

هل يساهم الذكاء التنافسي في الاستدامة التنظيمية لشركات السياحة المصرية؟

Does Competitive Intelligence Contribute to the Organizational Sustainability of Egyptian Tourism Companies?

الرميدي بسام سمير

Al-Romeedy Bassam Samir

قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات (مصر)،

Bassam.samir@fth.usc.edu.eg

تاريخ النشر: 2025/05/25

تاريخ القبول: 2025/03/15

تاريخ الاستلام: 2025/01/27

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور الذكاء التنافسي في تعزيز الاستدامة التنظيمية لشركات السياحة المصرية، من خلال تحليل مدى تأثير أبعاد الذكاء التنافسي على استدامة هذه الشركات. اعتمدت الدراسة على عينة مكونة من 518 مديرًا في شركات السياحة المصرية، حيث تم استخدام أساليب التحليل الإحصائي لاختبار العلاقات بين المتغيرات المدروسة. توصلت النتائج إلى وجود علاقة وتأثير معنوي وإيجابي للذكاء التنافسي على الاستدامة التنظيمية، كما أكدت النتائج أن جميع أبعاد الذكاء التنافسي (الذكاء التكنولوجي، ذكاء المنافس، ذكاء التحالف الاستراتيجي، ذكاء العميل) تؤثر إيجابيًا على الاستدامة التنظيمية، ولكن بدرجات متفاوتة. كان الذكاء التكنولوجي هو العامل الأكثر تأثيرًا، يليه ذكاء المنافس، ثم ذكاء التحالف الاستراتيجي، وأخيرًا، جاء ذكاء العميل في المرتبة الرابعة. تعكس هذه النتائج أهمية تبني منهجية شاملة للذكاء التنافسي في شركات السياحة، حيث يمكن أن يساهم في تحسين الأداء المؤسسي، زيادة القدرة التنافسية، وتعزيز استدامة الشركات في مواجهة التحديات المستقبلية. كلمات مفتاحية: الذكاء التنافسي، الذكاء التكنولوجي، ذكاء المنافس، ذكاء العميل، ذكاء التحالف الاستراتيجي، الاستدامة التنظيمية، شركات السياحة، مصر.

تصنيفات JEL: G23؛ G34

المؤلف المرسل: الرميدي بسام سمير، الإيميل: Bassam.samir@fth.usc.edu.eg

Abstract:

This study aimed to explore the role of competitive intelligence in enhancing the organizational sustainability of Egyptian tourism companies, by analyzing the extent to which the dimensions of competitive intelligence affect the sustainability of these companies. The study relied on a sample of 518 managers in Egyptian tourism companies, where statistical analysis methods were used to test the relationships between the studied variables. The results showed that there is a significant and positive impact of competitive intelligence on organizational sustainability. The results also confirmed that all dimensions of competitive intelligence (technological intelligence, competitor intelligence, strategic alliance intelligence, customer intelligence) positively affect organizational sustainability, but to varying degrees. Technological intelligence was the most influential factor, followed by competitor intelligence, then strategic alliance intelligence, and finally, customer intelligence came in fourth place. These results reflect the importance of adopting a comprehensive approach to competitive intelligence in Egyptian tourism companies, as it can contribute to improving institutional performance, increasing competitiveness, and enhancing the sustainability of companies in the face of future challenges.

Keywords: Competitive Intelligence, Technological Intelligence, Competitor Intelligence, Customer Intelligence, Strategic Alliance Intelligence, Organizational Sustainability, Tourism Companies, Egypt.

JEL Classification Codes : G23 ; G34

1. مقدمة :

تواجه المنظمات اليوم تحديات كبيرة في ظل المنافسة الشديدة وصعوبة البقاء في بيئة أعمال متغيرة. لم يعد تحقيق الأرباح هو الهدف الوحيد، بل أصبح من الضروري تطوير استراتيجيات تدعم الاستدامة التنظيمية، مما يمكن الشركات من التعامل مع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية بطريقة أكثر كفاءة وابتكارًا (الرميدي وآخرون، 2024؛

الطائي والمحنة، 2023). فالبقاء في السوق لم يعد مقتصرًا على تقديم منتجات أو خدمات متميزة، بل يتطلب قدرة مستمرة على التكيف واستغلال الفرص الجديدة بطريقة تعزز النمو والاستقرار على المدى الطويل (جهلول وخضير، 2024؛ الحدراوي والذبحاوي، 2020).

تعتمد استدامة المنظمات على عدة عوامل أساسية تؤثر على قدرتها على البقاء في بيئة أعمال ديناميكية. من بين هذه العوامل، يأتي الابتكار كأحد المحركات الرئيسية التي تمكن المنظمات من تحسين عملياتها، وتطوير منتجات وخدمات جديدة، والاستجابة بفعالية لمتطلبات السوق المتغيرة (الراعي، 2024؛ Demastus & Landrum, 2024). كما يعد الاستخدام الأمثل للموارد، سواء البشرية أو المالية أو التكنولوجية، عاملاً حاسماً في تحقيق الكفاءة التشغيلية وتقليل الهدر. إضافةً إلى ذلك، فإن التكيف مع التغيرات التنظيمية والبيئية يعد ضرورياً لمواجهة التحديات التي قد تنشأ نتيجة التغيرات الاقتصادية أو السياسية أو التكنولوجية (عثمان، 2022؛ Espina-Romero et al., 2024). وعلى المستوى الداخلي، فإن الاستثمار في رأس المال البشري يلعب دوراً حاسماً في تعزيز القدرة التنافسية، حيث تعتمد المنظمات الناجحة على تطوير مهارات موظفيها وتحفيزهم للمساهمة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية (محمد وآخرون، 2021؛ عثمان، 2022).

من بين الأدوات الحديثة التي تساهم في تعزيز الاستدامة التنظيمية، يبرز الذكاء التنافسي كعامل رئيسي يمكّن المنظمات من فهم بيئة الأعمال وتحليل المنافسين واستشراف التغيرات المستقبلية. فالذكاء التنافسي لا يقتصر فقط على جمع المعلومات، بل يشمل تحليلها واستخدامها لتطوير استراتيجيات مبتكرة تمنح المنظمة ميزة تنافسية مستدامة. وتساعد هذه العملية على تحسين عملية اتخاذ القرار، حيث يتمكن القادة من الاعتماد على بيانات دقيقة واستنتاجات مبنية على تحليل شامل للسوق والمنافسين، مما يعزز من قدرتهم على التكيف مع التحديات والاستفادة من الفرص الناشئة (الرميدي وآخرون، 2024).

