الجمهوريــة الجزائريــة الديمقراطيــة الشعبيــة
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليـيـم العـالي والبحث العلمـي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة مصطفى اسطمبولي
معسكر

Université MUSTAPHA Stambouli
Mascara

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم التجارية
التخصص: مالية المؤسسة

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث ل.م.د

دور الذكاء الاقتصادي والمالي في دعم وتطوير المؤسسات الاقتصادية

إعداد الطالب: بوكبوط محمد أمين
إشراف: بوشيخي محمد رضا

لجنة المناقشة:

أ.د يقور أحمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة معسكر	رئيسا
أ.د بوشيخي محمد رضا	أستاذ التعليم العالي	جامعة معسكر	مقررا
أ.د غريسي العربي	أستاذ التعليم العالي	جامعة معسكر	ممتحنا
د بختي جميلة	أستاذة محاضرة أ	جامعة معسكر	ممتحنة
أ.د بن سعيد محمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة سيدي بلعباس	ممتحنا
د بن لخضر عيسى	أستاذ محاضر أ	جامعة سيدي بلعباس	ممتحنا

السنة الجامعية: 2025 / 2026

بسم الله الرحمان الرحيم

﴿ يَاأَيُّهَا الذِينَ آمَنُواْ إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُواْ فِي المَجَالِسِ فَافْسَحُواْ يَفْسَحِ اللهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انْشُزُواْ فَانْشُزُواْ يَرْفَعِ اللهُ الذِينَ آمَنُواْ مِنْكُمْ وَالذِينَ أُوتُواْ العِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴾

[المُجَادِلَةُ': 11 القراءة برواية حفص]

الإهداء

إلى والديّ العزيزين، إلى من قال الله عز وجل في حقهما: ﴿ فلا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما﴾أطال الله في عمرهما وأمدهم بالصحة والعافية.

إلى زوجتي وسندي، إلى رفيقة الدرب ودعمي.

إلى فلذتيّ كبدي، إلى تقوى رتيل وسجى ريتال قرة عيني وزينة حياتي.

إلى إخوتي الكرام عضدي، وأختي الغالية وأولادها الأحباء.

إلى من رحل وسبقنا لجوار الرحمن بإذن الله، إلى أخي "حمادي بلعباس" رحمة الله عليه.

إلى أحبتي وأصدقائي ورفقاء العلم، الذين تقاسمت معهم لحظات الجهد والسهر والطموح فكانوا خير مُعين ودافع.

إلى أستاذي المشرف الكريم، الذي لم يبخل عليّ بالتوجيه والنصح والدعم
وإلى جميع أساتذتي الذين غرسوا في نفسي حب العلم والبحث.

وإلى معلمي "بحري نصر الدين" الذي سقاني العلم في صبا وغرس حب العلم فينا.

إلى كل من وقف إلى جانبي بدعوة صادقة أو كلمة مشجعة أو يد ممدودة بالعون.

إليكم جميعا، أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع، راجيا من الله أن يجعله علما نافعا ينتفع به.

التشكرات

﴿وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ﴾

فالشكر لله والحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله الذي أفاض علينا من فيوض فضله ووهبنا من واسع كرمه، فله الحمد أولا وآخرا، والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى خير من علم وأرشد وعلى آله وصحبه الطيبين الطاهرين

وبقلب يفيض امتنانا وعرفانا أتوجه بواسع الشكر وخالص التقدير إلى أستاذي المشرف **البروفيسور محمد رضا بوشيخي** الذي كان نعم السند على ما قدمه من توجيه ونصح وإرشاد طيلة مدة إشرافه علينا، فشكرا على سعة الصدر والصبر معنا لإتمام هذا العمل المتواضع.

كما أتقدم بالشكر الخالص إلى جميع أساتذة كليتي الكرام الذين نهلت من مَعين عطائهم وأخص بالشكر منهم كل من نلت نصيبا من علمه وأنا طالب في قسمه

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأساتذة الذين حظيت بدعمهم وجهدهم ووقتهم وعلمهم من أجل إتمام هذا العمل.

كما أتقدم بخالص الشكر للطاقم الإداري للكلية على دعمهم المعنوي الكبير طيلة فترة انجاز الأطروحة.

وأتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى سادة أعضاء لجنة المناقشة الذين شرفونا وتكرموا بقبول مناقشة هذه الأطروحة من أجل التقييم، وكان لأرائهم وتوجيهاتهم الوقْع الكريم في سد الخلل.

وإلى كل من ساهم من قريب أو بعيد، بدعاء صادق، أو كلمة طيبة، أو دعم كريم ومد يد للعون أتوجه لهم بأسمى عبارات التقدير وجزيل الشكر، سائلا المولى عز وجل أن يجازيهم عني خير الجزاء

وما كان هذا العمل أن يكتمل لولا فضل الله علينا وتوفيقه، ثم سواعد هؤلاء الكرام الذين شاركوني رحلة البحث والعلم... فالحمد لله حمدا كثيرا

الملخص:

تهدف هذه الأطروحة إلى دراسة دور الذكاء الاقتصادي والمالي في دعم وتطوير المؤسسات الاقتصادية، وقد اقتصرت الدراسة على متغيرين مستقلين " الذكاء الاقتصادي" "الذكاء المالي" ومتغير تابع لهما "تطوير المؤسسة الاقتصادية"، ولتحقيق أهداف الدراسة والوصول لنتائج قابلة للقياس تم الاعتماد على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي لدراسة أثر الذكاء الاقتصادي والمالي على دعم المؤسسة الاقتصادية وتطويرها، من خلال إعداد استبيان واسترجاع 107 استبانة موزعة على أفراد عينة الدراسة ضمن مجموعة من المؤسسات الاقتصادية تنشط في ولاية معسكر، وتحليلها بالبرنامج الإحصائي SPSS.

وخلصت نتائج الدراسة لوجود تأثير إيجابي قوي للذكاء المالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مع وجود تأثير إيجابي للذكاء الاقتصادي على تطوير هذه المؤسسات بدرجة أقل، وبناءا على ذلك فإن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعتمد على الذكاء المالي بشكل أساسي مقارنة بالذكاء الاقتصادي. وبتوظيفهما بشكل متكامل يمكن تحقيق أهداف المؤسسة الاستراتيجية والمالية والوصول لاتخاذ قرارات سليمة تعمل على دعم وتطوير هذه الأخيرة.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، الذكاء المالي، تطوير المؤسسة الاقتصادية.

Abstract:

This thesis aims to study the role of economic and financial intelligence in supporting and developing economic institutions, The study was limited to two independent variables: "economic intelligence" and "financial intelligence," and a dependent variable: "development of economic institutions." To achieve the study's objectives and reach measurable results, a descriptive and analytical approach was followed to study the impact of economic and financial intelligence on supporting and developing economic institutions, A questionnaire was prepared and 107 questionnaires were distributed to the study sample within a group of economic institutions operating in the province of Mascara. The questionnaires were analyzed using the SPSS statistical program.

The study results concluded that financial intelligence has a strong positive impact on the development of Algerian economic institutions, while the impact of economic intelligence was less positive on the development of these institutions. Accordingly, Algerian economic institutions rely primarily on financial intelligence compared to economic intelligence. By employing both in an integrated manner, the strategic and financial objectives of the institution can be achieved and sound decisions can be made that support and develop these institutions.

Key words: Economic intelligence, financial intelligence, developing economic institutions.

فهرس المحتويات:

الإهداء.....

التشكرات.....

الملخص.....

فهرس المحتويات.....

قائمة الجداول.....

قائمة الأشكال.....

قائمة الملاحق.....

المقدمة العامة..... أ

الفصل الأول: عموميات حول الذكاء الاقتصادي والمالي.....01

المبحث الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي.....02

المطلب الأول: التطور التاريخي وتعريفات الذكاء الاقتصادي.....02

المطلب الثاني: خصائص الذكاء الاقتصادي وعناصره.....06

المطلب الثالث: مراحل الذكاء الاقتصادي وأهدافه.....11

المبحث الثاني: جوانب الذكاء الاقتصادي.....16

المطلب الأول: وسائل الذكاء الاقتصادي.....16

المطلب الثاني: سياسات الذكـاء اقتصادي.....20

المطلب الثالث: الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتجية.....22

المبحث الثالث: ماهية الذكاء المـالي.....30

المطلب الأول: نشأة وتعريف الذكاء المالي.....30

المطلب الثاني: خصائص الذكاء المالي وأهدافه.....35

المطلب الثالث: أهمية الذكاء المالي 39.,

المبحث الرابع: جوانب الذكاء المالي 41

المطلب الأول: التحليل المالي والأداء المالي. 41

المطلب الثاني: استراتيجيات الذكاء المالي. 54

المطلب الثالث: مهارات وأدوات الذكاء المالي. 58

الفصل الثاني: الذكاء الاقتصادي والمالي في المؤسسة الاقتصادية.....63

المبحث الأول: المؤسسة الاقتصادية.....65

المطلب الأول: أساسيات حول المؤسسة الاقتصادية.....65

المطلب الثاني: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية.....70

المطلب الثالث: مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.....80

المبحث الثاني: الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية.....85

المطلب الأول: دور اليقظة الإستراتجية في اتخاذ القرار ضمن المؤسسة الاقتصادية.....85

المطلب الثاني: الذكاء الاقتصادي وخلق الميزة التنافسية للمؤسسة.....89

المطلب الثالث: الذكاء الاقتصادي آلية لتطوير المؤسسة الاقتصادية.....96

المبحث الثالث: الذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية.....103

المطلب الأول: الذكاء المالي آلية للابتكار المالي في المؤسسة الاقتصادية.....103

المطلب الثاني: أساليب الذكاء المالي في إدارة المخاطر المالية ضمن المؤسسة الاقتصادية.....105

المطلب الثالث: الذكاء المالي آلية لتطوير المؤسسة.....107

الفصل الثالث: دور الذكاء الاقتصادي والمالي في دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية –دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية –.....112

المبحث الأول: المنهجية وإجراءات الدراسة.....114

المطلب الأول: المنهج العلمي المستخدم في الدراسة وأدوات التحليل المستخدمة.....114

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.....118

المطلب الثالث: أداة المستخدمة في الدراسة الميدانية.....122

المبحث الثاني: التحليل الوصفي لبيانات الاستبيان.....126

المطلب الأول: اختبار صدق وثبات الإستبانة.....126

المطلب الثاني: التحليل الوصفي لخصائص العينة.....136

المطلب الثالث: عرض نتائج التحليل الإحصائي لمحاور الدراسة.....143

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات وعرض النتائج.....153

المطلب الأول: نتائج اختبار فرضيات الدراسة.....153

المطلب الثاني: تقييم معلمات النموذج.....156

المطلب الثالث: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة.....159

الخاتمة العامة.....166

قائمة المصادر والمراجع.....173

الملاحق.....191

قائمة الجداول

رقم	عنوان الجدول	الصفحة
01-01	يمثل العلاقة بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية	29
02-01	جدول يوضح نسب السيولة	46
03-01	جدول يوضح نسب الربحية	47
04-01	جدول يوضح نسب الرفع المالي	47
05-01	جدول يوضح أهم نسب النشاط	48
06-01	جدول يوضح نسب السوق	49
01-02	جدول يوضح تصنيفات المؤسسة الاقتصادية حسب معيار الحجم	80
01-03	المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة	120
02-03	توزيع الاستمارات الخاصة بالاستبيان	120
03-03	توضيح المحاور الرئيسية للاستبيان	124
04-03	سلم ليكرت الخماسي	124
05-03	طول الفئة لاستجابات أفراد عينة الدراسة	125
06-03	نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان	127
07-03	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي (K-S)	129
08-03	الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول الذكاء الاقتصادي	129
09-03	الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني الخاص بالذكاء الذكاء المالي	132
10-03	الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث الخاص بتطوير المؤسسة الاقتصادية	134
11-03	الارتباط بين محاور الدراسة	135

12-03	توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس	136
13-03	توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية	137
14-03	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	139
15-03	توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة	140
16-03	توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب الوظيفي	141
17-03	نتائج تحليل ردود أفراد العينة للمحور الأول الخاص بالذكاء الاقتصادي	143
18-03	نتائج تحليل ردود أفراد العينة للمحور الثاني الخاص بالذكاء المالي	147
19-03	نتائج تحليل ردود أفراد العينة للمحور الثالث الخاص بتطوير المؤسسة الاقتصادية	150
20-03	نتائج اختبار T للفرضية الأولى	154
21-03	نتائج اختبار T للفرضية الثانية	154
22-03	نتائج اختبار T للفرضية الثالثة	155
23-03	المتغيرات الداخلة والمحذوفة من النموذج	156
24-03	تحليل ANOVA للنموذج	156
25-03	تحليل النموذج الانحدار للفرضية الرابعة	157

قائمة الأشكال

رقم	عنوان الشكل	الصفحة
01-01	عناصر الذكاء الاقتصادي والمعلومة	10
02-01	مختلف مصادر المعلومات التي تتحصل عليها المؤسسة	13
03-01	أنواع اليقظة الاستراتيجية في الذكاء الاقتصادي	27
01-02	يوضح تصنيف المؤسسة وفق طبيعة الملكية	76
02-02	الذكاء الاقتصادي ودوره في تحسين الأداء	99
01-03	نموذج الدراسة	115
02-03	مرحلة توزيع استمارات الاستبيان	121
03-03	توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس	137
04-03	توزيع أفراد العينة وفق متغير الفئة العمرية	138
05-03	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	139
06-03	توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة	141
07-03	توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب الوظيفي	142

قائمة الملاحق

رقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	قائمة الاسمية للمحكمين	192
02	استمارة الاستبيان	193
03	نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS 26	198

المقدمة العامة

تمهيد:

لقد شهد العالم في العقود الثلاثة الأخيرة جملة من التحولات العميقة والجذرية على مستوى المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتكنولوجية، الأمر الذي أوجب إعادة بناء قواعد التنافسية، وبيئة إنتاجية سلسة، وابتكار آليات للتسيير الإداري والمؤسسي، وفي ظل بيئة اقتصادية تتسم بالتعقيد والتغيرات المتسارعة لوقع الانفتاح على الأسواق وزيادة حدة التنافسية، ووجود تطور متسارع لوسائل الاتصال والمعلومات وكذلك وجود بيئة تكنولوجية ذات وتيرة سريعة التغير والتطور، ألزم المؤسسات الاقتصادية على البحث عن استراتيجيات وآليات مبتكرة للتكيف مع كل هذه التغيرات والوقوف أمام التحديات الراهنة، في وجود بيئة قائمة على العولمة الرقمنة واقتصاد المعرفة، الأمر الذي جعل من النجاح الاقتصادي يأخذ منحنى آخر ولم يبقى مرهون بامتلاك المورد المالي أو المورد البشري للمؤسسات الاقتصادية، فقد بات متعلق بقدرة المؤسسة على توظيف المعرفة كأداة إستراتيجية لفهم البيئة التي تنشط فيها، وتحليل المنافسين مع توجيه المورد المالي بكفاءة لتحسن الأداء وضمان الاستمرارية في وقت يصعب التنبؤ به، ومن هنا كان لا بد للمؤسسات البحث عن آليات فعالة لمواكبة كل هذه التعقيدات والتحديات المواكبة لسيرها، ومن هنا ظهر مفهوم الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي كأداتين حديثتين تعملان على دعم المؤسسة الاقتصادية وتطويرها.

فالذكاء الاقتصادي من منظوره الاقتصادي والمؤسسي ومن منظور اقتصاد المعرفة، يعتبر وظيفة استراتيجيه للمؤسسة الاقتصادية تسمح بجمع المعلومات المتعلقة بالبيئة الاقتصادية، السياسية، التكنولوجيا والاجتماعية ضمن محيط المؤسسة ومعالجتها وتحويلها إلى معرفة تركز لاتخاذ القرار الاستراتيجي داخلها ومراقبة البيئة التنافسية لها، كما أنه يعتبر نظام استباقي وديناميكي متكامل ذو رؤية إستراتيجية، فهو آلية تمكن المؤسسة من مسايرة تطورات السوق ومراجعة البيئة التنافسية وتحديد الفرص الاستثمارية المتاحة، والحد من المخاطر الممكنة والتنبؤ بها في ظل بيئة تتسم بعدم اليقين، خاصة وأنه يعتمد على بعد اليقظة الاستراتيجية التي تعتبر أهم أداة ضمن الذكاء الاقتصادي التي تمكن المؤسسة من البقاء في حالة استعداد وتأهب مستمر من أجل مواكبة التغيرات وتعديل الاستراتيجيات وفقها، لذا يعتبر الذكاء الاقتصادي داخل للمؤسسات الاقتصادية أداة فعالة كونه يستجيب للتغيرات والتحولات الاقتصادية الراهنة.

أما الذكاء المالي وباعتباره أداة ذات أهمية بالغة وآلية إستراتيجية محورية في بناء مؤسسة حديثة أو تطويرها، إذ يعكس قدرة المؤسسة على تحويل البيانات المالية إلى معرفة تطبيقية من شأنها دعم قرارات التمويل

والاستثمار والمفاضلة بينها، وإدارة المخاطر المالية، وهذا بناءا على مقاربة تحليلية واستشرافية تتخطى التسيير والتحليل المالي التقليدي القائم على المحاسبة الدورية وإعداد القوائم المالية، فهذا الذكاء تتجلى أهميته في أنه وسيلة لتحقيق الاستدامة والاستمرارية، وتعظيم القيمة المضافة للمؤسسة، وتعزيز القدرة المالية، بناءا على بعد التحليل المالي المتقدم الذي يعتمد مؤشرات حديثة، وإلى جانب استراتيجيات الذكاء المالي المتنوعة التي تشمل التحوط ضد المخاطر المالية، التنويع في مصادر التمويل، وفي ظل كل التغيرات الاقتصادية الراهنة التي تتسم به بيئة الأعمال ووجود أزمات مالية متجددة، منح الذكاء المالي للمؤسسة القدرة على التكيف السريع معها، والتحكم في التدفقات النقدية، وتفادي الأزمات المالية ضمن بيئتها، وفق خطط إستراتيجية مالية مرنة وابتكارية، وبتفعيل هذه الآلية ضمن المؤسسة الاقتصادية يمكن لها ضمان الاستقرار المالي والاستمرارية في ظل بيئة اقتصادية متقلبة ومعقدة.

إن الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي وإن كان كل منهما يمثل بعدا قائما بذاته، فإن توظيفهما داخل المؤسسة الواحدة يمنح تكامل يولد قوة لها، فالأول يمدها برؤية إستراتيجية بناءا على تحليل بيئتها الخارجية واستشراف التغيرات الحاصلة، والثاني يعمل على ترجمة تلك الرؤى إلى قرارات فعلية تضمن الاستعمال الأمثل للمورد المالي وتوجيه الاستثمار وصولا للمردودية أعلى، وبهذا التفاعل تصبح المؤسسة جهاز ذو مرونة وديناميكية قادرة على استغلال الفرص واستباق المخاطر وصولا للاستدامة، الأمر الذي يعمل على دعم ونمو المؤسسات الاقتصادية وتطويرها في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة.

وبغية مسايرة التغيرات والتطورات العالمية والانفتاح نحو اقتصاد السوق واقتصاد المعرفة، أصبح لزوما على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التي تسعى لتحقيق النمو والتطور إلى البحث عن آليات وأدوات تمكنها من الوقوف على أهدافها وتحقيق مساعيها ومن أهم هذه الأدوات تفعيل الذكاء الاقتصادي والمالي ضمن المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، حتى تتمكن من الوقوف أمام هذه التغيرات وضمان البقاء والاستمرارية، لذا فقد زادت الحاجة لمثل هذه الآليات وهذا لوجود تحولات يشهدها الاقتصاد الوطني في مساعيه الرامية إلى تنويع مصادر الدخل وتقليص الاعتماد على قطاع المحروقات، وتشجيع الصناعات المحلية والرفع من جودة الخدمات، فالمؤسسات الجزائرية باتت تواجه تحديات حقيقية ترتبط بزيادة حدة المنافسة على المستوى المحلي والوطني، والدولي مع متطلبات الانفتاح على الاقتصاد العالمي، مما دفع بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية لاعتماد أدوات أكثر فعالية للوصول للأهداف الاستراتيجية والمالية مع ضمان البقاء والاستدامة، وعليه تتجلى

أهمية تفعيل الذكاء الاقتصادي والمالي ضمن هذه الأخيرة ما يمكن من فهم أعمق لبيئتها المحلية والوطنية والدولية، ودفع بها لاتخاذ قرارات رشيدة تدعم وتعزز كفاءتها المالية وتضمن لها البقاء في سوق يتميز بعدم اليقين، وإن الجمع بين هذين النوعين من الذكاء يمثل خطوة أساسية اتجاه تعزيز تنافسية المؤسسات الجزائرية والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

أولا: إشكالية الدراسة:

يعد دعم وتطوير المؤسسات الاقتصادية في ظل التغيرات الراهنة أمر ضروري لأي مؤسسة من أجل ضمان الاستمرارية وخلق القيمة المضافة وتعزيز التنافسية، ولأجل هذا تسعى المؤسسات لتطبيق أدوات ودعائم من شأنها الدفع بعجلة التطوير داخل هذه الأخيرة ومن بين أهم هذه الدعائم تفعيل الذكاء الاقتصادي الذي قد يساهم بشكل واضح في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة والذكاء المالي الذي يساهم بدوره في تحسين الأداء المالي واتخاذ القرارات المالية السليمة، ومن أجل معرفة مدى اعتماد الذكاء الاقتصادي والمالي وتأثيره في دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية، قمن بصياغة الإشكالية الرئيسية على نحو التالي:

- **ما مدى مساهمة الذكاء الاقتصادي والمالي في دعم المؤسسات الاقتصادية وتطويرها؟**

ولأجل الإجابة عن الإشكالية الرئيسية وجب طرح بعض التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يتم اعتماد الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية؟
- هل يتم اعتماد الذكاء المالي في المؤسسات الاقتصادية؟
- هل يؤثر الذكاء الاقتصادي على تطوير المؤسسات الاقتصادية؟
- هل يؤثر الذكاء المالي على تطوير المؤسسات الاقتصادية؟
- هل يؤثر الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي في تطوير المؤسسات الاقتصادية؟

ثانيا: فرضيات الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية وبناءا على الأسئلة المتفرعة منها يمكن صياغة مجموعة من الفرضيات للدراسة هي على نحو التالي:

- لا تعتمد المؤسسات الاقتصادية على الذكاء الاقتصادي.

- لا تعتمد المؤسسات الاقتصادية على الذكاء المالي.

- الذكاء الاقتصادي والمالي يضمن الدعم والتطوير للمؤسسة الاقتصادية.

- يؤثر الذكاء الاقتصادي والمالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية.

ثالثا: أهمية الدراسة:

لهذه الدراسة أهمية بالغة كونها تعالج موضوع ذو حداثة على مستوى مصطلح الذكاء المالي ضمن المؤسسة الاقتصادية، الذي يعتبر موضوع حديث على المؤسسات الاقتصادية كمصطلح رغم إتباع بعض المؤسسات لمؤشراته دون ربطها بالذكاء المالي، فهو ظهر بشكل أولي ضمن الأسواق المالية، ولهذا فإن للدراسة أهمية بالغة في تقديم معرفة ورؤية واضحة حول الذكاء المالي والذكاء الاقتصادي ضمن المؤسسات الاقتصادية كآلية للدعم والتطوير إضافة إلى أهمية تطبيق وتفعيل الذكاء المالي ضمن المؤسسات الاقتصادية بشكل موازي مع الذكاء الاقتصادي ضمانا لتحقيق أهداف هذه الأخيرة، وأهمية معرفة مدى مساهمة كل من الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي ضمن المؤسسة الاقتصادية في سبيل تطويرها.

رابعا: أهداف الدراسة:

- تحديد مؤشرات الذكاء المالي والذكاء الاقتصادي التي من شأنها دعم وتطوير المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

- التعرف على مدى تأثير الذكاء المالي في أوساط المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ومدى تبنيها له كوسيلة من أجل تحقيق أهدافها المالية والإستراتيجية

- التعرف على مدى تأثير الذكاء الاقتصادي ضمن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من خلال تفعيل أبعاده (اليقظة الاستراتيجية، حماية وأمن المعلومة، التأثير).

– معرفة دور كل من الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي في تطوير المؤسسات الاقتصادية ومساهمة كل منها في ذلك.

– تقديم أدلة إحصائية من خلال الدراسة الميدانية للذكاء الاقتصادي والمالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية.

– تعزيز الجانب النظري بالأدبيات الأكاديمية لمصطلح الذكاء المالي كونه مصطلح حديث النشأة كليا خاصة على المستوى الجزائر في الشق العلمي، لقلة المراجع والعمل على هذا المصطلح بحثيا.

خامسا: منهجية وأدوات الدراسة:

نظرا لطبيعة الموضوع ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة واختبار صحة الفرضيات تم استخدام مجموعة من النماذج والأساليب البحثية، حيث تم الاستعانة بالمنهج التاريخي من أجل سرد التطور التاريخي لظهور مصطلح الذكاء الاقتصادي ومصطلح الذكاء المالي، وتم استخدام المنهج الوصفي لعرض الأدبيات النظرية والتعريف بمتغيرات الدراسة المتمثلة في الذكاء الاقتصادي والمالي باعتبارهما متغير مستقل، وتطوير المؤسسة الاقتصادية بصفة متغير تابع لهما، أما المنهج التحليلي فتم التركيز عليه في دراسة الجانب التطبيقي من الدراسة وذلك بتحديد العينة وتحديد استجاباتها بناءا على استمارة الاستبيان، والعمل على معالجة البيانات والمعلومات المحصلة انطلاقا من البرنامج الإحصائي SPSS 26 وتحليلها باستخدام النماذج الإحصائية وعرض نتائج المتوصل لها.

سادسا: حدود الدراسة:

– الحدود المكانية:

لقد قمنا في دراستنا على التركيز على مجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التي تنشط في إقليم ولاية معسكر من بين كل المؤسسات الاقتصادية ضمن المجال الجغرافي للولاية، بغية معرفة دور الذكاء الاقتصادي والمالي ضمن المؤسسة الاقتصادية.

– الحدود الزمانية:

لقد تم توزيع استمارات الاستبيان واسترجاعها لإجراء الدراسة الميدانية بصفة نهائية قدرت بحوالي 05 أشهر، فلقد تم توزيعها في الفترة بين نوفمبر 2024 إلى غاية نهاية أفريل 2025.

سابعا: صعوبات الدراسة:

من أهم الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة هي قلة وندرة المراجع والدراسات السابقة المرتبطة بالذكاء المالي وهذا راجع لحداثة المصطلح، حيث كادت تنعدم المراجع العربية المتعلقة بهذا المصطلح بين سنوات (2019-2023)، ووجود شح كبير على مستوى المراجع الأجنبية ضمن نفس سياق خاصة في ما يخص المصطلح وارتباطه بالمؤسسات الاقتصادية، بالإضافة إلى وجود صعوبة في استرجاع بعض الاستمارات الخاصة بالاستبانة في آجال محدودة نظرا لعدم استجابة بعض الأفراد في رد عليها بسبب قد يرجع لنقص الوعي والفهم بمتغيرات الدراسة، وانشغال بعضهم الآخر لضيق وقتهم ضمن المؤسسة، خاصة وأن العينة المستهدفة تمثل الرؤساء والمسؤولين ضمن المؤسسة الاقتصادية.

ثامنا: الدراسات السابقة:

من أجل تحديد معالم الدراسة تم تحليل مجموعة من أهم الدراسات السابقة التي تتوافق مع موضوع دراستنا بصفة شبه كلية أو مع أحد متغيرات الدراسة "الذكاء المالي، الذكاء الاقتصادي، دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية" وعليه تم عرض مجموعة من الدراسات السابقة هي موجزة في التالي:

1. Haider Hamoudi, Fenjan Ali Zaidan, Rageeb Ali wisam, **(2025)**, **The Impact of Financial Intelligence on Banking Performance -An Analytical Study of a Sample of Commercial Banks for the Period from 2013 to 2022,** Journal of Information Sources And Services, Vol 15, N 02, Iraq.

تعتبر هذه الدراسة من بين الدراسات الميدانية المهمة التي تناولت موضوع الذكاء المالي في المؤسسات الاقتصادية المالية المرتبطة بالبيئة المصرفية العراقية، ولقد ركزت هذه الدراسة على مجموعة من البنوك التجارية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية، وذلك بين الفترة الممتدة من سنة 2013 إلى غاية سنة 2022 حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج التحليلي الكمي، بناءا على تحليل بيانات مالية سنوية لعينة الدراسة والمتمثلة في 6 بنوك تجارية عراقية (البنك الوطني العراقي، بنك التجارة العراقي، بنك أشور إنترناشيونال، البنك

الاستثماري العراقي، بنك المنصور للاستثمار، وبنك بغداد)، وتم قياس الأداء البنكي اعتمادا على مؤشرات ترتبط بتطبيق الذكاء المالي على مستوى البنوك (الربحية، السيولة، وكفاية رأس المال).

وقد توصلت النتائج الدراسة إلى أن البنوك محل الدراسة تتمتع بأداء فعال بالنسبة للسيولة ورأس المال، أما أدائها بالنسبة للربحية لم يكن وفق المستوى المطلوب، وهذا بسبب وجود قصور وضعف في القرارات الاستثمارية واستغلال الموارد المالية الموجودة، كما أكدت النتائج أن الذكاء المالي يمثل عامل تأثير على تحسين الأداء البنكي، ولأجل تحقيق التأثير الكامل منه يستدعي تطبيق سياسات استثمارية رشيدة ورفع كفاءة إدارة الموارد المتاحة بما يتوافق مع تعزيز القدرة التنافسية والاستدامة المالية.

2. Samir safi, maher Dorgham, sana Allaloul **(2024), Impact of senior management's financial intelligence on the financial performance of banks and insurance companies in the Gaza Strip,** Journal of Discover Sustainability, Vol 5, N 84, Palestine.

تسعى هذه الدراسة إلى قياس أثر الذكاء المالي للإدارة العليا على الأداء المالي للبنوك وشركات التأمين في قطاع غزة، وقد استخدمت هذه الدراسة مجموعة من المناهج تمثلت في المنهج الوصفي، والكمي والمنهج التحليلي، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان فيها حيث تم توزيع الاستبيان ضمن البنوك والمؤسسات المالية بفلسطين من خلال استهداف أفراد عينة الدراسة والممثلين في 67 مدير، بالإضافة إلى بيانات مالية ثانوية كالتقارير من 11 مؤسسة مالية لتقييم مؤشرات الأداء.

وقدمت الدراسة جملة من النتائج منها توصل إلى أن مستوى الذكاء المالي لدى الإدارة العليا مرتفع نسبيا، وأن هذا الذكاء له أثر معنوي ومباشر على الأداء المالي للمؤسسات، وخاصة عند قياسه بناءا على مؤشر عائد الأصول، وعائد الاستثمار، كما جاءت الدراسة لتأكيد أن أبعاد الذكاء المالي المختلفة (فهم التحليل المالي، استيعاب الصورة المالية الشاملة) تساهم بفعالية في تحسين النتائج المالية.

3. Boucetti Rabah, Madani Ahmed, Toumi Amara (2022), **L'intelligence Economique En Algérie, Réalité Et Enjeux; Economic Intelligence In Algeria, Reality And Issues**, Journal of Economic Sciences Institute, Vol 25, N01.

تم التركيز في هذه الدراسة على تحليل واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر، مع التركيز على التبني الرسمي للتطبيق الميداني الفعال، كما تمثل الهدف الأساسي في تحديد السبب الذي مان وراء تأخر ممارسات

الذكاء الاقتصادي في الجزائر، خاصة في إنتاج المعلومات الاستراتيجية، أمن وحماية الأصول المعلوماتية، والمراقبة البيئية الخارجية والداخلية للمؤسسات، وتقديم رؤية تعمل على تعويض الشح المعلوماتي الحاد في المؤسسات بالجزائر، وتحليل أداء النظام الوطني للمعلومات والاتصالات، ثم تقديم مقترحات مستقبلية لإصلاح النقص في البنية المعلوماتية والتقنية عبر الرقمنة والتكنولوجيا الحديثة مثل البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي، واتبعت هذه الدراسية المنهج استقرائي يركز على المراجعة النظرية والأدبية للنصوص القانونية والسياسات المتعلقة بالذكاء الاقتصادي

وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن الجزائر رغم العمل على تجسيد الرسمي للذكاء الاقتصادي في بداية الألفية إلا أن التطبيق الميداني لا يزال ضعيف بدرجة كبير ضمن المؤسسات الجزائرية، ويرجع ذلك لضعف النظام الوطني للمعلومات والاتصالات الذي يفتقر إلى كفاية في المعلومات والبيانات، ووجود طابع رسمي غير مساير لطابع التطبيقي بناءا على الاستخدام والاستثمار في المعلومات الاستراتيجية داخل المؤسسات، مع وجود ضعف في التنسيق بين الجهات المخولة لتطبيقه ونقص في الإمكانيات التقنية والكفاءة البشرية لذلك، وتأخر في اعتماد الأدوات الرقمية وتكنولوجيا المرافقة له، وقدمت الدراسة حلول تمثلت في تجهيز أرضية مثلى لتطبيق الرقمنة بسلاسة وتعميمها ووجود إدارة إلكترونية، واستخدام تقنيات لجمع وتحليل المعلومات والبيانات الضخمة باستخدام الذكاء الاصطناعي، وتعميم التطبيق ضمن مختلف القطاعات لضمان تنافسية مؤسسية تدعم التنمية المستدامة.

4. عبد الزهرة سلمان الروازق، حيدر كريم كاظم، عمار سليم العامري**(2020)، أثر مؤهلات الذكاء المالي على التنمية الرأسمالية للمشاريع المتوسطة والصغيرة في العراق،** مقال منشور في مجلة: تنمية الرافدين، المجلد 39، العدد 127.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل علاقة تأثير مهارات الذكاء المالي التي يحوزها أصحاب القرار المالي في المشاريع والمؤسسات المتوسطة والصغيرة على خلق الفرص المالية التي تدعم التنمية الرأسمالية، خاصة في السياق الاقتصاد الوطني العراقي الذي يمتاز بحدة المخاطر الرأسمالية، حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي في ضبط الأدبيات النظرية متمثلة في مؤهلات الذكاء المالي إلى فئتين: مؤهلات علمية ومؤهلات مهنية، وتم إتباع المنهج الكمي في الدراسة التطبيقية للبحث من خلال استخدام استبيان تم توزيعه على عينة

الدراسة الممثلة في مجموعة من المديرين الماليين، الأكاديميين، مديري المشاريع، المهتمين بالأسواق المالية، وبعض المحاسبين والمدقّقين في بيئة مدينة النجف المالية بالعراق،

فيما يخص النتائج، توصّلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عالية بين مهارات الذكاء المالي والفرص المالية لتنمية المشاريع المتوسطة والصغيرة، بالإضافة إلى تأثير إيجابي لهذه المهارات على تطوير سوق الأوراق المالية العراقي وهذا بناءا على اختبار فرضية الدراسة، وخلصت الدراسة إلى ضرورة تأهيل أصحاب القرار المالي من خلال دورات تدريبية وتكوينية دورية، تسهيل الإجراءات التي تمكن المشاريع من الدخول لسوق الأوراق المالية، تسهيل عمليات الاندماج مع المؤسسات الأجنبية وتشجيع أصحاب هذه المشاريع لدخول سوق الأوراق المالية وفتح تسهيلات أمامهم لذلك، وفتح قنوات مباشرة بين الأسواق المحلية والأسواق العالمية لتبادل الخبرات والمهارات.

5. Mohand Amokrane Belkacemi **(2017-2018), L'intelligence économique en Algérie: de l'inspiration du dispositif national français aux prémisses de sa mise en œuvre dans le contexte économique algérien,** thèse de doctorat, sciences commerciales, HEC Alger, Algérie.

تناولت هذه الدراسة جذور تطور الذكاء الاقتصادي في الجزائر بناءا على النموذج الفرنسي، كما هدفت الدراسة إلى تحليل نشأة وتطور الذكاء الاقتصادي في الجزائر وفهم كيفية تكييفها من النموذج الفرنسي مع تحديد التحديات التي واجهت ذلك نقل والأفاق المستقبلية لتجسيد نموذج وطني لتفعيل الذكاء الاقتصادي، وتم الاعتماد على المنهج النوعي لاستكشاف مفهوم الذكاء الاقتصادي بعمق عبر التركيز على المصطلح والتجارب والفاعلين فيه دون الإحصاء الكمي وحده، وتم الاعتماد على التجربة والنموذج الفرنسي للذكاء الاقتصادي في ذلك بناءا على نقل وتكييف مفهوم الذكاء الاقتصادي من السياق الفرنسي إلى الواقع الجزائري.

وخلصت نتائج الدراسة إلى أن تطبيق الذكاء الاقتصادي في الجزائر لم يكن مجرد إسقاط نموذج تقني بل عملية اجتماعية وسياسية تأثرت بثقافة المؤسسات الاقتصادية وتصنيفاتها كالتنسيق بين القطاع العام والخاص، إضافة إلى كفاءة المؤسسة، كما بينت الدراسة وجود فجوة بين التطبيق الواقعي والطموح النظري، وأوضحت أن الانتقال إلى نموذج وطني هو أمر يتم فيه مراعاة الاقتصاد المحلي وخصوصياته، ما يضمن فعالية واستمرارية الذكاء الاقتصادي في دعم المنافسة والنمو الاقتصادي.

6. دراسة رتيبة رزاز **(2017)، الذكاء الاقتصادي كآلية لدعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مقال منشور في مجلة: الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، الحجم 12، العدد 23.

يندرج موضوع هذه الدراسة ضمن مجال الذكاء الاقتصادي وتطبيقاته في المؤسسات الاقتصادية، ولقد ركزت هذه الدراسة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط في المحيط الجزائري، حيث اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي، كانت الاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي في مراجعة الأدبيات والنصوص التنظيمية المتعلقة بالدراسة، إلى جانب المنهج الاستقرائي لاستقراء واقع هذه المؤسسات على المستوى المحلي، وخلصت هذه الدراسة إلى أن نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مرتبط بقدرة هذه المؤسسات في الحصول على المعلومات النوعية في الوقت المناسب للتكيف مع التغيرات السريعة، وتأمين مستقبلها، واتخاذ القرارات الإستراتيجية السليمة من أجل ضمان البقاء والاستمرارية.

وجاءت النتائج الدراسة لتأكد أن إدماج آليات الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمثل الوسيلة الفعالة لدعم النمو وتحقيق الميزة التنافسية، أما في حال غياب الثقافة معلوماتية وضعف آليات المعالجة لها يتشكل عائق أمام دعم وتطوير هذه المؤسسات، وفي الأخير أوصت الدراسة بضرورة توفير دعم مؤسسي وقانوني وبنية معلوماتية ملائمة إضافة إلى تأهيل وتكوين المورد البشري على استغلال الذكاء الاقتصادي بشكل فعال من أجل تطوير المؤسسة الاقتصادية ودعمها.

7. دراسة نجاري فاطمة زهراء، رديف مصطفى **(2017)، تقنيات تمويل وآليات تطوير الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغير والمتوسطة حالة المؤسسات الجزائرية**، مقال منشور في مجلة: المشكاة في الاقتصاد التنمية والقانون، المجلد 1، العدد 6.

هدفت هذه الدراسة لتحديد وتحليل أهم آليات التمويلية التي يمكن أن تساهم في تطوير الذكاء الاقتصادي ضمن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البيئة الجزائرية، وهذا في ظل وجود تحديات وصعوبات أمام هذه المؤسسات الاقتصادية، خاصة فيما يتعلق بصعوبة الحصول على التمويلات اللازمة لإتباع وتطبيق استراتيجيات الذكاء الاقتصادي الفعال، حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لسرد الجانب النظري ومنهج دراسة الحالة للوقوف على المؤسسات محل الدراسة، حيث قامت الدراسة بتحليل العلاقة بين استراتيجيات الذكاء الاقتصادي المطبقة من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية محل الدراسة وبين

آليات التمويل المتاحة لها، وذلك من أجل فهم كيفية توظيف هذه آليات في تعزيز إمكانيات وكفاءات المؤسسات على مواجهة التهديدات الخارجية واغتنام الفرص لتطوير أدائها وضمان استدامتها.

وخلصت النتائج المرتبطة بالدراسة إلى أن أغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تنتهج إستراتيجية دفاعية للذكاء الاقتصادي، حيث تركز بشكل رئيسي على حماية المعلومات والموارد المتاحة، عوضا من تطبيق إستراتيجية استباقية أو هجومية تهدف إلى التأثير في البيئة الخارجية للمؤسسة واغتنام الفرص الممكنة والمتاحة، وبينت الدراسة أن هذه المؤسسات تميل إلى اعتماد آليات وأدوات تمويل أكثر حماية وذات مخاطرة شبه معدومة، كالتمويل الذاتي أو القرض التقليدي، ويرجع ذلك لمحدودية قدراتها المالية والنقص في ثقافة الاستثمار في الأدوات الاستراتيجية مثل الذكاء الاقتصادي، ولذا فإن غياب التمويل اللازم يشكل عائق أمام تطور منظومة الذكاء الاقتصادي الفعال في هذا نوع من المؤسسات الاقتصادية.

الفصل الأول:

عموميات حول الذكاء الاقتصادي والمالي

تمهيد:

في ظل التحولات العميقة التي يشهدها العالم المعاصر برز ما يعرف باقتصاد المعرفة وهذا كمرحلة جديدة في تطور الأسس الاقتصادية الحديثة، والتي تعتبر فيه المعلومات والمعرفة بأنهما أهم الموارد الأساسية في خلق القيمة المضافة وتحقيق التنافسية للمؤسسات، فهما يمثلان ركيزة أساسية لتعزيز القدرة التنافسية للدول والمؤسسات على حد سواء، وهذا في خضم التحديات الاقتصادية والمالية المعقدة، وبالتالي لم تعد المؤسسات الاقتصادية قادرة على الاعتماد على الأدوات التقليدية لمواكبة هذه التغيرات، وبات عليها لزوما السعي للبحث وتوظيف أدوات ووسائل حديثة تساعدها على مسايرة التطورات الراهنة واتخاذ القرار في الوقت المناسب، ولعلى من أبرز هذه الأدوات يبرز الذكاء الاقتصادي الذي زاد الاهتمام به في السنوات الأخيرة ويرجع سبب لسعي المؤسسات للمحافظة على بقائها واستمرارها في تطوير وتعديل وتحسين استراتيجياتها ولا يكون هذا إلى بالاعتماد على أساليب وبرنامج الذكاء الاقتصادي الذي يؤدي إلى تحقيق التقدم والتطور بوتيرة مستقرة بعيدا على المخاطر، فهو يقوم برصد المعلومة وتحليل البيئة الاستراتيجية، كما أن بروز الذكاء المالي الذي يركز على الفهم الأوسع وتحليل دقيق لنتائج المعطيات المالية وضبط الأداء المالي للمؤسسة والعمل على تحليلها وخلق الثروة للمؤسسة الاقتصادية وبالتالي ضمان استمراريتها في ظل التغيرات، لذا فإن الذكاء الاقتصادي والمالي هو من المفاهيم المحورية التي باتت ذات أهمية متزايدة واستقطاب كبير من طرف المؤسسات في ظل هذه التغيرات السريعة التي يشهدها الاقتصاد.

ويهدف هذا الفصل، من خلال مباحثه الأربعة، إلى تقديم إطار نظري متكامل يمكن البناء عليه في الفصل اللاحق، حيث يسعى إلى توضيح الروابط الجوهرية بين الذكاء الاقتصادي والمالي، وكيفية توظيفهما لتحقيق النمو المستدام والتافسية، والاستقرار المالي للمؤسسات.

وعليه قمنا في هذا الفصل إلى تقديم الإطار المفاهيمي الخاص بهذين النوعين من الذكاء، حيث تناول هذا الفصل الأسس النظرية والمفاهيمية لهذين المصطلحين، بتقسيمه إلى أربعة مباحث رئيسية، حيث أن المبحث الأول يعالج تحديد ماهية الذكاء الاقتصادي، من خلال التطرق لأهم النقاط المفاهيمية فيه، ومعالجة جوانبه الأخرى في المبحث الثاني، وقمنا بتوضيح ماهية الذكاء المالي في المبحث الثالث بتسليط الضوء على مفهومه النظري، وفي الأخير اختتمنا الفصل بذكر جوانب الذكاء المالي.

المبحث الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي:

في ظل حداثة إدارة المؤسسات وبحثها عن كل ما يساعد في تحسين أدائها وتطوير منتجاتها وخدماتها ضمانا لبقائها واستمراريتها،رأت ذلك يتجلى بتطبيق مفهوم الذكاء الاقتصادي الذي يعتبر أداة فعالة لفهم البيئة الاقتصادية الخاصة بالمؤسسة ونهوض بها وتوقع التطورات المصاحبة لها، بداية بجمع البيانات ومعالجتها وتحليلها، ووصولا لإعداد تقارير الإستراتيجية المستخدمة في عملية اتخاذ القرار، ويشمل ذلك استخدام أدوات تحليلية متقدمة وتقنيات معلوماتية تسهم في رصد التغيرات الاقتصادية والتنبؤ بها بجمع المعلومات وتحليلها بهدف اتخاذ قرارات الإستراتيجية الفعلية والمبنية على أسس دقيقة، فقد أصبح الذكاء الاقتصادي أداة أساسية في منظومة الداخلية للمؤسسة، وعلى مستوى الإدارة الحديثة في المؤسسات بأنواعها حيث يعتبر هذا الأخير مصدرا لخلق قيمة مضافة للمؤسسة خاصة بتطوير المؤسسة برفع الأداء وتحسين الكفاءة التشغيلية ودوره الفعال في تعزيز القدرة التنافسية وفتح أفاق لها أمام الأسواق وتقلباتها ودعمه لتخطيط المستقبلي، فهو يستخدم نظام قائم على المعلومات التي تساهم في إتاحة الفرص وكشف التهديدات، وبذلك يساعد في توجيه السياسات الاقتصادية والسياسات العامة، وتحسين أداء المؤسسات رغم البيئة التي هي شديدة التقلب وصولا لتحقيق التنمية الاقتصادية والاستدامة.

لذا فإن مصطلح الذكاء الاقتصادي قد تطور بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة نظرا لقيمة المعلومة بخصوصه، والميزة التنافسية التي يضفيها على مستخدميه، ومن أجل فهم هذا المصطلح تناولنا في هذا المبحث: أهم تعريفاته ونشأته، وأهم خصائصه وعناصره، والمراحل التي يمر عليها الذكاء الاقتصادي.

المطلب الأول: التطور التاريخي وتعريفات الذكاء الاقتصادي:

من أجل تحديد مفهوم الذكاء الاقتصادي، كان لابد من فهم بداية ظهوره و مراحل تطوره عبر الزمن باعتباره مدخل بالغ الأهمية لفهم طبيعة وأهداف هذا الأخير، فقد ظهر مصطلح الذكاء الاقتصادي مع بداية تعريفات نظرية له تتعلق بالقدرة على جمع المعلومات وتحليلها لصناعة القرارات الاقتصادية والإستراتيجية، وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلي السياق التاريخي لظهور مصطلح الذكاء الاقتصادي، ومحاولة إعطاء تعريف شامل يخص هذا المصطلح بشكل واضح.

الفرع الأول: التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي:

في عام 1950 طورت اليابان نظام أشبه بما يعرف في وقتنا الحالي بمفهوم الذكاء الاقتصادي الذي كانت تتبناه وزارة التجارة الدولية والصناعة "MITT" ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية المعروفة اختصارا "JITRO" والتي ساهم فيها هذا النظام مساهمة كبيرة تمكنت اليابان من خلاله بإنعاش ودعم اقتصادها.[1]

– في نهاية الستينيات كان مفهوم الاستخبار الاقتصادي أو ما يعرف حاليا بالذكاء الاقتصادي رائجا في الولايات المتحدة، ففي وقت مبكر من عام 1967 عرف "هارلود ويلنسكي" الذكاء الاقتصادي بمفهومه القديم في كتابه " الذكاء التنظيمي" بحيث تم تقديم ذلك المفهوم من قبل في المؤسسات الكبيرة في عشرينيات وثلاثينيات القرن الماضي، عندما وضعت أقسام تخطيط الأعمال خططا مستقبلية لنتائج طويلة المدى.[2]

أما في فرنسا فيعود تاريخ العمل الأول حول مصطلح الذكاء الاقتصادي إلى ما يسمى بتقرير مارتر سنة 1994 بحيث ركزت استنتاجات هذا التقرير، المنشور تحت عنوان الذكاء الاقتصادي وإستراتجية الأعمال، على الجهود التي ينبغي بذلها فيما يتعلق بثقافة الإستراتجية (منهجيات جمع وتحليل وتعزيز المعلومة).[3]

كما رأى بيتر دراكر في 2001 بأن في القرن الماضي كانت مختلف المؤسسات على مستوى الولايات المتحدة تقترب من تناقص قوتها، لذا وجب على مسيريها السعي وراء وسائل جديدة تمكن من منافسة المؤسسات الأخرى في نفس المجال والنشاط، والبحث عن المعلومات وتقديم رؤية قوية للمؤسسات، فكان تنفيذ برنامج الذكاء الاقتصادي بشكل فعال هو الأسلوب الذي يمنح الميزة التنافسية، فكانت النقلة النوعية في توظيف المعلومة في المجال الاقتصادي وإحداث تحول من منطلق الذكاء الاقتصادي من أجل اتخاذ القرار والاستفادة من الذكاء الاقتصادي.[4]

---

[1] حميدوش امحمد، الذكاء الاقتصادي: فهمه وإنشاءه وتأصيله واستعماله، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013-2014، ص 32.

[2] Hamari malti souhila, politique publique d'intelligence économique au service de la compétitivité des entreprises algériennes, revue des science administratives et financières, volime 02, n°01, 06-2018, P 481.

[3] Hamari malti souhila, P 481.

[4] Williams steve, the profit impact of business intelligence, P 11. https://books.google.dz/books?hl=ar&lr=&id=o0lO9qt6P_MC&oi=fnd&pg=PP1&dq=the+profit+impact+of+business+intelligence&ots=glVrO

الفرع الثاني: تعريفات الذكاء الاقتصادي:

إن تعريف الذكاء الاقتصادي كمصطلح حديث النشأة لا يزال موضع نقاش بالنسبة للباحثين في هذا المجال، بسبب تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي عبر السنوات الماضية وذلك راجع إلى وجود عدد من المصطلحات المختلفة التي تصب كلها في مصبّ واحد هو الذكاء الاقتصادي وذلك باختلاف اللغة ودولة التي تنتهج ذاك الأخير ومن هذه المصطلحات ذكاء الأعمال، الذكاء التنافسي.

– إن أصل مفهوم الذكاء الاقتصادي هو "أنجلوسكسوني" من كلمة «compétitive intelligence» أو «business intelligence»، ويعد هانس بيتر لوهن « Hans Peter Luhan » صاحب أقدم تعريف للذكاء الاقتصادي «business intelligence»، والذي نشر في إحدى المقالات سنة 1958، نتيجة تأثره بثقافتين : الأولى هي الاستخبارات العسكرية والثانية هي "القياس الببليوغرافي" « bibliométrie ».

– حسب لوهن: أي نظام اتصال يخدم قيادة الأعمال، بالمعنى الواسع يمكن اعتباره نظام ذكاء، ويعرف بشكل عام على أنه القدرة على فهم العلاقات المتبادلة بين الحقائق المتاحة لتوجيه العمل نحو هدف منشود.[1]

– وقد صدر مفهوم آخر يوضح الذكاء الاقتصادي على لسان ويلسنكي في عام 1967 من خلال كتابه الذكاء التنظيمي « organisationnelle l'intelligence » فهو يعرفه على أنه نشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية والإستراتيجية للمنطقة، والتي تم تخزينها وإنتاجها في إطار قانون من مصادر مفتوحة.[2]

– وفي تعريف آخر للباحث « Ph.Baumard » في عام 1991، بأنه " الذكاء الاقتصادي لا يرتبط بفن المراقبة فقط، بل هو تطبيق دفاعي وهجومي من المعلومات هدفه القيام بربط العديد من المجالات لغرض تحسين الأهداف التكتيكية والإستراتيجية وهو وسيلة تواصل ما بين العمل والمعرفة".[3]

---

[1] عز الدين هروم، عبد الفتاح بوخمخم، تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 51، 2019، ص 196.

[2] مصطفى بودرامة، واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات، المجلد 15، العدد01، 2018، ص 428.

[3] محمد نعمة محمد الزبيدي، الذكاء الاقتصادي مشروع عراقي مقترح وإمكانية مساهمته في تنمية الاقتصاد العراقي، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية، 2017، ص 22

– أما تعريف هانري مارتر « Henri Martre » الذي كان في سنة 1994 والذي جاء في تقرير مارتر وهو الرئيس الفخري لشركة « Aerospatiale » ورئيس « AFNOR » يقول فيه بأن الذكاء الاقتصادي يمكن تعريفه على أنه مجموعة من الإجراءات المنسقة للبحث والمعالجة والتوزيع بهدف استغلال المعلومات المفيدة للفاعلين الاقتصاديين، يتم تنفيذ هذه الإجراءات المختلفة بشكل قانوني مع جميع ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على أصول الشركة. في ظل أفضل ظروف الجودة والمواعيد النهائية والتكلفة.

وتأكيد على أن المعلومات المفيدة هي تلك التي تحتاجها مستويات اتخاذ القرار المختلفة للشركة أو المجتمع، من أجل تطوير وتنفيذ الإستراتجية والتكتيكات اللازمة لتحقيق أهداف التي تحددها الشركة بهدف تحسين وضعها في بيئتها التنافسية. يتم تنظيم هذه الإجراءات .داخل الشركة في دورة متواصلة. مما يولد رؤية مشتركة للأهداف التي يتعين تحقيقها.[1]

– تعريف « Besson B, Pessin J.C » "هو القدرة على إيجاد أجوبة على التساؤلات المطروحة من طرف المؤسسة من خلال المعلومات المخزنة من طرفها" وعليه فإن الذكاء الاقتصادي يعتبر وظيفة إدارية تركز على حماية المعلومات الأساسية والمهمة، فهو بذلك يستوجب وجود اليقظة الإستراتجية للمؤسسة واستخدامها في التأثير على الغير.[2]

– أما الجمعية الفرنسية لتطوير الذكاء الاقتصادي "AFDIE" فعرفته في عام 1997 بأنه ديناميكية البناء الجماعي القائم على القناعة ومسؤولية الجميع. ويتكون من تخصيص المعلومات وتحليلها بهدف اتخاذ القرار الاقتصادي المناسب، مما يصاحبه تغيير في ثقافة المؤسسة والقدرة على بناء المستقبل في مواجهة الأحداث غير المؤكدة، لذا هو يجعل من الممكن الاستفادة من مزايا الإستراتيجية لبناء ميزة تنافسية ومستدامة.[3]

– كما أن كل من آلان دبير وديار يعتبرانه: وسيلة تساعد في اتخاذ القرار قياما على المعلومات التي يبنى عليها القرار، أي أن المعلومة فيه تكون أهم مورد استراتيجي للمؤسسة، والهدف منه هو تقليل من حالة

---

[1] Henri Martre, intelligence économique et stratégie des entreprises, commissariat général du plan, février 1994, P 13

[2] أحمد بوريشي، يوسف رحماني، الذكاء كأسلوب تسييري حديث يدعم عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية، مجلة البديل الاقتصادي، المجلد 02، العدد 02، 2015، ص 147.

[3] Hamari malti souhila، مرجع سابق، ص 481.

عدم التأكد وبهذا تجنب القرارات العشوائية.[1]

– ويرى « Cuiet.al » أن الذكاء الأعمال أو الاقتصادي هو طريقة للرفع من أداء المؤسسة من خلال توفير الإجراءات اللازمة لصناعة القرار والتمكين من الحصول على المعلومات قابلة للتنفيذ، وينظر هذا الأخير إلى الذكاء الاقتصادي على أنه تقنية تمكن من كفاءة العمليات على مستوى الأسواق من خلال توفير المعلومات للمؤسسة ومن ثم البحث عن كيفية معالجتها واستخدامها.[2]

– في حين عرفه الباحث « H.lesca » في عام 1995 بأنه لا يقتصر على توزيع المعلومات بل يتطلب تحويلها إلى فعل يحقق قيمة مضافة وقيام العملية الإعلامية للمؤسسة بالترقب والإصغاء للنقاط الضعف لغرض اكتشاف الفرص والتقليل من المخاطر التي ترتبط بالشكوك.[3]

المطلب الثاني: خصائص الذكاء الاقتصادي وعناصره

الفرع الأول: خصائص الذكاء الاقتصادي:

نتيجة للتوسع في الاقتصاد المعرفي، والذي يعد من أساسيات المعرفة في المجال المنهجي والنظري والعملي، ولتعدد مفهومه وتعريفاته لابد من توضيح أهم الخصائص التي يتميز بها هذا الأخير، لغرض التمييز بينه وبين المفاهيم الأخرى، إذ تشكل المعلومات العنصر الأساسي له فضلا عن اهتمامه في دراسة التفاعلات التكتيكية والإستراتجية لمختلف المستويات، ولمختلف النشاطات، بدءا من المؤسسات المحلية وصولا إلى مراكز القرار العليا على مستوى مؤسسات الدولة، ومن أهم خصائص الذكاء الاقتصادي ما يلي:[4]

1. يمتاز بوجود إدارة إستراتيجية قوية وفاعلة تقوم بتنسيق الجهود بين كافة الأطراف الاقتصادية، حيث تعمل على توحيد الرؤى وتوجيه الموارد لتحقيق الأهداف الاقتصادية المشتركة. كما تضمن هذه الإدارة التكامل

[1] فطيمة زهرة نجاري. محمد بويهي، آليات تطبيق إستراتجية الذكاء الاقتصادي وأمن المعلومات بالمؤسسات الجزائرية، مجلة البحث والدراسات العلمية، المجلد 12، العدد 01، 2018، ص 93.

[2] Bouklia Mohamed, the implémentation of business intelligence in Algerian institutions, revue de droit et des sciences humaines –Etudes Economique, numéro 21, 2015, P 217.

[3] محمد نعمة محمد الزبيدي، مرجع سابق، ص 22

[4] Martre H, Intelligence économique et compétitivité, paris : la Documentation Française, 1994, p 278.

بين مختلف الوحدات التنظيمية وتفعيل آليات التنسيق لتعزيز الكفاءة التشغيلية وضمان تحقيق النتائج المرجوة ضمن المؤسسات الاقتصادية.

2. يوفر علاقات قوية ومترابطة بين مختلف المؤسسات الاقتصادية والإدارات المركزية والمحلية والجامعات من خلال حيازته للمعلومات وتبادلها.

3. يعمل على مراقبة البيئة التنافسية باستخدام الأداء التكتيكي الإستراتيجي في جمع وتحليل المعلومات حول المنافسين، الأسواق، والتطورات التكنولوجية، والتي تعد أساسا للميزة التنافسية والتي تساعد بدورها في عملية اتخاذ القرارات الإستباقية.

4. يقوم بدمج المعارف العلمية والتقنية والاقتصادية والقانونية، وهذا التكامل يُمكّن المؤسسات من تعزيز الابتكار عبر توظيف البحوث العلمية في تطوير منتجات جديدة، وإدارة المخاطر المتعددة مثل التكنولوجيا القديمة، وخطر القانوني، واتخاذ قرارات إستراتيجية متوازنة تراعي الرؤية الاقتصادية والامتثال القانوني.[1]

5. يشكل جماعات للضغط والتأثير على السياسات الاقتصادية،[2] في البيئة الخارجية من خلال تحليل أداء المنافسين، والبيئة الداخلية من أجل تحديد أفضل كفاءة وفاعلية.[3]

6. حماية المعلومات وضمان أمن البيانات الإستراتيجية ومنع التسريبات أو التجسس والعمل بالسرية في نشر المعلومات وطرق تحصيلها وذلك بطريقة مشروعة وقانونية بعيدة كل البعد عن التجسس وما يصاحبه من طرق[4].

7. توفير المعلومات وتحليلها بغية اتخاذ القرار المناسب بحيث يعتمد الذكاء الاقتصادي على جمع المعلومات من مختلف مصادر المتاحة، وتحليلها بواسطة أدوات التحليل الإحصائي، والهدف من هذه العملية هو تحويل المعلومات المجمعة الخام إلى رؤية إستراتيجية تدعم اتخاذ القرار الصائب في المؤسسة الاقتصادية.

---

[1] محمد نعمة محمد الزبيدي، مرجع سابق، ص 36 37.

[2] Arnaud, pierre, L'intelligence économique: Une nouvelle culture pour le siècle, paris : Economica, 2010, P156.

[3] Lesca H, Veille stratégique: La méthode L.E.SC Anning, Colombelles : EMS Editions, 2003, P 192.

[4] Boumard P, Stratégie et surveillance des environnements concurrentiels, paris : Dunod, 2009, P 320.

كما تساهم هذه الخاصية في تعزيز القدرة التنافسية وضمان البقاء والاستمرارية للمؤسسات وتقليل المخاطر.[1]

8. يمتاز الذكاء الاقتصادي بقدرته على التنبؤ بالتقلبات والتغيرات على المستوى الاقتصادي ومواكبة التغيرات المستقبلية التي قد تطرأ وذلك من خلال تحليل البيانات والمؤشرات المتاحة لهذا الأخير.[2]

الفرع الثاني: عناصر الذكاء الاقتصادي:

يتكون الذكاء الاقتصادي من ثلاثة أبعاد مرتبطة ومتكاملة من خلالها يمكن له تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسات وهي ممثلة في عنصر اليقظة، وعنصر حماية وأمن المعلومة، وعنصر التأثير.

