

معوقات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال كمدخل لدمج الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة
"دراسة ميدانية بمؤسسة موبيليس عنابة"

Obstacles to using information and communication technology as an entry point for
integrating economic intelligence into the institution
"A field study at the Mobilis Annaba institution"

لطفي دكاني^{*1}

تاريخ الإرسال: 2024/10/29 تاريخ القبول: 2024/12/19 تاريخ النشر: 2024/12/30

ملخص:

تهدف الدراسة للتعرف على معوقات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال كمدخل لدمج الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة "دراسة ميدانية بمؤسسة موبيليس عنابة" تم الاعتماد على "المنهج الوصفي" الملائم لموضوع الدراسة، والعينة القصدية واعتمدنا في هذه الدراسة وعلى أداة الاستبيان وبعد عمليات التفسير والتحليل بمختلف "الأساليب الإحصائية" توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج تمثلت فيما يلي:

- تطوير تكنولوجيا الاعلام والاتصال مهم بمؤسسة موبيليس عنابة.
- الذكاء الاقتصادي يعتبر توجه استراتيجي مؤسسة موبيليس عنابة بممارسة
- تواجه استراتيجية تكنولوجيا الاعلام والاتصال العديد من التحديات لدمج الذكاء الاقتصادي بمؤسسة موبيليس عنابة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الاعلام والاتصال؛ الذكاء الاقتصادي؛ المؤسسة.

Abstract :

The study aims to identify the obstacles to using information and communication technology as an entry point for integrating economic intelligence into the institution "A field study at Mobilis Annaba" The "descriptive approach" appropriate to the subject of the study was relied upon, and the intentional sample. In this study, we relied on the questionnaire tool. After interpretation and analysis processes using various "statistical methods", the study reached a set of results represented in the following:

- Developing information and communication technology is important in Mobilis Annaba.
- Economic intelligence is considered a strategic direction of Mobilis Annaba in practice
- The information and communication technology strategy faces many challenges to integrate economic intelligence into Mobilis Annaba.

Keywords : Information and communication technology; economic intelligence; institution

*لطفي دكاني

¹LotfiDoukani, University of Badji Mokhtar Annaba: Algeria , lotfi.doukani@univ-annaba.dz