يلعب الذكاء التنافسي دوراً مهماً في تعزيز الاستدامة التنظيمية من خلال تمكين الشركات من اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر وعياً ودقة. فمن خلال تحليل اتجاهات السوق، ورصد تحركات المنافسين، وفهم احتياجات العملاء المتغيرة، تستطيع المنظمات تحديد نقاط القوة والضعف واستغلال الفرص بطرق أكثر كفاءة (الحياري، 2020؛ محمد وآخرون، 2024). كما يساهم الذكاء التنافسي في تعزيز الابتكار من خلال توفير رؤى دقيقة حول أحدث التطورات في القطاع، مما

يساعد الشركات على تطوير حلول جديدة تلبى احتياجات العملاء بشكل أفضل. علاوةً على ذلك، فإنه يعزز المرونة التنظيمية، حيث يساعد الشركات على الاستعداد لمواجهة الأزمات والتغيرات غير المتوقعة من خلال تبني نهج استباقي قائم على المعلومات والتحليل العميق (الزهراني والعفيس، 2024؛ بني ملحم، 2022).

على الرغم من التنافسية العالية في قطاع السياحة وأهمية الاستدامة التنظيمية، لا تزال هناك فجوة بحثية في كيفية توظيف الذكاء التنافسي كأداة استراتيجية لتعزيز استدامة شركات السياحة. تتركز معظم الدراسات السابقة على الاستدامة من منظور الإدارة البيئية والمسؤولية الاجتماعية، بينما يُهمل دور الذكاء التنافسي في تحليل السوق، استشراف توجهات العملاء، وتطوير استراتيجيات تسويقية استباقية. كما أن العلاقة بين الذكاء التنافسي والابتكار في السياحة لم تحظَ بالدراسة الكافية، خاصة فيما يتعلق بالذكاء التكنولوجي، وذكاء المنافس، وذكاء العملاء، وذكاء التحالف الاستراتيجي. علاوةً على ذلك، فإن تأثير الذكاء التنافسي على استدامة القوى العاملة في السياحة لا يزال غير واضح، رغم اعتماد القطاع بشكل كبير على تحليل اتجاهات سوق العمل والتخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية. لذا، تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال استكشاف دور الذكاء التنافسي في تحقيق الاستدامة التنظيمية في شركات السياحة، مع التركيز على تأثير أبعاده الأربعة المتمثلة في الذكاء التكنولوجي، وذكاء المنافس، وذكاء العملاء، وذكاء التحالف الإستراتيجي على الاستدامة التنظيمية.

1.1 أهداف البحث:

- تقييم درجة الذكاء التنافسي والاستدامة التنظيمية في شركات السياحة المصرية.
- قياس أثر الذكاء التنافسي على تعزيز الاستدامة التنظيمية في شركات السياحة المصرية.
- تحليل أثر الأبعاد الأربعة للذكاء التنافسي (الذكاء التكنولوجي، وذكاء المنافس، وذكاء العملاء، وذكاء التحالف الإستراتيجي) على الاستدامة التنظيمية في شركات السياحة المصرية.
- تقديم مقترحات لتعزيز مستوى الذكاء التنافسي في شركات السياحة لضمان استدامتها على المدى الطويل.

2.1 فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية: يؤثر الذكاء التنافسي إيجابياً على تعزيز الاستدامة التنظيمية لشركات السياحة المصرية.

وتنقسم هذه الفرضية إلى أربع فرضيات فرعية على النحو التالي:

الفرضية الفرعية الأولى: يؤثر الذكاء التكنولوجي إيجابياً على تعزيز الاستدامة التنظيمية لشركات السياحة المصرية.

الفرضية الفرعية الثانية: يؤثر ذكاء المنافس إيجابياً على تعزيز الاستدامة التنظيمية لشركات السياحة المصرية.

الفرضية الفرعية الثالثة: يؤثر ذكاء العميل إيجابياً على تعزيز الاستدامة التنظيمية لشركات السياحة المصرية.

الفرضية الفرعية الرابعة: يؤثر ذكاء التحالف الإستراتيجي إيجابياً على تعزيز الاستدامة التنظيمية لشركات السياحة المصرية.

2. الإطار النظري

1.2 الذكاء التنافسي :

1.1.2 مفهوم الذكاء التنافسي:

يُعرف الذكاء التنافسي بأنه عملية جمع وتحليل وتفسير المعلومات المتعلقة بالمنافسين والسوق والاتجاهات الاقتصادية، بهدف دعم عملية اتخاذ القرار وتعزيز الميزة التنافسية للمنظمات. يركز الذكاء التنافسي على رصد بيئة الأعمال الخارجية والداخلية، مما يساعد الشركات على التنبؤ بالتغيرات السوقية، وفهم سلوك العملاء، وتطوير استراتيجيات استباقية لمواكبة التحديات والفرص المتاحة (الحبابي، 2020؛ الرميدي وآخرون، 2021). لا يقتصر الذكاء التنافسي على جمع البيانات فقط، بل يشمل تحليلها وتحويلها إلى رؤى عملية يمكن استخدامها في تحسين الأداء، تعزيز الابتكار، ودعم النمو المستدام. يُعد الذكاء التنافسي أداة حيوية للشركات لمواكبة التغيرات في الطلب السياحي، التوجهات الجديدة، وتوقع تحركات المنافسين، مما يساعدها على تطوير منتجات وخدمات مبتكرة تلبى احتياجات السوق المتغيرة وتعزز استدامتها على المدى الطويل (خاطر، 2024؛ Chukwuka & Imide, 2024).

2.1.2 أهمية الذكاء التنافسي:

يُعتبر الذكاء التنافسي عنصراً أساسياً في نجاح واستدامة المنظمات في بيئة الأعمال الحديثة، حيث يساعدها على تحليل المنافسين، فهم اتجاهات السوق، واستشراف الفرص والتحديات المستقبلية (ضياء وآخرون، 2021؛ Gunes & Ozer, 2024). مع تسارع التطورات التكنولوجية والتغيرات الاقتصادية، أصبح من الضروري أن تمتلك الشركات آليات متقدمة لجمع وتحليل البيانات بهدف تحسين عملية اتخاذ القرار وتعزيز الميزة التنافسية. من خلال الذكاء التنافسي، تستطيع المنظمات التكيف بسرعة مع التغيرات في السوق، استباق تحركات المنافسين، والاستفادة من الفرص الناشئة قبل غيرها، مما يمنحها تفوقاً استراتيجياً يمكنها من تحقيق نمو مستدام (الحاجي، 2024؛ نصار، 2022).

لا تقتصر أهمية الذكاء التنافسي على تحسين اتخاذ القرار الإداري، بل يمتد تأثيره إلى تعزيز الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات. فمن خلال تحليل بيانات السوق واتجاهات المستهلكين، تستطيع الشركات تحديد احتياجات العملاء بدقة وتقديم حلول مبتكرة تلبّي توقعاتهم. كما يساعد الذكاء التنافسي في تحسين كفاءة العمليات الداخلية، حيث يمكن الإدارات من رصد الأداء، تحديد نقاط القوة والضعف، وتحسين استراتيجيات التسويق والتوزيع وفقاً للمعطيات المستخلصة من السوق (الرميدي وآخرون، 2021؛ خليل وآخرون، 2024).

