



عمادة الدراسات العليا
جامعة القدس

أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية بالمنظمات غير الحكومية
المحافظات الجنوبية الفلسطينية
(دراسة حالة: اتحاد لجان العمل الصحي)

ميرفت محمد سلامه أبو راشد

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

2021/هـ1442م

أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية بالمنظمات غير الحكومية
المحافظات الجنوبية الفلسطينية
(دراسة حالة: اتحاد لجان العمل الصحي)

إعداد:

ميرفت محمد سلامه أبو راشد

بكالوريوس تربية رياضيات، جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين

إشراف: الدكتور بدر شحدة حمدان

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير من
معهد التنمية المستدامة / كلية الدراسات العليا / جامعة القدس

2021/هـ1442م



جامعة القدس
عمادة الدراسات العليا
معهد التنمية المستدامة

إجازة الرسالة

أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية بالمنظمات غير الحكومية المحافظات الجنوبية الفلسطينية
(دراسة حالة: اتحاد لجان العمل الصحي)

اسم الطالبة: ميرفت محمد سلامه أبو راشد
الرقم الجامعي: 21812533

إشراف: الدكتور بدر شحدة حمدان

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: 2021/05/29م من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم
وتواقيعهم:

Dr. B. H. S.
Econ. & M. M.
التوقيع:

1- رئيس لجنة المناقشة: الدكتور بدر شحدة حمدان

التوقيع:

2- ممتحناً داخلياً: الدكتورة عروبة البرغوثي

التوقيع:

3- ممتحناً خارجياً: الدكتور نبيل أبو شمالة

القدس - فلسطين

2021/51442م

إهداء

- إلى أبي... الشيخ الطيب صاحب المقام الرفيع، والذي لم يدخر الجُهد أو الوقت كي أكون في مرتبة علمية سامية.
- إلى أمي... فهي أحق الناس بالشكر، ولولاها ما وطئت قدمي في هذه الدنيا، ومهما انبرت الأقلام في محاولة لمنحها ما يليق، فلن توفي ذلك.
- إلى أخي وأختي... صاحبا المكانة الغالية في قلبي.
- إلى كل من وقف بجواري.

أهديكم جميعاً رسالتي الماجستير

الباحثة/ ميرفت محمد سلامه أبو راشد

إقرار:

أقرُّ أنا مُعدَّة الرسالة بأنها قدِّمت لجامعة القدس؛ لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة، باستثناء ما تم الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الدراسة، أو أي جزء منها، لم يُقدِّم لنيل درجة عليا، لأي جامعة أو معهد آخر.

التوقيع:

ميرفت محمد سلامه أبو راشد

التاريخ: 2021/05/29م

شكر وعرافان

نحمد الله عزّ وجلّ الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي، والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة،
فالحمد لله حمداً كثيراً.

أتقدم بعظيم الشكر والتقدير للدكتور والمشرف (د. بدر حمدان) على حسن تعاونه وإشرافه، إذ
أمدّني بما احتجت إليه من تساؤلات كان لها أكبر الأثر في هذا الإنجاز.

وأشكر شكرياً غير مقطوع للدكتورة/ تهاني جفال (منسقة معهد التنمية المستدامة - فرع غزة).

والدكتورة/ عروبة البرغوثي مناقشاً داخلياً

والدكتور/ نبيل ابو شمالة مناقشاً خارجياً

على إثراءهم والمشاركة في مناقشة رسالتي لإضافة التعديلات والتحسينات وإخراج هذه الرسالة
بأفضل صورة.

لكم مني جميعاً خالص الشكر والتقدير

الباحثة/ ميرفت محمد سلامه أبو راشد

مصطلحات الدراسة:

1- المنظمات غير الحكومية "NGO":

هي المنظمات التي لها كيان غير رسمي، تتكون من فعاليات المجتمع المدني والمنظمات الإنسانية والبيئية، حيث تحافظ على قيمة الحقوق المكتسبة وتحصيل أهداف أخرى على الميدان.

2- الثينك تانكس "THINK TANKS":

هي مراكز بحث تنتج تصورات وأفكار لحلول استشرافية في المجال العسكري والاجتماعي والاقتصادي والبيئي والحضاري، وتعتبر اليوم قواعد خلفية استراتيجية لدوائر صناعة القرار في العالم.

3- اللوبي "LOBBY":

هم جماعات أو أفراد تتقاسم نفس المصالح، وتمارس ضغطاً مباشراً أو غير مباشر، إما بواسطة الاقتراح، أو التفاوض لدى المشرعين وصناع القرارات.

4- الذكاء الاقتصادي:

عملية البحث والتحليل والنشر وإثراء موارد المعلومات القائمة على نظام المعلومات بالمؤسسة، وهي تلعب حلقة وصل بين المؤسسة والمحيط التي تتواجد فيه، فالمؤسسات تستجيب لأدنى تغيرات في البيئة مع المحافظة على المعلومات، وعليه يمكن وضع استراتيجيات للحفاظ على قدرتها التنافسية وضمان استمرارها.

5- الميزة التنافسية:

قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط، حيث أن للمزايا التنافسية مفهوماً خاصاً، يزيد في خصوصيته على خصوصية مفهوم المزايا المطلقة، وخصوصية مفهوم المزايا النسبية التي تمتلكها الدول، ويرجع ذلك إلى أن المزايا المطلقة والنسبية تعني وجود وفرة في عنصر من عناصر الإنتاج أو أكثر (حيدر، 2002).

الملخص:

هدفت الدراسة إلى قياس أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في منظمة اتحاد لجان العمل الصحي، ومعرفة مدى العلاقة بين أبعاد الذكاء الاقتصادي، وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين في المستويات الإدارية العليا والوسطى.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الظاهرة ووصف طبيعتها، وتم جمع البيانات من خلال من الاستبيان، إذ تم تطبيق الاستبانة داخل اتحاد لجان العمل الصحي باستهداف العاملين فيه، حيث تمثل مجتمع الدراسة بالعاملين في المستويات الإدارية العليا والوسطى البالغ عددهم (68)، واستخدمت الدراسة أسلوب الحصر الشامل، حيث تم استرداد ما نسبته 96% استخدمت لأغراض التحليل.

وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها وجود علاقة إيجابية بين الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية، ووجود أثر للذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين في الإدارة العليا والوسطى، وذلك من خلال التأثير لبعديّ اليقظة الاستراتيجية وسياسة الضغط والتأثير.

أما بعد أمن وحماية المعلومات فكان غير مؤثر في تحقيق الميزة التنافسية في اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية الفلسطينية، كما توصلت الدراسة لعدم وجود فروقات بين المبحوثين تعزى للمتغيرات الديموغرافية حول تحقيق الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية.

في ضوء النتائج السابقة، فإن الدراسة توصي بضرورة تطبيق الذكاء الاقتصادي المتمثل بأبعاده (اليقظة الاستراتيجية، أمن وحماية المعلومات، سياسة الضغط والتأثير) في اتحاد لجان العمل الصحي لرفع القدرة التنافسية للمؤسسة، وتوسيع المعرفة بالبيئة المحيطة، والمشاركة في جميع الأحداث الاجتماعية والثقافية وجمع المعلومات عنها بصورة مفصلة ودقيقة، وإعطاء أكبر قدر واهتمام بكل المعلومات عن البيئة الخاصة بالمنظمة والبيئة الخارجية المتعلقة بالمنظمة والتأكد منها.

جمع المعلومة وتحديد المعلومة اللازمة وكيفية تحليلها وكيفية الحفاظ عليها، والاستفادة منها لاتخاذ القرار المناسب لصالح المنظمة مما يزيد من تفوقها، وبالتالي التميز وإكمال وحدة حماية أمن المعلومات لما لها من دور مهم في زيادة الذكاء الاقتصادي، الأمر الذي ينعكس على تحقيق الميزة التنافسية في اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية الفلسطينية.

The effect of economic intelligence on achieving competitive advantage in NGOs in the southern Palestinian governorates. Case Study (UHWC)

Prepared by: Mervat Mohammad Salamah Abu Rashed

Supervisor: Dr. Bader S. S. Hamdan

Abstract

The study aimed to measure the impact of economic intelligence on achieving the competitive advantage in UHWC, and to know the extent of the relationship between the dimensions of economic intelligence and the achievement of competitive advantage from the viewpoint of workers at the upper and middle administrative levels.

The study used the descriptive analytical approach to study the phenomenon and describe its nature. The data was collected through the questionnaire , as the questionnaire was applied within the UHWC to target its employees, as the study population was represented by workers at the upper and middle administrative levels of (68), and the study used a comprehensive inventory method, where 96% percent were recovered was used for analysis purposes.

The study found a number of result, including the existence of a positive relationship between economic intelligence on achieving competitive advantage, and the presence of an impact of economic intelligence in achieving competitive advantage from the viewpoint of workers in the upper and middle management, through the influence of the two dimensions of strategic vigilance and policy, pressure and influence, and the dimension of security and protection. The information was ineffective in achieving a competitive advantage in the UHWC in the southern Palestinian governorates. The study also found that there were no differences between the respondents due to demographic variables about achieving economic intelligence and competitive advantage.

In light of the previous results, the study recommends the necessity of applying economic intelligence represented by its dimensions (strategic vigilance, security and protection of information, policy of pressure and influence) in the UHWC to raise the competitiveness of an institution, expand knowledge of the surrounding environment, participate in all social and cultural events and collect information about them. In a detailed and accurate manner, giving the greatest amount and interest in all information about the environment of the organization and the external environment related to the organization and making sure of it. Collecting information, determining the necessary information, how to analyze it, how to preserve it, and using it to make the appropriate decision in favor of the organization, which increases its superiority and thus distinction, completing the information security protection unit because of its important role in increasing economic intelligence, which is reflected in achieving competitive advantage in the UHWC Ministry in the southern Palestinian governorates.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة الدراسة

شهدت السنوات الأخيرة تغيرات عالمية سريعة ومتلاحقة وعميقة في آثارها وتوجهاتها المستقبلية، فلقد تحول الاقتصاد العالمي إلى قرية صغيرة متنافسة الأطراف بفعل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية، وتوسعت مجالات المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية في عالم تسوده المنافسة الشديدة كما أثر ذلك على المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة، حيث عرفت هذه المؤسسات تطورات كبيرة في بيئتها الاقتصادية والتكنولوجية، وتلاشت الحواجز السياسية، والجغرافية، والثقافية، والاقتصادية، وبالتالي ازدادت التحديات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية في ظل هذه التطورات (رجاء، وخيرة، 2015).

لقد أدى تركيز المنظمات القائمة على المعرفة والتكنولوجيا على إدارة أصولها الفكرية باعتبارها الثروة الحقيقية لها، وذلك لأن الأصول المادية تتآكل مع مرور الوقت وتخفض قيمتها السوقية، عكس الأصول الفكرية سواء كانت بشرية، أو تنظيمية، أو علاقاتية، التي تزيد قيمتها مع الإستخدام فهي الأساس الوحيد لبناء وتنمية القدرات التنافسية، إضافة قيمة للمنظمة وتحقيق ميزتها التنافسية، هذه الأخيرة التي تعتبر القاعدة التي يرتكز عليها أداء المنظمات، لأنها تسمح لها بإضافة قيمة لمتلقي الخدمة وتحقيق التميز والمحافظة على حصتها السوقية وزيادتها، وتحقيق الفاعلية، وهذا لن يتحقق إلا بفضل الذكاء الاقتصادي الذي يسمح بالمساهمة في تسطير السياسات التنموية المناسبة بفضل القدرات المادية والبشرية وامتلاك وتوفير المعلومات الضرورية لجميع الأعوان الاقتصاديين

(محمد، 2012)، ولذلك تسعى المنظمات غير الحكومية إلى تطوير قطاعاتها، و ينعكس بصورة ايجابية على جودة خدماتها وبيئتها التي تتسم بالتغير والديناميكية الشديدة، خاصة في العصر الذي نعيش فيه عصر العولمة والتقدم المعرفي والمنافسة الحادة والثورة في نظم المعلومات.

يعتبر القطاع الصحي أحد قطاعات المنظمات غير الحكومية، يتسم بالمرونة وشدة المنافسة، كما أنه من القطاعات المواكبة للتقدم والتطور التقني والمعلوماتي في تقديم جودة الخدمات الصحية المتميزة والفريدة لمواكبة العالم الخارجي في المجال الصحي لما له أهمية في الواقع الفلسطيني وقطاع غزة خاصة، لتكون مؤسسة اتحاد لجان العمل الصحي مهتمة ومعينة بالذكاء الاقتصادي وسعيها للحصول على خدمة صحية متنوعة بكفاءة مهنية خلال التعليم والتدريب ومن خلال التيقظ والمعلومة الاستراتيجية.

لأن تأثير القطاع الصحي الفلسطيني بالاتجاهات العامة في تطور الوظائف، وظهور نقص المهارات وفجواتها في جميع الدول، فقد واجه القطاع ولا يزال سلسلة من نقاط الضعف والتشوّهات جراء السياسات والعوائق والقيود التي مارستها سلطات الاحتلال الإسرائيلي، التي واضبت على تهميش الاقتصاد الفلسطيني وبنيتة التحتية وخدماته الأساسية، فالقطاع الصحي على سبيل المثال لا الحصر، لم يشهد أي تحسينات باستثناء بعض مجالات الرعاية الصحية الأولية وظلت خدماته الثانوية والمتقدمة متردية، خلال الفترة التي سبقت نشوء السلطة الوطنية الفلسطينية عام 1994م، ما اضطر المواطنين إلى اللجوء للمستشفيات الأردنية والإسرائيلية للحصول على تلك الخدمات، وعلى الرغم من التطور اللافت الذي تحقق في تطور القطاع الصحي بعد العام 1994م، فهو ما زال يعاني من قيود الاحتلال وسياساته وإجراءاته العدائية التي تصاعدت منذ بداية القرن الحالي (عبد الله، 2018).

وفي إطار كل ما سبق تأتي هذا الدراسة لتضيف أهمية وفائدة للمفهوم الحديث الذي بدء في الظهور في المجالات الاقتصادية والسياسية، والأساليب التي يمكن اللجوء إليها من أجل تفعيل أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ومتطلباتها في منظمة اتحاد لجان العمل الصحي.

2.1 مشكلة الدراسة

تسعى المنظمات غير الحكومية في ظل بيئة شديدة التنافس إلى كسب ميزة تنافسية على غيرها من المنظمات في نفس المجال، من خلال إضافة قيمة للمستفيدين وتحقيق التميز، حيث بينت العديد من الأدبيات والدراسات السابقة ضرورة الأخذ بالاعتبار مجموعة المخاطر التي قد تحد من قدرة

المؤسسات على استدامة مزاياها التنافسية، والنظر إليها على أنها فرص لو أحسن استثمارها ستحقق عوامل ذات أثر إيجابي، وضرورة اهتمام المؤسسات بمعرفة قدرات واستراتيجيات منافسيها الحاليين والمحتملين، وزيادة الاهتمام بإجراء التحسين المستمر لبرامج المؤسسات التنموية وتصورات مشاريعها وسياساتها المعتمدة وفق احتياجات المجتمع والفئات المستهدفة (عساف، 2018).

ونتيجة الضغوطات التي فرضتها الأحداث الاقتصادية العالمية، يجب على المنظمات غير الحكومية وقطاعاتها المختلفة ضرورة التحول نحو استراتيجيات وسياسات جديدة أكثر مرونة تركز على العلوم والمعرفة وعلى الأصول غير الملموسة، حيث يواجه اتحاد لجان العمل الصحي منافسة شديدة التعقيد من قبل المنظمات الأخرى المحيطة به والتي تعمل في نفس المجال الصحي، لما له من أهمية ودور بارز في تقديم الخدمات الصحية والاجتماعية، ولكي يحافظ على المزايا التنافسية واستدامتها، لذلك يجب الاهتمام برأس المال البشري كأحد أبرز التحديات التي تواجه الموارد البشرية، وبسبب الحاجة الملحة لكادر مؤهل ذو كفاءة قادر على خلق بيئة عمل ذات طابع إبداعي وابتكاري متميز، وكيفية اكتشاف واستثمار تلك الموارد البشرية والحفاظ عليها في المنظمة لأنها أعلى الموارد وأكثر الأصول قيمة.

وفي ظل التغيرات في القوى الاقتصادية العالمية المستمرة، وعملية التطور المتقدمة في العلوم وتكنولوجيا الاتصالات للحصول على المعرفة والتقنية، أكدت دراسة (جاب، 2014) على ضرورة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لاكتساب الميزة التنافسية، كما أكدت دراسة (بنغ، 2014) على ضرورة تطبيق الذكاء الاقتصادي لوجود علاقة بين التحكم في المعلومة الاستراتيجية ومسألة صناعة مؤسسة تنافسية، من هنا برزت مشكلة الدراسة في تحديد كيفية تأثير الذكاء الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية ومساهمتها في المنظمات غير الحكومية، من خلال تطبيق اليقظة الاستراتيجية، ولزيادة مهارات ومعارف المورد البشري لزيادة الإنتاجية والعمر الإنتاجي بتزايد القدرات الإبداعية من خلال زيادة الإلتقان التكنولوجي والوظيفي، مما يؤدي إلى خفض تكلفة الوحدة المنتجة أو الخدمة المقدمة ومن ثم تحقق الميزة التنافسية المستدامة وزيادة الحصة السوقية لها، وعليه يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي؟

وينفرد من السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما واقع الذكاء الاقتصادي في اتحاد لجان العمل الصحي؟
- 2- هل يطبق اتحاد لجان العمل الصحي الميزة التنافسية؟
- 3- هل يوجد أثر لليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي؟
- 4- هل يوجد أثر لأمن وحماية أنظمة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي؟
- 5- هل يوجد أثر لسياسة الضغط والتأثير في الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي؟
- 6- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي تعزى للمتغيرات الديموغرافية؟

3.1 أهمية الدراسة

1.3.1. الأهمية العلمية:

- 1- أهمية المتغيرات المبحوثة التي تتمثل في الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية بوصفهما من المتغيرات المعاصرة في الأدب الإداري، وبعثهما سيؤدي إلى إفادة الدراسة ودورها في تعزيز الميزة التنافسية.
- 2- تسلط الدراسة الضوء على أهم متطلبات الذكاء الاقتصادي بالمنظمات، والتي من شأنها خلق الميزة التنافسية لاتحاد لجان العمل الصحي.
- 3- إثراء المكتبة الجامعية في المادة البحثية المتعلقة بالذكاء الاقتصادي وأثرها في الميزة التنافسية، ومساعدة الباحثين في تكملة ما تم التوصل إليه.
- 4- تزويد ائراء الباحثة في فهم أعمق للذكاء الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات غير الحكومية.

2.3.1. الأهمية العملية:

- 1- تبرز الأهمية العملية في خلق بيئة وواقع فلسطيني يواكب الذكاء الاقتصادي بالمعرفة والمهارات والإتقان التكنولوجي والوظيفي.
- 2- معرفة أهم المعوقات التي تقف أمام توليد الذكاء الاقتصادي في القطاع الصحي.
- 3- لفت انتباه القادة والعاملين إلى أنه لا يمكن للمنظمة تحقيق أهدافها بكفاءة دون فهم عميق للذكاء الاقتصادي بها، وكيفية استثماره، لأنه يساهم في اكتشاف وتفهم البيئة المحيطة للمؤسسة.

- 4- أهمية نتائج العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة التي تسمح بتوضيح الأهمية لمتخذي القرار في المنظمات، وتحديد الجوانب الأكثر تأثيراً والأقوى ارتباطاً أو حتى الأضعف ارتباطاً، بما يسمح بتحديد الجوانب التي يتوجب زيادة الاهتمام بها.
- 5- خروج الدراسة من خلال النتائج التي ستتوصل إليها والتي ستجعل مركز القرار في اتحاد لجان العمل الصحي إدراك أهمية الذكاء الاقتصادي كسبيل لتحقيق التميز التنافسي.

4.1 أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على واقع الذكاء الاقتصادي في اتحاد لجان العمل الصحي.
- 2- دراسة الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي.
- 3- تسليط الضوء على العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية.
- 4- قياس أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي.
- 5- مدى مساهمة الاتحاد في تطبيق الذكاء الاقتصادي والاستفادة منه على مستوى المنظمات غير الحكومية الأخرى.

5.1 فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى:

يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي.

الفرضية الرئيسية الثانية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للذكاء الاقتصادي في الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي.

ويتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

- 1- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لليقظة الاستراتيجية في الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي.
- 2- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لأمن وحماية أنظمة المعلومات في الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي.
- 3- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لسياسة الضغط والتأثير في الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي.

الفرضية الرئيسية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي للبيانات الديموغرافية (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، الدخل الشهري).