زاد الاهتمام بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتزايد التسابق بين المؤسسات لمسايرة التقدم الحاصل في هذا المجال وتطويع هذه التكنولوجيا لتحقيق أهدافها واستراتيجياتها، وأصبح امتلاكها يمثل قدرة تنافسيه تجعل المؤسسة تحقق التميز والريادة، وتملك القدرة على ضبط الكفاءات والقدرات التنظيمية والتقنية والتحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بما يضمن سرعة التكيف مع المستجدات وتحقيق الاستجابة الأنوية للمتطلبات والمتغيرات، ولا يتحقق ذلك إلا عن طريق التحكم في المعلومات التي تسمح بوضع استراتيجيات دقيقة تراعي عوامل البيئة ومناخ المنافسة، والمادة الأساسية التي لا بد منها في هذا المجال والتي أضحت ضرورية لكل، مما أدى بالعديد من الدول إلى التوجه نحو مجتمع المعلومات، وهذا ما أشار إليه الباحث "مارشال ماكلوهان" Marshall McLuhan في نظرية الحتمية التكنولوجية "Technologic Indeterminism Theory"، حيث يرى "ماكلوهان" أن البشرية ماهي إلا نتاج لحتمية تكنولوجية تدفعها بالقوة نحو المستقبل، كما يرى المفكر الأمريكي "ألين توفلر" أن حضارة الموجة الثالثة أدت إلى إعادة ترتيب أولويات السلطة التقليدية في عالمنا المعاصر، كما أن التقدم الفائق في تكنولوجيا الاتصال والقدرات المعرفية التي أصبحت سلطة ذات أولوية ساهمت في إدماج مختلف الأطراف العالمية في منظومة إعلامية ومعلوماتية واحدة وجعلت العالم رقعة جغرافية واحدة، كما ساهم التقدم الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي شملت جميع المجالات والميادين والانفتاح الاقتصادي في جعل المنافسة بين المؤسسات تمثل حربا اقتصادية في بيئة تتيح العديد من الفرص، كما تجعل المؤسسات تواجه عدة مخاطر تستلزم اليقظة الاستراتيجية والتحكم في المعلومات، ووضع استراتيجية اتصالية بالاعتماد على الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي أصبح مادة أولية لدى العديد من المؤسسات ودعامة أساسية لنمو الاقتصاديات وازدهارها، حيث أصبحت من أهم الركائز الأساسية لنجاح أي منظمة في تحقيق أهدافها، كما فرضت تكنولوجيا الاعلام والاتصال نفسها في العالم المعاصر وأصبحت ضرورة امتلاكها وتطويرها الهدف الأسمى للمؤسسات الحديثة. ويتيح الذكاء الاقتصادي رؤية تسمح للمؤسسة باستغلال إمكانياتها ومواردها التكنولوجية المتاحة التي تسمح بتحقيق أهداف المؤسسة وتطوير أدائها بطرق حديثة. و الجزائر كغيرها من دول العالم الثالث تعاني مؤسساتها من الضعف في الأداء ومن رداءة منتجاتها في أغلب الأحيان وارتفاع تكاليف الإنتاج وغياب ثقة المستهلك، ومعالجة هذه الاختلالات والمشاكل لا يتحقق إلا بالتفكير في وضع استراتيجية تراعي الالتزام بمبدأ الذكاء الاقتصادي، وتبني طرق تسيير جديدة تضمن التقدم واستغلال الفرص المتأنية من التطور التكنولوجي والاقتصادي بنجاح، والسعي لتحسين نظم المعلومات خاصة وأن الظروف الجديدة فرضت على الجزائر مؤخرا السير نحو طريق مجتمع المعلومات إلا أنها

تشهد تأخرا من حيث انتشار أنظمة الذكاء الاقتصادي ونقص المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات المناسبة في وقت تعتبر فيه المعلومات مورد استراتيجي يرهن بقاء وتطور المؤسسة، و تتوجه المؤسسات للاهتمام باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال كأسلوب لدمج الذكاء الاقتصادي ضمن استراتيجياتها بما يضمن أن تكون في حالة يقظة تامة، كما يعتبر من أهم واحداث الأنظمة التي تضمن لها البقاء في سوق المنافسة على اعتبار أن أي مؤسسة حديثة، تسعى للحصول على المعلومة والمعرفة التي تعتبر من أهم الموارد التي تحاول الوصول إليها واستخدامها بما يحقق أهدافها، الأمر الذي يجعلها تحافظ على مكانتها في سوق المنافسة التي تتسم بالديناميكية والتطور. اعتبارا لأهمية الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل فكرة الذكاء الاقتصادي، وتأخر المؤسسات الجزائرية ومن بينها مؤسسة موبليس بعنابة في هذا الجانب تظهر معالم الإشكالية التي نعالجها في التساؤل الجوهري التالي:

ما هي معوقات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دمج الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

والذي تفرعت عنه التساؤلات الفرعية التالية:

- كيف يسهم استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحقيق الأهداف الإستراتيجية بمؤسسة موبليس عنابة؟

- ما مدى اهتمام مؤسسة موبليس عنابة بتفعيل الذكاء الاقتصادي كتوجه استراتيجي؟

- ما هي عراقيل استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دمج الذكاء الاقتصادي بمؤسسة موبليس عنابة؟

الجانب المفاهيمي والمنهجي:

1. مصطلحات الدراسة:

1.1 تكنولوجيا الاعلام والاتصال: بأنها تلك الوسائل والأدوات التي ظهرت إلى الوجود وعلى حياة المجتمعات الإنسانية نتيجة التطورات الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال، وهذا نتيجة زيادة حاجيات الإنسان ومتطلباته اليوم، فنحن نعيش كل دقيقة وكل ثانية مبتكرات جديدة في جل الميادين. ونركز هنا على ميدان الإعلام والاتصال الذي أصبح التسابق فيه محتدم إلى درجة كبيرة جدا بين الشركات الإعلامية والاتصالية وهذا بحثا عن الجديد والأفضل للإنسان تعرف على أنها مجموعة المعارف والتجارب والخبرات المتراكمة التي تتشكل في ذهن الجمهور لترسم انطبعا معينا من خلال عدة وسائل اتصالية تشكل هذه الانطباعات وتؤثر في سلوك الأفراد اتجاه مؤسسة ما(الفار، 2006).

2.1 الذكاء الاقتصادي: الذكاء الاقتصادي هو البحث عن المعلومات , معالجتها بالشكل الذي يجعلها مفيدة ومن ثم تبليغها للأطراف المسؤولة عن اتخاذ القرار ، أي أن الذكاء الاقتصادي هو مجموعة من الأنشطة المنسقة فيما بينها من أجل التحكم في المعلومات الاستراتيجية للمؤسسة والحفاظ على تنافسيته (Fandrey, 2010).

3.1 المؤسسة الاقتصادية: هي وحدة اقتصادية تتجمع فيها الموارد البشرية والمادية اللازمة للإنتاج الاقتصادي والتجاري والخدمات، فهي تمثل جميع أشكال المنظمات الاقتصادية المستقلة ماليا هدفها توفير الإنتاج لغرض التسويق وهي منظمة موجهة تعتمد على توزيع المهام والمسؤوليات (اسماعيل ، 2013)

2. منهج الدراسة: اعتمدنا على المنهج الوصفي لطبيعة الدراسة باعتباره الأنسب نظرا لما يتميز به من خصائص تتلاءم وموضوع الدراسة، بما أننا سنقوم بوصف ظاهرة التسويق الالكتروني ومختلف مظاهره واستراتيجياته ووسائله، وكذلك التعرف على معوقات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دمج الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

3 أدوات جمع البيانات:

1.3 الاستبيان: اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية في عملية جمع البيانات، والتي تعد من أكثر الوسائل استخداما للحصول على المعلومات المراد جمعها ومن خلالها يمكن للباحث الإجابة على تساؤلاته. موجهة موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر عنابة، تتكون من 33 سؤالا، وبلغ عدد استمارات الاستبيان الموزعة والصالحة للتحليل (88) استمارة، تم توزيعها على الزبائن وجمعها وتفرغ بياناتها، وتحليلها احصائيا باستخدام برنامج SPSS 23. ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها، مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج وقد تم إعداد الاستمارة وفق مقياس "ليكرت الخماسي" وتضمن الأسئلة الموضوعية والمتعلقة بالمحاور التالية:

البيانات الشخصية.

المحور الاول: واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بمؤسسة موبيليس عنابة

المحور الثاني: عراقيل استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دمج الذكاء الاقتصادي بمؤسسة موبيليس عنابة

المحور الثالث: آليات دمج للذكاء الاقتصادي بمؤسسة موبيليس عنابة

4مجالات الدراسة

1.4 المجال البشري: وهم المعنيين بالدراسة ولهم علاقة بموضوع البحث، وعليه فقد شملت هذه الدراسة موظفي مؤسسة موبليس عنابة.

2.4 المجال الزمني: وهي المدة الزمنية التي استغرقتها هذه الدراسة 03 أشهر من 17 جوان الى 15 أوت 2024.