أولا: اليقظة:

هي نهج منظم للبحث، الجمع، المعالجة ونشر المعلومة، وتهتم بالأمور العلمية، التكنولوجيا، القانونية، التنظيمية والبيئية...الخ، فهي تهدف إلى رصد البيئة التنافسية، والكشف عن الإشارات الضعيفة المحددة للاتجاهات الناشئة، تحث على الاستخدام الواسع لتكنولوجيات الجديدة للمعلومات من خلال شبكة الانترنت، مع استخدام العنصر البشري الوثائق، هذا العنصر يسمح لمسيري المؤسسة بوضعها في موقع أفضل في بيئتها أي ضمن أسواقها مقارنة بمنافسيها.[3] كما أن اليقظة الإستراتجية هي البحث والجمع المنظم للمعلومات الإستراتجية التي تخدم المؤسسة من قبل الباحثين والموظفين في المؤسسة على أساس خبراتهم العلمية، والخبراء الأكفاء في المسائل القانونية أو المالية والتجارية، وأن تكون المعلومة ملائمة وموثوقة، ويتم معالجتها وتحليلها، وهذا يجعل من المعلومة التي تحت تصرف المؤسسة ذات فائدة وتطبيق ملموس.[4]

ثانيا: الحماية وأمن المعلومة:

[1] قرين لطيفة، عباد محمد، شهيد هدى، الذكاء الاقتصادي بين المفاهيم الأساسية وآلية التطبيق، مجلة مؤشر الدراسات الاقتصادية، مجلد 2، العدد 3، أوت 2018. ص 137.

[2] السيد، محمود، الذكاء الاقتصادي والأمن القومي، دار المعارف، القاهرة، 2018، ص 78.

[3] محمد رقامي، الذكاء الاقتصادي بين المنافسة والتعاون وتأثيره على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية –دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة الحقيقة، المجلد 14، العدد 02، 2015، ص 153.

[4] Zaoui asmae, Ramdani laala, Boudaoud fatima, intelligence économique nouvelle approche de la compétitivité des entreprises, revue scientifique avenir économique, volume 08, n°01,2020, P 61-62.

هي حماية المعلومة الخاصة بالمؤسسة ضد المخاطر الخارجية، إذ أن الجانب الدفاعي للذكاء الاقتصادي لا يمكن تجاهله، فمن خلال جميع ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على موجودات المؤسسة من المخاطر التي قد تهدد الأمن المعلوماتي والمعرفي لها، ومن ضمن هذه الأخطار نذكر نوعين:

1. مخاطر إرادية: وتتضمن تهريب المعلومة من خلال التجسس أو اقتحام نظام المعلومات الخاص بالمؤسسة أو سرقة المجلدات والوثائق الداعمة للمعلومة، وهذا يجعل المؤسسة في حد ذاتها عرضة للخطر، كما قد يفقدها الميزة التنافسية التي كانت تعمل من أجل السعي لها.[1]

2. مخاطر غير إرادية: وتتمثل غالبا في الكوارث الطبيعية أو الحوادث التقنية التي تتسبب في فقدان المعلومة، أو المخاطر الناجمة عن الإهمال المعلومة وعدم الكفاءة (حذف المعلومة أو إتلافها بالخطأ)[2]

ثالثا: التأثير:

هي إستراتيجية من قبل الأفراد والمؤسسات لتوجيه قرارات في الاتجاه المطلوب بالتأثير على بيئة المؤسسة، من خلال أدوات الضغط المعلوماتية، بالتأثير على المستهلك باستخدام الأفكار الموجهة، وتأثير بالدعاية والاتصال.[3]

كما أن هذا العنصر مهمل نوعا ما في نهج الذكاء الاقتصادي، بحيث كان الاعتماد على اليقظة وحماية المعلومة أهم عنصرين، لكن التأثير على البيئة الخاصة بالمؤسسة لم يكن بسيطا هو الآخر[4]، بل كان من خلال عكس المعلومات المتحصل عليها وبناء توقعات مستقبلية حول البيئة المحيطة وتأثير فيها.

يتمثل التأثير في المقام الأول في استخدام المعلومات كأداة لاتخاذ الإجراءات، مما يجعل من الممكن تعزيز وظائف المؤسسة ضمن إطار قانوني، من خلال تنفيذ إجراءات الضغط والتواصل مع المحيط الخارجي

---

[1] وصال عبدالله محسن، بيداء ستار لفتة، عناصر الذكاء الاقتصادي للمنظمة ودورها في تحقيق النمو الاقتصادي، مجلة دراسات محاسبية ومالية(JAFS)، المجلد 14، العدد 48، 2019، ص 06.

[2] وصال عبدالله محسن، بيداء ستار لفتة، نفس المرجع السابق، ص 06.

[3] العربي خديجة، دحماني عزيز، حماية المعلومة بالمؤسسات الاقتصادية في ظل التوجه نحو الذكاء الاقتصادي–دراسة حالة مؤسسة لافراج وهران، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، العدد 07، 2018، ص 113,

[4] Florence Fenniou, intelligence et stratégie d'entreprise, A.D.B.S. information données & documents, volume 54, n 02, 2017, P 29.

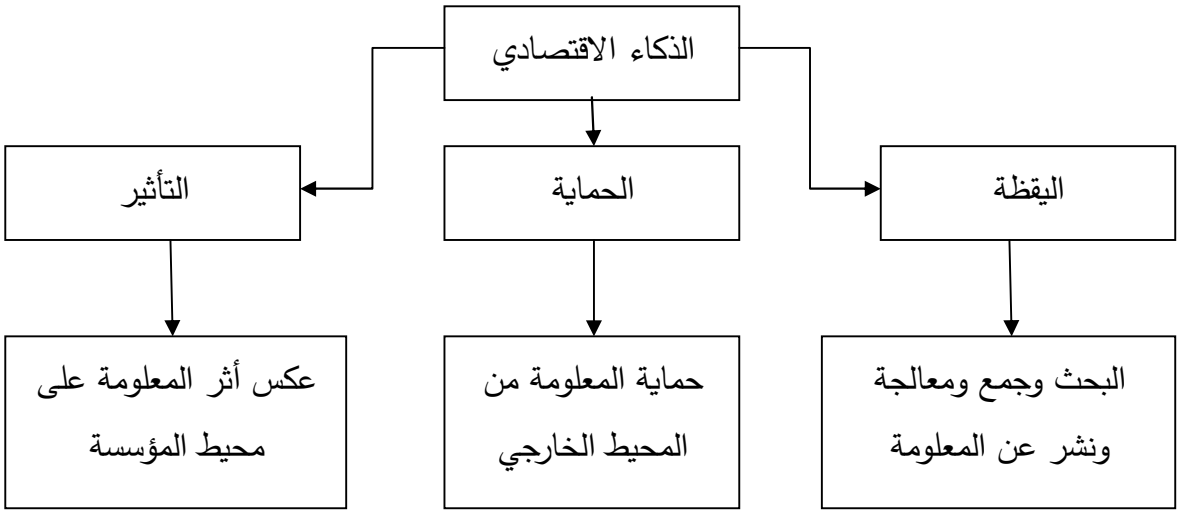
للمؤسسة.[1]

إن عملية صناعة القرار تمر على عنصر التأثير لذلك على المؤسسة الانتباه لاتصالاتها وتحكم في جميع المعلومات التي تخرج منها:

1. الاتصالات الداخلية: يجب أن تكون واضحا ومقنعا في المعلومات التي يتم الكشف عنها داخل المؤسسة عينها، وذلك لتحفيز القائمين على المؤسسة وتركيز الطاقات نحو إستراتيجية مشتركة مع توخي الحذر بشأن المعلومات، بحيث لا يجب الكشف عن كل شيء لأنه من خلال خطأ معين أو الرغبة في إلحاق ضرر داخليا، يمكن نقل المعلومات السرية إلى البيئة المحيطة بالمؤسسة أي البيئة الخارجية المنافسة لها.

2. الاتصالات الخارجية: يجب إعداد فن دقيق وإتقانه عند نقل المعلومة إلى الخارج في إطار التأثير بالبيئة الخارجية للمؤسسة، فالاتصالات الموجهة للجمهور (المؤتمرات، المقابلات والوثائق المكتوبة أو متعددة الوسائط أو من خلال محتوى الانترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي)، خاصة ما يرتبط بما لا ينبغي كشف عنه، لذا وجب الحذر لتجنب الكشف عن المعلومات السرية للخبراء أو الصحفيين أو الأشخاص طفيليين الذين يودون الضرر بالمؤسسة، لذا عند العمل على عنصر التأثير يجب مراعاة عنصر الأمن المعلوماتي بعناية.[2]

الشكل رقم (01-01): عناصر الذكاء الاقتصادي والمعلومة



[1] Philippe Gloaguen, Le guide de l'intelligence économique, d'imprimer en Italie par lego, édition N :01, 2012, P 32.

[2] Philippe Gloaguen, P 35.

المصدر: من إعداد الباحث بناءا على المعلومات السابقة.

المطلب الثالث: مراحل الذكاء الاقتصادي وأهدافه:

إن الذكاء الاقتصادي هو أحد الوسائل الاستراتيجية الحالية والمهمة التي تتبناها البلدان والمؤسسات من أجل رفع مركزها التنافسي ودعم كفاءتها، وقدرتها على توقع المخاطر واتخاذ القرارات السليمة انطلاقا من معلومات محدثة وبناءة، ومع وجود التطورات السريعة ضمن المجال المعلوماتي والتكنولوجي بات من الضروري فهم المراحل المتبعة للذكاء الاقتصادي للوصول إلى التطبيق الفعال له، ومنه تحديد الأهداف الإستراتيجية التي تعمل هذه الأخيرة لتحقيقها على مدى القصير والبعيد.

الفرع الأول: مراحل الذكاء الاقتصادي:

تمثّل مراحل الذكاء الاقتصادي في أربع مراحل أساسية هي: تحديد الحاجة للمعلومة، جمع المعلومة، معالجة المعلومة، بث المعلومة من أجل اتخاذ القرار.

المرحلة الأولى: تحديد الحاجة للمعلومة:

وتعد أول مرحلة في الذكاء الاقتصادي وهي تكون سلسة في أغلب الحالات إلا أنها تستلزم المهارة والكفاءة في تحديد أي من المعلومات المفيدة التي تعمل المؤسسة على الحصول عليها، وهذا ما يتطلب وجود متخصصين في مجال المعرفة للتمييز بين الكميات المعتبرة من المعلومات المتداولة والتي يجب فرزها، واختيار المعلومات المهمة والتي تعد مفيدة للمؤسسة، وذلك بغرض تحليليها وبثها لاحقا من أجل اتخاذ القرار المناسب، وهذا بناءا على المعلومة المتاحة.[1]

المرحلة الثانية: جمع المعلومة:

بعد تحديد الحاجة للمعلومة، يتم اختيار أشكال للبحث عن هذه المعلومة من مختلف المصادر الرسمية (الكتب، وسائل الإعلام والاتصال، بنوك المعطيات، الأقراص المضغوطة) والمصادر غير الرسمية التي يتطلب التعامل مع المعلومات الواردة منها بمجهود شخصي من الفرد الذي يريد جمع هذه المعلومة. والذي يجب أن

[1] Bolanle oladejo & Adenike osofisan, knowledge management in economic intelligence with reasoning on temporal attributes, artificial intelligence (CS.AL), Proceedings of the Seminar on Strategic Scientific and Technological Watch (VSST), France, 2009, P 06.

يبقى على اتصال وأن ينتقل لهذه المصادر متنوعة كالمنافسين في حد ذاتهم، الموردون، مهمات وأسفار الدراسة المعارض، طلب المتمرنين، المصادر الداخلية للمؤسسة.[1]

وهناك طرق لتحصيل مصادر المعلومات من قبل المؤسسة:

1. المصادر المفتوحة للمعلومات: وتتمثل في المنشورات الإحصائية الرسمية والصحف والبرامج الإذاعية والمنشورات التجارية، أما المصادر المغلقة للمعلومات فتمثل تقارير وبرقيات من السفارات والقنصليات...، والمعلومات السوداء (السرية) والتي يتم الحصول عليها من دون موافقة من حكومات أجنبية تأتي من أقمار صناعية، من أسرار سرقت من أحد الرعايا الأجانب.

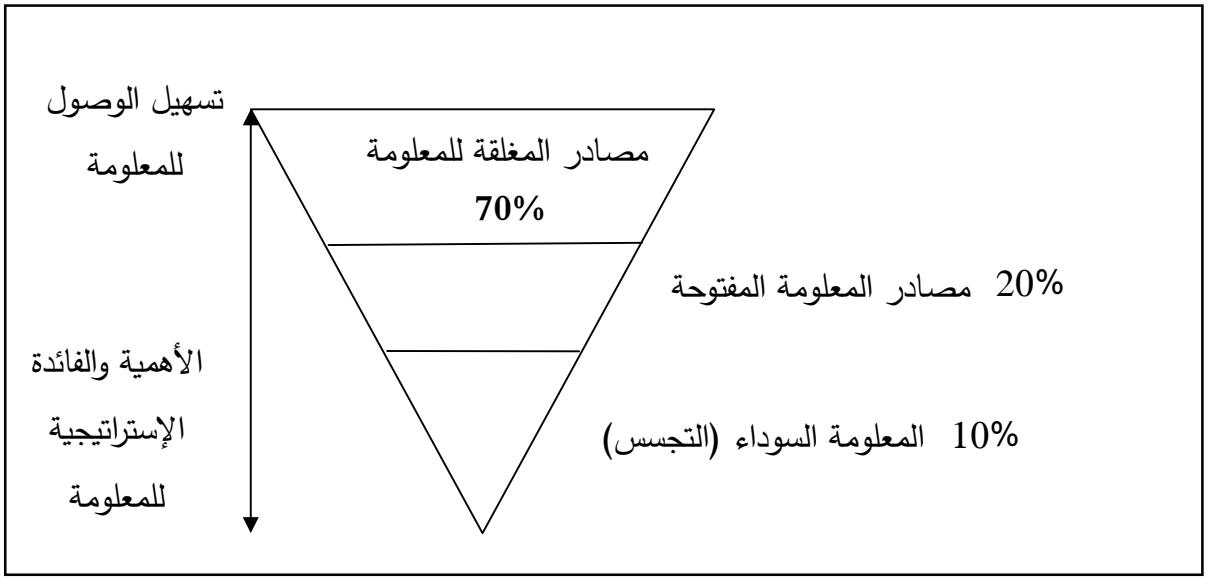
2. المعلومات المتحصل عليها والتي تتم معالجتها في إطار حرية استعمال المعلومة: (تعارض المعلومة المفتوحة مع المعلومة المغلقة أي السرية).[2]

المعلومات المفتوحة (بمعنى الدخول إليها غير محدودة) والتي من خلالها يمتلك منتجيها وأصحابها حقوق خاصة (الحماية عن طريق حقوق التأليف، الملكية الصناعية، الحماية التعاقدية ببنود السرية) أو التي بعض استعمالاتها يمكن أن تكون محل عقوبات قضائية خاصة، ومن ثم فإن المعالجة غير المسموحة لأي معلومة مفتوحة يمكن اعتبارها مساسا بإرث المؤسسة.

[1] شمس ضيات خلفلأوي، تثمين مراحل سيرورة الذكاء الاقتصادي بمؤسسة فرتيال عنابة، مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 18، العدد 01 مارس 2019، ص 192,

[2] سيواني عبد الوهاب، نحو إدماج الذكاء الاقتصادي في تسيير الاقتصاد الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 3، 2015، ص 152.

الشكل رقم (01-02): مختلف مصادر المعلومات التي تتحصل عليها المؤسسة:



المصدر: محمد حمداني، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية.

3. التطور المعلومة: ممارسة الذكاء الاقتصادي يفرض على كل مؤسسة مضاعفة تدابير الحذر لضمان حماية إرثها المعلوماتي عن طريق معرفة واستعمال كل مصادر القانونية المتاحة لهذا الغرض وتسخير كل الوسائل البشرية، المعلوماتية والتنظيمية.[1]

المرحلة الثالثة: معالجة المعلومة:

إن معالجة المعلومة هي أساس الذكاء الاقتصادي، فهذا الإجراء يعتمد أساسا على قيمة المعلومة بالنسبة للمستعمل، وتعني المعالجة تجميع كل معطيات المحصل عليها من أجل تحليلها بشكل متجانس، وتعتبر ترجمة المعلومة خطوة أساسية لإجراء المعالجة، فهي تعطي صورة تحليلية غنية لكل المعلومات التي تكون مختفية دائما في سطور الوثائق.[2]

المرحلة الرابعة: بث المعلومة واتخاذ القرار:

[1] محمد حمداني، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، 2013، ص 16-17.

[2] جيلالي معروف، الذكاء الاقتصادي: واقع وأفاق، مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد 29، 2014، ص 24.

إن الخطوة الموالية للخطوات الثلاثة السابقة هي إعطاء قيمة لهذه المعلومة ببثها داخل المؤسسة حتى تساهم في خلق قيمة مضافة، إن كل العمليات السابقة، من تحديد، جمع، ومعالجة المعلومة، يكون بدون فائدة إذ لم يتم بث هذه المعلومة وإيصالها إلى أصحاب اتخاذ القرار بالمؤسسة. فالمعلومة لا تكون ذات قيمة إلا إذا جاءت في الوقت المناسب وبالشكل المراد، للشخص الذي يستخدمها، تكلف المعلومة كثيرا لذلك يجب توفيرها للذين يحتاجون لها مكن أجل استخدامها، إن بث المعلومة إذا هو يشكل خطوة أساسية لإجراء الذكاء الاقتصادي، بشرط أن تستخدم بذكاء وحذر، ويعتبر بث المعلومة غير كافي، بل يجب أيضا تحويل هذه المعلومة إلا فعل حتى تحقق قيمة مضافة فالمتخصصين في الذكاء الاقتصادي يجب يكونوا قادرين على إقناع الآخرين بالعملية، وعلى تركيب التقنيات التي تسمح بتطبيقها في المنظمة.

فإذا لم نفهم ما هي احتياجات طالب المعلومة، فإننا نكون قد أضعنا أهم عنصر في الذكاء الاقتصادي فإن لم يكن لنا مصدر موثوق فلا داعي للمواصلة، فالمصادر رديئة النوعية تؤدي إلى تشويش المعلومة، وهو ما يعقد عمل تحليل أما إذا كانت المصادر موثوقة فهي تسهل أكثر عملية التحليل.

التحليل يجعل المعلومة التي تحتاجها قابلة للاستعمال، والمعلومة التي لا يتم بثها وإعلانها لا تفيد في شيء، والتغذية الراجعة تبين لنا ما إذا كانت المعلومة قد أدت إلى تلبية رغبة المستخدم أم لا، كما يجب الاحتفاظ ببعض المعلومات السرية والإستراتيجية وحمايتها.[1]

الفرع الثاني: أهداف الذكاء الاقتصادي:

– **تعزيز القدرة التنافسية:** يهدف الذكاء الاقتصادي إلى تعزيز ورفع الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية وذلك بتحليل البيانات الكثيرة واتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب مما يساعد في تحقيق الاستدامة الاقتصادية من خلال التنبؤ بالأزمات قبل وقوعها وفرض تخطيط استباقي تحوطا ضدها.[2]

– **تعزيز الموقع السوقي:** يهدف الذكاء الاقتصادي إلى تعزيز الموقع السوقي للمؤسسة عن طريق دراسة وتحليل قدرة المنافسين وتحديد الثغرات، كما يهدف إلى تخفيف المخاطر من خلال المراقبة الدورية

[1] أحمد بوريشي، رحماني يوسف زكرياء، نفس المرجع السابق، ص 149.

[2] العلي، أحمد بن محمد، الذكاء الاقتصادي وأثره على التنمية، مركز البحوث الاقتصادية، الرياض، 2019، ص 55.

للتغييرات التي قد تحدث على المستوى السياسي والاقتصادي.[1]

– **تطبيق اليقظة الإستراتيجية:** يعد تفعيل اليقظة الإستراتيجية أحد الركائز الأساسية للذكاء الاقتصادي، حيث تعمل المؤسسات على مراقبة التطورات المستمرة في محيطها التنافسي والتسويقي والتكنولوجي، يتم ذلك من خلال جمع المعلومات وتحليلها بشكل منهجي، مما يمكن المؤسسة من رصد الفرص المتاحة والتهديدات المحتملة في الوقت المناسب. تُسهم هذه الآلية في ضمان استمرارية المؤسسة وتعزيز مركزها التنافسي في السوق، كما تتيح لها التكيف السريع مع المتغيرات الخارجية واتخاذ قرارات الإستباقية تدعم تحقيق أهدافها الإستراتيجية[2].

– **رفع من جودة القرارات المتخذة:** يهدف ذلك لتحسين جودة القرار بالاستغلال الأمثل للمعلومة المتاحة وتحويلها إلى إستراتجية وتجسيدها فعليا، كما تعتبر أداة فعالة لتحقيق الأمن الاقتصادي للمؤسسة من خلال مراقبة تهديدات ضمن محيط المؤسسة.[3]

[1] Prescott J, Competitive Intelligence and global Business, routledge, New York, 2022, P 124.

[2] قرين لطيفة، طافر زهير، بوسهمين أحمد، الذكاء الاقتصادي وأهميته في المؤسسة مع الإشارة لمؤسسة اتصالات الجزائر، مجلة إقتصاد المال الأعمال، المجلد 3، العدد 3، 2019، ص 694.

[3] سارة عبد الله إبراهيم، ذور الذكاء الاقتصادي في دعم القرار الاستراتيجي، المجلة العربية للإدارة، المجلد 4، العدد 12، 2021، ص 94.

المبحث الثاني: جوانب الذكاء الاقتصادي:

إن الذكاء الاقتصادي هو فن استعمال المعلومة لتعزيز مكانة المؤسسة في المحيط الخارجي لها من خلال تعزيز الميزة التنافسية وخلقها ورفع الأداء الكلي للمؤسسة، وهذا ما يتجلى في تطبيق أدوات الذكاء الاقتصادي التي تنتهجها المؤسسات الاقتصادية لمواجهة ومواكبة العراقيل والصعوبات التي تقف أمام كافة المستجدات والتطورات الحاصلة نتيجة كثرة المعلومات وكثرة مصادرها وسرعة تنقلها الأمر الذي جعلها تتوجه لتطبيق الذكاء الاقتصادي من أجل مراجعة بيئتها الداخلية والخارجية ومعرفة كل ما يتم في محيطه، وبناءا على ذلك سوف نتطرق إلى المطالب التالية التي يتم فيها المرور على الوسائل الذكاء الاقتصادي في المطلب الأول واستراتجياته في المطلب الثاني، وفي الأخير ذكر ارتباط الذكاء الاقتصادي باليقظة الإستراتيجية باعتبارها أهم عنصر من عناصر الذكاء الاقتصادي.

المطلب الأول: وسائل الذكاء الاقتصادي:

إن المؤسسات أصبحت ملزمة على مواكبة التطورات في المجتمع الدولي، الأمر الذي جعلها ملزمة على مسايرة تكنولوجيات المعلومات والاتصال، التي تعتبر أهم وسيلة لتطور عمليات الذكاء الاقتصادي في العالم، إن تعدد وزيادة وسائل وطرق جمع المعلومات جعل المؤسسات الاقتصادية تتبنى تطبيق الذكاء الاقتصادي، من خلال الأدوات والوسائل لازمة للتحليل الموقع التنافسي والاستراتيجي، وتتمثل هذه الوسائل في التالي:

1. معرفة قدرات المسيرين:

من خلال التنبؤ بقرارات المسيرين، وتحديد العوامل التي قد تؤثر على إجراءات اتخاذ القرار المناسب لدى هؤلاء المسيرين داخل المؤسسة، ومن أجل معرفة جودة القرار لدى المسير يجب الاعتماد على أنماط القيادة الخاصة به، الثقافة، المسارات المهنية، الكفاءات، القرارات المتخذة سابقا، مع مراعاة إمكانات المؤسسة، وإمكانيات المسير هو الأخير.[1]

[1] رضا تير، دور الذكاء الاقتصادي في إرساء آليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير: واقعه وآفاقه في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2015-2016، ص 4.

2. القياس المقارن:

تعني تبني أفضل الممارسات وطرق من بين ما انتهجته المؤسسات الأخرى في نفس النشاط قصد تحسين النشاط ورفع الأداء المؤسسة نفسها وبأقل الأعباء والتكاليف، وفي أقصر وقت وأقل مخاطر، باعتباره أداة إستراتيجية، حيث يعتمد على مقارنة أداء المؤسسة مع أفضل المؤسسات العالمية لتعزيز وتحسين الكفاءة والميزة التنافسية للمؤسسة، كما تتنوع أنواعه بين المقارنة الداخلية والتنافسية والوظيفية، ويتم تطبيقه عبر خطوات منهجية تشمل تحديد المجالات والأنشطة المستهدفة، من خلال جمع البيانات، تحليل الفجوات، ثم تطبيق التحسينات، كما تساهم هذه الأداة في خفض التكاليف بنسبة تصل إلى 30%، وتشجيع الابتكار كما هو الحال في شركات مثل تويوتا وأمازون، فضلا عن رفع قيمة جودة الخدمات المقدمة، ومع ذلك تواجه هذه الوسيلة تحديات كصعوبة الحصول على بيانات المؤسسات المنافسة، والتي يمكن مجاراتها أو التفوق عليها بالاعتماد على المصادر المفتوحة لاستغلال المعلومة، مثل تقارير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، والبنك الدولي.[1]

كما يعتبر آلية استباقية تمكن المؤسسة من تبني أفضل التجارب المحلية والعالمية، كما ظهر في تجربة الإمارات العربية المتحدة التي طبقت منهجية TRADE لتحسين أداء الحكومات فيها، وتعتمد هذه الوسيلة على مؤشرات أداء لقياس الفعالية، وتستفيد من التحليلات البيانات لاتخاذ القرارات الإستراتيجية، الأمر الذي يساعد على زيادة الإنتاجية وتحقيق الاستدامة، وبالتالي فإن القياس المقارن يرتبط ارتباطاً وثيقاً مع وجود رؤية إستراتيجية واضحة وبيئة مشجعة للابتكار في المؤسسة.[2]

3. تحليل الإستراتيجية المستقبلية:

تعتبر أداة تخطيطية لتحليل وفهم البيئة الداخلية والخارجية التي تعمل فيها المؤسسة الاقتصادية، وذلك من خلال تحديد نقاط القوة والضعف، إضافة إلى البحث عن الفرص والتهديدات التي من شأنها التأثير على الأداء وتحقيق الأهداف مستقبلا. ويتم في هذه الوسيلة الاعتماد على نموذج "SWOT" وهو أداة فعالة لتقليل حالة عدم التأكد في المؤسسة، ومسايرة التغيرات والتطورات السريعة التي تخص بيئة المؤسسة بصفة عامة خاصة التنافسية، للتحليل الاستراتيجي المستقبلي من خلال عناصره الأربعة:

– **نقاط القوة:** هي المزايا الداخلية التي تميز المؤسسة عن غيرها، مثل الخبرات البشرية، البنية التحتية، السمعة، أو التكنولوجيا المتقدمة

[1] Porter . m, competitive strategy, free press,New York, 2020, P 145.

[2] Mazzucato. M, the entrepreneurial state, London: penguin books, 2018, P 68.

– **نقاط الضعف:** هي العيوب أو النواقص الداخلية التي قد تعيق أداء المؤسسة، مثل نقص التمويل، ضعف الإدارة، أو قلة الكفاءة التشغيلية

– **الفرص:** هي العوامل السلبية الخارجية التي قد تشكل خطراً على المؤسسة، مثل المنافسة الشديدة، التغيرات السياسية، أو التحولات الاقتصادية

– **التهديدات:** هي العوامل الإيجابية الخارجية التي يمكن للمؤسسة استغلالها لتعزيز موقعها، مثل التغيرات الاقتصادية، التطورات التكنولوجية، أو التغيرات في السوق[1]

يهدف التحليل الاستراتيجي في هذا النموذج إلى إعطاء رؤية واضحة لواقع المؤسسة، ما يساعد متخذي القرار من رسم استراتيجيات مستقبلية تراعي واقع المؤسسة بشكل موضوعي بناء على محيطها، في ظل التحديات والتهديدات المتوقعة واستغلال الفرص الممكنة.[2]

وعليه فإن تحليل SWOT هو أداة مهمة من أجل التحليل الاستراتيجي المستقبلي، حيث يمكّن المؤسسة الاقتصادية من اتخاذ قرارات مناسبة وفعلية، ومراجعة مخطط المؤسسة وفق التغيرات البيئية الاقتصادية، الاجتماعية التي تسبح في محيطه.

4. توقع الاستراتجيات المنافسة:

يتم في هذه الأداة تحليل المؤسسة الاقتصادية من خلال القواعد والتنظيمات، التكنولوجيا، التغيرات في قطاع نشاط المؤسسة، الزبائن (التغير السلوكي)، كما توجد طرق عديدة أخرى في هذا المجال، ويتم توقع استراتيجيات للمنافسة بناءا عليها، من أجل الوصول للميزة التنافسية بشكل استباقي عن باقي المنافسين، حيث تركز هذه الإستراتيجية على تخفيض تكاليف داخل المؤسسة، والعناية بتوجه المستهلك وتفضيلاته، ومواكبة التكنولوجيا وتطوراتها على امتداد المحلي والعالمي، ومواكبة التغيرات في سياسات الحكومية والمؤسساتية من

[1] Paul. A, teryima. A, corporate level strategic analysis and choice as a measure of achieving performance in organization: (asurvey of dangote groups of companies \ conglomerates) quoted on nigeria stock exchange market, international journal of business & economic development, volume 2, number 2, july 2014, P36.

[2] Kazmi. A, Strategic Management and Business Policy, Edition: Tata McGraw Hill Education Private Limited, 3rd, India, 2011, P78.

أجل خلق انسيابية تسمح بوضع استراتيجيات للمنافسة على المدى القصير والمتوسط.[1]

5. توقع إدخال منتج أو خدمة جديدة:

تعد هذه الأداة من الأدوات المهمة في الذكاء الاقتصادي، حيث تقوم على تحليل استباقي استراتيجي من أجل معرفة إمكانية دخول خدمة أو منتج حديث في السوق، مع مراعاة الوقت وظروف المؤسسة وقت ظهوره، كما أن هذه الوسيلة تتخطى التنبؤ البسيط وذلك بدراسة التأثير الاقتصادي الممكن وقوعه بإدخال هذا الأخير ضمن السوق الحالي أو المستقبلي، ويصحب هذا التوقع دراسة المنافسين المحتملين وتحليل التقلبات المتنبئ بها في توجهات المستهلك وتفضيلاته، مع تحديد الفرص والتهديدات التي قد تطرأ في السوق، وتبرز أهمية هذه الوسيلة في تحقيق الميزة التنافسية من خلال الجاهزية الإستباقية لتقلبات السوق، وتحديد الفرص الاستثمارية المتاحة، وتغطية الأخطار التي تخلفها المنتجات البديلة، واتخاذ القرار الاستراتيجي برفع البحث التطوير وتوسيع بيئة العمل.[2]

6. تحليل التكاليف:

أداة تحليل التكاليف هي من الوسائل الأساسية ضمن الذكاء الاقتصادي، حيث يرجع فيها المحلل للميزانية بكونها أداة تحليلية أساسية تمكن من القيام بمقارنة ذات دقة عالية بين مختلف القواعد المالية في المؤسسة، ويكون التركيز فيها على العوامل التي لها تأثير بصفة مباشرة في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، مثال عن ذلك: تكاليف اقتناء التثبيتات الخاصة بالمؤسسة، وكذلك التكاليف الإدارية وغيرها من الأعباء والمصاريف المتعلقة بالمؤسسة، وتسمح هذه الأخيرة للمحلل بتحديد نقاط القوة والضعف ضمن التكلفة، الأمر الذي يساعد على اتخاذ قرار مناسب يهدف إلى رفع الأداء المالي وتعزيز القدرة التنافسية، أما تحليل التكاليف هو لا يحصر على الجانب التحليلي فقط فهو يشمل ليكون أداة إستراتيجية للمراقبة والتخطيط المالي الكفء، حيث يساهم في تقليل التكاليف الإجمالية وتحسين العلاقة بين الإيرادات والنفقات، وتعتبر الميزانية هي أساس وسيلة تحليل

[1] محمود عبد الفتاح، مكرم عبد المسيح، أثر الاستراتيجيات التنافسية على السلوك غير المتماثل للتكلفة في ظل بيئة التصنيع المتجأوب، المجلة المصرية للدراسات التجارية، المجلد 45، العدد 4، أكتوبر 2021، ص 4.

[2] عوض علي شبيب العجمي، تطوير الأداء الإداري بمراكز إدارة الأزمات بجامعة الكويت في ضوء مدخل الذكاء الاستراتيجي، المجلة التربوية لتعليم الكبار، المجلد 6، العدد 1، جانفي 2024، ص 68.

التكاليف، باعتبارها المورد المعلوماتي به تحدد النقاط المتوقعة ضمن التكاليف للتحكم بالمورد المالي، وبالتالي بلوغ الأهداف الإستراتيجية من هذه الناحية.[1]

المطلب الثاني: سياسات الذكاء الاقتصادي:

يعتبر الذكاء الاقتصادي منهجية إستراتيجية شاملة تعتمد على العمل الجماعي المنظم في إطار القوانين والضوابط الأخلاقية، حيث يشمل نطاق عمله كافة العمليات المرتبطة بجمع البيانات والمعلومات، تأمينها، تحليلها، وتوظيفها بكفاءة في صنع القرارات الإستراتيجية، يهدف هذا النهج إلى تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، كما يسهم في تعزيز النفوذ للدول وسيادتها الاقتصادية.

يتجلى الذكاء الاقتصادي في كونه أداة حيوية لدى السياسة العامة للدول، حيث يقدم دعماً علمياً للقرارات الاقتصادية الكبرى من خلال إدارة منهجية للمعلومات وتوظيفها توظيفا استراتيجي ويستند هذا المفهوم إلى مجموعة من الأبعاد المتكاملة التي تشكل نظاماً متكاملاً لإدارة المعرفة الاقتصادية، وبناءا على ذلك يقوم على الأبعاد التالية:[2]

1. سياسة التنافسية:

تمثل السياسة التنافسية إطاراً استراتيجياً شاملاً يهدف إلى تعزيز قدرة المؤسسات على المنافسة محلياً وعالمياً، حيث تعتمد بشكل أساسي على دعم عمليات البحث والتطوير لتمكين المؤسسات من رصد الفرص الاستثمارية واختراق الأسواق الجديدة. كما تقوم هذه السياسة على آليات التكامل المعرفي بين مختلف الفاعلين الاقتصاديين من خلال التعاون في تحديد الأولويات الإستراتيجية وتبادل الخبرات والمعارف، ما يساهم في خلق بيئة تنافسية ديناميكية قادرة على مواكبة المتغيرات العالمية.

تسعى سياسة التنافسية إلى تحقيق جملة من الأهداف الإستراتيجية التي تشمل تحفيز المنافسة العادلة، وضمان الكفاءة في تخصيص الموارد، وتوفير مبدأ تكافؤ الفرص في الدخول إلى الأسواق، مع التركيز على

[1] علي حمدان شجر، استعمال تحليل تكاليف الجودة في تحقيق المزايا التنافسية دراسة تطبيقية في مصنع نسيج وحياكة واسط، مجلة الكوت، المجلد 15، العدد 49، 2023، ص 536.

[2] مغمولي نسرين، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة فريتال عنابة، أطروحة دكتوراه، بسكرة، 2015-2016، ص 19.

حماية المستهلكين من الممارسات الاحتكارية كما تهدف هذه السياسة إلى تعزيز القدرة التنافسية للاقتصاد الوطني ككل من خلال خلق بيئة أعمال واضحة تحفز الابتكار وتقوم بتعزيز الإنتاجية، مما يسهم في النهاية في تحقيق النمو الاقتصادي المستدام وزيادة معدلات التشغيل وتحسين مستويات المعيشية.[1]

2. سياسة الأمن الاقتصادي:

تعد سياسة الأمن الاقتصادي ركيزة أساسية ضمن منظومة الذكاء الاقتصادي، حيث تهدف إلى تهيئة البيئة الملائمة لتحقيق التنمية المستدامة من خلال تشجيع الاستثمارات على المستوى المحلي والوطني، وخلق فرص عمل جديدة، وضمان الرفاهية الاقتصادية للمجتمع، وتقوم هذه الأخيرة على حماية الاقتصاد الوطني من التهديدات الخارجية، وتعزز القدرة التنافسية للقطاعات الإنتاجية، مع التركيز على التحكم في مسار التنمية الاقتصادية ومواجهة التحديات الناجمة عن الأزمات الاقتصادية العالمية. كما تتبنى هذه السياسة منهجية شاملة تقوم على التنسيق بين مختلف الفاعلين الاقتصاديين لضمان تحقيق الأمن الاقتصادي الوطني[2].

في هذا الإطار، لم يعد الأمن الاقتصادي مسؤولية الدولة فحسب، بل أصبح يشكل التزاماً مشتركاً بين الحكومة والمؤسسات الاقتصادية، حيث تشارك هذه الأخيرة بدور محوري في حماية المصالح الاقتصادية الوطنية، ويتجلى التحدي الرئيسي في الحفاظ على المكونات الأساسية للقدرة الاقتصادية والعلمية للأمة، مع ضرورة تحقيق التوازن بين المصالح الخاصة للمؤسسات والمصلحة العامة للدولة، وقد أكدت الدراسات الحديثة أن نجاح سياسات الأمن الاقتصادي يتطلب تبني آليات الذكاء الاقتصادي في رصد المخاطر واتخاذ القرارات الإستراتيجية.[3]

3. سياسة التأثير:

هي من الأوجه الرئيسية في تركيبة الذكاء الاقتصادي، حيث يتجلى نطاق تفعيلها بشكل خاص في الأسواق التي تتجاوز وظيفتها التقليدية كمجرد مكان لممارسات التجارية، لتصبح محرك حقيقي لخلق القيمة

[1] مغمولي نسرين، نفس المرجع السابق، ص 19.

[2] جمال الدين سحنون، فاضل عبدالقادر، الذكاء الاقتصادي وأمن الدولة، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 17-18 أفريل 2006، ص 13.

[3] مغمولي نسرين، نفس المرجع السابق، ص 20.

المضافة للمؤسسات، وأحد أهم مصدر لنشر المعرفة والتكنولوجيا، ومركز قوة إستراتيجية دو تأثير على المدى البعيد، وهذه الأسواق قد تشمل قطاعات حيوية داخل الدولة مثل المؤسسات الاقتصادية الكبرى كالمؤسسات الصناعية المنتجة، التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالأمن الاقتصادي وميزان القوة للدولة، وتطوير شبكة الاتصال، التي تعتبر حجر أساس أي الاقتصاد متطور، والاهتمام بمجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال الذي يمثل محور الإبداع والابتكار والتحول الرقمي، وتعمل هذه السياسة على بناء علاقات إستراتيجية قوية مع محيط المؤسسة، والتأثير في القرارات السياسية والتنظيمية، والعمل في مجال البحث والتطوير لضمان التفوق التكنولوجي للمؤسسة، وإبراز الأبعاد الإستراتيجية والأمنية للمشاريع، وتعزيز القدرة على المنافسة، إن الهدف الأساسي لسياسة التأثير هو خلق بيئة مساعدة لتحقيق أهداف المؤسسة والدولة، سواء كانت اقتصادية، إستراتيجية تكنولوجية، وذلك من خلال التأثير في تطور هذه الأسواق، وتوجيهها نحو تحقيق تلك الأهداف المرجوة، ما يجعلها أداة قوية في يد الحكومات والمؤسسات، التي ترغب في تشكيل مستقبل للمؤسسات يعتمد على طرق الإستراتيجية[1].

المطلب الثالث: الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية:

الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية هما حجر الأساس لأي مؤسسة اقتصادية تسعى لرفع قدرتها التنافسية وأدائها في ظل البيئة الاقتصادية شديدة تغيير والمنافسة، كما أن الذكاء الاقتصادي يقوم بجمع وتحليل المعلومات ذات الاتجاه الاقتصادي وهذا بهدف اتخاذ قرارات مبنية على دراسة تدعم الأهداف الاستراتيجية وتسمح بالقدرة على التنبؤ بالمخاطر والبحث الفرص المتاحة مستقبلا، وبالنسبة لليقظة الاستراتيجية فهي عبارة عن منهجية هدفها مراقبة محيط المؤسسة الداخلي والخارجي، بغية تحديد المؤشرات الخاصة بالتغيرات المتوقعة مبكرا، ما يعطي لمتخذ القرار قدرة على الاستجابة السريعة والفعالة في اتخاذه.

كما أن الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية لهما أهمية بالغة لقدرتهما على دعم التخطيط الاستراتيجي وتحسين الكفاءة في إدارة الموارد والأداء بالنسبة للمؤسسة، كما أن الثورة التكنولوجية والرقمية سمحت بخلق استخدامات من شأنها تفعيل الذكاء الاقتصادي بدقة وكفاءة عالية، وبصورة واضحة فإن بناء نظام متكامل للذكاء الاقتصادي، لابد له من استخدام طريق اليقظة الإستراتيجية، والتي تعتبر أهم عنصر من عناصر

[1] رضا تير، مرجع سابق، ص 03.

الذكاء الاقتصادي.

الفرع الأول: اليقظة الإستراتيجية:

تعرف على أنها " البحث عن المعلومة بصفة مستمرة متواصلة سواء كانت هذه المعلومة إستراتيجية اجتماعية، سياسية، علمية، تكنولوجية، أو خاصة ببيئة المؤسسة أو كل ما يتواجد فيها من متغيرات، أخطار فهي تتمثل في جمع، معالجة وتخزين المعلومات وكل الإشارات القوية والضعيفة الصادرة من البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسة".[1]

عرفها **Emmanuel Pateyron** هي " السيرورة المعلوماتية التي عن طريقها تبحث المؤسسة عن معلومات ذات طابع توقعي تحتوي تطور بيئتها الاجتماعية، الاقتصادية، بهدف خلق الفرص وتقليص التهديدات".[2]

كما عرفها جاكوبياك jakobiak بأنها: "مجموعة من المراحل المعلوماتية، التنظيمية والإنسانية، التي تربط المؤسسة بمصادر المعلومات النشطة"، ووفقا لهومبرت ليسكا Humbert Lesca فإن اليقظة الإستراتيجية هي "عملية جماعية مستمرة تقوم من خلالها مجموعة من الأفراد بالمتابعة طوعا، واستخدام المعلومات الإستباقية حول التغييرات التي قد تحدث في البيئة الخارجية للمؤسسة، بهدف خلق فرص عمل والحج من المخاطر وحالة عدم اليقين بشكل عام، مما يسمح للمؤسسة أن تتصرف بسرعة كبيرة وفي الوقت المناسب"[3]

كما تعرف على أنها رصد ومراقبة البيئة وتحليلها للحصول على المعلومات ومعالجتها وبثها ما يسمح ذلك باتخاذ القرارات الإستراتيجية لصالح المؤسسة.[4]

---

[1] نعيمة غلاب، زغيب مليكة، واقع اليقظة الإستراتيجية وذكاء الأعمال في منظمات الأعمال الجزائرية –دراسة ميدانية– مداخلة في إطار المؤتمر العلمي السنوي حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان –الأردن، أفريل 2012، ص 158.

[2] أحمد توفيق بورحلي، صراح بن لحرش، واقع اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في القطاع البنكي الجزائري –حالة ولاية قسنطينة–مجلة الدراسات المالية، المحاسبية والإدارية، العدد 01، 2014، ص 80.

[3] نبيل كنوش، مصطفى طويطي، التحليل العاملي التوكيدي للذكاء الاقتصادي: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الإلكترومنزلية في الجزائر، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 8، العدد 03، 2020، ص 86.

[4] Abdessalam Bendieballah, Mustapha Djennas, veille stratégique et système d'intelligence économique en algerie : évaluation et perspectives, les cahier du cread, Vol 31, N 11, 2015, p 07.

ومن مجمل التعاريف السابقة نستنتج أن اليقظة الإستراتيجية "هي عبارة عن المراقبة والملاحظة المستمرة لمحيط المؤسسة من أجل التوصل إلى المعلومات المطلوبة قبل الآخرين لاتخاذ أحسن القرارات"[1].

الفرع الثاني: أنواع اليقظة الإستراتيجية وأهدافها:

1. أنواع اليقظة الاستراتيجية:

اليقظة الإستراتيجية تعد أداة منهجية لمراقبة البيئة الداخلية والخارجية من أجل البحث عن الفرص والتهديدات، وهي تشمل عدة أنواع أهمها ما يلي:

1.1. اليقظة التكنولوجية:

هي مجموع من التقنيات التي تهدف إلى مراقبة وتحليل المحيط العلمي، التقني، التكنولوجي، وكذا استغلال المعلومات التكنولوجية التي تضمن وقاية المؤسسة واستمرار نموها، أي أن اليقظة التكنولوجية شرعية بالكلية ولا تغطي إلا نشاطات شرعية[2]، أي أنها رصد ومراقبة كل التطورات التكنولوجية.

- بعبارة أخرى، تُعتبر اليقظة التكنولوجية مزيجًا من الأنشطة التي تُمكّن من[3]:
- مراقبة محيط المؤسسة ومتابعة الإبداعات التكنولوجية.
- تتيح معلومات عن التطورات والابتكارات التكنولوجية ومعالجتها.
- إيصال هذه المعلومات إلى مراكز اتخاذ القرار في المؤسسة.

2.1. اليقظة التنافسية:

وهي اليقظة التي تهتم بالمحيط الخارجي للمؤسسة، أي بالمنافسين الحاليين والمرتقبين والداخلين الجدد

[1] أحمد ميلي سمية، دغفل فاطمة، واقع ومعوقات الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مداخلة في إطار الملتقى الدولي حول: التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة، كلية العلوم الاقتصادية. التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2017، ص 7.

[2] مجيد شعباني، وآخرون، دراسة السوق كأداة لتحقيق اليقظة الإستراتيجية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد 03، 2015، ص 137.

[3] خلفلاوي شمس ضيات، المعلومة مادة أولية لليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الحديثة، مجلة الحقيقة، المجلد 12، العدد 04، 2013، ص 503.

إلى السوق، وتهتم أيضا بالبيئة التي تتطور فيها المؤسسة المنافسة.[1]

أي أن هذه اليقظة التنافسية تسعى إلى جمع المعلومات من البيئة التنافسية بالمتابعة الشرسة التي يشهدها قطاع النشاط الدقيقة، والصارمة لتحركات المنافسين، ونشاطاتهم بحيث تغطي عدة جوانب من بينها:[2]

للمنافسين ومبيعاتهم.

– تحليل التكاليف ومقارنتها بتكاليف المنافسين إذا تسنى لها ذلك.

3.1. اليقظة التسويقية والتجارية:

وهي اليقظة التي تتعلق بالمجال التسويقي، أي أنها تهتم بالعلاقات التجارية والطرق التسويقية الحديثة كما أنها تهتم بسلوكيات المستهلكين والمنافسين.[3]

وبصيغة أخرى تعرف على أنها اليقظة التي تهتم بالزبائن أي بمتابعة تطور احتياجاتهم على المدى الطويل وقدرتهم على الوفاء، وكذا تهتم بالموردين وذلك بمتابعة عروضهم التي تتعلق بالمنتجات الجديدة.[4]

ومن بين غايات هذه اليقظة ما يلي:[5]

جذب زبائن ومستهلكين جدد.

تحسين القدرة التفاوضية للمؤسسة.

---

[1] رتيبة حديد، نوفيل حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة، مداخلة في إطار الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، يومي 8–9 مارس 2005، ص 189.

[2] مصباح عائشة، عبد الفتاح بوخمخم، دور اليقظة الإستراتيجية في تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة بالمديرية الجهوية للشرق لمتعامل الهاتف النقال أوريدو، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 06، العدد 01، 2019، ص 28.

[3] بوريش أحمد، الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الإستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص (دراسة حالة مؤسسة موبليس لولاية تلمسان)، أطروحة دكتوراه، كلية علوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2018–2019، ص 40.

[4] حسان بوبعاية، فعالية نظم المعلومات الإستراتيجية في ترشيد القرارات ودعم القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر، 2014، ص 228.

[5] فالتة اليمين، اليقظة وأهميتها في اتخاذ القرارات الإستراتيجية، دراسة استكشافية بعينة من المؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية علوم التسيير، الجزائر 2011–2012، ص 92.

رصد ومتابعة التغيرات في احتياجات الزبائن.

4.1. اليقظة القانونية والتشريعية:

وتتمثل في رصد وتتبع القوانين والتشريعات والأنظمة في القطاع الذي تنشط فيه المؤسسة، وليس فقط المعايير القانونية وإنما المعايير التقنية التي غالبا ما تكون حاسمة في إنجاح الأعمال التجارية، فالمؤسسات الصناعية مثلا مهما كان موقعها الجغرافي لا بد عليها من معرفة الأنظمة الموجودة والسائدة في المنطقة أو البلد، وكذا تطور المؤسسات التشريعي[1].

5.1. اليقظة البيئية:

وهي يقظة تخص كل ما يتبقى من مجالات خاصة بمحيط المؤسسة والتي لم تتطرق لها الأنواع السابقة كاليقظة الخاصة بعلم البيئة، اليقظة الثقافية، اليقظة المالية ، وغيرهم[2]، أي أنها تتعلق بكل ما يحيط بالمؤسسة المعنية، وهي البحث، معالجة وبث المعلومة ذات العلاقة بالجوانب اقتصادية، السياسية، الثقافية للمؤسسة[3].

6.1. اليقظة المالية:

تهدف إلى كشف التحركات في الأسواق المالية، والنقدية والمواد الخام التي يمكن أن تؤثر على المؤسسة، على تلك الأوراق المالية للمؤسسة وحتى المؤسسات المتزامنة أو ما شابه ذلك التي لديها مصالح أو التي تعمل معها.[4]

7.1. اليقظة الاجتماعية:

تتمثل اليقظة الاجتماعية في عملية مُستمرة ل ملاحظة و تحليل الظواهر الاجتماعية المختلفة التي تُحيط بالفرد أو المؤسسة .وتشمل هذه الظواهر:

---

[1] حمزة رملي، دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الإستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد 02 ديسمبر، 2014، ص 260.

[2] لمروس مريم، أنواع اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الحديثة، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية، المجلد 02، العدد 08، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، سبتمبر، 2019، ص 81

[3] أحمد ميلي سمنية، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 05، العدد 02، جامعة محمد بوضياف المسيلة، ديسمبر، 2020، ص 45.

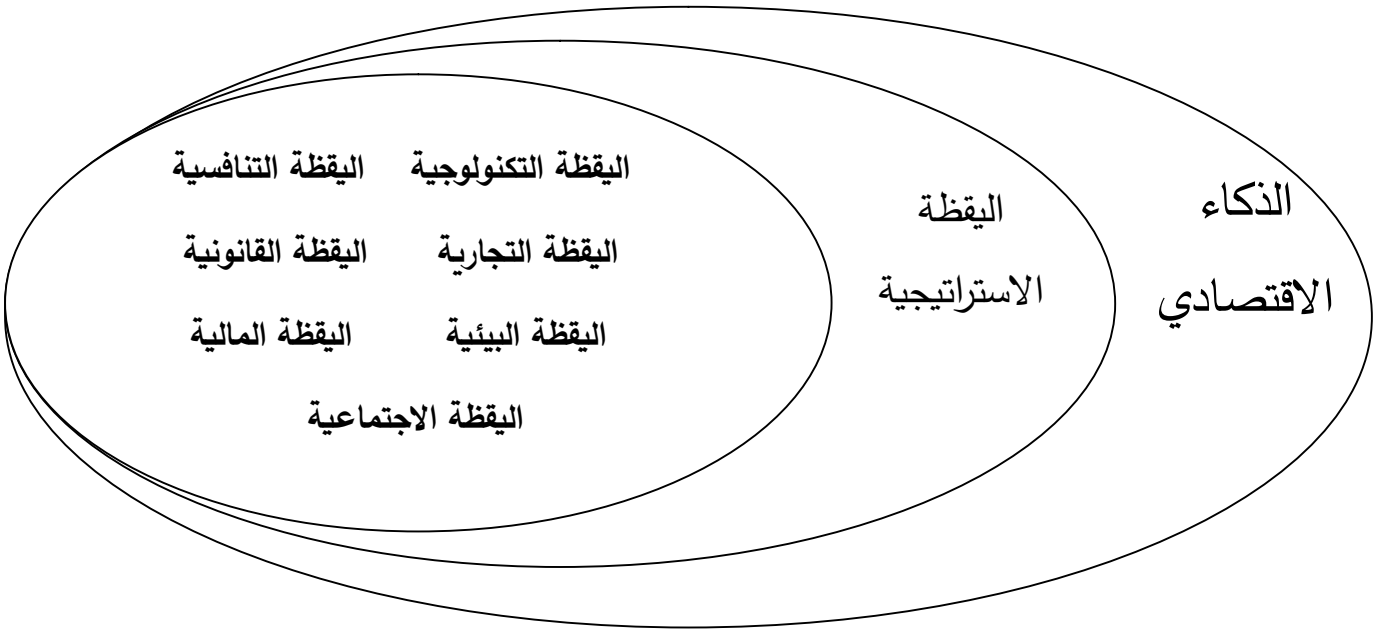
[4] سهام بوفلفل، الذكاء الاقتصادي كمدخل إستراتيجي لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية. التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن المهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2017-2018، ص 10.

– الصراعات الاجتماعية، سوء التفاهم بين الأجيال، التمسك بالتقاليد.

– التعارضات الدينية والعرفية: فهم الاختلافات الثقافية والدينية واحترام المعتقدات والعادات المختلفة.

وبالتالي، تُعدّ اليقظة الاجتماعية مهارة أساسية ل أي فرد أو مؤسسة ترغب في النجاح في المجتمع، فهي تُساعد على فهم السياق الاجتماعي الذي نعمل فيه واتخاذ القرارات الإستراتيجية المناسبة.[1]

الشكل رقم (01-03): أنواع اليقظة الاستراتيجية في الذكاء الاقتصادي.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على المعلومات السابقة.

2. أهداف اليقظة الإستراتيجية:

تسعى اليقظة الإستراتيجية إلى تحقيق جملة من الأهداف من بينها التالي:[2]

– التنبؤ بالفرص واغتنامها وتجنب التهديدات والتعامل معها وذلك عن طريق وضع خطط استباقية لمواجهة هذه التهديدات.

[1] بن دنيدينة سعيد، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين الأداء المستدام بمنظمات الأعمال (دراسة ميدانية)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية. التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2019-2020، ص 29.

[2] مصباح عائشة، عبد الفتاح بوخمخم، مرجع سابق، ص 29.

تحسين الأداء والكفاءة: وذلك عن طريق:

- تشخيص أفضل الممارسات التي تخدم أهداف المؤسسة وإستراتيجيتها.
- حقيق الكفاءة الشاملة لنظام المعلومات الاستراتيجي.
- تحليل البيئة العملية والتقنية والتكنولوجية للمؤسسة.

تعزيز القدرة التنافسية:

- مقارنة أداء المؤسسة مع منافسيها والعمل على تطويره.
- اكتساب ميزة تنافسية مستدامة.
- تقييم موقعها التنافسي الحالي والمستقبلي.

التخطيط للمستقبل:

- تحقيق رؤية واضحة للأعمال والممارسات الحالية والمستقبلية للمنافسين.
- التنبؤ باتجاهات السوق والتقنيات الجديدة.

الفرع الثالث: الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتجية:

من خلال ما تم تناوله من تعاريف وأنواع وأهداف اليقظة الإستراتيجية، تم التوصل إلى أن اليقظة الإستراتيجية ليست هدف فقط، وإنما وسيلة للوصول إلى الذكاء الاقتصادي، فهذا الأخير يعتمد اعتمادا وثيقا على نتائج اليقظة الإستراتيجية والتي دورها جمع ورصد المعلومات واستخدامها لتحقيق أهداف إستراتيجية تساهم في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة، وبالتالي يمكن القول أن اليقظة ما هي إلا جزء من الكل الذي هو الذكاء الاقتصادي.[1]

كما إن الذكاء الاقتصادي ما هو إلا امتداد لليقظة الإستراتيجية وذلك حسب Jakobiak لأنه يتضمن

[1] أحمد ميلي سمية، دغفل فاطمة، مرجع سابق، ص 7.

وظيفتين للمعلوماتية، وهما الحماية من كل التهديدات وعلى رأسها تهديدات المنافسين ووظيفة التأثير[1]، أي أن العلاقة التي تربط بينهما هي علاقة تكاملية وذلك بكون أن تطبيق اليقظة الإستراتيجية يكون على المستوى الجزئي في المؤسسة، في حين أن الذكاء الاقتصادي يكون على المستوى الكلي.[2]

الجدول رقم (01-01): يمثل العلاقة بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية

اليقظة الإستراتيجية	الذكاء الاقتصادي
جمع وتحليل المعلومات	استخدام تلك المعلومات لتحقيق أهداف إستراتيجية.
معرفة واكتشاف الفرص والتهديدات	تحسين القدرة التنافسية
عنصر من عناصر الذكاء الاقتصادي	نظام متكامل يشمل اليقظة الإستراتيجية

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على المعلومات السابقة.

[1] تربش محمد، بن حامد سيدي محمد، آلية تفعيل التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية –دراسة عينة من مؤسسة موبيليس تلمسان– مجلة الابتكار والتسويق، العدد 01، المجلد 09، 2022، ص 571.

[2] بوخريصة خديجة، اليقظة الإستراتيجية ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية –دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر رام مستغانم، أطروحة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، 2014-2015، ص 45.

المبحث الثالث: ماهية الذكاء المالي:

تشهد المؤسسات تغيرات وتطورات سريعة على المستوى الاقتصادي والتكنولوجي عبر مختلف المجالات وعلى المستوى الوطني والدولي، من أجل تعزيز قدرت المؤسسة على اتخاذ القرار مالي المناسب والفعال، ولذا كان من الضروري تبني أداة إستراتيجية تواكب تلك تطورات والتقلبات، وتسمح بدعم الكفاءة المالية وتمكن من تحسين الأداء المالي والاقتصادي في المؤسسة، فالذكاء المالي له القدرة على إدارة المال بشكل دو فعالية، لارتباطه بفهم وتحليل الأدوات المالية وإدارة المال على الوجه المطلوب، تماشيا مع الأهداف الإستراتيجية بكل مؤسسة.

ومع بروز تحديات مالية واقتصادية متزايدة التي تقف أمام المؤسسات الاقتصادية والأفراد على خط واحد، ظهر مفهوم الذكاء المالي كوسيلة وأداة لابد منها لفهم الوقائع المالية وكيفية التعامل معها بكفاءة وفعالية ومرونة، فالذكاء المالي له القدرة على إدارة المال بشكل دو فعالية، لارتباطه بفهم وتحليل الأدوات المالية وإدارة المال على الوجه المطلوب، تماشيا مع الأهداف الإستراتيجية بكل مؤسسة.

وهذا ما قد يجعل من الذكاء المالي أحد الركائز الأساسية التي تعمل على تحسين جودة القرارات المالية البناءة والمطورة على المستوى الشخصي للأفراد وكذلك المستوى المؤسسي، وهذا ما يتجلى انعكاسه في التحول من النظر إلى المال من مجرد كونه أداة للإنفاق إلى كونه مفهوم واسع يستوجب وجود ذكاء وإدراك وتحليل استراتيجي من صاحب القرار المالي، ومن هنا كانت الحاجة الملحة لدراسة الذكاء المالي بداية من وجوده إلى تعريفاته المختلفة باختلاف الباحثين والاقتصاديين التي أسهمت في بلورت أسسه العلمية.

ولأجل الفهم الدقيق للذكاء المالي تطرقنا في هذا المبحث لبداية ظهور هذا المفهوم من خلال نشأته والوقوف على تعريفاته المختلفة، أهمية الفهم الدقيق لمكونات الذكاء المالي، وعليه تم توضيح مجموعة الخصائص التي تميزه، ومعرفة الأهداف التي يسعى إلى بلوغها، وصولا إلى أهمية استخدام هذا الأخير ضمن المؤسسة وعلى المستوى الشخصي

المطلب الأول: نشأة وتعريف الذكاء المالي:

الذكاء المالي هو من المفاهيم الأساسية التي أصبحت رائجة في عالم المال والمؤسسات، وذلك يرجع لدوره في توجيه الفرد والمؤسسة إلى اتخاذ القرار المالي السليم والفعال، وفي ظل تلك التعقيدات الاقتصادية

والتطور في أدوات الاستثمار وإدارة الموارد المالية، وجب على البيئة الاقتصادية فهم ماهية هذا النوع من الذكاء الذي أصبح يتجاوز المعرفة المالية التقليدية.

الفرع الأول: نشأة مفهوم الذكاء المالي:

– لقد ظهر مفهوم الذكاء المالي في العقود الأخيرة تحديدا في أواخر الثمانينات من القرن العشرين، وذلك في ظل المتغيرات التي شهدها العالم في تلك الفترة من تغييرات اقتصادية وتنظيمية التي مست المؤسسة الحديثة، ولقد برز هذا المفهوم لتلبية الحاجات متزايدة داخل المؤسسات من أجل توسيع المجال للفهم المالي، ليضم في دائرته كل القادة من مختلف المجالات وليس فقط على المحاسبين والمديرين الماليين الذين يشاركون في عمليات اتخاذ القرار المالي.