الفرضية الرئيسية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزي للبيانات الديموغرافية (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، الدخل الشهري).

6.1 حدود الدراسة

- 1- **الحد الموضوعي:** تقتصر هذه الدراسة في تحديد أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في المجال الصحي للمنظمات غير حكومية.
- 2- **الحد المكاني:** تم تطبيق الدراسة على اتحاد لجان العمل الصحي في المحافظات الجنوبية.
- 3- **الحد الزمان:** تم تطبيق هذه الدراسة في عام 2021م.
- 4- **الحد البشري:** الإدارة العليا والإدارة الوسطى في اتحاد لجان العمل الصحي.

8.1 مبررات الدراسة

- 1- تم اختيار هذه الدراسة للتعلم على الصعيد الشخصي في الذكاء الاقتصادي وصقله في دراسة الحالة.
- 2- الأهمية البالغة التي يكتسبها الموضوع لدى المؤسسات، خاصة في ظل العولمة والتحول الاقتصادي التكنولوجية الأخيرة.
- 3- حداثة وأهمية الموضوع في ميدان البحث العلمي في الدول النامية بصفة عامة، وفي المحافظات الجنوبية الفلسطينية خاصة.
- 4- خروج الدراسة بتوصيات نهائية والتي قد تفضي إلى ضرورة إجراء المزيد من البحوث والدراسات في هذا المجال.

9.1 هيكلية الدراسة

تكونت الدراسة الحالية من خمسة فصول على النحو التالي:

الفصل الأول: ركز الفصل الأول على خلفية الدراسة وهيكلتها، من خلال مشكلة الدراسة وأهميتها، وأهداف الدراسة، والتركيز على تحديد أبعاد الذكاء الاقتصادي وبناء النموذج المناسب للدراسة وصياغة الفرضيات بما يتناسب مع أهداف الدراسة.

الفصل الثاني: ناقش الفصل الإطار النظري والدراسات السابقة وواقع الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي، وانقسم إلى الإطار النظري الخاص بالدراسة الحالية، وعلى مراجعة للأدبيات العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وعلى خلفية عن المنظمات غير الحكومية وقطاعاتها المختلفة الفلسطينية، ومدى ارتباط الذكاء الاقتصادي بدراسة الحالة.

الفصل الثالث: احتوى منهجية الدراسة وإجراءاتها وكافة الأساليب والإجراءات المنهجية التي اعتمد عليها الباحث سواء من حيث طبيعة المنهج المستخدم أو الأدوات التي اعتمد عليها في جمع البيانات أو الاختبارات المتعلقة بقابلية هذه الأدوات للاستخدام ومدى دقتها، هذا بالإضافة إلى أهم الأساليب والاختبارات الإحصائية التي تم تطبيقها بهدف الإجابة على تساؤلات البحث، وإثبات أو نفي فرضياته المقررة للوصول إلى الغايات النهائية المتمثلة بالنتائج والاستنتاجات البحثية.

الفصل الرابع: سلط الضوء على كافة النتائج البحثية والمناقشة العلمية لها من قبل الباحثة سواء ما تعلق منها بوصف مستويات المتغيرات المبحوثة داخل مجتمع الدراسة المستهدف، أو تلك المرتبطة بحجم وطبيعة العلاقات والآثار المتبادلة بين تلك المتغيرات المتمثلة بكل من المتغير المستقل بأبعاده المتنوعة على المتغير التابع، وأخيراً فإن هذه الفصل يعرض وبشكل تفصيلي آليات الوصول إلى اختبار الفرضيات، ونتائج هذه الاختبارات، مع إيضاح رؤية الباحثة في النتائج التي توصلت إليها ومناقشتها علمياً وتطبيقياً من خلال ربط هذه النتائج بأسس النظريات العلمية والمعايشة الميدانية في بيئة العمل المتعلقة بالعاملين في الإدارة العليا والوسطى باتحاد لجان العمل الصحي، وذلك لتحقيق الغاية البحثية النهائية المتمثلة بإثبات أو نفي الفرضيات البحثية بهدف الإجابة على تساؤلات الدراسة المفترضة.

الفصل الخامس: تضمن هذا الفصل الاستنتاجات والتوصيات.

الفصل الثاني

الإطار المفاهيمي للذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية

1.2 المبحث الأول: مفهوم الذكاء الاقتصادي

المقدمة:

يمر العالم بتحولات اقتصادية وتكنولوجية هائلة، فمع التطور والسعي للحصول على الموارد الأكثر تطور الأمر الذي أدى لزيادة الطلب على المعلومات، المؤسسات لا تكتفي بالبحث عن كيفية التكيف مع المحيط بل تحاول إثبات قدراتها، من أجل البقاء والاستمرارية، وهذا يتطلب من المؤسسات التأقلم مع التغيرات التي تؤدي إلى تحسين وضعها المالي والاقتصادي والتنافسي بين المؤسسات، وهذا يتطلب أن تتبع المؤسسات الذكاء الاقتصادي الذي يؤهلها إلى خلق مكانة في المحيط واكتساب تنافسية بين المؤسسات، لذلك ركز هذا الفصل على مفهوم الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية، والعلاقة بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية، ومراجعة الدراسات السابقة في مجال أثر الذكاء الاقتصادي على الميزة التنافسية في قطاعات مختلفة.

1.1.2. مفهوم الذكاء الاقتصادي:

اتفق علماء الإدارة والاقتصاد على ثلاثية الذكاء (الذكاء التنافسي، والذكاء الاقتصادي، والذكاء الاستراتيجي)، وأنها مناهج متماثلة المضمون رغم اختلاف المسمى، ومضامين تلك الثلاثية لا

تخرج عن كونها عملية (تخطيط لآليات الحصول على المعلومات ضمن أطر أخلاقية وقانونية تخص البيئتين الداخلية والخارجية، وتحليلها ومعالجتها بما يساعد على اتخاذ قرارات كفيلة لتحقيق الميزة التنافسية) لمنظمات الأعمال في أي اقتصاد، وبهذا التحديد تعد هذه الثلاثية هندسة للفكر الإداري الاستراتيجي المعاصر لما فيها من دور مميز في النمو وتطور المنظمات (شمخي، 2020).

تعددت المفاهيم في الأدبيات البحثية المتعلقة بالذكاء الاقتصادي، بحيث لم يتم التوصل لمفهوم محدد وبناء عليه؛ تم تقسيم مفهوم الذكاء الاقتصادي إلى عدة تقسيمات وهي كالتالي:

الذكاء الاقتصادي: "مجموعة من الوسائل البشرية والتقنية التي يتم وضعها للوصول إلى تطور مؤسسة اقتصادية ما، ويتعداه حتى يشمل اقتصاد بلد ما". وقد عرفه (Alain Joelle, 2005) المسئول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا على أنه: "يشتمل على السيطرة وحماية المعلومة الاستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الاقتصادي، الأمن الاقتصادي أمن المؤسسات، تعزيز سياسة التأثير". وعملية تخطيط لآليات الحصول على المعلومات ضمن أطر أخلاقية وقانونية تخص البيئتين الداخلية والخارجية وتحليلها ومعالجتها بما يساعد على اتخاذ قرارات كفيلة لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة (Mc Gonagle, 2003).

أما مفهوم الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسة:

فالذكاء الاقتصادي عبارة عن مجموعة من المفاهيم، الطرق والوسائل التي توحد كل العمليات المتعلقة بالبحث، استقطاب، معالجة ونشر المعلومة المفيدة للمؤسسة سواء بشكل فردي أو بشكل شبكي، كجزء من استراتيجية مشتركة (Conseil régional de Lorraine, 2003)، وبالتالي يمكن تعريف الذكاء الاقتصادي على أنه مجموع الأعمال المرتبطة بالبحث، المعالجة والنشر بغرض الاستغلال للمعلومة المفيدة للأعوان الاقتصاديين. هذه الأعمال المختلفة تتجزئ في إطار قانوني مع كل الضمانات للحماية اللازمة للحفاظ على أملاك المنظمة، في ظل أحسن الشروط النوعية والأجال والتكلفة.

فالمعلومة المفيدة هي التي تحتاجها مختلف المستويات الإدارية في المؤسسة أو الجماعة، من أجل وضع وتنفيذ بالطريقة الصحيحة، الاستراتيجية والتكتيكية اللازمة للوصول إلى الأهداف المحددة من طرف المؤسسة لتحسين موقعها في بيئتها التنافسية، هذه الأعمال تكون منظمة داخل المؤسسة في حلقة مستمرة، مولدة لرؤية مشتركة للأهداف المراد الوصول إليها (تقرير مارتر، 1994).

في الأساس الذكاء الاقتصادي لديه ثلاث دعوات:

- 1- مراقبة وحماية التراث العلمي والتكنولوجي والتنافسي للمؤسسة.
- 2- الكشف عن التهديدات والفرص التي قد تواجه المؤسسة.
- 3- تشكيل استراتيجيات التأثير في خدمة المؤسسة.

فهو عملية مستمرة، دائمة واستكشافية، الهدف العام منها هو تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة. الذكاء الاقتصادي قبل كل شيء هو وسيلة دعم القرار، فهو يعتمد على معلومات القرار أي المعلومة التي تشكل مورداً استراتيجياً للمؤسسة، الهدف منه هو تقليل عدم التأكد من أجل جعل القرار أقل عشوائية (Gualino, 1996).

أما على مستوى المنظمة فينظر لمفهوم الذكاء الاقتصادي على أنه العمليات والوظائف المخصصة للعلاقة بين المنظمة وبيئتها، والتي تستند إلى أداء هذه المنظمة واستخدام تكنولوجيات المعلومات، لتوفير معلومات مفيدة استراتيجياً (H. Lesca H., J. Mèlès).

فالذكاء الاقتصادي تصميم للإدارة الاستراتيجية الذي يسعى إلى تعزيز العلاقة منظمة-بيئة بالشكل الجيد (المفيد) بذكاء جماعي، مستمر، بمعلومة مفتوحة مميزة لهذه العلاقة (MARCON, 2006).

مما سبق توصلت الباحثة لتعريف الذكاء الاقتصادي بأنه: المعلومة هي المحرك والمتحكم والمسيطر الأساسي في الذكاء الاقتصادي، الهدف من جمع المعلومة حل المشكلات التي تواجه المنظمة أو المؤسسة أو الدولة في البيئتين الداخلية والخارجية، لاتخاذ القرارات بناء على المعلومة الاستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية من خلال تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

والذكاء الاقتصادي يمارسه كل من يحتاج اليه سواء دولة، منظمة أو مؤسسة، ونجده على المستوى الكلي أو الجزئي.

2.1.2. التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي:

ظهرت فكرة الذكاء الاقتصادي مع ظهور التجارة ولاسيما ظهور اقتصاد السوق، وقد وضع (Fernand Braudel) في العديد من الدراسات التي قام بها حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة من القرن الخامس عشر وحتى القرن الثامن عشر أن المنافسة بين المدن في شمال إيطاليا والمدن في فنلندا، كانت بداية الهجومات التجارية والتجسس الاقتصادي وحتى التزوير (رحماني، 2017).

كما ظهر مصطلح الذكاء الاقتصادي في الفكر العسكري الذي يعتمد على تحصيل المعلومة ثم تحليلها، فبريطانيا في الفترة الاستعمارية لها كانت تحصل على المعلومات عن منطقة البحر المتوسط وغير ذلك من أسراها في البنديقية، والجدول التالي يوضح مراحل التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي.

جدول 1.2: مراحل التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي.

المرحلة	السنة	الدولة	الحدث
مرحلة النشوء	1950	اليابان	طورت نظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية والصناعة (MITI) ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية (JITRO) لإنعاش اقتصادها.
	1958	U.S.A	وضع Luhn نظام الذكاء تحت اسم Busines Intelligence System
	1967	U.S.A	كان أول تعريف للذكاء الاقتصادي من طرف Harold Wilensky، من خلال كتاب بعنوان "intelligence organisationnelle"، فهو يعرف الذكاء الاقتصادي كنشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية والإستراتيجية للمنطقة، خزنت وأنتجت في إطار قانوني من مصادر مفتوحة.
مرحلة التكوين	1980	U.S.A	مع عولمة الأسواق والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات، اتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات وكان لمايكل بورتر، أستاذ في جامعة هارفارد دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي.
	1984	U.S.A	أصدر كتاب Aguilar الذي من خلاله تم التأكيد على ضرورة تطبيق المؤسسة لنظام System Radar Surveillence من أجل التحري الإشارات الضعيفة في بيئتها، حيث أكد على أن الحراسة يجب أن تكون نظامية متواصلة وخاصة على كل المجالات البيئية، وكذلك أحسن منافسة تكنولوجيا اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً.
	نهاية 1980	فرنسا	دخل مصطلح Competitive Intelligence، حيث ظهرت نجاحات مفاهيم الحراسة، اليقظة الإستراتيجية، الذكاء الاقتصادي.
	1985	فرنسا	جمع B.G. James تحت مسمى "ذكاء الأعمال" ثلاث أنشطة رئيسية هي: "الذكاء التنافسي" الذي يهتم بالمنافسين، "ذكاء الأسواق" ويهتم بالأسواق، "ذكاء البيئة" والذي يراقب باقي البيئة التي تنشط فيها المنظمة (الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، التكنولوجية، وغيره).
	1986	فرنسا	إنشاء CIP والتي تعتبر "الذكاء التنافسي" على أنه "برنامج منهجي وأخلاقي لجمع وتحليل وإدارة المعلومات الخارجية والداخلية التي يمكن أن تؤثر على المشاريع، القرارات وعمليات المؤسسة.

المرحلة	السنة	الدولة	الحدث
	1990	فرنسا	كانت بداية ظهوره في فرنسا.
	1992	فرنسا	أنشأت وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) والتي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية وحماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية.
	1993	-	مفهوم جديد وهو الاستخبارات الاقتصادية
المرحلة الثانية	1994	فرنسا	نشر Martre تقرير بعنوان: "l'intelligence économique et stratégie des entreprise" "الذكاء الاقتصادي واستراتيجية الأعمال" هو أول من وضع مفهوم عملي للذكاء الاقتصادي
	1995	فرنسا	تأسيس لجنة التنافسية والأمن الاقتصادي. الأوائل الذين فكروا في مفهوم اليقظة B. Martinet & Y.M. Marti والبحث وجمع المعلومات نشاط موجود بشكل يومي في أعمالهم المهنية.
	2002	فرنسا	أدمج Minefi مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي.
	2003	فرنسا	نشر تقرير حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية. تعيين مسئول أعلى للذكاء الاقتصادي.
	2005	فرنسا	تعميم جهاز الذكاء الاقتصادي على المستوى الإقليمي.
	2009	فرنسا	إطلاق المديرية المركزية للمعلومات الخارجية.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على (احمد، 2019)، (خيرة، ورجاء، 2015).

لا يزال مفهوم الذكاء الاقتصادي في الدول العربية نادر الاستخدام، باستثناء الإمارات العربية المتحدة، وذلك لارتباط المفهوم بالتنافسية التي تفتقر إليها معظم مؤسسات الدول العربية؛ لأنها مؤسسات ناقلة للتكنولوجيا بالدرجة الأولى لا منشأة لها (صندرة، وياسين، 2013).

3.1.2. خصائص الذكاء الاقتصادي:

يهتم الذكاء الاقتصادي بدراسة التفاعل التكتيكي والاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنية به انطلاقاً بداية من القاعدة (المستوى الداخلي للمؤسسة) مروراً بالمستويات الوسيطة (الجماعات المحلية) وصولاً إلى المستويات الوطنية (الاستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز اتخاذ القرار في الدولة) ثم المستويات المتعددة الجنسيات (المجمعات المتعددة الجنسيات)، والدولية (استراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة)، من بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي نذكر ما يلي (طباخي، 2018):

- 1- الاستخدام الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات.
- 2- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين.
- 3- وجود علاقات قوية بين المؤسسات والجامعات والإدارات المركزية والمحلية.
- 4- تشكيل جماعات الضغط والتأثير.
- 5- إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية والجيوسياسية.
- 6- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

4.1.2. مراحل الذكاء الاقتصادي:

يمر الذكاء الاقتصادي بالعديد من المراحل، ويعتبر تحديد الحاجة للمعلومة أول مرحلة لنشاط الذكاء الاقتصادي، ومن ثم حيازة المعلومة، معالجتها، بثها، واستعمالها (خليل، وبوعبدلي، 2008).

• تحديد الحاجة للمعلومة:

وهو أمر ليس صعب في أغلب الحالات، فليس من الضروري توفير الوسائل الحديثة، وإنما يتطلب من المتخصصين في الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بتنظيم المنظمة.

• جمع المعلومة:

بمجرد تحديد الحاجة للمعلومة، يتم اختيار أشكال للبحث عن هذه المعلومة، وفيما يلي نذكر أهم مصادر المعلومة:

المصادر الرسمية المتمثلة في: (الصحافة، الكتب، وسائل الإعلام، بنوك المعطيات والأقراص المضغوطة، ومصادر المعلومات الرسمية)

المصادر غير الرسمية المتمثلة في: (الموردين، المعارض، المنافسين في حد ذاتهم، الطلبة المتدربين، ومهمات أسفار الدراسة)

• معالجة المعلومة:

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

• بث المعلومة من أجل اتخاذ القرار:

إن الخطوة المالية للخطوات الثلاث السابقة هي إعطاء قيمة لهذه المعلومة ببثها داخل المنظمة حتى تساهم في خلق قيمة مضافة، إذ لم يتم بث هذه المعلومة وإيصالها لمتخذي القرار بالمنظمة، فالمعلومة لا تكون ذات قيمة إلا إذا جاءت في الوقت المناسب وبالشكل المراد، وتكون تكلفة المعلومة عالية ومرتفعة للشخص الذي يستخدمها، لذلك يجب توفيرها للذين يحتاجون لها من أجل استخدامها.

5.1.2. مجالات وتطبيق الذكاء الاقتصادي:

1.5.1.2. مجالات الذكاء الاقتصادي

الذكاء الاقتصادي يغطي المجالات الآتية:

• خدمة التماسك الاجتماعي:

تعزيز العلاقات بين الدولة والأعوان الاقتصاديين والاجتماعيين المكيفة مع رهانات التنافسية العالمية يساهم من خلال التنمية الاقتصادية، في المحافظة على النسيج الاجتماعي.

• خدمة المؤسسات:

يوفر المعلومة المفيدة ولا سيما الاقتصادية والمالية والتجارية والقانونية والتنظيمية والعلمية والتقنية؛ ويساعد في تدريب وتوعية المؤسسات لاستخدام المعلومات، ودعم المؤسسات في الانفتاح على الأسواق الخارجية، في اليقظة التكنولوجية والتنافسية، إلى الحصول على المعرفة الجديدة.

• خدمة الدولة:

تحديد السياسات والاستراتيجيات، وتوضيح واستحداث أدوات وأساليب التنظيم والعمل داخل الحكومة والإدارة الهادفة لزيادة الأداء الاقتصادي من خلال تحسين تدفق المعلومة، والتعاون بين الوزارات بصفة دورية. بهذا المعنى يصبح الذكاء الاقتصادي بمثابة رافعة (داعم) لإصلاح الدولة (Comité pour la Compétitivité et la Sécurité économique, 1996).

2.5.1.2. تطبيق الذكاء الاقتصادي:

تطبيق الذكاء الاقتصادي على مستوى الاقتصاد الوطني يعني اعتماد سياسة التحكم في المعلومة الضرورية للمتعاملين الاقتصاديين، والتوجهات الاستراتيجية، والحماية الاقتصادية أو تحرير الاقتصاد التي تستخدمها الدولة ترجع إلى موقف متخذي القرار.

إذا كان الذكاء الاقتصادي قابل للتطبيق نظرياً في كل المؤسسات، فالأمر ليس سهلاً كذلك على المستوى العملي، فالذكاء الاقتصادي يكون أكثر تطوراً على مستوى المؤسسات التي تطبق الاستراتيجيات التالية (الاسدي، 2019):

1- العمل على المستوى الدولي أو مواجهة منافسين دوليين في السوق الوطنية:

إن هذه الظاهرة يمكن تفسيرها من خلال تعقيدات البيئة الدولية والتي تتطلب تطبيق مفهوم اليقظة وحماية المعلومات من المنافسين.

2- استراتيجية التميز:

إن المؤسسات التي تعتمد استراتيجية التميز تكون في حاجة إلى تطبيق مفهوم اليقظة، ذلك يسهل لها مثلاً عملية تتبع المستهلكين بهدف الكشف عن حالات التميز الممكنة وتقدير مدى ملاءمتها.