في قطاع السياحة، تزداد أهمية الذكاء التنافسي نظراً للطبيعة الديناميكية للصناعة، حيث تؤثر العوامل الاقتصادية، السياسية، والتكنولوجية على سلوك المسافرين واتجاهات الطلب السياحي. يساعد الذكاء التنافسي شركات السياحة على متابعة تغيرات أنماط السفر، تحليل الأسواق المستهدفة، والتكيف مع التحديات مثل الأزمات الاقتصادية أو التغيرات في اللوائح التنظيمية. كما يساهم في تطوير استراتيجيات تسويقية أكثر فاعلية من خلال فهم احتياجات السياح وتوقعاتهم، مما يعزز تجربة العملاء ويحسن السمعة التنافسية للشركة (المصري، 2023؛ الزهراني، 2022).

علاوة على ذلك، يلعب الذكاء التنافسي دوراً هاماً في إدارة المخاطر والتخطيط الاستراتيجي، حيث يمكن المنظمات من التنبؤ بالتهديدات المحتملة، سواء كانت من المنافسين أو من التغيرات البيئية والتكنولوجية، مما يساعدها على وضع خطط وقائية لضمان استمراريته في السوق. كما يدعم الذكاء التنافسي القرارات الاستثمارية، حيث يمكن الشركات من تحديد الفرص الاستثمارية

الأكثر ربحية وتوجيه الموارد بكفاءة لتعظيم العائدات (صديقي وحمو، 2022؛ Aljaafreh et al., 2024; Ibrahim et al., 2025).

كما يُعد الذكاء التنافسي أداة استراتيجية لا غنى عنها في بيئة الأعمال الحديثة، حيث يمكن للمنظمات من التعامل بفعالية مع التحديات، تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، وضمان البقاء والنمو في سوق دائم التغير. لذلك، ينبغي على الشركات تبني تقنيات متطورة وأدوات تحليلية قوية للاستفادة القصوى من الذكاء التنافسي وتعزيز قدرتها على المنافسة والاستدامة (المصري، 2023؛ خليل وآخرون، 2024).

2.2 الاستدامة التنظيمية:

1.2.2 مفهوم الاستدامة التنظيمية:

الاستدامة التنظيمية هي قدرة المنظمة على تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية، البيئية، والاجتماعية لضمان بقائها ونموها على المدى الطويل. لا تقتصر الاستدامة على تحقيق الأرباح قصيرة الأجل، بل تشمل أيضًا تعزيز الكفاءة التشغيلية، تحسين استغلال الموارد، والابتكار المستمر لمواكبة التغيرات في بيئة الأعمال. تعتمد الاستدامة التنظيمية على تطوير استراتيجيات متكاملة تضمن استمرارية الأداء، وتحافظ على قدرة المنظمة على المنافسة في الأسواق الديناميكية، مع مراعاة القيم الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية (الرميدي وآخرون، 2024؛ الميالي والحسني، 2022).

تشمل الاستدامة التنظيمية ثلاثة أبعاد رئيسية: البعد الاقتصادي، البعد البيئي، والبعد الاجتماعي. من الناحية الاقتصادية، تسعى المنظمات إلى تعزيز الإنتاجية، تقليل التكاليف، وتحقيق عائدات مالية مستدامة من خلال الاستثمار في التقنيات الحديثة، تحسين إدارة الموارد، وتعزيز الكفاءة التشغيلية. أما البعد البيئي، فيتعلق بمدى قدرة المنظمة على تقليل البصمة البيئية، تطبيق سياسات صديقة للبيئة، واستخدام الموارد الطبيعية بشكل أكثر استدامة. وأخيرًا، البعد الاجتماعي يركز على تعزيز رفاهية الموظفين، دعم المجتمع، وتطوير علاقات قوية مع أصحاب المصلحة لضمان بيئة عمل مستقرة ومستدامة (الكشاك وآخرون، 2022؛ عثمان، 2022؛ Bilderback, 2024).

في ظل التغيرات السريعة في الأسواق، أصبحت الاستدامة التنظيمية ضرورة استراتيجية وليست مجرد خيار، حيث تؤثر بشكل مباشر على قدرة المنظمة على مواجهة الأزمات، الابتكار،

والتكيف مع التغيرات التكنولوجية والاقتصادية. المنظمات التي تبني استراتيجيات استدامة قوية تحقق ميزة تنافسية مستدامة، حيث تكون أكثر قدرة على التعامل مع المخاطر، جذب المستثمرين، وتعزيز سمعتها في السوق. لذلك، يعد تطبيق نماذج الاستدامة التنظيمية عاملاً حاسماً لضمان نجاح المنظمات في المستقبل (عسيري ومهدي، 2024؛ Al-Romeedy, 2024).

2.2.2 العوامل المؤثرة على تحقيق الاستدامة التنظيمية :

تعتمد الاستدامة التنظيمية على مجموعة من العوامل التي تؤثر على قدرة المنظمة على تحقيق النمو والاستمرارية في بيئة عمل ديناميكية. تتداخل هذه العوامل بين الجوانب الاستراتيجية، التشغيلية، التكنولوجية، والثقافية، مما يتطلب نهجاً شاملاً لضمان تحقيق الاستدامة على المدى الطويل. أولاً، القيادة والإدارة الفعالة تعد من العوامل الحاسمة في تحقيق الاستدامة التنظيمية، حيث تلعب الرؤية الاستراتيجية والقدرة على اتخاذ القرارات المدروسة دوراً محورياً في توجيه المنظمة نحو أهدافها طويلة الأجل. القادة القادرون على تحفيز فرق العمل، تعزيز ثقافة الابتكار، وتطبيق مبادئ الإدارة المستدامة يساهمون بشكل كبير في ضمان بقاء المنظمة ونموها. كما أن توفير بيئة عمل تشجع على التطوير المستمر يساعد في تحقيق التكيف مع المتغيرات الخارجية والحفاظ على القدرة التنافسية (ذكرى وآخرون، 2024).

ثانياً، الابتكار والتكنولوجيا هما عنصران رئيسيان في دعم الاستدامة التنظيمية، حيث يساعدان في تحسين الكفاءة التشغيلية، تطوير المنتجات والخدمات، وتبني حلول جديدة تزيد من القدرة التنافسية. تعتمد المنظمات الناجحة على تحليل البيانات، الذكاء الاصطناعي، وأتمتة العمليات لتوفير حلول مستدامة تحسن الأداء وتقلل الهدر. فالتحول الرقمي والاستثمار في التقنيات الحديثة يتيحان للمنظمات تطوير نماذج أعمال أكثر مرونة واستدامة (الراعي، 2024؛ الميالي والحسني، 2023).