– كما كان التركيز حول هذا المفهوم محدودًا في البداية وضيق حيث اقتصر على استخدام المعلومات المالية لأغراض التوجيه والرقابة الإستراتيجية في المؤسسات، خاصة بعد ظهور أدوات مالية كالحسابات الإدارية المتقدمة والمقاييس المالية غير التقليدية في تلك الفترة، التي طورها كل من "**كابلان** Kaplan" "**وأتكينسون** Atkinson" منذ أواخر التسعينات، وكانا لهما الفضل في تحويل البيانات المالية من أدوات محاسبية تقليدية إلى أدوات مالية إستراتيجية التي تستخدم في التخطيط وتقييم الأداء المالي للمؤسسة، وتبع لما ذكرنا سابقا ولا يزال مصطلح الذكاء المالي لم يرد كمصطلح واضح لذلك، وتبعا لهذا ظهرت الحاجة إلى وجود مفهوم جديد لثقافة المالية يمكن أن يفهم ويستخدم على مستوى أوسع ضمن محيط المؤسسات.[1]

– بدأ مفهوم الذكاء المالي بظهور بشكل أوسع في منتصف التسعينيات في الأدبيات المالية والإدارية خاصة مع توسع وبروز فكرة أن النجاح التنظيمي والإداري لا يعتمد على الكفاءة التشغيلية فقط، وإنما يحتاج إلى قدرة الموظفين داخل المؤسسة على فهم المؤشرات والأدوات المالية الأساسية وربطها بأهداف المؤسسة والعمل اليومي، كما ساعدت فكرة في بناء منظور مفاهيمي لتطوير ما يعرف الآن بالذكاء المالي في المؤسسات.[2]

[1] Kaplan. R, Atkinson. A, Advanced Management Accounting, Prentice Hall, 3rd ed, USA, 1998, P 45-47.

[2] Lowenthal. F, Turner. M, Strategic Financial Analysis for Decision Makers, CIMA Publishing, UK, 2011, P 22.

– أما من حيث الصياغة العلمية والنظرية للمفهوم الذكاء المالي تم تطرق له في كتاب "برمان Berman" بعنوان "الذكاء المالي: دليل المدير لكيفية فهم ما تعنيه الأرقام حقا" في سنة 2006 بشكل أكثر وضوحا وهذا في بداية القرن الحادي والعشرين على أنه: "القدرة على جمع وفهم واستخدام البيانات المالية لتكوين رؤية صحيحة تساعده في اتخاذ القرار المالي الذكي فيما يتعلق ببعض العناصر الأساسية مثل التدفق النقدي والربحية، والنمو، بالإضافة إلى الجودة والإنتاجية"[1]

– بناءا على ما سبق فإن ظهور مفهوم الذكاء المالي لم يكن نتيجة تغير واحد أو كان مرتبط بشخص معين، ولكنه مر بمراحل بدأت من الأفكار التقليدية للمحاسبة، ومن ثم مراحل أخرى من التطوير النظري والعملي، حتى وصل إلى مفهوم مستقل يطبق في المؤسسات ويعد عنصر فعال وأساسي من عناصر التنمية البشرية والمالية والإستراتيجية داخل المؤسسات، وعليه فقد ظهر هذا المصطلح باسم الذكاء المالي لأول مرة في سنة 2006 وكان يعنى بفهم الأرقام دون النظر إليها بصفة تقليدية عما كانت.

الفرع الثاني: تعريف الذكاء المالي:

بالنسبة لذكاء المالي فهو مصطلح ومفهوم حديث النشأة إذ أنه وجد في القديم بمفاهيم جزئية لا تعكس صورته المعروفة في وقتنا الحالي، لذا لا يوجد تعريف محدد مضمونا يصف مفهومه بدقة محدودة، وعلى ذلك وجدت عدة تعريفات للذكاء المالي حسب الباحثين والخبراء الاقتصاديين وزاوية نظرهم إليه:

تعريف الذكاء المالي من المنظور المعرفي:

يعرف بأنه مزيج من الوعي والمعرفة والمهارات والسلوكيات الضرورية لاتخاذ قرارات مالية سليمة وتحقيق الرفاهية المالية الفردية"، هذا التعريف يبين مختلف الجوانب الرئيسية التي يقوم عليها الذكاء المالي، والتي تشتمل على قدرة الفهم النظري للمفهوم المالي، كما يمتد في هذا الأخير ليشمل التطبيق العملي للقرارات اليومية المتعلقة بالأمور المالية مثل: الادخار، الإنفاق، الاستثمار، والتخطيط الاستراتيجي للمستقبل المالي، ويعتبر هذا النوع من الذكاء جزءًا من الثقافة المالية التي تمكن الأفراد من فهم كيفية عمل المال، وكذلك كيفية

[1] Berman. K., Knight. J, Financial Intelligence: A Manager's Guide to Knowing What the Numbers Really Mean, Harvard Business Press, USA, 2006, P 3-5.

توجيهه وإدارته بفعالية لتحقيق أهداف حياتهم المالية والاقتصادية. [1]

– تعريف "بيرمان Berman" يرى أن الذكاء المالي لا يعتمد على فهم تقنية الأرقام المالية أو المحاسبية فهو يتسع لفهم أكثر لطريقة عمل المال داخل المؤسسة، والوصول لمعرفة العلاقة بين البيانات المالية والأهداف المالية الإستراتيجية، ومقدرة الرؤساء على تحليل القوائم المالية واتخاذ القرارات بناءا عليها[2]

– ويعرفه "صمويل Samuel" بأنه ليس مجرد مفاهيم تقتصر على الفهم وتحليل الأرقام بالمبادئ التقليدية فقط، فهو يتخطى ذلك لكونه مهارة أوسع تفوق الجوانب الحسابية إلى فهم دور المالية داخل محيط المؤسسة وارتباطاته باتخاذ القرارات والاستراتيجيات على المدى البعيد، كما يعبر الذكاء المالي عن قدرة الشخص على قراءة القوائم المالية الرئيسية مثل الميزانية وتحليلها للوصول للمعلومات المالية المطلوبة، ويوضح المعرف أن هذا النوع من الفهم المالي لأصحاب القرار يمكنهم من إصدار قرارات مالية وإدارية ذات تأثير ايجابي على الأداء المالي للمؤسسة.[3]

تعريف الذكاء المالي من المنظور السلوكي:

يعرف الذكاء المالي من المنظور السلوكي على أنه "القدرة على معرفة التحيزات الإدراكية والعوامل الشخصية للأفراد أصحاب القرار وتأثيراتها في عملية اتخاذ القرارات المالية، والعمل على تجاوزها لتحقيق اختيارات أكثر عقلانية وفعالية، وهذا التعريف يوضح مدى قدرة الفرد ووعيه بالأمور المالية، ومدى تأثره بعوامل الشخصية مثل الخوف من الخسارة، والتأثر بالرأي العام، ما يساعد هذا الأخير في اختيار واتخاذ القرارات المالية السليمة والخاضعة لتحليل واقعي.[4]

[1]OECD/INFE, International Survey of Adult Financial Literacy, Report, Paris: OECD Publishing, p 45.

[2] Berman. K, Knight. J, Financial Intelligence, havard business school publishing, united states of America, 2013, P 3

[3] Samuel. K., Mulira. .h, Kyobe. M, Financial Literacy and Small Business Financial Management Practices in Kenya, International Journal of Business and Commerce, vol 2, n 9, 2013, P 3.

[4]Kahneman. d, Tversky. A, Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk, Journal of Econometrica, vol 47, N 2, 1979, P 270.

تعريف الذكاء المالي من المنظور الوظيفي:

– ويعرف "جراهام Graham " الذكاء المالي من المنظور الوظيفي، باستخدام مفهوم الاستثمار المالي، وعرفه بأنه مهارة تغيير الموارد والمعارف المالية إلى أصول لخلق القيمة والدخل، ويقصد بهذا التعريف أن الاستثمار المالي لا يقتصر على مجرد الحصول على موارد مالية بأي طريقة، وإنما هو عملية تتطلب تحليل قدرة المستثمر على اختيار الأصول المالية التي تمكن من تحقيق عوائد مستقبلا، لذا فإن دور المحلل الذكي هو تحويل السيولة الموجودة إلى استثمارات مالية فعالة تسمح بتنمية رأس المال على المدى البعيد مع الاستدامة، ويشير جراهام إلى أن هذه المهارة تتطلب وعي وفهم جيد للسوق والأمور المالية والقدرة على تقييم وتحليل الأصول المالية، وتغطية المخاطر المترتبة عنها،[1]

تعريف الذكاء المالي من المنظور المؤسسي:

كما تم تعريف الذكاء المالي من منظور مؤسسي، بأنه تحليل البيانات المالية والمعلومات ودمجها مع الأهداف الإستراتيجية، ومعرفة الدور الذي تساهم به المعلومات المالية في دعم اتخاذ القرار داخل المؤسسات، كما أن الذكاء المالي له القدرة على قراءة القوائم المالية ومعالجة وتحليل الأدوات المالية الأساسية، وتحليل الأداء المالي للمؤسسة بناءا على الأهداف الاستراتيجية لها، ويعتبر أداة فعالة لتعزيز الشفافية والمساءلة ضمن المؤسسة، ويساعد في تثبيت الثقافة الإدارية المبنية على البيانات المالية، فهو يسمح باتخاذ قرارات سريعة وفعالة انطلاقا من تلك البيانات.[2]

تعريف الذكاء المالي من المنظور الاقتصادي:

– يعرف الذكاء المالي بأنه جمع وفهم واستخدام المعلومات والبيانات المالية من أجل تكوين رؤية واضحة تساعد المؤسسة والأفراد في اتخاذ القرار المالي الذكي والمناسب، الخاص ببعض العناصر المالية الأساسية مثل القوائم المالية المختلفة، مع القدرة على تحسين وتطوير الجودة والإنتاجية والأداء، كما أن هذا الذكاء لا ينحصر على أهل الاختصاص المالي فقط، يتجاوز حدود ذلك إلى المحيط المؤسسة وكل المشاركين

[1] Graham. B, The Intelligent Investor. New York: Harper & Row Publishing, 1973, P 13.

[2] Kaplan. R, Atkinson. A، مرجع سابق، ص 72.

الفاعلين في إدارة الموارد المالية وتمكين من اتخاذ القرارات في مختلف الأقسام والمستويات.[1]

– الذكاء المالي هو القدرة على فهم، وتحليل، وتفسير المعلومات والبيانات المالية من أجل بلوغ أفضل قرار مالي واستثماري، حيث يتطلب القيام برؤية مختلفة لتلك المعلومات والبيانات المالية عن الرؤية التقليدية وذلك بتخطي النظر إلى الأرقام المسجلة في التقارير المالية كرقم مالي والتعليق عليها، وإنما هو يدرس الجوانب والأبعاد المالية التي تضع متخذ القرار المالي والقائم عليه مستعد لاتخاذ أفضل القرارات المالية والإستراتيجية.[2]

المطلب الثاني: خصائص الذكاء المالي وأهدافه:

الذكاء المالي يتمتع بمميزات تمكن الأشخاص من إدارة الموارد المالية بكفاءة و تسمح لهم باتخاذ القرار المالي السليم، بهدف تحقيق أفضل أداء المالي، وهذا ما يساعد في تحقيق أهدافهم الاستراتيجية بعيدة المدى.

الفرع الأول: خصائص الذكاء المالي:

يتطلب الذكاء المالي وجود مجموعة من الخصائص التي تساعد متخذي القرار على فهم البيانات المالية واتخاذ القرار السليم، وفي هذا صدد نتطرق لذكر أهم خصائص الذكاء المالي كالتالي:[3]

– جمع وتحليل المعلومات المالية:

الذكاء المالي وسيلة لبحث وجمع المعلومات المالية مثل التقارير والقوائم المالية، وتحليلها لاتخاذ القرار المناسب.

– وجود الإستراتيجية خاصة بالبيانات المالية:

[1] Omoregie. O, Corporate Financial Intelligence as a Driver of Organizational Performance: A Conceptual and Exploratory Review, Arabian Journal of Business and Management Review, vol 8,N 5, 2019, P 13

[2] رانيا حامد العوادلي، أمير علي المرسي شوشة، دور الذكاء المالي في العلاقة بين العوامل السلوكية وقرار الاستثمار (دراسة تطبيقية)، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 4، العدد 2، جويلية 2023، ص 989.

[3] Walton. A, Financial Intelligence: Uses and Teaching Methods (Innovative Approaches from Subject Matter), Journal of Strategic Security, vol 6, N 3, 2013, P 398-400.

يستخدم الذكاء المالي بشكل استراتيجي لفهم البنية المالية في المؤسسة انطلاقا من نقاط الضعف والقوة للمؤسسة.

- التنبؤ بالمخاطر واتخاذ القرارات:

يقوم الذكاء المالي بتحديد الخطر المتوقع بناءا على تحليل البيانات المالية والمعلومات المتاحة، ومراجعة الثغرات ونقاط الضعف داخل المؤسسة من أجل اتخاذ قرارات مالية استباقية للتقليص من التهديدات وتغطية المخاطر المحتملة.

- وجود تكامل بين الذكاء المالي وباقي أنواع الذكاء:

يتمتع الذكاء المالي بخاصية التكامل مع أنواع أخرى من الذكاء (الذكاء الاقتصادي، الذكاء التنافسي، الذكاء الاصطناعي)، من أجل الفهم الواسع للأنشطة في مجال المستخدم فيه.

- التدريب والتعليم كوسيلة لتعزيز الذكاء المالي:

تظهر أهمية التدريب على استخدام أدوات الذكاء المالي في المؤسسات، مثل تعليم القراءة والفهم للبيانات المالية بين مختلف الموظفين، نقل المهارات المالية بين أعضاء الفريق في المؤسسة، لتحسين المهارات التحليلية واتخاذ القرار اليومي.

- ارتباطه بالبيئة التكنولوجية والرقمية سريعة التطور:

الذكاء المالي يمكنه تحديث أدواته واستراتيجياته المالية مع ما يتوافق والتغيرات السريعة في العالم التكنولوجي خاصة الذكاء الاصطناعي.[1]

- المرونة والتكيف مع التغيرات الاقتصادية:

الذكاء المالي يعزز القدرة على التكيف بمرونة عالية مع التغيرات والتطورات الاقتصادية على وجه العموم وفي الأنظمة والتقلبات المالية خاصة، والأفراد دوي الذكاء المالي العالي لهم مرونة وقدرة على التكيف

[1] Walton. A، مرجع سابق، ص 399.

مع الأزمات المالية والتقلبات الاقتصادية التي قد تواجه المؤسسة.[1]

كما يوجد خصائص أخرى يتميز بها الذكاء المالي داخل المؤسسة بحد ذاتها وتتمثل في:

- سهولة التعامل مع الأموال:

يسمح الذكاء المالي بالتعامل وإدارة الموارد المالية بفعالية من أجل تحقيق أفضل أداء مالي للمؤسسة.[2]

- التمكين من إنتاج القيمة المضافة:

الذكاء المالي يسمح بإنتاج القيمة المضافة للمؤسسة ويعظم عائدها مالي، بالفهم والتحليل البيانات المالية واتخاذ القرار المالي المناسب.[3]

- القدرة على فهم المال:

الفهم العميق والسريع للأمور المالية والتكيف مع تغيراتها، وذلك بجمع وتحليل المعلومات المالية بدقة وسرعة لأجل تحقيق الأهداف المالية للمؤسسة.[4]

- فهم القوانين المالية:

يجعل الذكاء المالي من الأفراد قادرين على استيعاب وفهم الأمور المالية في حياتهم بشكل أفضل، وإلمام بالقوانين المالية ووعيهم بها وذلك لوجوب التعامل السليم مع المال، واكتساب المهارات المالية الخاصة بتحليل والفهم.[5]

الفرع الثاني: أهداف الذكاء المالي:

---

[1] Hustus. C, Schrader. D, Financial literacy and financial capability: Exploring the role of resource management skills, Journal of Financial Counseling and Planning, vol 29, N 1,2018, P 6.

[2] Hustus. C, Schrader. D، مرجع سابق، ص 6-7.

[3] OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and financial inclusion, Paris: OECD Publishing, France, 2022, P 18

[4] Lusardi. A, Mitchell. O, The economic importance of financial literacy: Theory and evidence, Journal of Economic Literature, vol 52, N 1, 2014 P 10.

[5] Chen. H, Volpe. R, An analysis of personal financial literacy among college students. Financial Services Review, vol 7, N 2, 1998, P 110.

يهدف الذكاء المالي إلى تحقيق مجموعة من الغايات الاستراتيجية على المستويين الفردي والمؤسسي:

تحسين جودة اتخاذ القرارات المالية:

يعتبر تمكين الأفراد من اتخاذ قرارات مالية مدروسة فيما يتعلق بالأمور المالية داخل المؤسسة من الأهداف الرئيسية للمؤسسة.[1]

تعزيز الاستقرار المالي:

يهدف إلى توجيه الأفراد والمؤسسات إلى اكتساب القدرة على مواجهة الأزمات المالية، عن طريق الإدارة الفعالة للمخاطر وذلك بتغطيتها.[2]

تحقيق النمو المستدام:

يهدف الذكاء المالي للمساهمة في تعظيم العوائد على المدى البعيد من خلال الاستثمارات المالية والفهم الأمثل للموارد المالية للمؤسسة ووجود ممارسات مالية وإستراتيجية تقود لخلق القيمة والثروة وتحقيق الاستدامة للمؤسسة.[3]

تحقيق السيولة واليسر المالي:

وهي مدى قدرة المؤسسة على تغطية التزاماتها القصيرة، والقدرة على تحويل الأصول المتداولة إلى أموال، فالذكاء المالي يهدف إلى توفير السيولة لضمان المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها.

تحقيق التوازن المالي:

يهدف الذكاء المالي لتحقيق التوازن المالي يمس بالاستقرار المالي للمؤسسة فهو يوازن بين رؤوس الأموال الثابتة والأموال الدائمة، الأمر الذي يوازن بين المدخلات والمخرجات بصفة عامة بين استخدامات الأموال ومصادرها، وبالتالي الذكاء المالي يخلق قيمة ويحقق عائد أكبر بالاستغلال الأمثل لموارد المالية وغير

---

[1] Chen. H, Volpe. R، مرجع سابق، ص 122.

[2] OECD, Financial Literacy Indicators: An Overview of the Programme for International Student Assessment (PISA) and Adult Survey, Paris: OECD Publishing, 2020, P 43.

[3] Graham, B، مرجع سابق ص 22.

المالية في المؤسسة.[1]

المطلب الثالث: أهمية الذكاء المالي:

للذكاء المالي أهمية بالغة في تحسين الوضع والأداء المالي للمؤسسة ولأفراد من خلال المعاملات المتعلقة بالفهم ومعالجة وتحليل البيانات المالية، وتتجلى أهميته في نقاط التالية:[2]

– يقوم بزيادة القدرة على تقييم المؤسسة بشكل قوي، وتعزيز المعرفة المالية للموظفين وتحفيزهم.

– يعزز من قدرة فهم الأرقام بشكل سلس، كما يعطي الثقة في تحليل المعلومات المالية المقدمة من محيط المؤسسة الداخلي أو الخارجي، ويزيد من إمكانية التنبؤ بالتغيرات المستقبلية.

– يسمح بالتعامل الجيد بالأدوات المالية من أجل تحليل وصناعة القرارات انطلاقا من استخدام المعلومات والبيانات المالية.

– الذكاء المالي يساهم في زيادة المعرفة المالية للموظف، بالاستفادة من المفاهيم المالية والثقافة المالية.

يسمح بمعرفة دور كل قسم ودور كل موظف في المؤسسة في صنع القرار من خلال تجميع وتحليل البيانات المالية وعرضها، كما يمكنه توسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، من أجل زيادة العائد وتخفيض التكلفة وتحقيق أهداف المؤسسة.

– الدور الفعال للذكاء المالي في تطوير وتحسين المفاهيم والبيانات والمعلومات المالية للمؤسسات.

– ضمان فهم الجميع لكيفية قياس الأدوات المالية يعد هذا الجانب ما يجعل المؤسسة تعزز من الثقافة المالية داخلها، تمكن كل موظف على معرفة النتائج المالية وكيف تساعد في تحقيق الأهداف المالية للمؤسسة.

– زيادة معنويات الموظفين وتحفيزهم على تقديم مردود أكبر عبر تطبيق استراتيجيات الذكاء المالي داخل المؤسسة.

---

[1] Pascal Barneto, normes IAS/IFRS application aux états financiers, Paris : dunod, 2ème édition, France, 2006, P261.

[2] Berman. K, Knight. J، مرجع سابق، ص 11.

– تحسين إدارة المخاطر المالية بفهم وتقييم المخاطر المالية المتوقعة في مستقبل والمواكبة في المؤسسة وسهولة تغطيتها.[1]

– يرفع من الشفافية في المؤسسة ويقلل من الاعتماد المطلق على المحاسبين والماليين في المؤسسة.

– زيادة كفاءة أمن المعلومات المالية وحفظها، بما يتماشى مع سياسات المؤسسة خاصة عند تدأولها بين الموظفين داخل محيط المؤسسة.

أهميته في تخطيط المالي الاستراتيجي على المدى البعيد وضمان البقاء والاستمرارية للمؤسسة.

بناء ثقافة مالية داخل المؤسسة من خلال التعليم والتدريب على الفهم وتحليل البيانات المالية واتخاذ القرار السليم من قبل كل الأطراف الفاعلة في المؤسسة.[2]

[1] Walton. A، مرجع سابق، ص

[2] Walton. A، مرجع سابق، ص

المبحث الثاني: جوانب الذكاء المالي

يبنى الذكاء المالي من خلال عدة جوانب أساسية تتمثل في أبعاد عملية تترجم هذا المفهوم إلى أفعال تؤدي إلى التأثير في مسار وتوجه المؤسسة الاقتصادية، ولعلى أبرز جوانبه التحليل المالي الذي يعتبر الأداة الأساسية والفعالة في تقييم الأداء المالي للمؤسسة وقياس الكفاءة الاقتصادية لها، والذي يتيح فهم الوضعية المالية للمؤسسة واتخاذ قرارات المالية مبنية على معلومات وبيانات دقيقة وواضحة، كما تظهر استراتيجيات الذكاء المالي كونها تساعد المؤسسة على فهم تطبيقات الذكاء المالي وتحضير بيئتها الداخلية للعمل على ذلك مما ينعكس على قدرة الموظفين وصناع القرار من اتخاذ قرارات مالية فعالة تؤدي إلى تحسين الأداء المالي وتطوير المؤسسة الاقتصادية ، وبالتالي تحقيق الأهداف المستقبلية، كما تجدر الإشارة في هذا الجانب من جوانب الذكاء المالي إلى عنصر مهم يتمثل في المهارات والأدوات الذكاء المالي التي تمثل القاعدة التنفيذية لهذا الذكاء، حيث تعتمد المؤسسات الاقتصادية على قدرات الأفراد والموظفين ومهاراتهم في استخدام تلك الأدوات الممثلة في النماذج التحليلية، والتقنيات المالية الجديدة لضمان التفاعل الذكي مع المتغيرات الخاصة ببيئة المؤسسة، وعلى هذا فإن هذه الجوانب مهمة لفهم آلية دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية من خلال الذكاء المالي بالكفاءة والمرونة المالية اللازمة.

المطلب الأول: التحليل المالي والأداء المالي

إن الذكاء المالي يستعين بعدة أدوات من شأنه التغلغل ضمنها وتحسين جودتها بتوسيع مجالها أو باعتمادها من ضمن أدواته لتحقيق أهداف المؤسسة الاقتصادية، بحيث يعتبر التحليل المالي والأداء المالي من أهم الأدوات التي يعتمدها هذا الأخير في تحسين القرارات المالية وأداء المؤسسة ككل، وبما أن اتخاذ القرارات المالية من المهام الأساسية والوظائف الرئيسية لأي مسير مالي في المؤسسة، فإن ما تحققه المؤسسة يتوقف على كفاءة وقدرة هذا المسير في فهم وتحليل البيانات المالية واتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب عن طريق استخدام مؤشرات وأدوات مالية خاصة بالتحليل المالي داخل المؤسسة، الأمر الذي يسمح برفع وزيادة الأداء المالي لها بناءا على القرارات وتحليلات السابقة، كما أن الأداء المالي يمكن من معرفة مركزها المالي والائتماني ويعزز ضمان البقاء والاستمرارية في النشاط الاقتصادي لها.

الفرع الأول مفهوم التحليل المالي:

يعتبر التحليل المالي وسيلة رئيسية لدراسة وفهم الوضع المالي بالمؤسسة، والذي يمكنه تقييم الأداء العام

للمؤسسة، انطلاقا من القوائم المالية وتحليل مؤشراته لاكتشاف نقاط القوة والضعف، واتخاذ قرارات واضحة ومدروسة مبنية، وذلك لتعزيز قدرة المؤسسة، وتحقيق أهدافها الاستراتيجية بكفاءة وفعالية.

1. تعريف التحليل المالي:

إن للتحليل المالي عدة تعاريف تختلف باختلاف نظرة المفكرين والاقتصاديين له، إلاّ أنهم يشتركون في نفس الأساسيات التي يقوم عليها هذا الأخير، ويمكن توضيحه من خلال هذه التعاريف التالية:

– التحليل المالي هو مجموعة العمليات التي تتعلق بدراسة وفهم المعلومات والبيانات المالية المتاحة في القوائم المالية للمؤسسة وتحليلها وتفسيرها للاستفادة منها في معرفة المركز المالي لتلك المؤسسة، وتدوير معلومات مفصلة تساهم في اتخاذ القرارات المالية وغير المالية التي تساعد في تقييم أداء المؤسسة، وكشف عن المخاطر والتنبؤ بالمستقبل، فالتحليل المالي يتم من خلاله استعمال نسب ومؤشرات مئوية من البيانات المالية وهذا ينعكس في رفع الفعالية الاقتصادية للمؤسسة أداءها. [1]

– كما عرف على أنه عملية معالجة للبيانات المالية المتاحة عن المؤسسة للوصول لتشخيص وتقييم الأداء الخاص بها من أجل التعرف على نقاط القوة للمؤسسة وتعزيزها ونقاط ضعفها ومعالجتها، من أجل تسهيل عملية اتخاذ القرارات المالية السليمة ورفع الأداء وتحسين بيئة العمل والحصول على نتائج جيدة في المستقبل.[2]

– هو عملية يتم من خلالها استكشاف أو اشتقاق مجموعة من المؤشرات الكمية والنوعية خلال نشاط المؤسسة الاقتصادي تساهم في تحديد أهمية الأنشطة التشغيلية والمالية للمؤسسة، وذلك من خلال معلومات والبيانات التي تستخرج من القوائم المالية مع مختلف المصادر الأخرى والتي تمثل في مؤشرات مالية تسمح بتقييم أداء المؤسسة واتخاذ القرارات.[3]

– التحليل المالي هو دراسة تفصيلية للبيانات المالية والقوائم المالية للمؤسسات بغية الحصول على

---

[1] Martin fridson, Fernando alvarez, Financial Statement Analysis: A Practitioner's Guide, published: john wiley & sons, 5th ed, USA, 2022, P 24.

[2] تقرارت يزيد، استخدام أدوات التحليل المالي في تشخيص الوضع المالي للمؤسسات الاقتصادية في ظل الإصلاح المحاسبي دراسة حالة المؤسسة الوطنية لإنتاج اللوالب والسكاكين والصنابير BCR بولاية سطيف للفترات المالية (2011–2014)، مجلة بحوث، المجلد 11، العدد 2، 2017، ص 125.

[3] كمال الدين الدهراوي، تحليل القوائم المالية لأغراض الاستثمار، الإسكندرية: الدار الجامعية، مصر، 2004، ص 24.

معلومات التي يستند إليها في اتخاذ القرارات داخل المؤسسة، وعليه يتم التخطيط للمستقبل لتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد، ومن ثم تقييم أداء المؤسسة والكشف عن الخلل إن وجد، ومعرفة نقاط القوة والضعف للسياسة المالية بالمؤسسة، وعليه يتم الموافقة بين السيولة والربحية من أجل ضمان حمايتها من مخاطر عدم دفع التزاماتها لدائنين من الأموال المستخدمة في دورة الاستغلال والاستثمار، وبالتالي رفع قدرتها التنافسية وتأكيد استمرارية المؤسسة في السوق.[1]

– التحليل المالي هو عملية تنظيم ومعالجة البيانات المالية المتاحة للمؤسسة، لأجل الحصول على معلومات تمكن من اتخاذ القرار وتقييم أداء المؤسسة على عدة فترات، الماضي والحاضر وبناءا عليهما يتم التنبؤ بالفترة المستقبلية للمؤسسة ما يضمن الاستمرارية لها.[2]

من خلال ما سبق من التعريفات يمكن الخروج بتعريف للتحليل المالي بأنه أداة داخلية للمؤسسة تستخدم بطريقة فعالة لتحليل البيانات المالية للوقوف على نقاط القوة والضعف ومعالجة الانحرافات في السياسة المالية الخاصة بالمؤسسة، وتستعمل نتائج التحليل المالي لاتخاذ القرارات المالية وتقييم أداء المؤسسة ودراسة الحالة المالية السابقة والآنية والتنبؤ بالمستقبل المالي للمؤسسة.

2. أهداف التحليل المالي:

تهدف المعلومات والبيانات المالية إلى إعطاء تفسيرات للوضع المالي ونتائج نشاطاتها وتغير في الوضع المالي للمؤسسة وهذا بالرجوع للعديد من الأدوات التي تستعملها في اتخاذ القرارات المالية التي من شأنها الرفع من الأداء المالي للمؤسسة وتطويرها، وعليه فإن من أهداف التحليل المالي هي: [3]

– تحليل القوائم المالية المنشورة بغرض اتخاذ القرارات المستقبلية والتي من شأنها المساعدة في اكتشاف النقاط القوة والضعف في سياسات المالية بالمؤسسة.

---

[1] سليمة طبايبية، تقييم الأداء المالي لشركات التامين باستعمال النسب المالية دراسة حالة في الشركة الجزائرية العامين، مجلة دراسات محاسبية ومالية ، الإصدار 16 ، المجلد 06 ، المعهد العالي للدراسات المالية والمحاسبية ، جامعة بغداد ، العراق، 2011، ص 77

[2] احمد عبد الزهرة حمدان، فلاح حسن ثويني، فعالية التحليل المالي في النشاط المصرفي دراسة تطبيقية على مصرف الرافدين، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 27، العراق، 2010، ص 125.

[3] شعيب شنوف، التحليل المالي الحديث طبقا للمعايير الدولية للإبلاغ المالي، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 38.

– تحليل الجدارة الائتمانية وقدرت المؤسسة بالوفاء بديونها في أجال المرتقبة منها، وذلك بمساهمة هذا التحليل في الخروج بقرارات ائتمانية قوية.

– التنبؤ بالنجاح والفشل المالي للمؤسسة، بتحليل نسب السيولة لضمان قدرة المؤسسة بالوفاء بالتزاماتها في المدى القصير، ويشمل تقييم أداء الربحية وتحديد أسباب تراجع النشاط، ويستعمل التحليل المالي في التنبؤ بالأرباح والمبيعات المستقبلية للمؤسسة، وكذلك تقييم البدائل الاستثمارية من أجل المفاضلة بينها اختيارا للأفضل وذلك لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.

– يهدف التحليل المالي لدراسة وتقييم الجدوى الاقتصادية للمشروعات في المؤسسة قبل شروع فيها ويساهم في التوجيه والتخطيط المالي مستقبلا ما يضمن الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، وهو يستخدم كوسيلة قياس وتقييم الأداء الحقيقي للمشروعات بالمؤسسة، ما يمكن من تصحيح الانحرافات المجودة ويعزز من الكفاءة التشغيلية.

3. أهمية التحليل المالي:

إن توسع العمليات الاقتصادية في العالم وزيادة حجم المؤسسات مع ظهور أدوات جديدة من الغش والاختلاس فيها ، أوجب ضرورة وجود أداة رقابية فعالة والتي تمثلت في التحليل المالي، وعلى وجه العموم فإن أهمية التحليل المالي تتمثل فيما يلي:

– التحليل المالي أداة من أدوات الرقابة الفعالة وهو أشبه بجهاز الإنذار المبكر للمؤسسة للتمكين المؤسسة من الرؤية المستقبلية لها وتعريفها بالمخاطر المحتملة.

– يمكن استخدام التحليل المالي في تقييم الجدوى الاقتصادية لإقامة المشاريع وتقييم الأداء.

– التحليل المالي أداة للتخطيط فهو يساعد في توقع المستقبل للوحدات المستقبلية.

– التحليل المالي أداة اتخاذ القرارات الهامة والرئيسية في المؤسسة، خاصة ما يخص قرارات الاندماج والتحديث والتجديد[1].

[1] أحمد محمد العداسي، التحليل المالي للقوائم المالية وفقا لمعايير المحاسبة الذولية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 49.

4. أدوات التحليل المالي:

1.4. التحليل العمودي (الرأسي):

يعتمد هذا النوع على التحليل من خلال القيام بتحويل الأرقام المطلقة إلى نسب مئوية حيث ينسب كل عنصر من المجموعة إلى إجمالي عناصر تلك المجموعة لمعرفة نسبته منها، وتحلل كل قائمة على أساس مستقل من القوائم الأخرى.

و تتم دراسة العلاقات بين عناصر ضمن القائمة المالية على أساس كلي وفي تاريخ محدد من أجل تحليل وتشخيص نوعية النشاط ومدى تحقيقه ومساهمته في النشاط الكلي هذا من جهة، واكتشاف سلوكه وتقييمه من جهة أخرى، وعليه يتم تقييم أداء المؤسسة عند إعداد القائمة التي يتم تحليلها وبالتالي يتم الكشف عن نقاط القوة والضعف في هذه المؤسسة، كما يوصف هذا التحليل بالتحليل الساكن، وعلى هذا فهو يحتاج إلى تحليل داعم هو التحليل الأفقي.[1]

2.4. التحليل الأفقي:

إن هذا التحليل قائم على أسلوب يتم من خلاله دراسة تغير بند أو مجموعة من البنود على امتداد فترة زمنية معينة باعتبارها مجالا للمقارنة بين عدة الفترات مالية، ويعتمد المحلل المالي في هذا التحليل على سنة الأساس والتي في الأغلب تكون السنة الأولى في سلسة السنوات المراد تحليلها.[2]

3.4. تحليل النسب المالية:

يعتبر هذا التحليل من التحليلات الأكثر صيتا في مجال المالي للمؤسسات، حيث يسمح هذا التحليل في تقييم أداء المؤسسة وهو من أهم المؤشرات التي تبين وجود الفشل المالي من دونه في المؤسسة، ويجود ضمن

[1] حبيب مهند، أساليب التحليل المالي ودورها في رفع كفاءة الأداء المالي للمؤسسات العامة السودانية تطبيقية، مجلة البديل الاقتصادي، المجلد 07، العدد 02، 2020، ص 58.

[2] عبد الفتاح سعيد السرطاوي، عادل عيسى حسان، التحليل المالي لتقييم الأداء المالي للشركات المساهمة الصناعية في فلسطين: دراسة حالة شركات الأدوية المدرجة في بورصة فلسطين للفترة ما بين (2010-2017)، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 4، العدد 2، 2019، ص 154.

هذا التحليل مجموعة من النسب وهي ممثلة في الآتي:[1]

1.3.4. نسب السيولة:

يتم استخدام نسب السيولة في قياس مدى مقدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها المالية قصيرة الأجل باستخدام الأصول السائلة المتداولة لها، كما تعتبر هذه النسب مؤشرا دالا على قدرة المؤسسة في التعامل مع التزاماتها المالية اليومية وتغطيتها دون الحاجة للجوء إلى تمويلات إضافية أو القروض.

الجدول رقم (01-02): جدول يوضح نسب السيولة

النسبة	صيغة العلاقة	الدلالة
نسبة السيولة المتداولة	الأصول المتداولة/الخصوم المتداولة	يجب أن تتجاوز 1 لتحقيق رأس المال الصافي موجب.
نسبة السيولة السريعة	الأصول المتداولة – المخزون/الخصوم المتداولة	تشير هذه النسبة لمدى تغطية الأصول السريعة للموارد المتداولة دون اللجوء للمخزون.
نسبة السيولة الجاهزة	استخدامات الخزينة/الخصوم المتداولة	تمثل القدرة السيولة النقدية على سداد الديون قصيرة الأجل.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على دراسة عبد الفتاح السرطاوي (2019، ص 155-156).

2.3.4. نسب الربحية:

وهي نسب تقيس قدرة المؤسسة على إدارة واستخدام الموارد المتاحة لها، واستغلالها استغلالا أكثر كفاءة وفاعلية لتحقيق وتعظيم الأرباح.

[1] Widyasari. O, Adi. S, The Effect of Activity Ratio, Investment Ratio, Profitability Ratio, Liquidity Ratio, Leverage, and Managerial Ownership on Price to Book Value, International Journal of Business Management and Technology, vol 7, N 1,2023, P 811-812.

الجدول رقم (01-03): جدول يوضح نسب الربحية

النسبة	صيغة العلاقة	الدلالة
هامش الربح الإجمالي	(الربح الإجمالي / المبيعات) * 100	يقيس ارتفاعه زيادة قدرة المؤسسة على التحكم في تكاليف الإنتاج أو زيادة سعر البيع.
هامش الربح التشغيلي	(الربح التشغيلي / المبيعات) * 100	يقيس ارتفاعه النسبة التي تعكس كفاءة الإدارة التشغيلية في التحكم في المصروفات الثابتة والمتغيرة.
هامش صافي الربح	(صافي الربح / المبيعات) * 100	ارتفاعه يشير للأداء الجيد للمؤسسة في مجمل نشاطاتها.
العائد على الأصول	(صافي الربح/ إجمالي الأصول) * 100	يدل ارتفاعه على كفاءة الشركة في تحقيق الربح بناءا على الاستخدام الأفضل للأصول.
العائد على حقوق المساهمين	(صافي الربح/حقوق المساهمين) * 100	يقيس الربح المحقق من أموال المساهمين فقط
العائد على رأس المال المستثمر	(صافي الربح التشغيلي بعد الضريبة/رأس المال المستثمر) * 100	يقيس كفاءة الشركة في تحقيق الربح من رأس المال الكلي، وتعظيم عائد المساهمين.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على دراسة عبد الفتاح السرطاوي (2019، ص 155).

3.3.4. نسب الرفع المالي:

وهي نسب تعمل على تقييم الهيكل التمويلي للمؤسسة من حيث درجة اعتماده على مصادر التمويل الداخلية الخاصة بالمؤسسة أو الخارجية كالديون والقروض.

الجدول رقم (01-04): جدول يوضح نسب الرفع المالي

النسبة	صيغة العلاقة	الدلالة
نسبة الديون إلى حقوق الملكية	إجمالي الخصوم/إجمالي حقوق الملكية	انخفاض هذه النسبة يبن مدى استقرار المؤسسة ماليا وقدرتها على مواجهة الأزمات.

نسبة الدين الكلي	إجمالي الخصوم/إجمالي الأصول	كلما انخفضت هذه القيمة عن 0.5 كلما كان الوضع المالي للمؤسسة مستقر.
نسبة تغطية الفوائد	صافي الأرباح قبل الفوائد والضرائب / فوائد الديون	كلما كانت هذه النسبة أكبر كلما كانت المؤسسة قادرة على تسديد فوائدها.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على دراسة عبد الفتاح السرطاوي (2019، ص 156).

4.3.4. نسب النشاط:

هي نسب تقيس مدى كفاءة المؤسسة في استخدام مواردها من خلال قياس معدلات الدوران الخاصة بها، وقدرتها على تحويل حسابات الميزانية إلى نقدية أو مبيعات.

الجدول رقم (01-05): جدول يوضح أهم نسب النشاط

النسبة	صيغة العلاقة	الدلالة
معدل دوران المخزون	تكلفة المبيعات/متوسط المخزون	تقيس هذه نسبة كفاءة المؤسسة في إدارة مخزونها والسرعة في تحويل المخزون إلى نقد.
فترة التخزين	360/ معدل دوران المخزون	وهي عدد أيام التي بقية فيها المخزون لدى المؤسسة.
معدل دوران الذمم المدينة	المبيعات الآجلة/متوسط الذمم المدينة	تقيس مدى كفاءة المؤسسة في تحصيل ديونها المتعلقة بالبيع على الحساب، وارتفاع المعدل يبن مدى سرعة المؤسسة في التحصيل، ما يؤثر على سيولة وربحية المؤسسة.
متوسط فترة التحصيل	360/ معدل دوران الذمم الدائنة	يعبر عنها بالأيام، تقيس كفاءة سياسة التحصيل في المؤسسة، وكلما قلت كان مؤشر جيد للمؤسسة.
معدل دوران الذمم الدائنة	المشتريات الآجلة/الذمم الدائنة	يقاس بالمرات، يعبر عن الوقت الكافي لتسديد ديون الموردين، وكلما كان المعدل أقل كان مؤشر جيد لها، حيث يجب أ، تكون فترة ممنوحة هنا أكبر من فترة التحصيل.
متوسط فترة التسديد	360/ معدل دوران الذمم الدائنة	تقيس المدة الممنوحة لسداد ديونها بالأيام،

		وكلما كانت عدد الأيام أكبر كان مؤشرا جيد.
معدل دوران الأصول	صافي المبيعات/ متوسط إجمالي الأصول	يقاس بالمرات، لقياس أنشطة الأصول ومعرفة قدرة المؤسسة على استغلال هذه الأصول لتوليد المبيعات.
معدل دوران صافي رأس المال العامل	صافي المبيعات/صافي رأس المال العامل	يشير إلى مقدار المبيعات الذي يولده كل دينار من صافي رأس المال العامل، وهو يقيس كفاءة المؤسسة في إدارة صافي رأس المال العامل لديها.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على دراسة: عبد الفتاح السرطاوي (2019، ص 156-157).

نسب السوق: وهي نسب تسمح بقياس أثر أداء المؤسسة على أسعار الأسهم العادية للمؤسسة في السوق، وكفاءتها في استقطاب رؤوس الأموال والمستثمرين للمساهمة في المؤسسة.

الجدول رقم (01-06): جدول يوضح نسب السوق

النسبة	صيغة العلاقة	الدلالة
عائد السهم العادي	صافي الربح بعد الضرائب/ عدد الأسهم العادية	يقيس مقدار الربح الذي يحققه كل سهم عادي خلال فترة مالية.
توزيعات السهم العادي	توزيعات الأرباح للأسهم العادية/ عدد الأسهم العادية	تقيس هذه النسبة نصيب السهم العادي من الأرباح الموزعة، والمؤشر العالي هو إيجابي للمساهمين.
نسبة توزيعات الأرباح	الأرباح الموزعة/ صافي الربح بعد الضرائب	ارتفاع هذه النسبة يبن السياسة التي تتبعها المؤسسة في توزيع أرباحها نقدية جيدة لمساهميها من أجملي الربح المحقق.
مضاعف السعر السوقي للسهم	السعر السوقي للسهم العادي/عائد السهم	تقيس الاتجاه المستقبلي لسعر السهم في السوق المالي، والارتفاع يعد مؤشر إيجابي للمساهم.
القيمة الدفترية للسهم العادي	حقوق المساهمين العاديين/عدد الأسهم العادية	تقيس نصيب السهم العادي من حقوق المساهمين، وارتفاعها يبين الأداء الجيد للمؤسسة واستمراريتها.

ربح السهم	نصيب السهم العادي من التوزيع/ السعر السوقي للسهم	يقيس تقديرات المساهمين بالنسبة لسعر السوقي للسهم، والمؤشر العالي يجعل المستثمر يتوقع نمو بطيء لتوزيعات السهم.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على دراسة عبد الفتاح السرطاوي (2019، ص 155).

الفرع الثاني مفهوم الأداء المالي:

أختلف الباحثين الاقتصاديين والمفكرين الإداريين في تحديد مفهوم للأداء بشكل واضح، وذلك بأنهم ينظرون له من زوايا مختلفة فمنهم من يربط مصطلح الأداء بما تم تحقيقه من نتائج وخطط وأهداف المؤسسة ويقارنه بما تم وضعه قبل التنفيذ من استراتيجيات وأهداف، ومنهم من مثلها في قدرة المؤسسات على استغلال مواردها بكفاءة عالية وفعالية.

1. تعريف الأداء المالي:

– تعريف الأداء المالي: يمكن تعريفه على أنه تلك القدرة وقابلية التي تتمتع بها المؤسسة في تحقيق الأهداف والوصول للنتيجة النهائية المطلوبة في المؤسسة، كما أن الأداء المالي يتمثل في تشخيص السلامة المالية للمؤسسة وذلك بالتطرق إلى مدى قدرتها على خلق القيمة المضافة وعلى مواجهة التحديات والتهديدات المستقبلية من خلال دراسات الكشوفات المالية والقوائم المالية الخاصة بالمؤسسة، والأخذ في الاعتبار الظروف الاقتصادية الخاصة بالقطاع الذي تنشط فيه المؤسسة، ومعرفة مدى قدرة المؤسسة على استغلالها الأمثل لمواردها المالية على المدى القصير وطويل الأجل بغية خلق قيمة مضافة.[1]

– تم تعريفه أيضا على أنه هو مدى مساهمة الأنشطة التي يتم تنفيذها يومياً في تحقيق قيمة مضافة والقدرة على استخدام رؤوس الأموال للحصول على إيرادات تسمح بتغطية الالتزامات اتجاه الغير في الفترات المالية المحددة، ومن ثم وجوب تحقيق الأهداف المالية والإستراتيجية بأقل تكلفة متاحة.[2]

[1] وائل محمد صبحي إدريس، أساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن، دار وائل، عمان – الأردن، 2009، ص 42.

[2] آية عادل محمود عوض، أثر تطبيق الشمول المالي على الأداء المالي بالبنوك، مجلة الدراسات المالية والتجارية، العدد 3، 2021، ص 381.

– وتم تعريفه بأنه مؤشر يقيس مدى قدرة إدارة المؤسسة على تحسين استخدام الأصول المتاحة في جميع أنشطة المؤسسة لتحقيق أقصى قدر من الأرباح، علاوة على ذلك، وهو المرآة الأساسية التي تظهر قدرة المؤسسة من خلال وضعها المالي، والقدرة على تحقيق الأهداف المخطط لها في الوقت المحدد ومدى مستوى تنافسية المؤسسة مع المؤسسات الأخرى من خلال تلك الأهداف،[1] وبالتالي يعتبر الأداء المالي تحقيقا ماليا للمفهوم العام للأداء الخاص بالمؤسسة، فهو يعكس تحقيق الأهداف الاقتصادية لها من خلال مؤشرات مالية بسيطة قائمة على النتائج المحققة، ويمكن تعريف الأداء المالي بأنه استخدام المؤشرات المالية لقياس نجاح المالي للمؤسسة في تحقيق أهدافها واستثمار مواردها المختلفة واستغلالها بفعالية أكبر من خلال تنفيذ عملياتها وأنشطتها بكفاءة.[2]

– وتم تعريف الأداء المالي على أنه تركيز على استخدام الأدوات والمؤشرات المالية لقياس مدى تحقق الأهداف، ويعبر الأداء المالي عن أداء المؤسسة باعتباره الداعم الرئيسي لنشاط المؤسسة،[3] ويسمح للمؤسسة بالاستخدام الأمثل لمواردها ومصادرها في الاستخدامات قصيرة وبعيدة المدى من أجل خلق الثروة وتعظيم الربح.[4]

من خلال ما تم عرضه من تعاريف يمكن أن نعرف الأداء المالي على أنه قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها المقررة، انطلاقا من الاستغلال الأمثل لمواردها المالية المتاحة بكفاءة و فعالية أعلى.

2. أهداف الأداء المالي:

– تحديد مدى كفاءة الشركة في توليد الإيرادات وإدارة أصولها وخصومها والمصالح المالية لأصحاب

---

[1] بن نذير نصر الدين، شملال أيوب، لوحة القيادة كأداة لتقييم الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة الشركة الجزائرية لإنتاج الكهرباء SPE، الملتقى الوطني الأول حول مراقبة التسيير كآلية لحوكمة المؤسسات وتفعيل الإبداع، جامعة البليدة 2، 25-4-2017، ص 4.

[2] Safi. Samir, Dorgham. Maher, Allaloul. Sana, The impact of financial intelligence of senior management on the financial performance of banks and insurance companies in the Gaza Strip, Scholarly Journal, Vol 5, N 84, 2024. P 89.

[3] محمد محمود الخطيب، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط 01، الأردن، 2010، ص 45.

[4] محمد نجيب دبابش، طارق قذوري، ذور النظام المحاسبي المالي في تقييم الأداء المالي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة تطبيقية لمؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب بسكرة، الملتقى الوطني حول واقع آفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، 5-6\5-2013، ص 07.

المصلحة والمساهمين فيها.[1]

– يسمح للمستثمر وأصحاب القرار من متابعة ومعرفة نشاط المؤسسة وطبيعته، كما يساعد على متابعة الظروف الاقتصادية والمالية المحيطة، وتقدير تأثير أدوات الأداء المالي من ربحية وسيولة ونشاط والمديونية على المؤسسة.

– يساعد أصحاب القرار والقائمين على المؤسسة في إجراء عملية التحليل و المقارنة و تفسير البيانات المالية وفهم التفاعل بين البيانات لأجل اتخاذ القرار السليم لمصلحة المؤسسة.

– الهدف الرئيسي للأداء المالي هو الحصول على معلومات التي تستخدم لأغراض التحليل المناسبة لصنع القرارات و اختيار التوجه الأفضل للمؤسسة، من خلال مؤشرات الأداء المالي للمؤسسة.[2]

3. أهمية الأداء المالي:

– أهمية الأداء المالي تتجلى بشكل عام في تقييم أداء المؤسسات من خلال عدة زوايا و وبطرق تمكن أصحاب القرار ومن لهم مصالح مالية للاستفادة من البيانات والمعلومات في المؤسسة، بتحديد جوانب القوة و الضعف في المؤسسة، والاستفادة من البيانات التي يوفرها الأداء المالي لترشيد القرارات المالية للمستخدمين داخل وخارج المؤسسة.[3]

– تتمثل أهمية الأداء المالي بشكل خاص في عملية متابعة أنشطة المؤسسة وتفحص توجهاتها ومراقبة أوضاعها وتقييم مستوى الأداء ومدى فعاليته وتوجيه الأداء المالي إلى الاتجاه المطلوب، بتحديد العراقيل وتبيان أسبابها واقتراح أساليب تفاديها وترشيد الاستخدامات المالية والعامة للمؤسسة واستثماراتها وفقا للأهداف العامة للمؤسسة والمساهمة في اتخاذ القرارات السليمة للحفاظ على الأهداف الجوهرية للمؤسسة الاستمرارية و البقاء

[1] سعيد عزام، الأداء المالي: تعريفه، كيفية العمل، والمثال، تاريخ النشر 06-01-2025، تاريخ الإطلاع 29-05-2025، الموقع الالكتروني: https://3arfni.com/term/financialperformance/#ma-hw-aladaa-almaly.

[2] بن نذير نصر الدين، مرجع سابق، ص 8.

[3] بن نذير نصر الدين، مرجع سابق، ص 8.

وتعظيم الربح وخلق الثروة.[1]

4. مؤشرات الأداء المالي:

مؤشرات الأداء المالي، والمعروفة أيضا باسم مؤشرات الأداء الرئيسية، هي قياسات قابلة للقياس الكمي تُستخدم لتحديد وتتبع وتوقع الحالة الاقتصادية للمؤسسة، تستعمل هذه المؤشرات كأدوات لكل الفاعلين بالمؤسسة سواء الأطراف الداخلية كالإدارة وأصحاب القرار، ومن الأطراف الخارجية كالمحللين والباحثين، وهذا لتحليل مدى أداء المؤسسة، خاصة ما يتعلق بجانب التنافسية لها، وتحديد نقاط القوة والضعف للمؤسسة.[2]

المؤشرات الرئيسية للأداء هي مرتبطة بالمالية حيث تركز على الإيرادات وهامش الربح، الذي يمثل صافي الربح، وهو من أكثر المقاييس الربحية دقة، ومقدار الإيرادات المتبقية كربح لفترة معينة بعد احتساب جميع نفقات المؤسسة، يمكن استخراج المقاييس المالية من البيانات المالية للمؤسسة، وذلك انطلاقا من تحليلها ماليا، كما تجد الإدارة الداخلية للمؤسسة أن تحليل الأرقام المختلفة تكون أكثر تحديدا لتحليل المشاكل أو الجوانب التي ترغب الإدارة في تحليلها.[3]

وبناءا على ما سبق فإن مؤشرات الأداء المالي هي أدوات تحليلية تستخدم لقياس كفاءة المؤسسة وفعاليتها في تحقيق أهدافها المالية على المدى البعيد والقصير، وتسمح بتقييم الوضع المالي العام للمؤسسة واتخاذ القرارات إستراتيجية مبنية على دراسة دقيقة، وتتمثل هذه المؤشرات في الأدوات المتبعة في التحليل المالي والمتمثلة في النسب المالية مثل: نسبة الربحية، نسبة السيولة، نسبة المديونية، ومعدلات دوران، والتي تستنبط في أغلب الوقت من القوائم المالية للمؤسسة المعنية، كما تستخدم هذه المؤشرات في المقارنة بين الأداء الحالي والأداء السابق أو بأداء مؤسسات التي تنشط في نفس القطاع، وهذا ما يسمح بتوجيه السياسات المالية إلى

---

[1] محمد محمود الخطيب، مرجع سابق، ص 46-47.

[2] سعيد عزام، الأداء المالي: تعريفه، كيفية العمل، والمثال، تاريخ النشر 06-01-2025، تاريخ الإطلاع 29-05-2025، الموقع الالكتروني: https://3arfni.com/term/financialperformance/#ma-hw-aladaa-almaly

[3] راضية خلادي، مساهمة مؤشرات الأداء في تقييم فعالية الرقابة الجبائية دراسة ميدانية بمديرية الضرائب لولاية بومرداس للفترة 2019-2022، مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 13، العدد 2، 2023، ص 142.

التحسين المستمر والاستدامة المالية للمؤسسة.[1]

المطلب الثاني: استراتيجيات الذكاء المالي:

أصبح للذكاء المالي أهمية بالغة في إدارة وتطوير المؤسسة، فأصبح اعتماد استراتيجيات فعّالة لتعزيز هذا النوع من الذكاء في المؤسسات أمر ضروري، حيث تعمل هذه الاستراتيجيات على التكوين المستمر ودمج الذكاء المالي في الوظائف المؤسسة اليومية، إلى جانب التعلم التجريبي والشفافية المالية ما يسمح ببناء ثقافة مالية فعالة تمكن من اتخاذ قرارات مالية تساهم في تحقيق أداء قوي واستمرارية للمؤسسة.

1. التكوين المستمر والمنتظم:

إن التدريب المستمر هو أداة إستراتيجية لتفعيل الذكاء المالي ضمن المؤسسة الاقتصادية، فمن أجل ذلك يتم عقد دورات تدريبية منتظمة توجه التركيز على الموظفين غير المختصين في الجانب المالي الخاص بالمؤسسة، على فهم القوائم المالية المختلفة، وربط المفاهيم النظرية بالتطبيق العملي داخل المؤسسة مباشرة، ذلك يعزز فهم الأدوات المالية لدى الموظفين، أما الموظفين الذين لديهم خبرات وفهم للأساسيات المالية يصبحون دو قدرة على اتخاذ قرارات المالية تؤدي إلى خلق الثروة وتعزيز الربحية، وبالتالي تقليل المخاطر والأتعاب، كما يعد وضع الذكاء المالي ضمن الأهداف التكوينية طويلة المدى من الإستراتيجيات التي تبني ثقافة مالية للمؤسسة. [2]

يمكن تحقيق ذلك من خلال دمج مفاهيم الذكاء المالي في البرامج التدريبية الخاصة بالموظفين الأقل خبرة، وتخصيص مسار تطوير مهني مرتبط بالوظيفة والمسؤولية وعليه يكون هذا التكوين،[3] وتكون هذه الإستراتجية تحت رقابة رؤساء المصالح الإدارية والمالية المتخصصة في التحليل المالي وصنع القرار المالي الاستراتيجي، وتسمح هذه الإستراتيجية بتعزيز التكامل بين مختلف الجوانب التشغيلية والمالية في المؤسسة، وهذا

[1] بريزات سميح، التحليل المالي كأداة لتقييم الأداء المالي في المؤسسات، دار وائل للنشر، عمان، 2018، ص 45.

[2] Berman. K, Knight. J، Financial Intelligence ، مرجع سابق، ص 250.

[3] Berman. K, Knight. J, Financial Intelligence for entrepreneurs, havard business school publishing, united states of America, 2008, P 205.

التكوين لا يقتصر على نقل المعرفة فقط، بل يساهم في تغيير السلوك المالي داخل المؤسسة، ويعزز من قدرة الموظفين في اتخاذ قرارات مدروسة ذات التأثير الإيجابي في أداء المؤسسة وتحقيق الاستدامة المالية لها.[1]

2. دمج الذكاء المالي في الوظائف:

من أجل ضمان التزام الموظف بتحسين وتطوير مستوى ذكائه المالي، وجب إدخال فهم المؤشرات المالية كمقياس في تقييم الأداء للمؤسسة، وعلى ذلك توجب تشجيع الموظفين على تفعيل هذه المعرفة في قرارات اليومية لهم، ما ينعكس على تحسين تكاليف التشغيل وكذلك تقييم الجدوى المالية للنشاطات والمشاريع وتسمح هذه الإستراتيجية لشركات بربط عنصر التحفيز والمكافأة بالأداء المالي لخلق ثقافة المساءلة مالية وتعزيز الوعي بشؤون المالية.

ويمكن أن يتجلى دمج الذكاء المالي في التقييمات الوظيفية من خلال تطوير مؤشرات الأداء مالي التي تتناسب مع نوع النشاط أو الوظيفة، مثل قياس قدرة الموظف في الوظيفة التشغيلية على تقليل التكلفة وتحسين الكفاءة المالية، بينما يتم تقييم الموظفين في المصالح الإدارية من خلال قدرتهم على تحليل التقارير المالية واتخاذ قرارات مالية إستراتيجية بناءا على البيانات المالية، هذا يسمح بوجود ارتباط بين المهام اليومية ومستوى الوعي المالي ما يرفع التزام الأفراد بتحقيق أهداف المالية للمؤسسة.[2]

3. التعلم التجريبي والتطبيقات العملية:

إن إستراتيجية التعلم التفاعلي أو التجريبي هي أداة فعّالة لتطوير الذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية، حيث يتم الاعتماد فيها على استخدام الأدوات تعليمية فعالة مثل محاكاة الأعمال وغرف العمل المتخصصة، كم تهدف هذه الأدوات إلى زيادة وتعزيز الوعي والفهم التطبيقي للأمور المالية، كتحليل النسب المالية وإدارة التدفقات النقدية، أسفرت بعض الدراسات أن التعلم والتكوين المبني على المحاكاة (التعلم مع التطبيق الفعلي) يزيد من قدرة الموظفين على الفهم الشؤون المالية بنسبة 40% مقارنة بالأساليب التقليدية في التعليم والتكوين، ويرجع ذلك للبيئة الديناميكية التي تتيحها هذه الإستراتيجية، والتي تسمح بالمشاركة الفعالة للموظفين.

---

[1] Berman. K, Knight. J ،Financial Intelligence for entrepreneurs، مرجع السابق، ص 206.

[2] Berman. K, Knight. J، مرجع السابق، ص 207

إن التعلم التفاعلي المبني على المشاركة في التطبيق العملي هو من أبرز الاستراتيجيات التي تزيد من الوعي والفهم لسلوكيات التطبيقية داخل المؤسسة، خاصة في المجال المالي والإداري، كما أن الأفراد يتعلمون بوتيرة أكثر فعالية عند تطبيق المفاهيم ضمن بيئة عملية تحاكي الواقع الوظيفي، وهذا يبرز في ترسيخ المعرفة المالية وتحفيز القدرات التحليلية واتخاذ القرارات لدى الموظفين.[1]

4. الشفافية المالية ونشر التقارير

مشاركة التقارير المالية البسيطة مع الموظفين الآخرين تمكنهم من فهم تأثير هذه التقارير من حيث الأداء على النتائج المالية في المؤسسة، مثل توضيح كيفية تحسين المبيعات للتدفقات النقدية داخل المؤسسة وتؤكد هذه الإستراتيجية أن الشفافية المالية ومشاركة التقارير المالية، تسمح ببناء الثقة بين الموظفين وتجعلهم شركاء في النجاح المالي.[2]

كما إن إشراك العمال والإفصاح لهم عن المعلومات والبيانات المالية من خلال التقارير المبسطة وشفافة لا يقتصر على رفع المستوى الوعي المالي لدى الموظفين، بل يسمح بخلق الشعور بالانتماء والمسؤولية الجماعية تجاه المؤسسة ما يؤدي إلى تعزيز الأداء المالي فيها، وفهم الموظف للأرقام يجعله يتصرف كالمدير ويستطيع اتخاذ قرارات يومية ضمن وظيفته تدعم أهداف المؤسسة، فهذه المقاربة تؤدي إلى تحويل الوعي التنظيمي من أسلوب التنفيذ إلى أسلوب التفكير المالي الاستراتيجي والذي يعتبر حجر أساس الذكاء المالي في المؤسسات القائمة الآن.[3]

5. دعم القيادة وتعزيز الثقافة المالية:

وجب على المؤسسات الاقتصادية تبني ثقافة الذكاء المالي، وتحفيز المدراء على مناقشة مؤشرات الأداء المالي للمؤسسة في الندوات والاجتماعات، ومناقشة وطرح أسئلة تخص المالية الإستراتيجية، مثل كيف يمكن

---

[1] David, kolb, Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development, publisher: prentice hall, New Jersey, 1984, P33.

[2] Berman. K, Knight. J، Financial Intelligence، مرجع سابق، ص 257.

[3] Stack. J, Burlingham. B, The great game of business: The only sensible way to run a company, publisher: crown business New York, USA, 2013, P 89.