3.4 المجال المكاني: وهو المكان الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية والمتمثل أساسا في مدينة عنابة. بالوكالات التجارية بكل من (وكالة عنابة 01، البوني، الحجار)

5. مجتمع البحث:

بما أن دراستنا تتمحور حول: "معوقات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة كمدخل لدمج الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة الاقتصادية، فإن دراستنا تنتمي إلى الدراسات الوصفية القائمة على تفسير الظاهرة أو المشكلة المدروسة، ومحاولة تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها قصد الوصول إلى وصف دقيق ومتكامل للظاهرة والمشكلة المدروسة، وبالتالي اعتمدنا المنهج المسحي في أغلب أجزاء القسم النظر، وقد عرف الباحث "أحمد بن مرسل" المنهج المسحي بكونه «الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية الغير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.

6. عينة الدراسة: ان اختيار العينة الملائمة للبحث من أهم المشكلات التي تواجه أي باحث فيجب أن تحمل العينة كل الخصائص والمميزات التي تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا، وانطلاقا من موضوع دراستنا قمنا باختيار (العينة القصدية) التي يعمد الباحث أو يقصد اجراء الدراسة على فئة معينة، على أساس أن هذه العينة تمثل المجتمع، وقد تشكلت عينة الدراسة من 88 مفردة بحثية من موظفي مؤسسة موبليس عنابة، يلجأ الباحث الى هذا النوع من العينات الاحتمالية عندما يتوفر لديه بيانات أو معلومات عن مجتمع العينة وخصائصه وصفاته، وفي هذه الحالة يلجأ الى اختيار عينة عمدية تتكون من مفردات معينة تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا، وغالبا ما تعطي هذه الطريقة نتائج أقرب الى النتائج التي يمكن الوصول اليها باستخدام أنواع العينات الأخرى.

الجانب النظري للدراسة

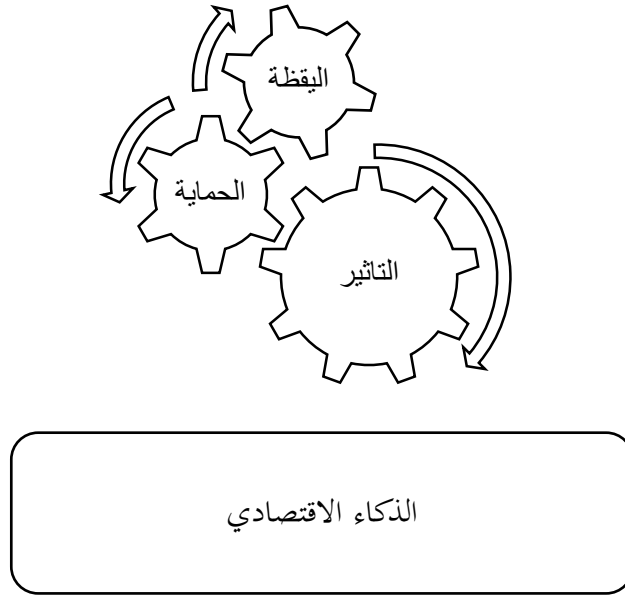
1. دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تطوير نظام المعلومات وخلق مرونة المؤسسة الاقتصادية:

قُدر حجم سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) بمبلغ 5001 مليار دولار أمريكي في عام 2023 ومن المتوقع أن يصل إلى 12001 مليار دولار أمريكي بحلول نهاية عام 2030 معدل نمو سنوي مركب قدره 8% خلال فترة التوقعات 2023-2030. ويشمل سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) مجموعة واسعة من التقنيات والخدمات التي تسهل إدارة الاتصالات والمعلومات. في ظل المحيط الجديد — تغيرت النظرة للاتصالات والمعلومات — حيث ثم تثمين دور (نظام المعلومات system d'information), هذا الأخير يشير بوضوح إلى مدى قوة تأثير تكنولوجيا الاتصال الجديدة التي يمكن أن توفر ميزة تنافسية استراتيجية, إذا ما تم تسييرها بكفاءة وفعالية و خاصة إذا ساهمت فعلا في دعم التكامل بين الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة الاقتصادية (موقع الكتروني, 2023), كما تسمح التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال للمؤسسة بسرعة التأقلم والاستجابة للأحداث الغير متوقعة مما يضفي طابع المرونة على استراتيجية المؤسسة حيث يعرف الباحث "هومان" **Homman** المرونة بأنها القدرة على الاستجابة لمختلف طلبات الزبائن , كما تقاس المرونة بفترة دورة أو سرعة الاستجابة أما غراتاكب **Gratacap** "فقد قدم عدة تصنيفات للمرونة , من بين أنواع المرونة التي قدمها هي المرونة الخارجية للمؤسسة , حيث ربط مرونة المؤسسة الخارجية بالمتغير الذي اعتبره استراتيجيا, وهو المحيط, فاعتبر أن للمؤسسة مرونة داخلية وأخرى خارجية , وانطلاقا من المرونة الخارجية للمؤسسة وارتباطها بالمحيط كمتغير استراتيجي صنف "غراتاكب" المرونة على أنها " قدرة متخذ القرار على تسيير المعلومات الآتية من محيطه بهدف التأقلم. (بوريش, 2007)