ثالثاً، الثقافة التنظيمية والاستدامة البيئية تلعبان دوراً مهماً في تعزيز الاستدامة. تعتمد المنظمات المستدامة على ثقافة مؤسسية تُشجع على المسؤولية الاجتماعية، التعاون، والتكيف مع المتغيرات. كما أن الالتزام بالمعايير البيئية والاستدامة البيئية، مثل تقليل الانبعاثات، تحسين استهلاك الموارد، وتطبيق استراتيجيات صديقة للبيئة، يعزز استدامة الأعمال ويعزز السمعة المؤسسية (الريش، 2024؛ الرميدي، وإمام، 2024؛ الحميدي، 2023).

رابعاً، الموارد البشرية ورأس المال الفكري يؤثران بشكل مباشر على تحقيق الاستدامة التنظيمية، حيث يعد الموظفون من أهم الأصول التي تمتلكها المنظمة. تعتمد الاستدامة على تطوير مهارات الموظفين، تعزيز بيئة عمل محفزة، وتوفير فرص تدريب مستمرة لضمان تحقيق إنتاجية عالية والاحتفاظ بالكفاءات. المنظمات التي تستثمر في تنمية رأس المال البشري تكون أكثر قدرة على مواكبة التغيرات وتحقيق استدامة طويلة الأجل (الراعي، 2024؛ الحسيني والميالي، 2023؛ Zaman & Kusi-Sarpong, 2024).

خامساً، إدارة المخاطر والتخطيط الاستراتيجي من العوامل المهمة في تحقيق الاستدامة، حيث تحتاج المنظمات إلى تحليل المخاطر المحتملة، ووضع خطط استباقية للتعامل مع التحديات المستقبلية. يشمل ذلك التخطيط المالي، تقييم الأوضاع الاقتصادية، وتحليل تأثير المتغيرات السياسية والتكنولوجية، مما يساعد في اتخاذ قرارات مستدامة تقلل من تأثير الأزمات (الجبوري وناصر، 2023؛ محمد وآخرون، 2021).

أخيراً، الذكاء التنافسي يعد عنصراً أساسياً في تحقيق الاستدامة التنظيمية، حيث يساعد المنظمات على تحليل بيئة الأعمال، فهم سلوك المنافسين، واستشراف الفرص والتحديات المستقبلية. من خلال استخدام تقنيات تحليل البيانات واستراتيجيات التسويق الذكي، يمكن للمنظمات تحسين أدائها وتعزيز مكانتها في السوق، مما يدعم تحقيق الاستدامة على المدى الطويل. بالتالي، تعتمد الاستدامة التنظيمية على التكامل بين القيادة الفعالة، الابتكار، الثقافة المؤسسية، رأس المال البشري، وإدارة المخاطر، مما يتطلب استراتيجيات متكاملة تضمن تحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي، الاستدامة البيئية، والمسؤولية الاجتماعية (الريميدي وآخرون، 2024؛ جهلول وخضير، 2024).

3. الدراسة الميدانية

1.3 أداة الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم تأثير الذكاء التنافسي بأبعاده الأربعة، وهي الذكاء التكنولوجي، ذكاء المنافس، ذكاء العميل، وذكاء التحالف الاستراتيجي، على تحقيق الاستدامة التنظيمية في شركات السياحة المصرية. لتحقيق هذا الهدف، تم تصميم استبيان مكوّن من عدة أقسام. القسم الأول يتناول الخصائص الديموغرافية (الجنس، مستوى التعليم، العمر، وعدد سنوات الخبرة) أما القسم الثاني فيركز على تقييم مستوى الذكاء التنافسي في شركات السياحة عن طريقة أربعة أبعاد

(الذكاء التكنولوجي، ذكاء المنافس، ذكاء العميل، وذكاء التحالف الاستراتيجي) من خلال 34 عبارة مستمدة من دراسة حسن وإبراهيم (2019). المحور الثاني هدف إلى قياس مستوى الاستدامة التنظيمية في شركات السياحة باستخدام 7 عبارات مستمدة من دراسة Amjad et al (2021). تم تصميم الاستبيان باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، الذي يتراوح بين خمس درجات لقياس مدى الموافقة، وهي: (1) غير موافق إطلاقاً، (2) غير موافق، (3) محايد، (4) موافق، (5) موافق تماماً.

2.3 مجتمع الدراسة وحجم العينة:

تمثل مجتمع الدراسة في مديري شركات السياحة فئة (أ) في محافظتي القاهرة والجيزة، حيث بلغ عدد الشركات 1693 شركة وفقاً لبيانات وزارة السياحة والآثار (2021). تشمل هذه الشركات مجموعة واسعة من الأنشطة السياحية مثل السياحة الخارجية والداخلية، حجز تذاكر الطيران الدولي والمحلي، تنظيم الحج والعمرة، والنقل السياحي، بالإضافة إلى العديد من الخدمات السياحية الأخرى. وفقاً لـ Saunders et al (2019)، عندما يبلغ مجتمع الدراسة بين 1000 - 2000 فرد، فإن حجم العينة المثالي يتراوح بين 278 - 322 شخصاً. بناءً على ذلك، تم توزيع 681 استمارة على عينة عشوائية من مديري شركات السياحة المصرية فئة "أ" في القاهرة والجيزة خلال الفترة من مارس 2024 إلى نوفمبر 2024. تم توزيع الاستمارات بشكل ورقي من خلال الاستعانة بمساعدين لتسهيل عملية جمع البيانات. على الرغم من ذلك، تم العثور على 163 استمارة غير صالحة للتحليل بسبب عدم اكتمال الإجابة على العديد من العبارات أو وجود إجابات غير دقيقة. وبالتالي، بلغ عدد الاستمارات الصالحة للتحليل 518 استمارة، مما يمثل نسبة استجابة بلغت 76.1%. تجدر الإشارة إلى أن عملية جمع البيانات تمت بموافقة المستجيبين الذين تم إبلاغهم بالسرية التامة للمعلومات التي سيقدمونها. تم التأكيد للمستجيبين على أن بياناتهم ستظل سرية ولن يتم استخدامها لأغراض أخرى سوى الغرض البحثي، وذلك لضمان الأمان والخصوصية. كما تم الحصول على موافقة جميع المشاركين قبل بدء جمع البيانات، حيث تم توضيح أن المشاركة في الاستبيان طوعية وأن المستجيبين يمكنهم الانسحاب في أي وقت دون أي تبعات.