تخفيض التكلفة مع المحافظة على الجودة؟، كما أن القيادة التي تهتم بالتعليم الذكاء المالي تصنع موظفين أكثر وعيا وابتكارا في حل المشكلات واتخاذ القرارات،[1] أما تعزيز الثقافة المالية فهي تشمل جميع مستويات المؤسسة عن طريق تنظيم غرف وورشات عمل تكوينية، ودورات تنموية تخص مهارات الذكاء المالي كتحليل البيانات المالية، وفهم العلاقة بين الأداء المالي والقرارات التشغيلية، وهذه الإستراتيجية تساعد في خلق بيئة عمل تتمتع بالشفافية والمساءلة، وتحفز وتدعم الابتكار من خلال مشاركة الموظفين في تقديم حلول تعتمد على أسس مالية تسمح باتخاذ القرار، وعلى ذلك تصبح المؤسسة ذات قدرة على التكيف مع التقلبات السوقية واتخاذ القرارات المالية الإستراتيجية المعتمدة على المعلومات وبيانات مالية فعالة، كما أن المؤسسات التي تستثمر في تطوير الثقافة المالية لعمالها، تتمتع بأداء أفضل على المدى الاستراتيجي البعيد، ويرجع ذلك لاتخاذ القرارات السليمة في المؤسسة.[2]

6. تعزيز التواصل باستخدام اللغة المالية:

التشجيع على الحوارات داخل المؤسسة بلغة الذكاء المالي،ما يرفع من مستوى النقاشات وبالتالي رفع الوعي المالي والقدرة على قراءة وتحليل البيانات المالية واتخاذ القرارات الإستراتيجية، ووجوب تبسيط تقارير المالية الموجهة لغير المختصين، ورفع القيود في التواصل مع المصالح المالية وإتاحة تقاريرها مع الحفاظ على أمان المعلومات داخل المؤسسة، وعلى هذا المؤسسة تعزز محو الأمية المالية بين مختلف مصالحها من أجل رفع معدلات الكفاءة التشغيلية، كما إن إستراتيجية تعزيز التواصل باستخدام اللغة المالية مهمة لتمكين المؤسسة من استخدامها بشكل دوري وفعال ضمن نشاطات اليومية، دون أن تكون حكرا على المحادثات الرسمية أو التقارير، وبالتالي وجب دمج المصطلحات والمفاهيم المالية في التكوين والتدريب الوظيفي في البيئة الداخلية، وتشجيع مصالح المؤسسة على تضمين البعد المالي في تحليل المشاكل واقتراح الحلول، وعليه تزداد قدرة المؤسسة على اتخاذ قرارات إستراتيجية القوية عندما يكون التفكير المالي جزء من ثقافة التنظيمية، كما أن مشاركة المعلومات والبيانات المالية بشفافية مع الإدارات المختلفة داخل المؤسسة يسمح للموظفين بالحس

[1] Berman. K, Knight. J، Financial Intelligence، مرجع سابق، ص 257-258.

[2] Lusardi, Annamaria and Olivia S. Mitchell, The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence Journal of Economic Literature, 52 (1), 2014, P 9-10.

بالمسؤولية، وقيادة المؤسسة إلى تحسين أدائها.[1]

المطلب الثالث: مهارات وأدوات الذكاء المالي:

التحولات الاقتصادية المتسارعة لقد زادت من تعقيد الوضع الاقتصادي للمؤسسات مما دفع بها لتطبيق أحد الركائز الأساسية لتحقيق الاستقرار المالي واتخاذ قرارات المالية الفعالة، والذكاء المالي هو مزيج من المهارات والمعارف التي تسمح للأفراد والمؤسسات من فهم وإدارة الأمور المالية بكفاءة، وذلك لتحقيق الأهداف الاقتصادية والإستراتيجية، كما أن مهارات الذكاء المالي تؤثر بالإيجاب على تعظيم الربحية وتطوير المؤسسات و صقل قدرة الأفراد على اتخاذ قرارات مالية سليمة، واستخدام أدوات الذكاء المالي ما هو إلى تجسيد للمهارات وتضمينها في مختلف التقنيات المالية والقدرة على تحكم العالي فيها في وتحسين الأداء المالي للمؤسسات وتطويرها.

الفرع الأول: مهارات الذكاء المالي:

ترتبط مهارات الذكاء المالي بقدرة المحلل المالي داخل المؤسسة الذي يجب عليه أن يتمتع بمجموعة من المهارات الخاصة بالذكاء المالي حتى يتمكن من إصدار قرارات دقيقة لا يشوبها خلل وذلك من خلال اكتساب مهارات تمكنه من قراءة وفهم وتحليل كل ما يرتبط بالمال من أجل دعم وتطوير المؤسسة وشخصه هو الآخر باعتباره من صناع القرار، وبالتالي تكون هناك سرعة في توقع المخاطر وإدارتها ومواكبة التقلبات السوقية وتعزيز التنافسية ومنه الوصول إلى أفضل أداء للمؤسسة.

ولأجل أن يتصف صاحب القرار المالي (مدير مالي أو مستثمر مالي، محلل مالي) بمهارات الذكاء المالي يلزم إتباع مجموعة من المهارات الأساسية اللازمة لصقله تتمثل بالاتي:[2]

1. فهم المهارات الأساسية للجانب المالي: يتعلق الأمر بطريقة قراءة وفهم المعلومات المالية من خلال فك رموز بيانات المرتبطة بالتقارير المالية المرتبطة بالقوائم المالية مثل قائمة حساب النتيجة التي تمكن

[1] McLean, R, Financial Literacy for Managers: Finance and Accounting for Better Decision-Making, Wharton School Press. United States, 2020, P 118.

[2] أياد طاهر محمد، أمين زيدان خلف، ذور الذكاء المالي بترشيد قرارات المستثمرين لتحقيق أهدافهم المالية–دراسة استطلاعية في سوق العراق للأوراق المالية، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 13، العدد 1، 2021، ص 298–299.

من تقييم الربحية والأداء التشغيلي، والميزانية المالية لفهم الأصول والخصوم وحقوق المساهمين في المؤسسة، وقائمة التدفق النقدي لتحليل السيولة ومدى قدرة المؤسسة بالوفاء بالتزاماتها، وذلك بسرعة ودقة كبيرة.

2. فن المهارات المالية: هو فن تحديد اتخاذ قرارات مالية واستثمارية بناءا على استنتاجات دقيقة، لذا فإن إتقان المهارات المالية هو إمكانية للمحلل المالي تسمح بالجمع بين التحليل الدقيق والحنكة في اتخاذ القرارات، حيث يرتبط بالقدرة على تفسير رؤية الاستراتيجية التي تدعم القرارات المثلى للمؤسسة، ما يتطلب من هذا الفن إدراك عميق في آليات السوق، وتقييم دقيق للمخاطر المالية والعوائد، وبالتالي المهارة في التنبؤ بالسيناريوهات المستقبلية للمؤسسة انطلاقا من بيانات دقيقة الفهم، وينعكس ذلك بقدرة المحلل المالي أو صانع القرار على تحويل البيانات المجردة إلى خطط وأهداف إستراتيجية ناجحة، تعزز النمو المالي وتضمن تحقيق أهداف المؤسسة على المستويين القصير والبعيد بكفاءة وفاعلية.

3. فهم التحليل المالي: هي القدرة على تحليل البيانات المالية واستنباط المعلومات المالية الدقيقة منها، انطلاقا من النسب والمؤشرات المالية، وهذه المهارة رئيسية في عملية اتخاذ القرار المالي داخل المؤسسة، حيث تمكن المحلل المالي من تقييم الأداء المالي للمؤسسة بكفاءة، وتمكينه من تحديد نقاط القوة والضعف، مع قدرته على توجيه الاستثمارات بشكل فعال وتحقيق النمو المستدام للمؤسسة.

4. فهم الصورة الشاملة: هي من المهارات الأساسية التي يجب أن يهتم بها المحلل المالي والتي تفوق مجرد قراءة الأرقام المالية الخاصة بالتقارير المالية، إنما تؤول إلى فهم السياق الاقتصادي الأوسع الذي تنشط فيه المؤسسات ويستوجب ذلك تحليل العوامل الاقتصادية الكلية مثل: معدلات النمو الاقتصادي، أسعار الفائدة، البطالة التضخم، بالإضافة إلى فهم البيئة التنافسية التي تشمل محركات السوق وتقلباته، ودراسة سلوك المنافسين، والتغيرات التنظيمية الخاصة بالدولة والقطاع والتكنولوجيا، وتعتبر هذه المهارة أساسية في مجال التحليل المالي، حيث يقوم فيها المحلل بتقديم توصيات مالية دقيقة، وتحديد استراتيجيات النمو، وتحسين الأداء المالي للمؤسسة.[1]

[1] Samuel. Olusola, Egbid. Caleb, Financial Intelligence and the Quality of Higher Education in Africa, An International Multidisciplinary Journal, Vol 7, N 3, 2013, P 2.

الفرع الثاني: أدوات الذكاء المالي:

إن الأدوات والتقنيات المستخدمة في تطبيق الذكاء المالي مثل برامج التحليل المالي ونماذج التنبؤ المالي وأدوات إدارة المخاطر المالية هي من أهم ركائز التي تعتمد في تحسين الأداء المالي وتعزيز الكفاءة الاقتصادية للمؤسسات الاقتصادية، ولعلى أهم هذه الأدوات تمثلت في:

1. نظم المعلومات المالية:

نظم المعلومات المالية هي من أهم التقنيات التي يعتمدها الذكاء المالي والتي ترتكز عليها المؤسسات الحديثة في إدارة شؤونها المالية، فهي تتيح للمؤسسة جمع وتحليل البيانات المالية بدقة وكفاءة عالية، ما يمكن من دعم عملية التخطيط والمراقبة واتخاذ القرار المالي السليم،[1] ومن هذه النظم أنظمة المحاسبة الإلكترونية وأنظمة إدارة الموارد، والتي تقوم بتنسيق بين مختلف العمليات داخل مصالح المؤسسة[2]

2. الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة:

الذكاء الاصطناعي هو أداة وركيزة أساسية للذكاء المالي داخل المؤسسات التي تعتمده فهو يسهل تحليل البيانات الكبيرة، باستخدام الخوارزميات المبنية على الذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات السوق والزبائن من أجل توقع الاتجاهات المستقبلية للمؤسسة وتحديد الفرص والتهديدات المحتملة، حيث تساعد هذه الوسيلة في تحسين دقة التنبؤات المالية وتعزيز كفاءة التخطيط المالي[3] الاستراتيجي.

3. البرمجيات المحاسبية وأنظمة إدارة الموارد المؤسسية:

إن أنظمة إدارة الموارد المؤسسية والبرمجيات المحاسبية والمالية هي أدوات حيوية هدفها تعزيز الشفافية وربط العمليات المالية بين جميع المصالح داخل مؤسسة، حيث تساهم هذه الأنظمة في تقليل الأخطاء المتعلقة

[1] Elliott. B, Elliott. J, Financial Accounting and Reporting, Pearson Education Limited, 17th ed, UK, 2017, P 89.

[2] Hansen. D, Guan. L, Cost Management: Accounting And Control, Publisher: Cengage Learning, 7th ed, USA, 2016, P 203.

[3] Delen. D, Huseyin. D, Data, Information and Analytics as Services, Journal Of Decision Support Systems, Vol 55, N 1, 2013, P 331.

بالموظفين، وتُسرّع من إعداد التقارير المالية وغيرها، كما تعمل على تحقيق ترابط في البيانات، وبالتالي توفير بيئة موحدة لتحليل المعلومات والبيانات المالية وتقييم الأداء المالي للمؤسسة فعليا.[1]

4. التقارير المالية التفاعلية:

أصبحت التقارير التفاعلية أدوات أساسية في الذكاء المالي فهو يقوم بعرض مؤشرات الأداء المالي الرئيسية بطريقة واضحة وبسيطة حتى يسهل فهمها، ما يسمح للمدراء ومتخذي القرار في المؤسسة بمراقبة الوضع المالي الآني أي في الوقت الفعلي مباشرة انطلاقا من تلك التقارير المالية، وذلك هو الأمر الذي يعزز من القدرة على اتخاذ قرارات المالية السريعة والقائمة على بيانات ومعلومات ذات دقة.[2]

5. التخطيط المالي والنماذج المالية:

يعتمد الذكاء المالي على أدوات التخطيط المالي المتقدمة مع الوظائف المعقدة أو برامج متخصصة مثل "Anaplan" من أجل بناء نماذج مالية استباقية وتحوّطية، هذه النماذج يتم العمل بها في إعداد سيناريوهات مستقبلية وتحليل الخيارات الاستثمارية والإنتاجية المختلفة، وبالتالي المساهمة في تقييم أثر القرارات المالية للمؤسسة في السيولة الربح على المدى الطويل.[3]

6. إدارة المخاطر المالية:

إن الذكاء المالي يرتكز على عدة تقنيات متنوعة من أجل حسين وتطوير المؤسسة، ومن هذه أدوات نجد إدارة المخاطر المالية ونماذج المحاكاة التي توظف لتقييم المخاطر المالية المرتبطة بالسيولة، والربحية وتقلبات الأسعار وغيرهم كتقلبات سعر الفائدة بالنسبة للبنوك، إن هذه الوسيلة تقلل من تعرض المؤسسات للمخاطر غير المتوقعة[4].

---

[1] Bragg Steven. M, Financial Analysis: A Controller's Guide, Published by Wiley & Sons: new jersey, USA, 2012, P 14.

[2] Kirkpatrick. C, Dahlquist. J, Technical Analysis: The Complete Resource for Financial Market Technicians, Publisher: FT press, 2nd ed, USA, 2019, P 234.

[3] Epstein. M, Martinov-Bennie, Strategic financial management: The five key questions, Journal of Business Horizons, Vol 53, N 3, 2020, P 233.

[4] Tarantino. A, Deborah. C, Essentials of Risk Management in Finance, Published by Wiley & Sons, USA, 2012, P 78.

7. التعلم الإلكتروني والتدريب على الذكاء المالي:

الذكاء المالي لم يصبح يقتصر على الخبراء والمحللين الماليين وأصحاب القرار في المؤسسة فقط، بل أصبح علما قائم يمكن تعلمه عبر منصات ومواقع التعلم الإلكتروني، فهذه المنصات تقدم دورات تدريبية وتعليمية حول إتقان وإدارة المال، التحليل المالي واستعمالاته، والتخطيط الاستراتيجي وتوظيفه ومن خلال تطبيق الأسس المتبناة من الذكاء المالي يرتقي مستوى الثقافة المالية بين الموظفين في جميع المستويات الإدارية داخل المؤسسة.[1]

ومما سبق يتضح أن الذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية يطبق باستعمال مجموعة من الأدوات وتقنيات التي تبسط تحليل البيانات المالية والمعلومات، وتساعد في التوجيه واتخاذ القرارات المالية السليمة، ما يعزز من كفاءة العمليات المالية داخل المؤسسة من خلال توظيف هذه التقنيات بالكفاءة اللازمة، وبالتالي تمكين المؤسسة من تحسين أدائها المالي والوقوف أمام التحديات الاقتصادية وتحقيق أهدافها الاستراتيجية على المدى البعيد.

[1] Siegel. J, Shim. J, Financial Management in the Public Sector: Tools Applications and Cases, Publisher: Routledge, USA, 2018, P 82.

الفصل الثاني:

الذكاء الاقتصادي والمالي في المؤسسة الاقتصادية

تمهيد:

في ظل التغيرات الاقتصادية السريعة وتزايد قوة المنافسة في الأسواق، وجدت المؤسسات الاقتصادية نفسها أمام تحديات كبيرة من أجل الحفاظ على استقرارها المالي وتعزيز قدرتها التنافسية، ما دفع بها لتطبيق آليات جديدة من شأنها تحقيق أهداف المؤسسات الاقتصادية مع وجود تعقيدات وتقلبات في بيئتها الداخلية والخارجية، الأمر الذي دفع بها إلى العمل على تطبيق ما يعرف بالذكاء الاقتصادي والذكاء المالي من أجل الوقوف على أهدافها الاستراتيجية والمالية ما يدعم خططها ويطور أداءها واقتصادياتها، فدور الذكاء الاقتصادي والمالي كوسيلة إستراتيجية تمكن المؤسسات من فهم التغيرات الاقتصادية، وتحليل البيانات المالية، واتخاذ قرارات حكيمة تعزز من قدرتها وكفاءتها وربحيتها.

وإن تبني منهجية الذكاء الاقتصادي والمالي ضرورة حتمية للمؤسسات التي تسعى إلى البقاء والاستمرار في بيئة تنافسية تتسم بالحدة والتقلبات السريعة، فبناءا عليهما يمكن تحويل المعلومات والبيانات إلى رؤية إستراتيجية، ويمكن اتخاذ قرارات تعزز الأداء المالي، وتضمن تحقيق الأهداف الاقتصادية على المستوى القصير والبعيد.

وتم في هذا الفصل التطرق إلى ثلاثة مباحث تربط بين الجانب النظري والتطبيقي لدراسة، حيث تم وضع نظرة شاملة عن المؤسسة الاقتصادية مع تركيز على تصنيفاتها، ومن ثم التركيز على دور الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية، وأخيرا دور الذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية.

المبحث الأول: المؤسسة الاقتصادية:

تمثل المؤسسة الاقتصادية الواجهة الأساسية التي تعكس مدى مستوى اقتصاديات البلدان، فهي تعمل على تحقيق التنمية والنهوض بالدول سواء بطريقة مباشرة أو غيرها، لأنها بضرورة تعمل على الحد من الفقر والبطالة، وإنعاش السوق والاقتصاد وجلب العملة الصعبة وتحقيق الاكتفاء الذاتي لمعظم المواد، ولكن لتحقيق كل هذا يجب على المؤسسة انتهاج طرق وتبني وسائل تمكنها من البقاء والاستمرارية في ظل كل التغيرات التي تحتك بمحيط المؤسسات الاقتصادية في الوقت الراهن من المنافسة وتكنولوجيات الحديثة وسياسات الدول.

المطلب الأول: أساسيات حول المؤسسة الاقتصادية:

إن المؤسسة الاقتصادية تعتبر أداة فعالة في إحداث التنمية وتطور في أي اقتصاد باعتبارها خلية إنتاج بحيث يتم على مستواها تجميع وتوليف بعض العناصر الاقتصادية، كما يمكنها ترجمت القدرات الفكرية والتصورية والإبداعية في ميدان إنتاج السلع تقديم الخدمات.

أولا: مفهوم المؤسسة الاقتصادية:

الفرع الأول:تعريف المؤسسة الاقتصادية:

تعرف المؤسسة الاقتصادية عادة في كتب التسيير كمجموعة من الموارد البشرية والمادية والمالية، ولكن هذا التعريف غير كاف فلقد أدخل العلماء الحديثون عنصر آخر وهو الموارد المعلوماتية ، ويبقى هذا التعريف مرتبط بالتعريف الاقتصادي الكلاسيكي للمؤسسة الذي يدور حول العناصر الأساسية وهي رأس المال، اليد العاملة والموارد الطبيعية[1]، لذا اختلفت التعريفات في إعطاء مفهوم محدد للمؤسسة الاقتصادية لذا نذكر بعضها في التالي:

- **تعريف كارل ماركس:** المؤسسة هي التي تكون متمثلة في عدد كبير من العمال يمارسون نشاط تحت إدارة معينة من أجل إنتاج سلع معينة.

[1] وردة سعايدية، تأهيل وتطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خيار استراتيجي لدعم التنويع الاقتصادي في الجزائر –دراسة تحليلية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2024، ص 07.

– **تعريف فرانسوا بيرو:** يعرف المؤسسة على أنها مؤسسة تجمع أشخاص دو كفاءات مختلفة، تستعمل وسائل الإنتاج المتنوعة من أجل إنتاج سلعة أو تقديم خدمة أو تبادلها، والتي تباع بسعر يفوق التكلفة.[1]

وعرفها G.Bressey بأنها:كيان مُنظَّم يهدف إلى إنتاج أو تقديم السلع والخدمات من أجل تحقيق أرباح، ويشير على أن المؤسسة ليست مجرد وحدة إنتاجية بل هي كيان معقد يتفاعل مع بيئته القانونية والاجتماعية والاقتصادية[2].

– المؤسسة الاقتصادية هي وحدة اقتصادية تمارس النشاط الإنتاجي والنشاطات المرتبطة به، وتعمل على التخزين والشراء والبيع والإنتاج، وذلك في إطار تحقيق الأهداف التي أسست امن أجلها المؤسسة.

– وتعرف على أنها وحدة اقتصادية تجمع الموارد البشرية والمادية والمالية اللازمة للإنتاج الاقتصادي.

– عرفها **المكتب الدولي للعمل: "BIT"**: على أنها كل مكان يتم فيه ممارسة نشاط اقتصادي مع وجود سجلات مستقلة لهذا المكان.

– هي وحدة أو مؤسسة تتبع منظومة اقتصادية تقوم من خلالها بأنشطة إنتاجية أو سلعية أو خدماتية من أجل تحقيق أهدافها، كما تتنوع المؤسسة ومع هذا التنوع يأتي تحقيق أهدافها وفق طبيعتها وإطارها القانوني كما تتمتع باستقلالية المالية التي تؤهلها لممارسة نشاطها في وقت محدد وبيئة داخلية وأخرى خارجية هما محيط المؤسسة.[3]

وتعرف على أنها تلك المؤسسات التي تنتج سلع أو تقدم خدمات مثل المؤسسة التجارية، من أجل تحصيل هامش ربح معين يغطي التكلفة الإنتاج، غير أن هذه الأخيرة ترجع ملكيتها للدولة أو تقيد تحت

[1] ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998، ص 24.

[2] Bressey Gilles, konkuy Christian, management économie des entreprises,12rd ed sirey economie et gestion, paris, 2018, p 45.

[3] فوزي محيريق بن الجيلاني، مدخل لاقتصاد المؤسسة، مطبعة الرمال، الوادي–الجزائر، 2020، ص 24–25.

مراقبتها.[1]

– تعرف المؤسسة الاقتصادية على أنها كل تنظيم اقتصادي يرتبط ارتباطا ماليا في إطار قانوني واجتماعي معين يهدف لإدماج مختلف العوامل التي من أجلها يتم إنتاج وتبادل السلع والخدمات مع الأعوان الاقتصاديين الآخرين وهذا بغرض تحقيق القيمة المضافة اللازمة وتعظيم الربح وضمان البقاء والاستمرارية، ويشترط ذلك مجموعه من الشروط الاقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني والزمان الذي يوجد فيه وتبعا للحجم والنوع النشاط.[2]

– تعرف المؤسسة الاقتصادية بإدماج عدة عوامل بهدف إنتاج أو تبادل السلع والخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين وذلك ضمن مجال قانوني ومالي اجتماعي محدد. تتباين هذه الشروط حسب موقع المؤسسة وحجمها ونوع النشاط الذي تقوم به، يتم هذا الاندماج بعوامل الإنتاج من خلال تدفقات نقدية حقيقية ومعنوية، حيث يرتبط كل نوع ارتباطاً وثيقاً بالأفراد. تشمل التدفقات النقدية الحقيقية الوسائل والمواد المستخدمة في نشاط المؤسسة، بينما تشمل التدفقات المعنوية الطرق والأساليب والمعلومات المستخدمة في تسيير ومراقبة التدفقات النقدية الحقيقية[3].

– وتعرف بأنها شكل اقتصادي وقانوني واجتماعي يعمل على تنظيم العمال بالمؤسسة وتوظيف وسائل الإنتاج بأسلوب معين يقيم العمل الاجتماعي من أجل إنتاج ممارسة نشاط الخاص بها والمتمثل في الإنتاجي أو السلعي والخدماتي وغيرها.[4]

وبناءا على التعريفات السابقة يمكن الخروج بتعريف موحد للمؤسسة الاقتصادية:

– المؤسسة الاقتصادية هي جهاز منظم يهدف إلى إنتاج أو تقديم السلع والخدمات لتحقيق الأرباح،[5]

---

[1] François marsalfréderic, le dépérissement des enterprise publier perspective de l'économique, paris, France, 1993, p 15.

[2] خضور أمال، مرجع سبق ذكره، ص 07.

[3] عذون ناصر دادي، مرجع سابق، ص 10.

[4] عبود صمويل، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 1982، ص 58.

[5] Berssey gilles، مرجع سابق، ص 45.

من خلال تجميع واستخدام الموارد المادية والبشرية والمالية بشكل فعال، وتعمل ضمن إطار قانوني واجتماعي محدد، وتتفاعل مع بيئتها الاقتصادية لتحقيق أهدافها. تتنوع المؤسسات الاقتصادية من حيث الحجم والنشاط والملكية، مما يعكس دورها الحيوي في تحفيز النمو الاقتصادي وتلبية احتياجات السوق. [1]

الفرع الثاني: خصائص وأهداف المؤسسة الاقتصادية:

تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى تحقيق عدة أهداف تختلف حسب اختلاف أصحاب المؤسسات وطبيعة وميدان نشاطها، فمن بين أهدافها ما يلي:

1. خصائص المؤسسة الاقتصادية:

تتميز المؤسسة بعدة خصائص تمكنها من ضمان البقاء والاستمرارية،فهي تتمتع بالشخصية القانونية المستقلة التي تخول لها الحق وتلزمها الواجب ومسؤولية محددة، كما لها القدرة على إنتاج السلع وتقديم الخدمات التي أسست لأجلها، وتحقيق الأداء والكفاءة اللازمة داخل المؤسسة، كما تتميز بالمقدرة على التكيف في المحيط المتقلب، وإيجاد التفاعل الجيد ضمن البيئة الداخلية والخارجية لها.

ومن خلال ما سبق من تعريفات يمكن استخلاص مجموعة من الخصائص التالية:[2]

– امتلاك المؤسسة للشخصية القانونية ما يلزمها معرفة الحقوق والصلاحيات التي لها والواجبات والالتزامات التي عليها.

– العمل على تحقيق الأهداف المرجوة التي تأسست من أجلها.

– القدرة على البقاء والتكيف مع المتغيرات الخاصة ببيئتها.

– رسم مخطط عمل من خلال وضع برامج وسياسات وطرق و توضيح الأهداف المرجو بلوغها.

– ضمان المورد المالي لضمان استمرارية نشاطها.

– استجابت المؤسسة وملاءمتها للبيئة الموجودة بها.

[1] Porter m, competitive advantage : creating and sustainig superior performance, newyork, 1985, p 33.

[2] مسعراوي يوسف، أساسيات في إدارة المؤسسات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 34-35.

– تعتبر المؤسسة وحدة اقتصادية جوهرية في المجتمعات، إضافة لمساهمتها في عملية الإنتاج وبالتالي المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية ونمو الاقتصادي.

– تعتبر مؤسسة قائمة بالمعلومات، حيث أن المعلومة هي أساس توجيه وتسيير المؤسسة من خلال أنشطتها وعملياتها.

1. أهداف المؤسسة الاقتصادية:

تختلف أهداف المؤسسات الاقتصادية وفي اختلافها يؤخذ بعين الاعتبار المكان والزمان التي تنشط فيه هذه الأخيرة، لذا لا يوجد هدف معين لمؤسسة ما، وإنما نجد عدة أهداف لها، ويمكن ذكر مجموعة من الأهداف الخاصة بالمؤسسة الاقتصادية في النقاط الآتية:

تنقسم أهداف المؤسسة الاقتصادية إلى عدة مجالات وذلك حسب توجه المؤسسة وبيئتها.

1. الأهداف الاقتصادية:

– **تحقيق الربح:** إن استمرار المؤسسة في الوجود لا يمكن أن يتم إلا إذا استطاعت أن تحقق مستوى أدنى من الربح يضمن لها إمكانية رفع رأس مالها وبالتالي توسيع نشاطها للصمود أمام المؤسسات الأخرى

– **تحقيق متطلبات المجتمع:** عند قيام المؤسسات بعملية بيع منتجاتها فهي تغطي طلبات المجتمع الموجودة فيه، سواء على المستوى المحلي أو الوطني أو الجهوي أو الدولي.

– **عقلنة الإنتاج:** يتم ذلك بواسطة الاستعمال الرشيد لعوامل الإنتاج ورفع إنتاجيتها بواسطة التخطيط الجيد والتدقيق للإنتاج والتوزيع بالإضافة إلى مراقبة تنفيذ هذه الخطط والبرامج.[1]

2. الأهداف الاجتماعية:

– مراعاة الأجور في حدود المستوى المطلوب.

[1] رتيبة رزاز، الذكاء الاقتصادي كآلية لدعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مقال ضمن مجلة: الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، الحجم 12، العدد 23، 2017، ص 163.

- رفع المستوى المعيشي لعمال المؤسسة.
- ضمان التأمينات والمرافق لموظفي المؤسسة.
- إقامة أنماط استهلاكية معينة.
- تعزيز روح الجماعية بين العمال من خلال تنظيم العلاقات بين مستويات الإدارية للمؤسسة.[1]

3. الأهداف التكنولوجية:

تتجلى الأهداف التكنولوجية للمؤسسة الاقتصادية من خلال عملية البحث والتطوير من خلال الإبداع والابتكار في مجالها المتبنى، ومدى تأثير هذه الأخيرة على الإنتاج أو التسويق والتوزيع وغيرهم، والرفع من المردودية الخاصة بها مع خلق قيمة مضافة للمؤسسة.[2]

4. البحث والتنمية:

حيث مع تطور المؤسسات عملت على توفير إدارة أو مصلحة خاصة بعملية تطوير الوسائل والطرق الإنتاجية علميا، كما أن المؤسسة الاقتصادية تؤدي دورا هاما مساندا للسياسة القائمة في البلاد في مجال البحث والتطوير التكنولوجي، نظرا لما تمثله من وزن في مجموعها وخاصة المؤسسات الضخمة منها، من خلال الخطط التنموية للدولة.[3]

المطلب الثاني: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية

تعد المؤسسات الاقتصادية أساس أي نظام اقتصادي، حيث تختلف طبيعتها وأهدافها وحجمها مع احتياجات السوق والمجتمع، وتتنوع هذه المؤسسات وتختلف أشكالها مع اختلاف أهدافها. يعكس هذا التنوع مرونة الاقتصاد وقدرته على التكيف مع المتغيرات لضمان النمو والاستقرار، وحفاظ المؤسسة على البقاء

[1] عذون ناصر دادي، مرجع سابق، ص 11.

[2] بن يطو حاج، وظيفة البحث والتطوير كأداة لتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 2، الجزائر، 2022-2023، ص 68.

[3] عذون ناصر دادي، مرجع سابق، ص 19.

والاستمرار. ووجدت هذه التصنيفات الخاصة بالمؤسسات الاقتصادية لتسهيل التعامل معها وتوافقها مع التشريعات والتنظيمات وسياسات المعمول بها داخل الجغرافيا الموجودة فيها، وبناءا على ذلك تمثلت هذه التصنيفات في تحديد المؤسسة حسب الملكية وطابع النشاط الاقتصادي ووفق معيار الحجم.

الفرع الأول: حسب طبيعة الملكية:

1. المؤسسات العمومية:

تشكل المؤسسات العمومية ركيزة أساسية في الهيكل الاقتصادي الجزائري، حيث تتمثل في الكيانات الاقتصادية التي تمتلكها الدولة أو الهيئات العامة التابعة لها بشكل كامل أو نسبي، بحيث تتمتع هذه المؤسسات بالشخصية المعنوية المستقلة، مما يمكّنها من إبرام العقود وامتلاك الأموال، وبالتالي ممارسة الحقوق والالتزامات بشكل مستقل عن الدولة بحد ذاتها.

إن المؤسسات العمومية تخضع لنظام قانوني خاص يجمع بين قواعد القانون العام من حيث علاقتها بالدولة وقواعد القانون الخاص في تعاملاتها التجارية والاقتصادية، كما تتميز هذه المؤسسات بامتلاكها إمكانيات مادية وبشرية كبيرة، حيث تستفيد من دعم الدولة الإداري والإعانة المالية لها، وتتمتع بامتيازات وإعفاءات ضريبية وجمركية بحد خاص.

تنقسم المؤسسات العمومية في النظام القانوني الجزائري إلى نوعين رئيسيين:

1.1. المؤسسات الوطنية التابعة للوزارات: وهي المؤسسات التي تخضع لإشراف الوزارات المعنية وتعمل على المستوى الوطني، مثل مؤسسات قطاع الطاقة والمناجم والصناعات الثقيلة.

1.2. المؤسسات المحلية التابعة للجماعات المحلية: وتشمل المؤسسات التابعة للبلديات والولايات، والتي تركز عادةً على تقديم الخدمات المحلية وتساعد في تحقيق تنمية المحلية. [1]

2. المؤسسات الخاصة:

[1] ناصر دادي عدون، مرجع سابق، ص 59.

في النظام القانوني الجزائري، تعرف المؤسسة الخاصة بأنها وحدة اقتصادية يمتلكها شخص أو مجموعة أشخاص من القطاع الخاص (أشخاص طبيعيون أو معنويون)، تهدف أساساً لتحقيق منفعة ربحية وتخضع لأحكام القانون التجاري وقوانين الاستثمار وكذلك الجبائية، ويمنح التشريع الجزائري الشخصية الاعتبارية للشركات والمؤسسات القائمة على أكثر من شخص، و يحرم التشريع المؤسسات الفردية من الشخصية بالمعنوية. [1]

وللمؤسسات الخاصة عدة أ،واع نعددها في الآتي:

1.2.2. المؤسسات الفردية:

تعتبر المؤسسات الفردية مؤسسات اقتصادية ذات ملكية تخص شخص واحد حيث يجمع بين ملكية رأس المال وعوامل الإنتاج الأخرى .وتنشأ هذه المؤسسات عندما يقوم شخص صاحب رأس المال بإنشائها، فتختلط شخصيته القانونية مع شخصية المؤسسة دون وجود فصل بينهما. ويأخذ هذا النوع من المؤسسات أشكالاً متعددة، مثل المؤسسة الإنتاجية أو التجارية أو الخدماتية وغيرها، وعادة ما يكون عدد العمال فيها محدود ومنخفض مقارنة بغيرها من المؤسسات.[2]

2.2.2. المؤسسات الشركات:

هي امتداد للشركات الفردية بحيث تقوم بين شخصين أو أكثر ودون تجأوز 20 شخصا بحيث فيها الشريك يتلقى الربح ويتحمل الخسارة، وهي تنقسم إلى ثلاثة شركات:

- شركات الأشخاص:

هي التي تتأسس على اعتبار شخصي وتقوم من خلال عدة شركاء تجمع بينهم صلة معينة غالبا ما تكون قرابة أو صداقة أو معرفة فعلية بشريك مثل شركة التضامن، التوصية البسيطة والمحاصة، بحيث تتأثر

[1] أحمد طرطار، الترشيد الاقتصادي للطاقات الإنتاجية في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، ص 17.

[2] ناصر دادي عدون، مرجع سابق، ص 54.

الشخصية المعنوية للشركة بشخصية الشركاء بحد ذاتهم، فإفلاس الشريك يؤثر على الشركة بصفة عامة.[1]

1. شركة التضامن:

تعتبر شركة التضامن في التشريع الجزائري شكلاً قانونياً للشركات التجارية تتميز بوجود شريكين أو أكثر (أشخاصاً طبيعيين أو معنويين) يتحملون مسؤولية تضامنية غير محدودة عن التزامات الشركة، حيث تختلط الذمة المالية للشركاء بذمة الشركة. ويشترط أن يتضمن اسمها التجاري اسم أحد الشركاء مع إضافة عبارة "وشركاه". ومن أهم مميزاتها الحديثة إلغاء الحد الأدنى لرأس المال وإمكانية تقديم حصص عينية بعد تقييمها من قبل خبير، مع مرونة في نظام التسيير الذي يمكن أن يكون جماعياً أو عن طريق مدير مفوض، واتخاذ القرارات فيه إما بالإجماع أو بالأغلبية حسب العقد التأسيسي، كما تنقضي هذه الشركة في حالات الوفاة أو الإفلاس أو انسحاب الشركاء، ما لم يكن نص في العقد يلزم على غير ذلك[2].

2. شركة التوصية البسيطة:

لشركة التوصية البسيطة نفس الأحكام والشروط المطبقة على شركة التضامن، ويلتزم فيها الشركاء الموصون بديون الشركة فقط، وذلك في حدود قيمة حصصهم، والتي ليس لها منظور في شكل تقديم عمل، إذ يمكن تحديد اسم شركة التوصية البسيطة باسم شركة عبارة عن شريك موصي أي إتباع اسمها بالعبارة السابقة، فيستلزم على هذا الأخير دون تحديد وبالتضامن بديون الشركة.

ويتم تحديد في شركة التوصية البسيطة بعض الشروط التي تقوم عليها الشركة، قيمة أو مبلغ حصص كل الشركاء، تحديد حصة الشركاء المتضامنين أو الشريك الموصي في هذا المبلغ أو القيمة، وتحديد الحصة الإجمالية للشريك المتضامن فيها وكذا حصته في الأرباح وأيضا حصته في الفائض وفي حالة التصفية.[3]

3. شركة المحاصة:

---

[1] العماري يمينة، المركز القانوني لشريك في الشركات الأشخاص، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 08، العدد 02،جامعة يحيى فارس المدية، الجزائر، جوان، 2022، ص 534.

[2] القانون رقم 18-15، المؤرخ في 17 نوفمبر 2018، المعدل للقانون التجاري، الجريدة الرسمية رقم 66، 2018/11/18، ص 12-15.

[3] فوزي محيريق بن الجيلاني، مرجع سابق، ص 48.

يتم اكتتاب عقد شركة التوصية البسيطة، وتوثيقه في الجهة المختصة، على أن يكون ضمن العقد أسماء الشركاء المتضامنين والموصين ومعلوماتهم[1]، ويتضمن القانون الأساسي البيانات المفروضة على أي شركة في القانون وأخرى خاصة بشركة التوصية البسيطة، كالاسم الاجتماعي، معلومات الرأس المالي، عدد الشركاء، وقيمة الحصص المقدمة من الشركاء، وحصة الشريك متضامن وموصي، وحصة الشركاء المتضامنين الإجمالية، وحصة الأرباح المتوقعة، ونصيب من التصفية في حال فائض، والمعلومات عن الدائنين بغية الاطلاع على الأرضية المالية للشركاء، وكذا معرفة حصة الشريك وصفته، مع التوضيح صفة التاجر لهم بالنسبة للمتضامن، وعدم امتلاك هذه الأخيرة للموصي.[2]

تختص شركة المحاصة بعدم خضوعها للإجراءات الشكلية كونها شركة مستترة ولا وجود لها[3]، حسب نص المادة 795 مكرر 2 من ق.ت.ج: 'لا تكون هذه الشركة إلا بعلاقات الموجودة بين الشركاء، ولا تكشف للغير فهي لا تتمتع بالشخصية المعنوية ولا تخضع للإشهار، كما يمكن إثباتها بكل الطرق'.[4]

- شركات الأموال:

وهي التي تعتمد في تأسيسها على الاعتبار المالي، على المبلغ والحصة التي يساهم بها الشريك في شركة الأموال، وليس على صفة الشريك، في هي تعطي الاعتبار للمال ضمن هذه الأخيرة دون شخصية الشريك فيها، بحيث لا تتأثر الشركة بتغير في شخصية الشركاء أو في أهليته وقدرته على البقاء واستمرار الشركة، وتتمثل أنواعها في التالي:[5]

1. شركة المساهمة S.P.A:

هي نوع من شركة الأموال، والتي تعرف على أنها شركة تمثل فيها حصة الشركاء الجوهر الأساسي

[1] أسامة نائل المحسن، الوجيز في الشركات التجارية والإفلاس، دار الثقافة للنشر وتوزيع، الأردن، 2008، ص 99.

[2] طيب بلولة، قانون الشركات، برتي للنشر، ط. 2، الجزائر، 2009، ص 168.

[3] سلام حمزة، الشركات التجارية (الشخصية المعنوية للشركة، شركة المحاصة)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 124.

[4] أمر رقم 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية العدد 101، 19 ديسمبر 1975، معدل ومتمم.

[5] سميحة القليوبي، الشركات التجارية، دار النهضة العربية، ط. 2، مصر، 1989، ص 171.

وعلى ذلك يسموّن مساهمين وذلك بالمساهمة بحصص في شكل أسهم أو سندات متساوية القيمة، ولها قبول للتداول بالطرق التجارية، وتحدد مسؤولية الشريك فيها بقيمة مساهمته في رأس مال الشركة.[1]

2. شركة التوصية بالأسهم:

تتشابه شركة التوصية بالأسهم مع شركة التوصية البسيطة، لأنها لها صنفين من الشركاء، شركاء متضامنون وشركاء موصون، حيث تختلف عن شركة التوصية البسيطة في رأسمالها المقسم لمجموعة من الأسهم القابلة للتداول، وعلى ذلك يمكن القول أن شركة التوصية بالأسهم تعد من شركات الأشخاص بالنسبة للشركاء المتضامنين، ومن شركات الأموال بالنسبة للشركاء المساهمين، ولتوضيح أكثر فهي تتكون من نوعين من الشركاء وهما:[2]

1.2. الشركاء المتضامنون:

وهم لا يختلفون عن الشركاء المتضامنين في شركة التوصية البسيطة بحيث يمكنهم اكتساب صفة التاجر، كما يسألون عن المسؤولية الشخصية والتضامنية في كل التزامات الشركة وديونها.

2.2. الشركاء الموصون:

وهم يملكون صفة الشريك المساهم، كما إنهم يسألون عن ديون الشركة بمقدار حصص الأسهم التي يساهمون بها في رأس مال الشركة فقط، الشركاء الموصون من حملة الأسهم يقابلون الشركاء المساهمين في شركة المساهمة بذلك فإن شركة التوصية بالأسهم عبارة عن شركة تضامن بالنسبة للشركاء المتضامنين وشركة مساهمة بالنسبة للشركاء الموصين[3].

3. شركة ذات المسؤولية المحدودة:

[1] أحمد الزايدي، الشركات: أقسامها وزكاتها، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد 3، العدد 5، جوان 2014، ص 393.

[2] بلعيساوي محمد الطاهر، الشركات التجارية النظرية العامة وشركات الأشخاص، دار العلوم، الجزائر، 2014، ص 13.

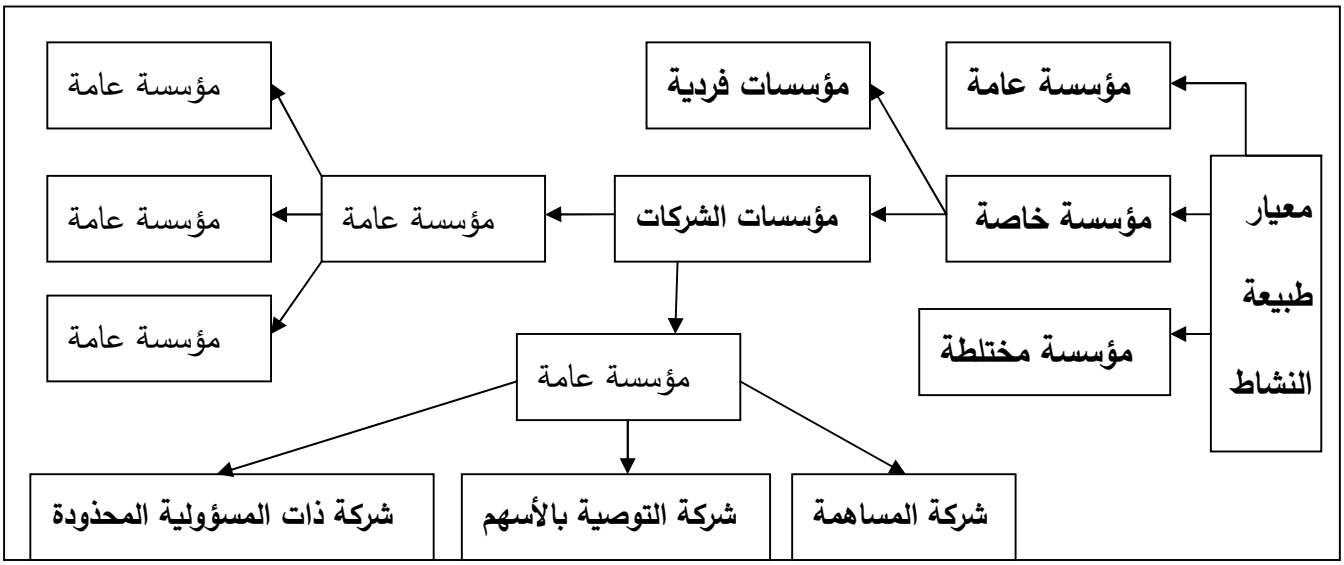
[3] حمر العين عبد القادر، النظام القانوني لتأسيس شركة المساهمة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2013، ص 24-25.

هي من الشركات التي تقوم برأس المال، حيث لم يقم المشرع الجزائري في القانون التجاري بتعريفها بل توقف على ذكر خصائصها وطرق التأسيس والإدارة، وبناءا على ذلك يمكن تعريفها بأنها شركة ذات طابع مختلط بين شركات الأموال و شركات الأشخاص من حيث المعرفة والثقة بين الشركاء فيها، إذ تؤسس من عدة شركاء لا يقل عددهم عن اثنين ولا يفوق 50 شريك طبقا لنص المادة 590 من القانون التجاري حيث يساهم كل شريك بحصة في رأسمال من أجل القيام بمشروع اقتصادي معين، ويتلقى الأرباح ويتحمل الخسائر في إطار حصصهم، وفيها لا يكتسب الشريك صفة التاجر، ولا يلتزم بدينها إلا في حدود حصته في رأسمالها، ويمكن أن تأخذ في تسميتها اسم واحد أو أكثر من الشركاء، شرط أن التسمية مسبوقة أو متبوعة بجملة: شركة ذات المسؤولية المحدودة، أو باختصار الأحرف الابتدائية للجملة سابقة كالتالي: ش.ذ.م.م، ويُدون هذا الاسم في كل أوراقها وتعاملاتها، كما أن ذكر رأسمالها موجب طبقا للمادة 564 من القانون التجاري الجزائري.[1]

3.2.2. شركات المختلطة:

وهي التي تكون فيها الملكية مشتركة بين القطاع العام من طرف الدولة والقطاع الخاص من قبل الأشخاص أو الأفراد، وفي هذا النوع يتم دمج رؤوس الأموال العامة والخاصة من أجل تحقيق الأهداف الاقتصادية المشتركة بينهما، بحيث تجمع بين مميزات القطاع العام والخاص.

شكل رقم (02-01): يوضح تصنيف المؤسسة وفق طبيعة الملكية



[1] طريش عبد الغني، شركة المسؤولية المحدودة، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 7، العدد 1، 2021، ص 607.

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على المعلومات التي سبق ذكرها.

الفرع الثاني: حسب طبيعة النشاط الاقتصادي:

تتسم المؤسسات أو الشركات في هذا الطابع حسب هذا المعيار الاقتصادي إلى عدة تقسيمات تميز كل مؤسسة عن الأخرى وفقا لنشاطها، ونجد فيها عدة أنواع:

1. المؤسسات الصناعية:

هي المؤسسات التي ينحصر نشاطها الإنتاجي في تحويل الموارد بغرض جعلها صالحة للاستهلاك وقادرة على تحقيق الاحتياجات، وهي تنقسم إلى نوعين:

1.1. المؤسسات الصناعية الثقيلة: كالمؤسسات العاملة في ميدان الصلب والحديد، ومؤسسات الهيدروكربونات، وغيرها من المؤسسات، وتختص هذه الأنواع من المؤسسات باحتياجها لرأس مال كبير، كما تحتاج مجموعة من الكفاءات والقدرات العالية لقيامها.

2.1. المؤسسات الصناعات التحويلية أو الخفيفة: وهي المؤسسات التي لا تتطلب أموال ضخمة لقيامها أو توفير كفاءات عالية الجودة لأجل ذلك.[1]

2. المؤسسات التجارية:

هي تقوم على مهمة تتلخص في شراء السلع وإعادة بيعها دون وجود تعديلات عليها أو تصنيعها، لأنها تقوم على توزيع المنتجات المصنعة من قبل المؤسسات صناعية وطرحها في سوق للمستهلكين النهائيين، وبالتالي هي تعتبر همزة وصل بين المنتج والمستهلك.[2]

3. المؤسسات الخدماتية:

هي مؤسسات متخصصة في تقديم منتجات معنوية غير مادية، أي تقوم على تقديم خدمة معينة، ولا

[1] احمد طرطار، تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999 ص 16.

[2] احمد طرطار، نفس المرجع السابق، ص 16.

تختص بتقديم السلع العينية ومن أمثلتها المؤسسات الاستشفائية والجامعات، بحيث لها جانب عمومي وآخر خاص.

4. المؤسسات المالية:

هي تلك المؤسسة التي تقوم بأنشطة مالية كمنح القروض وإدارة الودائع، وتقديم التمويل للمؤسسات الأخرى، مثل البنوك، المؤسسات المالية غير المصرفية، ومؤسسات التأمين، كما يساهم هذا نوع من المؤسسات بشكل كبير في دعم الاستثمار وتمويل المشاريع الاقتصادية ودفع بعجلة التنمية الاقتصادية.

5. المؤسسات الفلاحية:

المؤسسات الفلاحية أو الزراعية هي التي يكون نشاطها ضمن قطاع الفلاحة والزراعة والتربية الحيوانية، كما أنها تشمل جميع الأنشطة الخاصة بالمنتجات الزراعية والحيوانية، وتعتبر هذه المؤسسات من الركائز المهمة للاقتصاديات الوطنية، خاصة في الدول التي تعتمد على القطاع الفلاحي كمصدر أساسي من مصادر الاقتصادية للبلد.[1]

الفرع الثالث: حسب معيار الحجم:

يختلف هذا المعيار في تصنيف المؤسسات الاقتصادية حسب موقعها الجغرافي حيث يخضع للتشريعات المعمول بها حسب البلد، ففي الجزائر يتم اعتماد هذا المعيار بالاستناد إلى عدد العمال ورقم الأعمال ومجموع الميزانية السنوية، ويستخدم هذا المعيار لتحديد الفئات المختلفة للمؤسسات من حيث الحجم للمساعدة في وضع السياسات الاقتصادية والجبائية حسب كل فئة.

1. المؤسسات المصغرة:

هي مؤسسة لا يتجاوز فيها عدد العمال 10 عمال، ويكون رقم أعمالها أقل من 20 مليون دينار جزائري

[1] محمد زبير، مراد بريك، قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفلاحية بالجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 18، العدد 02 2020 ص 108-110.

كما أن مجموع الميزانية السنوية لها لا يتعدى 10 مليون دينار جزائري.[1]

2. المؤسسات الصغيرة:

المؤسسة الصغيرة هي التي لا يتجاوز فيها عدد العمال 49 عامل، ولا يقل عن 10 عمال، ويكون رقم أعمالها أقل من 200 مليون دينار جزائري، كما أن مجموع الميزانية السنوية لها لا يتعدى 100 مليون دينار جزائري.

3. المؤسسات المتوسطة:

المؤسسة المتوسطة هي التي لا يتجاوز فيها عدد العمال 250 عاملا، ويكون رقم أعمالها أقل من 2 مليار دينار جزائري، كما أن مجموع الميزانية السنوية لها يكون أقل من 500 مليون دينار جزائري.[2]

4. المؤسسات الكبيرة:

المؤسسة الكبيرة هي التي يتجاوز فيها عدد العمال 250 عاملا، ويكون رقم أعمالها أكبر من 2 مليار دينار جزائري، كما أن مجموع الميزانية السنوية لها يتعدى 500 مليون دينار جزائري.[3]

5. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

هو تسمية تجمع بين المؤسسة الصغيرة والمؤسسة المتوسطة بحيث فيها تتغير اعتمادات تحديدها وفق معيار الحجم لإعطائها تصنيف خاص بها كفئة مستقلة، فالمؤسسة الصغيرة والمتوسطة هي التي تضم من 1 عامل إلى 250 عاملا، ويكون رقم أعمالها بين حدود 20 مليون دينار جزائري ولا يتعدى 2 مليار دينار جزائري، كما أن مجموع الميزانية السنوية لها يكون عن 10 مليون دينار جزائري حتى 200 مليون دينار

[1] وزارة الصناعة، انظر الموقع الإلكتروني:

https://www.industrie.gov.dz/soutien-pme/

[2] وزارة الصناعة، انظر الموقع الالكتروني:

https://www.industrie.gov.dz/soutien-pme/

[3] ناصر دادي عدون، مرجع سابق، ص 08

جزائري،[1]

ومن أجل توضيح هذا المعيار بالتفصيل قمنا بإعداد جدول التالي:

الجدول رقم (02-01): جدول يوضح تصنيفات المؤسسة الاقتصادية حسب معيار الحجم

نوع المؤسسة	رمز المؤسسة	عدد العمال	رقم الأعمال ب دج	مجموع الأصول ب دج
مؤسسة مصغرة	TPE	من 1 - 9	أقل من 20	لا يفوق 10
مؤسسة صغيرة	PE	من 10 - 49	أقل من 200	لا يفوق 100
مؤسسة متوسطة	ME	من 50 - 249	لا يفوق 2000	لا يفوق 500
مؤسسة صغيرة ومتوسطة	PME	من 1 - 249	من 20 ولا يفوق 2000	من 10 ولا يفوق 200
مؤسسة كبيرة	GE	تفوق 250	يفوق 2000	يفوق 500

الوحدة المستعملة في المبالغ: المليون / العملة المستخدمة: دينار جزائري.

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على المعلومات السابقة.

المطلب الثالث: مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية:

إن مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية لم يكن خيارا بل كان ضرورة وهذا نظرا لوجود الاستعمار الذي كان يقوم على الملكية العامة لكل المؤسسات الكبرى الصناعية في الجزائر، تارك خلفه حرية العمل للجزائريين مربوطة بالقطاع الفلاحي على المستوى البسيط، وبعد الاستقلال ظهرت عدة مراحل مرت بها المؤسسة الاقتصادية في الجزائر لتصل إلى ما هي عليه الآن من أنظمة تسيير وقواعد وإجراءات منظمة لها.

[1] القانون رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية، العدد 77، ديسمبر 2001، ص 26.

الفرع الأول: مرحلة التسيير الذاتي والاشتراكي (1962-1980):

1. مرحلة التسيير الذاتي (1962-1970):

بعد حصول الجزائر على استقلالها السياسي والجغرافي، لم تكن تملك أي صناعات جزائرية على الإطلاق، وفي ظل غياب التعاليم الاقتصادية المادية والعينية كان على القائمين بشؤون الدولة والأمور السياسية في وقتها أن يترجموا أساسيات الدولة وهذا بالتدخل في توظيف المؤسسات المتواجدة في تلك الفترة مع إعداد جهاز إداري قادر على التكفل بها ومواكبة الإيديولوجية الرسمية للحكومة، وعليه كانت تجربة التسيير الذاتي للمؤسسات الصناعية والفلاحية والتي تعد وليدة الظروف التي مر عليها الاقتصاد الجزائري بعد الاستقلال مباشرة، فبعد تحصيل الاستقلال ومغادرة المستعمر والمستوطنين الأوروبيين الجزائر خلفوا وراءهم عدة مؤسسات وآلات صناعية مخربة ووثائق ومستندات متلفة وأخرى محروقة مما أوقف دورة الإنتاج داخل الجزائر، لكن تحد هذه الأوضاع لتحرك من أجل العمل على تسيير هذه المؤسسات فما كان من السلطة السياسية إلى دعم الموظفين على تسييرها،[1] ولقد أخذت الجزائر منحنا أخر منذ أحداث جوان 1965 حيث كثر استخدام مفهوم الشركة الوطنية وهذا نظرا لتوسع سياسة تأميم وحصر المؤسسات المملوكة التسيير الذاتي من طرف الشركة الوطنية، أي التي كان فيها التسيير والإدارة يعود لأعوان لدولة مكلفين بذلك، وهنا ظهر نظام التسيير الذاتي للأملاك الشاغرة ونظام الدواوين الوطنية.

- حيث قدمت هذه الفترة مجموعة من النتائج كان يتركز أهمها في:[2]

- زيادة التوسع في تأميم الاحتكارات الأجنبية في مجال الصناعة باعتبار الصناعة أهم قطاع في تلك الفترة.

- إنشاء مؤسسات وطنية جديدة تحل محل المؤسسات غير المؤممة، والقيام بعمليات البناء المؤسساتي ومواكبة مخطط التنمية الوطنية بفعالية كبيرة.

[1] بن عيسى بن علية، زيتوني عبد القادر، تطور المؤسسة العمومية الاقتصادية وحتمية تطبيق الحكم الراشد، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد 4، ديسمبر 2018، ص 49-50.

[2] بن عنتر عبد الرحمان، مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وآفاقها المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 2، 2002، ص 111.

– التركيز على المؤسسات العمومية باعتبارها ركيزة جوهرية لبناء التنمية الاقتصادية واجتماعية.

– الاعتماد على الطرق التقليدية في تنظيم وتسيير المؤسسات نظرا لقلة الكفاءات والإطارات المؤهلة وانعدام التجربة الكافية، إضافة الظروف السياسية والاجتماعية المواكبة لاستقلال في تلك الفترة.

2. المرحلة الثانية: مرحلة التسيير الاشتراكي للمؤسسات(1971–1980)

في هذه المرحلة عرفت المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والتي كانت ذات توجه عمومي فقط تحولات هيكلية وهذا لما جاء به القانون التسيير الاشتراكي للمؤسسة، مما أعطى مفهوم جديد لتسمية المؤسسة الاقتصادية فأصبحت تسمى المؤسسة الاشتراكية، وجاء التطبيق الفعلي لهذا القانون الناص على النظام الاشتراكي للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر في تاريخ 16 نوفمبر 1971 وهذا راجع لموجب ميثاق التسيير الاشتراكي للمؤسسات، الذي يسعى للتحول العام نحو الاشتراكية، حيث كان المبتغى من هذا النظام تطبيق مبدأ إشراك العمال في الإدارة والتسيير، من أجل الحد من علاقات العمل السلعية القائمة على الأجر، فقد أصبح الموظف منتج ومسير داخل المؤسسة الاشتراكية.

في هذه المرحلة كانت المؤسسات الاقتصادية تقوم على التعاون بين كل المنتجين، كما تقوم على الملكية العامة لوسائل الإنتاج بعيدا عن الاستغلال،[1] وعليه كان هذا النظام يدفع إلى زيادة الإنتاج والتحسين المستمر للجودة والكفاءة، والحد من التبذير ومراعاة النظام في العمل بغية الوصول للأهداف المسطرة للمؤسسات الاقتصادية[2]، حيث جاء هذا النظام لتفعيل وظيفتين أساسيتين داخل المؤسسة الوطنية تتمثل في اتخاذ القرار والرقابة على السير الحسن للمؤسسة، وتميزت هذه الفترة بوجود صعوبات وعراقيل على قسمين: [3]

1. المحيط الداخلي للمؤسسة:

تعدد في مركز اتخاذ القرار: وجود ثنائية في تسيير المؤسسة وتعدد مراكز اتخاذ القرارات فيها والقيادة أدى إلى ظهور توترات ترجع لجهل العمال بمبادئ التسيير ونقص التكوين التقني والسياسي، وبروز علاقة

[1] بن عيسى بن علية، زيتوني عبد القادر، مرجع سابق ص 51,

[2] قانون التسيير الاشتراكي للمؤسسات، المادة 39، الجريدة الرسمية العدد 101، 1971، ص 4.

[3] عبد اللطيف بن أشنهو، التجربة الجزائرية في التنمية والتخطيط (1962–1980)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982، ص 466.

تنافرية بين ممثل العمال والمسير داخل المؤسسة، التأثر المسيرين بنماذج تسيير أجنبية وسعيهم لتطبيقها دون وضع دراسة شاملة لمدى نجاح تطبيق تلك النماذج على المؤسسات الجزائرية في تلك الفترة، كما كانت هناك صعوبات مرتبطة بالتسيير منها: [1]

- وجود تعدد في المهام والوظائف.
- ضخامة حجم المؤسسة.
- نقص تكوين الكفاءات وتهميش الإطارات الموجودة.
- التضخم المفرط للعمالة وخلق البطالة المرئية بتوظيف مناصب عمل دون الحاجة لها.

2. محيط الخارجي للمؤسسة:

تسببت النقائص والصعوبات في المحيط الخارجي في فشل تطوير المؤسسة وتحسين جودتها كما قامت بتكبيلها عن وجود سير الحسن لمهامها، حيث تمثل بعض هذه الصعوبات في هذا المستوى في:[2]

- وجود تدخل للجهة الوصية داخل المؤسسة في كل أمر صغير منه وكبير مما أدى بالمسيرين إلى إخفاء وعدم التصريح الحقيقي عند إعداد التقارير والإفصاح بها.
- إعادة تقنين دور المؤسسة بمنظور جديد يأخذ على عاتقه ما يلي:
- التكليف الحقيق لتوفير الاحتياجات الاجتماعية لوجوب تحسين المستويات المعيشية.
- رفع من الكفاءات الإنتاجية للاستفادة من الطاقات المتاحة.
- توجه النظام الإنتاج الوطني إلى الاستخدام الأمثل والأفضل من خلال تحسين الأداء وتحقيق التكامل في النظام.
- اعتماد نظام يفضي لإنهاء الوصاية البيروقراطية.

[1] بن عنتر عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 113.
[2] بن عنتر عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 114.