2. خصائص للذكاء الاقتصادي:

- الاستخدام الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات.
- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين.
- وجود علاقات قوية بين المنظمات والجامعات والإدارات المركزية والمحلية.
- تشكيل جماعات الضغط والتأثير.
- إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية والسياسية.
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية (Bournois;F, 2000).

* ويتكون نظام الذكاء الاقتصادي من ثلاث نظم مترابطة ومتكاملة وهي اليقظة الاستراتيجية , الأمن أو الحماية والتأثير , والشكل التالي يبين هذه العناصر :



الشكل رقم 1-: عناصر الذكاء الاقتصادي

Source :Bouadam Kamel ,Hammadi Mourad ,Veille stratégique et intelligence économique comme perception d'une nouvelle approche pour la PME.

الجانب التطبيقي للدراسة:

01. عرض وتحليل بيانات الدراسة

• البيانات الشخصية:

تعتبر البيانات الشخصية والوظيفية مصدرا قيما للمعلومات التي يمكن استخدامها في تحليل العلاقات والتوجيهات والظواهر المختلفة، باستخدام البيانات الشخصية المندرجة في الاستمارة "03 متغيرات" والمتمثلة في (الجنس، الفئة العمرية، التعليمي)، يمكن للباحث أولا توزيع عينته وفهم طبيعتها، من ثم فهم سلوك أفرادها واستجاباتهم واحتياجاتهم في سياق الدراسة.

الجدول 1-: يُبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
-------	---------	--------

37,5%	33	ذكر
62,5%	55	أنثى
100%	88	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 24

يوضح الجدول 1- توزيع أفراد العينة حسب الجنس نلاحظ أن "فئة الإناث" الأكثر حيث بلغت نسبة الإناث 62,5% من النسبة العامة للعينة، بالمقابل نسبة الذكور قدرت بـ 37,5%. ويمكن تفسير اقتحام الاناث للعديد من المؤسسات الخدماتية الجزائرية ومن بينها مؤسسة اتصالات الجزائر عناية فقد أصبحت تنافس الذكور في شتى المجالات واقتحمت سوق العمل باعتبارها عنصر فعال ومصدر للتجديد وللتغيير خاصة فيما يتعلق بالعمل الإداري التسويقي والتجاري، بالإضافة ان المهام الإدارية قد تبدو للذكور روتينية ومملة.

الجدول 2-: يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية:

النسبة	التكرار	الفئة
1.1%	01	أقل من 20 سنة
15,9%	14	من 21 الى 30 سنة
39,8%	35	من 31 الى 40 سنة
30,7%	27	من 41 الى 50 سنة
12,5%	11	من 51 سنة فأكثر
100%	88	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 24