بالنسبة للخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة؛ تمثل الذكور نسبة 82% من العينة، بينما تشكل الإناث 18% فقط. أما على مستوى التعليم، فإن الغالبية العظمى من المشاركين يحملون مؤهلات جامعية بنسبة 94.2%. بالنسبة للعمر، كانت الفئة الأكبر من المشاركين في الفئة

العمرية من 45 إلى أقل من 55 سنة، حيث شكلوا 60.7% من العينة، مما قد يعكس خبرة كبيرة في العمل. كما أن فئة من 35 إلى أقل من 45 سنة كانت تمثل 21%، في حين كانت نسبة الذين تقل أعمارهم عن 35 سنة 2.7%، مما يعكس تواجد عدد محدود من الشباب في العينة. أما فيما يتعلق بعدد سنوات الخبرة، فإن أكبر نسبة من المشاركين (64.3%) لديهم خبرة تتراوح بين 10 إلى أقل من 20 سنة، مما يشير إلى مستوى متقدم من الخبرة في مجال العمل، بينما جاءت نسبة الموظفين ذوي الخبرة أقل من 10 سنوات 1.7%، ونسبة الذين لديهم خبرة 20 سنة فأكثر 34%.

3.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحليل بيانات الدراسة واختبار فروضها، اعتمد الباحث على برنامج SPSS الإصدار 28. تم تطبيق مجموعة من الأساليب الإحصائية المتقدمة لضمان دقة النتائج وتفسيرها بشكل علمي، على النحو الآتي:

- اختبار معامل الثبات والاعتمادية: تم قياس معامل ألفا كرونباخ لتقييم مدى ثبات ودقة أدوات القياس المستخدمة في الاستبيان.
- التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري: تم تحليل البيانات الوصفية لتحديد الخصائص الديموغرافية للمشاركين. كما تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفهم الاتجاهات العامة والإجابة على العبارات.
- معامل ارتباط بيرسون: تم استخدامه لقياس قوة واتجاه العلاقة بين الذكاء التنافسي والاستدامة التنظيمية، مع تفسير دلالات العلاقة الإحصائية سواء كانت موجبة أو سالبة.
- تحليل الانحدار المتعدد: تم استخدامه لتحديد التأثير المجمع للذكاء التنافسي على الاستدامة التنظيمية.

4. تحليل النتائج

1.4 اختبار الثبات والاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ):

تشير نتائج معامل الثبات بالجدول (1) إلى أن الأدوات المستخدمة في قياس المتغيرات المختلفة في الدراسة تتمتع بمستوى عالٍ من الموثوقية والدقة. فقد حصل الذكاء التنافسي على معامل ثبات قدره 0.901، مما يدل على موثوقية قوية، وتوزع هذا الثبات بشكل جيد على أبعاده الأربعة: الذكاء التكنولوجي (0.897)، ذكاء المنافس (0.845)، ذكاء العميل (0.917)، وذكاء التحالف الاستراتيجي (0.900)، مما يعكس قوة الأدوات المستخدمة لقياس هذه الأبعاد. كما أظهر الذكاء

التنافسي والاستدامة التنظيمية معامل ثبات جيداً قدره 0.872، مما يعزز من مصداقية نتائج الدراسة ويعكس قدرة الأداة على قياس هذه المتغيرات بدقة عالية.

الجدول 1: معامل الثبات والاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ)

المتغيرات/الأبعاد	قيمة معامل الثبات	عدد العبارات
الذكاء التنافسي	0.901	34
الذكاء التكنولوجي	0.897	9
ذكاء المنافس	0.845	11
ذكاء العميل	0.917	8
ذكاء التحالف الإستراتيجي	0.900	6
الاستدامة التنظيمية	0.872	7

المصدر: من إعداد الباحث.

2.4 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

تشير نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري بالجدول رقم (2) إلى تنوع في تقييمات الأبعاد المختلفة للمتغيرات المدروسة. بالنسبة للذكاء التنافسي، الذي يتكون من أربعة أبعاد، بلغ المتوسط الحسابي له 3.81، مما يدل على تقييم معتدل نسبياً لهذا البعد في الشركات محل الدراسة. ومع ذلك، يظهر أن هناك بعض التباين في الآراء حول هذا الموضوع، حيث جاء الانحراف المعياري بمقدار 0.688. بالنسبة لأبعاد للذكاء التنافسي، سجل الذكاء التكنولوجي 3.98 كمتوسط حسابي، مما يشير إلى تقييم جيد نسبياً، مع انحراف معياري قدره 0.783، مما يعكس تبايناً معتدلاً في الآراء بين المشاركين. من جهة أخرى، حقق ذكاء المنافس متوسطاً قدره 3.65 مع انحراف معياري يصل إلى 0.903، مما يدل على تقييم أقل لهذا البعد مقارنة بالأبعاد الأخرى مع زيادة في التباين بين الآراء. أما ذكاء العميل، فقد حقق أعلى متوسط حسابي بين الأبعاد بـ 4.11، مع انحراف معياري قدره 0.833، مما يشير إلى تقييم إيجابي نسبياً لهذا البعد، مع تباين معتدل في الآراء. بينما سجل ذكاء التحالف الاستراتيجي أقل متوسط حسابي بمقدار 3.51 مع انحراف معياري قدره 0.967، مما يدل على تباين أكبر في تقييم هذا البعد من المشاركين. أما الاستدامة التنظيمية، فقد حصلت على متوسط حسابي قدره 3.89، مع انحراف معياري بمقدار 0.804، مما يعكس تقييماً جيداً لهذا المتغير، لكن مع وجود تباين معتدل في آراء المشاركين.

الجدول 2: استجابات عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة

المتغيرات/الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الذكاء التنافسي	3.81	0.688
الذكاء التكنولوجي	3.98	0.783
ذكاء المنافس	3.65	0.903
ذكاء العميل	4.11	0.833
ذكاء التحالف الإستراتيجي	3.51	0.967
الاستدامة التنظيمية	3.89	0.804

المصدر: من إعداد الباحث.

3.4 نتائج اختبار الانحدار المتعدد:

لتحديد درجة تأثير الذكاء التنافسي بأبعاده الأربعة على الاستدامة التنظيمية في شركات السياحة؛ تم إجراء تحليل الانحدار المتعدد. تُبرز النتائج بالجدول (3) وجود علاقة إيجابية معتدلة بين المتغيرين، حيث بلغ معامل الارتباط 0,636. هذا يشير إلى أن زيادة مستوى الذكاء التنافسي يرتبط بشكل إيجابي مع تحسين الاستدامة التنظيمية، مما يعكس أن الشركات التي تعزز من ممارسات الذكاء التنافسي تكون أكثر قدرة على الحفاظ على استدامتها على المدى الطويل.