فالمؤسسة التي تعتمد استراتيجية التميز مطالبة بتوقع تقليد منتجاتها، ولتتمكن المؤسسة من ضمان الحماية من التقليد يجب أن تكون قادرة على التحكم في المؤشرات التي تطلقها في البيئة الخارجية. يمكن للمؤسسة أن تخفف من التقليد بتقديم معلومات قوية وواضحة لوسائل الإعلام توضح الصعوبات والتكاليف التي تحملتها، ويمكنها أيضاً أن تجعل من التقليد عملية صعبة من خلال حماية التكنولوجيات باللجوء إلى براءة الاختراع وتقديم أرقام أعمال غير جذابة للمنافسين المحتملين.

3- استراتيجية التركيز:

تتطلب استراتيجية التركيز معرفة دقيقة للسوق التي يجب أن تخضع للتجزئة. بالتالي يكون نظام المعلومات أساسي لانتهاج استراتيجية التركيز وبصورة خاصة اليقظة التسويقية والتجارية.

4- استراتيجية التنوع:

يعني التنوع ممارسة أنشطة جديدة مع الابتعاد عن القاعدة الأساسية للإنتاج أو القاعدة التجارية يترتب عن هذا تغيير المهنة، حيث أن المؤسسة تكون مطالبة باستخدام تكنولوجيات جديدة أو مواد أولية أو قنوات توزيع أو أنها تتوجه إلى زبائن جدد، بمعنى أن المؤسسة ستواجه بيئة جديدة وهذا يتطلب زيادة عن الحاجة إلى المعلومات مخاطر إدارة المعلومات.

تطبيق الذكاء الاقتصادي غير مخصص إذن لنوع معين من المنظمات، لكنه يكون مطبق بوضوح عندما تتبع المنظمة بعض أنواع الاستراتيجيات، كلما كانت هذه الاستراتيجيات تتعلق بوضع المؤسسة مع بيئة شديدة التعقيد أو جديدة تكون في حاجة أكبر إلى تطبيق مفهوم الذكاء الاقتصادي وعليه لا توجد في النهاية مؤسسات كبيرة غير معنية بتطبيق الذكاء الاقتصادي. ومن الجدير بالذكر أنه يجب الأخذ بعين الاعتبار عشر خطوات رئيسية عند تطبيق الذكاء الاقتصادي (كباش، 2012):

الخطوة 1: كسب الإدارة التنفيذية التأييد والالتزام للذكاء الاقتصادي أو العملية لن تتجح.

الخطوة 2: يتم تعيين مدير الذكاء الاقتصادي الذي سيقود العملية عن طريق وضع المبادئ والأهداف والتوجيهات الواضحة والموضوعية لوظيفة الذكاء الاقتصادي، مهام المنافسة، مهارات ومصالح أعضاء الفريق دون تشتيت انتباه الفريق.

الخطوة 3: تحليل سلوك أصحاب المصلحة (**stakeholder**) لتحديد من هم مستعملي نظام الذكاء الاقتصادي، الغرض من احتياجاتهم للنظام، متى سيكون مستعمل ومتى سيكون مطلوب؟

الخطوة 4: تحديد الهدف، الاتجاه والسياسات من المعلومات التي تم الحصول عليها في الخطوة الثالثة، وتوسيع البيان من الذي سينفعه النظام، والخدمات والمنتجات التي يتم تسليمها.

الخطوة 5: إجراء تدقيق للمعلومات، ما هي المعلومات التي توجد بالفعل في المنظمة لدعم الاحتياجات التي تم تحديدها كما في الخطوة الثالثة، ويدعم التركيب الموجود لإيصال هذه المعلومات في المنظمة.

الخطوة 6: إجراء تحليل **SWOT** في تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف، الفرص والتهديدات لعملية الذكاء الاقتصادي.

الخطوة 7: إجراء تحليل ميداني للقوة، الذي يمكن من خلاله معرفة العوامل التي يمكن أن تعيق عملية الذكاء الاقتصادي.

الخطوة 8: تحديد عوامل النجاح الحاسمة التي تكفل نجاح العملية.

الخطوة 9: اتخاذ قرار بشأن وضع استراتيجيات لإنشاء أو تطوير نظام ذكاء اقتصادي ذو قدرة في المنظمة والأساليب التي سيتم اتخاذها.

الخطوة 10: تحديد خطط العمل التي ستكون ضرورية لتقديم الاستراتيجيات وتوزيع المسؤوليات، والأطر الزمنية، وتقييم مراجعه هذه الأعمال.

الخطوات المذكورة المبينة أعلاه يمكن أن تتبع في جميع أنواع المؤسسات، واستعمال هذه الطرق المنتظمة لتطبيق نظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسة يمكن أن تضمن نجاح العملية.

6.1.2. أبعاد الذكاء الاقتصادي:

الذكاء الاقتصادي غير مخصص لمؤسسة معينة، وعلى الدولة والمؤسسات أن تتبنى الذكاء الاقتصادي وتطبيقه كونه سياسة عامة يتحدد بمشاركة المتدخلين المتعاملين به، وترى الباحثة بعد الاطلاع على العديد من الدراسات البحثية هناك من يرى (اليقظة، حماية أمن المعلومات، التأثير) بأنها أعمدة وعناصر الذكاء الاقتصادي، وأبعاده (سياسة تنافسية، أمن المعلومات، التأثير).

هناك من يرى بأن (اليقظة، حماية أمن المعلومات، التأثير) عناصر الذكاء الاقتصادي، ويرى آخرون بأن (سياسة تنافسية، أمن المعلومات، التأثير) عناصر للذكاء الاقتصادي، ولم يذكروا أبعاد للذكاء الاقتصادي.

مما سبق يتضح للباحثة أنه رغم اختلاف المسميات إلا أن لها نفس المضمون يعود ذلك لاختلاف الترجمة من المصادر الأصلية بحيث تم التطرق سابقا في التطور التاريخي لمفهوم الذكاء الاقتصادي، ويمكن تلخيص أبعاد الذكاء الاقتصادي على النحو التالي:

البعد الأول: اليقظة

اليقظة الاستراتيجية: التي تعني اليقظة الهادفة، والبحث عن معلومات جديدة دقيقة.

وقد حظي مفهوم اليقظة بالعديد من التعاريف منها أن اليقظة نشاطات ملاحظة وتحليل التطور العلمي، التقني، التكنولوجي، التجاري، التنافسي، الاجتماعي، والآثار الاقتصادية الحالية والمستقبلية المرافقة لها من أجل إظهار تهديدات وفرص تطوير المؤسسة التي يفترض أن تأخذ بعين الاعتبار الأنواع المختلفة للبيئة.

إن وظيفة اليقظة تمكن من التأثير على عدم التماثل في المعلومات الذي يمكن أن يكون بين المؤسسة ومنافسيها لصالح المؤسسة التي تستعلم على الآخرين بكفاءة أعلى.

من أساسيات إنشاء نظام اليقظة ما يلي (الاسدي، 2019):

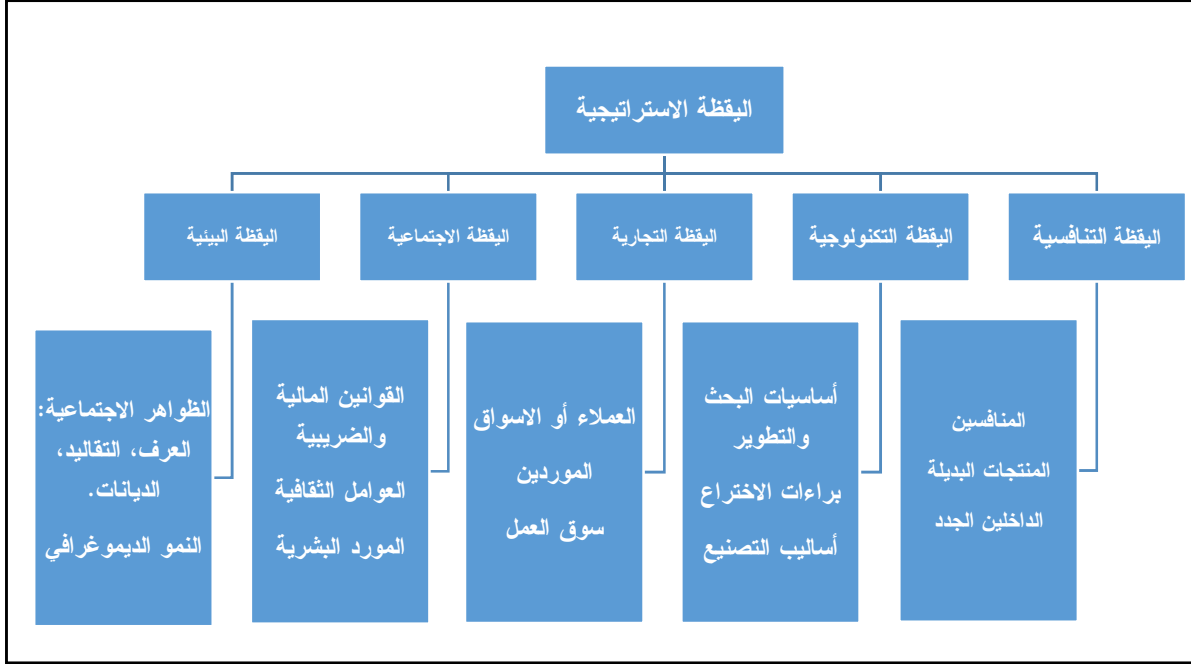
- 1- الاستعلام أو اليقظة: عملية منظمة وهادفة تحتاج إلى اختيار تنظيم مناسب وتوفير أدوات خاصة لتضمن الحصول على المعلومات المطلوبة.
- 2- تحديد نوع اليقظة المستهدف: أدت كثرة متغيرات البيئة وتعدد علاقاتها إلى ظهور أنواع عديدة من اليقظة، من الضروري للمؤسسة التي تسعى لبناء نظام يقظة فعال أن تحدد بدقة العنصر المستهدف ونوع اليقظة الذي ستمارسه.

هناك العديد من أنواع اليقظة وهي على النحو التالي (بو خمم، 2012):

- 1- اليقظة التكنولوجية: اليقظة التكنولوجية أداة فعالة لاتخاذ القرار الاستراتيجي المتعلق بالتطوير والإبداع التكنولوجي ومن ثم التفوق أمام المنافسة، وهذا التطوير قد يكون خارجياً، نقل التكنولوجيا، شراء تراخيص، إقامة تحالفات بإدخال تكنولوجيات المعلومات، توظيف الخبراء والمختصين والتكوين التقني.
- 2- اليقظة التنافسية: هي النشاط الذي يسمح للمؤسسة بالتعرف على منافسيها الحاليين والمرقبين والداخلين الجدد إلى السوق، وذلك من خلال المراقبة والرصد المستمرين لأنشطتهم والتنبؤ بها، وتهتم بالمعلومات الكمية والمعلومات النوعية.
- 3- اليقظة التجارية: هي النشاط الذي يقوم بدراسة كل من الموردين والزبائن.
- 4- اليقظة الاجتماعية: كما أن المؤسسة بحاجة إلى التيقظ لبيئتها الخارجية، فهي بحاجة إلى مراقبة وتتبع بيئتها الداخلية.

5- **اليقظة البيئية:** تعمل على دراسة المتغيرات التي لم تقم الأنواع السابقة من اليقظة برصدها وتحليلها. فهي تهتم خاصة بالجوانب المختلفة للبيئة الخارجية العامة للمؤسسة (العوامل الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية وحتى العوامل الدولية). لذا يطلق الكثير من الاقتصاديين عليها "اليقظة المجتمعية".

والشكل التالي يوضح أبعاد وأنواع اليقظة الاستراتيجية:



شكل 1.2: أنواع اليقظة الاستراتيجية.

المصدر: (خديجة، 2015) اليقظة الاستراتيجية ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية بالجزائر.

البعد الثاني: أمن وحماية المعلومات:

بالرغم من أن المبادرة تعد من أولويات معظم الأعمال المتعلقة بالذكاء الاقتصادي (الحصول واستغلال المعلومات النافعة للمؤسسة) إلا أن الجانب الدفاعي للذكاء الاقتصادي لا يمكن تجاهله.

مفهوم الأمن المعلوماتي:

تشكل المعلومات للمؤسسات البيئة التحتية التي تمكنها من أداء مهامها، وأن نوع المعلومات وكميتها وطريقة عرضها تعتبر الأساس في نجاح عملية صنع القرارات داخل المؤسسات المعاصرة وعليه فإن للمعلومات قيمة عالية تستوجب وضع الضوابط اللازمة لاستخدامها وتداولها ووضع السبل

الكفيلة بحيازتها، لذا فإن المشكلة التي يجب أخذها بالحسبان هو توفير الحماية اللازمة للمعلومات وإيعادها عن الاستخدام غير المشروع لها.

من أجل فهم الأمن المعلوماتي "Information Security" لا بد من تحديد معناه فهو عبارة عن:

1- مجموعة من الوسائل والإمكانيات النشطة والدفاعية لضمان حماية التراث المعلوماتي للمؤسسة ونشاطاتها.

2- الحفاظ على المعلومات المتواجدة في أي نظام معلوماتي من مخاطر الضياع والتلف أو من مخاطر الاستخدام غير الصحيح سواء المتعمد أو العفوي أو من مخاطر الكوارث الطبيعية (M.Bondjemia, 2008).

باعتبار سياسة الذكاء الاقتصادي نظام حكمة لإدارة واستغلال المعلومات الاستراتيجية بهدف تعزيز التنافسية الاقتصادية بمستوياتها (الكلية، الجزئية والوسطية) والأمن التنافسي المعلوماتي، من خلال تعبئة استراتيجيات مكافئة لمنظومة الذكاء الاقتصادي على المستوى الخارجي، وخلق المعارف الاستراتيجية والنشر السريع والقدرة على تشجيع استخدام التكنولوجيا، وهي كلها عوامل تؤثر مستقبلا على صورة المنظمة (Ericm el al, 2007).

وعليه فإن رأس المال غير الملموس عامل مهم لتطوير المزايا التنافسية وحفظها، بشرط التحكم في تسيير الفرص والمخاطر المرتبطة بهذا الأصل، مما يتطلب الانتباه الكامل لكفاءة النظام الأمني لحماية الإرث المعلوماتي للمؤسسات والهيئات، ومن بين الأخطار المتعلقة به نذكر ما يلي (Michel, 2011):

- 1- فقدان أو تقليد حقوق الملكية الفكرية لبراءات الاختراع.
- 2- تسرب مكونات رأس المال المعرفي، وضعف التنسيق بين الأنظمة الفرعية لبنى المعلومات الاستراتيجية، وبين سيرورة الذكاء الاقتصادي التي تنشط على المستوى الخارجي، والممارسات الجماعية للموارد البشرية في الوقت عينه.
- 3- باعتبار الذكاء الاقتصادي ثقافة إدارية هدفها التحكم في المعلومات الاستراتيجية الضرورية لصنع القرار وملاءمته مع المتغيرات المحيطة، وضبط سلطة التأثير والقيادة على جميع الأطراف المعنية داخل المؤسسة، بالإضافة إلى شركائها الاستراتيجيين.

4- إن أهم ما يتطلع إليه الذكاء الاقتصادي هو صياغة استراتيجيات الأمن الاقتصادي الملائمة لطبيعة وحجم المؤسسة وحصصها السوقية (الأبعاد التنظيمية، الموارد البشرية، امن نظم المعلومات، اختيار الشركاء من الموردين والانفتاح على المحيط التنافسي من خلال سيرورة معلوماتية دفاعية نشطة (Deinis & Isabelle, 2009).

البعد الثالث: التأثير

تأثير المعلومات في ظل الذكاء الاقتصادي:

التأثير هو استخدام المعلومة بطريقة تمكن المؤسسة من العمل على بيئتها لجعلها أكثر ملائمة لتحقيق أهدافها الاستراتيجية، ومواجهة التيارات التي قد تكون ضارة، وخاصة على مستوى الهيئات المعروفة بإعدادها للنظم والمعايير التي تدير الحياة الاقتصادية (تير، 2008) من خلال العمل الضغطي "Lobbying" والذي هو التأثير على القرار السياسي والاقتصادي بشرح ضرورة وإيجابية قانون ما أو خطورته وسلبيته، ولقد أصبح العمل الضغطي يدرس في المدارس الكبرى والجامعات، حيث قامت اللجنة الأوروبية بجعله ضرورياً في العملية الديمقراطية، فساهم في فعالية القوانين المصادق عليها بعد أن تأخذ في الحسبان رأي المهنيين دون الضرر برأي الآخرين وتحديداً الحكم السياسي.

يتعلق التأثير بتعديل ميزان القوى باستخدام تقنيات الضغط المباشر أو غير المباشر من خلال إعادة ضخها في تحصيل معلومة التأثير وعملية اتخاذ القرار وجعله يصب في صالح الهيئة التي تمارسه، مع الإشارة إلى أن سياسة التأثير تعتمد على منطق تشابك العلاقات المهنية والشخصية، وهي حلقة مهمة في سيرورة اتخاذ القرار ذي المنحى المحدد مسبقاً، أما الخصائص المرتبطة بممارسات التأثير فهي:

1- كيفية توجه التحولات الجيوسياسية الحالية، لفهم كيفية ممارسة القوة الناعمة كمكمل أو مقيد لقوة التأثير.

2- كيفية صياغة استراتيجية صورة للمنظمة عند حدوث الأزمات داخل المؤسسة لتفادي انهيار سمعتها مع الحفاظ على العلاقة مع وسائل الإعلام، والشبكات الرسمية وغير الرسمية ومنظمات المجتمع المدني.

3- كيفية ترجمة وتوجيه الأداء على الشبكات المهنية والإعلامية والقطاعية التي تنتمي إليها المنظمة (Pierre. C, 2003).

يغطي التأثير العلاقة بين الفاعلين الاقتصاديين مع القوى الأخرى السياسية والاجتماعية من خلال:

تشكيل جماعات ضغط تتحرك وفقاً لتدفق المعلومة واختيار المنهج الملائم للتأثير (التفاوض والتراجع والهجوم) وهي كلها سيناريوهات ممكنة من أجل صناعة قرار السلطة القانونية للتأثير

تضم شبكة التأثير هيئات وأفراد تبعاً لنوعية المنظمة التي تستهدف التأثير على صناعة القرار:

المنظمات غير الحكومية "NGO"، اللوبي "LOBBY"، الشينك تانكس "THINK TANKS".

7.1.2. نماذج الذكاء الاقتصادي في العالم:

للذكاء الاقتصادي العديد من النماذج، وتعتبر هذه النماذج نظام لجمع المعلومات الاقتصادية، الصناعية والتكنولوجية، ومن بين النماذج المعروفة الرائدة في هذا المجال نذكر أهمها:

1.7.1.2. نموذج فولد (Fuld) في عام 1995:

هيأت تكنولوجيا الإعلام والاتصال كافة الظروف لنمو عمليات الذكاء الاقتصادي في العالم. حيث أدى التزايد السريع في عدد الحواسيب الآلية، وطرق جمع المعلومات والتحليل إلى تبني الذكاء الاقتصادي من قبل مختلف المؤسسات والهيئات عامة أو خاصة.

ومن بين المؤسسات التي عملت على إيجاد نماذج للذكاء الاقتصادي، نذكر نموذج فولد (Fuld و1995) حيث يضم هذا النموذج ست أدوات وهي على التوالي (محمد، 2012):

1- **ملمح نوايا وقدرات المسيرين:** يسمح بالتنبؤ بقرارات هؤلاء، وتحديد العوامل التي تؤثر على إجراءات اتخاذ القرار لديهم لإعداد الملمح النفسي لصاحب القرار، يجب الأخذ بعين الاعتبار سبعة محددات هي: (أنماط القيادة، الثقافات، المسارات المهنية، الكفاءات، التوجهات، الميولات والقرارات السابقة).

2- كما يتم تحليل هذه المحددات في ظل مناخ المؤسسة الحالي والمستقبلي، من وجهة نظر التكاليف والتكنولوجيا المتاحة، الإدارة والعمليات.

3- **البانشماركينغ (Benchmarking):** يقصد بها عملية دراسة وتبني الممارسات الأفضل من بين الممارسات التي تتبعها المنظمات (الشركات) الأخرى لتحسين الانجاز والأداء في الشركة نفسها. وهذا أقل تكلفة وأوفر في الوقت، ويجنب الأخطاء التي وقعت فيها تلك الشركات أو المنظمات، وبالتالي عدم اختراع طريقة اخترعها الآخرون وجربوها.

4- تحليل الاستراتيجية المستقبلية: ويقصد من ذلك محاولة معرفة مختلف نقاط القوة والضعف وكذا الفرص والتهديدات التي تحيط بالمؤسسة. وهو نفس النموذج المعروف في مجال التحليل الاستراتيجي باسم SWOT. وتسمح نتائج هذا التحليل بتحديد توجه استراتيجي ومحاور أولية للتدخل.