الفرع الثاني: مرحلة التوجه لاقتصاد السوق (ما بعد 1980):

لقد أبدت الحكومة الجزائرية التفكير في تحرير الاقتصاد الوطني في هذه الفترة وانتهاج نهج النظام رامي لاقتصاد السوق الذي يعني انسحاب الدولة من امتلاك وتسيير النشاط الاقتصادي بشكل كلي أو جزئي، ومع بداية التسعينات كان هذا التوجه قرارا مؤكدا مما يتيح للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية بلوغ هدف جديد وهو التنافسية، ما يمكن هذه المؤسسات من بلوغ مستوى أداء متطور في ظل محيط تسوده التنافسية بين المؤسسات المحلية الجزائرية والأجنبية،[1]

إن أهم أداة لرفع الاقتصاد الوطني هي المؤسسات الاقتصادية، وبمرور الاقتصاد اجزائري بظروف صعبة وصعوبات دعم الدولة لهذه المؤسسات رغم أن كل دعم موجه من الدولة كان يزيد في ضعف هذه المؤسسات وتضييع طاقات وأموال، ومن أجل قيام المؤسسات الوطنية العمومية بنشاطها رغم المصاعب وجب معرفة أن تطوير هذه المؤسسات مرتبط بطاقاتها الداخلية وكفاءة مواردها ولذلك وجب توجه لاقتصاد السوق وتخلي عن دعم الدولة للمؤسسة، ولذا تم القيام بخطة لإعادة هيكلة المؤسسات الاقتصادية لضمان البقاء وبلوغ التطور والاستمرارية، ولهذا وضعت المؤسسات أمام نوعين من تخطيط:[2]

– خطة تصحيح المؤسسات التي تملك كفاءة ونتائج مقبولة ولكن تحتاج إلى تعديلات على المستوى الداخلي لها.

– خطة تصحيح للمؤسسات المتعثرة بأزمة، والتي تحتاج إلى خطة فعلية للقيام من جديد.

ومن أهم العوامل لنجاح المؤسسات وإعادة هيكلتها وتطوير أداءها ضمن الحركة الانتقالية لاقتصاد السوق:

– اختيار المنتجات وتحديد هامش الربح ومصاريف الشراء وحسن تسيير الأموال.

– التحكم في التقنيات بالتوفيق بين معامل الإنتاجية ومعامل التشغيل.

– الحصول على دعم المساهمين بطلب التمويل من خلال طرح أسهم للاكتتاب.

[1] صبرينة رماش، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (نظرة سوسيولوجية تحليلية)، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 2، العدد 43، 2015، ص 674.
[2] صبرينة رماش، مرجع سابق، ص 680-681.

المبحث الثاني: الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية:

يعتبر الذكاء الاقتصادي من الأساليب الاستراتيجية الحديثة التي تتبعها المؤسسات الاقتصادية من أجل التكيف مع البيئة الاقتصادية شديدة التغير والتي تمتاز بحدة المنافسة، فلقد أصبحت المعلومات الاستراتيجية هي الركيزة الأساسية ومعيار لتحقيق النجاح والتفوق في أي السوق، ويقوم الذكاء الاقتصادي على توليفة من الأنشطة المنسقة التي تهدف إلى جمع وتحليل ومعالجة المعلومات الاستراتيجية المرتبطة بمحيط المؤسسة الاقتصادية ممثل في البيئة الداخلية والخارجية لها، بغية دعم اتخاذ القرار ورسم الاستراتيجيات والسياسات المستقبلية،حيث تعتبر اليقظة الاستراتيجية من أبرز مكنوناته فهي أداة فعالة لمراقبة التغيرات في البيئة الاقتصادية والتكنولوجية والتشغيلية، ما يسمح للمؤسسة القدرة على وضع رؤى استباقية التي تساعدها في توجيه استراتيجياتها بفعالية وتحقيق تميز في التخطيط الاستراتيجي وعند اتخاذ القرارات.

وباستخدام أدوات الذكاء الاقتصادي يمكن للمؤسسة تعزيز الميزة التنافسية انطلاقا من تحديد الفرص والتهديدات المحيطة بالمؤسسة الاقتصادية، وتحويل المعرفة المحصلة إلى قرارات إستراتيجية عملية تساعد في تحسين وتطوير الأداء وزيادة الجودة والكفاءة الإنتاجية والتسويقية، فالذكاء الاقتصادي لا يقتصر دوره على جمع المعلومات فقط بل يشمل تحويلها إلى معرفة إستراتيجية توظف في تطوير المنتجات والخدمات وتحسين العمليات الداخلية، ما يجعل من الذكاء الاقتصادي وسيلة لتحقيق الميزة التنافسية وآلية لتطوير المؤسسة الاقتصادية وتعزيز موقعها التنافسي في سوق شديد التقلب.

المطلب الأول: دور اليقظة الإستراتجية في اتخاذ القرار ضمن المؤسسة الاقتصادية:

اليقظة الاستراتيجية لها دور فعال في دفع المؤسسة الاقتصادية إلى تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية في بيئة اقتصادية تتسم بالتغير، لما لها من قدرة على جمع وتحليل المعلومات المرتبطة بالبيئة المؤسسة، والتي تهدف إلى اكتشاف الفرص والبحث عن التهديدات المحتملة، واليقظة الاستراتيجية لها عدة أنواع تسمح لها بالتكيف مع التغيرات المحيطة بها، ما يجعلها تمكن الإدارة من اتخاذ قرارات المناسبة المبنية على أسس حقيقية، كما أن دور اليقظة الاستراتيجية لا يقتصر فقط على البحث عن المعلومات الاستراتيجية ودعم عملية اتخاذ القرار، بل تشمل عملية ضمان البقاء واستمرارية المؤسسة الاقتصادية بما لها من دور فعال في تخطيط الاستراتيجي من أجل تحقيق أهدافها الاستراتيجية خاصة على مستوى البعيد ، فهي تراقب التغيرات في السوق

وتراعي التوجهات والسلوكيات الزبائن، ما يجعلها تستطيع التنبؤ بالمتغيرات المستقبلية والاستجابة لها قبل غيرها من المؤسسات، وبالتالي اقتناص الفرص الجديدة ما يمكنها من تحقيق الميزة التنافسية مستدامة، ورفع أداءها.

الفرع الأول: دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين جودة القرار للمؤسسة الاقتصادية:

يتجلى دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين جودة القرارات باعتبارها أداة فعالة بيد المدير أو متخذ القرار والتي تسمح برسم استراتيجيات لاتخاذ القرار بجودة عالية في ما يخص تحقيق أهداف المؤسسة على مستوى القصير والبعيد، ما يسمح بتنمية الإدراك القوي عند اتخاذ القرار السليم والمناسب من طرف صناعه، بناءا على تحليل وتركيب البيانات والمعلومات اللازمة لذلك، وهذا يسمح بالمفاضلة والاختيار الأمثل بين البدائل المتاحة للمؤسسة من طرف متخذي القرار.

ويتبين لنا دور اليقظة الاستراتيجية في اتخاذ القرار الاستراتيجي السليم عن طريق مجموعة من النقاط نذكرها في التالي:[1]

– عملية اتخاذ القرار الصائب مبنية على تطبيق اليقظة الاستراتيجية المتخصصة في جمع ومعالجة وتحليل المعلومات الخاصة بالبيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة.

– اليقظة الاستراتيجية هي دعامة رئيسية التي من خلالها يتم الرفع من جودة القرارات في المؤسسة الاقتصادية.

– ارتباط اليقظة الاستراتيجية بعنصر التأثير داخل المؤسسة الاقتصادية يسمح بتعزيز قدرة المؤسسة في المفاضلة بين البدائل المتاحة واختيار القرار السليم والأنسب ودو جودة وفعالية ما ينعكس على تحسين أداء المؤسسة وتعزيز المركز السوقي لها والتنافسي.

– اليقظة التكنولوجية واليقظة التنافسية لها دور فعال في المساهمة بشكل كبير في تعزيز اليقظة الاستراتيجية ضمن المؤسسة الاقتصادية عند عملية اتخاذ القرار السليم، على غرار اليقظة التجارية واليقظة

[1] سحمدي عماد، بلعشي عبد المالك، دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين جودة القرارات بالمؤسسة الاقتصادية دراسة تطبيقية باستخدام تحليل المسار على مؤسسة اتصالات الجزائر، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 6، العدد 3، 2022، 306.

الاجتماعية، وذلك لنعكاسهما على الجودة القرار في خلق وتعزيز الميزة التنافسية وتحسين المركز السوقي للمؤسسة.

الفرع الثاني: أنظمة اليقظة الاستراتيجية في اتخاذ القرارات في المؤسسة:

أنظمة وآليات اليقظة الاستراتيجية هي التي تخدم متطلبات المؤسسات الحالية في ظل التغيرات السريعة للبيئة المحيطة، وتمتاز هذه الآليات بتطوير قدرات البرامج والأدوات المستعملة في النظام بالإضافة إلى طرق معالجة أخرى الخاصة بأبعاد وأنواع اليقظة الاستراتيجية، مع وجود استخدام الانترنت التي هي من بين أهم التكنولوجيات التي ترتكز عليها هذه الأخيرة.

– نظام معالجة المعاملات هو نظام معلومات يقوم على الحواسيب يسمح بتسجيل المعاملات اليومية داخل المؤسسة مثل إدخال قيود البيع، المدفوعات وغيرها، وترتبط هذه الآليات بعدة أنظمة كالتالي:[1]

– **نظم المعلومات الإدارية:** يعرف نظام المعلومات الإدارية على أنه حزمة من العناصر المتداخلة والمتفاعلة مع بعضها تعمل على الجمع بين أنواع البيانات والمعلومات وتقوم بمعالجتها وتخزينها وبثها وتوزيعها داخل المؤسسة لأجل دعم عملية اتخاذ القرارات.

– **النظم الداعمة للقرارات:** هي أنظمة معلومات تهدف لتقديم حل للمشاكل التي قد تعيق متخذي القرار عند القيام بالعمليات.

– **نظم المعلومات التنفيذية:** هي نظم معلومات خاصة الإدارة العليا المسؤولة عن التنفيذ، حيث تقدم دعم لها فهي تقوم بحل المشكلات غير المدرجة وشبه المهيكلة كما أنها تهدف لصنع أفضل القرارات.

– **النظم الخبيرة:** هي أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي تعتمد على تكنولوجيا وتأخذ شكل نظام خبير داخل نظم المعلومات، كما أنها تتميز بدقة في تسيير المعلومات.

– **أنظمة معلومات التسيير:** هي أنظمة مخصصة للتوزيع السريع للبيانات والمعلومات الموثوقة والدقيقة

[1] محمد غوالي، أثر اليقظة الاستراتيجية في عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للمحروقات سوناطراك، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2023، ص 139-140.

إلى المسيرين وأصحاب القرار لتسهيل عملية التسيير والمراقبة عند اتخاذ القرارات.[1]

– **نظم اليقظة الاستراتيجية:** تمتاز بالقدرة على إتاحة المعلومات التي تخدم صالح المؤسسات الاقتصادية المعاصرة بالتحليل الدقيق رغم كثرة البيانات والمعلومات واختلاف مصادرها وأنواعها، بالإضافة إلى ارتباطها بجميع أصحاب مصالح في المؤسسة، فنظم اليقظة الاستراتيجية هي تقدم رؤية مستقبلية أكثر من أنها استجابة لمشاكل على مستوى بيئة المؤسسة، فهي تسعى إلى جعل عملية صنع القرار أكثر جودة ودقة بتوظيف عدة تطبيقات وأنظمة فرعية تساعد اتخاذ القرار بالإضافة إلى الأنظمة السابقة في:

– **نظم مستودع البيانات:** هي أنظمة معتمدة لتحقيق التكامل بين البيانات الموجودة في قواعد بيانات (موزعة ومتعددة وكبيرة) والبيانات المتاحة من مصادر مختلفة داخلية وخارجية للمؤسسة.

– **نظم المعالجة التحليلية المباشرة:** هي أنظمة تمنح المستفيد النهائي القدرة الحصول على المعلومات عن طريق عرض البيانات انطلاقا من أبعاد نظر مختلفة، وتهدف لتقديم قدرات التحليل المباشر للبيانات المخزنة في مستودع البيانات وإنتاج معلومات ذات قيمة مضافة من أجل اتخاذ القرارات تعمل على تطوير المؤسسة وتحسين أداءها.

– **نظم التنقيب عن البيانات:** هي تسمح بالكشف عن البيانات المجهولة أو غير الواضحة، فهي تتضمن تحليل خطوات عديدة تتمثل بربط البيانات بهدف الوصول إلى البيانات المخبأة، فمن خلال نتائج التحليل تخزن البيانات فيما يعرف بمستودع البيانات وتستخدم لحل المشاكل واتخاذ القرارات.[2]

– **نظم إدارة علاقة الزبائن:** يعمل على تحسين كفاءة عمليات إدارة علاقات الزبائن، ويتضمن حلول تسويقية ومراكز الاتصال مع الزبون، وتعمل على توفير المعلومات الضرورية لجميع المستويات الإدارية للمساعدة على توجيه أنشطة المؤسسة بما يضمن ارتباط الزبائن بالمؤسسة.

---

[1] أمين بن سعيد، إدارة التكاليف من منظور إستراتيجي كمدخل لاتخاذ القرار في المؤسسات الاقتصادية، أطروحة شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015، ص 196.

[2] خولة شادي، اليقظة الاستراتيجية وترشيد عملية صنع القرار بالمؤسسة الاقتصادية الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018، ص 176.

المطلب الثاني: الذكاء الاقتصادي وخلق الميزة التنافسية للمؤسسة:

الذكاء الاقتصادي هو إستراتيجية حيوية حيث لا يمكن للمؤسسة الاستغناء عنه خاصة في ظل بيئة الأعمال الحالية المتميزة بحدة التغير والتعقيد، كما تشهده هذه الأخيرة بيئة تنافسية شديدة يمكن مواكبتها بالتزود بالمعلومات التي من شأنها تأهيل المؤسسة للمنافسة بأفضل صورة في السوق، فهو يعتبر مصدر رئيسي للمعلومات والبيانات التي تسمح للمؤسسة بفهم بيئتها المحيطة، وتحليلها بدقة عالية لاتخاذ قرارات سليمة تصب في تعزيز مركزها التنافسي، فالذكاء الاقتصادي يساهم في التنبؤ بالمستجدات المستقبلية للمؤسسة، والتكيف معها قبل وقوعها وبالتالي تقليل المخاطر وزيادة فرص النجاح، وعلى ذلك يظهر دور الذكاء الاقتصادي كوسيلة فعالة في دعم اتخاذ القرار الاستراتيجي من أجل تحقيق الأهداف المؤسسة، وهذا ما يجعله الركيزة الأساسية لخلق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة وضمان بقاء والاستمرارية في السوق.

الفرع الأول: اليقظة الاستراتيجية أداة لخلق الميزة التنافسية داخل المؤسسة الاقتصادية:

1. الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية:

تعرف الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية على أنها القدرة على اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين، حيث على تطبيق وتجسيد هذه طرق المكتشفة في أرض الواقع، كما أنها تعرف بالقدرة على إحداث عملية إبداع وابتكار بمفهومه المعروف والواسع، فالميزة التنافسية يعنى بها العمل على استغلال المؤسسة لنقاط قوتها الداخلية في أداء الأنشطة الخاصة بها واستغلال الفرص في الخارج لخلق فجوة جديدة بينها وبين المنافسين لها تسمى هذه الفجوة بالميزة التنافسية، حيث لا يستطيع المنافسون الآخرون تحقيقها في أدائهم لأنشطتهم، كما أن هناك من يعتبر أن الميزة التنافسية هي الوسيلة التي تستطيع المؤسسة من خلالها الفوز على منافسيها الآخرين.[1]

[1] هشام حروز، التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية، دار الوفاء للنشر والطباعة: الإسكندرية، ط.1، مصر، 2014، ص 112.

كما تمثل هذه الأخيرة كل ما تتميز به أو تنفرد به مؤسسة ما ويخلق لها قيمة مضافة أو منفعة على غرار المؤسسات المنافسة لها، مع مراعاة السعر والجودة وحتى كفاءة الخدمة. ناحية السعر التكلفة أو الجودة وذلك بالاستغلال الأمثل للموارد المتاحة لأجل تحقيق التنافسية وتحسين مركزها التنافسي في السوق.

2. أهمية الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية:

ميزة التنافسية لها أهمية جوهرية في دعم المؤسسة في السوق ورفع مركزها السوقي أمام المؤسسات المنافسة وامتلاك حصص سوقية تخلق مجال يعطي الأسبقية لها دون المؤسسات التي تنشط في نفس نشاطها مع ضمان استمراريتها رغم وجود بيئة تنافسية، ويمكننا تلخيص أهمية الميزة التنافسية في التالي:[1]

– امتلاك المؤسسة للميزة التنافسية يجعل من منافسيها غير قادرين على تقليدها ببساطة، كما أن الميزة التي تكون مؤقتة فهي في السوق بل مستدامة وقابلة للتغيير مع ظروف ومتطلبات السوق.

– أهمية الميزة التنافسية في فهم الإدارة الاستراتيجية للمؤسسة الاقتصادية، حيث أن الميزة التنافسية ترتبط بمفهوم الاستراتيجية، وهو ما دفع بعض المفكرين والباحثين إلى تبني القول أن الإدارة الاستراتيجية قد تعرف على أنها ميزة تنافسية.

كما يمكن القول أن أهمية الميزة التنافسية تتلخص في:

– كونها غير قابلة للتقليد من قبل المنافسين في نفس النشاط على المدى القصير.

– تفادي المؤسسة الاقتصادية لتهديدات المنافسين ومخاطر السوق.

– تحقق الميزة التنافسية للمؤسسة حصة سوقية كبيرة.

– بالنسبة للمؤسسات غير الربحية فإنها تقدم مزايا إضافية للعملاء من منتجاتها وخدماتها باعتبار ذلك تبرير لطلب تمويلات إضافية من الجهة المختصة.

[1] حبيبة سعد الدين، رزيقة مخوخ، اليقظة الاستراتيجية وعلاقتها بتعزيز الميزة التنافسية دراسة على مجموعة من البنوك بالمسيلة – الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 8، العدد، 1، 2023، ص 192.

3. اليقظة الإستراتيجية آلية لخلق الميزة التنافسية للمؤسسة:

1. دور اليقظة الاستراتيجية في خلق الميزة التنافسية:

اليقظة الاستراتيجية لها دور فعال في دفع المؤسسات الاقتصادية إلى تحقيق الميزة التنافسية من خلال الأنواع التي تتميز بها والأساليب الخاصة بها في جمع المعلومات الإستراتيجية التي من شأنها توفير الميزة التنافسية للمؤسسة، ويمكن توضيح دور اليقظة الإستراتيجية في تحقيق وخلق الميزة التنافسية بناءا على التالي:[1]

– تسعى مختلف المؤسسات الاقتصادية إلى البحث عن بيئة آمنة ومرنة ترتكز على أفضل الممارسات والنشاطات الإستراتيجية والإدارية والتشغيلية التي من شأنها المساعدة في عملية التبادل الفعال للمعلومات واعتبارها أصل من أصول الإدارة الإستراتيجية داخل المؤسسة في ظل وجود الثقة والشفافية في محيط المؤسسة، وذلك ما تركز عليه المؤسسة في الاعتماد على اليقظة الإستراتيجية لتحقيق وخلق ميزة تنافسية التي تنعكس في سرعة استجابة المؤسسة الاقتصادية في تعزيز نقاط القوة الداخلية واقتناص الفرص الخارجية لأجل تحقيقها.

– ابتكار مصدر داخلي مع القدرة على تطوير أساليب جديدة لتلبية احتياجات عملائها بصورة أفضل وفي الوقت المناسب من خلال، اليقظة الإستراتيجية تسمح بالقيام بالمسح البيئي الداخلي والخارجي لكل المعلومات المتعلقة بمحيطها وتحديد نوعيتها ومن ثم تحليلها من أجل ابتكار مصدر داخلي له القدرة على تحسين وتطوير أساليب حديثة لإشباع احتياجات زبائنها بأفضل جودة وأنسب وقت، وتكمن أهمية هذا في تمكين المؤسسة من اكتشاف الفرص المتاحة واستغلالها كمزايا تنافسية مستدامة، ما يعزز قدرتها في التنبؤ بتهديدات والتحديات المستقبلية وتغطيتها.

– اليقظة الاستراتيجية تساعد المؤسسة على التكيف مع بيئة تنافسية قوية بما يمكنها من التميز في السوق لضمان بقائها فيه، وذلك من خلال رصد المتغيرات والمستجدات التي تحدث على مستوى البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة الاقتصادية، والذي يمكن من توفير المعلومات المناسبة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية السليمة وفي الوقت المحدد لذلك، فاليقظة الإستراتيجية بناءا على هذا تساهم في رفع مركزها التنافسي في السوق، بخلق

[1] جيلالي معروف، ليلى بن كعكع، حسنية قورين، ذور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال دراسة حالة ملبنة الحليب للإخوة بن عولة غيليزان، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 6، العدد 3، 2021، ص 99.

ميزة تنافسية مستدامة تضمن استمرارها ونموها في سوق تشتد فيه التغيرات والتقلبات.

– اليقظة الإستراتيجية تركز على أساليب وأدوات إدارة حديثة تركز على المرونة والاستجابة السريعة التي تعزز قدرة المؤسسة الاقتصادية على التكيف مع مختلف التغيرات المستمرة التي تحدث في بيئتها سواء اقتصادية أو تكنولوجية، اجتماعية، وبالتالي فتح آفاق جديدة أمام المؤسسة للتميز والتطور باكتشاف الفرص وأسواق جديدة، فاليقظة الإستراتيجية وسيلة فاعلة لتغيير التحدي إلى فرص مستغلة تدعم مركز المؤسسة التنافسي ويرفع القدرة على الابتكار والاستدامة التنافسية.[1]

– رصد المعلومات الموثوقة والأكثر أهمية لاتخاذ المؤسسة قراراتها الإستراتيجية بحكمة وأكثر فاعلية من أجل تحسين أدائها مستقبلا، ويجب على المؤسسة الاقتصادية أن تنتهج نظام اليقظة الإستراتيجية لأجل لتدعيم قراراتها بغية رفع تنافسيتها وذلك عن طريق رصد المعلومات الإستراتيجية، والتنبؤ بها والتحكم فيها بطريقة فعالة وذكية قبل وصولها للمنافسين، وهذا ما يمكن المؤسسة الاقتصادية في أن تكون ذات الأسبقية التنافسية والرائدة في مجال نشاطها دون المنافسين لها.[2]

2. اليقظة التكنولوجية في خلق الميزة التنافسية للمؤسسة:

إن اليقظة التكنولوجية تعتبر من أهم أبعاد اليقظة الإستراتيجية التي لها دور مباشر في خلق وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية لما لها من مرونة وسلاسة وارتباطها بتطورات الأخيرة، مثل الرقمنة والذكاء الاصطناعي، كما تساعد في مواكبة التطورات التكنولوجيا الحديثة والسريعة، فهي من الأدوات التي تهدف إلى مراقبة وتحليل المحيط التقني والعلمي والتكنولوجي للمؤسسة الاقتصادية، وباستغلال المعلومات التكنولوجية ومراعاة دمج الابتكارات تكنولوجيا الحديثة في وظائف المؤسسة يمكن المؤسسة من تعزيز ميزتها التنافسية ورفع كفاءتها التشغيلية وبالتالي تحسين الأداء في المؤسسة، ومن أهم الأدوات التكنولوجية التي تعزز التنافسية ضمن الذكاء الاقتصادي في المؤسسة يكون بتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

---

[1] Marie. Christine, Chalus. Sauvannet, intégration de la veille dans le système organisationnel de l'entreprise Quels enjeux pour l'innovation ?, La Revue des Sciences de Gestion, Vol 2, N 218, 2006, P 37.

[2] جيلالي معروف، مرجع سابق، ص 99.

1.2. تكنولوجيا المعلومات والاتصال في خلق الميزة التنافسية في ظل الذكاء الاقتصادي:

الذكاء الاقتصادي باعتباره محور من محاور اقتصاد المعرفة فهو يرتبط ارتباطا تكامليا مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فهي تساعد المؤسسة الاقتصادية في الوصول للميزة التنافسية لما لها من طرق في جذب المعلومات والبيانات التي تساعد في عمليات الإنتاج والتسويق والتوزيع والتنظيم الداخلي للمؤسسة، وهذا بناءا استغلال المعلومات المتاحة، حيث يتم الربط بين مختلف أجهزة ومصالح المؤسسة بالتنسيق بينهم عن طريق استخدام أنظمة معلوماتية وبرامج تنظيمية متطورة ذات تكنولوجيا حديثة داخل المؤسسة تخدم بذلك الجانب التجاري والإنتاجي لها وتدفع بها للابتكار والإبداع عن طريق أداة البحث والتطوير، ما يسمح لها بتخفيض التكاليف وزيادة رغبة العملاء في الحصول على منتجات الحديثة المبتكرة، وتسريع عملية التسويق بإتباع الأدوات التكنولوجية المبتكرة ضمن نشاط المؤسسة، وتوجد عدة أنشطة أساسية توظف فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصال لبلوغ الميزة التنافسية وهي:[1]

– تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في عملية التنظيم، الإنتاج، التوزيع، تقديم الخدمات.

– تقوم بتسهيل أداء الأنشطة الأولية أدوات تدعيمية لذلك كالهيكل التنظيمي، الموارد البشرية، التكنولوجيا المستخدمة، الإجراءات واللوائح.

يكمن دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين وخلق الميزة التنافسية في التالي:[2]

– **زيادة كفاءة الأداء والتنافسية:** من خلال استخدام البرامج والأنظمة المبتكرة داخل المؤسسة في العمليات التنظيمية داخل المؤسسة وعمليات الإنتاج والتسويق وإدارة المخزونات، هذا يسمح بتقليل التكاليف ورفع الإنتاجية التي بدورها تؤدي إلى تحسين أداء المؤسسة، وذلك مع المحافظة على مركزها التنافسي ضمن السوق.

– **اتخاذ القرار:** تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصال من تحليل البيانات والمعلومات الخاصة بالمؤسسة

[1] بوضياف سارة، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية للمؤسسة السياحية دراسة عينة من الوكالات السياحية باتنة بسكرة سطيف، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2023، ص 145-146.

[2] kenneth & laudon, sistemas de informacion gerencial, pearson educaion: méxico, mexic, 2004, P 4.

مهما كانت معقدة بشكل سريع وسلس وهذا يساعد على فهم توجهات وسلوكيات زبائن المؤسسة وسهولة التنبؤ باتجاهات السوق مستقبلا، ما يمكن من اتخاذ القرار الاستراتيجي بكفاءة ودقة متناهية.

– **سهولة التواصل مع المؤسسة:** إن استخدام التكنولوجيا الرقمية المتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات والبرامج وغيرها، تجعل المؤسسة الاقتصادية قادرة على التواصل السريع والفعال مع العملاء ومحيطها الداخلي.

– **مرونة وسلاسة العمل ضمن المؤسسة:** تسمح تكنولوجيا المعلومات والاتصال للعاملين في المؤسسة بالقدرة عن القيام ببعض الأعمال عن بعد، ما يمنح فرصة توظيف الكفاءات العاملة من مختلف المناطق وذلك يتيح مرونة وسلاسة في القيام بأنشطة المؤسسة.

– **التأثير على الجودة:** تخفيض نسبة الأخطاء ضمن مرحلة الإنتاج ورفع الجودة الخاصة بالمنتج باستخدام التكنولوجيا المناسبة والوسائل الإنتاجية الحديثة وهذا يسمح بتقليص مراحل الإنتاج وكذلك فترة تطوير المنتجات الحديثة، وتوفير الوقت المستحق للزبائن بالأعلى جودة ممكنة.[1]

الفرع الثاني: الذكاء الاقتصادي وإسهاماته في خلق الميزة التنافسية:

ضمان بقاء المؤسسة في السوق يعني بقاءها وحفاظها على استمراريتها في المنافسة وعلى التحكم في التكاليف داخل المؤسسة، ما يوجب عليها تخفيض الأسعار وزيادة المبيعات من خلال أداء وظائفها بكفاءة جيدة على غرار منافسين في نفس النشاط، والتمييز في منتوج أو خدمة من حيث الابتكار والإبداع أو تعزيز الجودة الخاصة بالخدمات والمنتجات المقدمة من خلال استغلال التطور التكنولوجي، مع مراعاة أجال الإنجاز والتحكم في قنوات الخاصة بالتوزيع والتسويق المناسب خاصة في البيئة التنافسية وذلك باستغلال المعلومات المجمعة والمعالجة المفيدة من أجل استعمالها في عملية اتخاذ القرارات المناسبة، والتي فيها يعتبر الذكاء الاقتصادي أهم أداة، خاصة من جهة اكتشاف المعلومات الضعيفة والمهمة المساعدة في معرفة إجراءات الخاصة بالمنافسين ومحاولة التأقلم معها من أجل تخفيض التهديد، وعليه فإن التنافسية أصبحت مرتبطة بمدى معرفة ودراسة

[1] لحسيني فاطيمة الزهراء، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية: شركتي جازي وموبيليس، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2018، ص 107.

المؤسسة الاقتصادية لبيئتها الداخلية والخارجية.

الذكاء الاقتصادي أصبح حاضرا في كل ممارسات المؤسسة الاقتصادية من خلال توظيف أبعاده ضمنيا في المؤسسة، وذلك يساهم في زيادة القدرة التنافسية من خلال ما يلي: [1]

1. التحول من تحليل التنافسية إلى التنبؤ بالمستقبل التنافسي:

الذكاء الاقتصادي له دور في مساهمة المؤسسة من إبداء نظرة استشرافية دون الاكتفاء بمعرفة نشاطات المنافسين الماضية أو الآنية، حيث بالذكاء الاقتصادي يصبح تحليل الأداء الخاص بالفترات الماضية للمنافسين مدخل لقيام نماذج تسمح بكشف توجهاتهم وخططهم المستقبلية، وذلك يمكن من اتخاذ قرارات استباقية لصالح المؤسسة، تؤهلها للاستغلال الأمثل للفرص قبل ظهورها ومواجهة المخاطر المحتملة بأسلوب أكثر فعالية ودقة.

2. التحول من التركيز على المركز السوقي إلى رسم الفرص السوقية:

الذكاء الاقتصادي يحول تركيز المؤسسة من قياس حجم الحصة السوقية لها إلى رسم صورة مستقبلية شاملة للسوق، وتحديد الفرص التي لم تظهر بعد، وذلك يتم عبر فهم التغيرات المتوقعة في أساليب الطلب واحتياجات المستهلكين، ومن ثم استغلال هذه الرؤية لتوجيه الموارد نحو النشاطات الأكثر نماء في المؤسسة مستقبلا محققة بذلك الميزة التنافسية.

3. من قراءة الماضي إلى كتابة المستقبل:

هذه المساهمة لا تقف على قراءة الماضي إذ تتجاوز بذلك إلى الرؤية المستقبلية، إذ تستخدم أبعاد الذكاء الاقتصادي تقنيات حديثة لجمع المعلومات في الوقت الفعلي لها وتحليلها مباشرة، ما يسمح للمؤسسة ليس فقط متابعة تطور السوق وإنما توجيهه من خلال أساليب وأهداف مبتكرة تعتمد على التنبؤ المتقدم من أجل فرض تنافسيتها.

[1] Sabiha. Harrar, Souhila. ghomari, Politique publique D'intelligence économique Au service De La Compétitivité Des Entreprises Algériennes, journal of illiza research and studies, vol 3, N 1, 2018, P 641.

4. الحرص على ذوق العملاء كأساس للابتكار:

إن فهم تفضيلات المستهلك ودوقه من أهم المبادئ ذكاء اقتصادي في خلق الميزة التنافسية، حيث أنه ينظر لها مخزون رئيسي لإتاحة الفرص في السوق، فبدل الاعتماد على متابعة ومراجعة نماذج المنافسين، تتوجه المؤسسة إلى البحث عن إرضاء احتياجات غير المشبعة لدى المستهلكين، الأمر الذي يفتح باب الابتكار المستمر وتطوير منتجات وخدمات لأجل إشباع احتياجات الزبائن في السوق.

5. الانتقال من دور التابع إلى دور الموجّه في السوق:

يسمح الذكاء الاقتصادي للمؤسسات من التحول من وضع دراسة المنافس ومراجعة خطواته في سوق إلى جعل المؤسسة جهة فاعلة في السوق بالتأثير وتنشط ديناميكيته، فبفضل التحكم الفعال في المعلومات الاستراتيجية، يمكن للمؤسسة أن تكون قادرة على قيادة وتوجيه السوق وتنظيم شبكات الاتصال والتأثير، وتحقيق توازن استراتيجي من أجل خلق ميزة تنافسية مستدامة دون المنافسين لها.

6. اقتناص الفرص وتفادي التهديدات لخلق وتعزيز الميزة التنافسية:

الذكاء الاقتصادي يعمل على تركيز قدرة المؤسسة في اقتناص الفرص والتي تتعلق بالكشف المبكر عن الفرص جديدة واستثمارها، ومواجهة التهديدات بالاستجابة السريعة والتكيف مع المتغيرات بالسرعة والكفاءة اللازمة، وبناءا على ذلك فإن هذه القدرة ترفع وتعزز من قوة المركز التنافسي للمؤسسة وتحقيق أهدافها التنظيمية والإستراتيجية.

7. اتخاذ قرارات إستراتيجية استثمارات:

يساعد الذكاء الاقتصادي في اتخاذ القرارات الاستثمارية الجديدة وتكتيكية مبنية على معلومات دقيقة تسمح بمواجهة المنافسين في ظروف الحسنة وظروف المتغيرة ما يجعل المؤسسة في هرم المنافسة، كما يعطي لها الأفضلية في السوق.

المطلب الثالث: الذكاء الاقتصادي آلية لتطوير المؤسسة الاقتصادية:

الفرع الأول: الذكاء الاقتصادي أداة لرفع الأداء في المؤسسة:

يعتبر الأداء مرآة التي تعكس وجه المؤسسة وذلك بأنه يعبر عن قدرتها على تحقيق أهدافها الاستراتيجية والمالية على المدى البعيد، والتي تتركز هدف تعظيم الربح، واستمرارية النمو، وضمان البقاء للمؤسسة، وبما أن المؤسسة تنشط في بيئة غير مستقرة ومتقلبة في ظل التغيرات الاقتصادية والسياسية وغيرها، فإن هذا يدفع المؤسسات الاقتصادية لمراعاة والقيام المستمر على مراقبة مستوى الأداء الخاص بها من أجل اتخاذ القرارات وإجراءات المناسبة لتقييم الأداء وتحسين كفاءته بصفة دورية، وبما أن اتخاذ القرارات المتعلقة بتحسين أداء المؤسسة تتطلب توفر معلومات إستراتيجية بناءة وجب الاعتماد على الذكاء الاقتصادي باعتباره النظام الذي يعنى بجمع وتحليل ومعالجة البيانات الخاصة بالبيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة وتحويلها إلى معلومات ذات قيمة تجسد في قرارات تعمل على رفع الأداء المالي وتطوير المؤسسة الاقتصادية.

إن دور الذكاء الاقتصادي ليس فقط المراقبة والوقوف على التغيرات ومعالجتها وإنما هو يسمح بالوصول إلى مستوى أداء الفعال دو الكفاءة العالية، وهذا من خلال:[1]

– توليد المعلومات الجديدة وتطبيقها عبر أدوات الذكاء الاقتصادي ضمن المؤسسة، يساهم في تسهيل عمل المؤسسة الاقتصادية، كما أن وجود أعوان متخصصين في تجميع هذه المعلومات ومشاركة العمال الفاعلين ووجود قيادة فعالة يقود لإحداث التناسق فيما بين مصالح المؤسسة الاقتصادية.

– يقود الذكاء الاقتصادي إلى تحقيق الإبداع والابتكار وخلق أشياء جديدة وزيادة الوعي لدى الأعوان من خلال التدريب والتعلم والحوار، يساهم الذكاء الاقتصادي في تحسين أداء المؤسسة بفاعلية كبيرة فهو يقود إلى تحقيق الإبداع والابتكار، وبدورهما يسمحان بتطوير حلول وتقديم خدمات ومنتجات حديثة تعمل على رفع القدرة التنافسية وخلق الميزة، والعمل على زيادة الوعي لدى الموظفين بناءا على التدريب والتعلم والحوار البناء، وهذا ينعكس على جودة وكفاءة اتخاذ القرارات من قبلهم وسرعة تنفيذ المهام وخلوها من الخطأ، مع وجود تحليلات دقيقة تساعد في التخطيط الاستراتيجي الأمثل وتخصيص الموارد بكفاءة.

[1] لعوج سومية، إسهام الذكاء الاقتصادي في تحسين أداء مؤسسات الصناعات الغذائية دراسة ميدانية على عينة من ولاية تلمسان، مجلة دفاتر مكاس، المجلد 19، العدد 2، 2023، ص 230-231.

– الذكاء الاقتصادي يحسن من الأداء كونه وسيلة لتعزيز الكفاءة التشغيلية داخل المؤسسة الاقتصادية، وبالتالي يضمن وجود المرونة في مواجهة التحديات وتغطية المخاطر وتفاديها، ودفع عجلة النمو والاستدامة في المؤسسة الاقتصادية.

– رصد إشارات التغيير وإدراك دلالاتها واستقراء المعلومات الإستباقية، مما يساعد على تقليص المخاطر التي تهدد تنافسية وبقاء المؤسسة من جهة، واستغلال الفرص لتحقيق التفوق والزيادة من جهة أخرى.

الذكاء الاقتصادي يمكن المؤسسات الاقتصادية من تتبع التغييرات المحيطة بها وتحليلها بدقة وكفاءة، والتنبؤ بالمخاطر والتهديدات المحتملة وتفاديها، كما تقوم باكتشاف الفرص المتاحة من أجل تعزيز مركزها التنافسي، فإن فهم الإشارات المبكرة واستخلاص نتائجها بشكل استباقي، يجعل المؤسسة أكثر قدرة على حماية نفسها من التهديدات التي تؤثر على مستوى أدائها وفي الوقت ذاته تستثمر في الفرص المتاحة وتعزز نقاط القوة المكتشفة لتحقيق الميزة التنافسية وخلق القيمة المضافة وبالتالي تحسين أداء المؤسسة بأفضل صورة ممكنة.

ومما سبق فإن الذكاء الاقتصادي من خلال تطبيق أدواته ومما سبق فإنه يساهم بتحسين أداء المؤسسة داخليا من خلال:[1]

– تقليل التكاليف الإجمالية وذلك بتقليل تكلفة الإنتاج المهدر والمعيب وتكلفة سوء التعامل مع التقنيات والبرمجيات المتطورة داخل المؤسسة وغيرها.

– زيادة العوائد المالية للمؤسسة بإنتاج منتجات وتقديم خدمات حديثة ومبتكرة، تتميز بكثرة الطلب وبمعدل دوران مخزون منخفض جدا بسبب سرعة البيع والتسويق والطلب عليها عبر نطاق واسع.

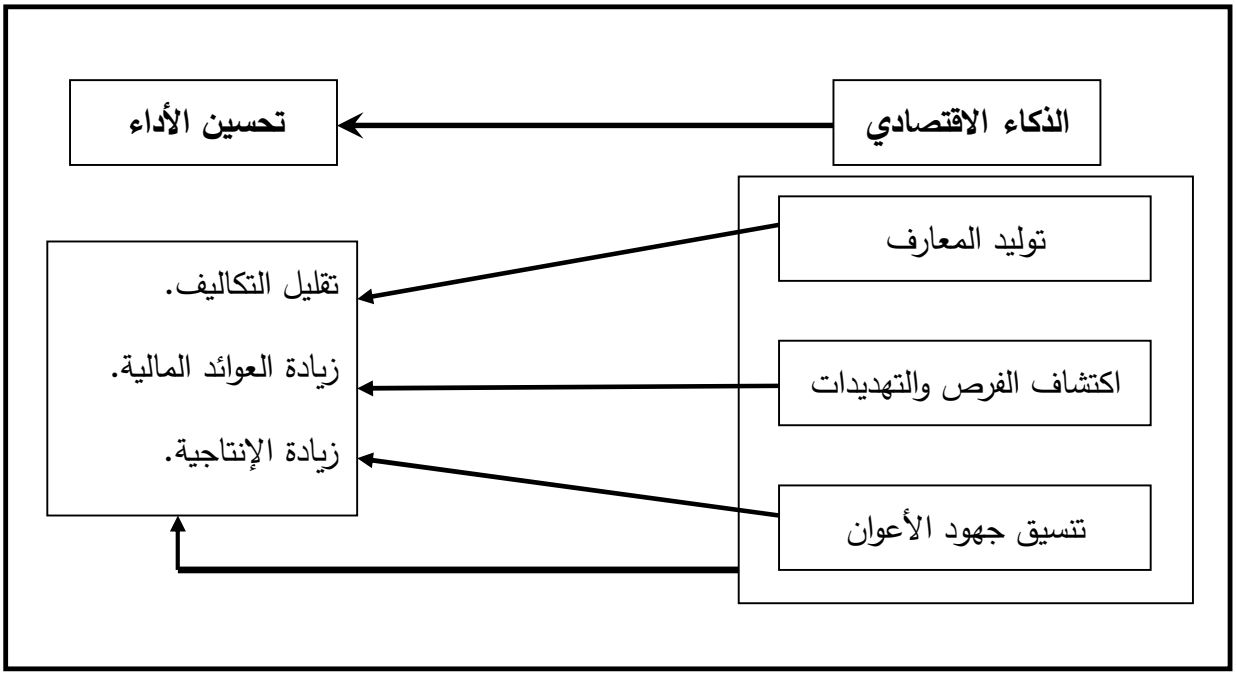
– زيادة الإنتاجية بما يتوافق واحتياجات ورغبات الزبائن بناء على دراسة السوق وسلوكياتهم، وعليه زيادة الداخل ورفع الأداء بالمؤسسة.

– التعاون بين مختلف العاملين بالمؤسسة ورفع التنافسية أمام المؤسسات المنافسة يسمح بالوصول

[1] بوريش أحمد، الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الإستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية تلمسان، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2019، ص 148–149.

للأداء الجيد داخل المؤسسة.

الشكل رقم (02-02): الذكاء الاقتصادي ودوره في تحسين الأداء:



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على المعلومات السابقة.

الفرع الثاني: إجراءات دعم الذكاء الاقتصادي في مؤسسات الاقتصادية الجزائرية:

إن تفعيل الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية اتسم بالحداثة، حيث تم الاهتمام به في الجزائر من سنة 2002 فقد سعت الجزائر لإبراز أهميته في تطوير أداء المؤسسة الاقتصادية، كما قامت بعدة دراسات على مستوى المؤسسات الاقتصادية وعلى أساسها تم استنتاج للمعلومات دور فعال في تطوير أداء المؤسسة، وعليه حفزت المؤسسات الاقتصادية على التوجه وتطبيق الذكاء الاقتصادي داخلها،حيث قامت الدولة بتنظيم الملتقيات الوطنية والدولية في هذا المجال، وتم تأسيس مدرسة للذكاء الاقتصادي وانتداب مديرية عامة له على مستوى وزارة الصناعة في جوان 2008، وعليه كان على الدولة والمؤسسات الاقتصادية أن تسعى لتطبيق الذكاء الاقتصادي وذلك بإتباع ما يلي[1]:

[1] رزاز رتيبة، الذكاء الاقتصادي كآلية لدعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، المجلد 12، العدد 23.

1. للذكاء الاقتصادي ودعم البنية التحتية:

تسعى الدولة لدعم سياسة الذكاء الاقتصادي من خلال توفير أدوات لأجل تطبيق وإعطاء هذا الذكاء قوة ليكون ركيزة ضمن النشاط الاقتصادي لها وذلك بتأسيس بنية تحتية قوية تساعد على تفعيله عن طريق إنشاء بنك خاص بالمعلومات الاستراتيجية، وخلق أدوات للتحليل، وتكوين أفراد دو قدرة على اتخاذ القرار تدعم تطوير المؤسسات الاقتصادية.

2. خلق ثقافة تنظيمية للذكاء الاقتصادي ضمن المؤسسة الاقتصادية:

إن خلق ثقافة تنظيمية تنميتها ترتبط بالذكاء الاقتصادي، وعليه فإن المؤسسات الاقتصادية تعمل على ترسيخ قيمة المعلومات ضمن وظائفها، والعمل على حيازتها وتخزينها ومعالجتها من أحل الاعتماد عليها عند تحديد القرارات الواجب اتخاذها، مع تحديد وجهة النشاطات والوظائف الخاصة بالمؤسسة الاقتصادية بما يتماشى وتحقيق الإستراتيجيات والأهداف المرجوة، حيث أن الهدف من اعتماد ثقافة الذكاء الاقتصادي في البيئة الاقتصادية والاجتماعية داخل الجزائر هو لأجل رفع وتحفيز سلوك الفرد مع باقي الأعوان الاقتصاديين ضمن البيئة الجماعية لتحسين وتنشيط النظام الوطني المعلومات، حيث يتكون هذا الأخير من عدة أدوات وأنظمة متفرعة مرتبطة به تقوم على توفير المعلومات الخاصة بكافة الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية، ومن أهم هذه الأنظمة الفرعية نذكر: [1]

– نظام المعلومات الإحصائية: كالديوان الوطني للإحصائيات.

– نظام المعلومات التجارية والاستثمارية: نجد فيه عدة جهات مثل: المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصاء، والوكالة الوطنية لتطوير لترقية الاستثمار، الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة.

– المعلومات العلمية والوثائقية: مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، المركز الوطني للإعلام والوثائق الاقتصادية.

4. تدعيم الإبداع والابتكار في المؤسسة الاقتصادية:

[1] جمال الدين البريدي، الثقافة التنظيمية والتغيير، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2016، ص 13.

تفعيل النظام الوطني للمعلومات يعتمد على أدوات وهيئات تسمح بجمع ومعالجة المعلومات، لأجل اتخاذ القرار في الوقت المناسب، يوجب دعم الموظفين في المؤسسات الاقتصادية على تعزيز قدرته ومهاراتهم الفردية، وفتح المجال أمام الإبداع والابتكار، حيث يعتبر هذان الأداتان أحد ركائز نجاح وتطوير المؤسسة الاقتصادية فهما يقدمان أفكار جديدة مبتكرة توصل لتحقيق التميز والكفاءة، وتسمح بمسايرة التطورات التكنولوجية الراهنة، ولتحقيق ذلك يجب الاجتهاد في تنشيط خلية البحث والتطوير ضمن المؤسسات، والبحث عن رأس مال فكري البشري صاحب ثقافة عالية يساهم بتحقيق الكفاءة والجودة لتحسين أداء المؤسسة والقدرة على خلق الميزة التنافسية[1].

5. دعم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال أداة تحفز أنظمة الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية حيث يمثل أداة للاستغلال الأمثل للمعلومات، وذلك لما تمتاز به من سرعة اتصال والارتباط التكنولوجي للمعلومة ومع تحديات القائمة على سرعة البحث والوصول للمعلومات وطرق معالجتها وتحليلها لاتخاذ القرار السليم في الوقت اللازم، كان لابد من تدعيم وتطوير البرامج القائمة على نظم معلوماتية، واستخدام برامج تكنولوجية حديثة وأدوات إدارية جديدة لمواكبة التطورات الإدارية والاقتصادية.[2]

6. تنمية وتكوين الكفاءة البشرية ضمن المؤسسة الاقتصادية:

لتفعيل نظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية بنجاح، يلزم منح التكوين استحقاق كبير بتنظيم برامج تكوينية تطبيقية ضمن هذا المجال، والابتعاد عن نظري، مع توفير الكفاءة البشرية المؤهلة والمختصة في تنظيم هذه البرامج، حيث تعتبر هذه الكفاءات المسؤول الأساسي لتطبيق هذه الأنظمة بنجاح وافتقار المؤسسة لهذه الكفاءات المؤهلة التي يتطلبها تفعيل الذكاء الاقتصادي، وعليه وجب القيام بدورات تكوينية تطبيقية بصفة دورية تتماشى مع طبيعة الاقتصادي الجزائري لتحسين كفاءة المورد البشري وأنظمة الاتصال بينهم، وتحفيزهم بتسليمهم شهادات مهنية تثبت مستوياتهم وتعكس تطورهم، وهذا لتكوين أشخاص ذات كفاءة في

[1] مصطفى بودارمة، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المشروعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، المؤتمر العلمي الدولي حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، 23-26- أفريل 2012، ص 583.

[2] بن بريكة عبد الوهاب، بن التركي زينب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، المجلد 3، العدد 7، 2010، ص 245.

التعامل مع الكم الضخم للمعلومات.[1]

7. دعم التخطيط الاستراتيجي:

يتم فيه وضع أهداف على المستوى البعيد وبناء خطط لأجل تحقيقها، حيث يتجلى دور الذكاء المالي في تطبيق هذه الخطط بالصورة فعالة والوقت المناسب، فهو يحدد الاتجاه الذي تسير المؤسسة الاقتصادية عليه ويحدد المصادر والموارد اللازمة لتحقيق تلك الأهداف الإستراتيجية، وبالتالي فإن التخطيط الاستراتيجي في المؤسسة هو عملية شاملة تهدف إلى تحقيق أهداف الاستراتيجية للمؤسسة من خلال تحسين وتعزيز أداءها على المدى الطويل ورفع الكفاءة التشغيلية بتحسين أداء الموظفين،[2] ويكون هذا من خلال القرارات الإستراتيجية التي تستجيب لتغيرات البيئة الاقتصادية بمرونتها والتي لها تأثير على المؤسسة الاقتصادية ككل، فهي تشمل البيئة الداخلية والخارجية ما يسمح باقتناص الفرص الممكنة، وبناءا على هذا فمتخذ القرار يصدره على أساس رؤية شاملة للمستقبل مبنية على خطط إستراتيجية فعالة تعني معالجة الوقائع بشكل استباقي، وذلك ما ينعكس في تحسين الأداء الكلي للمؤسسة ورفع المركز السوقي لها وتعزيز تنافسيتها وبالتالي دفع المؤسسة للاستدامة والتطور.[3]

---

[1] سيواني عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 291.

[2] أمل محمد عبد الله البذو، التخطيط الاستراتيجي والرقمنة وآثرهما في تطوير المؤسسات الاقتصادية، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 13، العدد 01 2023، ص 171.

[3] ناظور حفيظة، التخطيط الاستراتيجية ودوره في تطوير المؤسسات الاقتصادية –دراسة حالة مؤسسة سوناطراك الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019، ص 26.

المبحث الثالث: الذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية

المطلب الأول: الذكاء المالي آلية للابتكار المالي في المؤسسة الاقتصادية:

يعتبر الابتكار من الدعائم الأساسية لتطوير واستدامة النمو للمؤسسة الاقتصادية رغم وجود بيئة تنافسية شديدة، فهو لا يقتصر على ابتكار المنتجات والخدمات بل يتعدى ذلك لأساليب إدارية ومالية لتحسين الأداء المؤسسي، حيث أن الابتكار دوما ما يرتبط بالحداثة والتكنولوجيا ومصلحة البحث والتطوير في المؤسسة، والابتكار يمكن أن يتحقق بوجود دعم مالي استراتيجي، والذكاء المالي يعد من أهم العوامل التي تمكن المؤسسة من تحويل الأفكار إلى مشاريع ناجحة،[1] فالذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية لا يقتصر على إدارة الميزانية والشؤون المالية بل يشمل القدرة على تحليل المعلومات المالية واتخاذ قرارات استثمارية ذكية وسليمة تدعم الابتكار وتحد من المخاطر المرتبطة به،[2] لذا يعتبر الذكاء المالي أداة إستراتيجية لبناء ثقافة ابتكاريه داخل المؤسسة، حيث يمكن في تحديد الأولوية الاستثمارية، وتخصيص المورد بكفاءة وفاعلية، وتقييم جدوى المشاريع الإبتكارية قبل تطبيق.

الفرع الأول: الذكاء المالي في دعم الابتكار الإداري والمؤسسي:

من أجل تطبيق الابتكار في ظل الذكاء المالي وجب وجود فهم مالي ووضوح لمؤشرات الأداء المالية ويتم هذا بامتلاك إدارة تتبع مستوى عال من الذكاء المالي، فهو يقدر القيمة وأمد المشروع الإبتكاري، وبناءا على الذكاء المالي يمكن استخدام المعلومات المالية لاتخاذ قرارات إستراتيجية ومالية من شأنها تعزيز الأداء المؤسسي، فهو يسمح بتحليل الجدوى الاقتصادية للمشاريع الإبتكارية، وتوقع التدفق النقدي المستقبلي، ويسمح بتقييم العائد من الاستثمار بشكل استباقي، فالمؤسسات التي تمتلك توجه عال نحو استخدامات الذكاء المالي تميل إلى تمويل المشاريع المبتكرة بنسبة عالية وذلك لمعرفة أن الابتكار ليس تكلفة بل استثمار خاصة عندما يمثل ابتكار إداري مؤسسي،[1] فغياب الذكاء المالي والثقافة المالية في المؤسسة هو من معوقات الابتكار، لذا يتم تقييم الابتكارات داخل المؤسسات بخلفية مالية متقدمة، وعلى هذا فإن تطوير المؤسسة الاقتصادية لا يقتصر على تحسين الأداء المالي بل يشجع ويحفز على بناء بيئة مؤسسية تدعم الابتكار انطلاقا من التخطيط المالي

[1] Safi. Samir, Dorgham. Maher, Allaloul. Sana، مرجع سابق، ص 84.

السليم واتخاذ القرارات المالية الاستثمارية داخل محيط المؤسسة، كما يحفز أيضا على نشر ثقافة الشفافية والمساءلة التي تعتبر من أسس الابتكار الناجح، وعليه يكون هناك توجيه للموارد نحو مشاريع مبتكرة ذات قيمة مضافة[1].

الفرع الثاني: الذكاء المالي أداة للابتكار المالي:

الذكاء المالي لا يقتصر في استخداماته على الابتكار المنتجات والخدمات، بل يصل للمجال المالي حيث بات من الجلي للمؤسسة أن تبتكر نماذج استثمارية وتمويلية حديثة لمسايرة التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية في السوق والمحيط، لذا فإن الذكاء المالي هو عنصر أساسي في تحفيز ودفع المؤسسة نحو ابتكارات مالية ناجحة لأنه يوفر البيانات اللازمة ويمّكن الإدارة من إعادة هيكلة العمليات المالية بحد ذاتها وبناءا على قدرت الذكاء المالي على تحليل التدفقات النقدية، وتقييم المخاطر، وفهم التقلبات السوقية، يمكن له دعم ابتكار أدوات مالية حديثة، كالتمويل الجماعي، أو تصميم منتجات تمويلية موجهة للزبائن أو الشركاء،أما المؤسسات الاقتصادية عامة وخاصة منها المالية التي يتمتع مسؤوليها بمستوى جيد من الذكاء المالي فلها القدرة على تبني حلول تمويلية حديثة وغير تقليدية، كونهم قادرين على تقييم العائد المحتمل والتنبؤ بالمخاطر المقابلة بدقة عالية.[2]

الذكاء المالي يسمح للمؤسسة بتحديث هيكلها المالي الداخلي كاعتماد نظم محاسبية وإدارية متقدمة ومبتكرة ويتيح استعمال نماذج تنبؤ مالية لتحسين تخصيص الموارد المالية، هذه النظم لها دور في تحسين الكفاءة وطرق إدارة التكاليف الأمر الذي يفتح نطاق لابتكار عمليات مالية ذات مرونة وفعالية، فالذكاء المالي له دور فعال في دمج التكنولوجيا المالية ضمن المؤسسة الاقتصادية، فهو يتيح استخدام أنظمة لمراقبة وتقييم الأداء المالي في الوقت الحقيقي، وتطبيق الابتكار التكنولوجي وخوارزميات التعلم الآلي للتنبؤ بالسيولة المستقبلية، ولهذا فإن المؤسسات التي تستخدم أدوات رقمية مدعومة بالذكاء المالي تحقق أداء مالي ذو كفاءة عالية، وهذا يدل على أن الابتكار المالي هو من أهم أدوات الذكاء المالي لما له من انعكاس على دعم وتطوير

[1] Hameeda ALmalki. Christopher. Systematic review of institutional innovation literature: towards a multi-level management model, Management Review Quarterly, Vol 73, 2023, P 746.

[2] مولودي عبد الغاني، الابتكار في تكنولوجيا المالية ودورها في تطوير أداء المؤسسات المالية من خلال منظومة الشمول المالي –دراسة عينة من المؤسسات المالية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة مالية، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2020-2021، ص 73.

المؤسسة الاقتصادية. فالذكاء المالي يساهم في دعم الابتكار من خلال التمويل باعتباره مصدرا للابتكار في حد ذاته، لذا يتم استخدام المعلومات المالية بناءا عليه لتصميم نماذج جديدة ومبتكرة للإدارة المالية وخلق القيمة المضافة على مستوى النظام المالي للمؤسسة.[1]

المطلب الثاني: أساليب الذكاء المالي في إدارة المخاطر المالية ضمن المؤسسة الاقتصادية

هناك العديد من أساليب التي يتمتع بها الذكاء المالي في الحد من المخاطر المالية المرتبطة بالتقلبات السوقية والنظم الإدارة المالية والتشغيلية ويمكن إيضاحها فيما نوعين:

الفرع الأول: الأساليب السوقية في إدارة المخاطر المالية:

هي مجموعة الطرق التي تساعد في عملية الاتخاذ القرار المالي في ما يخص شراء الموجودات المالية والمعنوية والعينية بأقل تكلفة ممكنة، حيث تم اعتماد هذا الأساليب من قبل المعهد الأمريكي للمحللين الماليين بمنح شهادة محلل المالي الدولي على أساس الكفاءة، من خلال مروره باختبار لمجموعة من المستويات حيث تتضمن: المهارات المعرفية للمحلل المالي، المهارات المهنية، والمهارات الفنية ومن بين أهم هذه الأساليب التي تمكن من تجنب المخاطر ورفع الأداء المالي نذكر:[2]

– القدرة على التنبؤ بالمتغيرات السوقية و القدرة على الاستنتاج في ظل هذه الظروف المرتبطة بالبيئية المحيطة بالمؤسسة وهذه التنبؤات تكون مرتبطة بالنشاط الحالي للمؤسسة والمستقبلي في نفس الوقت.

– قدرة المؤسسة على تحليل البيانات المتوفرة والمتوقعة المرتبطة بالسوق، من أجل الحصول على نتائج واقعية مفهومة تساعد في اتخاذ القرارات المالية التي من دورها تجنب المؤسسة الوقوع في المخاطر المالية قبل وقوعها.

– امتلاك القدرة الكافية من الذكاء والمهارة والسرعة والقدرة على التعامل مع مختلف المستويات داخل السوق من أجل تعزيز قيمة المنتجات الخاصة المؤسسة وجذب العملاء لها.

---

[1] سامي مباركي، محمد قريشي، دور الابتكار التكنولوجي في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 44، 2016، ص410-412.

[2] ولاء عبد النبي عبود، كوثر كريم عبد الرزاق، عادل بشير ظاهر، دور الذكاء المالي في تحسين أداء المخاطر الائتمانية في القطاع المصرفي في العراق مصرف الطيف الإسلامي نموذجا، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 20، العدد خاص، 2024، ص 1064-1065.

– حسن التعامل بالذكاء مع المواقف المرتبطة بالمخاطرة بدقة وكفاءة لازمة لذلك، وتعامل مع الأمور بشخصية قيادية قوية ذات الثقة والهدوء، لكسب ثقة العملاء وأصحاب المصالح المشتركة للمؤسسة.

– المعرفة والإحاطة بالمبادئ والأصول المحاسبية، والإجراءات التنظيمية داخل المؤسسة، ومعرفة الوضعية الخاصة بها بصفة دورية.[1]

الفرع الثاني: أساليب الإدارة المالية في إدارة المخاطر المالية:

وهي تلك الأساليب الخاصة بالإدارة المالية والتي ترتبط ارتباط مباشر بالاستخدامات والموجودات المالية للمؤسسة، والتي تساهم في رفع حاجة المستثمر في الاستثمار في جزء من الأدوات المالية للمؤسسة وفي ما يلي نتطرق لأهم تلك الأساليب:[2]

1.2. أساليب التسعير: والتي فيها يتم تحديد السعر الأمثل للمنتج أو الخدمة الخاصة بالمؤسسة الاقتصادية، مع تحقيق أكبر قدر من الربح بأكبر كمية من المبيعات في كل الظروف المصاحبة لتقلبات السوق من المنافسة والسياسات الحكومية.

2.2. أساليب إدارة الحساب المدين والدائن: وتشمل الموازنة الدقيقة بين كمية المبيعات المباعة على الحساب لزبائن المؤسسة، مع سياسة تحصيل الديون الخاصة بها في أجال الاستحقاق الملائمة لها ما يسمح بوجود يسر في السيولة الخاصة بهذا الجانب.

3.2. الأساليب النقدية: وهي الحصول على السيولة النقدية في الوقت المستحق من الزبائن المتعاملين على الحساب مع المؤسسة وهذا لوجود حالات عدم التسديد من قبل العملاء، ولتجنب هذا الخطر تقوم لإدارة المالية بالمؤسسة، إلى إشعار الزبائن بآجال الاستحقاق قبل موعدها من أجل سحب السيولة والمحافظة على الأداء المالي وتجنب الخطر المالي الناجم عن التحصيل المستحق للزبائن.

[1] Samkin. G, Low. M, Identifying the Financial Literacy Skills Necessary to Run a Small New Zealand Business, Journal of Business Education & Scholarship of Teaching, vol 8, N 1, 2014, P 53

[2] Ibraheem. A, Alrawee. A, Financial intelligence between the argument of the analyst's qualifications and the emerging financial market efficiency, Journal of tenmiett alrafidain, N 115, 2014, P 74.

4.2. أساليب التوظيف: تتطلب هذه المهارة التنسيق بين عدد الموظفين وعدد ساعات العمل الأسبوعية للموظفين، مع القدرة على الموازنة بين النظم التشغيلية داخل المؤسسة بالنسبة للموظف ومستوى مهارته في العمل من أجل الوصول لإدارة الوقت الكفء مع تقليل التكلفة الخاصة بالإنتاج.