مربع الارتباط (0,405) يُظهر أن 40.5% من التباين في الاستدامة التنظيمية يمكن تفسيره من خلال الذكاء التنافسي. وهذه القيمة تعكس تأثيرًا كبيرًا للذكاء التنافسي على الاستدامة التنظيمية، ولكن في الوقت نفسه تشير إلى أن هناك عوامل أخرى تساهم في تفسير التغيرات في الاستدامة التنظيمية. أما معامل التحديد المعدل (0,400)، فإنه يُظهر التأثير المعدل بعد أخذ العوامل الأخرى في الحسبان، مما يعني أن الذكاء التنافسي يساهم بنسبة 40% في تفسير التغيرات في الاستدامة التنظيمية عندما يتم مراعاة العوامل الأخرى. هذا يعني أن هناك عوامل إضافية قد تؤثر أيضًا على العلاقة بين الذكاء التنافسي والاستدامة التنظيمية. فيما يخص الخطأ المعياري للتقدير (0,70374)، فهو يُظهر دقة النموذج في تقدير القيم الفعلية للمتغير التابع (الاستدامة التنظيمية). ورغم أن القيمة تشير إلى وجود خطأ معين في التقديرات، إلا أنها تعتبر مقبولة بالنظر إلى حجم التأثير الذي يقدمه الذكاء التنافسي في الاستدامة التنظيمية.

الجدول 3: نموذج العلاقة التأثيرية بين الذكاء التنافسي والاستدامة التنظيمية

معامل الارتباط	مربع الارتباط	معامل التحديد المعدل	الخطأ المعياري للتقدير
0.636	0.405	0.400	0.70374

المصدر: من إعداد الباحث.

كما تشير نتائج تحليل التباين الأحادي بالجدول (4) إلى أن الانحدار بين المتغيرات المدروسة له تأثير كبير على النتائج، حيث يظهر أن مجموع المربعات للانحدار بلغ 172.786، مع 4 درجات حرية، وهو ما يعكس مدى التباين الناتج عن التأثير المشترك للمتغيرات المستقلة. كما أن متوسط المربعات للانحدار بلغ 43,196، وهو يعكس حجم التباين الناتج عن النموذج. أما قيمة f التي بلغت 87.221، فهي قيمة كبيرة تشير إلى أن النموذج المقدر يفسر التباين بشكل جيد، مما يعني أن المتغيرات المستقلة تساهم بشكل كبير في تفسير التباين في المتغير التابع. ومستوى المعنوية البالغ 0.000 يدل على أن النتائج ذات دلالة إحصائية قوية، مما يعني أن العلاقة بين المتغيرات المدروسة ليست صدفة. بالنسبة للبواقي، بلغ مجموع المربعات 254.064، مع 513 درجة حرية، مما يشير إلى أن هناك تبايناً غير مفسر في البيانات. متوسط المربعات للبواقي بلغ 0.495، وهو قيمة منخفضة تعكس أن التباين غير المفسر في البيانات صغير نسبياً. إجمالي التباين في النموذج كان 426,849 مع 517 درجة حرية، مما يشير إلى أن النموذج العام يتعامل مع معظم التباين في البيانات. بناءً على هذه النتائج، يمكننا التأكيد على أن الذكاء التنافسي والاستدامة التنظيمية يفسران جزءاً كبيراً من التباين في البيانات المدروسة، مما يعكس فاعلية التأثيرات التي تم قياسها في تحليل التباين الأحادي.

الجدول 4: نتائج تحليل التباين الأحادي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة f	مستوى المعنوية
الانحدار	172.786	4	43.196	87.221	0.000
البواقي	254.064	513	0.495		
الإجمالي	426.849	517			

المصدر: من إعداد الباحث.

كذلك تشير نتائج معاملات الانحدار بين الذكاء التنافسي والاستدامة التنظيمية بالجدول (5) إلى تأثيرات قوية وذات دلالة إحصائية كبيرة للذكاء التنافسي على الاستدامة التنظيمية عبر مختلف أبعاده.

- الذكاء التكنولوجي يظهر أعلى تأثير حيث بلغ معامل الانحدار له 0,451، ومعامل الانحدار المعياري Beta كان 0,510، مما يعكس تأثيراً قوياً على الاستدامة التنظيمية. كما أن قيمة t المحسوبة كانت 8,866، مع مستوى دلالة 0.000.
- ذكاء المنافس أظهر أيضاً تأثيراً ملحوظاً، حيث بلغ معامل الانحدار له 0,208، ومعامل الانحدار المعياري Beta كان 0,244، مع قيمة t المحسوبة 5,185 ودلالة إحصائية 0.000.
- ذكاء العميل كان له تأثير معتدل، حيث بلغ معامل الانحدار له 0,127، ومعامل الانحدار المعياري Beta كان 0.152. قيمة t المحسوبة كانت 2,431 مع مستوى دلالة 0.015.
- ذكاء التحالف الاستراتيجي أظهر أيضاً تأثيراً ملحوظاً، حيث بلغ معامل الانحدار له 0,203، ومعامل الانحدار المعياري Beta كان 0,217. وقيمة t المحسوبة كانت 2,895، مع مستوى دلالة 0.004.

إجمالاً، تظهر النتائج أن الذكاء التكنولوجي وذكاء المنافس لهما التأثير الأكبر على الاستدامة التنظيمية، بينما تأثير ذكاء العميل وذكاء التحالف الاستراتيجي أقل قوة لكن ما زال لهما تأثير إيجابي ومهم. بناءً على النتائج السابق؛ يتم قبول الفرضية الرئيسية للدراسة، وكذلك الفرضيات الفرعية الأربعة.

الجدول 5: معاملات انحدار الذكاء التنافسي على الاستدامة التنظيمية

Sig.	t	معامل الانحدار المعياري Beta	الخطأ المعياري	معامل الانحدار	
0.000	12.223		0.151	1,840	ثابت الانحدار
0.000	8.866	0.510	0.051	0.451	الذكاء التكنولوجي
0.000	5.185	0.244	0.040	0.208	ذكاء المنافس
0.015	2.431	0.152	0.052	0.127	ذكاء العميل
0.004	2.895	0.217	0.070	0.203	ذكاء التحالف الإستراتيجي

المصدر: من إعداد الباحث.

5. خاتمة

تشير النتائج إلى تنوع في تقييمات الأبعاد المختلفة للذكاء التنافسي والاستدامة التنظيمية. يُظهر الذكاء التنافسي، الذي يتضمن أربعة أبعاد، تقييماً معتدلاً بشكل عام، مع تباين في الآراء بين المشاركين. يتمتع الذكاء التكنولوجي بتقييم جيد نسبياً، بينما يُظهر ذكاء المنافس تقييماً أقل مع زيادة في تباين الآراء. أما ذكاء العميل، فقد حصل على أعلى تقييم، مما يعكس تقديراً إيجابياً لهذا البعد، بينما جاء ذكاء التحالف الاستراتيجي في المرتبة الأدنى. فيما يتعلق بالاستدامة التنظيمية، حصلت على تقييم جيد، مما يدل على وجود تباين معتدل في الآراء. تشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد إلى وجود علاقة إيجابية معتدلة بين الذكاء التنافسي والاستدامة التنظيمية، مما يعني أن زيادة مستوى الذكاء التنافسي يرتبط بتحسين الاستدامة. كما تشير النتائج إلى أن الذكاء التنافسي يساهم بشكل كبير في تفسير التغيرات في الاستدامة، مع وجود عوامل أخرى تؤثر أيضاً. تظهر معاملات الانحدار أن الذكاء التكنولوجي وذكاء المنافس لهما التأثير الأكبر على الاستدامة التنظيمية، بينما تأثير ذكاء العميل وذكاء التحالف الاستراتيجي أقل قوة لكنه لا يزال مهماً. هذه النتائج تعكس أهمية تعزيز ممارسات الذكاء التنافسي لتحقيق استدامة فعالة في الشركات.