5- توقع الاستراتيجيات التنافسية: يقترح نموذج Fuld تحليل القوى المحيطة الأربعة للمؤسسة وهي على التوالي: اللوائح والتنظيمات، التكنولوجيا، التغييرات في قطاع النشاط (عمليات الضم والدعم) وأخيرا الزبائن (نمو عائدات الاستهلاك).

6- توقع إدخال منتج جديد: يقترح Fuld في هذا الإطار ما يسمى Timelining، يقصد بذلك متابعة النشاطات العملية للمؤسسات والتعرف على المعلومات الناتجة وتحليلها.

7- تحليل التكاليف: يعتمد المحلل أساساً على الميزانية كأداة تحليلية، ويتمثل العنصر الأساسي لهذه المقاربة في التركيز على العوامل الحرجة كسواء المعدات، البنايات والتجهيزات والتكاليف الإدارية.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن كل نوع من المؤسسات والهيئات تطور طرق خاصة بها في هذا المجال، وذلك تماشياً مع طبيعة نشاطاتها ومجالات تدخلها.

2.7.1.2. نموذج الذكاء الاقتصادي الياباني:

1- انتقل اليابانيون في كثير من القطاعات الصناعية من عملية التقليد إلى الابتكار عن طريق التكامل بين الذكاء الاقتصادي والمنافسة في مجال البحث والتطوير وفتح حصص في السوق الخارجي.

2- وتعتمد المؤسسات اليابانية على الجامعات اليابانية لإمدادها بالمعلومات (Sogo Shoshas) التزام بالمعارض التجارية والاجتماعات والبعثات.

3- ويعتمد النظام على الوزارة الأولى والوزارات الاقتصادية وعالم الأعمال الذي يساهم في تحديد الاستراتيجية العامة والشاملة للبلاد، وأخيراً هيئات التفكير (Think Tanks) التي تساهم في تطوير البحث وإدماج التطوير والإبداع عن طريق الدراسة المقارنة التكنولوجية (مقاويب، 2009).

3.7.1.2. نموذج الذكاء الاقتصادي في الولايات المتحدة الأمريكية:

شهد مجال الذكاء الاقتصادي في الولايات المتحدة تحولاً كبيراً في التسعينات من القرن الماضي بالنظر إلى حجم التنمية الاقتصادية التي حققها كل من اليابان وأوروبا باعتبارهما منافسين رئيسيين للولايات المتحدة في مختلف مجالات التنمية الاقتصادية والتكنولوجية.

هذا النظام يتبنى نشاط الوكالات الخاصة للاستعمالات مثل pinkerton و kroll، كما توجد هيئات مركزية أخرى كالمجلس الاقتصادي الوطني الذي أسس سنة 1993 والذي يعتبر تأسيسه ثورة في مجال تقديم الدعم والاستشارة لمختلف الهيئات.

وتتميز شركات الذكاء الاقتصادي الأمريكية بحجمها الضخم والممتد إلى كافة أنحاء العالم، وتستخدم طاقات مادية وبشرية هائلة كمؤسسة International kroll التي توظف ما بين 5000-6000 موظف في 60 مكتب حول العالم، وتحقق رقم أعمال يقدر بحوالي 10 مليار سنويا، تعمل هذه المؤسسة على تحليل الخطر الاقتصادي والتجاري بناء على ستة عوامل وهي الاستعلامات، الأعمال والتحقيقات، التحقق من السوابق المهنية، خدمات الأمن والحماية، أمن شبكات المعلومات، المساعدة القضائية والتحليل الاستراتيجي والتنافسي (محمد، 2012).

4.7.1.2. نموذج الذكاء الاقتصادي الفرنسي:

على عكس النظامين السابقين يتميز النظام الفرنسي بوجود دور قوي للحكومة في ميدان الذكاء الاقتصادي، إلى جانب المؤسسات العمومية الكبرى، كما أن المبادرات العمومية في فرنسا تتغلب على كل ما هو خاص، بالإضافة إلى ذلك يبقى النموذج الفرنسي رهين عائقين أساسيين هما:

- 1- العائق الدستوري: بحكم وجود ثنائية الحكم في الجهاز التنفيذي (رئيس الجمهورية - وزير أول خاصة في مرحلة التعايش السياسي، كما يؤخذ على تركيبة الوزارات ضعفها في تجسيد آليات اليقظة والذكاء الاقتصادي وحتى في إبراز الإرادة في التغيير.
- 2- العائق الثقافي: وقد نتج عن ظواهر الانتماء الحزبي والمرجعيات الثقافية والفكرية لمختلف أسلاك الموظفين، وظاهرة إخفاء المعلومات والتحفظ عليها، كما أن ثقافة الدبلومات الممنوحة في مختلف المدارس العليا والجامعات في فرنسا تركز نوعاً من عدم التجانس في الثقافات الإدارية، وبالتالي ضعف الثقافة المشتركة والرغبة في التحديث والتطوير إضافة إلى ذلك عدم قدرة ما يسمى بالهيئات (Fondations) على جلب الذكاء البشري الخارجي واستخدامه في إقامة آليات الذكاء الاقتصادي، والاستفادة منه على نحو ما هو جاري العمل به في مؤسسات وهيئات التفكير في الولايات المتحدة أو اليابان.

على سبيل المثال توجد بفرنسا 473 هيئة لا تتلقى إلا 0,09 % من الناتج الداخلي الخام، في حين توجد 1200 هيئة من هذا النوع تتلقى 2.1 % منه في أمريكا، و 3000 هيئة في بريطانيا و 2000 في ألمانيا، وقد تعالت الأصوات لإصلاح نظام الذكاء الاقتصادي في فرنسا انطلاقاً من سنة 1995 عند نشر تقرير Carayon، ومن بعدها تقرير نائب Mertere، ولقد اقترح Carayon نظام للذكاء الاقتصادي وفقاً للخصوصيات (بوخمخ، 2012).

مما سبق اتضح للباحثة:

أن التحولات الاقتصادية في الدول والتنافس فيما بينهم، أدى لاهتمام الدول للحصول على المعلومات ذات القيمة الاقتصادية والاستراتيجية من خلال:

- 1- انشاء مراكز بحوث وتطويرها ووكالات خاصة للاستعلامات.
- 2- الاهتمام بالمؤسسات التعليمية والجامعات.
- 3- الحفاظ على الأمن القومي وحماية المعلومات.
- 4- الاهتمام بالموارد البشري، بجلب الذكاء البشري الخارجي لاستثماره في الذكاء الاقتصادي.

8.1.2. الخلاصة:

اتضح من خلال هذا المبحث بأن المعلومة هي المحرك الأساس في الذكاء الاقتصادي، الهدف منها دراسة البيئة الداخلية والبيئة الخارجية لاتخاذ القرار، لتحقيق الميزة التنافسية باستخدام الوسائل التكنولوجية، يمارسه كل من يحتاج اليه سواء دولة أو منظمة أو مؤسسة أو شركات.

وأن مراحل الذكاء الاقتصادي مرت بثلاث مراحل: مرحلة النشوء، مرحلة التكوين، مرحلة التوحيد في جميع الدول.

ويهتم الذكاء الاقتصادي بدراسة التفاعل التكتيكي والاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنية به، وعند تطبيق نظام الذكاء الاقتصادي يجب الأخذ بعين الاعتبار الخطوات العشر الرئيسية التي بإمكانها انجاح عملية تطبيقه في المؤسسة.

ووضح في هذا المبحث أبعاد الذكاء الاقتصادي وهي: (اليقظة الاستراتيجية، امن المعلومات والحماية، وسياسة الضغط والتأثير) وتم ذكرها بالتفصيل، كما تناولنا نماذج مارست الذكاء الاقتصادي مثل: نموذج فولد، النموذج الياباني، النموذج الأمريكي والنموذج الفرنسي، من خلال تلك النماذج تبين أهمية إنشاء مراكز بحوث الاهتمام بالمؤسسات التعليمية والجامعات والحفاظ على أمن المعلومات والاهتمام بالعنصر البشري.

2.2 المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية

مقدمة:

تتمثل التوجهات المستقبلية في فلسفة الإدارة الحديثة لبقاء المنظمات والمؤسسات واستمرارها بقدرتها في تحقيق الميزة التنافسية، ما تمتلكه من مميزات تفرد وتتفوق بها عن نظيراتها باعتبارها عاملاً هاماً للتقدم والاستمرار، حيث يعتبر مفهوم الميزة التنافسية هو الأكثر معاصرة في الربط بين التوجهات الاستراتيجية وتحقيق الرسالة والأهداف للمنظمة والمؤسسة، في هذا المبحث سنتناول مفهوم الميزة التنافسية، أبعادها، محدداتها، مصادرها، العوامل المتحكمة بها وأهميتها.

1.2.2. مفهوم الميزة التنافسية:

ترجع بدايات مفهوم الميزة التنافسية إلى الثمانينات من القرن الماضي، حيث بدأت فكرة الميزة التنافسية في الانتشار والتوسع خاصة بعد ظهور كتابات "مايكل بورتر" أستاذ الإدارة الاستراتيجية بجامعة هارفارد - بشأن استراتيجية التنافس والميزة التنافسية - ويعتمد هذا المفهوم على نقطة أساسية أن العامل الأكثر أهمية والمحدد لنجاح منظمة الأعمال هو الموقف التنافسي لها في الصناعة التي تعمل بها (خليل، 2006). ولا يوجد اتفاق محدد للميزة التنافسية وذلك للمجالات العديدة المختلفة لاستخدام الميزة التنافسية، لذلك تم تقسيم مفهوم الميزة التنافسية لعدة مستويات أهمها فيما يلي:

1.1.2.2. الميزة التنافسية على المستوى العام:

هي قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط، والتي تتحقق من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات، الموارد الفنية، المادية والتنظيمية، بالإضافة إلى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها التي تتمتع بها المؤسسة بحيث تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجيتها التنافسية (أبو بكر، 2004).

الميزة التنافسية هي ذلك المفهوم الاستراتيجي الذي يعكس الوضع التنافسي النسبي الجيد والمستمر لمؤسسة ما إزاء منافسيها، بحيث يتجلى في شكل تقديم منتجات ذات خصائص متفردة يكون معها العميل مستعداً لدفع أكثر أو تقديم منتجات لا تقل قيمة عن منتجات المنافسين وبأسعار أقل.

وبهذا المعنى تعتبر تطوير الميزة التنافسية هدفاً استراتيجياً تسعى لتحقيقه الاستراتيجية ذات المعرفة الكامنة ضمن مختلف أنظمة، استراتيجيات، أنشطة وعمليات المؤسسة بما يؤدي إلى تخفيض التكاليف، تحسين الجودة، زيادة السوق وتعظيم الربحية على المدى الطويل (يخصيه، وصاف، 2005).

وتعكس الميزة التنافسية عملية التوليف بين التحكم في التكلفة، التميز وخلق القيمة بالنسبة للعملاء، كذلك التوليف بين الإبداع الاستراتيجي والفعالية التنظيمية (F. Leroy, 2001).

وهي كل عمل مبني على ضمان بقاء المؤسسة في نظام المنافسة الحرة والذي يفرض عليها أن تملك ميزتان (Garibaldi, 1996):

- 1- حصة من العملاء والمستهلكين والذين يحصلون على منفعة أكيدة خلال تلك الفترة الزمنية.
- 2- حصة أخرى تضمن بقاء المؤسسة.

اتضح للباحثة مما سبق بأن الميزة التنافسية هي قدرة المؤسسة على تحقيق قيمة للعملاء (تعتمد على الجودة، التكلفة والخدمة) تجعلها في مركز أفضل من المؤسسات الأخرى مع الاستغلال الممكن لجميع إمكانياتها (الموارد بمختلف أنواعها)، هذه القيمة التي تقدمها للعملاء يجب أن تقدم منفعة أكيدة لهم ويكونون مستعدين للحصول عليها في جميع الحالات ونعني بذلك إدراكهم بتحصيل المنفعة جزاء التعامل معها.

2.1.2.2. الميزة التنافسية على مستوى الدولة:

قد تم تعريف تنافسية الدولة من قبل عدة مجالس ومنظمات من بينها (بركاني، 2019):

عرّف المعهد الدولي لإدارة التنمية في سويسرا تنافسية الدولة: هي قدرة الدولة على توليد ثروة أكبر من منافسيها في الأسواق العالمية.

أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) فعرفت التنافسية الدولية: بأنها الدرجة التي تستطيع البلد في ظل أسواق حرة وعادلة إنتاج السلع والخدمات التي تنجح في اختبار الأسواق الدولية، وفي نفس الوقت المحافظة على توسيع الدخل الحقيقية لمواطنيها في المدى الطويل.

وعرف المجلس الأمريكي للسياسة التنافسية تنافسية الدولة: بأنها قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تنافس في الأسواق العالمية، وفي نفس الوقت تحقق مستويات معيشية أحسن في الأجل الطويل.

مما سبق اتضح للباحثة أن مجمل هذه التعريفات تصب في إطار واحد يمكن تلخيصه في التعريف التالي: تنافسية الدولة هي قدرتها على إنتاج وبيع وتسويق منتجاتها في الأسواق المحلية والعالمية في ظل المنافسة الشديدة التي يتميز بها العالم، وفي نفس الوقت الرفع من القدرة الشرائية لمواطنيها على المدى الطويل.

من الجدير ذكره أن المعهد الدولي للتنمية الإدارية يصدر تقرير سنوي حول التنافسية العالمية، ولقد أظهرت نتائج الكتاب السنوي للتنافسية العالمية 2020، احتفاظ سنغافورة بمركزها الأول للسنة الثانية على التوالي في تحليل المعهد للاقتصاديات العالمية وقدرتها على تحقيق الرخاء. ويعد تصنيف القدرة التنافسية العالمية لعام 2020 هو العمل الدائم للمركز الخاص بشركة IMD. وحلت الدنمارك في المرتبة الثانية عالمياً، وجاءت سويسرا في المرتبة الثالثة متراجعة من المرتبة الأولى في تقرير 2019، بينما حلت هولندا المرتبة الرابعة، تلتها هونغ كونغ، ثم السويد، وبعدها النرويج، تلتها كندا، بينما تصدرت الإمارات المرتبة التاسعة محافظة بذلك على موقعها ضمن المراكز العشر الأولى على مؤشر التنافسية العالمي، رغم التراجع الطفيف في أدائها من المرتبة الخامسة في عام 2019 إلى التاسعة في 2020، فيما حلت الولايات المتحدة في المركز العاشر، وجاءت المملكة المتحدة في المرتبة 19 متقدمة بأربع نقاط عن العام الماضي، حيث كانت تحتل المرتبة الـ 23.

اللافت للنظر في التقرير 2020 هو تقدم السعودية على مؤشر التنافسية العالمي بنقطتين من المرتبة الـ 26 إلى المرتبة الـ 24 عالمياً، بفضل تطبيقها "رؤية 2030" والتي يشكل استمرار تطبيقها تحدياً بالنسبة إلى الرياض. في حين شهدت قطر تراجعاً بمعدل 4 نقاط لتعود إلى ترتيبها في تقرير عام 2019، في المرتبة الـ 14 عالمياً. وتراجعت الأردن بنقطة واحدة بفعل نمو معدلات البطالة فيها (أولير، 2020).

3.1.2.2. الميزة التنافسية على مستوى القطاع:

يتعلق الأمر بمفهوم التنافسية على مستوى صناعة معينة، والمقصود بالقطاع مجموعة من المؤسسات التي تنتج منتجات متشابهة في نفس النشاط.

ولقد أكد كل من (Mc Fetridge. 1999) و(Lall .1999) على أن "مفهوم التنافسية على مستوى القطاع يركز على مدى قدرتها على تحقيق الإنتاجية النسبية المرتفعة بالنظر إلى الصناعات المنافسة دولياً، بحيث يرى بأن الصناعة تكون تنافسية إذا كانت عناصر الإنتاج فيها أكبر إنتاجية من منافسيها الدوليين أو مساوية لها على الأقل، وكانت تكلفة الوحدة المنتجة لديها أقل من تكلفتهم أو مساوية لها

على الأكثر، هذا إلى جانب تحقيق هذه الصناعة لتفوق في التجارة كنتيجة لارتفاع نصيبها من إجمالي الصادرات العالمية (باللي، 2007).

التنافسية لقطاع ما تعني أيضاً "قدرة المؤسسات المنتمية لنفس القطاع في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، وهذا ما يؤدي إلى تميز تلك الدولة في هذه الصناعة ويجب تحديد القطاع بدقة، فمثلاً قطاع المواصلات لا يمكن خلطه مع قطاع الإلكترونيات، لأن مجالات وظروف الإنتاج تختلف" (بو سعد، 2008).

وتقاس تنافسية مستوى الصناعة أو النشاط الممارس من حيث تفوقه على الأنشطة الأخرى في المجالات التالية: (الجودة الأفضل والمواصفات القياسية الأرقى، قدرة المنتجات على الإشباع للحاجات المتنامية، التكنولوجيا المستخدمة وخدمات ما بعد البيع، الربحية الكلية للقطاع، الميزان التجاري للقطاع، محصلة الاستثمار الأجنبي المباشر) (عبد الرؤوف، 2007).

4.1.2.2. الميزة التنافسية على مستوى المؤسسة:

يعتبر (J.L.Muchielli) التنافسية على مستوى المؤسسة بأنها: "قدرة المؤسسة على تحقيق نتائج تفوق المعدل الذي تحققه نظيراتها في نفس القطاع، فهي تعكس قدرتها على الصراع من أجل الحصة السوقية، والمؤسسة التنافسية هي التي تستطيع أن تحقق أحسن نتيجة من حيث الثنائية النمو الحصة السوقية" (طحطوح، 2009).

2.2.2. أهمية الميزة التنافسية وأهدافها:

1.2.2.2. أهمية الميزة التنافسية:

تتجسد أهمية الميزة التنافسية للمنظمة من خلال (بركاني، 2019):

- 1- تعطي المنظمة تفوقاً نوعياً وكمياً وأفضلية على المنافسين، وبالتالي تتيح لها تحقيق نتائج أداء عالية.
- 2- تجعل من منظمة الأعمال متفوقة في الأداء أو في قيمة ما تقدمه للعملاء أو الاثنين معاً.
- 3- تساهم في التأثير الإيجابي في مدركات العملاء، وباقي المتعاملين مع المنظمة وتحفيزهم لاستمرار وتطوير التعامل.

4- كون الميزات التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد، فإن هذا الأمر يتيح للمنظمة متابعة التطور والنقد على المدى البعيد.

5- نظراً لكونها مستندة على موارد المنظمة وقدرتها وجدارتها، لذلك فإنها تعطي حركية وديناميكية للعمليات الداخلية للمنظمة.

2.2.2.2. أهداف الميزة التنافسية:

كما تسعى المؤسسة من خلال خلق ميزة تنافسية إلى تحقيق جملة من الأهداف، أهمها (الثبتي، (2017):

- 1- خلق قيمة للمنشأة بين نظيراتها في الأسواق؛ ما يجعل لها اسماً في تلك الأسواق.
- 2- الحصول على حصة سوقية متميزة.
- 3- جذب عملاء بصفة مستمرة.
- 4- خلق ولاء خارجي للمنظمة.
- 5- بقاء المنظمة وتطورها في السوق المحلي أو الإقليمي، لأن الميزة التنافسية تجعلها متطورة دائماً للحصول على رضا العميل وتحقيق الربح.

3.2.2. محددات وشروط الميزة التنافسية:

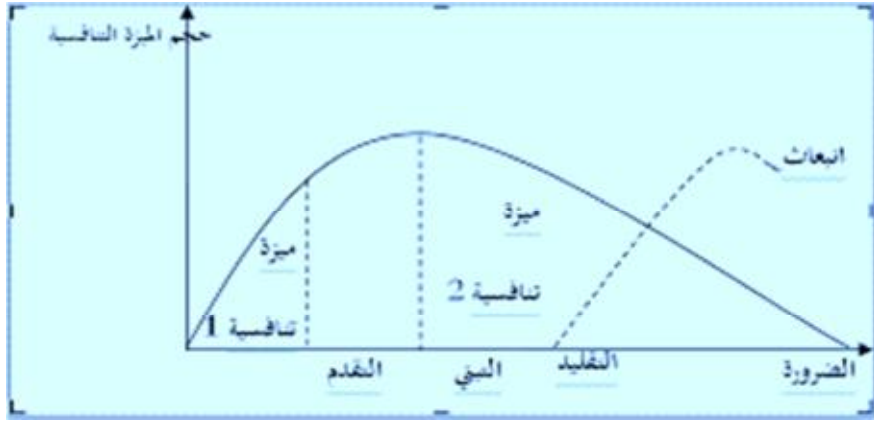
1.3.2.2. محددات الميزة التنافسية:

تحدد الميزة التنافسية من خلال عنصرين أساسيين هما (خليل، 2006):

حجم الميزة التنافسية:

يتوقف ضمان استمرار الميزة التنافسية على قدرة المؤسسة على الحفاظ عليها في وجه المنافسة التي تواجهها، وكلما كان حجم هذه الميزة أكبر كلما وجدت المؤسسات المنافسة صعوبة أكبر في محاكاتها أو القضاء عليها، وتملك كل ميزة تنافسية دورة حياة كما هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات الجديدة، إذ تبدأ بمرحلة التقديم أو النمو السريع ثم تليها مرحلة التنبني من قبل المؤسسات المنافسة، ثم مرحلة الركود في حالة قيام المنافسين بتقليد ومحاكاة الميزة التنافسية ومحاولة التفوق عليها، وأخيراً تظهر مرحلة الضرورة أي الحاجة إلى تطوير هذه الميزة من خلال تخفيض التكلفة أو تدعيم تميز

المنتج مما يدفع المؤسسة إلى تجديد أو تحسين الميزة الحالية أو تقديم ميزة تنافسية جديدة تحقق قيمة أكبر للعميل، والشكل التالي يوضح دورة حياة المنتجات وحجم الميزة التنافسية في مراحل الانتاج.