يوضح الجدول رقم (02) تباين العمر من فئة إلى أخرى وتتمثل في أربع فئات ورغم تنوع الفئات إلا أن هناك تقارب نوعا ما في بعض النسب، إلا أنه يتضح أن الفئات العمرية بمؤسسة موبيليس عناية بين "من 31 الى 40 سنة" هي أعلى نسبة تقدر بـ 39,8%. فبالتالي الفئة العمرية التي جاءت فئة عينة الدراسة تبرز نوعا ما شبابية الهيكل التنظيمي بمؤسسة موبيليس عناية، لكنها تحمل من النضج والخبرة، وهذا يعني أن المؤسسة تبحث على الشباب وتعتمد عليهم الكفاءات وتشارك 35 سنة كحد اقصى في شروط التوظيف بالمؤسسة، كما تهتم مؤسسة موبيليس عناية بالموظفين ذوي سنوات الخبرة، فبذلك تحاول الدمج بين الفئتين لإنجاح المؤسسة.

الجدول -3-: يُبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
10,2%	09	متوسط
39,8%	35	ثانوي
43,2%	38	جامعي
06,8%	06	إجابات أخرى تذكر: (تكوين مهني)
100%	88	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 24

يوضح الجدول -3- أن مؤسسة موبيليس عناية تعتمد في التوظيف على الشهادات الجامعية بنسبة عالية وتقدر بنسبة 43,2% وذلك للاستفادة من معارفهم العلمية ومهاراتهم المتنوعة، وبدرجة أقل قليلا من نسبة الجامعيين نلاحظ وجود "المستوى الثانوي" بنسبة 39,8% وهذا يمكن تفسيره بالعمال الأكبر سنا الذين تم توظيفهم منذ مدة ويمتلكون الخبرة والتي تعد عاملا أساسيا في العمل وأيضا حسب طبيعة منصب العمل، ونلاحظ أيضا وجود نسبة قليلة جدا لعمال ذو "مستوى تعليمي متوسط" قدرت بـ 10,2% كأعوان الاستقبال، في حين يلاحظ أيضا وجود عمال حاملين لشهادات "التكوين المهني" بنسبة 15,5.

الجدول -4-: واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية

رقم الفقرة	المجال	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
1	وسائل الاتصال بالمؤسسة تتميز بالحدائق والتطور	4.84	0.374	مرتفع
2	المؤسسة تساهم التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تنفيذ مهامها	4.68	0.476	مرتفع
3	يتحكم موظفو مؤسسة موبيليس في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بكفاءة ودرجة عاليتين	4.28	0.458	مرتفع
4	تعتمد مؤسسة موبيليس على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التواصل	4.04	0.351	مرتفع

مع جميع متعاملاتها				
5	تهتم مؤسسة موبيليس بتكوين موظفيها في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال	4.60	0.500	مرتفع
6	الاتصال بين المستخدمين والزبائن في مؤسستكم يتم دائما عن طريق وسائل وتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديث	4.0	0.00	مرتفع
7	ساهم استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسستكم في زيادة وتحسين مستوى الخدمات المقدمة للزبائن	4.76	0.436	مرتفع
8	استراتيجية إدارة أي أزمة في مؤسسة موبيليس تتم بواسطة وسائل وتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة	3.40	0.577	متوسط
	استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية	4.32	-	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 24

يعرض الجدول رقم -4- نتائج تحليل المحور الثاني من الاستمارة , المتعلق بواقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية, والذي كان عدد الأسئلة التي تقيسه (08), وتشمل في الأسئلة من (01 إلى 08), كما جاء في أداة الدراسة . حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (4.32) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة بدرجة مرتفعة.