استناداً لتلك النتائج؛ ينبغي على شركات السياحة تعزيز الذكاء التكنولوجي كخطوة أساسية لتحسين استدامتها التنظيمية. الاستثمار في التقنيات الحديثة، مثل أنظمة إدارة البيانات وتحليل السوق، سيمكن الشركات من تحسين الكفاءة التشغيلية وتقديم خدمات مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل. يتعين على الشركات أيضاً تطوير استراتيجيات تنافسية فعالة من خلال تحليل السوق والمنافسين، مما يساهم في تعزيز مكانتها وزيادة رضا العملاء. علاوة على ذلك، ينبغي على الشركات إيلاء أهمية كبيرة لذكاء العميل من خلال فهم احتياجاتهم ورغباتهم بشكل عميق. يمكن تحقيق ذلك عبر استبيانات دورية وملاحظات مباشرة، مما يساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة وزيادة ولاء العملاء. كما يُعتبر تطوير علاقات التحالفات الاستراتيجية أداة فعالة لتعزيز الاستدامة، حيث يمكن للشركات البحث عن شراكات مع مؤسسات أخرى لتعزيز الموارد وتبادل المعرفة. لا يقل أهمية عن ذلك، يجب أن تستثمر الشركات في تدريب وتطوير موظفيها، مما يمكنهم من اكتساب المهارات اللازمة لتعزيز الذكاء التنافسي. تقديم برامج تدريبية تركز على المهارات التقنية والإدارية يعزز من قدرة الموظفين على المساهمة بفعالية في تحقيق

أهداف الشركة. وأخيرًا، يُنصح بإجراء تقييمات دورية للأداء في مجالات الذكاء التنافسي والاستدامة التنظيمية. يساعد هذا التقييم في تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين، مما يوفر رؤية واضحة حول الاستراتيجيات المستقبلية. باتباع هذه التوصيات، يمكن لشركات السياحة تعزيز قدرتها التنافسية وتحقيق نجاح مستدام في السوق.

6. قائمة المراجع :

1.6 المراجع العربية:

- الجبوري، جمال وناصر، مشتاق (2023) دور صوت الموارد البشرية في تعزيز الاستدامة المنظمة: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في دائرة صحة كركوك، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، 13(2)، 39-48.
- الجعفرية، نسرین (2021) أثر الذكاء التنافسي على القرار الاستراتيجي في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة مؤتة.
- الحاجي، هاني (2024) فاعلية تطبيق عمليات الذكاء التنافسي CI على الاستراتيجيات التسويقية لدعم وتطوير خدمات المكتبات الأكاديمية: دراسة تقييمية على عينة من المكتبات الأكاديمية السعودية في منطقة الغربية، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، 15(2)، 105-126.
- الحبابي، علي (2020) أثر التوجه الإبداعي في الذكاء التنافسي: الدور الوسيط للقيادة الاستراتيجية في شركات الاتصالات القطرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة مؤتة.
- الحدراوي، رافد والذبحاوي، عامر (2020) دور الوعي الاستراتيجي في تحقيق الاستدامة التنظيمية: دراسة استطلاعية في معمل سمنت النجف الأشرف، آداب الكوفة، 12(43)، 499-522.
- الحسيني، محمد والميالي، حاكم (2023) دور الاستقامة التنظيمية في تعزيز الاستدامة الاستراتيجية: دراسة استطلاعية جامعة الكوفة، مجلة الكلية الإسلامية الجامعة، 71، 521-552.
- الحميدي، منال (2023) أثر التطوير التنظيمي على الاستدامة التنظيمية: دراسة ميدانية على جامعة الطائف، المجلة التربوية، 111، 465-517.
- الحيارى، عبد الحميد (2020) الذكاء التنافسي وأثره في الترويج الإلكتروني في المصارف التجارية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
- الراعي، عبد الوهاب (2024) الدور الوسيط للاستدامة التنظيمية في العلاقة بين إدارة المواهب والتميز المؤسسي: دراسة تطبيقية على شركة مياه الشرب والصرف الصحي في محافظة الدقهلية، مجلة البحوث المالية والتجارية، 3، 1-39.

- الرميدي، بسام وإمام، محمود (2024) هل تساهم العلامة التجارية لصاحب العمل في الاحتفاظ بالموهب والفاعلية التنظيمية لشركات السياحة؟ الدور الوسيط للمسئولية الاجتماعية المشتركة والتوافق بين الفرد والمنظمة، مجلة كلية السياحة والفنادق – جامعة مدينة السادات، 8(1/1)، 1-26.
- الرميدي، بسام؛ أبو رية، مروة وأبو زيد، رضا (2024) هل المؤسسات السياحية والفندقية قادرة على تحقيق الاستدامة التنظيمية بعد جائحة كوفيد19؟: خارطة طريق للمستقبل، مجلة كلية السياحة والفنادق – جامعة مدينة السادات، 8(1)، 106-151.
- الرميدي، بسام؛ الصوالحي، هيثم وشوالي، عبد الفتاح (2021) أثر الذكاء الإستراتيجي على النجاح التنظيمي في المؤسسات السياحية والفندقية: الدور الوسيط للتوجه الريادي، مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات، 5(1/1)، 192-216.
- الريش، سلمى (2024) الاستدامة التنظيمية كمدخل لتطوير الإدارة المدرسية، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، 37، 321-334.
- الزهراني، عبد الواحد (2022) الذكاء التنافسي لتحقيق الاستقلالية المالية بالجامعات السعودية وفق استراتيجية المحيط الأزرق: جامعة الباحة أنموذجا، مجلة جامعة الملك خالد للعلوم التربوية، 9(3)، 226-259.
- الزهراني، نسرین والعفيص، أفنان (2024) درجة توافر أبعاد الذكاء التنافسي لدى إدارات مدارس التعليم الأهلي بمدينة جدة، مجلة الدراسات التربوية والإنسانية، 16(3)، 689-725.
- الطائي، يوسف والمحنة، حسن (2023) الشغف الزبوني وأثره في الاستدامة التنظيمية: دراسة تحليلية في مراكز بيع المنتجات الإلكترونية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، 19(4)، 695-725.
- الكشاك، سارة؛ محمد، حميدة والرميدي، بسام (2022) أثر التسويق الريادي على استدامة الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على شركة مصر للطيران، مجلة كلية السياحة والفنادق-جامعة مدينة السادات، 6(1/2)، 45-70.
- المصري، إيمان (2023) الذكاء التنافسي لدى مديري المدارس الخاصة وعلاقته بالرشاقة التنظيمية من وجهة نظر المعلمين في عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم التربوية، جامعة الشرق الأوسط.