شكل 2.2: حجم الميزة التنافسية في مراحل الانتاج المختلفة.

المصدر: (ضيات، 2013): الذكاء الاقتصادي رهان تسيير المؤسسات.

نطاق التنافس أو سوق المستهدف:

أي مدى إشباع أنشطة وعمليات المؤسسة التي تساهم في تحقيق المزايا التنافسية، وذلك بتحقيق وفورات في تكلفة المقارنة بالمنافسين كالاستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة، خبرة فنية واحدة استخدام نفس منافذ التوزيع لخدمة قطاعات تسويقية أو مناطق أو صناعات مختلفة مما يساهم في تحقيق الاقتصاديات المدى (الحجم)، كما يمكن أيضاً للنطاق الضيق تحقيق ميزة تنافسية من خلال التركيز قاع سوقي معين وخدمته بأقل تكلفة أو تقديم منتج مميز له (خليل، 2006).

2.3.2.2. شروط الميزة التنافسية:

الشروط لا تتعلق لا بالسوق ولا بالمنتج، وإنما بخصائص الموارد والكفاءات التي تملكها المؤسسة وهي كالتالي (Iaroche, Nioche, 1998):

1- القيمة: يجب أن تكون الموارد لها قيمة بالنسبة لمؤسسة لأنها تسمح بانتهاء فرصة رابحة في العقد، وكذا الطلب على تهديد أو خطر محتمل من المنافسين لأنها تسمح باقتحام عدد كبير من الأسواق، بحيث تساهم بصورة معتبرة في خلق القيمة الخاصة بالمنتج النهائي الموجه للعملاء، لأن قيمتها أعلى من تلك التي لدى المنافسين وتسمح لها بتحويل قدراتها الكامنة إلى عائد.

2- الندرة: يجب أن تكون الموارد نادرة بحيث تستطيع مؤسسات قليلة فقط الحصول عليها أو مؤسسة واحدة فقط، إضافة إلى أن الندرة لا يقصد بها عدد محدود أو نادر من الموارد بل عملية تحويلها غير ممكنة للجميع.

3- عدم القابلية للتقليد: يجب أن يكون هناك صعوبة في تقليد الميزة التنافسية على الأقل في المدى المتوسط والطويل، وقد يكون ذلك في أدواته وعمليات الإنتاج التي لا يمكن تقليدها من طرف المنافسين نتيجة عدم وضوح وتحديد العوامل التي بواسطتها يتم تحقيق أداء عالي، تلجأ الكثير من المؤسسات إذا قامت بتحقيق ميزة تنافسية عن طريق امتلاك براءة اختراع مسجلة التي تسجل هذه الأخيرة لدى الجهات المختصة، وهو ما يدعى بحقوق الملكية الفكرية الصناعية (العايب، 2013).

4- الديمومة: إن من شروط الميزة التنافسية صفة الديمومة للموارد الخالقة لها، وأن الكفاءات هي أكثر ديمومة، والموارد الحالية يمكن أن تستبدل بموارد مستقبلية جديدة، مما يخدم ويساعد في تمديد مدة حياة الكفاءة.

ومن الجدير ذكره أن شرط ديمومة الموارد يتعلق بعدة عوامل أهمها: مدة دورة الحياة، الإبداع التكنولوجي، معدل دخول المنافسين الجدد، وهناك بعض الموارد والكفاءات تستطيع اكتساب صفة الديمومة (مدة الحياة لا نهائية)، وتغنى كل مرة عن طريق استعمالها (العايب، 2013).

5- عدم الإحلال: القصد بهذا الشرط هو وجوب عدم وجود مورد مماثل يحل محلها، وإن الموارد البشرية تحت هذا العنصر تأتي من بين الموارد النادرة غير القابلة للتحويل لأن الميزة التنافسية الناتجة عن الموارد البشرية لا يمكن استمرارها حالة إبدالها بمورد بشري آخر (حمدي، 2004).

6- التملك: هو عنصر آخر هام من شروط الميزة التنافسية الذي ينبغي على المؤسسة أن تنظم طرقها وهياكلها وتحصيل القيمة من الموارد والكفاءات التي تملكها، وعلى ضرورة حقوق الملكية وامتلاك الفائض الحاصل عن عملية تحويل الموارد والكفاءات.

وأخيراً يمكن اعتبار أن هذه الشروط حتى وإن تحققت مجتمعة فهي تبقى دائماً في حالة تذبذب وعدم استقرار لأن الميزة التنافسية ظاهرة معقدة جداً، صعبة التطبيق وضعيفة في إمكانية الحصول عليها والقليل من المؤسسات تستطيع الحصول عليها.

4.2.2. مصادر الميزة التنافسية والعوامل المتحركة فيها:

1.4.2.2. مصادر الميزة التنافسية :

لا يمكن لأي مؤسسة أن تنتج لميزة تنافسية (عن طريق تنمية التكاليف أو التميز) إلا إذا توفرت لديها مجموعة مصادر وموارد تنشأ من خلالها واستغلالها بشكل أمثل، وتختلف هذه المصادر من مؤسسة إلى أخرى حسب المجال الذي تنشط فيه كل مؤسسة، وفيما يلي استعراض لبعض أهم مصادر تحقيق الميزة التنافسية (هل، جونز، 2001):

1- **الكفاءة:** تعد المؤسسة أداة لتحويل المدخلات إلى مخرجات، حيث تمثل المدخلات في عوامل الإنتاج (العمالة، الأرض، رأس المال، الإدارة والتكنولوجيا)، أما المخرجات فتمثل منتجات المؤسسة من السلع والخدمات وأبسط قياس للكفاءة يتمثل في مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة أي أن:

2- **الكفاءة = المخرجات / المدخلات** كلما كانت المؤسسة أكثر كفاءة كلما قل مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة، وهكذا يساعد عامل الكفاءة المؤسسة على تحقيق مزايا تنافسية منخفضة التكلفة.

3- **الجودة:** إن المنتجات ذات الجودة العالية هي السلع والخدمات التي يمكن الاعتماد عليها والثقة بها لإنجاز الوظائف المصممة لأدائها، ويعتبر تأثير الجودة العالية للمنتج على المزايا التنافسية تأثيراً مضاعفاً. فتوفير منتجات عالية الجودة يزيد من قيمة هذه المنتجات بالنسبة للمستهلكين، وهذا المفهوم المدعم للقيمة يؤدي بدوره إلى السماح للمؤسسة بفرض سعر عالي لمنتجاتها. ومن الجدير ذكره أن تأثير الجودة العالية يصدر عن الكفاءة العالية والتكاليف المنخفضة للوحدة، بحيث أن أقل وقت يضيعه العامل يؤدي إلى خروج منتجات معينة أو خدمات ذات مستوى أقل حدة.

4- **الابتكار:** الابتكار أو التجديد أي شيء جديد أو حديث يتعلق بطريقة إدارة المؤسسة أو المنتجات التي تنتجها، ويشمل الابتكار على كل تقدم يطرأ على أنواع المنتجات وعمليات الإنتاج ونظم الإدارة والهياكل التنظيمية والاستراتيجية التي تعتمد بها المؤسسة، ويمكن لعمليات الابتكار التي تحرز نجاحاً أن تشكل مصدراً رئيسياً للمزايا التنافسية، لأنها تمنح المؤسسة شيء منفرداً يسمح لها بتمييز نفسها، وبالتالي اختلافها وتميزها، فضلاً عن فرض أسعار عالية لمنتجاتها أو خفض تكاليف منتجاتها بنسبة كبيرة مقارنة بمنافسيها من خلال استخدام التكنولوجيا (بويغ، 2012).

5- **الاستجابة لحاجات العميل:** من خلال قدرة المؤسسة على أداء مهامها بشكل أفضل من منافسيها في إشباع حاجات عملائها، وعندها يولي المستهلكون قيمة أكبر لمنتجاتها، مما يؤدي إلى خلق التميز القائم على المزايا التنافسية، وتمثل المصادر السابقة عاملاً مساعداً للمؤسسة لاستحداث مزيداً من القيمة من خلال خفض التكاليف أو التميز لمنتجاتها بالمقارنة بمنافسيها، الأمر الذي يسمح لها بالتفوق عليهم (داسي، 2007).

العديد من الأدبيات والدراسات البحثية تنوعت في سرد مصادر الميزة التنافسية، ويرجع ذلك للمجالات والقطاعات المختلفة المستخدمة للميزة التنافسية، ويوجد العديد من المصادر التي لها علاقة وطيدة بالذكاء الاقتصادي:

أولاً: التكنولوجيا: أكدت التجارب الحديثة أن التكنولوجيا عامل قوي من عوامل تغيير القدرات التنافسية للمؤسسة، لأنها تشمل كل التطبيقات العملية للنظريات العلمية والخبرات المكتسبة لتطوير عمليات الإنتاج، وهذا ما جعل منها مصدراً متجدداً للميزة التنافسية (مرسي، 2002).

ثانياً: المعرفة: إن المؤسسات الناجحة هي التي تهتم بالتجميع المنظم للمعرفة من المصادر المختلفة، وتحللها وتفسرها لاستنتاج مختلف المؤثرات التي تستخدم في توجيه وإثراء العمليات الإنتاجية، وتحقيق التحسن في الأداء والارتقاء إلى المستويات أعلى من الإنجاز، لتحقيق في الأخير التميز على المنافسين. من هنا أصبحت المعرفة مصدراً أساسياً من مصادر الميزة التنافسية، وهي تتمثل فيما يطلق عليه الآن رأس المال الفكري الذي يشمل مختلف منتجات الفكر الإنساني من تقنيات، نظريات، مفاهيم (السلمي، 2002).

ثالثاً: الموارد البشرية: تعتبر الموارد البشرية المصدر الحقيقي لتكوين الميزة التنافسية للمؤسسة وتعزيزها لأن تحقيق التميز في أداء المؤسسة لن يستند على مجرد امتلاكها الموارد الطبيعية أو المالية أو التكنولوجية فحسب، بل يستند في المقام الأول على توفير نوعيات خاصة من الموارد البشرية التي تمتلك القدرة على تعظيم الاستفادة من تلك الموارد. لهذا نجد أن الأفراد هم العنصر التنظيمي الوحيد القادر على استيعاب المفاهيم والأفكار الجديدة التي تساعد على استغلال الميراث، ومواجهة التحديات التي تفرضها الظروف التنافسية (السلمي، 2002).

2.4.2.2. العوامل المتحكمة في الميزة التنافسية:

تتأثر الميزة التنافسية بعوامل متعددة، متفاوتة في الأهمية ومن بين أبرزها القدرات الإبداعية، الإنتاجية والتسويقية (عباس، 2005).

- **القدرات الإبداعية:** طالما أنه ليس بإمكان المنظمة تقديم منتج يُرضي جميع الرغبات وفي كل الأوقات، فإنها مضطرة إلى إحداث تغييرات في خصائص ومواصفات منتجاتها حتى تتمكن من تلبية أذواق ورغبات المستهلكين، والحصول على حصة معتبرة من السوق تعتمد أساساً على ما يلي: (دراسة السوق لمعرفة الطلب الحالي، المتوقع والاستماع إلى شكاوي وأراء الزبائن (المستهلك) حول ما تقدمه المنظمة من منتج، ولا يأتي ذلك إلا بوجود نظام معلومات فعال أساسه المعرفة، الخبرة التكنولوجية للمنظمة باعتبار الإبداع نقطة تقاطع بين ما هو ممكن تكنولوجياً وما هو مقبول اجتماعياً واقتصادياً).

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

• **القدرات الإنتاجية:** إن القدرة الإنتاجية تعني عنصرين مهمين هما:

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

العنصر الثاني: (الإنتاجية): تعتبر الإنتاجية معياراً لقياس مدى كفاءة المنظمة في استخدام مواردها، يعبر عنها بالنسبة الرياضية المخرجات على المدخلات، ومن ثمة فإن رفع الإنتاجية يعتبر من بين أهم الأهداف الرئيسية للمنظمة، كما أنها معياراً رئيسياً لقياس كفاءة المنظمة مقارنة بمنافسيها.

• **القدرات التسويقية:** تشكل وظيفة التسويق في المنظمة أحد مرتكزات قدرتها التنافسية بما يلزم أن توفره من معلومات عن حاجات ورغبات المستهلكين وتطلعاتهم، وكذلك عن تغيرات المحيط الخارجي وتقلباته، وذلك من خلال ثلاث محاور على النحو التالي:

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

المحور الثاني: دراسة السوق: تهتم بجمع وتحليل البيانات الخاصة بكل من:

(المشترين الحاليين والمتوقعين للسلعة أو الخدمة التي تقدمها المنظمة، المنافسين ومنتجاتهم، أسعارهم وسياساتهم، القوانين والتشريعات ذات الصلة بشؤون الاقتصاد والتسويق خصوصاً انعكاس ذلك على نشاط المنظمة، البيئة الاقتصادية، الدخل القومي وكيفية توزيعه، التضخم، البطالة، الواقع الاجتماعي من عادات وتقاليد وديانات)

المحور الثالث: تحليل سلوك المستهلك: يتضمن جمع وتحليل البيانات الخاصة بالمستهلكين لمعرفة أسباب ودوافع الشراء لديهم وعاداتهم الاستهلاكية للعمل على توفير هذه المتطلبات وفي أحسن الأحوال، باعتبار أن القدرة على إرضاء الزبائن تعد أكبر ركائز الميزة التنافسية المستدامة. **القدرات على الترصّد:** إن المحافظة على الميزة التنافسية للمنظمة يتطلب منها المتابعة المستمرة والدائمة لما يجري في محيطها من أجل معرفة وفهم طبيعة التغيرات والتطورات الواقعة، أو التي سوف تحدث وتشكل إما فرصاً لاستثمارها أو تهديدات لتجنبه، وذلك باعتمادها جميع الوسائل المتاحة فيما يتعلق بجمع المعلومات، معالجتها، تخزينها ووضعها تحت تصرف المعنيين بها باستغلالها في اتخاذ القرارات التصحيحية والاستراتيجية. كما يجب أن تأخذ عملية الترصّد هذه مساراً شاملاً يهتم جميع فعاليات المؤسسة ويحوي جميع العناصر الداخلة والخارجة فيها من عمال، موردين، زبائن ومنافسين كما يجب أن يكون دائماً ومستمرّاً (زبير، 2003).

5.2.2. أبعاد الميزة التنافسية:

تحدث تغيرات وتطورات على مستوى بيئة المؤسسات باستمرار، حيث تغيرت حاجات ورغبات الزبائن مما أدى إلى تغير أبعاد المنافسة، فبعد أن كانت تعتمد المؤسسات على تقليل التكاليف كبعد رئيسي للتفوق ما أدى بها إلى البحث عن طرق جديدة تتميز من خلالها عن بقية منافسيها، بتقديم منتجات ذات جودة أعلى بالاعتماد على أبعاد جديدة تتمثل في تبني أكثر من بعد لتحقيق التفوق التنافسي، وهي على النحو التالي:

البعد الأول: التكلفة

تعد التكلفة المنخفضة البعد التنافسي الأول الذي تسعى المؤسسات لتحقيقه لبيع منتجاتها بسعر أقل من المنافسين، والحصول على قدر أكبر من الأرباح، فالمؤسسة التي تتمكن من السيطرة على التكلفة وتجعلها في أدنى نسبة إلى المنافسين في الصناعة ذاتها، فإنها سوف تمتلك موقعاً متميزاً يتيح لها السيطرة في السوق. تمكنّ التكلفة المنخفضة المؤسسة من منافسة الآخرين إما على أساس تقديم منتجات بأسعار أقل، حيث في كثير من الأحيان يميز العملاء بين الأسعار فيختار الأقل أو أن المؤسسة تطرح منتجاتها بنفس الأسعار مع المنافسين لكن في هذه الحالة تقدم خدمات إضافية (مثل خدمات ما بعد البيع كالصيانة)، ولتخفيض التكلفة لا بد من الاستثمار الأمثل للموارد لبشرية والاستفادة من تقويم الأداء بما يسهم في تخفيض الإسراف في المواد المستعملة والدقة في إنجاز العمل وتقليل الأخطاء، حيث يشير (Harrison & John, 1988) إلى مجموعة من العوامل التي تمتلك الفعل المؤثر في تخفيض التكلفة وهي (الموسى، علي، 2007):

- 1- الاستثمار الأقل في الموارد.
- 2- النسب المرتفعة لاستغلال الطاقة.
- 3- منح رواتب وأجور منخفضة مقارنة بالمنافسين.
- 4- البيع المباشر للزبون وتقليص عدد منافذ التوزيع.

البعد الثاني: الجودة

تسعى بعض المؤسسات لتقديم منتجات ذات جودة عالية أكبر من منافسيها، ومفهوم الجودة يرتكز على درجة ملائمة خصائص تصميم المنتجات للموصفات، حيث يرغب العملاء عن أفضل جودة إلى جانب السعر.

وقسم (Dilvorth, 1992) الجودة إلى ثلاثة أبعاد وهي (الموسى، علي، 2007):

- 1- **جودة التصميم:** حيث تشير إلى درجة ملائمة مواصفات التصميم مع المتطلبات التي يرغب فيها العملاء، ويعني ذلك أن تكون خصائص المنتج أو الخدمة على درجة كبيرة من التطابق مع توقعات العملاء ويعتمد تحقيق ذلك على دقة نشاط التسويق في تحديد حاجات ورغبات السوق المستهدف، والدرجة التي يتمكن بها نشاط العمليات من ترجمة تلك الحاجات والرغبات إلى مواصفات وخصائص التصميم، والتي يمكن تمثيلها بأشكال قابلية التعمير، قابلية الخدمة والجمالية، وتعد تلك الخصائص إحدى الوسائل التي تستخدمها مؤسسات للحصول على حصتها السوقية أو زيادتها.
- 2- **جودة المطابقة:** تمثل درجة مطابقة المنتج بعد الصنع لمواصفات التصميم، تكمن أهمية جودة المطابقة بجانبين: الأول كلما كانت مدى جودة المطابقة أعلى كلما كانت متفقة مع حاجات ورغبات العملاء، إذ إن التصميم يبنى أساساً على وفق تلك الحاجات والرغبات، والجانب الثاني هو جعل نسبة المعيب والتالف أقل ما يمكن حيث تمثل جودة المطابقة الخلو من العيوب.
- 3- **جودة الخدمة:** تعني التوافق مع توقعات العملاء ورغباتهم للمنفعة التي سوف يحصلون عليها من المنتج أو الخدمة، وأن زيادة جودة المنتج أدت بالمؤسسات إلى تحقيق التميز في سوقها المستهدف من خلال تقليص التكلفة الكلية نتيجة تقليص تكاليف المعيب والتالف، تقليل حجم العمل المعاد وتخفيض مدخلات الإنتاج المستخدمة في معالجة المعيب أو للتعويض عن التالف، مما يؤدي إلى تحقيق هام ربح أعلى.

يظهر مفهوم إدارة الجودة الشاملة التي تؤدي إلى التحسين المستمر في نوعية المنتجات والخدمات بمشاركة كل المستويات والوظائف في المؤسسة، فالجودة مسؤولية الجميع بدءاً من مرحلة التصميم إلى غاية انتهاء خدمات ما بعد البيع.

وتؤثر إدارة الجودة الشاملة على نشاط المؤسسة من خلال (عبد العزيز، 2010):

- 1- الرفع من الإنتاجية.
- 2- التركيز على العملية وهو الطريق إلى التحسين المستمر للأداء.
- 3- جعل المحيط بيئة دائمة التغير.
- 4- مواجهة المنافسة ومخاوف السوق.
- 5- جودة المنتج التي تحدد بجودة العملية التي أدت إلى إنتاجها مع وضع معايير صارمة للأداء.