الجدول -5-: أليات دمج للذكاء الاقتصادي بمؤسسة موبيليس عناية

رقم الفقرة	المجال	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
1	الذكاء الاقتصادي هو قدرة المؤسسة على التجسس عن المنافسين.	2.24	0.779	متوسط
2	تفتقر مؤسسة موبيليس لنظام معلوماتي للبحث عن المعلومات ومعالجتها وتحليلها واستغلالها بما يخدم أهدافها	1.68	0.476	منخفض
3	مؤسسة موبيليس تواكب التطورات العصرية في مجال تطوير الأنظمة المعلوماتية المتعلقة بدراسة المنافسين.	4.44	0.507	مرتفع
4	البيئة التنافسية لمؤسسة موبيليس عناية تتوافق مع أهدافها	4.72	0.458	مرتفع
5	إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهم في زيادة اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسة	4.36	0.569	مرتفع
6	المؤسسة بحاجة لوضع نظام معلوماتي خاص باليقظة الإستراتيجية	3.12	0.332	متوسط
7	توسع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة موبيليس جعلها تملك قدرة تنافسية عالية	4.60	0.500	مرتفع
8	تهتم مؤسسة موبيليس بمراقبة تطورات المحيط الخارجي والبيئة التنافسية بصفة مستمرة	4.40	0.500	متوسط
	أليات دمج تكنولوجيا الإعلام والاتصال كمدخل للذكاء الاقتصادي بالمؤسسة	3.69	-	متوسط

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss24

يعرض الجدول رقم -5- نتائج تحليل المحور الثالث من الاستمارة والمتعلق باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في

دمج الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة، والذي كان عدد الأسئلة التي تقيسه (08) تتمثل في الأسئلة من (9 إلى 16) كما جاء في أداة الدراسة. حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (3.69) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد مجتمع البحث حوله بدرجة متوسطة.

الجدول -6: معوقات استخدام تكنولوجيا الاتصال في دمج الذكاء المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المصدر: من إعداد

رقم الفقرة	المجـال	الوسيط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
1	يواجه الموظفون في مؤسسة موبيليس صعوبات تقنية في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال	1.44	0.507	منخفض
2	غياب ثقافة استخدام الأنظمة المعلوماتية لدى الموظفين يعيق عملية دمج الذكاء الاقتصادي بمؤسسة موبيليس	2.28	0.678	منخفض
3	ساهم غياب اليد العاملة المتخصصة في مؤسستكم في عدم الاستفادة من المزايا التي يتيحها استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل عملية دمج الذكاء الاقتصادي .	1.36	0.490	منخفض
4	اقتصار الإستراتيجية العامة لمؤسسة موبيليس على تحقيق الربحية يمنع التوجه نحو تبني أنظمة اقتصادية جديدة	2.72	0.458	منخفض
5	عدم رصد الإمكانيات التكنولوجية والمعلوماتية الضرورية والكافية يعرقل عملية دمج الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة	1.88	0.526	منخفض
6	تتمتع المؤسسة موبيليس بإمكانات تكنولوجية معتبرة (كما ونوعا) إلا أنها غير مستغلة بالشكل السليم والناجع	2.40	0.500	منخفض
7	الأنظمة المعلوماتية المعتمدة حاليا في مؤسسة موبيليس لا تعبر عن توجه نحو تبني نظام الذكاء الاقتصادي	2.76	0.436	منخفض
		2.12	-	منخفض

الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss 24

يعرض الجدول رقم -6- نتائج تحليل المحور الثالث وهو محور "معوقات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دمج الذكاء الاقتصادي بمؤسسة موبيليس" والذي كانت الأسئلة التي تقيسه هي (7) أسئلة تمثلت في الأسئلة من (17 إلى 23) كما جاء في أداة الدراسة , حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور (2.14) وهو مؤشر منخفض مما يعني أنه لم يحقق مستوى موافقة أفراد مجتمع البحث حوله.

2. نتائج الدراسة:

- تعتمد مؤسسة موبيليس عناية على وسائل الاعلام والاتصال الحديثة في القيام بالعديد من المهام.
- نسبة مرتفعة موظفو مؤسسة موبيليس يتحكمون بشكل كبير في استخدام تكنولوجيات الإعلام.
- التطور المستمر للتكنولوجيات أفرز قدر هائل من المعلومات ووضع أنظمة متطورة معالجتها مؤسسة موبيليس عناية.
- التقدم الفائق في تكنولوجيا الاتصال والقدرات المعرفية للمؤسسة أصبحت سلطة ذات أولوية في عالمنا المعاصر

-تعتبر مؤسسة موبليس عناية المعلومة من الموارد الأساسية التي تقوم على عمليات تحليل ومعالجة وفق أنظمة وبرامج متطورة تزيد من فعالية تأثيرها.