- الميالي، حاكم والحسني، محمد (2022) دور الاستقامة التنظيمية في تعزيز الاستدامة التنظيمية: دراسة استطلاعية في جامعة الكوفة، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، 18(2)، 440-417.
- الميالي، حاكم والحسني، محمد (2023) دور القيادة الأخلاقية في تعزيز الاستدامة التنظيمية: دراسة استطلاعية في جامعة الكوفة، مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الإنسانية، 17(33)، 153-121.
- بني ملح، عمر (2022) أثر تطبيق الذكاء التنافسي في تحديد استراتيجيات الدخول إلى الأسواق العالمية: دراسة حالة / شركة الدرة العالمية للمنتجات الغذائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة جرش.
- جهلول، إيمان وخضير، وميض (2024) تأثير رأس المال الفكري الأزرق على الاستدامة التنظيمية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من المديرين في الشركة العامة لصناعة الأسمدة الجنوبية، العلوم الاقتصادية، 19(73)، 73-49.
- حسن، دنيا وإبراهيم، بشرى (2019) الذكاء التنافسي وأثره في التغيير التنظيمية – دراسة تحليلية في وزارة العلوم والتكنولوجيا دائرة البحث والتطوير الصناعي، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، 58، 168-143.
- خاطر، سامح (2024) توسيط استراتيجية المحيط الأزرق في العلاقة بين الذكاء التنافسي وأبعاد الأداء الابتكاري: دراسة ميدانية، مجلة البحوث المالية والتجارية، 2، 198-139.
- خليل، نبيل؛ دياب، عبد الباسط وحليم، كارولين (2024) واقع تطبيق إدارة الذكاء التنافسي بالمدارس الخاصة بمحافظة سوهاج، مجلة شباب الباحثين في العلوم التربوية، 25، 368-329.
- زكري، ميرنا؛ عبد الوارث، مروة؛ الرميدي، بسام والرفاعي، هالة (2024) أثر التحول الرقمي على أداء شركات الطيران بعد جائحة كورونا، مجلة كلية السياحة والفنادق – جامعة مدينة السادات، 8(2/1)، 105-80.
- صديقي، حياة وحمو، نادية (2022) دور الذكاء التنافسي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة البنوك الجزائرية، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، 5(1)، 52-31.
- ضياء، رشاد؛ يحيي، نهاد والرميدي، بسام (2021) دور الإبداع التكنولوجي في خلق ميزة تنافسية مستدامة بشركات السياحة المصرية، مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات، 5(2/2)، 69-49.
- عثمان، منى (2022) بدائل استراتيجية مقترحة لتفعيل التخطيط للاستدامة التنظيمية وتحقيق التنافسية المستدامة للجامعات المصرية، المجلة التربوية، 101، 180-91.

- عسيري، أمجاد ومهدي، فاطمة (2024) دور اللوجستيات العكسية الخضراء في تعزيز الاستدامة التنظيمية: دراسة تطبيقية على شركة أراك للرعاية الصحية بأبها، مجلة التجارة والتمويل، 3، 89-137.
- محمد، أنغام؛ المهدي، سوزان ومغاوري، هالة (2024) الذكاء التنافسي مدخل لتطوير إدارة وحدات ضمان الجودة بالكلية المصرية في ضوء خبرة الإمارات العربية المتحدة، مجلة بحوث، 4(2)، 78-109.
- محمد، سها؛ إمام، محمود والرميدي، بسام (2021) أثر القيادة المستدامة والتوجه الريادي في شركات الطيران المصرية: مصر للطيران كدراسة حالة، مجلة اتحاد الجامعات العربية - كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس، 20(3)، 261-310.
- نصار، محمد (2022) أثر الذكاء التنافسي في الرشاقة التنظيمية في البنوك المدرجة في بورصة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة آل البيت.

2.6 المراجع الأجنبية:

- Aljaafreh, N. A. A., De-Pablos-Heredero, C., & Orea-Giner, A. (2024). Competitive intelligence in tourism: charting future directions through bibliometric analysis. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2024-0015>
- Al-Romeedy, B. S. (2024). Green Human Resource Management and Organizational Sustainability in Airlines—EgyptAir as a Case Study. In *Green Human Resource Management: A View from Global South Countries* (pp. 367-386). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Amjad, F., Abbas, W., Zia-Ur-Rehman, M., Baig, S. A., Hashim, M., Khan, A., & Rehman, H. U. (2021). Effect of green human resource management practices on organizational sustainability: the mediating role of environmental and employee performance. *Environmental Science and Pollution Research*, 28, 28191-28206.
- Bilderback, S. (2024). Integrating training for organizational sustainability: the application of Sustainable Development Goals globally. *European Journal of Training and Development*, 48(7/8), 730-748.
- Chukwuka, E. J., & Imide, I. (2024). The Role of Competitive Intelligence on Nigeria's Economic Development. *International Journal of Economics and Business Management*, 10(7), 154-170.
- Demastus, J., & Landrum, N. E. (2024). Organizational sustainability schemes align with weak sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 33(2), 707-725.

- Espina-Romero, L., Ríos Parra, D., Gutiérrez Hurtado, H., Peixoto Rodriguez, E., Arias-Montoya, F., Noroño-Sánchez, J. G., ... & Vilchez Pirela, R. A. (2024). The role of digital transformation and digital competencies in organizational sustainability: A study of SMEs in Lima, Peru. *Sustainability*, 16(16), 6993.
- Gunes, H. M., & Ozer, L. (2024). The effect of knowledge acquisition from social media on competitive intelligence process: the mediating role of absorptive capacity. *Marketing Intelligence & Planning*, 42(8), 1522-1540.
- Ibrahim, A., Ahmad, S., & Abu Bakar, A. (2025). Impact of competitive intelligence on firm sustainable competitiveness and performance: strategic design collaboration's mediating role. *Management Research Review*, 48(2), 231-257.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students*. 8th edition, Pearson education.
- Zaman, S. I., & Kusi-Sarpong, S. (2024). Identifying and exploring the relationship among the critical success factors of sustainability toward consumer behavior. *Journal of modelling in management*, 19(2), 492-522.