البعد الثالث: التسليم أو الوقت

يمثل الوقت اليوم أهمية بالغة لدى العملاء، حيث تزايد الاهتمام به وتوضح لنا أهمية الوقت كبعد تنافسي من خلال عديد من النقاط أهمها (بلالي، 2007):

- 1- **تقليص زمن التسليم للعميل**: تقليص الفترة المستمرة ما بين طلب العميل للمنتج وتسليمه إياه، أو ما يعرف بوقت التسليم السريع.
- 2- **تقليص زمن تحويلات العمليات**: إذا كانت عملية التصنيع ليست سوى عملية تدفق لعناصر المدخلات والمخرجات، فإنه انطلاقاً من فلسفة الوقت المحدد، يمكن تحقيق قيمة مضافة للمؤسسة كلما أمكن تخفيض مدة الإنجاز خاصة إذا أحدث ذلك في الاستغناء عن المخزون، وبالتالي الاقتصاد في تكاليف التخزين بفعل الالتزام لمدة زمنية محددة وثابتة لمناولة وتسليم المكونات الداخلة في عملية الإنتاج.
- 3- **سرعة التطوير**: تختص بالفترة المرتبطة بابتكار وتطوير المنتجات وتقليصها ما أمكن، وتحقيق الأسبقية على هذا المستوى خدمة لتنافسية المؤسسة، بحيث تحسب هذه الفترة من بداية بروز الأفكار الخاصة بالمنتجات حتى تحقيق التصميم النهائي أو الإنتاج الفعلي للمنتج.

البعد الرابع: المرونة

أصبحت المرونة بُعد تنافسي مهم في الأسواق الحالية، حيث ازدادت رغبات العملاء في التغيير والتنويع نتيجة للانفتاح المتزايد والثورة التكنولوجية السريعة في مجال الإعلام والاتصال، تعرف المرونة على أنها الاستجابة السريعة للتغير في طلب العملاء فضلاً عن زيادة رضاهم عن التسليم، مما يحتم على المؤسسات اليوم التكيف مع تلك التغيرات الحاصلة وإلى استباقها عن طريق نظام فعال للذكاء الاقتصادي للمؤسسة. وتظهر المرونة في (الموسي، على، 2007):

1- **المنتجات:** هي قدرة المؤسسة على مسايرة التغيرات في تصميم المنتجات، الناتجة عن تغير تفضيلات العملاء والتطورات التكنولوجية.

2- **الحجم:** هي القدرة على تغير حجم الإنتاج سواء من ناحية الزيادة أو النقصان، تبعاً للتغيرات في مستوى الطلب.

وتتفوق المؤسسة من خلال بعد المرونة من خلال ما يلي:

1- القدرة على زيادة المنفعة من خلال تقديم تشكيلة واسعة من المنتجات لمقابلة الاحتياجات المختلفة للعملاء.

2- القدرة على تخفيض التكاليف الناجمة عن التحول من منتج إلى آخر، ومن ثم سوف تؤدي إلى تخفيض التكاليف الكلية.

3- القدرة على تلبية التغيرات في تفضيلات العملاء وبأقل تكلفة ممكنة.

4- القدرة على الوفاء بمواعيد التسليم لأن المؤسسات التي تتنافس على أساس المرونة تكون لديها القدرة على متابعة الطلب بإنتاج كميات مختلفة وبتكاليف اقتصادية.

البعد الخامس: الابتكار والإبداع

الابتكار: يقصد به التجسيد الفعلي للأفكار الإبداعية في شكل منتجات تطرح في السوق أو طرق جديدة أكثر تكويناً للقيمة في مجال نشاط المؤسسة، تختلف عن تلك الطرق المستعملة أو عمليات تمكن المؤسسة من تدعيم وتقوية ميزتها التنافسية.

الإدارة التنافسية للوقت: بموجبها تتم المنافسة على عنصر الزمن واستغلاله بشكل رشيد بشكل يمكن المؤسسة من تحقيق سبق، فالوقت هو أكثر العناصر المتاحة ندرة للمؤسسة.

أهمية المعرفة وظاهرة المؤسسات الساعية للتعلم: المعرفة اليوم ينظر لها كمصدر أساسي لخلق الثروة ومن ثم اتجهت أغلب المؤسسات في الدول الصناعية العالمية إلى الاستثمار في المعرفة ورأس المال الفكري فأفرز ما يسمى بالمؤسسات المتعلمة أي الساعية إلى تنمية معارفها وتدريب موظفيها بشكل دائم أي الاهتمام بالكفاءات كموارد، لما لها من أدوار في خلق قيمة مضافة للمؤسسة.

اشتداد المنافسة العالمية أوجب على المؤسسات الاقتصادية التنافس على مرتكزات وأبعاد تنافسية جديدة وفي هذا الإطار يمكن الإشارة إلى (بلالي، 2007):

الاهتمام بالبيئة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: تعمل المؤسسات بشكل متزايد بالاستجابة للمعايير البيئية العالمية أو لكسب ولاء العملاء أو للتميز على هذا الأساس، فأصبح ما يعرف بالاقتصاد الأخضر محور اهتمام العديد من المؤسسات ومرتكز تنافس عليه.

الإبداع: يعرف بانفراد المؤسسة في استجابتها لبيئتها، أي أنها تستجيب بشكل خاص ومختلف عن منافسيها، إلا أن الإبداع يستدعي من المؤسسة التركيز في أنشطتها على وظائف البحث والتطوير، والجودة العالية والقدرة على التطوير والتجديد.

كثيرا ما تخط الأديبات المختلفة بين الإبداع والابتكار، وإن كانت هذه الأخيرة تتعلق باستكشاف فكرة جديدة مميزة في حين أن الأولى تعني التجسيد الفعلي لهذه الفكرة في شكل منتج معين تقدمه المنظمة للسوق، ولعل هذا الخلط يعتبر متعمداً لدى بعض الكتاب على اعتبار أن الإبداع يعكس مرحلة متطورة من الابتكار ويعني تجسيده. وعموماً وتماشياً مع هذا الطرح فإن الإبداع والابتكار يعتبر بعداً للميزة التنافسية من خلال استكشاف الفرص الجديدة في البيئة الخارجية ومراقبتها، وسرعة الاستجابة لها بإنجاز تطور معين أو عمل خلاق، سواء في مجال الإنتاج والتكنولوجيا المستعملة أو في إيجاد طرق جديدة أكثر خلاقاً للقيمة في مجالات النشاط الاقتصادي للمنظمة تختلف عن تلك الطرق القائمة (بركاني، 2019).

6.2.2. نظريات الميزة التنافسية

يوجد مجموعة من النظريات التي تستخدم في التجارة الدولية، ومن هذه النظريات نظرية الميزة النسبية ونظرية نسب عناصر الإنتاج ونظرية الميزة المطلقة، وأيضاً نظرية الميزة التنافسية للأمم، حيث تساهم هذه النظريات في تحقيق الميزة التنافسية مع منافساتها في السوق الدولي (عضيات، 2020).

1- نظرية الميزة النسبية:

يعتمد الأساس في هذه النظرية على اعتبار أن قيمة السلعة تتحدد، في ضوء حجم العمل اللازم لإنتاجها وفق نظرية الاقتصادي الإنجليزي ديفيد ريكاردو، حيث تصبح تكلفة السلعة التي تحتاج عشرون ساعة عمل نصف تكلفة السلعة التي يحتاج إنتاجها لعشر ساعات عمل. يمكن الاعتماد على نظرية ريكاردو في ظل ظروف الإنتاج والتسويق الدوليين في الوقت الحالي؛ لأن التكلفة والسعر لا يتم تحديدها بناءً على الزمن المستغرق في إنتاج كل سلعة، بل على أساس عناصر الإنتاج والتقنيات ومهارات الإدارة والجهاز الفني وغير ذلك

2- نظرية نسب عناصر الإنتاج:

الأساس في نظرية الميزة النسبية، والميزة المطلقة على مبدأ أن زمن العمل هو الأساس في حساب قيمة السلع والخدمات التي تم إنتاجها، وبالتالي فإن الدولة التي تنتج السلعة بالوقت الأقل تكون التكلفة أقل، هي التي تتمتع بالميزة النسبية أو المطلقة في إنتاج هذه السلعة دون سواها، لكن الاقتصادي الإسكندنافي "هكشر" حاول وضع نظرية جديدة تقوم بتفسير الاختلاف في معدلات التبادل للسلع داخل أي بلد، موضح أسباب وجود الميزة النسبية التي تساعد في تطوير التجارة الدولية على بناءً على احتساب قيم السلع والخدمات، بطريقة نقدية وليست على مبدأ المقايضة. افتراضات نظرية نسب عناصر الإنتاج:

- التباين في سعر الإنتاج الداخلة في العملية الإنتاجية؛ بسبب تنوع الوفرة النسبية لكل عنصر في مختلف البلدان .
- حاجة السلع أثناء عملية التصنيع إلى نسب متباينة من عناصر الإنتاج، فبعض الصناعات تحتاج نسب عالية لرأس المال مثل صناعة السيارات، وصناعات أخرى تحتاج إلى نسب عالية من الأيدي العاملة مثل صناعة الجلد، وأخرى تحتاج نسب في مساحة الأرض مثل صناعة الخشب.

تُخص نظرية نسب عناصر الإنتاج إلى قيام البلدان بإنتاج السلع، التي تستخدم فيها عناصر الإنتاج المتواجدة محلياً بكثرة وتكلفة أقل، لكن هذا لا يعني بالضرورة إهمال المسألة للطلب المختلف ما بين دولة وأخرى على الكثير من السلع والخدمات؛ بسبب التشابه بين الذوق والنمط الاستهلاكية من جهة، وبقدرة الشرائية لدى الشرائح العظمى من الناس من جهة ثانية.

3- نظرية الميزة المطلقة:

تقوم هذه النظرية على أن بعض البلدان تقوم بعملية الإنتاج لبعض السلع والخدمات بكفاءة مرتفعة، مقارنة مع بلدان أخرى تستطيع أن تنتج نفس السلع والخدمات لكن ذات كفاءة أقل، يعني أن الدول الأولى تتمتع بميزة مطلقة في إنتاج بعض السلع كما يرى المفكر آدم سميث، فيما لو تخصصت هذه الدولة في إنتاج السلعة التي تتمتع فيها بمزايا مطلقة.

تجد الدولة ذاتها مندفعة لإنتاج السلعة التي تتميز فيها بالميزة المطلقة، عن طريق التخصص في الإنتاج هذا بدوره يعمل على تحقيق كفاءة أحسن وزيادة أكبر في إنتاج كل دولة؛ مما يشجع في تحسين الوضع الاقتصادي والمعيشي للمجتمعات ويزيد حجم التجارة الدولية.

4- نظرية الميزة التنافسية للأمم:

تفسر النظرية سبب نجاح بعض الدول في سيطرتها على الأسواق الدولية بمنتجاتها المتعددة المتنوعة، بينما بلدان أخرى فشلت في تحقيق ما تسعوا إليه، حيث يشير مايكل بورتر (أحد القادة النافذين في مجال استراتيجية الشركات وتنافسية الدول والمناطق) إلى أن الإنتاجية هي المفهوم الوحيد المقبول لتفسير قدرة البلد على المنافسة دولياً. حدد بورتر أربع محددات للميزة التنافسية للأمم كالتالي:

- عناصر الإنتاج التي تتمثل بتوفر رأس المال والأيدي العاملة المتميزة، والبنية الرئيسية التي تلزم المنافسة في صناعة محددة.
- الصناعات المرتبطة أي التي توفر قواعد صناعية مكاملة، التي تمكن من عملية دعم فرص المنافسة في السوق الخارجي والداخلي.
- ظروف الطلب التي تتمثل بالوعي العالي للمستهلك المحلي وتوفر القدرة الشرائية المناسبة لتحرك الطلب.
- استراتيجيات الشركات وهيكلها؛ أي الظروف السائدة في الدولة التي تحكم إنشاء الشركات وتنظيمها وإدارتها وظروف المنافسة التي تسود بينهم.

ويؤكد بورتر على أن الميزة التنافسية للأمم لا تأتي بشكل تلقائي، بل بسبب الظروف والموارد الطبيعية مثل الخامات والبتروال والمياه والغابات وغيرها وما تتمتع به بعض الدول، بل أن التنافسية تأتي بسبب تراكم جهود أبناء الأمة والشعب والخبرات والمعارف التي يتمتعون بها والقدرات والمهارات، وكيفية تسخيرها لخدمة التحديث والتطوير عن طريق ابتكار وتطوير تقنيات جديدة وطرق صناعية وإنتاجية متقدمة، تمكن من تحقيق وتصنيع منتجات جديدة واتباع طرق تسويقية فعالة.

7.2.2. دور الذكاء الاقتصادي في تنمية تنافسية المنظمة:

نظراً للتقدم الهائل في التكنولوجيا والمعلومات، أصبح ضرورياً على المؤسسات والمنظمات أن تعمل على إيجاد ميزات تنافسية من الصعب تقليدها، ولا يمكن ذلك إلا من خلال الذكاء الاقتصادي، حيث يساهم الذكاء الاقتصادي في تحسين القدرة التنافسية للمنظمة من خلال التأثير على مؤشرات

القدرة التنافسية، حيث يعمل الذكاء الاقتصادي على تمكين المؤسسة من تفادي التهديدات، واعتمادات المنافسين في المجال نفسه، وذلك من خلال تحفيز المنظمين على تبني استراتيجية دفاعية تمكنهم من تأمين المؤسسة من المخاطر المفاجئة التي تظهر في بيئتها، أو تبني استراتيجية هجومية تمكنها من التركيز على ميزة تنافسية لمواجهة المنافسين والتقدم عليهم.

كما يوفر الذكاء الاقتصادي للمؤسسة المعلومات المتعلقة بمنتجات المنافسين وخدماتهم المقدمة من حيث الجودة والسعر، الأمر الذي يمكن المؤسسة من تحقيق ميزة تنافسية في التفرد في إنتاج منتج معين للسيطرة على السوق ومواجهة المنافسة، بحيث لا تتمكن المؤسسات الأخرى من تقليد هذه السلعة أو الخدمة.

ومن جهة أخرى فإن الذكاء الاقتصادي يعمل على ربط المؤسسة بالمحيط التكنولوجي العلمي والتغيرات والتطورات التي تحدث بشكل مستمر من خلال رصدها لأحداث التكنولوجيات والتقنيات المتجددة، وبذلك تكون سبّاقة في خلق مزايا جديدة. وتوفر للمؤسسة معارف تقنية وعلمية تمكنها من تطوير مختلف الصناعات، القطاعات الخدماتية أو لنشاطات اقتصادية وغيرها، فهذا من شأنه أن يؤثر بشكل إيجابي على المؤسسة من خلال إيجاد الحلول الناجحة للمشاكل المختلفة التي تواجه بها المنافسة بالمحافظة على مستوى معين من الإنتاجية، لتسهيل انتقال المعلومة بسرعة وتدقيق الحسابات وبالتالي المساهمة في اتخاذ القرار الاقتصادي المناسب (خيرة، 2015: 48).

كما أن الذكاء الاقتصادي يساهم في تحسين القدرة التنافسية من خلال (ناصر، 2012):

(الربحية، الحصة السوقية، الإنتاجية والتكاليف) حيث أن تحسين الجودة يؤدي إلى تخفيض الخطأ ويحول الفاقد في ساعات العمل بالنسبة للعمال وبالنسبة للآلات إلى تصنيع السلع وتقديم الخدمات بشكل أحسن، مما يؤدي إلى تخفيض التكاليف وبالتالي زيادة الإنتاجية والذي ينعكس على تخفيض الأسعار، ويعمل على تحسين الحصة السوقية للمنظمة، وكذلك الربحية وبالتالي تحسين القدرة التنافسية للمنظمة، ويترتب على ذكاء الأعمال عدة مزايا تتمثل فيما يلي:

1- زيادة جودة الإنتاج والخدمات والذي يؤدي إلى كسب رضا العميل، وبالتالي زيادة كمية المبيعات ومن ثم تزداد الربحية.

2- زيادة الفعالية التنظيمية بحيث يعزز ذكاء الأعمال قدرة أكبر من العمل الجماعي وتحسن الاتصالات، وتحسن العلاقة بين الإدارة والموظفين.

- 3- يجب أن تقدمه له التقنيات والمواصفات التي يرغبها، ويتحقق تبعاً لذلك الاحتفاظ بالعملاء وجذب عملاء جدد، مما يترتب عليه تقليل الخسائر في المبيعات.
- 4- الاستعانة بالتقنيات الحديثة، فالعامل يرغب دائماً في الاستعانة بكل ما هو جديد. ويعمل ذكاء الأعمال على تقديم الجديد سواء كان ذلك في المواصفات أو التصميم أو الإنتاج.
- 5- تقليل الخسائر حيث أن الأخذ بذكاء الأعمال يؤدي إلى الحد من خسائر العامل سواء تمثل ذلك في تكلفة الأجزاء التالفة أو تكلفة الإصلاح وتقليل الغرامات.

بالإضافة إلى ذلك يعمل الذكاء الاقتصادي على ما يلي (منير، 2006):

- 1- تحقيق قدرة المنظمة في مواجهة المتغيرات المختلفة التي تواجهها .
- 2- الحصول على حصة سوقية أكبر والأرباح من خلال توسيع نشاطاتها.
- 3- تعزيز القدرات التنافسية للمنظمة من خلال تحسين جودة الخدمات والسلع المقدمة، والسيطرة على كلفتها وأسعارها، وتوفيرها للمستهلكين في الوقت والمكان والكمية والنوعية المناسبة.
- 4- تفعيل دور العاملين وزيادة اهتمامهم بمختلف شؤون المنظمة ورفع معنوياتهم من خلال تحسين جوانب المناخ التنظيمي المختلفة.
- 5- السعي المتواصل لتحسين مختلف الجوانب التنظيمية والبشرية والتكنولوجية، مما ينعكس على الارتقاء بالفعالية وتعزيز البقاء التنظيمي.
- 6- مواكبة التطورات التكنولوجية المختلفة لبناء السمعة والصورة الجيدة للمنظمة.

أهم المزايا التنافسية التي يحققها ذكاء الأعمال في المنظمة ما يلي (محمد، ورتيبة، 2004):

- 1- المعرفة المعمقة للأسواق.
- 2- اكتساب موقع قوة من أجل طرح سلعها وخدماتها المبتكرة في السوق.
- 3- الزيادة من أثر التآزر في المنظمة .
- 4- الحصول على مورد وافر من المعارف والخبرات.
- 5- ضمان الاستجابة الجيدة لحاجيات الزبائن.
- 6- التسيير الجيد للوقت في كل نشاطاتها.
- 7- التحسين الدائم في علاقاتها مع زبائنها ومورديها.
- 8- التحسين المستمر للسلع والخدمات.

ولزيادة فعالية ذكاء الأعمال في تحسين تنافسية المنظمة يجب توفر الشروط التالية (منير، 2006):

- 1- توفر إرادة قوية من طرف إدارة المنظمة، بحيث يجب اعتبار الذكاء كوظيفة إدارية هامة في المنظمة.
- 2- وجود اتصال داخلي جيد يسمح للمعلومة بالانتقال داخل المنظمة في أسرع وقت، وذلك من خلال مختلف المستويات التنظيمية.
- 3- توفير كافة الشروط الضرورية لترقية ذكاء الأعمال في المنظمة مثل تسخير الوقت، والوسائل الأساسية والميزانية الملائمة.
- 4- وجود تعاون وروح جماعية بين مختلف الموظفين لأن ذكاء الأعمال عمل جماعي وليس فردي.

8.2.2. الخلاصة:

من خلال دراستنا للمبحث الثاني توصلت الباحثة لعدم وجود اتفاق محدد لمفهوم الميزة التنافسية، حيث أنها تعطي تفوق نوعي وكمي في أداء المنظمة، كما تزيد من الحصة السوقية لها وبقاء المنظمة في السوق، ويتم تحديد الميزة التنافسية بناءً على حجم ونطاق التنافس أو السوق المستهدف، تم سرد مصادر للميزة التنافسية حيث ذكر مصادر متعلقة بالذكاء الاقتصادي ألا وهي: المعرفة، تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية.

وأتضح من هذا المبحث وجود اتفاق على أبعاد الميزة التنافسية وهي: التكلفة، الجودة، الوقت، المرونة والابداع والابتكار. وأيضاً دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق تنافسية المنظمة من حيث دور المنظمة بدراسة أهمية البيئة الداخلية والبيئة الخارجية وكشف الفرص والتهديدات، ووجود إدارة معنية بتطبيق الذكاء الاقتصادي، ووجود تعاون وروح العمل.