5.2. أساليب السجلات المحاسبية: بدمج أداة المحاسبة في المجال التكنولوجي المعاصر أصبح تسجيل العمليات المالية الأمر يتطلب أساليب أكثر مهارة وكفاءة للقيام بعمليات التسجيل والتحليل الآني لكل المعلومات والبيانات المالية، وذلك بالاعتماد على برمجيات ذكية تعتمد على التكنولوجيا الحديثة لرفع التقارير المالية، ما يقلل نسبة الوقوع في الخطأ وبالابتعاد عن الخطر المالي الناجم عن الطرق التقليدية في المعالجة المحاسبية.

المطلب الثالث: الذكاء المالي آلية لتطوير المؤسسة

الفرع الأول: الذكاء المالي أداة لتحليل المالي وتحسين الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية

إن الذكاء المالي يسمح باستخدام أدوات التحليل المالي مثل النسب المالية وتحليل الإنحدار من أجل تقييم الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية وذلك بفحص القوائم المالية والمعلومات المحاسبية من أجل تمكين الإدارة من قياس الأداء وتحديد نقاط القوة والضعف، ودعم عملية اتخاذ القرارات المالية وتوجيه قرارات الاستثمارية وتوفير معلومات مالية دقيقة،[1] كما أن للذكاء المالي دور حيوي بالغ الأهمية يتجلى من خلال التحليل المالي وتقييم الأداء المالي باجتناب التعقيدات ومعالجة الأمور المالية بكفاءة وسرعة وصولا لاتخاذ القرار المالي السليم ما يدعم المؤسسة الاقتصادية ويعمل على تطويرها.

إن تطبيقات الذكاء المالي تساعد الإدارة العليا والتنفيذية في المؤسسات الاقتصادية على تحسين ورفع الأداء المالي والتشغيلي داخل هذه المؤسسات، وهذا لأهميته في تعزيز الأداء المالي، وارتباطه بالجوانب التشغيلية، يتم تحسين الأداء بالتركيز على فهم أهداف المؤسسة وخططها الاستراتيجية والمالية، والقدرة على صياغة الاستراتيجيات المالية بما يتوافق ومهارات المسيرين والماليين في المؤسسة في الوصول لحل المشكلات

[1] محمد فتحي أبو سريع، فاعلية التحليل المالي في توجيه قرارات التمويل والاستثمار: دراسة مقارنة بين القطاعين العام والخاص، المجلة الدولية للعلوم الإدارية والاقتصادية والمالية، المجلد 4، العدد 13، أفريل 2025، ص1-2.

وتحكم في قيادة مصالح المؤسسة وتحفيز القائمين عليها بغية تحقيق أهداف المؤسسة. [1]

تتجلى استخدامات الذكاء المالي في تطوير المؤسسة الاقتصادية بناءا على التحليل المالي والأداء المالي مجموعة من الوسائل التي تتمثل في التالي:

1. التحليل المالي الفعال:

أهم هدف للمؤسسة الاقتصادية من التحليل المالي هو تقييم أداء المؤسسة من زوايا متعددة ما يسمح بتحديد مواطن القوة والضعف للمؤسسة، ولذلك يسعى الذكاء المالي من خلاله إلى تحقيق الأهداف المالية للمؤسسة بناءا على التحليل المالي ومن جملة هذه الأهداف نذكر:[2]

- تحديد المركز المالي للمؤسسة وتحديد مركزها السوقي.
- تحديد المركز الائتماني لها من أجل معرفة قدرة المؤسسة على الوفاء بديونها.
- تحديد نسبة المخاطرة المرتبطة بكل عملية مالية أو استثمارية.
- اتخاذ القرارات المالية بأقل كلفة وذات العائد الأكبر.
- تقديم المعلومات والبيانات المالية اللازمة لأصحاب القرار بغية اتخاذ القرار الأنسب.
- تحديد اتجاه المؤسسة وطرق أداءها وسياستها المالية.
- تحديد العائد المحقق من أموال الملاك داخل المؤسسة ومقدار الخطر المصاحب لها.

2. تحسين الأداء المالي:

إن التقييم الأداء المالي يساعد في شرح الوضع الحالي للمؤسسة كما يبين مدى استقرارها ومدى قدرتها على تحقيق الأرباح، ويقوم بتحديد نقاط القوة والضعف داخل المؤسسة الاقتصادية فهو يكشف عن

[1] Safi. Samir, Dorgham. Maher, Allaloul. Sana، مرجع سابق، ص 90.

[2] محمد الصيرفي، التحليل المالي وجهة نظر محاسبة إدارية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط.1، القاهرة، 2014، ص 115.

الجوانب التي تمتلك المؤسسة فيها اليد العليا وموقف القوة من أجل استغلاله بأكثر فاعلية، كما تبين الجانب التي تحتاج المؤسسة فيه إلى التحسين من أجل علاج الضعف الواقع، وبمراقبة الأداء وتقييمه يمكن تتبعه عبر فترات زمنية هذا الذي يساعد على رصد تغييرات وبناء خطط مستقبلية تتماشى مع هذه التغيرات مما ينعكس جليا في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية.

3. تحسين إدارة المخاطر المالية:

يسمح الذكاء المالي للمؤسسة الاقتصادية بتقييم المخاطر المالية المتوقعة التي قد تواجه المؤسسة مثل مخاطر السيولة، مخاطر عدم القدرة على أداء الالتزامات، ويساعد على التخطيط لإدارتها بشكل أكثر فعالية بوضع خطط مالية مستقبلية تحدد الأهداف المالية والاتجاهات اللازمة لتحقيق النمو والاستمرار، خاصة في المؤسسة التي تتميز بحدة الخطر المالي كالمؤسسات المالية، فاستخدام تقنيات الذكاء المالي في إدارة المخاطر المالية يساهم في تحسين الكشف عن المخاطر وضمان تنسيق فعال بين مختلف مصالح المؤسسة لحمايتها.

4. رفع كفاءة اتخاذ القرار المالي السليم:

إن القدرة على تحليل البيانات المالية وفهم المؤشرات الاقتصادية يسمح بتوجيه أصحاب القرار على اتخاذ قرارات ذات فعالية وأكثر دقة، وهذا يؤدي إلى توجيه الموارد بكفاءة تامة وتقليل سوء الاستغلال والتكاليف وتحقيق عوائد أعلى على الاستثمار، كما أن الذكاء المالي يعزز استخدام الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا الحديثة المرتبطة ببرمجيات المؤسساتية، ما يساعد في تحليل البيانات المالية بدقة عالية متقدمة والخروج بالقرارات المالية والإستراتيجية تضمن تحسين الأداء المالي من أجل تطوير المؤسسة وتحقيق الاستدامة،[1] كما إن تحليل التقارير المالية وقراءتها بدقة يساعد في عملية اتخاذ القرار السليم الذي بدوره يقود لتحسين الأداء المالي داخل المؤسسة، وبالتالي فإن الذكاء المالي يرفع من جودة التقارير المالية بشكل فعال ما ينعكس على أداءها المالي، وهذا من خلال ما يتم توفيره من بيانات ومعلومات حول ربحية المؤسسة ومدى مقدرتها على توليد التدفقات النقدية الكافية، مما يساعد في تقييم الفرص الاستثمارية الجديدة وتخصيص الموارد بكفاءة وفاعلية لدعم اتخاذ القرار الاستثماري في المؤسسة الاقتصادية مما يدعم المؤسسة الاقتصادية، كما يمكن الذكاء المالي من تقدير

[1] Safi. Samir, Dorgham. Maher, Allaloul. Sana، مرجع سابق، ص 90.

مدى احتياجات المؤسسة الاقتصادية للتمويل وتوجيهها لاختيار المصادر التمويلية المناسبة محددا التوجه نحو الديون أو حقوق ملكية، من أجل ضمان قدرة المؤسسة بأداء التزاماتها، وهذا بناءا على التحليل المالي فعال.

– ويدفع الذكاء المالي إلى تحقيق الدعم والتطوير للمؤسسة الاقتصادية من خلال ما سبق ومن خلال التركيز على أدوات واستخدامات أخرى تساعد في تحقيق الأهداف المالية والإستراتيجية للمؤسسة الاقتصادية.

الفرع الثاني: استخدامات الذكاء المالي لتطوير المؤسسة الاقتصادية

1. التمكين من مواكبة التكنولوجيا الحديثة:

الذكاء المالي يسهل استخدام تكنولوجيا الحديثة خاصة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحلل البيانات المالية بدقة وبالتالي تقديم رؤية دقيقة تساعد في رفع وتحسين الأداء المالي، وهذا ينطبق أكثر على المؤسسات الاقتصادية ذات الطابع المالي والتي تستثمر في تفعيل التكنولوجيا الحديثة في منظومتها.

2. تطبيق الأنظمة الإدارية والمالية:

الذكاء المالي يمكن من تطبيق أنظمة إدارية والمالية فعالة تؤثر مباشرة في الأداء المالي للمؤسسة وهذا راجع لربط الإدارة المالية الفعالة بالأداء المؤسسي.[1]

يعمل الذكاء المالي على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية بشكل غير مباشر وذلك عن طريق مجموعة من الجوانب التي قد تساهم في تعزيز كفاءة العمليات المالية والإدارية من أجل تحقيق نتائج مالية حسب ما تم تخطيط له مسبقا، ولعلى أهم هذه الجوانب نذكر:[2]

– تعزيز الابتكار داخل المؤسسة:

الذكاء المالي يساهم في تمكين الموظفين والإدارات داخل المؤسسات من اتخاذ قرارات مالية مبنية على

[1] Fatehi. F, Hajiha. Z, The effect of financial intelligence on the four functions of operational managers and the financial performance of oil company, PalArch's J Archaeol, Egypt, Vol 18, N 4, 2021, P 11.

[2] Huang. Z, Savita. K, Zhong-jie. J, The Business Intelligence impact on the financial performance of start-ups, journal of Inf Process Manag, Vol 59, N 1, 2022, P 7.

تحليل دقيق للبيانات المالية، وذلك يسمح بفتح مجال لتطوير حلول إبداعية مبتكرة تعمل على تحسين العمليات المالية والإدارية والتشغيلية والإنتاجية، كما أن دعم ثقافة الابتكار داخل المؤسسة يعزز قدرة المؤسسة على الابتكار المستدام، وهذا ما تحتاجه أي مؤسسة لدعم أدائها وتعزيز ميزتها التنافسية.

- تحسين التعلم التنظيمي:

إن الذكاء المالي يسمح بالفهم العميق لكل المفاهيم المالية، وبالتالي يمكن القائمين على المؤسسة من أفراد ومصالح من تطوير مهاراتهم وزيادة الوعي المالي الذي يعمل على تعزيز الثقافة المالية وعليه التعلم المستمر ما يؤدي إلى تحسين الأداء التشغيلي للمؤسسة، كما يكون لدى الموظفين بالمؤسسة القدرة على فهم وقراءة وتحليل البيانات المالية الأمر الذي يفتح لهم مجالات جديدة للتعلم والتكيف مع المتغيرات الاقتصادية والمالية السريعة وهذا ينعكس على الأداء المالي للمؤسسة وتقليل المخاطر المالية والأخطاء البشرية في نفس هذا المجال.

الفصل الثالث:

دور الذكاء الاقتصادي والمالي في دعم وتطوير المؤسسات الاقتصادية

-دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية –

تمهيد:

بعد التطرق للإطار النظري العام والمرور بالأدبيات والمفاهيم المرتبطة بموضوع الدراسة وذلك بالإلمام بمختلف الجوانب المتعلقة بمتغيرات الدراسة الممثلة في الذكاء الاقتصادي، الذكاء المالي وتطوير المؤسسة الاقتصادية، ومن أجل إسقاط المفاهيم النظرية على الجانب التطبيقي جاء هذا الفصل ليسلط الضوء على دراسة أثر الذكاء الاقتصادي والمالي في تطوير المؤسسة الاقتصادية، حيث تم الاعتماد على الدراسة الاستقصائية لعينة من الموظفين ضمن مجموعة من المؤسسات الاقتصادية تنشط بولاية معسكر، وللوصول للإجابة على الإشكالية الرئيسية للدراسة قمنا بتصميم استبانة ورقية وأخرى إلكترونية بغية تحصيل المعلومات والبيانات المرجوة وبتحليلها ومعالجتها تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية SPSS.

في هذا الفصل سنتطرق لتحليل دور الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي في دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية والوقوف على التحليل الوصفي لبيانات الاستبيان واختبار الفرضيات الخاصة بالدراسة وبعد تأكد من صحة الفرضيات وتفسيرها، نقوم بعرض نتائج الدراسة ومناقشتها، ومن خلال ما سبق سنقوم بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث هي كالتالي:

المبحث الأول: المنهجية وإجراءات الدراسة

المبحث الثاني: التحليل الوصفي لبيانات الاستبيان

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات وعرض النتائج

المبحث الأول: المنهجية وإجراءات الدراسة:

سنتناول في هذا إلعنصر الطريقة التي من خلالها تم تصميم الدراسة الميدانية، بتحديد أهدافها، المنهج المستخدم، أدوات جمع المعلومات والأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل ومبررات اختيار المؤسسات التي تمت فيها الدراسة الميدانية باستعمال الإستبانة مع عرض، وتحليل ومناقشة النتائج المتحصل عليها باستعمال الطرق الإحصائية وتفسير النتائج.

المطلب الأول: المنهج العلمي المستخدم في الدراسة وأدوات التحليل المستخدمة:

1. المنهج المستخدم في الدراسة:

يمكن اعتبار منهج البحث هو الطريقة التي يتبعها الباحث ويعتمد عليها ليصل في النهاية إلى نتائج تتعلق بالموضوع محل الدراسة، كما انه الأسلوب المستخدم لحل مشكلة البحث.

ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أبرز المناهج العلمية القائمة على أسس علمية ثابتة، تساعد في معالجة ودراسة الجانب الميداني لموضوع دراستنا، حيث اقتصرت المنهجية العلمية في دراستنا على المزج بين المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، وهذا حسب طبيعة موضوع الدراسة وما يتوافق مع الإشكالية المطروحة في البحث مع مراعاة المتغيرات المستقلة والتابعة الخاصة بالدراسة من أجل استكشاف الموضوع محل الدراسة بشكل شامل ودقيق وتفسير العلاقات أو الارتباطات بين المتغيرات المختلفة.

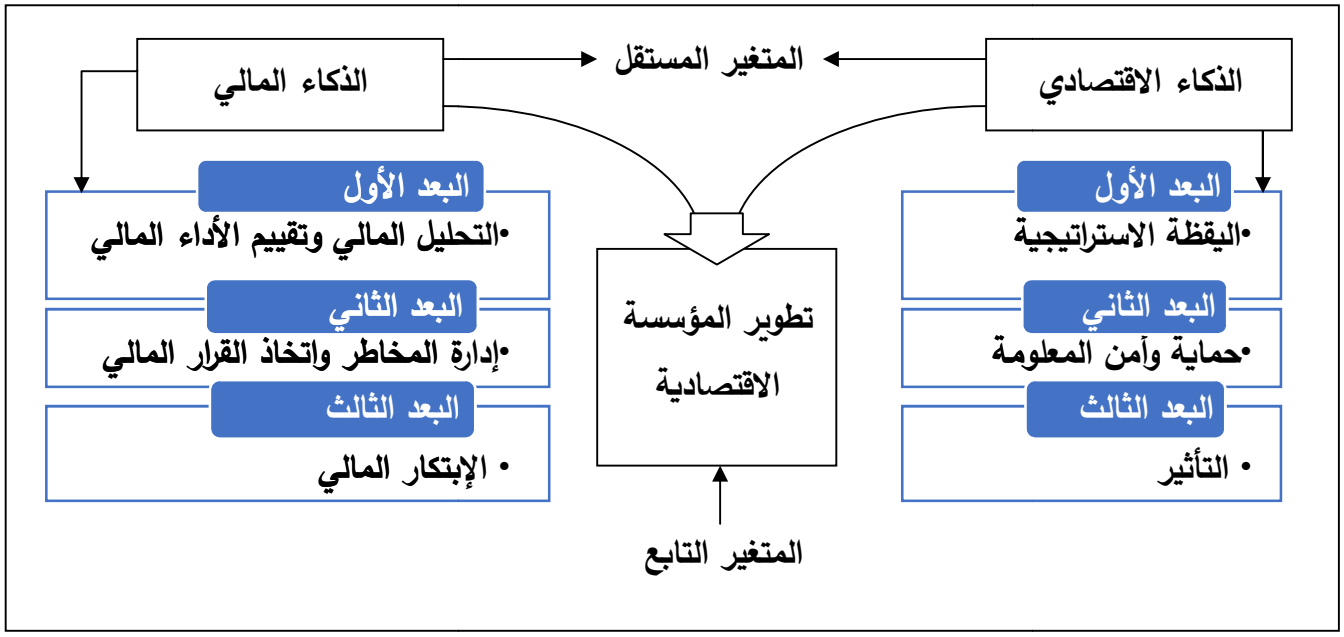
ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي لوصف موضوع البحث بدقة وموضوعية من خلال الحصول على بيانات ميدانية من عينة الدراسة، وتم استخدام كذلك المنهج التحليلي للمعالجة التحليلية، حيث لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبيان كأداة رئيسية للبحث، صممت خصيصا لهذا الغرض، ووزعت على إطارات المؤسسات الاقتصادية لعينة الدراسة، ثم تم تفريغ هذه البيانات وتحليلها باستخدام برنامج الإحصائي spss، وتم الاعتماد كذلك على المقابلة والملاحظة خلال زيارتنا لمؤسسات عينة الدراسة، لتساعدنا في تفسير نتائج التحليل المحصل عليها.

2. النموذج المتبع في الدراسة:

إن النموذج الدراسة يوضح دور المتغيرات المستقلة والمتمثلة في الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي بأبعادهم على المتغير التابع تطوير المؤسسة الاقتصادية، حيث يحتوي المتغير المستقل الأول على ثلاثة أبعاد هي كالتالي: بعد اليقظة الإستراتيجية، حماية وأمن المعلومة، التأثير وهذه العناصر هي أهم أدوات القياس التي يرتكز عليها الذكاء الاقتصادي، أما بالنسبة للمتغير الذكاء المالي فبعد دراسته في الجانب النظري توضح أن أهم أبعاده الأساسية التي لها دور في التأثير على المتغير التابع تطوير المؤسسة الاقتصادية، تمثلت في بعد التحليل المالي وتقييم الأداء المالي، بعد إدارة المخاطر المالية واتخاذ القرار، بعد الابتكار المالي.

أما المتغير التابع فتركز على تطوير المؤسسة الاقتصادية بصفة عامة انطلاقا من تحسين الأداء المالي وتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، وتشجيع الابتكار، وجودة اتخاذ القرارات المالية والإستراتيجية.

شكل رقم (03-01): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على المعلومات السابقة.

3. أدوات التحليل المستخدمة:

بعد جمع الاستبيانات الموزعة تم تفريغ الصالحة منها في برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **SPSS** الذي يعتبر من أهم وأبرز البرامج التي تهتم بتحليل المعلومات الإحصائية في مجال علم الاجتماع، قمنا بتحليلها بالاعتماد على مجموعة من الاختبارات الإحصائية والمعاملات نذكرها فيما يلي:

1.3. مقاييس الإحصاء الوصفي:

تم الاعتماد على التكرارات المطلقة والنسبية (النسب المئوية)، إضافة إلى المتوسط الحسابي (مقياس نزعة مركزية) لحساب متوسطات الفقرات والمحاور، والانحراف المعياري (مقياس تشتت) لتحديد مدى تشتت الإجابات عن الوسط الحسابي للعبارة أو المحور.

2.3. معامل ثبات ألفا كرونباخ Alpha Crunbach:

تم استخدام هذا المقياس لاختبار وتحليل صدق وثبات فقرات الاستبيان، أي أنها تعطي نفس النتيجة لو تم توزيع الاستبيان أكثر من مرة، تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى إن ثبات الاستبيان يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان، وعدم تغيرها بشكل كبير، في حال ما تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، حيث إذا تجاوز معدل الثبات ألفا كرونباخ عتبة 60 % فإنه دليل على ثبات وصدق فقرات الاستبيان، وكلما زادت قيمة معامل ألفا كرونباخ كلما زادت درجة الثبات والصدق بين عبارات الاستبيان، ويدعم اعتماده.

3.3. اختبار كولموغوروف – سميرنوف KOLMOGOROV-SMIRNOV:

يستخدم لاختبار ما إذا كانت بيانات الاستبيان تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وهو ما يسمى أيضا اختبار التوزيع الطبيعي، وفق الفرضيات التالية:

– **الفرضية العدمية:** البيانات تتبع التوزيع الطبيعي (إذا كان مستوى المعنوية المحسوب يفوق مستوى المعنوية المعتمد (0.05)).

- **الفرضية البديلة:** البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي (إذا كان مستوى المعنوية المحسوب أقل من (0.05)).

4.3. معامل الارتباط سبيرمان Spearman Correlation Coefficient:

ويعرف أيضا بمعامل ارتباط سبيرمان حسب الرتب في الإحصاء، فهو قياس لمستوى الارتباط الإحصائي بين متغيرين، انطلاقا من رتب البيانات الملاحظة، وبالتالي يعتبر تقنية إحصائية غير معلمية مقارنة بمعامل الارتباط لبيرسون، وهو يقيس الاتساق بين العبارات والمحور التابع لها، وكذلك مدى قوة العلاقة بين متغيرات، كما يحدد طبيعة العلاقة بينها هل هي طردية أو عكسية، ويأخذ نطاق (−1 إلى 1)، ويكون وفق الفرضيات التالية:

- **الفرضية العدمية H_0:** لا يوجد ارتباط بين المتغيرين(إذا كان مستوى المعنوية المحسوب يفوق (0.05)).

- **الفرضية البديلة H_1:** يوجد ارتباط بين المتغيرين(إذا كان مستوى المعنوية المحسوب أقل من (0.05)).

5.3. اختبار ما ن- ويتني Mann-Whitney:

يستخدم اختبار مان- وتني للمقارنة بين عينتين مستقلتين عندما تكون البيانات الرتبية أو البيانات العددية التي حولت إلى بيانات رتبية، وهو يستخدم في الإحصاء اللامعلمي عوضا عن اختبار(T) Independent Samples T Test في الإحصاء المعلمي.

6.3. اختبار كروسكال واليس Kruskal Wallis:

اختبار كروسكال واليس يعتبر من الاختبارات غير المعلمية، وهو مشابه لاختبار تحليل التباين الأحادي، إلا أنه حين يتخلف شرط من شروط تحليل التباين الأحادي مثل شرط السواء أو شرط تجانس التباين يستخدم اختبار كروسكال واليس عندما تكون الدرجات على المتغير التابع ضمن مقياس تراتبي.

7.3. اختبار الإشارة Sign Test:

يستخدم هذا الأمر لاختبار فرضية تتعلق بمساواة متوسط متغير يساوى قيمة ثابتة، وهو يعمل نفس عمل One Sample T Test في حالة الاختبارات المعلمية.

8.3. اختبار كندال تاو Test Kendall's Tau:

هو معامل ارتباط لامعلمي لقياس العلاقة بين المتغيرات مثله مثل معامل الارتباط سبيرمان (Spearman)، لكن يختلف عنه من حيث نتيجة معامل الارتباط الذي تكون دائما أقل من معامل الارتباط سبيرمان، وأقرب لدرجة التأثير (معامل الإنحدار) في الاختبارات المعلمية، لذا سيتم استخدامه كبديل لمعامل الإنحدار في التوزيع غير الطبيعي.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة:

1. مجتمع الدراسة:

المقصود بمجتمع الدراسة هو المجموعة التي يستهدفها الباحث ويريد دراستها وتعميم النتائج التي يصل إليها انطلاقا من العينة، وحسب موضوع الدراسة الموسوم ب: "دور الذكاء الاقتصادي والمالي في دعم وتطوير المؤسسات الاقتصادية" فيتمثل المجتمع الخاص بالموضوع محل الدراسة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بصفة عامة وبمختلف أنواعها وبالتالي تم تمثيل مجتمع الدراسة الخاص بدراستنا في المؤسسات الاقتصادية الناشطة في المجال الجغرافي لولاية معسكر، وتم اختيار المجال الولائي دون الوطني من أجل استظهار نتائج ذات دقة بالغة.

2. عينة الدراسة:

عينة الدراسة هي جزء من المجتمع الإحصائي المستهدف لإجراء الدراسة، وبما أن موضوع دراستنا يحتوي على متغير حديث الدراسة والمقصود بهذا المتغير هو الذكاء المالي خاصة على مستوى المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة والجزائرية بصفة خاصة، ويكون اختيار العينة باتجاهات تمكن من تمثيل العينة لمجتمع الدراسة بأفضل طريقة، حيث تنقسم العينة إلى مجموعة من الأنواع هي كالتالي:

– العينة العشوائية: وهي اختيار عينة من مجتمع الدراسة بصفة عشوائية.

– العينة النمطية: وهي اختيار عينة بناءا على تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات أو خصائص معينة (العمر، المؤهل العملي، المنصب معين)، ثم يتم اختيار عينة عشوائية من كل طبقة.على نمط محدد، مثل المؤهل العلمي.

– العينة القصدية: وهي اختيار عينة بصفة غير عشوائية بل عن طريق انتقاء عينة الدراسة من المجتمع بناءا على قصد معين كاختيار مصلحة أوق قسم ضمن المؤسسات الاقتصادية فقط.

أما بخصوص دراستنا فقمنا باختيار عينة عشوائية نمطية، ويرجع اختيار العينة العشوائية في استهداف المؤسسات داخل حيز الولاية والذي كان بصفة عشوائية (مؤسسة عمومية أو خاصة، مؤسسة خدماتية أو تجارية أو صناعية ...الخ)، وتم الاعتماد على العينة النمطية ضمن هذه المؤسسات الاقتصادية التي استهدفت بصفة عشوائية من خلال استهداف إطارات ومسؤولين ضمن المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة وكان اللجوء للعينة النمطية من أجل الوصول إلى إجابات أكثر مصداقية وبيانات ذات دقة تتناسب وموضوع الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي، حيث تم التركيز على الأفراد داخل المؤسسات الاقتصادية ذوي المعرفة والإلمام بهذه المفاهيم أو لديهم القدرة على فهمها إسقاطا على مركزهم الوظيفي، وعليه وزعت الإستبانة على كل من يشغل وظائف قيادية في المؤسسة على مستوى الإدارة العليا ورؤساء مصالح وأقسام، وذلك للارتباط الوثيق بين موضوع البحث وكذلك لما هو متوقع أن يكون لديهم مستوى تعليمي عالي يسهل الاتصال بينهم وبين الباحث، وتم توزيع 150 استبانة في المؤسسات المعنية، وتم استرجاع 107 استبيان قابل للدراسة أي بنسبة 71%.

حيث تم اختيار حجم العينة المدروسة ضمن مجموعة من المؤسسات الاقتصادية التي تنشط في مجال ولاية معسكر مع تركيز على اختلاف تصنيفات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية (مؤسسة عمومية، خاصة، خدماتية، صناعية، تجارية، مالية، صغيرة، متوسطة ...) ووقع الاختيار بطريقة عشوائية على 16 مؤسسة من بين هذه المؤسسات الاقتصادية من أجل معالجة موضوع الدراسة وهي كالتالي:

الجدول رقم (03-01): المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة

الرقم	المؤسسة	طبيعة الملكية	طبيعة النشاط
1	نفطال	عمومية	تجارية
2	سونالغاز	عمومية	خدماتية / تجارية
3	الجزائرية للمياه	عمومية	خدماتية / تجارية
4	صندوق الوطني للتوفير والاحتياط	عمومية	خدماتية / مالية
5	القرض الشعبي الوطني	عمومية	خدماتية / مالية
6	بنك الفلاحة وتنمية الريفية	عمومية	خدماتية / مالية
7	أوريدو	خاصة	خدماتية
8	جيزي	خاصة	خدماتية
9	كوندور	خاصة	صناعي / تجاري
10	مؤسسة BAG صناعة القارورات الغاز	عمومية	صناعية
11	CONSEPT SAC صناعة بلاستيكية	خاصة	صناعية
12	POLITRAVE صناعة مواد البناء	خاصة	صناعية
13	YALIDINE شركة توصيل	خاصة	خدماتية
14	POLIMA للصناعات البلاستيكية	خاصة	صناعية
15	AGRODIV للأسمدة الزراعية والمغذيات	عمومية	فلاحية/ صناعية
16	AGREMAS صناعة الحديد والصلب	خاصة	صناعية

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على تصنيف المؤسسات الاقتصادية وفق الملكية ونشاط

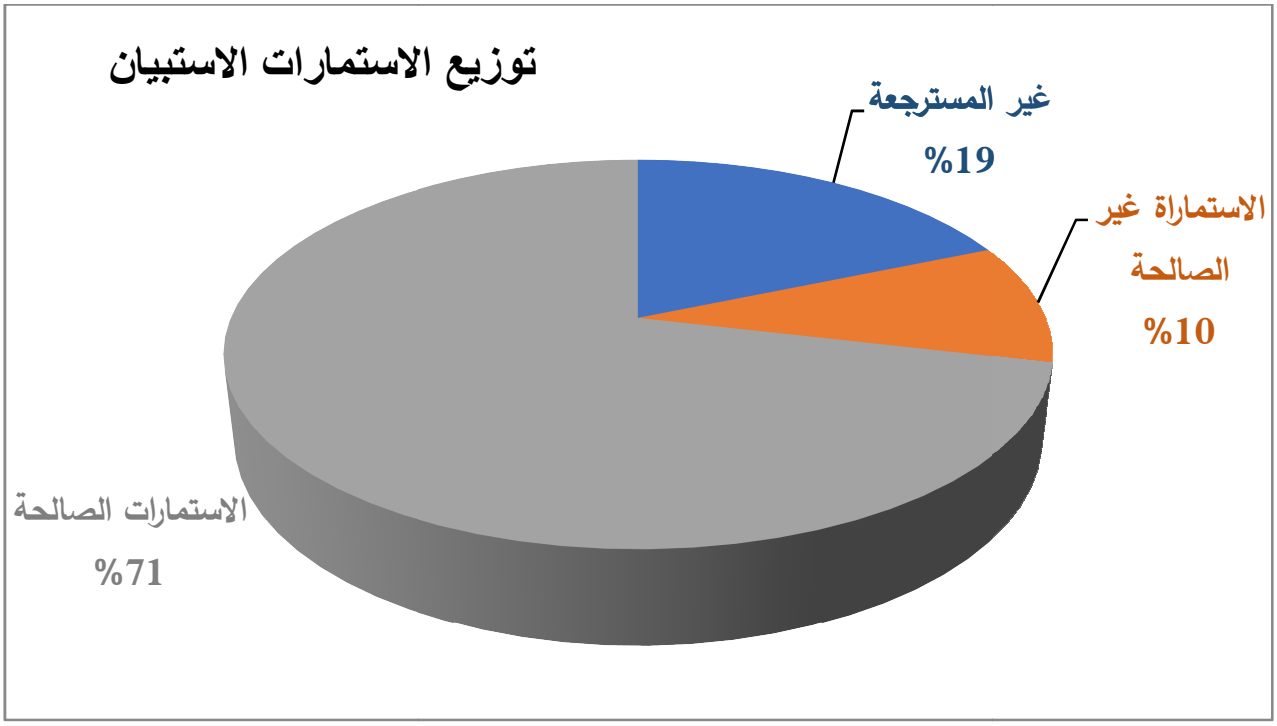
الجدول رقم (03-02): توزيع الاستمارات الخاصة بالاستبيان

نوع استمارة	الاستمارات الموزعة	المسترجعة	غير قابلة للدراسة	القابلة للدراسة
الورقية	96	81	6	75

الكترونية	54	41	9	32
المجموع	150	122	15	107

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على عملية فرز استمارات الاستبيان

الشكل رقم (03-02): مرحلة توزيع استمارات الاستبيان



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على عملية فرز استمارات الاستبيان

من الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد الاستمارات التي تم توزيعها على أفراد العينة ما بين ورقية والكترونية بلغ 150 استمارة، حيث قدرت الورقية منها ب 96 استمارة أما الالكترونية فقدرت ب 54 استمارة، حيث تم استرجاع ما مقداره 122 استمارة التي تجمع بين الاستمارات الصالحة للدراسة والملغية بمعدل 81% من القيمة الكلية الموزعة على حجم العينة ويرجع سبب إلى عدم الاسترجاع الكلي الاستمارات الالكترونية باسترجاع 41 استمارة من أصل 54 إلى كون بعض الموظفين لا يتجاوبون مع البريد الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل دوري ما قد ينسيهم الولوج للرسالة الالكترونية، وتم استرجاع 81 من أصل 96 استمارة ورقية وقد يرجع ذلك لانشغال وتركيز المستجوبين في وظائفهم، وبعد استرجاع الاستمارات تم إلغاء 15 استمارة أي ما يمثل

10% من الإجمالي الموزع نظرا لوجود أخطاء في الإجابات ونقص في بعضها الآخر، أما الاستمارات المقبولة التي وضعت محل الدراسة بلغ حجمها 107 استمارة بمعدل 71% من القيمة الإجمالية الموزعة على العينة المدروسة.

المطلب الثالث: أداة المستخدمة في الدراسة الميدانية

1. جمع بيانات الدراسة:

بعد الاطلاع على الدراسات العلمية ذات الصلة بموضوع البحث والتي لها ارتباط بأحد متغيرات الدراسة ضمن موضوع بحثنا "دور الذكاء الاقتصادي والمالي في دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية" وبناءا على طبيعة البيانات المراد جمعها، وعلى المنهج المتبع في الدراسة، قمنا بإعداد نموذج بحث فرضي من أجل ضبط أبعاد المتغيرين المستقلين والمتمثلين في الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي، والمتغير التابع المتمثل في تطوير المؤسسة الاقتصادية، وجدنا أن الأداة الأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف البحث كأداة أساسية هي الاستبيان، بالإضافة إلى اعتمادنا على المقابلة بهدف الحصول على أكبر حجم من البيانات والمعلومات التي ستساعدنا في تحليل وتفسير الإجابات على فقرات الاستبيان، كما قمنا بالاعتماد على مصادر أخرى لجمع البيانات تمثلت في المراجع العلمية الاقتصادية ذات الارتباط بمتغيرات الدراسة: الذكاء الاقتصادي، الذكاء المالي، وتطوير المؤسسة الاقتصادية، من أجل صياغة مجموعة واسعة من الفقرات والمرتبطة بما تم التطرق له في الجانب النظري من الدراسة، مع مراعاة الإشكالية الرئيسية والفروض المطروحة، وبناءا على هذا تم صياغة الفقرات المتعلقة بكل محور من محاور الرئيسية للدراسة.

2. تصميم الاستبيان:

وبعد مراجعة الدراسات السابقة والخاصة بالدراسات الميدانية بشكل محدد، وبالاعتماد على ما جاء في النظري للدراسة، قمنا بتصميم الاستبيان وتم تقسيمه على قسمين أحدهما للمعلومات الشخصية العامة وبيانات عامة حول المؤسسة محل الدراسة.

– **محور البيانات الديموغرافية:** البيانات الديموغرافية والمتمثلة في: نوع الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي.

أما القسم الثاني فيتناول محاور الدراسة الأساسية المتعلقة بمتغيرات الدراسة (الذكاء الاقتصادي والمالي وتطوير المؤسسة الاقتصادية)، وتم تقسيمه على ثلاثة محاور أساسية بمجموع 49 فقرة، وكان الاستبيان يضم ثلاثة متغيرات، متغيرين مستقلين: (الذكاء الاقتصادي، الذكاء المالي)، وآخر تابع (تطوير المؤسسة الاقتصادية) وعليه كانت محاور الاستبيان كما يلي:

1. المحور الأول: يتعلق بالمتغير المستقل الأول " الذكاء الاقتصادي" يتضمن هذا المحور 21 فقرة مقسمة على أبعاد الذكاء الاقتصادي والمتمثلة في الآتي:

- **البعد الأول اليقظة الاستراتيجية:** تعتبر أهم عنصر في الذكاء الاقتصادي حيث تضمن هذا البعد 07 فقرات من فقرات المحور الأول الذكاء الاقتصادي.

- **البعد الثاني حماية وأمن المعلومة:** تضمن 07 فقرات من فقرات الدراسة المتعلقة بالمحور الأول الذكاء الاقتصادي.

- **البعد الثالث التأثير:** تضمن 07 فقرات من فقرات الدراسة المتعلقة بالمحور الأول الذكاء الاقتصادي.

2. المحور الثاني: يتعلق بالمتغير المستقل الثاني " الذكاء المالي" يتضمن هذا المحور 21 فقرة مقسمة على أبعاد الذكاء المالي، حيث تم صياغة هذه الأبعاد تماشيا مع الجانب النظري و بناءا على العناصر الأساسية التي يعتمد عليها الذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية، حيث كانت أبعاد الذكاء المالي كالتالي:

- **البعد الأول التحليل المالي وتقييم الأداء المالي:** تضمن هذا البعد 07 فقرات من فقرات المحور الثاني الذكاء المالي.

- **البعد الثاني إدارة المخاطر المالية واتخاذ القرار المالي:** تضمن هذا البعد 07 فقرات من المحور الثاني الذكاء المالي.

- **البعد الثالث الابتكار المالي:** تضمن هذا البعد 07 فقرات من فقرات المحور الثاني الذكاء المالي.

3. المحور الثالث: هذا المحور يرتبط بالمتغير التابع " تطوير المؤسسة الاقتصادية"، حيث لم يتضمن هذا المحور على أبعاد وإنما تضمن على 07 فقرات مبنية على أسس من شأنها المساهمة في تطوير المؤسسة

مثل: خلق الميزة التنافسية، تحسين جودة الأداء المالي، اتخاذ القرار، الابتكار.

جدول رقم (03-03): توضيح المحاور الرئيسية للاستبيان

متغيرات الدراسة	عدد المتغيرات	محور الدراسة	اسم المحور	عدد الفقرات
المتغير المستقل	المتغير المستقل الأول	المحور الأول	الذكاء الاقتصادي	21
	المتغير المستقل الثاني	المحور الثاني	الذكاء المالي	21
المتغير التابع	المتغير التابع	المحور الثالث	تطوير المؤسسة الاقتصادية	07

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان

كما تجدر الإشارة أننا اعتمدنا مقياس ليكرت الخماسي كأداة للدراسة وتحليل الاستبيان، نظرا لكونه المقياس الأكثر تعبيرا عن أراء المبحوثين والأكثر سهولة من حيث الفهم، كما أنه يعبر بدقة عن درجة موافقة المبحوث عن العبارات المقدمة، وقد استخدمنا الشكل المغلق في الإجابات حيث تحتوي على خمس إجابات مرتبة من 1 إلى 5 على النحو التالي:

- غير موافق بشدة: 1، غير موافق: 2، محايد: 3، موافق: 4، موافق بشدة: 5.

الجدول رقم (03-04): سلم ليكرت الخماسي

الاستجابات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
وزن الاستجابة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على المعلومات السابقة

وبناءا على الجدول رقم (03-04) وجب تحديد المجال الذي تنتمي إليه الإجابات المحصلة، ولتحديد طول كل بعد من أبعاد مقياس ليكرت الخماسي المستخدمة في محوري الدراسة، تم تقسيم مدى الدرجة (5-1= 4) على أبعاد المقياس الخمسة للحصول على طول أي (5/4= 0.80)، كما هو موضح:

- **حساب المدى:** الحد الأعلى للوزن – الحد الأدنى للوزن.

المدى = 5 - 1 = **4**.

- **حساب طول الفئة:** طول الفئة = المدى / عدد الأوزان

طول الفئة = 4 / 5 = **0.8**

وبعد إضافة هذه القيمة (0.8) إلى أقل قيمة في المقياس، وهي الواحد. نجد مدى كل بعد كما يلي:

- غير موافق بشدة: المتوسط ينتمي إلى المجال[1.00 – 1.80]
- غير موافق: المتوسط ينتمي إلى المجال[1.81 – 2.60]
- محايد : المتوسط ينتمي إلى المجال[2.61 – 3.40]
- موافق : المتوسط ينتمي إلى المجال[3.41 – 4.20]
- موافق بشدة: المتوسط ينتمي إلى المجال [4.21 – 5.00]

الجدول رقم (03 -05): طول الفئة لاستجابات أفراد عينة الدراسة

الاستجابات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
طول الفئة	[1-1.8]	[1.81-2.6]	[2.61-3.4]	[3.41-4.2]	[4.21-5]

المصدر: من إعداد الطالب استنادا إلى الجدول رقم (03-04).

المبحث الثاني: التحليل الوصفي لبيانات الاستبيان:

سنتطرق في هذا العنصر إلى اختبار صدق وثبات الإستبانة وإلى التحليل الوصفي لخصائص العينة المدروسة ومتغيرات الدراسة.

المطلب الأول: اختبار صدق وثبات الإستبانة:

1. صدق وثبات الأداة:

إن ضمان نتائج متقاربة عند القيام بعملية توزيع الاستبيان يوجب التأكد من مدى صدق كافة فقرات الاستبيان ومدى تمثيلها لمجتمع الدراسة ومن ثم يمكن تحليل وتفسير نتائج الدراسة.

ويقصد بصدق الأداة قدرة الاستبيان على قياس المتغيرات التي وضعت لقياسها، وعل هذا الأساس تم عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة لتحكيمه، واعتمدنا على اختبارات الاتساق الداخلي والبنائي واختبار الثبات.

1.1. صدق المحكمين:

تم اختبار صدق الأداة باستخدام صدق المحكمين حيث تم عرض استبيان التحكيم على مجموعة من أساتذة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة معسكر لتقرير مدى مناسبة وصلاحية الفقرات الواردة بكل محور ومدى اتساقها مع محتويات كل مجال وتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله مع وضوح الصياغة وبعد مراجعة الأستاذ المشرف، فقد تم إجراء التعديلات التي اقترحها المحكمون بالحذف أو التعديل أو الإضافة حيث أصبحت الأداة صالحة للتطبيق الميداني.

2.1. ثبات وصدق الاستبيان (ألفا كرونباخ):

إن دراسة ثبات الاستبيان، هو الثبات والاستقرار في النتائج وعدم تغيرها بشكل واضح حتى ولو تم إعادة تطبيقها على نفس أفراد العينة المدروسة عدة مرات وفي ظل الظروف والشروط السابقة خلال فترة زمنية معينة، كما تعتبر أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان صالحة لإجراء الدراسة إذا كانت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ تفوق 0.60.

وتم اختبار درجة الثبات وصدق العبارات كل محور من محاور الاستبيان من خلال ألفا-كرونباخ والنتائج مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-06): نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

عدد الفقرات	المحور	أبعاد المحاور	البيان	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق لكل محور
21 فقرة	المحور الأول		الذكاء الاقتصادي	0.950	0.975
07 فقرات		البعد الأول	اليقظة الاستراتيجية	0.878	-
07 فقرات		البعد الثاني	حماية وأمن المعلومة	0.893	-
07 فقرات		البعد الثالث	التأثير	0.840	-
21 فقرة	المحور الثاني		الذكاء المالي	0.937	0.968
07 فقرات		البعد الأول	التحليل المالي وتقييم الأداء المالي	0.869	-
07 فقرات		البعد الثاني	إدارة المخاطر المالية واتخاذ القرار المالي	0.817	-
07 فقرات		البعد الثالث	الابتكار المالي	0.863	-

07 فقرات	**المحور ككل**	**تطوير المؤسسة الاقتصادية**	**0.885**	**0.941**
49 فقرة	**قيمة الثبات لكل فقرات الاستبيان**		**0.974**	**0.987**

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (03-06) والملاحق رقم (03،04،05) نلاحظ ثبات الاستبيان، حيث تراوحت قيمة معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان بين (0.885 و0.974)، وهذا يدل على وجود ثبات قوي ومقبول، حيث تحصل المحور الأول (الذكاء الاقتصادي) على اكبر قيمة لمعامل ألفا كرونباخ والتي تقدر بـ (0.950) وهي أكبر من (0.6) وهذا يدل على وجود ثبات قوي ومقبول، بينما تحصل المحور الثاني (الذكاء المالي) على قيمة كبيرة لمعامل ألفا كرونباخ والتي قدرت بـ (0.937) وهي أكبر من (0.6) والتي تدل أيضا على وجود ثبات قوي ومقبول، كما تحصل المحور الثالث على قيمة (0.885) بينما بلغ الثبات الكلي للاستبيان (0.974) والتي تدل على وجود ثبات قوي ومقبول مما يؤكد على أن الاستبيان يقيس ما وضع لقياسه، أما بالنسبة لثبات الأبعاد الخاصة بالمحور الأول والثاني فكان لها ثبات قوي ومقبول وهي كالتالي:

- معامل الثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الأول: بعد اليقظة الاستراتيجية (0.878)، بعد حماية وأمن المعلومة(0.893)، بعد التأثير(0.840).

- معامل الثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الثاني: بعد التحليل المالي وتقييم الأداء المالي(0.869)، بعد إدارة المخاطر المالية واتخاذ القرار المالي(0.817)، بعد الابتكار المالي (0.863).

ونلاحظ كذلك أن معامل صدق (الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ) عالي لمحاور الاستبيان، حيث يتراوح بين (0.941 و0.975)، فيما بلغ صدق الإجمالي للاستبيان (0.987)، ما يدل على صدق مختلف بياناته.

3.1. اختبار التوزيع الطبيعي لمحوري الاستبيان:

قبل حساب الاتساق الداخلي قمنا باختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، وذلك باستخدام اختبار كولموغوروف– سميرنوف(TEST DE KOLMOGOROV-SMIRNOV) وكانت نتائج هذا الاختبار كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03–07): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي (K-S)

رقم	عنوان المحور	عدد الفقرات	اختبار (K-S)	SIG
1	الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية	21	0.172	0.060
2	الذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية	21	0.141	0.007
3	تطوير المؤسسة الاقتصادية	07	0.182	0.005

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03–07) والملحق رقم (06) أن نتيجة اختبار كولموغوروف– سميرنوف يظهر أن القيمة الاحتمالية (SIG)، اكبر من (0.05) لمحاور الدراسة، مما يدل على أن البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي، مما يؤدي إلى حساب الاتساق الداخلي، والصدق البنائي، باستخدام معامل الارتباط بيرسون، واختبار الفرضيات باستخدام الاختبارات المعلمية.

4.1. صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان:

1.4.1. صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول " الذكاء الاقتصادي":

يوضح الجدول الآتي معاملات الارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات المحور الأول الذكاء الاقتصادي والمعدل الكلي لفقراته.

الجدول رقم (03–08): الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول الذكاء الاقتصادي

الرقم	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية

		بيرسون	(sig)
1	المؤسسة تراقب المحيط الخارجي باستمرار لكشف الفرص والتهديدات	0.678	0.000
2	تقوم المؤسسة بدراسة السوق لرسم استراتيجيات جديدة ومستقبلية.	0.748	0.000
3	اليقظة الإستراتيجية داخل مؤسستكم هي عنصر أساسي لاتخاذ القرار	0.675	0.000
4	تساعد اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية ورفع الأداء.	0.724	0.000
5	اليقظة الإستراتيجية تمكن من معرفة نقاط القوة والضعف التنافسية	0.738	0.000
6	استخدام أدوات فعالة لاستغلال المعلومات في المعرفة إستراتيجية	0.765	0.000
7	اليقظة الإستراتيجية تسمح بوضع خطط مستقبلية تعزز أداء المؤسسة	0.737	0.000
8	توفير حماية للمعلومات الإستراتيجية داخل المؤسسة	0.719	0.000
9	تكوين الموظفين وتوعيتهم حول أهمية أمن المعلومات وحمايتها	0.741	0.000
10	امتلاك المؤسسة لحماية قوية (أنظمة حماية تكنولوجية، اعتماد كلمة سر للبرامج والأجهزة...)	0.750	0.000
11	توفير التأمين اللازم للبيانات والشبكة الداخلية من خلال الأمن التقني (التحكم في الوصول للشبكة، نسخ والحفظ الاحتياطي...)	0.695	0.000
12	إجراء فحوصات دورية لأمان المعلومة وتحسين أنظمتها وتحديثها	0.759	0.000
13	تقييم الخطر الناتج عن اختراق أو تسرب المعلومة وتحوط ضده	0.712	0.000
14	امتلاك طرق خاصة للوصول إلى المعلومات الإستراتجية	0.758	0.000
15	المؤسسة تقيم علاقات مع مؤسسات وأصحاب المصالح في محيطها	0.664	0.000

16	تعمل المؤسسة على تعزيز تنافسيتها بالتأثير في بيئتها المحيطة	0.621	0.000
17	تقوم المؤسسة بحملات إعلامية تهدف لتحقيق أهدافها	0.738	0.000
18	تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة في البيئة الخارجية بخلق الميزة التنافسية (طرح المنتجات وخدمات مبتكرة في السوق).	0.777	0.000
19	لدى المؤسسة امتيازات تجعلها سبّاقة عن المؤسسات في نفس النشاط.	0.612	0.000
20	تستغل المؤسسة التكنولوجيا الحديثة ومنصات تواصل أو تطبيقات في التأثير على سلوك وتوجه المستهلك، وتحقيق أهدافها.	0.548	0.000
21	المؤسسة تستغل الفرص المتاحة وتحد من التهديدات لتأثير في الأداء	0.704	0.000

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (03-08) وبناءا على الملحق رقم (07) نلاحظ بأن معامل الارتباط بيرسون تتراوح قيمته ما بين (0.548 و0.777)، وهذا يدل على وجود ارتباط طردي متوسط إلى قوي، حيث تحصلت الفقرة رقم 20 (تستغل المؤسسة التكنولوجيا الحديثة ومنصات تواصل أو تطبيقات في التأثير على سلوك وتوجه المستهلك، وتحقيق أهدافها) على أدنى قيمة ارتباط والتي قدرت بـ (0.548) والتي تدل على وجود ارتباط طردي متوسط بالمجموع الكلي للمحور، بينما تحصلت الفقرة رقم 18(تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة في البيئة الخارجية بخلق الميزة التنافسية (طرح المنتجات وخدمات مبتكرة في السوق)) على أكبر قيمة ارتباط والتي بلغت (0.777) وهذا يدل على وجود ارتباط طردي قوي بالمجموع الكلى للمحور، ونلاحظ كذلك بأن مستوى المعنوية (sig) لكل فقرات المحاور يساوى (0.000)، أي أن الفقرات دالة إحصائيا عند مستوي المعنوية 0.05 (5%) وهذا يدل على أن فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

2.4.1. صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني " الذكاء المالي":

يوضح الآتي معاملات الارتباط بيرسون، بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني خاص بالذكاء المالي والمعدل الكلي لفقراته.

الجدول رقم (03-09): الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني الخاص بالذكاء الذكاء المالي

الرقم	الفقرات	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية (sig)
1	المؤسسة تقوم بتقييم أداءها المالي بصفة دورية.	0.658	0.000
2	المؤسسة تستخدم مؤشرات مالية دقيقة في قياس ربحية الأنشطة المختلفة.	0.752	0.000
3	المؤسسة تقوم بتحليل البيانات المالية لدعم التخطيط المستقبلي واتخاذ القرارات إستراتيجية لتحقيق أهدافها.	0.777	0.000
4	تقارن المؤسسة أداءها المالي بأداء المؤسسات المنافسة.	0.626	0.000
5	يساهم التحليل المالي في تحديد نقاط القوة والضعف في المؤسسة.	0.640	0.000
6	السعي لتحليل الإيرادات والتكاليف بشكل منتظم لاكتشاف الانحرافات.	0.714	0.000
7	المؤسسة تقارن بين الأداء المالي الفعلي والمخطط لتحديد الفجوات.	0.638	0.000
8	القدرة والاستجابة السريعة للمؤسسة في التعامل مع الأزمات المالية	0.669	0.000
9	رسم خطط إستراتيجية للحد من المخاطر المالية وتحسين دقة التنبؤات المالية في المؤسسة.	0.584	0.000
10	يساهم الذكاء المالي في تقليل الخسائر المالية.	0.646	0.000
11	اتخاذ قرارات مالية مبنية على بيانات دقيقة وخالية من عدم	0.727	0.000

	اليقين.		
12	ذكاء المحلل المالي وصناع القرار، يعزز من جودة وكفاءة القرارات المالية المتخذة.	0.690	0.000
13	مشاركة كل أطراف الداخلية للمؤسسة في عملية اتخاذ القرار المالي.	0.487	0.000
14	يحد الذكاء المالي من مخاطر القرارات الخاطئة.	0.628	0.000
15	المؤسسة تعتمد على تطوير أدوات تمويلية مبتكرة لخدمتها.	0.653	0.000
16	تسعى المؤسسة لتطوير منتجات مالية جديدة تناسب تغيرات السوق.	0.726	0.000
17	البحث عن شراكات مالية مع جهات خارجية لتعزيز الابتكار المالي.	0.728	0.000
18	المؤسسة تقوم بتقييم أثر الابتكارات المالية على أداءها بشكل عام.	0.692	0.000
19	تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتعزيز الإبداع والابتكار.	0.670	0.000
20	المؤسسة تسعى لخلق الميزة التنافسية انطلاقا من الابتكار المالي.	0.718	0.000
21	اعتماد المؤسسة على أدوات تمويل مبتكرة لخلق قيمة مضافة وتحقيق استقرار مالي.	0.642	0.000

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (03-09) وبناءا على الملحق رقم (08) نلاحظ بأن معامل الارتباط بيرسون تتراوح قيمته ما بين (0.487 و0.777) وهذا يدل على وجود ارتباط طردي متوسط إلى قوي، حيث تحصلت الفقرة رقم13(مشاركة كل أطراف الداخلية للمؤسسة في عملية اتخاذ القرار المالي) على أدنى قيمة ارتباط والتي قدرت بـ (0.487) والتي تدل على وجود ارتباط طردي متوسط بالمجموع الكلي للمحور، بينما تحصلت الفقرة رقم 3 (المؤسسة تقوم بتحليل البيانات المالية لدعم التخطيط المستقبلي واتخاذ القرارات إستراتيجية لتحقيق

أهدافها) على أكبر قيمة ارتباط والتي قدرت بـ (0.777) هذا يدل على وجود ارتباط طردي قوي بين الفقرة والمجموع الكلى للمحور نلاحظ كذلك بأن مستوى المعنوية (sig) لكل عبارات الفقرة يساوى (0.000)، أي أن العبارات دالة إحصائيا عند مستوي المعنوية 0.05 (5%)، وهذا يدل على أن فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

3.4.1. صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث تطوير المؤسسة الاقتصادية:

يوضح الجدول الآتي معاملات الارتباط بيرسون، بين كل فقرة من فقرات المحور الثالث الخاص بتطوير المؤسسة الاقتصادية، والمعدل الكلى لفقراته.

الجدول رقم (03-10): الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث الخاص بتطوير المؤسسة الاقتصادية

الرقم	الفقرات	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية (sig)
1	تسعى المؤسسة باستمرار إلى تحسين الجودة، وابتكار منتجات وخدمات جديدة للاستجابة ديناميكية للسوق،وخلق القيمة والتميز.	**0.688**	**0.000**
2	المؤسسة تقوم بتعزيز الميزة التنافسية بناءا على قرارات مالية واستراتيجيات فعالة مبنية على بيانات ومعلومات دقيقة.	**0.787**	**0.000**
3	المؤسسة تركز على تحليل مالي دقيق لتقييم وتحسين كفاءة الأداء المالي، لاتخاذ قرار استراتيجي يدعم التطوير المستدام.	**0.821**	**0.000**
4	المؤسسة تعمل لتطوير مهارات موظفيها وتدريبهم لدعم الابتكار والتطوير المستمر ورفع الكفاءة التشغيلية لمواكبة التغيرات الاقتصادية	**0.882**	**0.000**
5	وجود بيئة تكنولوجية ورقمية سريعة التطور(برمجيات حديثة، AI) للتكيف مع التقلبات الراهنة لتحقيق الاستدامة والنمو.	**0.601**	**0.000**
6	يسمح اتخاذ القرار المالي والاستراتيجي السليم بإنتاج قيمة	**0.737**	**0.000**

	مضافة تعزز من تنافسية المؤسسة وتدعم أهدافها على المدى الطويل.		
7	تسعى المؤسسة لرفع مركزها السوقي بتحديد نقاط الضعف والتهديدات ووضع خطط استباقية لإدارتها، والاستفادة من الفرص وتعزيز نقاط القوة.	**0.841**	**0.000**

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (03-10) وبناءا على الملحق رقم (09) نلاحظ بأن معامل الارتباط بيرسون تتراوح قيمته ما بين (0.601 و0.882) وهذا يدل على وجود ارتباط طردي متوسط إلى قوي، حيث تحصلت الفقرة رقم 5 (وجود بيئة تكنولوجية ورقمية سريعة التطور(برمجيات حديثة، AI) للتكيف مع التقلبات الراهنة لتحقيق الاستدامة والنمو) على أدنى قيمة ارتباط والتي قدرت بـ (0.601) والتي تدل على وجود ارتباط طردي قوي بين هذه الفقرة والمحور ككل، بينما تحصلت الفقرة رقم 4 (المؤسسة تعمل لتطوير مهارات موظفيها وتدريبهم لدعم الابتكار والتطوير المستمر ورفع الكفاءة التشغيلية لمواكبة التغيرات الاقتصادية) على أكبر قيمة ارتباط والتي قدرت بـ(0.882) وهذا يدل على وجود ارتباط طردي قوي بالمجموع الكلى للمحور، ونلاحظ كذلك بأن مستوى المعنوية (sig) لكل عبارات الفقرة يساوى (0.000)، أي أن العبارات دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.05 (5%) وهذا يدل على أن فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

4.4.1. الارتباط بين محاور الدراسة:

الجدول رقم (03-11): الارتباط بين محاور الدراسة

الرقم	عنوان المحور	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية sig
1	الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية	**0.860**	**0.000**
2	الذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية	**0.860**	**0.000**
3	تطوير المؤسسة الاقتصادية	**0.820**	**0.000**

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

من الجدول رقم (03-11) وبناءا على الملحق رقم (10) يتبين انه يوجد علاقة طردية قوية قيمتها 0.860، و0.820 بين محاور الاستبيان (الذكاء الاقتصادي، الذكاء المالي، وتطوير المؤسسة الاقتصادية) عند دلالة إحصائية 0.01.

المطلب الثاني: التحليل الوصفي لخصائص العينة:

سيتم التطرق إلى التحليل الوصفي للمعلومات الشخصية لعينة الدراسة والتي تتضمن: الجنس، العمر المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، المنصب الوظيفي، من أجل التعرف على توجهات أفراد العينة ومدى تمثيلهم لمجتمع الدراسة، وعليه سنقوم بعرض النتائج الخاصة بالتحليل الوصفي على النحو التالي:

1. توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

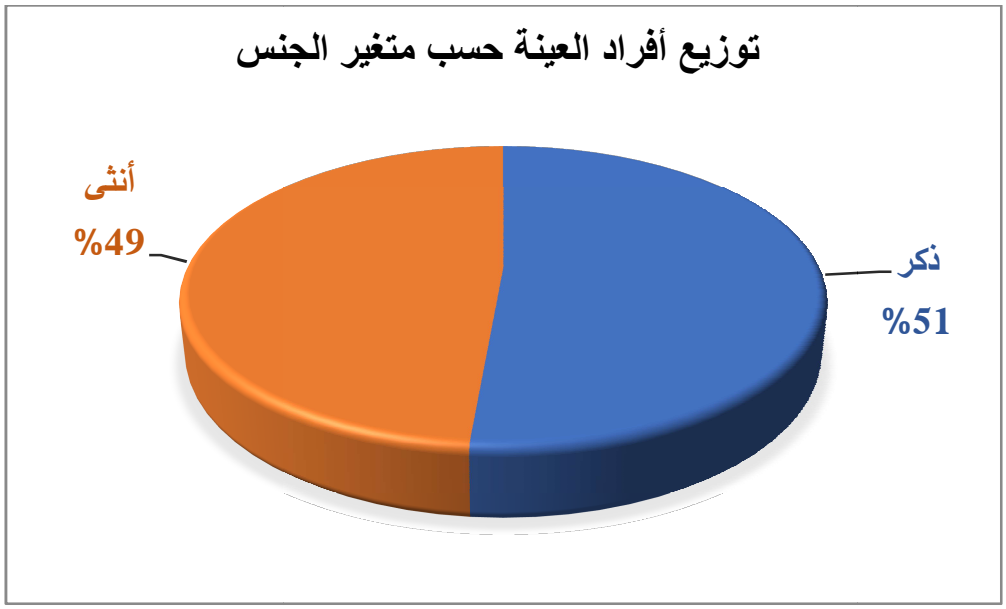
من خلال مراجعة وتحليل الاستبيانات المسترجعة القابلة للدراسة يتبين توزيع متغير الجنس وفق إجابات أفراد العينة المدروسة إلى ما سيأتي في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-12): توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المؤوية
ذكر	55	%51,4
أنثى	52	%48,6
مجموع	107	%100

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

الشكل رقم (03-03): يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بالاستناد إلى مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03-12) وشكل رقم (03-03) أن عدد الذكور في عينة الدراسة بلغ 55 فرد بنسبة (51.4%)، في حين بلغ عدد الإناث 52 فرد بنسبة (48.6%)، حيث النسبة متقاربة بين الجنسين، وذلك راجع لخصوصيات القطاع الاقتصادي الذي يستقطب كلا من الذكور والإناث بسبب استهداف الباحث للجانب الإداري للمؤسسات الاقتصادية محل الدراسة، دون الاستهداف الكلي لأفراد المؤسسات، والذي غالبية موظفيه يمثلون الذكور.

2. توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية:

بناءا على الردود المستلمة من قبل أفراد العينة المستجوبة يتبين توزيع متغير الفئة العمرية حسب الجدول التالي:

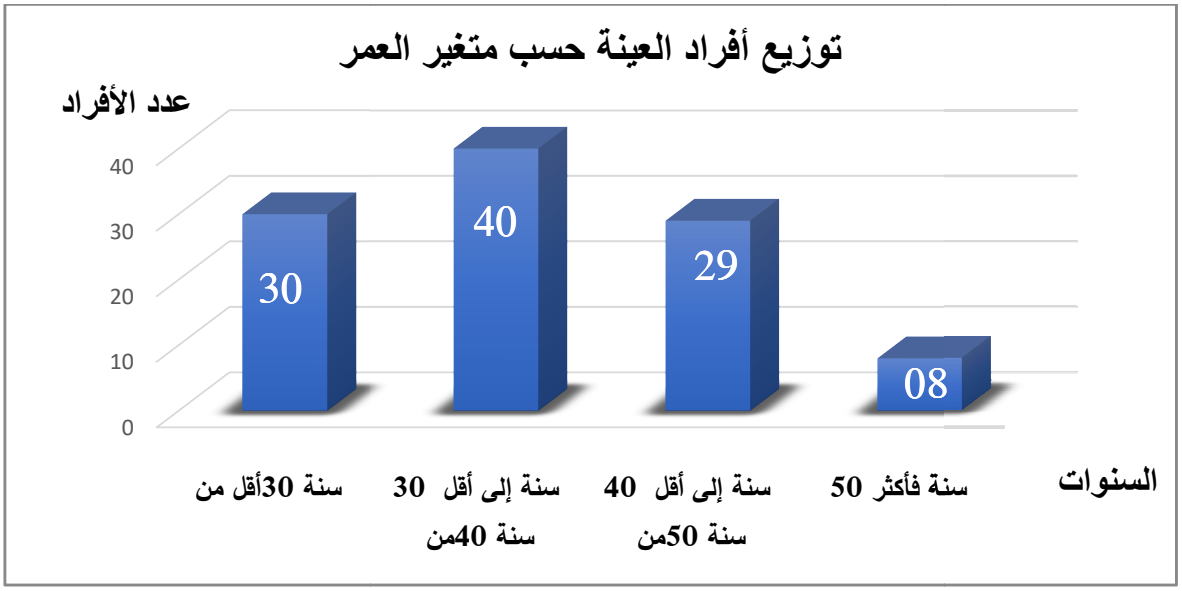
الجدول رقم (03-13): توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية

العمر	التكرار	النسبة المؤوية
أقل من 30 سنة	30	%28

30 سنة إلى أقل من 40 سنة	40	%37,4
40 سنة إلى أقل من 50 سنة	29	%27,1
50 سنة فأكثر	8	%7,5
مجموع	107	%100

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

الشكل رقم (03-04): توزيع أفراد العينة وفق متغير الفئة العمرية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (03-13) وشكل رقم (03-04) توزيع أفراد العينة حسب العمر نلاحظ أن 30 فرد من العينة هو اقل من 30 سنة و40 فرد بنسبة كبيرة مقدرة ب 37.4 % تتراوح أعمارهم ما بين 30 و40 سنة، تليها 29 فرد من العينة بنسبة 27.1 % تتراوح أعمارهم ما بين 40 و 50 سنة و في الأخير 08 أفراد سنهم اكبر من 50 سنة.

3. توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

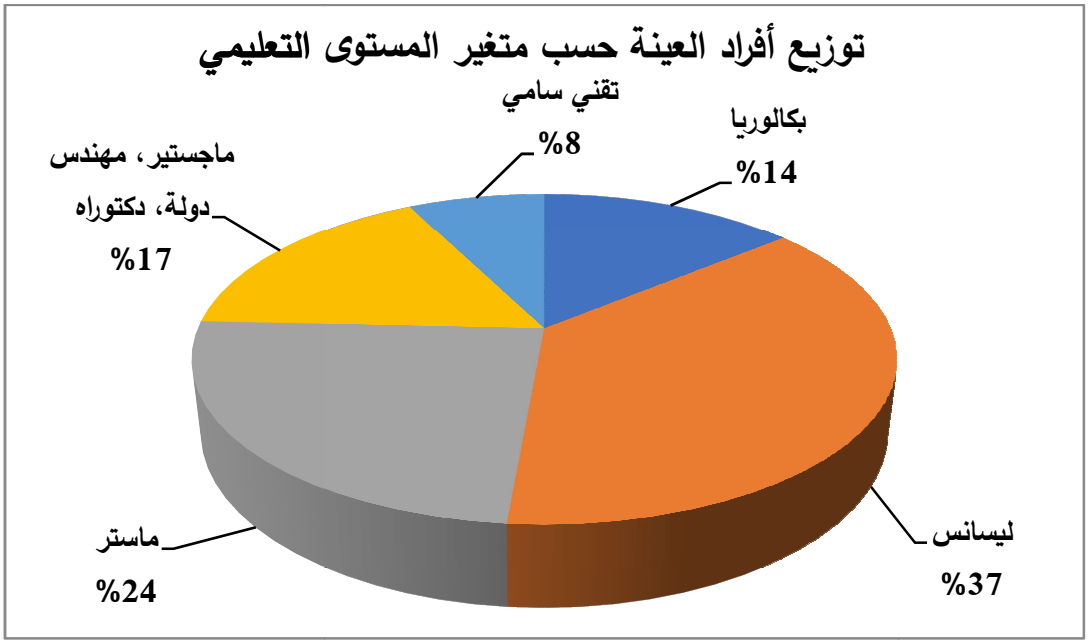
يوضح الجدول التالي توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم (03-14): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريا	15	% 14
ليسانس	40	% 37.4
ماستر	26	% 24.3
ماجستير، مهندس دولة، دكتوراه	18	% 16.8
تقني سامي	8	%07.5
أخرى	00	%00
المجموع	107	%100

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

الشكل رقم (03-05): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

نلاحظ من الجدول رقم (03-14) وشكل رقم (03-05) توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي أن المؤهل العلمي الغالب على أفراد العينة هو شهادة ليسانس ب 40 موظف بنسبة (37.4%)، ويليه شهادة ماستر حيث بلغ عدد حامليها 26 فرد بنسبة (24.3%)، أي أن أغلب أفراد العينة هم من حاملي الشهادات وبالتالي يتمتعون بكفاءات عالية، بينما بلغ عدد الأفراد الذين يحملون مؤهل العلمي (ماجستير مهندس دولة، دكتوراه) 18 من الأفراد بنسبة (16.8 %)، وهي الأقل بالنسبة لأصحاب شهادات وذلك لأن أغلب المتحصلون على شهادة الدكتوراه يتوجهون للبحث العلمي في الجامعات ومخابر البحث، تليها تقني سامي بعدد 08 أفراد بنسبة 07.5 % فقط، أما باقي المستويات فلم تكن موجودة بسب استهداف العينة ذات المستوى والمنصب العالي ضمن المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة.

4. توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة:

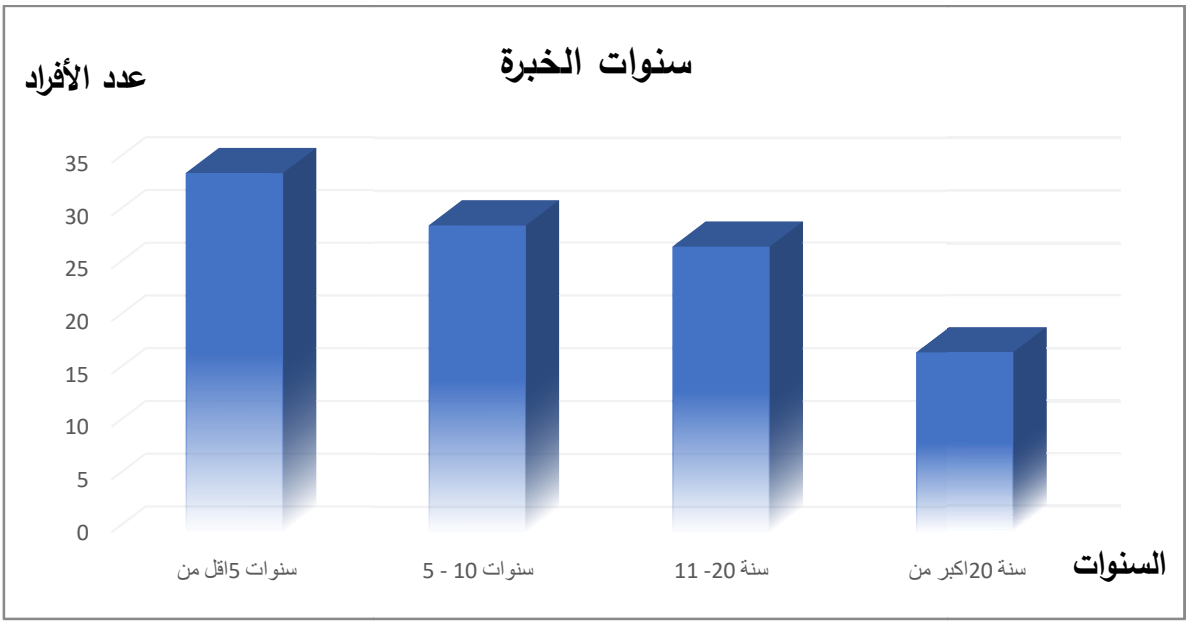
يوضح الجدول التالي توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة

الجدول رقم (03-15): توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 5 سنوات	34	%31.8
5 - 10 سنوات	29	%27.1
11 -20 سنة	27	%25.2
اكبر من 20 سنة	17	%15.9
المجموع	107	%100

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

الشكل رقم (03-06): توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (03-15) وشكل رقم (03-06) نلاحظ أن نسبة الأفراد الذين خبرتهم اقل من 05 سنوات هم الفئة الأكبر بنسبة (31.8%) ب 34 فرد، يليها الأفراد الذين تنحصر خبرتهم بين(05-10 سنة) ب 29 فرد بنسبة (27.1%)، ثم تليها فئة الأفراد الذين تنحصر خبرتهم بين (11-20 سنة) ب 27 فرد بنسبة 25.2% و في الأخير فئة التي خبرتهم اكبر من20سنة ب 17 فرد.

5. توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب الوظيفي:

يوضح الجدول التالي توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب الوظيفي

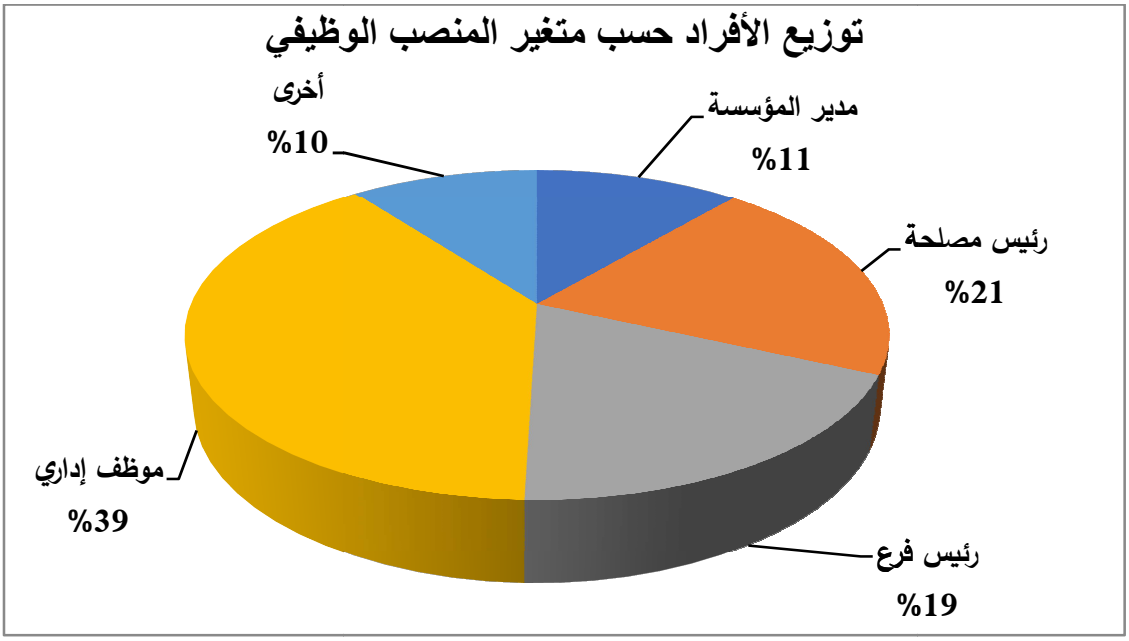
الجدول رقم (03-16): توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب الوظيفي

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
مدير المؤسسة	12	%11.2
رئيس مصلحة	22	%20.6

رئيس فرع	20	%18.7
موظف إداري	42	%39.3
أخرى	11	% 10.3
المجموع	107	% 100

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

الشكل رقم (03-07): توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب الوظيفي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول رقم (03-16) وشكل رقم (03-07) أن فئة الموظفين الإداريين هي الفئة الغالبة من أفراد العينة بنسبة 39.3% تصل 42 موظف، ثم فئة رؤساء المصالح بنسبة 20.6% وتصل إلى 22 موظف، ثم فئة رؤساء الفروع بنسبة 18.7% تصل إلى 20 موظف، وبعدها فئة مدراء المؤسسات بنسبة11.2% ما يماثل 12 موظف، وفي الأخير فئة أخرى بنسبة 10.3% بعدد موظفين يبلغ 11 موظف.

المطلب الثالث: عرض نتائج التحليل الإحصائي لمحاور الدراسة:

سنتناول في هذا المطلب عرض مختلف النتائج المتوصل إليها على إثر تفريغ الإستبانة في برنامج spss 26، حيث أن النتائج في هذا العنصر مرتبطة بكل فقرة من فقرات المحاور التي جاءت في الدراسة التي تتعلق بمتغيرين المستقلين " الذكاء الاقتصادي، الذكاء المالي"، والمتغير التابع لهما " تطوير المؤسسة الاقتصادية"، ومن خلال تحليل فقرات كل محور من محاور الاستبيان نرى مدى موافقة أفراد العينة على الفقرات المذكورة في كل محور، وقد تم الاعتماد في هذا الجانب على مختلف الأدوات الإحصائية من أجل التعرف على توجهات أفراد العينة المدروسة انطلاقا من بعض مقاييس النزعة المركزية التالية:

المتوسط الحسابي: بناءا عليه يتم التعرف على المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة ومفاضلتها.

الانحراف المعياري: يستخدم من لتحديد مدى تشتت الإجابات لأفراد عينة الدراسة، وعليه فإن كلما كانت قيمة الانحراف المعياري قريبة من الصفر كلما زاد تمركزها حول المتوسط الحسابي وقل فيها مدى التشتت.

1. نتائج التحليل الإحصائي لفقرات المحور الأول الخاص بالذكاء الاقتصادي:

المحور الأول يمثل المتغير المستقل الأول " الذكاء الاقتصادي" ويتضمن 21 فقرة، ومن أجل معرفة توجهات وأراء المستجوبين قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وجاءت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (03-17): نتائج تحليل ردود أفراد العينة للمحور الأول الخاص بالذكاء الاقتصادي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
1	المؤسسة تراقب المحيط الخارجي باستمرار لكشف الفرص والتهديدات	4.0280	0.9660	0.933
2	تقوم المؤسسة بدراسة السوق لرسم استراتيجيات جديدة ومستقبلية.	4.0187	0.9212	0.849

3	اليقظة الإستراتيجية داخل مؤسستكم هي عنصر أساسي لاتخاذ القرار	3.9346	1.0025	1.005
4	تساعد اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية ورفع الأداء.	3.9159	1.0472	1.097
5	اليقظة الإستراتيجية تمكن من معرفة نقاط القوة والضعف التنافسية	3.9813	0.8685	0.754
6	استخدام أدوات فعالة لاستغلال المعلومات في المعرفة إستراتيجية	3.7850	0.9812	0.963
7	اليقظة الإستراتيجية تسمح بوضع خطط مستقبلية تعزز أداء المؤسسة	4.0374	0.8117	0.659
8	توفير حماية للمعلومات الإستراتيجية داخل المؤسسة	4.0841	0.8491	0.738
9	تكوين الموظفين وتوعيتهم حول أهمية أمن المعلومات وحمايتها	3.9439	1.0263	1.053
10	امتلاك المؤسسة لحماية قوية (أنظمة حماية تكنولوجية، اعتماد كلمة سر للبرامج والأجهزة...)	4.000	1.0815	1.170
11	توفير التأمين اللازم للبيانات والشبكة الداخلية من خلال الأمن التقني (التحكم في الوصول للشبكة، نسخ والحفظ الاحتياطي...)	4.0467	0.8398	0.705
12	إجراء فحوصات دورية لأمان المعلومة وتحسين أنظمتها وتحديثها	3.9720	0.9660	0.933
13	تقييم الخطر الناتج عن اختراق أو تسرب المعلومة وتحوط ضده	3.9159	0.9429	0.889

14	امتلاك طرق خاصة للوصول إلى المعلومات الإستراتجية	3.7570	0.9401	0.884
15	المؤسسة تقيم علاقات مع مؤسسات وأصحاب المصالح في محيطها	4.1121	0.8279	0.685
16	تعمل المؤسسة على تعزيز تنافسيتها بالتأثير في بيئتها المحيطة	3.8785	0.9487	0.900
17	تقوم المؤسسة بحملات إعلامية تهدف لتحقيق أهدافها	3.7290	0.9959	0.992
18	تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة في البيئة الخارجية بخلق الميزة التنافسية (طرح المنتجات وخدمات مبتكرة في السوق).	4.0280	0.8950	0.801
19	لدى المؤسسة امتيازات تجعلها سبّاقة عن المؤسسات في نفس النشاط.	3.9533	0.8054	0.649
20	تستغل المؤسسة التكنولوجيا الحديثة ومنصات تواصل أو تطبيقات في التأثير على سلوك وتوجه المستهلك، وتحقيق أهدافها.	4.1308	0.8251	0.681
21	المؤسسة تستغل الفرص المتاحة وتحد من التهديدات لتأثير في الأداء	3.8411	0.9126	0.833
	المجموع العام للمحور	3.9568	0.6579	0.433

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

– من خلال الجدول رقم (03–17) والملحق رقم (12) نلاحظ أن المتوسط الحسابي لفقرات المحور الأول تنحصر بين (3.7290 و4.1308)، الذي يفسر بأن درجة الموافقة لفقرات المحور الأول هي "موافق" ، حيث احتلت الفقرة رقم 20 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.1308) وانحراف معياري (0.8251)، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على استغلال المؤسسة للتكنولوجيا الحديثة ومنصات تواصل أو

تطبيقات في التأثير على سلوك وتوجه المستهلك، وتحقيق أهدافها، في حين بلغ معامل الاختلاف (68.10%) الذي يدل على وجود بعض اختلاف بين إجابات أفراد العينة، وجاءت الفقرة رقم 15 في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.1121)، وانحراف معياري (0.8279) هذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن المؤسسة تقيم علاقات مع مؤسسات وأصحاب المصالح في محيطها، في حين بلغ معامل الاختلاف (68.5%)، يدل على وجود بعض الاختلاف بين إجابات أفراد العينة.

– أما الفقرة رقم 8 فجاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (4.0841)، وانحراف معياري (0.8491)، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على توفير حماية للمعلومات الإستراتيجية داخل المؤسسة، في حين بلغ معامل الاختلاف (73.8%)، وهذا يدل على وجود بعض الاختلاف بين إجابات أفراد العينة.

– واحتلت الفقرة رقم 11 المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (4.0467)، وانحراف معياري (0.8398)، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على توفير التأمين اللازم للبيانات والشبكة الداخلية من خلال الأمن التقني (التحكم في الوصول للشبكة، نسخ والحفظ الاحتياطي...).، بينما احتلت العبارة رقم 7 المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ (4.0374)، وانحراف معياري (0.8117)، هذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على اليقظة الإستراتيجية التي تسمح بوضع خطط مستقبلية تعزز أداء المؤسسة.

– وجاءت الفقرتين رقم 1 و رقم 18 في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ (4.0280)، وانحراف معياري (0.9660) و(0.8950) على التوالي، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن المؤسسة تراقب المحيط الخارجي باستمرار لكشف الفرص والتهديدات و تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة في البيئة الخارجية بخلق الميزة التنافسية (طرح المنتجات وخدمات مبتكرة في السوق).

– وبصفة عامة فإن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المحور الأول بلغ (3.9568) أي أن الاتجاه العام لأراء أفراد عينة الدراسة كان يتجه نحو الموافقة بما أن المتوسط الحسابي الخاص بالمحور كان ضمن مجال الفئة للاستجابات بين (3.41–4.2)، وانحراف معياري (0.6579)، الذي يدل على أن أفراد عينة الدراسة في حالة تأكد أن المؤسسات الاقتصادية تستخدم و تستغل التكنولوجيا الحديثة و وتركز على الميزة التنافسية،

والابتكار...وغيرها، حيث بلغ معامل الاختلاف (43.3%) الذي يدل على وجود اختلاف ضعيف بين إجابات أفراد العينة.

2. نتائج التحليل الإحصائي لفقرات المحور الثاني الخاص بالذكاء المالي:

المحور الثاني يمثل المتغير المستقل الثاني لموضوع الدراسة " الذكاء المالي" ويتضمن 21 فقرة، ومن أجل معرفة توجهات وأراء المستجوبين قمنا كذلك بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكانت نتائجه كالتالي:

الجدول رقم (03-18): نتائج تحليل ردود أفراد العينة للمحور الثاني الخاص بالذكاء المالي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
1	المؤسسة تقوم بتقييم أداءها المالي بصفة دورية.	4.1589	0.7024	0.493
2	المؤسسة تستخدم مؤشرات مالية دقيقة في قياس ربحية الأنشطة المختلفة.	3.9159	0.8808	0.776
3	المؤسسة تقوم بتحليل البيانات المالية لدعم التخطيط المستقبلي واتخاذ القرارات إستراتيجية لتحقيق أهدافها.	3.8037	1.0410	1.084
4	تقارن المؤسسة أداءها المالي بأداء المؤسسات المنافسة.	3.6542	1.0560	1.115
5	يساهم التحليل المالي في تحديد نقاط القوة والضعف في المؤسسة.	4.0748	0.9183	0.843
6	السعي لتحليل الإيرادات والتكاليف بشكل منتظم لاكتشاف الانحرافات.	3.8879	0.8936	0.799
7	المؤسسة تقارن بين الأداء المالي الفعلي والمخطط لتحديد الفجوات.	3.9159	0.9124	0.832

8	القدرة والاستجابة السريعة للمؤسسة في التعامل مع الأزمات المالية	3.8879	0.9549	0.912
9	رسم خطط إستراتيجية للحد من المخاطر المالية وتحسين دقة التنبؤات المالية في المؤسسة.	4.000	0.7773	0.604
10	يساهم الذكاء المالي في تقليل الخسائر المالية.	4.000	0.9712	0.943
11	اتخاذ قرارات مالية مبنية على بيانات دقيقة وخالية من عدم اليقين.	3.8972	0.9899	0.980
12	ذكاء المحلل المالي وصناع القرار، يعزز من جودة وكفاءة القرارات المالية المتخذة.	3.9813	0.8465	0.717
13	مشاركة كل أطراف الداخلية للمؤسسة في عملية اتخاذ القرار المالي.	3.7196	0.9885	0.977
14	يحد الذكاء المالي من مخاطر القرارات الخاطئة.	3.8598	0.8736	0.763
15	المؤسسة تعتمد على تطوير أدوات تمويلية مبتكرة لخدمتها.	3.8879	1.0309	1.063
16	تسعى المؤسسة لتطوير منتجات مالية جديدة تناسب تغيرات السوق.	3.8879	1.0030	1.006
17	البحث عن شراكات مالية مع جهات خارجية لتعزيز الابتكار المالي.	3.8598	0.8178	0.669
18	المؤسسة تقوم بتقييم أثر الابتكارات المالية على أداءها بشكل عام.	3.8224	0.8987	0.808
19	تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتعزيز الإبداع والابتكار.	3.9346	0.8385	0.703
20	المؤسسة تسعى لخلق الميزة التنافسية انطلاقا من الابتكار	3.8131	1.0012	1.002

	المالي.			
21	اعتماد المؤسسة على أدوات تمويل مبتكرة لخلق قيمة مضافة وتحقيق استقرار مالي.	**3.9720**	**0.6930**	**0.480**
	المجموع العام للمحور	**3.9016**	**0.6096**	**0.372**

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (03-18) والملحق رقم (13) نلاحظ أن المتوسط الحسابي لفقرات المحور الثاني تنحصر بين (3.6542و4.1589)، الذي يفسر بأن درجة الموافقة لفقرات المحور الأول موافق، حيث احتلت الفقرة رقم 1المرتبة الأولي بمتوسط حسابي بلغ (4.1589)، وانحراف معياري (0.7024)، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن المؤسسة تقوم بتقييم أداءها المالي بصفة دورية، في حين بلغ معامل الاختلاف (49.3%)، يدل على وجود اختلاف ضعيف بين إجابات أفراد العينة. وجاءت الفقرة رقم 5 في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.0748)، وانحراف معياري (0.9183)، هذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن التحليل المالي يساهم في تحديد نقاط القوة والضعف في المؤسسة، في حين بلغ معامل الاختلاف (84.3%)، يدل على وجود بعض الاختلاف بين إجابات أفراد العينة.

أما الفقرة رقم 9 و 10 فجاءتا في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (4.000)، وانحراف معياري (0.7773) (0.9712)، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون عل رسم خطط إستراتيجية للحد من المخاطر المالية وتحسين دقة التنبؤات المالية في المؤسسة و يساهم الذكاء المالي في تقليل الخسائر المالية ، في حين بلغ معامل الاختلاف (60.4%)، يدل على وجود بعض الاختلاف بين إجابات أفراد العينة.

واحتلت الفقرة رقم 12 المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3.9813)، وانحراف معياري (0.8465)، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن ذكاء المحلل المالي وصناع القرار، يعزز من جودة وكفاءة القرارات المالية المتخذة، بينما احتلت الفقرة رقم 21 المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ (3.9720)، وانحراف معياري (0.6930)، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على اعتماد المؤسسة على أدوات تمويل مبتكرة لخلق قيمة مضافة وتحقيق استقرار مالي.

وجاءت الفقرة رقم 19 في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ (3.9346)، وانحراف معياري (0.8385)، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتعزيز الإبداع والابتكار.

وبصفة عامة ومن النتائج المحصل عليها فإن الاتجاه العام لأراء أفراد عينة الدراسة المتعلق بفقرات المحور الثاني "الذكاء المالي" تمشي إلى الموافقة وذلك لأنها محصورة بين مجال الفئة لاستجابات الأفراد وفق سلم ليكرت الخماسي الممثل في الجدول رقم (03-05) بين (3.41-4.2) لان المتوسط الحسابي لجميع فقرات المحور الثاني قدر ب(3.9016) وقدر الانحراف المعياري للمحور ب(0.6096)، هذا ما يدل على أن أفراد عينة الدراسة في حالة تأكد أن المؤسسة تسعى لخلق الميزة التنافسية انطلاقا من الابتكار المالي كما تعتمد على أدوات تمويل مبتكرة لخلق قيمة مضافة وتحقيق استقرار مالي حيث بلغ معامل الاختلاف (37.2%) الذي يدل على وجود اختلاف ضعيف بين إجابات أفراد العينة.

3. نتائج التحليل الإحصائي لفقرات المحور الثالث الخاص بتطوير المؤسسة الاقتصادية:

المحور الثالث يمثل المتغير التابع لموضوع الدراسة " تطوير المؤسسة الاقتصادية" ويتضمن 07 فقرة ومن أجل معرفة توجهات وأراء المستجوبين لهذا المحور قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري له وتمثلت النتائج في التالي:

الجدول رقم (03-19): نتائج تحليل ردود أفراد العينة للمحور الثالث الخاص بتطوير المؤسسة الاقتصادية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
1	تسعى المؤسسة باستمرار إلى تحسين الجودة، وابتكار منتجات وخدمات جديدة للاستجابة ديناميكية للسوق،وخلق القيمة والتميز.	4.0187	0.8793	0.773
2	المؤسسة تقوم بتعزيز الميزة التنافسية بناءا على قرارات	4.000	0.9809	0.962

	مالية واستراتيجيات فعالة مبنية على بيانات ومعلومات دقيقة.			
3	المؤسسة تركز على تحليل مالي دقيق لتقييم وتحسين كفاءة الأداء المالي، لاتخاذ قرار استراتيجي يدعم التطوير المستدام.	3.9346	1.0119	1.024
4	المؤسسة تعمل لتطوير مهارات موظفيها وتدريبهم لدعم الابتكار والتطوير المستمر ورفع الكفاءة التشغيلية لمواكبة التغيرات الاقتصادية.	3.9252	1.0701	1.145
5	وجود بيئة تكنولوجية ورقمية سريعة التطور (برمجيات حديثة، AI) للتكيف مع التقلبات الراهنة لتحقيق الاستدامة والنمو.	3.8037	0.9360	0.876
6	يسمح اتخاذ القرار المالي والاستراتيجي السليم بإنتاج قيمة مضافة تعزز من تنافسية المؤسسة وتدعم أهدافها على المدى الطويل.	3.8037	0.9560	0.914
7	تسعى المؤسسة لرفع مركزها السوقي بتحديد نقاط الضعف والتهديدات ووضع خطط استباقية لإدارتها، والاستفادة من الفرص وتعزيز نقاط القوة.	3.8879	1.1270	1.270
	المجموع العام للمحور	**3.9105**	**0.7666**	**0.588**

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (03-19) والملحق رقم (14) نلاحظ أن المتوسط الحسابي لفقرات المحور الثالث تنحصر بين (3.8037و4.0187)، الذي يفسر بأن درجة الموافقة لفقرات المحور الأول تشير إلى موافق، حيث احتلت الفقرة رقم 1 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.0187)، وانحراف معياري (0.8793)، وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن المؤسسة تسعى باستمرار إلى تحسين الجودة، وابتكار منتجات وخدمات جديدة للاستجابة ديناميكية للسوق، وخلق القيمة والتميز و وجاءت الفقرتين

رقم5 و رقم 6 في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (3.8037)، وانحراف معياري (0.9360) و (0.9560) على التوالي، هذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على وجود بيئة تكنولوجية ورقمية سريعة التطور(برمجيات حديثة، AI) للتكيف مع التقلبات الراهنة لتحقيق الاستدامة والنمو، ويسمح اتخاذ القرار المالي والاستراتيجي السليم بإنتاج قيمة مضافة تعزز من تنافسية المؤسسة وتدعم أهدافها على المدى الطويل.

وبصفة عامة ومن النتائج المتوصل إليها نرى أن الاتجاه العام لأراء أفراد عينة الدراسة المتعلق بفقرات المحور الثالث " تطوير المؤسسة الاقتصادية" يشير إلى الموافقة وذلك لأنها محصورة بين مجال الفئة لاستجابات الأفراد حسب ما جاء في الجدول رقم (03-05) الموضح لطول فئة استجابات أفراد العينة وفق سلم ليكرت الخماسي بين (3.41-4.2)، وذلك لأن المتوسط الحسابي الكلي للمحور الثالث قدر ب(3.9105) وكان الانحراف معياري الكلي للمحور مقدر ب(0.7666)، هذا ما يدل على أن أفراد عينة الدراسة في حالة تأكد أن المؤسسة تسعى باستمرار إلى تحسين الجودة كما تعمل لتطوير مهارات موظفيها وتدريبهم لدعم الابتكار والتطوير المستمر ورفع الكفاءة التشغيلية لمواكبة التغيرات الاقتصادية حيث بلغ معامل الاختلاف (37.2%) الذي يدل على وجود اختلاف ضعيف بين إجابات أفراد العينة.

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات وعرض النتائج:

من أجل الإجابة على الفرضية الرئيسية والمتمثلة في:

" يوجد علاقة تأثير بين الذكاء الاقتصادي والمالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية".

ارتأينا طرح فرضيات رئيسية أخرى بناءا على المحاور الخاصة بالدراسة، بهدف التأكد من معرفة كل متغير مستقل وأثره على التابع:

- الذكاء الاقتصادي ودوره في تطوير المؤسسة الاقتصادية.
- الذكاء المالي ودوره في تطوير المؤسسة الاقتصادية.
- الذكاء الاقتصادي والمالي ودورهما في تطوير المؤسسة الاقتصادية.

المطلب الأول: نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

وبناءا على ذلك سنتطرق إلى اختبار فرضيات الدراسة من أجل تأكيدها أو نفيها بالاعتماد على أدوات أساليب إحصائية، وتقييم معلمات النموذج وصول للإجابة على الفرضية الرئيسية للدراسة ومن ثم عرض ومناقشة النتائج المتوصل لها في الدراسة.

1. اختبار الفرضية الرئيسة الأولى:

سوف نقوم باختبار الفرضية التالية: **لا تعتمد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الذكاء الاقتصادي.**

- **الفرضية العدمية H_0:** لا تعتمد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الذكاء الاقتصادي.
- **الفرضية البديلة H_1:** تعتمد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الذكاء الاقتصادي.

ولاختبار هذه الفرضية، سوف نستخدم اختبار T دو العينة الواحدة لأجوبة أفراد عينة المحور الأول والنتائج معروضة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-20): نتائج اختبار T للفرضية الأولى

قيمة الاختبار = 3			
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t
المحور الأول	3.9568	0.6579	15.041

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

يبّين الجدول رقم (03-20) والملحق رقم (15) نتائج أجوبة أفراد العينة للمحور الأول بالنسبة للفرضية الرئيسية الأولى حول ما إذا كانت أجوبتهم محايدة فيما يتعلق باعتماد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الذكاء الاقتصادي حيث قيمة 15.041t اكبر من القيمة الجدولية 1.660 عند مستوى العينة 100 مما يعني قبول الفرضية (H_1) القائلة بأن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعتمد على الذكاء الاقتصادي.

2. اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

سوف نقوم باختبار الفرضية التالية: **لا تعتمد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الذكاء المالي.**

- **الفرضية العدمية H_0**: لا تعتمد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الذكاء المالي.
- **الفرضية البديلة H_1**: تعتمد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الذكاء المالي.

ولاختبار هذه الفرضية، سوف نستخدم اختبار T دو العينة الواحدة لأجوبة أفراد عينة المحور الثاني، والنتائج معروضة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-21): نتائج اختبار T للفرضية الثانية

قيمة الاختبار = 3			
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t
المحور الثاني	3.9016	0.6096	15.299

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

يبّين الجدول رقم (03-21) والملحق رقم (16) نتائج أجوبة أفراد العينة للمحور الثاني بالنسبة للفرضية الفرعية الثانية حول ما إذا كانت أجوبتهم محايدة فيما يتعلق باعتماد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الذكاء المالي حيث قيمة 15.299t اكبر من القيمة الجدولية 1.660 عند مستوى العينة 100 مما يعني قبول الفرضية (H_1) القائلة بأن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعتمد على الذكاء المالي.

3. اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة:

سوف نقوم باختبار الفرضية التالية: **الذكاء الاقتصادي والمالي يضمن الدعم والتطوير للمؤسسة الاقتصادية.**

الفرضية العدمية H_0: الذكاء الاقتصادي والمالي لا يضمن الدعم والتطوير للمؤسسة الاقتصادية.

الفرضية البديلة H_1: الذكاء الاقتصادي والمالي يضمن الدعم والتطوير للمؤسسة الاقتصادية.

ولاختبار هذه الفرضية، سوف نستخدم اختبار T دو العينة الواحدة لأجوبة أفراد عينة المحور الثالث والنتائج معروضة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-22): نتائج اختبار T للفرضية الثالثة

قيمة الاختبار = 3			
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t
المحور الثالث	3.9105	0.7666	12.285

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

يبّين الجدول رقم (03-22) والملحق رقم (17) نتائج أجوبة أفراد العينة للمحور الثالث بالنسبة للفرضية الرئيسية الثالثة حول ما إذا كانت أجوبتهم محايدة فيما يتعلق ما إذا كان الذكاء الاقتصادي والمالي يضمن الدعم والتطوير للمؤسسة الاقتصادية حيث قيمة 12.285t اكبر من القيمة الجدولية 1.660 عند مستوى العينة 100 مما يعني قبول الفرضية **(H_1)** القائلة بأن الذكاء الاقتصادي والمالي يضمن الدعم والتطوير للمؤسسة الاقتصادية.

المطلب الثاني: تقييم معلمات النموذج

1. المتغيرات الداخلة والمحذوفة من النموذج:

يمثل الجدول التالي المتغيرات المحتجزة من النموذج ونلاحظ انه تم إدخال المتغيرات في نموذج الانحدار وبما أن لدينا متغيرين مستقلين لذلك نقوم بتنفيذ الانحدار المتعدد.

الجدول رقم (03-23): المتغيرات الداخلة والمحذوفة من النموذج

النموذج	المتغيرات الداخلة	المتغيرات المحذوفة
1	الذكاء الاقتصادي	-
2	الذكاء المالي	-

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

2. تقييم جودة النموذج:

من أجل التحقق من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية تم اللجوء لاختبار التباين الأحادي Anova انظر للملحق رقم (19)، ومن اجل تقييم جودة النموذج، نتحقق مما إذا كان النموذج يشرح بشكل ملحوظ وأكثر تباينا من النموذج بدون متنبئ (المتغير المستقل: الذكاء الاقتصادي و الذكاء المالي)، ونتائج هذا الاختبار موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-24): تحليل ANOVA للنموذج

النموذج	مجموع المربعات	درجة ddl	متوسط المربعات	قيمة F	القيمة الاحتمالية sig
الانحدار	48.211	2	24.106	177.851	0.000
القيمة المتبقية	14.096	104	0.136		

المجموع	62.307	106			

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

من خلال الجدول رقم (03-24) وبناءا على الملحق رقم (19)، نلاحظ أن النموذج بلغت فيه قيمة الإحصاء أو القيمة F (177.851) مع قيمة احتمالية p (0.000) ما يدل على أن النموذج ككل معنوي إحصائيا عند مستوى الدلالة (0.05)،ومنه يمكن القول أن النموذج صالح إحصائيا بشكل كلي لاختبار الفرضية، ما يعني أن المتغيرات المستقلة (الذكاء الاقتصادي، الذكاء المالي) تساهم بشكل معنوي في تفسير التبيان في المتغير التابع (تطوير المؤسسة الاقتصادية).

معادلة الانحدار هي كالتالي:

$$Y= B_0 +B_1X_1+B_2X_2$$

Y: المتغير التابع أو المفسر ذو الطبيعة العشوائية (تطوير المؤسسة الاقتصادية).

X_1: متغير مستقل أو توضيحي يقاس بدون خطا أو يتم ضبطه على مستويات تحكيمية (الذكاء الاقتصادي).

X_2: متغير مستقل أو توضيحي يقاس بدون خطا أو يتم ضبطه على مستويات تحكيمية (الذكاء المالي).

B_1، B_2: معاملات الانحدار(يعني بزيادة وحدة واحدة في المتغير المستقل يزداد المتغير التابع بمقدار قيمة B_1 أو B_2).

الجدول رقم (03-25): تحليل النموذج الانحدار للفرضية الرئيسية

النموذج	المعاملات غير الموحدة		المعاملات الموحدة	قيمة t	القيمة الاحتمالية
	B	الخطأ	معامل β		
1	-0.458	0.234		-1.953	0.000
الذكاء الاقتصادي	0.331	0.107	0.284	3.109	0.002
الذكاء المالي	0.784	0.115	0.623	6.818	0.000

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

المعادلة المقدرة:

$$Y= B_0 +B_1X_1+B_2X_2$$

تطوير المؤسسة الاقتصادية= (0.458−) + 0.331 الذكاء الاقتصادي+ 0.784 الذكاء المالي

انطلاقا من الجدول رقم (03−25) وبناءا على الملحق رقم (20)، نلاحظ أن القيمة الاحتمالية لمتغيرات نموذج الانحدار اقل من 5 % فبالتالي يمكننا القول أن النموذج دال إحصائيا عند قيمة احتمالية 5 % فبالتالي يوجد علاقة تأثير بين الذكاء الاقتصادي والمالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية حيث أن معامل الانحدار β يشير أن الذكاء الاقتصادي له بعض التأثير الذي يقدر ب 0.331 على تطوير المؤسسة الذي يعني أن زيادة وحدة واحدة في متغير المستقل "الذكاء الاقتصادي" يؤدي إلى زيادة تطوير المؤسسة الاقتصادية بمقدار 0.331 وحدة مع ثبات تأثير المتغير المستقل "الذكاء المالي" على تطوير المؤسسة الاقتصادية، أي أن هناك علاقة تأثير موجبة متوسطة ومعنوية بين الذكاء الاقتصادي وتطوير المؤسسة الاقتصادية، بينما الذكاء المالي لديه تأثير قوي يقدر ب 0.784 على تطوير المؤسسة الاقتصادية، ما يعني أن زيادة وحدة واحدة في متغير المستقل "الذكاء المالي" يؤدي إلى زيادة تطوير المؤسسة الاقتصادية بمقدار 0.784 وحدة مع ثبات تأثير المتغير المستقل "الذكاء الاقتصادي" على تطوير المؤسسة الاقتصادية، وهذا ما يدل على وجود علاقة تأثير موجبة قوية ومعنوية بين الذكاء المالي وتطوير المؤسسة الاقتصادية.

ومما سبق نرى أن الذكاء المالي له تأثير نسبي واضح وقوي على تطوير المؤسسة الاقتصادية بالنسبة للذكاء الاقتصادي ما يدل على أولوية الذكاء المالي في تحريك عجلة التطوير داخل المؤسسات الاقتصادية.

وانطلاقا مما سبق نرى أن هذه النتائج تؤيد قبول الفرضية الرئيسية القائلة: "توجد علاقة تأثير بين الذكاء الاقتصادي والمالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية"، حيث يعد الذكاء المالي الركيزة الأساسية في مسار تطوير المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، نظرا لأهمية أدوات الذكاء المالي من تحليل مالي وتقييم الأداء المالي وصولا لإدارة المخاطر المالية واتخاذ القرارات المالية السليمة، كما أن للذكاء الاقتصادي تأثير مهم رغم أنه تأثير ثانوي نسبيا ضمن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وهذا أنه يساعد المؤسسة في اتخاذ القرار الاستراتيجي ويرفع من ميزتها التنافسية ويعمل على استغلال الفرص المتاحة وتعزيز نقاط القوة داخل المؤسسة، وكذلك القضاء على التهديدات ونقاط الضعف ما يضمن البيئة المثالية داعمة لتطوير المؤسسة الاقتصادية.

المطلب الثالث: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة:

1. نتائج تحليل الإحصاءات الوصفية:

– بالنسبة لتحليل الإحصاءات الوصفية للعينة المدروسة نرى أن هناك تقارب واضح بين فئة الذكور وفئة الإناث بنسب جاءت على التوالي 51% و 49%، وهذا ربما يرجع إلى استهداف الباحث إلى الوسط الإداري ضمن المؤسسات الاقتصادية وبتحديد المسؤولين والقائمين على إدارة المؤسسة، دون باقي الموظفين في المؤسسات الذين ينشطون في وظائف الإنتاجية، والصيانة، والتوزيع، والخدماتية... وغيرها، الذي غالبيتهم ذكور، أما بالنسبة للتوزيع أفراد العينة وفق العمر فكانت الفئة المسيطرة ضمن الدراسة هي الفئة العمرية ضمن مجال (30 سنة إلى 40 سنة) بمعدل 37.4% بمجموع أفراد 40 موظف وتليها الفئة العمرية ضمن مجال (أقل من 30 سنة) و(40 سنة إلى 50) بنسب متقاربة 28% و27.1%، وهذا راجع إلى أن الجانب الإداري للمؤسسات يركز على الفئة متوسطة العمر لمرونتها وامتلاكها الخبرة العلمية والخبرة العملية أيضا والقدرة على التكيف مع التغيرات والتحديثات الحاصلة في بيئتها خاصة البيئة التكنولوجية لها، أما وجود موظفين دون 30 سنة بلغ 30 فرد يعود لتمركزهم ضمن مناصب تابعة لرؤساء المصالح والفروع، أما أصحاب الخبرة والأقدمية المهنية فكان تمثيلهم ضعيف بنسبة 7.5%، حيث معظمهم كان يشغل المنصب عالي (مدير أو رئيس مصلحة)، كما تم تسجيل أعلى معدل ضمن المستوى التعليمي لحاملي شهادة ليسانس وشهادة ماستر بنسبة متتالية و61.7% وهذا راجع لتركيز المؤسسات الاقتصادية على الفئات المتعلمة، رغم وجود ضعف بالنسبة لأصحاب شهادات العليا كدكتوراه والماجستير التي مثلت بنسبة 16.8%، بسب توجه أصحاب إلى الجانب العلمي من جامعات ومخابر علمية، وبالنسبة لسنوات الخبرة فكان النصيب الأكبر يمثل الفئة التي تقل سنوات خبرتها ضمن المؤسسة الموظفة عن 5 سنوات بمعدل 31.8% بسبب توجه بعض المؤسسات لتوظيف الفئات المتعلمة والحاملة للشهادة والتي غالبها يكون حديث التخرج وقليل الخبرة المهنية حيث كان عدد الموظفين الأقل خبرة 34 موظف وهذا ما يتوافق مع حاملي شهادة ليسانس الذين قدر عددهم ب 40 موظف ضمن المؤسسات محل الدراسة، وبخصوص المنصب الوظيفي نرى أن منصب موظف إداري حظي بنسبة 39.3% عن باقي الوظائف كون أن هذا يكمل باقي المناصب (الأمانة، مساعد رئيس المصلحة، محاسب...)، ويليه منصب رئيس مصلحة بنسبة 20.6% وهذا راجع لاستهداف الباحث للمسؤولين والإطارات ضمن المؤسسات الاقتصادية.

2. نتائج ثبات وصدق الاستبيان:

وضحت نتائج ثبات وصدق الاستبيان أن قيمة معامل ألفا كرونباخ ذو ثبات عال جدا بين محاور الاستبيان التي مثلت بقيمة ما بين (0.885-0974) وبما أن أعلى قيمة حدية لمقياس مقدرة ب (0.60)، هذا يبين المستوى العالي جدا للثبات القوي والمقبول بين المحاور، حيث بلغ الثبات الكلي للاستبيان قيمة (0.974) مما يدل على أن هناك اتساق بين فقرات كل محور للاستبيان، ما يعكس وجود تصميم أكثر دقة للاستبيان يضمن تجانس وترابط بين فقرات الاستبيان وعلى هذا يمكن القول أن هذا الأخير يقيس ما وجد لقياسه، أما معامل الصدق للاستبيان فكان محصور بين (0.941-0.975) كما قدر الصدق الكلي للاستبيان ب (0.987)، وهذا ذو دلالة على صدق قوي لمختلف بيانات الاستبيان.

3. نتائج اختبار التوزيع الطبيعي:

- تم القيام باختبار التوزيع الطبيعي لمعرفة ما إذا تم تتبع التوزيع الطبيعي من دونه بالاستعانة باختبار كولموغوروف-سميرنوف وبناءا عليه لاحظنا أن القيمة الاحتمالية أكبر من (0.05) لمحاور الاستبيان وهذا يدل على إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي.

4. نتائج صدق الاتساق الداخلي للفقرات:

نلاحظ في هذا الجانب من الدراسة وجود علاقة طردية قوية بين محاور الاستبيان بمعامل ارتباط بيرسن محصور بين (0.820-0.860) عند دلال إحصائية (0.01)، أما بالنسبة لصدق الاتساق الداخلي لكل فقرة من فقرات المحور الأول "الذكاء الاقتصادي" والمعدل الكلي لفقراته فكان محصور بين (0.548-0.777) الذي يدل على وجود ارتباط طردي من متوسط إلى قوي بالمجموع الكلي للمحور، وبالنسبة لصدق الاتساق الداخلي لكل فقرة من فقرات المحور الثاني "الذكاء المالي" والمعدل الكلي لفقراته كان محصور بين (0.487-0.777) وهذا يدل على وجود ارتباط طردي من متوسط إلى قوي بالمجموع الكلي للمحور، أما صدق الاتساق الداخلي لكل فقرة من فقرات المحور الثالث "تطوير المؤسسة الاقتصادية" والمعدل الكلي لفقراته فكان محصور بين (0.601-0.882) ما يدل على وجود ارتباط طردي من متوسط إلى قوي بالمجموع الكلي للمحور، أي أن الفقرات المحاور الثالثة السابقة هي دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية (0.05) لأن مستوى المعنوية لكل الفقرات الخاص بالمحاور الثلاثة تساوي (0.000).

5. نتائج التحليل الوصفي للمحاور:

لقد لاحظنا وجود تفاوت في أراء أفراد العينة بالنسبة لمحاور الاستبيان، فالمحور الأول الخاص بالذكاء الاقتصادي سجلت فيه الفقرات المرتبطة بحماية معلومات وأملاك المؤسسة، واستعمالات الحديثة لتكنولوجيا داخلها، وكذلك رسم الخطط المستقبلية واغتنام الفرص وفق المعلومات المتاحة أكبر متوسط حسابي تراوح بين (4.000-4.1308) بانحراف معياري وصل (0.8251) ما دل على موافقة أفراد العينة بالنسبة كبيرة على تلك الفقرات، وسجلت الفقرة " تقوم المؤسسة بحملات إعلامية تهدف لتحقيق أهدافها" أقل متوسط حسابي (3.7290) وبانحراف معياري (0.9959) وهذا يدل على وجود اختلاف بسيط بين أفراد عينة الدراسة في الموافقة على الفقرة السابقة، أما المحور الثاني فقد سجل أعلى متوسط حسابي (4.1589) وانحراف معياري بلغ (0.7024) في الفقرة "المؤسسة تقوم بتقييم أدائها بصفة دورية" مما يوضح أهمية تقييم الأداء داخل المؤسسة بصفة متجددة لاتخاذ القرارات المالية السليمة، وجاء أقل متوسط حسابي مقدر ب(3.6542) وانحراف معياري بلغ (1.0560) للفقرة "المؤسسة تقارن أداءها المالي بأداء المؤسسات المنافسة" فوجود اختلاف في درجة الموافقة بين أفراد العينة في هذه الفقرة راجع لكون بعض المؤسسات لا تسمح بمشاركة والإفصاح عن قوائمها المالية ما يصعب وجود المقارنة معها كما أن هناك مؤسسات محل الدراسة لا تملك منافس مثل (مؤسسة سونالغاز ومؤسسة الجزائرية للمياه)، أما المحور الأخير الخاص بتطوير المؤسسة الاقتصادية سجلت فقرة "تسعى المؤسسة باستمرار إلى تحسين الجودة، وابتكار منتجات وخدمات جديدة للاستجابة ديناميكية للسوق، وخلق القيمة والتميز أعلى متوسط حسابي (4.0187) وانحراف معياري بلغ (0.8793) وهذا يدل على أن المؤسسة تبحث عن سبل تمكن من تحسين الجود وابتكار المنتج والخدمة الجديدة بخلق قيمة مضافة للمؤسسة وتعزيز الميزة التنافسية لها، وجاءت فقرة "يسمح اتخاذ القرار المالي والاستراتيجي السليم بإنتاج قيمة مضافة تعزز من تنافسية المؤسسة وتدعم أهدافها على المدى الطويل" بأقل متوسط حسابي (3.8037) وانحراف معياري بلغ (0.9360) وهذا تفاوت في الموافقة يفيد أن القرار المالي والاستراتيجي السليم لا يخلق القيمة المضافة والميزة التنافسية بل يحسن أيضا أداءها المالي.

6 نتائج اختبار T لفرضيات الدراسة:

ارتبطت الفرضية الأولى للدراسة بالمحور الأول والتي تقول: "لا تعتمد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الذكاء الاقتصادي" ومن خلال هذا الاختبار كانت قيمة t (15.041) أكبر من القيمة الجدولية (1.660)

وبتقسيم الفرضية إلى فرضية صفرية وأخرى بديلة نأخذ بقبول الفرضية البديلة القائلة "المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعتمد على الذكاء الاقتصادي"، أما عند اختبار الفرضية الثانية " لا تعتمد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الذكاء المالي" نلاحظ أن قيمة t (15.299) أكبر من القيمة الجدولية (1.660) وبتقسيم الفرضية إلى فرضية صفرية وأخرى بديلة نأخذ بقبول الفرضية البديلة القائلة بأن "المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعتمد على الذكاء المالي"، وفي الأخير نقوم باختبار الفرضية الثالثة "الذكاء الاقتصادي والمالي يضمن الدعم والتطوير للمؤسسة الاقتصادية" ونلاحظ أن قيمة t (12.285) أكبر من القيمة الجدولية (1.660) مما يعني قبول الفرضية البديلة القائلة بأن الذكاء الاقتصادي والمالي يضمن الدعم والتطوير للمؤسسة الاقتصادية".

7 نتائج تحليل Anova للنموذج:

أظهر تحليل التباين Anova دلالة إحصائية عالية للنموذج الانحداري، حيث بلغت قيمة F مقدار 177.851 مع قيمة احتمالية قدرت ب (p < 0.001) وهذا يعني أن النموذج إحصائي بشكل كبير، كما يشير إلى أن المتغيرات المستقلة المدرجة في النموذج تفسر قيمة مهمة من التباين في المتغير التابع بواسطة المتغيرين المستقلين، ما يعني أن النموذج ملائم للتنبؤ الفعال بالمتغير التابع.

8. تحليل نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد:

تم استخدام هذا النموذج من أجل اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة "توجد علاقة تأثير بين الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية"، وقد أظهرت النتائج وفق هذا النموذج أن القيمة الاحتمالية لمتغيرات نموذج الانحدار اقل من (0.05) فبالتالي يمكننا القول أن النموذج دال إحصائيا عند قيمة احتمالية 05 %، وعليه تم تبني نموذج انحدار خطي متعدد حيث تم اعتماد المتغير التابع فيه "تطوير المؤسسة الاقتصادية" واعتماد "الذكاء الاقتصادي" و"الذكاء المالي" كمتغيرين مستقلين تفسيريين له، وعليه فإن الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي يؤثران بشكل موجب ومعنوي على تطوير المؤسسة الاقتصادية، هذا لأن الذكاء الاقتصادي يؤثر على تطوير المؤسسة الاقتصادية بمعامل (0.331) عند دلالة احتمالية قيمتها (0.002 = p)، ما يدل على وجود تأثير إيجابي متوسط، كما يظهر الذكاء المالي تأثيرا إيجابي قوي جدا بلغ معامله (0.784) عند دلالة احتمالية قيمتها (p = 0.001) وبالتالي يتم تأييد النتائج الفرضية الرئيسية للدراسة القائلة

"توجد علاقة تأثير بين الذكاء الاقتصادي والمالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية"، مع وجود هيمنة نسبية في مدى تأثير الذكاء المالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية مقارنة مع المتغير المستقل الأول الذكاء الاقتصادي وقد يرجع تفسير ذلك إلى طبيعة القرارات المالية التي تتعلق غالبا مع الربحية والاستدامة، أما الذكاء الاقتصادي فهو مهم أيضا وربما يرجع هذا التأثير المتوسط إلى أنه غالبا ما تترجم القرارات الاستراتيجية عبر وساطة التحليل المالي والأدوات المالية، مما يجعل تأثيره النسبي غير مباشر، وفي الأخير نرى أن الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي ساهما بشكل متفاوت بينهما في دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية.

الخلاصة

لقد قمنا في هذا الفصل بتحليل ومناقشة النتائج التي توصلنا إليها بعد معرفة استجابات أفراد عينة الدراسة حول فقرات ومحاور التي تم تناولها في الاستبيان، وعليه كانت دراستنا ترتبط بمتغيرين مستقلين أولها "الذكاء الاقتصادي" والتي كان اتجاه الاستجابة للأفراد عينة الدراسة على مستواه تتجه نحو الموافقة تامة من حيث وجود تطبيقات داخل المؤسسات الاقتصادية تدل على التطبيق الفعال للذكاء الاقتصادي ما ينعكس ذلك على دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية من خلل تحسين القرارات الاستراتيجية ومراقبة المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة وخلق التنافسية للمؤسسة لضمان البقاء والاستمرارية، أما المتغير المستقل الثاني "الذكاء المالي" توضح أن اتجاه استجابات أفراد العينة فيه كان يشير إلى الموافقة وهذا إن دل فهو يدل على موافقة الموظفين على وجود تطبيقات لأسس الذكاء المالي داخل مؤسساتهم من خلال وجود إدارة مالية فعالة تعمل على إدارة المخاطر المالية ووجود تحليل مالي قوي الأمر الذي يحسن الأداء المالي للمؤسسة ويقود لاتخاذ قرارات مالية سليمة هذا الذي يدفع بعجلة تطوير المؤسسة الاقتصادية، وجاءت في الأخير الأسئلة المتعلقة بالمتغير التابع " تطوير المؤسسة الاقتصادية" والتي اتجهت نحو استجابات تشير لموافقة أفراد العينة على وجود تطوير ضمن مؤسساتهم وهذا ما ينعكس على تفسير التأثير الإيجابي للمتغيرين المستقلين الذكاء الاقتصادي والمالي بالإيجاب على مدى تطور المؤسسة الاقتصادية في ظل تطبيقهما في أفضل الظروف، وهذا ما وصلت له نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود تأثير للذكاء الاقتصادي والذكاء المالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية، مع وجود مساهمة كبيرة بتأثير نسبي قوي للذكاء المالي على دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية مقارنة بمساهمة الذكاء الاقتصادي.

الخاتمة العامة

الخاتمة:

يعتبر الذكاء الاقتصادي والمالي من أهم الأدوات الفعالة لتطوير المؤسسات الاقتصادية في ظل الواقع المعاصر الذي يتميز بحدة التقلب والمنافسة وحالة عدم اليقين، وتظهر أهمية الذكاء الاقتصادي والمالي في المؤسسة من خلال عملهم على تحقيق الأهداف الاستراتيجية والمالية، وبالتالي تقديم الدعم الضروري لها الذي يمكنها من البقاء ضمن بيئة شديدة التقلب، والمساهمة في تطوير المؤسسات الاقتصادية وضمان استمراريتها فالاستثمار في الذكاء الاقتصادي يقدم رؤية استشرافية لبيئتها ومحيطها التنافسي برصد الفرص والمخاطر بشكل استباقي وتحليل البيئة التكنولوجيا لها، كما تصبح المؤسسة من متأثر إلى مؤثر في بيئتها بدل مواكبة تغيرات فقط، وبتفعيل الذكاء المالي في ضمن المؤسسة فيتم تحقيق تكامل فعال لرؤية سابقة، ما يدفع إلى تحسين الأداء المالي للمؤسسة والسهولة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية والمالية مثل اختيار المشاريع والمفاضلة بينها وتحسين الهيكل التمويلي وابتكار حلول تمويلية، ووجود كفاء في إدارة المخاطر المالية، وبالتالي تحقيق التنمية المستدامة للمؤسسة. وعليه ركزت هذه الأطروحة على دراسة مدى تأثير الذكاء الاقتصادي والمالي في دعم المؤسسات الاقتصادية وتطويرها.

وبعد الوقوف على مختلف الجوانب النظرية والتطبيقية للدراسة خلصت الدراسة للإجابة على فرضيات الدراسة والتوصل إلى النتائج التالية:

أولا: عرض نتائج اختبار فرضيات الدراسة

1. اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

أثبتت نتائج المتحصل عليها من خلال القيام باختبار T ذو العينة الواحدة لإجابات أفراد العينة على قبول الفرضية البديلة (H_1) للفرضية الرئيسية الأولى للدراسة، والتي تنص على أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعتمد على الذكاء الاقتصادي، أما بخصوص مستوى تفعيله فقد وضحت نتائج التحليل الإحصائي لأسئلة المحور الأول موافقة أفراد العينة المستجوبة على وجود تفعيل لآلياته ضمن المؤسسات الاقتصادية، وذلك من خلال لتفعيل أبعاد الذكاء الاقتصادي ضمن تلك المؤسسات الاقتصادية، وتركيزها على بعد اليقظة الاستراتيجية الذي يمكن من تحقيق خلق القيمة والميزة التنافسية والحد من المخاطر وتحديد الفرص بشكل

استباقي.

2. اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

أثبتت نتائج المتحصل عليها من خلال القيام باختبار T ذو العينة الواحدة لإجابات أفراد العينة على قبول الفرضية البديلة (H_1) للفرضية الرئيسية الثانية للدراسة، والتي تنص على أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعتمد على الذكاء المالي، أما بخصوص مستوى تفعيله فقد وضحت نتائج التحليل الإحصائي لأسئلة المحور الثاني موافقة أفراد العينة المستجوبة على وجود تفعيل لآلياته ضمن المؤسسات الاقتصادية، وذلك من خلال وجود تحليل مالي متقدم وتطبيق آليات تعمل على تحسين الأداء المالي لها، واتخاذ قرارات مالية خالية من الأخطاء وبعيدة عن المخاطرة.

3. اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة:

أثبتت نتائج المتحصل عليها من خلال القيام باختبار T ذو العينة الواحدة لإجابات أفراد العينة على قبول الفرضية البديلة (H_1) الخاصة بالفرضية الرئيسية الثالثة للدراسة، والتي تنص على أن الذكاء الاقتصادي والمالي يضمن الدعم والتطوير للمؤسسة الاقتصادية، وبتفعيل الذكاء الاقتصادي والمالي معا نرى وجود تكامل يؤدي إلى ضمان دعم وتطوير المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بناءا على تكامل وظائف كل ذكاء منها مع الآخر.

4. اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة:

أثبتت نتائج المتحصل عليها من خلال القيام باختبار تحليل الانحدار الخطي المتعدد على إجابات أفراد العينة أن الذكاء الاقتصادي والمالي يؤثران بشكل موجب ومعنوي على تطوير المؤسسة الاقتصادية، وبالتالي تم قبول الفرضية الرئيسية الرابعة، والتي تنص على وجود علاقة تأثير بين الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية ذات دلالة إحصائية عند (0.05).