-أتاح استخدام وسائل وتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة للمؤسسة تحديث أنماط تسيير المعلومات كمظهر للذكاء الاقتصادي

يعتبر موظفو مؤسسة موبليس عناية أن لذكاء الاقتصادي نظام يشمل مجموعة من التطبيقات والتكنولوجيات التي من شأنها جمع المعلومات وتحليلها ونشرها.

-يعتبر موظفو مؤسسة موبليس عناية أن الذكاء الاقتصادي وسيلة عصرية وعنصر مهم لمواجهة منافسيها من خلال التحكم الاستراتيجي للمعلومات عن المنافسين.

-تملك مؤسسة موبليس عناية رؤية مستقبلية غير واضحة حول الفرص والتهديدات التي تواجهها في بيئتها وتشخيصها لنقاط القوة ونقاط الضعف فيها.

-غياب ثقافة استخدام الأنظمة المعلوماتية لدى الموظفين يعيق عملية دمج الذكاء الاقتصادي بمؤسسة موبليس عناية وممارسة للذكاء الاقتصادي دون وعي وتأطير علمي.

-تقتصر الإستراتيجية العامة لمؤسسة موبليس على تحقيق الربحية يمنع التوجه نحو تبني أنظمة اقتصادية جديدة كدمج الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة.

الخاتمة

ساهم استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة موبليس عناية في تحسين أدائها تحقيق أهدافها واستراتيجياتها وأصبح امتلاكها يمثل قدرة تنافسيه تجعل المؤسسة تحقق التميز والريادة وتملك القدرة على ضبط الكفاءات والقدرات التنظيمية والتقنية والتحكم في تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة بما يضمن سرعة التكيف مع المستجدات وتحقيق الاستجابة الأنوية للمتطلبات والمتغيرات ,ولا يتحقق ذلك إلا عن طريق التحكم في المعلومات التي تسمح بوضع استراتيجيات دقيقه تراعي عوامل البيئة ومناخ المنافسة , والمادة الأساسية التي لا بد منها في هذا المجال والتي أضحت ضرورية لكل مؤسسة مهما كان حجمها هي الذكاء الاقتصادي الذي يسمح بحماية المعلومات الإستراتيجية والتحكم فيها فرغم العديد من المعوقات التي تواجه مؤسسة موبليس عناية لدمجها، حيث يعتبر من أهم الأنظمة المعتمدة حديثا للتحكم في المعلومات من أجل استغلال الفرص المتاحة ومواجهة التحديات والمخاطر الممكنة فغياب الوعي بأهمية الذكاء الاقتصادي واهتمام مؤسسة موبليس بالجوانب التسويقية والتنافسية أخذ

أكبر حيز من اهتمامات المؤسسة ما انعكس سلبا على دمج الذكاء الاقتصادي بها.

قائمة المراجع:

- اسماعيل عرجاني. (2013). اقتصاد وتسيير المؤسسة، الجزائر، دار موفم.
- محمد جمال الفار. (2006). المعجم الإعلامي. عمان: دار دراسات الشرق الأوسط.
- نور الدي بوريث. (2007). تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات كدعامة للميزة التنافسية و كأداة لتأقلم المؤسسة الاقتصادية مع تحولات المحيط الجديد : مثال الجزائر. الملتقى الدولي : المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربي.
- Bournois;F, R. (2000). l'intelligence économique et stratégique dans les entreprises .français. Paris: economica
- Fandrey. (2010). Le dispositif de l'intelligence économique ,compétences et fonctions utiles. france: Harmattan
- موقع الانترنت تاريخ الولوج 2023-03-23 الساعة 12:23 <https://www.verifiedmarketreports>