3.2 المبحث الثالث: واقع الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي

مقدمة:

يعتبر القطاع الصحي من القطاعات الهامة في الدول المتقدمة والنامية، باعتباره من القطاعات التي تعكس وضع التنمية المستدامة باعتباره أحد أهداف التنمية المستدامة، حيث ركز الهدف الثالث على الصحة الجيدة والرفاهية، ويعد اتحاد لجان العمل الصحي أحد أبرز المنظمات غير الحكومية ذات المجال الصحي، الذي يواكب تطور تكنولوجيا المعلومات في تقديم الخدمة الصحية ومساغيه نحو التميز. لذلك ركز هذا المبحث على نشأة اتحاد لجان العمل الصحي وواقع الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية.

1.3.2 المرحلة التأسيسية لاتحاد لجان العمل الصحي:

بدأت فكرة إنشاء الاتحاد قبل عام 1985م من خلال مجموعة من النشطاء، وكان في تلك الفترة الاحتلال الإسرائيلي موجود في الضفة وغزة، بدأت تنشط لجان العمل الصحي في تقديم خدمات صحية مجانية عقب ضعف نظام الصحة الذي يعمل تحت اشراف الاحتلال، عمل لجان العمل الصحي في مناطق غزة، الضفة، مناطق القدس، وأراضي 48.

وكان يقدم الاتحاد خدمات ذات طبيعية مجانية (أدوية، علاجات)، كما نظموا عيادات ميدانية لأن النظام الصحي الأساسي ضعيف في تلك الفترة، ثم تطورت الفكرة وتوحدت ككيان مؤسساتية للجان عام 1985 م، حصلت على ترخيص ومقرها القدس، أصبح اتحاد لجان العمل الصحي مؤسسة واحدة بدأت تنشئ في مراكز صحية لها، وبقيت علاقة التحيز واحدة في الضفة وغزة من 1985-2001م.

في عام 2001 م واجه الاتحاد مشكلة التنقل بين الضفة وغزة بحكم انتفاضة الأقصى، فأصبحت الكوادر غير قادرة على الوصل من الضفة إلى غزة والعكس، وبالتالي أصبح ضرورة أن تصبح مؤسستين الأولى: لجان العمل الصحي في الضفة بترخيص مستقل ومجلس ادارة مستقل وموازنة مالية مستقلة وكل شيء مستقل، المؤسسة الأخرى: حافظت على نفس الاسم السابق في غزة وهي مؤسسة اتحاد لجان العمل الصحي، تعمل اليوم في خمس محافظات ضمن مفهوم الصحة الشاملة، عقيدته استراتيجية مبنية على الصحة ليس بالمفهوم الإكلينيكي، فهي تمتد أن تكون صحة إكلينيكية وصحة نفسية، فكل المراكز تقدم الخدمة المزدوجة (خدمات رعاية أولية، رعاية تدخلات نفسية ومجتمعية واجتماعية).

لذلك أصبحت فلسفة اتحاد لجان العمل الصحي وجود مراكز تقدم خدمات نفسية ومجتمعية في نفس المكان، لوجود منظور شامل لمفهوم صحة شاملة غير مقتصر على الصحة الاكلينيكية، يعمل في كافة مناطق قطاع غزة (رفح، خان يونس، المنطقة الوسطى، غزة، شمال غزة، ومدينة بيت حانون)، يقدم خدمات صحية ونفسية، بالإضافة الى المرفق الأكبر الذي يقدم خدمات رعاية ثانوية وجزء من الرعاية الثالثة، فالمراكز الصحية تقدم خدمات الرعاية الأولية، ومستشفى العودة يقدم بشكل أساسي خدمات الرعاية الثانوية وجزء من الرعاية الثالثة باعتبار القلب والخدمات المتخصصة خدمات ثالثة)، وهي على النحو التالي:

- 1- الرعاية الأولية: يقدمها مراكز الاتحاد موزعة في المحافظات الخمس.
- 2- الرعاية الثانوية: تقدم في مستشفى العودة - تل الزعتر، مثل جراحة النساء والولادة والعمليات. كما يقدم بعض الخدمات التخصصية (المناظير، والعظام) ليس لدينا قدرة الخدمات الثالثة مثل الحكومة، لكن لدينا بعض الخدمات الثالثة.

بالإضافة لتقديم خدمات ذات بُعد مجتمعي مثل: الدعم النفسي، التدخلات الإنسانية، نظم الاحالة والعمل مع الفئات المهمشة والمعنفة.

2.3.2. واقع الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي:

1.2.3.2. واقع الذكاء الاقتصادي باتحاد لجان العمل الصحي:

مع تطور تكنولوجيا المعلومات وما رافقها من اكتشافات طبية، كان لابد من الاستفادة من هذين الأمرين معاً لرفع مستوى الخدمات الطبية المقدمة للمرضى متلقو الخدمة من اتحاد لجان العمل الصحي؛ فدخلت تكنولوجيا المعلومات إلى المستشفيات والمؤسسات الطبية، ليشهد هذا المجال حقبة جديدة من التطور أسهمت في رفع مستوى جودة الخدمات الطبية على سائر الأصعدة سواء التشخيصية أو العلاجية أو آلية العمل داخل المستشفى وسرية المعلومات وغيرها.

مما لاشك فيه أن الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والأجهزة الطبية التكنولوجية كان لها دور بارز في إحداث تغيير جذري في جودة الرعاية الصحية والارتقاء بمستويات عالية الجودة؛ فقد عملت المستشفيات خلال السنوات الماضية على وضع خطط عمل واستراتيجيات واضحة وشاملة للاستفادة من تكنولوجيا المعلومات (THE ARAB HOSPITAL,2020).

ويعتبر اتحاد لجان العمل الصحي من أهم المنظمات غير الحكومية التي تقدم الخدمة الصحية بعد وزارة الصحة ووكالة الغوث الأونروا في المحافظات الجنوبية الفلسطينية، الأمر الذي يعطيها طابع متميز في المنظمات غير الحكومية عن نظيراتها ويجعلها في بيئة دائمة التنافس، فلقد أكد المدير التنفيذي لاتحاد لجان العمل الصحي الأستاذ رأفت المجدلأوي أن الاتحاد في عام 2018م رفع مستوى تطبيقه للبرامج المحوسبة التي كانت مقتصرة على ذات البعد الإداري والمالي فقط، لكن الاتحاد يتدخل بطرق مختلفة لفتح الأبواب واسعة نحو تطور تكنولوجي شامل، ليكون للاتحاد برامج ذات رعاية أولية من خلال برنامج صحي محوسب، هذا البرنامج احتفظ بقاعدة كبيرة من البيانات منها البرامج الصحية والفنية والإدارية والمالية، وعلاقات الاتصال بين مكونات المركز الصحي وما بين الاستقبال، الطوارئ، المكتبة، الخدمات المساندة، عيادة الأطباء التشخيصية والعلاجية، إذن هذه أدوات برمجية استخدمها الاتحاد بطرق مختلفة أيضاً، حيث انتقل بطريقة مختلفة لتطبيقه في مستشفى العودة، أيضاً يتم تطبيق مستويين في المستودعات المركزية لاتحاد لجان العمل الصحي وهما:

مستوى جديد: موضوع تطبيق البرمجيات بدء في اتحاد لجان العمل الصحي بالتطبيقات الإدارية وتحديث البرمجة ما كان مجرد طرف يمارسه الاتحاد أو أنه فقط لديه برمجة، الهدف الأساسي تخفيض التكلفة، تنظيم علاقات العمل بشكل فعال، توثيق البيانات، الحفاظ على سرية المعلومات واعطاء تقارير أكثر دقة للمؤسسة، إلا أن هذه العملية تواجه مجموعة من التحديات منها:

- 1- هذه التطبيقات ذات تكلفة عالية جداً لاقتنائها، تفوق قدرات وإمكانيات المؤسسة.
- 2- طبيعة امكانيات وقدرات العاملين الكادر البشري في المؤسسة، غير جاهز أن يستوعب هذه التطبيقات وأن يبدأ العمل بها، بالتالي المطلوب من الاتحاد عمل تدريب وتركيز في التدريب بشكل أكثر فاعلية وجدوى حتى يكونوا قادرين على الانسجام إدارياً مع التطبيقات.
- 3- نظم المؤسسة لم تكن محدثة بالطريقة الفعالة، وأن يعكس التطور نفسه لأن التطبيقات المحوسبة جزء من نظم العمل، إذا كانت نظم العمل غير مترجمة في التطبيقات المحوسبة ستصبح في مسارات مختلفة.
- 4- استمر اتحاد لجان العمل الصحي في تطبيق التكنولوجيا لتمتد لمجال (الاتصال، الانترنت، الأرشفة الإلكترونية، الاحتفاظ بالبيانات، مستويات الاطلاع والإفصاح للعاملين على ملفات المرضى وإدارة المخازن) عملية شاملة ستكتمل في عام 2024م.

2.2.3.2. الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي:

يعتبر اتحاد لجان العمل الصحي من المنظمات الصحية التي تتمتع بالعديد من المزايا التي تجعله رائد في المجال الصحي بالمحافظات الجنوبية الفلسطينية، حيث بلغ عدد المستفيدين من خدمات اتحاد لجان العمل الصحي لعام 2020 (250.000) مستفيد، وبلغ عدد الخدمات المقدمة (750.000) هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى وفرّ اتحاد لجان العمل الصحي فرص عمل لمجموعة كبيرة من فئات مجتمعية متنوعة حيث بلغ عدد الموظفين 500 موظف، ويمكن تلخيص أهم ما يميز اتحاد لجان العمل الصحي عن غيره من المؤسسات الصحية فيما يلي:

- 1- وجود تغطية كاملة لمناطق عمليات العمل في قطاع غزة تدعو للتنمية المستدامة.
- 2- الخبرة المتراكمة للاتحاد عمره من 1985م الى الآن، 35 عاماً من العمل مما شكل خبرات متراكمة لدى الاتحاد لأن يكون وعاء معرفي كبير، أهله لبناء مؤشر من مؤشرات الاستدامة وقدرته على الاستدامة.
- 3- قدرته في بعض المجالات الصحية، حيث اقتنى كفاءات نادرة، وهذه الكفاءات حسنت من أداء خدمات مجال العمل المختلفة، استقطاب الكفاءات: تجاوزنا النظم في استقطاب الكفاءات، على سبيل المثال عكست نفسها على تصنيف الاتحاد في مجال خدمات النساء والولادة التي يقدمها في مستشفى العودة، من أفضل الأماكن العاملة في قطاع غزة هذا التصنيف جاء من وزارة الصحة، منظمة الصحة العالمية وبعض الشركاء العاملين معنا في القطاع الصحي.

قدرة اتحاد لجان العمل الصحي في أزمة وباء فايروس كورونا، كان عنده قدرة عالية على ابتداع جملة من الأساليب جعلت الاتحاد يفكر بطريقة مختلفة خارج الصندوق سنذكر بعض القصص المهمة عند انتشار الفايروس كنا في ثلاثة تحديات:

- 1- عند وصوله الى قطاع غزة عند معبر رفح وتحويل المصابين فيه.
- 2- اكتشاف وصول حالات مصابة والنقل للحجر.
- 3- اكتشاف حالات داخل المجتمع بتاريخ 26-8-2020.

الاتحاد من المؤسسات التقليدية تحت إجراء الحماية من الخوف من الفايروس أو الإصابة، قررت أن تقلل من أنشطة عملياتها أو تغلق مرافقها بشكل تام.

اتحاد لجان العمل الصحي كان مميزاً يعمل بطريقة مختلفة، على قاعدة تقول: "يجب ان نستمر وكيف أن نستمر". هذا التساؤل طرحناه في الحجر الصحي، وفي ظل الإجابة عليه، كنا قادرين كيف نحدد أن يستمر في تقديم خدمات في كل المستويات بشكل فعال جداً.

أولاً: عزز الاتحاد إجراء الوقاية والحماية، أنشئ الاتحاد وحدة فرز مرضى فرز مباشر من خلال المتابعة والملاحظة وجهاز فحص الحرارة، عزز الاتحاد من إجراء الوقاية والحماية داخل المؤسسة إجراءات النظافة ارتداء العوازل وكل ما يتعلق بأساليب وطرق الحماية، تطبيق بروتوكولات عالية جداً.

ثانياً: الدوام المغلق في مستشفى العودة، أحد الافكار الريادية حتى تمنع انتقال العدوى من الموظفين ونقل الموظفين العدوى لذويهم وأسرهم، حيث كانوا يقيموا في مستشفى العودة مدة عشر أيام كاملة حتى نحميهم ونقل الإصابة.

ثالثاً: إجراء العمل في بعض المجالات في حالة الطوارئ نتيجة اغلاق المراكز، فانتقل الاتحاد إلى خطوة أخرى مختلفة تماماً في نظام العيادات المتنقلة، ابتدع الاتحاد أسلوب العيادات المتنقلة، لأنه في بعض الشرائح غير قادرة للوصول لتلقي الخدمة في المرفق الصحي، تم اتخاذ قرار أن تنتقل الخدمة لهذا المواطن، وهذه أحد الميزات التي ميزت الاتحاد عن المؤسسات الأخرى.

جهزت العديد من العيادات المتنقلة بأجهزة مخبرية، الأدوية، العلاجات، وسرير فحص وكل أدوات الفحص المطلوبة، وكانت تعمل على تشخيص متكامل داخل العيادة المتنقلة وفحوصات مخبرية ووصفة علاجية وصرافها.

رابعاً: أيضاً فكرة جديدة ترتبط بالبيانات الخاصة أي استغلال لنظم المعلومات لدى الاتحاد من حيث ربط البيانات المتوفرة على أجهزة الحواسيب بالموظفين بشبكة الاتحاد الرئيسية، كان أحد أشكال الابداع في اتحاد لجان العمل الصحي، ويقدم الاتحاد خدمات التدخل النفسي بطرق مباشرة مختلفة تماماً، أي خلق الاتحاد فضاءات حيث استغلينا وسائل التواصل الاجتماعي، وجعلنا الفضاءات مختلفة لتقديم الخدمات النفسية. دعينا الناس المترددين الذين كانوا يتلقوا خدمات صحية الى مجموعات مغلقة عبر الواتساب والفيس بوك منها مديرة حالة - الاخصائية النفسية والاجتماعية. ونحن نلاحظ أي تدخل مباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي حتى نقلل فرص إمكانية العدوى من الإصابات، دعينا الناس إلى هذه الفضاءات التي أنشأناها خمس مجموعات في كل منطقة مجموعة.

إن الخدمات النفسية تنشأ وتزيد في فترة الأزمات، أي أزمة سياسية وبائية عسكرية أو حروب أو اعتداءات وبالتالي هذه الأزمات تزيد.

المستوى الثاني: الاتحاد على غرار هذا الموضوع أحدث جملة كبيرة من التغييرات على مستوى النظم الإدارية على سبيل المثال، علماً بأن العمل ينظم بين المؤسسات الأهلية والموظفين، تنظم علاقات العمل على قانون العمل، اكتشفنا أن النظام الإداري في اتحاد لجان العمل الصحي لا يلبي المتطلبات الدنيا التي جاء عليه قانون العمل، اضطررنا أن نقدم وثيقة عمل جديدة أسميناها نظام الموارد البشرية في اتحاد لجان العمل الصحي.

في كثير من مجالات العمل كان تراجع أو تباين حاد بين القوانين العامة التي تنظم هذا الشأن بين مجالات الاختصاص ومجالات العمل و الوثائق المتوفرة في الاتحاد ، لتجد أول وثيقة للنظام الأساسي تعمل بشكل يتوافق مع القوانين المعمول بها في الاتحاد ويتوافق مع القيم والقوانين الإنسانية بشكل عام؛ لم نكتف بقوانين محلية لكن ذهبنا باتجاه نظام أساسي في الاتحاد يجب أن ينسجم ويتوافق مع القوانين الإنسانية العامة في أدائها.

بالإضافة يوجد 18 مجال عمل حيث طورنا سياسات العمل من جديد، لأن الموظفين إذا لم توجد أدلة عمل بخطوات واضحة ممكن أن تضيع كثير من القدرات والامكانيات الاقتصادية للمؤسسة يجري الاتحاد عملية تطوير واسعة في المجال الإداري، حيث أحدث 18 دليل عمل جديد، وسيجري العديد من التغييرات لكن مازال الاتحاد في منتصف الطريق، وأن تعكس هذه المؤشرات أو الأدلة طبيعة عمل مختلفة تماماً عن الاتحاد لأنه يقودها إلى عملية تغيير أساسية (مقابلة مع رافت المجدلاوي، 2021/3/23، الثلاثاء).

طبيعة العلاقة بين الاتحاد ووزارة الصحة والمنظمات غير الحكومية الأخرى:

يعتبر اتحاد لجان العمل الصحي مؤسسة صحية مجتمعية في مجال الصحة وعلى علاقة وشراكة مع كل العاملين بمجال الصحة منهم وزارة الصحة، منظمة الصحة العالمية، القطاع الصحي وشبكة المنظمات الأهلية والمؤسسات العامة بشكل عام والأونروا.

في مجال التدخلات النفسية والحماية موجود جملة كبيرة من التجمعات والتحالفات وعلاقته نشطة بكل مكونات القطاعات الناشطة في المجال الصحي والاجتماعي.

يتبنى الاتحاد حالياً منهجية قائمة على أساس إدارة المؤسسة بعقل القطاع الخاص في مجال العلاقات الإدارية، لكن في عقل الخدمات العامة طريقة تقديم الخدمات للجمهور كمنفعة متأثرة بالعقيدة العامة لكن العقيدة الأساسية تنظم علاقتها وترصد تكاليفها بشكل مستمر تسعى لتحقيق الاستفادة وبعض تكاليفها من خلال تعزيز امكانياتها وقدراتها المالية. بالتالي يسعى لتعزيز المؤسسة مديرها التنفيذي من خلفية محاسبية من مجال اقتصادي، أيضاً لدينا عمل تطوير ولدينا مستشارين لإجراء ذات البعد الإداري والمالي والاقتصادي، بالتالي هم يقدموا النصح والمشورة لصالح إدارة وقيادة الاتحاد.

الاتحاد يعتمد فلسفة المؤسسة غير الربحية، بالتالي يتلقى رسوم رمزية نظير خدمات يقدمها للجمهور والمستفيدين، حيث يتم تحديدها بناءً على نقطة تفاوت نفقات المصاريف والايرادات المتوخاة أو المتوقعة للمؤسسات الأهلية المختلفة، وتعتبر تكلفة رسوم أقل من المؤسسات المناظرة.

3.3.2. خلاصة:

تناولنا في هذا المبحث مؤسسة من مؤسسات القطاع الصحي، حيث كانت فكرته في فترة تحت ظل الاحتلال قطاع صحي ضعيف، كانت فكرته بسيطة وتطورت عبر السنوات إلى أن أصبح كما نراه الآن في خمس محافظات من المحافظات الجنوبية، كما أنه ذو وعاء معرفي كبير مر بالعديد من الأزمات، كان له دور كبير في الأزمات سواء حروب أو وباء أو أي أزمة، قدم العديد من الخدمات الصحية الشاملة، كما أن اتحاد لجان العمل الصحي يسعى للتميز والتطور التكنولوجي في تقديم الخدمات، فهو في مرحلة تتطور تكنولوجياً لم تكتمل بعد، فقد حقق التميز وما زال يحقق التميز في خدماته سواء الإكلينيكية (خدمات الرعاية الأولية والثانوية وجزء من الرعاية الثالثية) والخدمات ذات البعد المجتمعي، كما تميز بالمرونة والتكيف مع مواجهة الصعوبات والأزمات في المحافظات الجنوبية الفلسطينية.

4.2 المبحث الرابع: الدراسات السابقة

مقدمة:

يتناول هذا المبحث بعض الدراسات التي ركزت على أثر الذكاء الاقتصادي في الميزة التنافسية. حيث ركزت الأدبيات والدراسات السابقة على أهمية الذكاء الاقتصادي في الميزة التنافسية للمؤسسات، كما اختلفت الدراسات السابقة من حيث الأبعاد لتوصيف هذه العملية وتعددت الطرق والمناهج المستخدمة في هذا المجال كما سيتضح في الفصل القادم.

إن الدراسات السابقة التي تناولت دراسة أثر الذكاء الاقتصادي في الميزة التنافسية متعددة ومتنوعة في الدول المتقدمة والنامية، لذلك ستركز الباحثة على تلخيص أهم الدراسات السابقة العربية والأجنبية.

1.4.2. الدراسات العربية التي تناولت أثر الذكاء الاقتصادي في الميزة التنافسية:

1- دراسة (الجمال، 2020)، بعنوان: "اليقظة الاستراتيجية في الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الأكاديميين فيها.