ثانيا: نتائج الدراسة

بناءا على دراستنا ومن خلال الجانب النظري الذي تم التطرق فيه لتحديد أدبيات الذكاء الاقتصادي

والمالي، ودور الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي والمالي في المؤسسة الاقتصادية، تم إسقاط أبعاد هذين الأخيرين على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ضمن الفصل التطبيقي للدراسة من خلال استبانة موجهة إلى عينة من هذه المؤسسات، وانطلاقا من فرضيات والتساؤلات الدراسة تم الوقوف على النتائج التالية:

1. نتائج الدراسة النظرية:

من الجانب النظري أكدت الدراسة على أن تفعيل أبعاد الذكاء الاقتصادي والمالي ضمن المؤسسة الاقتصادية بطريقة فعالة يدعم المؤسسات الاقتصادية ويعمل على تطويرها من خلال:

اعتماد الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية:

– إبراز دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين جودة اتخاذ القرار للمؤسسة الاقتصادية.

– تعزيز قدرة المؤسسة في المفاضلة بين البدائل المتاحة عند اتخاذ القرار.

– تفعيل أنظمة إستراتيجية قائمة على تكنولوجيا، تتميز بتطوير قدرات البرامج والأدوات المستخدمة في المؤسسات الاقتصادية مثل المعلومات الإدارية، نظم المعلومات التنفيذية.

– خلق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، يحد من التهديدات ومخاطر السوق ويعزز استغلال الفرص بشكل استباقي، ما يدفع بها نحو التطوير والاستمرارية.

– توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتعزيز التنافسية وزيادة كفاءة أداء الإداري والمؤسسي وسهولة التواصل بين العملاء والمحيط الداخلي، توفير المنتجات في وقت مستحق للزبائن بأعلى جودة.

– تحويل تركيز المؤسسة على المركز السوقي إلى رسم فرص سوقية، وذلك بتحديد الفرص التي لم تظهر بعد، والحرص على ذوق الزبون كأساس للابتكار.

– التحول المؤسسة من التابع إلى الموجه في السوق من خلال دراسة التنافسية وتحكم في المعلومات الاستراتيجية.

– اقتناص الفرص وتفادي التهديدات لخلق وتعزيز المركز السوقي والتنافسية.

– اتخاذ قرارات إستراتيجية سليمة عند تحديد الاستثمارات والبدائل.

– زيادة العوائد المالية للمؤسسة بإنتاج منتجات وتقديم خدمات حديثة ومبتكرة، تتميز بكثرة الطلب وبمعدل دوران مخزون منخفض.

اعتماد الذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية:

– تشجيع على بناء بيئة مؤسسية تدعم الابتكار انطلاقا من التخطيط المالي السليم واتخاذ القرار المالي الاستثماري في بيئة المؤسسة.

– الذكاء المالي أداة للابتكار المالي وذلك بدمج التكنولوجيا المالية ضمن المؤسسة ما يسمح باستخدام أنظمة لمراقبة الأداء المالي وتطبيق الابتكار التكنولوجي.

– دعم المؤسسة على تحليل البيانات المتوفرة والمتوقعة الخاصة بالسوق، لأجل الحصول على نتائج واقعية تساعد في اتخاذ القرارات المالية وتجنب المؤسسة المخاطر المالية قبل وقوعها.

– اعتماد المؤسسة في ظل الذكاء المالي على التحليل المالي الفعال لتحقيق أهدافها بتحديد المركز المالي والسوقي لها والائتماني.

– تحسين الأداء المالي وإدارة المخاطر المالية ضمن المؤسسة.

– رفع كفاءة وجودة القرارات المالية المتخذة.

تعزيز الابتكار عامة والابتكار المالي خاصة في المؤسسة يدعم الأداء ويعزز الميزة التنافسية.

نتائج الدراسة التطبيقية:

– أكدت النتائج أن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي حسب اختبار "كولموغوروف–سميرنوف" لوجود قيمة احتمالية أكبر من (0.05) لمحاور الاستبيان.

– وأظهرت النتائج وجود ثبات قوي بين محاور الاستبيان لمعامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (0.885–

0.974)، ما يوضح وجود ثبات واتساق بين فقرات محاور الاستبيان.

– وجود فروق في استجابات أفراد عينة الدراسة وهذا وفق المتوسطات الحسابية لمحاور الاستبيان حيث بلغت اكبر قيمة لها لتدل على وجود موافقة للمستجوبين بشكل قوي على وجود حماية للمعلومات وأملاك المؤسسة، ووجود استعمالات حديثة لتكنولوجيا في المؤسسة، رسم الخطط المستقبلية واغتنام الفرص وفق المعلومات المتاحة، المؤسسة تقوم بتقييم أداءها بصفة دورية، تسعى المؤسسة باستمرار إلى تحسين الجودة، وابتكار منتجات وخدمات جديدة للاستجابة ديناميكية للسوق، وخلق القيمة والتميز.

– وجود فروق في استجابات أفراد عينة الدراسة وهذا وفق المتوسطات الحسابية لمحاور الاستبيان حيث جاءت أصغر قيمة لها لتدل على وجود موافقة للمستجوبين دون القوية على قيام المؤسسة بحمالات إعلامية لتحقيق أهدافها، المؤسسة تقارن أداءها المالي بأداء المؤسسات المنافسة، اتخاذ القرار المالي والاستراتيجي السليم بإنتاج قيمة مضافة تعزز من تنافسية المؤسسة وتدعم أهدافها على المدى الطويل.

– بناءا على نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد تم الوصول لوجود تأثير إيجابي متوسط للذكاء الاقتصادي على تطوير المؤسسة الاقتصادية عند ثبات الذكاء المالي، بمعامل قيمته (0.331) وذات دلالة إحصائية عند (p = 0.002)، ووجود تأثير إيجابي قوي جدا للذكاء المالي على تطوير المؤسسة الاقتصادية عند ثبات الذكاء الاقتصادي، بمعامل قيمته (0.784) وذو دلالة إحصائية (p = 0.000).

– كما أسفرت الدراسة على أن الذكاء المالي له دور رئيسي وفعال في تطوير المؤسسة الاقتصادية ودعمها، على غرار الذكاء الاقتصادي الذي يعتبر داعما مهما لتطوير المؤسسة الاقتصادية لكن بدرجة أقل مقارنة بالذكاء المالي.

– المؤسسات الاقتصادية تهتم وتركز على الممارسات وقدرات الذكاء المالي لتحقيق الدعم والتطوير ضمن بيئتها كونها تهتم بالأبعاد المالية وتحليل المالي المتقدم وقاعدة للابتكارات المالية.

وجود نقص في الخبرات والكفاءات المتخصصة ضمن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التي تعنى بتطبيق أبعاد الذكاء الاقتصادي بالشكل الفعال، أو تفعيل هذه الأبعاد لكن بشكل غير كامل وهذا ما أكدته نتائج الدراسة، بعدم تطبيقه بشكل كامل وفعال في دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية الجزائرية محل الدراسة.

– بعض المؤسسات الجزائرية لا تسمح بالمشاركة والإفصاح عن المعلومات والبيانات المالية، ما يصعب الوصول لمعلوماتها خاصة للفاعلين فيها (مصلحة الضرائب، الموردين، الزبائن، الحكومة...)، خاصة وأن بعض>ها لا يملك بيئة تنافسية حتى (مؤسسة سونالغاز، المؤسسة الجزائرية للمياه).

ثالثا: التوصيات والاقتراحات:

– دعوة الجامعات والمخابر العلمية للبحث، ومؤسسات البحث والتطوير والجهات الفاعلة ضمن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي إلى عقد ندوات ومؤتمرات العلمية توضح مفهوم الذكاء المالي وأهميته في مجالات التنمية المستدامة، والاقتصاد الجزائري.

– إلزام المؤسسات الاقتصادية عبر تشريعات تكفل التطبيق الفعلي للكشف الدوري عن البيانات المالية والمعلومات الاستراتيجية، في تقارير سنوية واستخدام آليات وتكنولوجيا لتسهيل الوصول إليها من قبل الفاعلين فيها مع احترام مبدأ الشفافية والإفصاح.

– فتح تخصصات أو مقاييس تشمل الذكاء الاقتصادي والذكاء المالي على مستوى الجامعات الجزائرية بغية تكوين إطارات جامعية من شأنها تطبيق الذكاء الاقتصادي والمالي بكفاءة عالية وفعالية أكبر على مستوى التطبيقي في المؤسسات الاقتصادية.

– تشجيع التعاون القائم بين المؤسسات والجامعات ومراكز البحث في مجال الذكاء المالي والاقتصادي للاستفادة من الأبحاث العلمية والتطبيقية.

– تشجيع الحكومة والسلطات العمومية على وضع تنظيمات تسهل جمع المعلومات والبيانات المالية والاقتصادية ضمن مبدأ الشفافية.

– نقل التجارب الناجحة في تطبيق الذكاء الاقتصادي والمالي ضمن المؤسسات الاقتصادية إلى باقي المؤسسات الوطنية من خلال إقامة تربصات وتكوين لديها دون التأثير على مركزها السوقي والتنافسي.

– تشجيع الحكومة للمشاريع والمؤسسات القائمة على الذكاء الاقتصادي والمالي من خلال تقديم تسهيلات تمويلية وجبائية، تدعم تفعيلهما بشكل فعال.

– بتوظيف التكنولوجيا الحديثة (الذكاء الاصطناعي) يتم تسهيل تطبيق آليات الذكاء الاقتصادي والمالي بالشكل اللازم.

– وجوب التوجه لاقتصاد المعرفة والاقتصاد الرقمي ضمن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، كوسيلة دعم وتطوير في ظل التحديات التي تواجه مستقبل المؤسسة التي تعتمد على الأدوات التقليدية لضمان البقاء والاستمرارية.

رابعا: آفاق البحث

تفتح هذه الدراسة باب لدراسة إشكاليات أخرى لإعداد دراسات حديثة ذات آفاق جديدة مستقبلا نقترح منها:

– واقع تطبيق الذكاء المالي في المؤسسات الاقتصادية.

– الذكاء المالي كآلية لتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية.

– الذكاء المالي أداة حديثة لاتخاذ القرارات المالية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

– تبني استراتيجيات الذكاء الاقتصادي والمالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

– دور الذكاء الاقتصادي والمالي في تحقيق التنمية المستدامة داخل الجزائر.

– الذكاء الاقتصادي والابتكار المالي كمدخل للميزة التنافسية والتنمية المستدامة.

– أثر توظيف الذكاء الاصطناعي على الذكاء الاقتصادي والمالي في المؤسسات الاقتصادية.

– دور الذكاء المالي في التحليل المالي وتقييم الأداء المالي.

– آلية تفعيل التكامل بين الذكاء المالي والذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة.أثر الذكاء الاقتصادي والمالي في إدارة المخاطر المالية.

قائمة المراجع والمصادر

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المراجع باللغة العربية:

أولا: الكتب

1. العلي أحمد بن محمد، الذكاء الاقتصادي وأثره على التنمية، مركز البحوث الاقتصادية الرياض المملكة العربية السعودية، 2019.

2. أسامة نائل المحسن، الوجيز في الشركات التجارية والإفلاس، دار الثقافة للنشر وتوزيع، الأردن 2008.

3. أحمد محمد العداسي، التحليل المالي للقوائم المالية وفقا لمعايير المحاسبة الذولية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

4. احمد طرطار، تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999 .

5. أحمد طرطار، الترشيد الاقتصادي للطاقات الإنتاجية في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.

6. بريزات سميح، *التحليل المالي كأداة لتقييم الأداء المالي في المؤسسات*، دار وائل للنشر، عمان 2018.

7. جمال الدين البريدي، الثقافة التنظيمية والتغيير، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2016.

8. حمر العين عبد القادر، النظام القانوني لتأسيس شركة المساهمة، دار الجامعة الجديدة، مصر 2013.

9. سلام حمزة، الشركات التجارية (الشخصية المعنوية للشركة، شركة المحاصة)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.

10. شعيب شنوف، التحليل المالي الحديث طبقا للمعايير الدولية للإبلاغ المالي، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

11. طيب بلولة، قانون الشركات، برتي للنشر، ط. 2، الجزائر، 2009.

12. عبد اللطيف بن أشنهو، التجربة الجزائرية في التنمية والتخطيط (1962-1980)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

13. عبود صمويل، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 1982.

14. فوزي محيريق بن الجيلاني، مدخل لاقتصاد المؤسسة، مطبعة الرمال، الوادي-الجزائر، 2020.

15. كمال الدين الدهراوي، تحليل القوائم المالية لأغراض الاستثمار، الإسكندرية: الدار الجامعية، مصر 2004.

16. محمد الصيرفي، التحليل المالي وجهة نظر محاسبة إدارية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط.1، القاهرة، 2014.

17. محمد محمود الخطيب، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط 01، الأردن، 2010.

18. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.

19. هشام حروز، التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية، دار الوفاء للنشر والطباعة: الإسكندرية، ط.1، مصر، 2014.

20. وائل محمد صبحي إدريس، أساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن، دار وائل، عمان – الأردن 2009.

ثانيا: الأطروحات

21. أبو عودة سليمان، مدى قدرة النسب المالية على تحسين نوعية المعلومات للشركات الخدمية

المدرجة في بورصة فلسطين، أطروحة دكتوراه، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2010.

22. أمين بن سعيد، إدارة التكاليف من منظور إستراتيجي كمدخل لاتخاذ القرار في المؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3 الجزائر 2014-2015.

23. بن دنيدينة سعيد، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين الأداء المستدام بمنظمات الأعمال (دراسة ميدانية)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة زيان عاشور الجلفة الجزائر، 2019-2020.

24. بن يطو حاج، وظيفة البحث والتطوير كأداة لتعزيز الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة وهرات 2، الجزائر، 2022-2023.

25. بوخريصة خديجة، اليقظة الإستراتيجية ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية –دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر رام مستغانم، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 2، الجزائر، 2014-2015.

26. بوريش أحمد، الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الإستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية تلمسان، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2019.

27. بوضياف سارة، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية للمؤسسة السياحية دراسة عينة من الوكالات السياحية باتنة بسكرة سطيف، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2023.

28. حسان بوبعاية، فعالية نظم المعلومات الإستراتيجية في ترشيد القرارات ودعم القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، علوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر، 2014.

29. حميدوش امحمد، الذكاء الاقتصادي: فهمه وإنشاءه وتأصيله واستعماله، أطروحة دكتوراه، جامعة

الجزائر 3، الجزائر، 2013-2014.

30. خولة شادي، اليقظة الاستراتيجية وترشيد عملية صنع القرار بالمؤسسة الاقتصادية الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018.

31. رضا تير، دور الذكاء الاقتصادي في إرساء آليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير: واقعه وآفاقه في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015-2016.

32. سهام بوفلفل، الذكاء الاقتصادي كمدخل إستراتيجي لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن المهيدي أم البواقي، الجزائر، 2017-2018.

33. سيواني عبد الوهاب، نحو إدماج الذكاء الاقتصادي في تسيير الاقتصاد الجزائري، أطروحة دكتوراه كلية علوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015.

34. فالتة اليمين، اليقظة وأهميتها في اتخاذ القرارات الإستراتيجية، دراسة استكشافية بعينة من المؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر 2011-2012.

35. لحسيني فاطيمة الزهراء، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية: شركتي جازي وموبيليس، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2018.

36. محمد غوالي، أثر اليقظة الاستراتيجية في عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للمحروقات سوناطراك، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2023.

37. محمد نعمة محمد الزبيدي، الذكاء الاقتصادي مشروع عراقي مقترح وإمكانية مساهمته في تنمية الاقتصاد العراقي، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية، المملكة العربية السعودية، 2017.

38. مغمولي نسرين، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة فريتال عنابة، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر 2015-2016.

39. مولودي عبد الغاني، الابتكار في تكنولوجيا المالية ودورها في تطوير أداء المؤسسات المالية من خلال منظومة الشمول المالي –دراسة عينة من المؤسسات المالية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، إدارة مالية، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2020-2021.

40. ناظور حفيظة، التخطيط الاستراتيجية ودوره في تطوير المؤسسات الاقتصادية –دراسة حالة مؤسسة سوناطراك الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019.

41. وردة سعايدية، تأهيل وتطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خيار استراتيجي لدعم التنويع الاقتصادي في الجزائر –دراسة تحليلية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2023-2024.

ثالثا: المقالات

42. أحمد الزايدي، الشركات: أقسامها وزكاتها، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد 3، العدد 5، جوان 2014.

43. أحمد بوريشي، يوسف رحماني، الذكاء كأسلوب تسييري حديث يدعم عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية، مجلة البديل الاقتصادي، العدد 04، 2015.

44. أحمد توفيق بورحلي، صراح بن لحرش، واقع اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في القطاع البنكي الجزائري –حالة ولاية قسنطينة–مجلة الدراسات المالية، المحاسبية والإدارية، العدد 01، 2014.

45. احمد عبد الزهرة حمدان، فلاح حسن ثويني، فعالية التحليل المالي في النشاط المصرفي دراسة تطبيقية على مصرف الرافدين، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 27، 2010.

46. أحمد ميلي سمية، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة الدراسات

الاقتصادية المعاصرة، المجلد 05، العدد 02، 2020.

47. العربي خديجة، دحماني عزيز، حماية المعلومة بالمؤسسات الاقتصادية في ظل التوجه نحو الذكاء الاقتصادي–دراسة حالة مؤسسة لافراج وهران، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، العدد 07، 2018.

48. العماري يمينة، المركز القانوني لشريك في الشركات الأشخاص، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 08، العدد 02، 2022.

49. أمل محمد عبد الله البدو، التخطيط الاستراتيجي والرقمنة وآثرهما في تطوير المؤسسات الاقتصادية مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 13، العدد 01 2023.

50. آية عادل محمود عوض، أثر تطبيق الشمول المالي على الأداء المالي بالبنوك، مجلة الدراسات المالية والتجارية، العدد 3، 2021.

51. أياد طاهر محمد، أمين زيدان خلف، دور الذكاء المالي بترشيد قرارات المستثمرين لتحقيق أهدافهم المالية–دراسة استطلاعية في سوق العراق للأوراق المالية، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 13، العدد 1، 2021.

52. بلعيساوي محمد الطاهر، الشركات التجارية النظرية العامة وشركات الأشخاص، دار العلوم، الجزائر، 2014.

53. بن بريكة عبد الوهاب، بن التركي زينب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، المجلد 3، العدد 7، 2010.

54. بن عنتر عبد الرحمان، مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وآفاقها المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 2، 2002.

55. بن عيسى بن علية، زيتوني عبد القادر، تطور المؤسسة العمومية الاقتصادية وحتمية تطبيق الحكم الراشد، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد 4، 2018.

56. تربش محمد، بن حامد سيدي محمد، آلية تفعيل التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية

من أجل دعم الميزة التنافسية –دراسة عينة من مؤسسة موبيليس تلمسان– مجلة الابتكار والتسويق، المجلد 09 العدد 01، 2022.

57. تقرارت يزيد، استخدام أدوات التحليل المالي في تشخيص الوضع المالي للمؤسسات الاقتصادية في ظل الإصلاح المحاسبي دراسة حالة المؤسسة الوطنية لإنتاج اللوالب والسكاكين والصنابير BCR بولاية سطيف للفترات المالية (2011–2014)، مجلة بحوث، المجلد 11، العدد 2، 2017.

58. جيلالي معروف، الذكاء الاقتصادي: واقع وأفاق، مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد 29، 2014.

59. جيلالي معروف، ليلى بن كعكع، حسنية قورين، ذور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال دراسة حالة ملبنة الحليب للإخوة بن عولة غيليزان، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 6، العدد 3، 2021.

60. حبيبة سعد الدين، رزيقة مخوخ، اليقظة الاستراتيجية وعلاقتها بتعزيز الميزة التنافسية دراسة على مجموعة من البنوك بالمسيلة – الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 8، العدد 01 2023.

61. حبيب مهند، أساليب التحليل المالي ودورها في رفع كفاءة الأداء المالي للمؤسسات العامة السودانية تطبيقية، مجلة البديل الاقتصادي، المجلد 07، العدد 02، 2020.

62. حمزة رملي، دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الإستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد 02، 2014.

63. خلفلاوي شمس ضيات، المعلومة مادة أولية لليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الحديثة، مجلة الحقيقة، مجلة الحقيقة، المجلد 12، العدد 04، 2013.

64. راضية خلادي، مساهمة مؤشرات الأداء في تقييم فعالية الرقابة الجبائية دراسة ميدانية بمديرية الضرائب لولاية بومرداس للفترة 2019–2022، مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 13، العدد 2، 2023.

65. رانيا حامد العوادلي، أمير علي المرسي شوشة، دور الذكاء المالي في العلاقة بين العوامل السلوكية وقرار الاستثمار(دراسة تطبيقية)، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 4، العدد 02 2023.

66. رتيبة رزاز، الذكاء الاقتصادي كآلية لدعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، الحجم 12، العدد 23، 2017.

67. سارة عبد الله إبراهيم، دور الذكاء الاقتصادي في دعم القرار الاستراتيجي، المجلة العربية للإدارة المجلد 4، العدد 12، 2021.

68. سامي مباركي، محمد قريشي، دور الابتكار التكنولوجي في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 44، 2016.

69. سحمدي عماد، بلعشي عبد المالك، دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين جودة القرارات بالمؤسسة الاقتصادية دراسة تطبيقية باستخدام تحليل المسار على مؤسسة اتصالات الجزائر، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 6، العدد 3، 2022.

70. سليمة طبايبية، تقييم الأداء المالي لشركات التامين باستعمال النسب المالية دراسة حالة في الشركة الجزائرية العامين، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 06، العدد 16، 2011.

71. شمس ضيات خلفلاوي، تثمين مراحل سيرورة الذكاء الاقتصادي بمؤسسة فرتيال عنابة، مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 18، العدد 01 مارس 2019.

72. صبرينة رماش، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (نظرة سوسيولوجية تحليلية)، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 2، العدد 43، 2015.

73. طريش عبد الغني، شركة المسؤولية المحدودة، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 7، العدد 1 2021.

74. عبد الزهرة سلمان الروازق، حيدر كريم كاظم، عمار سليم العامري، أثر مؤهلات الذكاء المالي على التنمية الرأسمالية للمشاريع المتوسطة والصغيرة في العراق، مجلة تنمية الرافدين، المجلد 39، العدد 127 2020.

75. عبد الفتاح سعيد السرطاوي، عادل عيسى حسان، التحليل المالي لتقييم الأداء المالي للشركات المساهمة الصناعية في فلسطين: دراسة حالة شركات الأدوية المدرجة في بورصة فلسطين للفترة ما بين

(2010–2017)، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 4، العدد 2، 2019.

76. عز الدين هروم، عبد الفتاح بوخمخم، تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 51، 2019.

77. علي حمدان شجر، استعمال تحليل تكاليف الجودة في تحقيق المزايا التنافسية دراسة تطبيقية في مصنع نسيج وحياكة واسط، مجلة الكوت، المجلد 15، العدد 49، 2023.

78. عوض علي شبيب العجمي، تطوير الأداء الإداري بمراكز إدارة الأزمات بجامعة الكويت في ضوء مدخل الذكاء الاستراتيجي، المجلة التربوية لتعليم الكبار، المجلد 6، العدد 1، جانفي 2024.

79. فطيمة زهرة نجاري. محمد بويهي، آليات تطبيق إستراتجية الذكاء الاقتصادي وأمن المعلومات بالمؤسسات الجزائرية، مجلة البحث والدراسات العلمية، المجلد 12، العدد 01، 2018.

80. قرين لطيفة، طافر زهير، بوسهمين أحمد، الذكاء الاقتصادي وأهميته في المؤسسة مع الإشارة لمؤسسة اتصالات الجزائر، مجلة اقتصاد المال الأعمال، المجلد 3، العدد 3، 2019.

81. قرين لطيفة، عباد محمد، شهيد هدى، الذكاء الاقتصادي بين المفاهيم الأساسية وآلية التطبيق، مجلة مؤشر الدراسات الاقتصادية، مجلد 2، العدد 3، أوت 2018.

82. لعوج سومية، إسهام الذكاء الاقتصادي في تحسين أداء مؤسسات الصناعات الغذائية دراسة ميدانية على عينة من ولاية تلمسان، مجلة دفاتر مكاس، المجلد 19، العدد 2، 2023.

83. لمروس مريم، أنواع اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الحديثة، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية، المجلد 02، العدد 08، 2019.

84. مجيد شعباني، وآخرون، دراسة السوق كأداة لتحقيق اليقظة الإستراتيجية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العـدد 03 الجزائر، 2015.

85. محمد حمداني، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات

الأجنبية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، 2013.

86. محمد رقامي، الذكاء الاقتصادي بين المنافسة والتعاون وتأثيره على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية –دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة الحقيقة، المجلد 14، العدد 02 2015.

87. محمد زبير، مراد بريك، قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفلاحية بالجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 18، العدد 02، 2020.

88. محمد فتحي أبو سريع، فاعلية التحليل المالي في توجيه قرارات التمويل والاستثمار: دراسة مقارنة بين القطاعين العام والخاص، المجلة الدولية للعلوم الإدارية والاقتصادية والمالية، المجلد 4، العدد 13، أفريل 2025.

89. محمود عبد الفتاح، مكرم عبد المسيح، أثر الاستراتيجيات التنافسية على السلوك غير المتماثل للتكلفة في ظل بيئة التصنيع المتجاوب، المجلة المصرية للدراسات التجارية، المجلد 45، العدد 4، أكتوبر 2021.

90. مسعراوي يوسف، أساسيات في إدارة المؤسسات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.

91. مصباح عائشة، عبد الفتاح بوخمخم، دور اليقظة الإستراتيجية في تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة بالمديرية الجهوية للشرق لمتعامل الهاتف النقال أوريدو، مجلة دراسات اقتصادية المجلد 06، العدد 01، 2019.

92. مصطفى بودرامة، واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات، المجلد 15، العدد01، 2018.

93. نبيل كنوش، مصطفى طويطي، التحليل العاملي التوكيدي للذكاء الاقتصادي: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الإلكترومنزلية في الجزائر، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 8، العدد 03، 2020.

94. دراسة نجاري فاطمة زهراء، رديف مصطفى، تقنيات تمويل وآليات تطوير الذكاء الاقتصادي في

المؤسسات الصغير والمتوسطة حالة المؤسسات الجزائرية، مجلة المشكاة في الاقتصاد التنمية والقانون، المجلد 01، العدد 06، 2017.

95. وصال عبدالله محسن، بيداء ستار لفتة، عناصر الذكاء الاقتصادي للمنظمة ودورها في تحقيق النمو الاقتصادي، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 14، العدد 48، 2019.

96. ولاء عبد النبي عبود، كوثر كريم عبد الرزاق، عادل بشير ظاهر، دور الذكاء المالي في تحسين أداء المخاطر الائتمانية في القطاع المصرفي في العراق مصرف الطيف الإسلامي نموذجا، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 20، العدد خاص، 2024.

رابعا: الملتقيات

97. أحمد ميلي سمية، دغفل فاطمة، واقع ومعوقات الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مداخلة في إطار الملتقى الدولي حول: التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر،12-13 نوفمبر 2017.

98. بن نذير نصر الدين، شملال أيوب، لوحة القيادة كأداة لتقييم الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة الشركة الجزائرية لإنتاج الكهرباء SPE، الملتقى الوطني الأول حول مراقبة التسيير كآلية لحوكمة المؤسسات وتفعيل الإبداع، جامعة البليدة 2، 25-4-2017.

99. جمال الدين سحنون، فاضل عبد القادر، الذكاء الاقتصادي وأمن الدولة، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 17-18 أفريل 2006.

100. رتيبة حديد، نوفيل حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة، مداخلة في إطار الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، يومي 08-09 مارس 2005.

101. محمد نجيب دبابش، طارق قذوري، دور النظام المحاسبي المالي في تقييم الأداء المالي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة تطبيقية لمؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب بسكرة، الملتقى الوطني حول

واقع آفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، 05-06 ماي 2013.

102. مصطفى بودارمة، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المشروعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، المؤتمر العلمي الدولي حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، 23-26- أفريل 2012.

103. نعيمة غلاب، زغيب مليكة، واقع اليقظة الإستراتيجية وذكاء الأعمال في منظمات الأعمال الجزائرية –دراسة ميدانية- مداخلة في إطار المؤتمر العلمي السنوي حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان –الأردن، أفريل 2012.

خامسا: القوانين والمراسيم:

104. القانون رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية، العدد 77، ديسمبر 2001.

105. القانون رقم 18-15، المؤرخ في 17 نوفمبر 2018، المعدل للقانون التجاري، الجريدة الرسمية رقم 66، 2018/11/18.

106. أمر رقم 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية العدد 101، 19 ديسمبر 1975، معدل ومتمم.

107. قانون التسيير الاشتراكي للمؤسسات، المادة 39، الجريدة الرسمية العدد 101، 1971.

سادسا: روابط إلكترونية ومواقع:

108. سعيد عزام، الأداء المالي: تعريفه، كيفية العمل، والمثال، تاريخ النشر 06-01-2025، تاريخ الإطلاع 29-05-2025، الموقع الالكتروني:

https://3arfni.com/term/financialperformance/#ma-hw-aladaa-almaly

109. وزارة الصناعة، انظر الموقع الإلكتروني:

/https://www.industrie.gov.dz/soutien-pme

قائمة المراجع والمصادر بالغة الأجنبية:

أولا: الكتب باللغة الأجنبية

110. Arnaud, pierre, L'intelligence économique: Une nouvelle culture pour le siècle, paris : Economica, 2010.

111. Berman. K., Knight. J, Financial Intelligence: A Manager's Guide to Knowing What the Numbers Really Mean, Harvard Business Press, USA, 2006.

112. Berman. K, Knight. J, Financial Intelligence for entrepreneurs, havard business school publishing, united states of America, 2008.

113. Berman. K, Knight. J, Financial Intelligence, havard business school publishing, united states of America, 2013.

114. Boumard P, Stratégie et surveillance des environnements concurrentiels, paris : Dunod, 2009.

115. Bragg Steven. M, Financial Analysis: A Controller's Guide, Published by Wiley & Sons: new jersey, USA, 2012.

116. Bressey Gilles, konkuy Christian, management économie des entreprises,12 ed sirey economie et gestion, paris, 2018.

117. David, kolb, Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development, 2rd ed publisher: prentice hall, New Jersey, 2015.

118. Elliott. B, Elliott. J, Financial Accounting and Reporting, Pearson Education Limited, 17th ed, UK, 2017.

119. François marsalfréderic, le dépérissement des enterprise publier perspective de l'économique, paris, France, 1993.

120. Graham. B, *The Intelligent Investor*. New York: Harper & Row Publishing, 1973.

121. Hansen. D, Guan. L, Cost Management: Accounting And Control, Publisher: Cengage Learning, 7th ed, USA, 2016.

122. Henri Martre, intelligence économique et stratégie des entreprises, commissariat général du plan, paris, février 1994.

123. Kahneman. d, Tversky. A, Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk, Journal of Econometrica, vol 47, N 2, 1979.

124. Kaplan. R, Atkinson. A, Advanced Management Accounting, Prentice Hall, 3rd ed, USA, 1998.

124. Kazmi. A, Strategic Management and Business Policy, Edition: Tata McGraw Hill Education Private Limited, 3rd, India, 2011.

125. Kenneth & laudon, sistemas de informacion gerencial, pearson educaion: méxico, mexic, 2004.

126. Kirkpatrick. C, Dahlquist. J, Technical Analysis: The Complete Resource for Financial Market Technicians, Publisher: FT press, 2nd ed, USA, 2019.

127. Lesca H, Veille stratégique: La méthode L.E.SC Anning, Colombelles : EMS Editions, 2003.

128. Lowenthal. F, Turner. M, Strategic Financial Analysis for Decision Makers, CIMA Publishing, UK, 2011.

129. Martin fridson, Fernando alvarez, Financial Statement Analysis: A Practitioner's Guide, published: john wiley & sons, 5th ed, usa, 2022.

130. Martre H, Intelligence économique et compétitivité, paris : la Documentation Française 1994.

131. Mazzucato. M, the entrepreneurial state, London: penguin books, 2018.

132. McLean, R, Financial Literacy for Managers: Finance and Accounting for Better Decision-Mak*ing,* Wharton School Press. United States, 2020.

133. Pascal Barneto, normes IAS/IFRS application aux états financiers, Paris : dunod, 2ème édition, France, 2006.

134. Philippe Gloaguen, Le guide de l'intelligence économique, d'imprimer en Italie par lego, édition N :01, 2012.

135 . Porter m, competitive advantage : creating and sustainig superior performance, newyork, 1985.

136. Porter . m, competitive strategy, free press,New York, 2020.

137. Prescott J, Competitive Intelligence and global Business, routledge, New York 2022.

138. Siegel. J, Shim. J, Financial Management in the Public Sector: Tools Applications and Cases, Publisher: Routledge, USA, 2018.

139. Stack. J, Burlingham. B, The great game of business: The only sensible way to run a company, publisher: crown business New York , USA, 2013.

140. Tarantino. A, Deborah. C, Essentials of Risk Management in Finance, Published by Wiley & Sons, USA, 2012.

ثانيا: الأطروحات

141. Mohand Amokrane Belkacemi, L'intelligence économique en Algérie: de l'inspiration du dispositif national français aux prémisses de sa mise en œuvre dans le contexte économique algérien, thèse de doctorat, sciences commerciales, HEC Alger, Algérie, 2017-2018.

ثالثا: المقالات باللغة الأجنبية

142. Abdessalam Bendieballah, Mustapha Djennas, veille stratégique et système d'intelligence économique en algerie : évaluation et perspectives, les cahier du cread, Vol 31, N 111, 2015.

143. Boucetti Rabah, Madani Ahmed, Toumi Amara, L'intelligence Economique En Algérie, Réalité Et Enjeux; Economic Intelligence In Algeria, Reality And Issues, Journal of Economic Sciences Institute, Vol 25, N01, 2022.

144. Bouklia Mohamed, the implémentation of business intelligence in Algerian institutions, revue de droit et des sciences humaines –Etudes Economique , N 21, 2015.

145. Chen. H, Volpe. R, An analysis of personal financial literacy among college students. Financial Services Review, vol 7, N 2, 1998.

146. Delen. D, Huseyin. D, Data, Information and Analytics as Services, Journal Of Decision Support Systems, Vol 55, N 1, 2013.

147. Epstein. M, Martinov-Bennie, Strategic financial management: The five key questions, Journal of Business Horizons, Vol 53, N 3, 2020.

148. Fatehi. F, Hajiha. Z, The effect of financial intelligence on the four functions of operational managers and the financial performance of oil company, PalArch's J Archaeol, Egypt, Vol 18, N 4, 2021.

149. Florence Fenniou, intelligence et stratégie d'entreprise, A.D.B.S. information données & documents, volume 54, n 02, 2017.

150. Haider Hamoudi, Fenjan Ali Zaidan, Rageeb Ali wisam, The Impact of Financial Intelligence on Banking Performance -An Analytical Study of a Sample of Commercial Banks for the Period from 2013 to 2022, Journal of Information Sources And Services, Vol 15, N 02, Iraq, 2025.

151. Hamari malti souhila, politique publique d'intelligence économique au service de la compétitivité des entreprises algériennes, revue des science administratives et financières, vol 02 N 01, 06-2018.

152. Hameeda ALmalki. Christopher. Systematic review of institutional innovation literature: towards a multi-level management model, Management Review Quarterly, Vol 73, 2023.

153. Huang. Z, Savita. K, Zhong-jie. J, The Business Intelligence impact on the financial performance of start-ups, journal of Inf Process Manag, Vol 59, N 1, 2022.

154. Hustus. C, Schrader. D, Financial literacy and financial capability: Exploring the role of resource management skills, Journal of Financial Counseling and Planning, vol 29, N 1,2018.

155. Ibraheem. A, Alrawee. A, Financial intelligence between the argument of the analyst's qualifications and the emerging financial market efficiency, Journal of tenmiett alrafidain, N 115, 2014.

156. Lusardi, Annamaria and Olivia S. Mitchell, The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence Journal of Economic Literature, 52 (1), 2014.

157. Marie. Christine, Chalus. Sauvannet, intégration de la veille dans le système organisationnel de l'entreprise Quels enjeux pour l'innovation ?, La Revue des Sciences de Gestion, Vol 2, N 218, 2006.

158. Omoregie. O, Corporate Financial Intelligence as a Driver of Organizational Performance: A Conceptual and Exploratory Review, Arabian Journal of Business and Management Review, vol 8,N 5, 2019.

159. Paul. A, teryima. A, corporate level strategic analysis and choice as a measure of achieving performance in organization: (asurvey of dangote groups of companies \ conglomerates) quoted on nigeria stock exchange market, international journal of business & economic development, volume 2, N 02, july 2014.

160. Sabiha. Harrar, Souhila. ghomari, Politique publique D'intelligence économique Au service De La Compétitivité Des Entreprises Algériennes, journal of illiza research and studies, vol 3, N 1, 2018.

161. Safi. Samir, Dorgham. Maher, Allaloul. Sana, The impact of financial intelligence of senior management on the financial performance of banks and insurance companies in the Gaza Strip, Scholarly Journal, Vol 5, N 84, 2024.

162. Samkin. G, Low. M, Identifying the Financial Literacy Skills Necessary to Run a Small New Zealand Business, Journal of Business Education & Scholarship of Teaching, vol 8, N 1, 2014.

163. Samuel. K., Mulira. .h, Kyobe. M, Financial Literacy and Small Business Financial Management Practices in Kenya, International Journal of Business and Commerce, vol 2, n 9, 2013.

164. Samuel. Olusola, Egbid. Caleb, Financial Intelligence and the Quality of Higher Education in Africa, An International Multidisciplinary Journal, Vol 7, N 3, 2013.

165. Walton. A, Financial Intelligence: Uses and Teaching Methods (Innovative Approaches from Subject Matter), Journal of Strategic Security, vol 6, N 3, 2013.

166. Widyasari. O, Adi. S, The Effect of Activity Ratio, Investment Ratio, Profitability Ratio, Liquidity Ratio, Leverage, and Managerial Ownership on Price to Book Value, International Journal of Business Management and Technology, vol 7, N 1,2023.

167. Zaoui asmae, Ramdani laala, Boudaoud fatima, intelligence économique nouvelle approche de la compétitivité des entreprises, revue scientifique avenir économique, volume 08, N 01,2020.

رابعا: التقارير باللغة الأجنبية

168. OECD, Financial Literacy Indicators: An Overview of the Programme for International Student Assessment (PISA) and Adult Survey, Paris: OECD Publishing, France, 2020.

169. *OECD/INFE,* International Survey of Adult Financial Literacy, Report, Paris: OECD Publishing, France 2016.

170. OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and financial inclusion, Paris: OECD Publishing France, 2022.

خامسا: الملتقيات باللغة الأجنبية

171. Bolanle oladejo & Adenike osofisan, knowledge management in economic intelligence with reasoning on temporal attributes, artificial intelligence (CS.AL), Proceedings of the Seminar on Strategic Scientific and Technological Watch (VSST), France, 2009.

سادسا: روابط إلكترونية باللغة الأجنبية

172. Williams steve, the profit impact of business intelligence:

https://books.google.dz/books?hl=ar&lr=&id=o0lO9qt6P_MC&oi=fnd&pg=PP1&dq=the+profit+impact+of+business+intelligence&ots=glVrO

الملاحق

الملحق رقم (01): القائمة الاسمية للمحكمين:

الرقم	الاسم واللقب	الدرجة العلمية	مؤسسة الانتماء
01	محمد رضا بوشيخي	أستاذ التعليم العالي	جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر
02	أحمد يقور	أستاذ التعليم العالي	جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر
03	زوانب غريسية	أستاذة التعليم العالي	جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر
04	أسماء محمد بن احمد	أستاذة محاضر "ب"	جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر

الملحق رقم (02): استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية والتسيير

قسم العلوم التجارية والمالية

تخصص مالية المؤسسة

استمارة استبيان موجهة إلى المسؤولين والموظفين ضمن عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

السيد (ة) الكريم (ة)، تحية طيبة وبعد:

في إطار تحضير وإتمام أطروحة الدكتوراه الطور الثالث (LMD) الموسومة تحت موضوع: " دور الذكاء الاقتصادي والمالي في دعم وتطوير المؤسسة الاقتصادية"، ومن أجل بلوغ أهداف الدراسة وقع الاختيار على مؤسساتكم الاقتصادية كعينة للدراسة، لذا أرجوا من سيادتكم المحترمة التكرم فضلا منكم بالإجابة على أسئلة الاستمارة بموضوعية ودقة للوصول إلى نتائج أكثر مصداقية، كما أحيط علم حضرتكم أن إجاباتكم موجهة حصرا للبحث العلمي.

وفي الأخير لكم مني كل الاحترام والتقدير.

الباحث **المؤطر**

بوكبوط محمد أمين **أ.د بوشيخي محمد رضا**

البريد الالكتروني: boukkkeboutamine@gmail.com

أولا: البيانات الديموغرافية "الشخصية والوظيفية"

يرجى وضع إشارة (√) أمام العبارة التي تعكس رأيكم حول الفقرات الآتية:

نوع الجنس	
☐ ذكر	☐ أنثى
الفئة العمرية	
☐ أقل من 30 سنة	☐ 30 سنة إلى أقل من 40 سنة
☐ 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	☐ 50 سنة فأكثر
المؤهل العلمي "المستوى"	
☐ باكالوريا	☐ليسانس
☐ ماستر	☐ماجستير، مهندس دولة، دكتوراه.
☐ تقني سامي	☐أخرى (حدد) .....
مدة التوظيف في المؤسسة "الخبرة"	
☐ 5 سنوات فأقل	☐ 5 سنوات إلى أقل من 10
☐ 10سنوات إلى أقل من 20 سنة	☐ 20 سنة فأكثر
المنصب الوظيفي	
☐ مدير المؤسسة	
☐ رئيس مصلحة	☐ رئيس فرع
☐ موظف	☐ أخرى (حدد) .....

ثانيا: الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية

يرجى وضع إشارة (√) أمام العبارة التي تعكس رأيكم حول الفقرات الآتية:

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
اليقظة الإستراتجية						
01	المؤسسة تراقب المحيط الخارجي باستمرار لكشف الفرص والتهديدات					
02	تقوم المؤسسة بدراسة السوق لرسم استراتيجيات جديدة ومستقبلية.					
03	اليقظة الإستراتيجية داخل مؤسستكم هي عنصر أساسي لاتخاذ القرار					

04	تساعد اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية ورفع الأداء.					
05	اليقظة الإستراتيجية تمكن من معرفة نقاط القوة والضعف التنافسية					
06	استخدام أدوات فعالة لاستغلال المعلومات في المعرفة إستراتيجية					
07	اليقظة الإستراتيجية تسمح بوضع خطط مستقبلية تعزز أداء المؤسسة					
	حماية وأمن المعلومة					
08	توفير حماية للمعلومات الإستراتيجية داخل المؤسسة					
09	تكوين الموظفين وتوعيتهم حول أهمية أمن المعلومات وحمايتها					
10	امتلاك المؤسسة لحماية قوية (أنظمة حماية تكنولوجية، اعتماد كلمة سر للبرامج والأجهزة...)					
11	توفير التأمين اللازم للبيانات والشبكة الداخلية من خلال الأمن التقني (التحكم في الوصول للشبكة، نسخ والحفظ الاحتياطي...)					
12	إجراء فحوصات دورية لأمان المعلومة وتحسين أنظمتها وتحديثها					
13	تقييم الخطر الناتج عن اختراق أو تسرب المعلومة وتحوط ضده					
14	امتلاك طرق خاصة للوصول إلى المعلومات الإستراتجية					
	التأثير					
15	المؤسسة تقيم علاقات مع مؤسسات وأصحاب المصالح في محيطها					
16	تعمل المؤسسة على تعزيز تنافسيتها بالتأثير في بيئتها المحيطة					
17	تقوم المؤسسة بحملات إعلامية تهدف لتحقيق أهدافها					
18	تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة في البيئة الخارجية بخلق الميزة التنافسية (طرح المنتجات وخدمات مبتكرة في السوق).					
19	لدى المؤسسة امتيازات تجعلها سبّاقة عن المؤسسات في نفس النشاط.					
20	تستغل المؤسسة التكنولوجيا الحديثة ومنصات تواصل أو تطبيقات في التأثير على سلوك وتوجه المستهلك، وتحقيق أهدافها.					
21	المؤسسة تستغل الفرص المتاحة وتحد من التهديدات لتأثير في الأداء					

ثالثا: الذكاء المالي في المؤسسة الاقتصادية

يرجى وضع إشارة (√) أمام العبارة التي تعكس رأيكم حول الفقرات الآتية:

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
	التحليل المالي وتقييم الأداء المالي					
22	المؤسسة تقوم بتقييم أداءها المالي بصفة دورية.					
23	المؤسسة تستخدم مؤشرات مالية دقيقة في قياس ربحية الأنشطة المختلفة.					
24	المؤسسة تقوم بتحليل البيانات المالية لدعم التخطيط المستقبلي واتخاذ القرارات إستراتيجية لتحقيق أهدافها.					
25	تقارن المؤسسة أداءها المالي بأداء المؤسسات المنافسة.					
26	يساهم التحليل المالي في تحديد نقاط القوة والضعف في المؤسسة.					
27	السعي لتحليل الإيرادات والتكاليف بشكل منتظم لاكتشاف الانحرافات.					
28	المؤسسة تقارن بين الأداء المالي الفعلي والمخطط لتحديد الفجوات.					
	إدارة المخاطر المالية واتخاذ القرار المالي					
29	القدرة والاستجابة السريعة للمؤسسة في التعامل مع الأزمات المالية					
30	رسم خطط إستراتيجية للحد من المخاطر المالية وتحسين دقة التنبؤات المالية في المؤسسة.					
31	يساهم الذكاء المالي في تقليل الخسائر المالية.					
32	اتخاذ قرارات مالية مبنية على بيانات دقيقة وخالية من عدم اليقين.					
33	ذكاء المحلل المالي وصناع القرار، يعزز من جودة وكفاءة القرارات المالية المتخذة.					
34	مشاركة كل أطراف الداخلية للمؤسسة في عملية اتخاذ القرار المالي.					
35	يحد الذكاء المالي من مخاطر القرارات الخاطئة.					
	الابتكار المالي					
36	المؤسسة تعتمد على تطوير أدوات تمويلية مبتكرة لخدمتها.					
37	تسعى المؤسسة لتطوير منتجات مالية جديدة تناسب تغيرات السوق.					
38	البحث عن شراكات مالية مع جهات خارجية لتعزيز الابتكار المالي.					

39	المؤسسة تقوم بتقييم أثر الابتكارات المالية على أداءها بشكل عام.					
40	تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتعزيز الإبداع والابتكار.					
41	المؤسسة تسعى لخلق الميزة التنافسية انطلاقا من الابتكار المالي.					
42	اعتماد المؤسسة على أدوات تمويل مبتكرة لخلق قيمة مضافة وتحقيق استقرار مالي.					

رابعا: تطوير المؤسسة الاقتصادية

يرجى وضع إشارة (√) أمام العبارة التي تعكس رأيكم حول الفقرات الآتية:

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
تطوير المؤسسة الاقتصادية						
43	تسعى المؤسسة باستمرار إلى تحسين الجودة، وابتكار منتجات وخدمات جديدة للاستجابة ديناميكية للسوق، وخلق القيمة والتميز.					
44	المؤسسة تقوم بتعزيز الميزة التنافسية بناءا على قرارات مالية واستراتيجيات فعالة مبنية على بيانات ومعلومات دقيقة.					
45	المؤسسة تركز على تحليل مالي دقيق لتقييم وتحسين كفاءة الأداء المالي، لاتخاذ قرار استراتيجي يدعم التطوير المستدام.					
46	المؤسسة تعمل لتطوير مهارات موظفيها وتدريبهم لدعم الابتكار والتطوير المستمر ورفع الكفاءة التشغيلية لمواكبة التغيرات الاقتصادية					
47	وجود بيئة تكنولوجية ورقمية سريعة التطور (برمجيات حديثة،AI) للتكيف مع التقلبات الراهنة لتحقيق الاستدامة والنمو.					
48	يسمح اتخاذ القرار المالي والاستراتيجي السليم بإنتاج قيمة مضافة تعزز من تنافسية المؤسسة وتدعم أهدافها على المدى الطويل.					
49	تسعى المؤسسة لرفع مركزها السوقي بتحديد نقاط الضعف والتهديدات ووضع خطط استباقية لإدارتها، والاستفادة من الفرص وتعزيز نقاط القوة.					

وفي الأخير أتقدم لكم بجزيل الشكر على مشاركتكم في إثراء هذه الدراسة

وكل الشكر والتقدير لكم.

الملحق رقم (03) نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان (الذكاء الاقتصادي)

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	107	100,0
	Exclue[a]	0	,0
	Total	107	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,950	21

الملحق رقم (04) نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان (الذكاء المالي)

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	107	100,0
	Exclue[a]	0	,0
	Total	107	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,937	21

الملحق رقم (05) نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان (تطوير المؤسسة الاقتصادية)

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	107	100,0
	Exclue[a]	0	,0
	Total	107	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,885	7

الملحق رقم (06): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي (K-S)

Test Kolmogorov-Smirnov pour un échantillon

		premieraxe	deuxaxe	troisaxe
N		107	107	107
Paramètres normaux[a,b]	Moyenne	3,9568	3,9016	3,9105
	Ecart type	,65793	,60962	,76668
Différences les plus extrêmes	Absolue	,172	,141	,182
	Positif	,115	,056	,078
	Négatif	-,172	-,141	-,182
Statistiques de test		,172	,141	,182
Sig. asymptotique (bilatérale)		,060[c]	,007[c]	,005[c]

a. La distribution du test est Normale.
b. Calculée à partir des données.
c. Correction de signification de Lilliefors.

الملحق رقم (07): الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول الذكاء الاقتصادي

		premieraxe
item11	Corrélation de Pearson	,678**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item12	Corrélation de Pearson	,748**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item13	Corrélation de Pearson	,675**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item14	Corrélation de Pearson	,724**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item15	Corrélation de Pearson	,738**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item16	Corrélation de Pearson	,765**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item17	Corrélation de Pearson	,737**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item18	Corrélation de Pearson	,719**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item19	Corrélation de Pearson	,741**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item110	Corrélation de Pearson	,750**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item111	Corrélation de Pearson	,695**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item112	Corrélation de Pearson	,759**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item113	Corrélation de Pearson	,712**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item114	Corrélation de Pearson	,758**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item115	Corrélation de Pearson	,664**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item116	Corrélation de Pearson	,621**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item117	Corrélation de Pearson	,738**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107

item118	Corrélation de Pearson	,777**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item119	Corrélation de Pearson	,612**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item120	Corrélation de Pearson	,548**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item121	Corrélation de Pearson	,704**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
premieraxe	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	107

الملحق رقم (08): الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني الذكاء المالي

		deuxaxe
item21	Corrélation de Pearson	,658**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item22	Corrélation de Pearson	,752**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item23	Corrélation de Pearson	,777**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item24	Corrélation de Pearson	,626**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item25	Corrélation de Pearson	,640**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item26	Corrélation de Pearson	,714**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item27	Corrélation de Pearson	,638**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item28	Corrélation de Pearson	,669**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item29	Corrélation de Pearson	,584**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item210	Corrélation de Pearson	,646**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item211	Corrélation de Pearson	,727**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item212	Corrélation de Pearson	,690**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item213	Corrélation de Pearson	,487**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item214	Corrélation de Pearson	,628**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item215	Corrélation de Pearson	,653**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item216	Corrélation de Pearson	,726**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item217	Corrélation de Pearson	,728**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107

item218	Corrélation de Pearson	,692**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item219	Corrélation de Pearson	,670**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item220	Corrélation de Pearson	,718**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
item221	Corrélation de Pearson	,642**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	107
deuxaxe	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	107

الملحق رقم (09): الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث الخاص بتطوير المؤسسة الاقتصادية

Corrélations

		item31	item32	item33	item34	item35	item36	item37	troisaxe
item31	Corrélation de Pearson	1	,558**	,404**	,463**	,360**	,386**	,583**	,688**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107
item32	Corrélation de Pearson	,558**	1	,665**	,674**	,298**	,372**	,640**	,787**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,002	,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107
item33	Corrélation de Pearson	,404**	,665**	1	,753**	,345**	,542**	,655**	,821**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107
item34	Corrélation de Pearson	,463**	,674**	,753**	1	,494**	,631**	,681**	,882**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107
item35	Corrélation de Pearson	,360**	,298**	,345**	,494**	1	,452**	,328**	,601**
	Sig. (bilatérale)	,000	,002	,000	,000		,000	,001	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107
item36	Corrélation de Pearson	,386**	,372**	,542**	,631**	,452**	1	,575**	,737**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107	107
item37	Corrélation de Pearson	,583**	,640**	,655**	,681**	,328**	,575**	1	,841**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,000

	N	107	107	107	107	107	107	107	107
troisaxe	Corrélation de Pearson	,688**	,787**	,821**	,882**	,601**	,737**	,841**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	107	107	107	107	107	107	107	107

**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

الملحق رقم (10): الارتباط بين محاور الدراسة

Corrélations

		premieraxe	deuxaxe	troisaxe
premieraxe	Corrélation de Pearson	1	,860**	,820**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	107	107	107
deuxaxe	Corrélation de Pearson	,860**	1	,868**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000
	N	107	107	107
troisaxe	Corrélation de Pearson	,820**	,868**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	107	107	107

**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

الملحق رقم (11): التوزيعات الوصفية لأفراد العينة

Sex

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Homme	55	51,4	51,4	51,4
	Femme	52	48,6	48,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Age

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	-30 ans	30	28,0	28,0	28,0
	30-40 ans	40	37,4	37,4	65,4
	40-50 ans	29	27,1	27,1	92,5
	+50 ans	8	7,5	7,5	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Niveau

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	baccalaureat	15	14,0	14,0	14,0
	Licence	40	37,4	37,4	51,4
	Master	26	24,3	24,3	75,7
	Magister; doctorat	18	16,8	16,8	92,5
	Téchnicien	8	7,5	7,5	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Exp

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	-5	34	31,8	31,8	31,8
	5-10	29	27,1	27,1	58,9
	10-20	27	25,2	25,2	84,1
	+20	17	15,9	15,9	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Fonction

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	DG	12	11,2	11,2	11,2
	Chef service	22	20,6	20,6	31,8
	Chef département	20	18,7	18,7	50,5
	Foncionnaire	42	39,3	39,3	89,7
	Autres	11	10,3	10,3	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

الملحق رقم (12): نتائج تحليل ردود أفراد العينة للمحور الأول الخاص بالذكاء الاقتصادي

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type	Variance
item11	107	4,0280	,96601	,933
item12	107	4,0187	,92125	,849
item13	107	3,9346	1,00255	1,005
item14	107	3,9159	1,04720	1,097
item15	107	3,9813	,86854	,754

item16	107	3,7850	,98122	,963
item17	107	4,0374	,81177	,659
item18	107	4,0841	,85915	,738
item19	107	3,9439	1,02637	1,053
item110	107	4,0000	1,08158	1,170
item111	107	4,0467	,83985	,705
item112	107	3,9720	,96601	,933
item113	107	3,9159	,94291	,889
item114	107	3,7570	,94010	,884
item115	107	4,1121	,82790	,685
item116	107	3,8785	,94879	,900
item117	107	3,7290	,99594	,992
item118	107	4,0280	,89504	,801
item119	107	3,9533	,80544	,649
item120	107	4,1308	,82513	,681
item121	107	3,8411	,91269	,833
premieraxe	107	3,9568	,65793	,433
N valide (liste)	107			

الملحق رقم (13): نتائج تحليل ردود أفراد العينة للمحور الثاني الخاص بالذكاء المالي

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type	Variance
item21	107	4,1589	,70242	,493
item22	107	3,9159	,88084	,776
item23	107	3,8037	1,04104	1,084
item24	107	3,6542	1,05601	1,115
item25	107	4,0748	,91838	,843
item26	107	3,8879	,89366	,799
item27	107	3,9159	,91240	,832
item28	107	3,8879	,95490	,912
item29	107	4,0000	,77703	,604
item210	107	4,0000	,97129	,943
item211	107	3,8972	,98990	,980
item212	107	3,9813	,84654	,717
item213	107	3,7196	,98856	,977
item214	107	3,8598	,87360	,763
item215	107	3,8879	1,03091	1,063
item216	107	3,8879	1,00308	1,006
item217	107	3,8598	,81783	,669
item218	107	3,8224	,89877	,808

item219	107	3,9346	,83859	,703
item220	107	3,8131	1,00123	1,002
item221	107	3,9720	,69306	,480
deuxaxe	107	3,9016	,60962	,372
N valide (liste)	107			

الملحق رقم (14): نتائج تحليل ردود أفراد العينة للمحور الثالث الخاص بتطوير المؤسسة الاقتصادية

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type	Variance
item31	107	4,0187	,87934	,773
item32	107	4,0000	,98095	,962
item33	107	3,9346	1,01192	1,024
item34	107	3,9252	1,07019	1,145
item35	107	3,8037	,93606	,876
item36	107	3,8037	,95601	,914
item37	107	3,8879	1,12709	1,270
troisaxe	107	3,9105	,76668	,588
N valide (liste)	107			

الملحق رقم (15): نتائج اختبار T للفرضية الأولى

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
premieraxe	107	3,9568	,65793	,06360

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
					Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Inférieur	Supérieur
premieraxe	15,043	106	,000	,95683	,8307	1,0829

الملحق رقم (16): نتائج اختبار T للفرضية الثانية

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
deuxaxe	107	3,9016	,60962	,05893

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
deuxaxe	15,299	106	,000	,90165	,7848	1,0185

الملحق رقم (17): نتائج اختبار T للفرضية الثالثة

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
troisaxe	107	3,9105	,76668	,07412

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
troisaxe	12,285	106	,000	,91055	,7636	1,0575

الملحق رقم (18): المتغيرات الداخلة والمحذوفة من النموذج

Variables introduites/éliminées[a]

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	deuxaxe, premieraxe[b]	.	Introduire

a. Variable dépendante : troisaxe

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,880[a]	,774	,769	,36815

a. Prédicteurs : (Constante), deuxaxe, premieraxe

الملحق رقم (19): تحليل ANOVA للنموذج

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	48,211	2	24,106	177,851	,000[b]
	Résidu	14,096	104	,136		
	Total	62,307	106			

a. Variable dépendante : troisaxe

b. Prédicteurs : (Constante), deuxaxe, premieraxe

الملحق رقم (20): تحليل النموذج الانحدار للفرضية الرئيسية

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	-,458	,234		-1,953	,000
	premieraxe	,331	,107	,284	3,109	,002
	deuxaxe	,784	,115	,623	6,818	,000

a. Variable dépendante : troisaxe

t Table

cum. prob	$t_{.50}$	$t_{.75}$	$t_{.80}$	$t_{.85}$	$t_{.90}$	$t_{.95}$	$t_{.975}$	$t_{.99}$	$t_{.995}$	$t_{.999}$	$t_{.9995}$
one-tail	0.50	0.25	0.20	0.15	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001	0.0005
two-tails	1.00	0.50	0.40	0.30	0.20	0.10	0.05	0.02	0.01	0.002	0.001
df											
1	0.000	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	318.31	636.62
2	0.000	0.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	22.327	31.599
3	0.000	0.765	0.978	1.250	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215	12.924
4	0.000	0.741	0.941	1.190	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	7.173	8.610
5	0.000	0.727	0.920	1.156	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5.893	6.869
6	0.000	0.718	0.906	1.134	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.208	5.959
7	0.000	0.711	0.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	4.785	5.408
8	0.000	0.706	0.889	1.108	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	4.501	5.041
9	0.000	0.703	0.883	1.100	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.297	4.781
10	0.000	0.700	0.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.144	4.587
11	0.000	0.697	0.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.025	4.437
12	0.000	0.695	0.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.930	4.318
13	0.000	0.694	0.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	3.852	4.221
14	0.000	0.692	0.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.787	4.140
15	0.000	0.691	0.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073
16	0.000	0.690	0.865	1.071	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	3.686	4.015
17	0.000	0.689	0.863	1.069	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.646	3.965
18	0.000	0.688	0.862	1.067	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.610	3.922
19	0.000	0.688	0.861	1.066	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.579	3.883
20	0.000	0.687	0.860	1.064	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.552	3.850
21	0.000	0.686	0.859	1.063	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.527	3.819
22	0.000	0.686	0.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.505	3.792
23	0.000	0.685	0.858	1.060	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.485	3.768
24	0.000	0.685	0.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.467	3.745
25	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725
26	0.000	0.684	0.856	1.058	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.435	3.707
27	0.000	0.684	0.855	1.057	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.421	3.690
28	0.000	0.683	0.855	1.056	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.408	3.674
29	0.000	0.683	0.854	1.055	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.396	3.659
30	0.000	0.683	0.854	1.055	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.385	3.646
40	0.000	0.681	0.851	1.050	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.307	3.551
60	0.000	0.679	0.848	1.045	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.232	3.460
80	0.000	0.678	0.846	1.043	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639	3.195	3.416
100	0.000	0.677	0.845	1.042	1.290	1.660	1.984	2.364	2.626	3.174	3.390
1000	0.000	0.675	0.842	1.037	1.282	1.646	1.962	2.330	2.581	3.098	3.300
z	0.000	0.674	0.842	1.036	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	3.090	3.291
	0%	50%	60%	70%	80%	90%	95%	98%	99%	99.8%	99.9%
	Confidence Level										