81
- 16 - خيرة بلعيز، صارة بوقسري، دور رأس المال الفكري في تحسين أداء العاملين - دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بمعسكر، مجلة التنمية الإقتصادية، المجلد 07، العدد 02، ديسمبر 2022، ص: 254
- 17 - منار تيسير بطاينة، ثامر علي النويران، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الإسلامية الأردنية - دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني -، مجلة البحوث الإقتصادية المتقدمة، المجلد 05، العدد 02، (2020)، ص: 81
- 18 - دراق حنان، شيخ هجيرة، الذكاء التنافسي كأداة لتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة - دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف المحمول موبيليس المديرية الجهوية بالشلف -، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد (19)، العدد (32)، (2023)، ص: 425.
- 19 - محمد فادي، دور ذكاء الأعمال في خلق القيمة العملياتية والإستراتيجية للأعمال في المنظمة - أطروحة ماجستير، الرباط (2021)
- 20 - مولاي أمينة، كافي ميمون، الحمض النووي التنظيمي DNA و ريادة المؤسسات - دراسة حالة متعاملي الهاتف النقال في الجزائر - مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد (04)، العدد (01)، (2017)، ص: 73