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى اليقظة الاستراتيجية في الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الأكاديميين فيها. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، تكونت عينة الدراسة من (66) أكاديمي يعملون في الجامعات العامة والخاصة والحكومية، استخدمت الباحثة استبانة مكونة من (44) فقرة، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- أن درجة اليقظة الاستراتيجية في الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية كانت مرتفعة. وتبين أيضاً أن درجة الميزة التنافسية كانت مرتفعة.
- وأثبتت الدراسة وجود ارتباط دال إحصائياً بين اليقظة الاستراتيجية بكافة مجالاتها والميزة التنافسية

2- دراسة (أبو جراد، 2020)، بعنوان: "اليقظة الاستراتيجية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية في شركات تزويد الانترنت في قطاع غزة".

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية في شركات تزويد الانترنت في قطاع غزة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال أداة الاستبانة، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع الأفراد العاملين في مختلف الأقسام الإدارية، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- أن اليقظة الاستراتيجية تقدم للشركة القدرة على اختيار واتخاذ القرارات التي تضمن لها الاستمرارية في بيئة المنافسة مع الشركات الأخرى.
- تساهم اليقظة الاستراتيجية في تفعيل الاتصال بين الشركة ومحيطها الخارجي، مما يؤدي إلى معرفة التهديدات وخلق فرص جديدة للشركة.

3- دراسة (ابراهيم، 2019)، بعنوان: " دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية دراسة ميدانية على المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية".

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية المتمثلة في (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، واليقظة التسويقية، واليقظة البيئية)، والميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة والتي تتعلق بالأبعاد (التكلفة، المرونة، الجودة، الاستجابة للعملاء)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال أداة الاستبانة لجمع المعلومات التي تم تحليلها، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- غياب خلايا متخصصة باليقظة الاستراتيجية في الهياكل التنظيمية للمصارف التجارية السورية الخاصة واستبدالها بنظم المعلومات التقليدية المتاحة للجميع.
- وجود علاقة موجبة قوية بين جميع أبعاد اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية في المصارف الخاصة السورية.

4- دراسة (طويطي، وكنوش، 2019)، بعنوان: "التحليل العملي التوكيدي للذكاء الاقتصادي : دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الإلكترونية منزلية في الجزائر".

هدفت الدراسة إلى اختبار النموذج الثلاثي لمكونات الذكاء الاقتصادي في بيئة الأعمال الجزائرية، فالذكاء الاقتصادي يعتبر أداة استراتيجية تسمح للمؤسسات بتحصيل المعلومات من محيطها بطريقة منهجية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطبيق المقياس على عينة عشوائية من إطارات المؤسسات الإلكترونية منزلية. وتم تطبيق المقياس على عينة عشوائية من إطارات المؤسسات الإلكترونية منزلية، بواقع تسعون (90) إطاراً؛ حيث تم تحليل البيانات من خلال اجراء التحليل العملي التوكيدي، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

أن الذكاء الاقتصادي يتركب من ثلاثة عناصر مترابطة ومتكاملة وهي اليقظة الاستراتيجية، الحماية والتأثير وهو ما يدعم ويؤكد البنية الثلاثية في بيئة الأعمال الجزائرية على غرار البيئة العالمية.

5- دراسة (أحمد، 2019)، بعنوان: "الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الإستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص -دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية تلمسان".

سعت هذه الدراسة إلى إبراز مساهمة الذكاء الاقتصادي في دعم أبعاد الإدارة الاستراتيجية للمؤسسة الاقتصادية من أجل مواجهة تهديدات المحيط والاستغلال الكامل للفرص المتاحة في بيئة الأعمال، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي من جهة، ومنهج البحث الميداني من جهة ثانية، كما تم دمج بين كل من الاستنباط تارة، والاستقراء تارة أخرى ضمن ما يمكن أن نطلق عليه المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج الأكثر ملائمة في مثل هذه الدراسة. وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- اتخذ مفهوم الذكاء الاقتصادي عدة أبعاد منها ما هو معرفي (إدارة المعرفة)، وذلك من خلال اعتماده عليها في تحويل المعلومات الخام إلى رأسمال معرفي وهو ما يسمح بتبادل ونقل المعرفة.
- ومنها ما هو استعلامي (اليقظة الاستراتيجية)، وذلك من خلال المتابعة المنهجية لبيئة المؤسسة على جميع الأصعدة، قصد التمكن من النقاط المعلومات، معالجتها ونشرها ومن ثم استغلالها، أي بتعبير بسيط تمثل ادارة للمؤسسة.
- ومنها ما هو بُعد دفاعي يتمثل في إجراءات الحماية للتراث المعرفي للمؤسسة، ومنها البُعد الهجومي المتمثل في أنشطة الضغط والتأثير على الأطراف الخارجية، كما أن مفهوم الذكاء الاقتصادي تربطه علاقات وثيقة تكاملية وتبادلية مع كل من التجسس الاقتصادي، الذكاء الاستراتيجي.

6- دراسة (زهرة، وعائشة، 2018)، بعنوان: "واقع الذكاء الاقتصادي ودوره في تحقيق القدرة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة جازي "وكالة أدرار".

هدفت الدراسة إلى التعرف على الذكاء الاقتصادي ومعرفة دوره في تحقيق القدرة التنافسية في مؤسسة جازي وكالة أدرار خلال الفترة الزمنية (2017-2018)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- اعتبار الذكاء الاقتصادي من بين الأنظمة الحديثة التي ظهرت في إدارة الأعمال الحديثة، الذي يقوم على مبدأ رصد البيئة وجمع المعلومات وتحليلها بطريقة تقنية بالاعتماد على البرمجيات الحديثة.
- وجود دور هام للذكاء الاقتصادي في تحقيق القدرة التنافسية ولكن على المؤسسة أن تعي أهمية الذكاء الاقتصادي لمعرفة تحركات منافسيها وإحداث التطوير التنظيمي الملائم لتحقيق مكاسب كبيرة.

7- دراسة (الحمداني، 2018)، بعنوان: "أثر التشارك المعرفي في استدامة القدرات الديناميكية بحث تحليلي لعينة من تدريسي كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة".

هدفت الدراسة: إلى معرفة أثر التشارك المعرفي في استدامة القدرات الديناميكية في كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، واستخدمت الدراسة اختبار أثر عوامل التشارك المعرفي النتائج المتوقعة، الموقف من التشارك، العوامل الاجتماعية، العوامل التنظيمية في تفعيل سلوك التشارك المعرفي الذي بدوره سيقود إلى استدامة القدرات الديناميكية، واستناداً إلى ذلك فقد طُور مخطط فرضي يوضح اتجاه العلاقات، واستخدمت الدراسة منهج المدخل الاستنباطي في البحث لاشتقاق فرضياته وفقاً للنظرية الوضعية، ثم اختيرت عينة غير عشوائية (عمدية) مكونة من (57) تدريسياً في كلية بغداد للعلوم الاقتصادية لتمثل مجتمع البحث البالغ (80) تدريسياً، وطبقت نماذج تحليل الانحدار البسيط، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- أن النتائج المتوقعة من التشارك كان لها الأثر (SEM)، فضلاً عن نمذجة المعادلة البنائية الأكبر في تفعيل وتكوين سلوك التشارك المعرفي، فضلاً عن الموقف من التشارك والعوامل الاجتماعية.
- إن القدرات الديناميكية لكلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة تتأثر بالعوامل الفردية النتائج المتوقعة، الموقف من التشارك المعرفي والعوامل الاجتماعية.

8- دراسة (الزبيدي، 2017)، بعنوان: "الذكاء الاقتصادي مشروع عراقي مقترح وإمكانية مساهمته في تنمية الاقتصاد العراقي".

هدفت الدراسة إلى بناء منهجية حديثة لموضوع "الذكاء الاقتصادي" تبعده عن البحوث النظرية المتعارف عليها في اغلب الدراسات والأبحاث باللغة العربية والاجنبية من خلال ربطه بمؤشرات الاقتصاد المعرفي ومؤشرات الحكومة الالكترونية في العراق وصولاً لبناء نموذج محلي، واستخدمت الدراسة الطريقة الوصفية التحليلية فيما يتعلق بالجانب النظري فضلاً عن استخدام المنهج الاستنباطي في الرؤية المستقبلية لتكوين مشروع الذكاء الاقتصادي بالاعتماد على النماذج الدولية والمحاولات العربية، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- أن مفهوم الذكاء الاقتصادي مفهومٌ حديثٌ اتسع استخدامه، نلارتباطه بالاقتصاد المعرفي كأحد وسائله الفاعلة ومن تطبيقاته الحديثة.
- يساهم الذكاء الاقتصادي في عمليات التنمية من خلال مهامه في جمع المعلومات قانونياً، والحفاظ على الأصول والحماية فضلاً عن اتخاذ القرار الذكي اقتصادياً.
- وجود علاقة للذكاء الاقتصادي بالتنافسية والمؤسسات الصغيرة المتوسطة وبجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة والاستثمار في رأس المال البشري فضلاً عن تطوير القطاع العام ودعم القطاع الخاص وتشجيع السياحة.

9- دراسة (ثلاجية، سحنون، 2016)، بعنوان: "أثر اليقظة الاستراتيجية في دعم الإبداع في المنظمات الجزائرية: دراسة ميدانية بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابل عناية)".

هدفت الدراسة الى بيان اليقظة الاستراتيجية بأشكالها المختلفة (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية) في دعم نشاط الابداع في المنظمات الجزائرية، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على أداة الاستبانة في جمع البيانات الأولية، واستخدمت أسلوب الحصر الشامل لجميع المدربين والمدربين العاملين والعاملين بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابل عناية) كحالة دراسة، حيث تم توزيع 50 استمارة وتم استرجاع 47 استمارة، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- وجود أثر ذو دلالة احصائية لمختلف أشكال اليقظة الاستراتيجية (التنافسية، التكنولوجية، والتجارية) في دعم الإبداع في مؤسسة المواد الدسمة (سيبوس - لابل عناية).

10- دراسة (رومي، 2016)، بعنوان: "إدارة المعرفة وعلاقتها بالميزة التنافسية لدى البنوك العاملة في مدينة الخليل".

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية لدى البنوك العاملة في مدينة الخليل، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت عينة المسح الشامل، كما استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وقد تم توزيع الاستبانة على كافة مجتمع الدراسة والذي شمل كل الموظفين الإداريين العاملين في البنوك في مدينة الخليل، والبالغ عددهم (47) موظفاً في (10) بنوك مرخصة ومسجلة لدى سلطة النقد الفلسطينية حتى العام (2015)، وتوصلت الدراسة

لجملة من النتائج منها:

- وجود علاقة طردية دالة إحصائياً بين إدارة المعرفة (بكافة مجالاتها) والميزة التنافسية في البنوك العاملة في مدينة الخليل عند مستوى $(\alpha=0.05)$.
- لقد أظهرت نتائج هذه الدراسة عدم وجود دائرة أو قسم خاص بإدارة المعرفة في البنوك العاملة في مدينة الخليل، إلا أن هذه البنوك تهتم بتطبيقها داخلياً.
- أظهرت النتائج بأن البنك الإسلامي العربي فرع رأس الجورة هو أكثر البنوك في مدينة الخليل التي تحقق ميزة تنافسية عالية من خلال تطبيقه واهتمامه بإدارة المعرفة في البنك.

11- دراسة (بتغة، 2016): "الذكاء الاقتصادي كآلية لمتحكم في المعلومة الاستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية" دراسة حالة عينة من المؤسسات الاقتصادية".

هدفت الدراسة: إلى محاولة التعريف بالتحديات الاستراتيجية التي تواجهها المؤسسة الاقتصادية، والتأكيد على أن المعلومة الاستراتيجية في حد ذاتها تعد ركيزة المؤسسة التنافسية، كما هدفت إلى الوقوف على واقع ممارسة تقنيات الذكاء الاقتصادي على عينة المؤسسات الاقتصادية التي تم تحديدها، ومدى معرفة وعي متخذي القرار بهذه الآلية الإدارية الحديثة، واستخدامها كآلية تحكم في المعلومة الاستراتيجية، وبالتالي المساهمة في صناعة مؤسسة تنافسية، وتوصلت الدراسة لجملة من

النتائج منها:

- أن مستوى اهتمام المؤسسات الاقتصادية بدراسة التحديات الاستراتيجية وتحليلها يمكن اعتباره مقبولاً، كما أن هذه المؤسسات لا تعي حقيقة مفهوم الذكاء الاقتصادي وأهمية ممارسته كأسلوب اداري مستحدث ضمن الاستراتيجية العامة لها.

- وجود علاقة بين تطبيق وممارسة تقنيات الذكاء الاقتصادي وعملية التحكم والسيطرة على المعلومة الاستراتيجية، الأمر الذي أثبت وجود علاقة بين التحكم في المعلومة الاستراتيجية ومسألة صناعة مؤسسة تنافسية، لتختم الدراسة بمجموعة من الاقتراحات آفاق بحثية مستقبلية.

12- دراسة (خيرة، رجاء، 2015)، بعنوان: "دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة -دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية عين الدفلى".

هدفت الدراسة إلى التعرف على الذكاء الاقتصادي وإبراز أهميته ومكانته في المؤسسات وكيفية عمله وأهميته في الوقت الراهن، ومحاولة إبراز كيفية تطبيق الذكاء الاقتصادي لخلق ميزة تنافسية للمؤسسات، فهم بعض المشاكل وإيجاد الحل، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في توصيف مفهوم ومختلف جوانب الذكاء الاقتصادية التحليلي من خلال محاولة إبراز واقع الذكاء الاقتصادي، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- يعتبر الذكاء الاقتصادي الجسر الرابط بين كل من المعلومات الخارجية والداخلية لبيئة المنظمة ورغبتها في اكتساب مكانة في السوق، كما يسمح لها باكتساب مدى الترابط بين مضمون الميزة التنافسية للمنظمة الباحثة عن التميز والاستدامة.
- المنافسة التي تشهدها السوق وتطور الاستراتيجية مع تغيير الأهداف يستدعي تغيير في الثقافة التنظيمية وروح الفريق للوصول إلى الأهداف، ولكن ما تمت ملاحظته في مؤسسة موبيليس هو غياب إدارة العمل الجماعي ومساعدة العاملين الجدد في الاندماج.
- ممارسة المؤسسات الاقتصادية سواء كانت خاصة أو عامة لأسلوب الذكاء الاقتصادي أصبح ضرورة ملحة وحتمية إن أرادت زيادة قدرتها التنافسية، والذي أصبح الطريقة الوحيدة التي تضمن بها البقاء والاستمرار في سوق تنافسية ترحامية.

13- دراسة (وادي، 2015)، بعنوان: "الذكاء الاقتصادي في خدمة تنافسية الأقاليم -دراسة حالة الصناعة الصيدلانية والبيوتكنولوجية في الجزائر".

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف أدوات الذكاء الاقتصادي لتحقيق ميزة تنافسية للأقاليم وتحويلها إلى فضاءات مكانية تتمتع بعوامل تنافسية جذابة للفعاليات الاقتصادية والإنسانية المختلفة، من خلال تطوير نظرة شبكية للأعوان الإقليميين قائمة على الحكامة وتثمين الموارد الإقليمية، وجعلها مسخرة لخلق شخصية إقليمية تتسم بالمبادرة والتفكير المقاولاتي على غرار المؤسسات الاقتصادية وعدم الاقتصار على كونها هيئات إدارية مجردة، وتوصلت الدراسة إلى عديد النتائج منها:

استخدام أسلوب التحليل العنقودي المكاني يؤدي إلى استخراج تركيز عنقودي اقتصادي كثيف يشكل نواة لنظام ابتكاري إقليمي للصناعة الصيدلانية البيوتكنولوجية على مستوى إقليم الجزائر العاصمة والتي يفسرها معامل التوطن الصناعي، مع رصد كتلة حاسمة من المحددات التنافسية الإقليمية المناسبة لتأسيس ونمو العنقود الصناعي البيوصيدلاني لآفاق 2020 مدعماً بتدخل ذكي للسلطات العمومية والإقليمية لتعزيز تنافسية الإقليم، وفي هذا الإطار قدمنا سلسلة من التوصيات والاقتراحات التي يمكن الاستفادة منها في حدود الإمكانيات والموارد المتوفرة.

14- دراسة (محمد، 2014)، بعنوان: " دور الذكاء الاقتصادي في تميز منظمات الاعمال وواقعه في الجزائر".

هدفت الدراسة إلى تبيان الوضع الحقيقي الذي تعيشه منظمة الأعمال الجزائرية في مجال أنظمة المعلومات، تقديم دراسة مبسطة عن الذكاء الاقتصادي وكيفية عمله وأهميته في الوقت الراهن، مع توضيح إمكانية التفكير فيه بالنسبة للمؤسسة وأخذة بعين الاعتبار في استراتيجياتها المقبلة.

معرفة تطلعات منظمة الأعمال الجزائرية في مجال الذكاء الاقتصادي، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية منها:

- الذكاء الاقتصادي نظام يشمل مجموعة من التطبيقات والتكنولوجيات التي من شأنها جمع المعلومات وتحليلها ونشرها لاتخاذ القرارات، وهو يتكون من ثلاث عناصر أساسية تتمثل في اليقظة الاستراتيجية، الحماية، التأثير.
- تطبيق الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات الجزائرية ليس ظاهراً للعيان، فهو إما تلقائي غير منظم، أو يندرج تحت أحد الوظائف الأخرى كالسويق.
- إن أغلب المنظمات الجزائرية تفتقر إلى أنظمة اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي، وبذلك تفتقر إلى سيولة المعلومات التي تمكنها من اتخاذ القرارات اللازمة.

15- دراسة (ضياء الدين، 2013)، بعنوان: "دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة-دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسات، فهو يتناول اليقظة الاستراتيجية كمتطلب أساسي لتحقيق النجاح التنافسي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، كونه أكثر المناهج ملائمة لمثل هذا النوع من المواضيع المرتبطة بجمع المعلومات من

مصادر مختلفة ثم تصنيفها وتحليلها وتبويبها وفق أسلوب الباحث. من خلال تصميم استبيان يحتوي على (80) سؤال، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- إثبات أن لليقظة التنافسية دور في تحسين تنافسية المؤسسة المتعلقة بعامل إحراز التفوق على المنافسين.
- وجود دور لليقظة التكنولوجية واليقظة التجارية في تحسين تنافسية المؤسسة من خلال التأثير على عامل الإبداع والابتكار، وبناء علاقة دائمة مع العملاء والموردين.

2.4.2. الدراسات الاجنبية التي تناولت أثر الذكاء الاقتصادي في الميزة التنافسية:

1- Study by (Kang & Kue Na,2020): Effects of Strategy Characteristics for Sustainable Competitive Advantage in Sharing Economy Businesses on Creating Shared Value and Performance.

"آثار خصائص الاستراتيجية من أجل الاستدامة الميزة التنافسية في تقاسم الاقتصاد الأعمال على التأسيس لقيمة مشتركة والأداء".

هدفت الدراسة إلى تحديد خصائص الاستراتيجية للميزة التنافسية المستدامة في الشركات التي تستخدم الاقتصاد التشاركي (SE) والتحقق فيما إذا كانت هذه الخصائص الاستراتيجية تتعلق بإنشاء القيمة المشتركة (CSV) والأداء. تطوير أعمال اقتصادية تشاركية أكثر تفسيراً ونموذج استراتيجية الشبكة من خلال تقديم إطار بحث يتعلق بخصائص الاستراتيجية وأدوار CSV التي تستمد أداء (نتيجة) أعمال الاقتصاد التشاركي. أجريت اختبارات جودة التوافق وتحليل المسار باستخدام الحزم الإحصائية (SPSS، AMOS)، وتم تقدير جودة الملاءمة ونماذج تحليل المسار باستخدام الحد الأقصى طريقة الاحتمال. أظهر نموذجاً الأعمال التجارية SE (P2P، B2P) ملاءمة مرضية. وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- العلاقة بين خصائص الاستراتيجية من أجل ميزة تنافسية مستدامة و"التطابق الاجتماعي"، والذي يرتبط بالخلق المشترك للقيمة.
- تحسين قيمة العلامة التجارية للخدمات القائمة على SE، وتحديدًا النطاق المحدد للسوق للخدمات (السلع)، بما في ذلك الابتكار المرتبط والاستراتيجي من خلال التمايز المستمر.

2- Study by(Day,G & Schoemaker,2019):How Vigilant Companies Gain an Edge in Turbulent Times.. "كيف تكتسب الشركات اليقظة ميزة في الأوقات العصيبة".

هدفت الدراسة الى امكانية الشركات تجنب المخاطر من خلال اكتشاف التحولات الاتجاهية قبل منافسيها، أجريت الدراسة على (118) شركة في العقد الماضي، تحديد المكان الذي تبحث فيه وكيفية استكشافه. وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- تحسن النشاط بعقل متفتح ومزيج من الفرضيات الموجهة والرحلات الاستكشافية إلى المجهول بدلاً من التعامل مع هذا كحدث لمرة واحدة، يجب نسجه في عملية التعلم المستمر التي تشارك المنظمة بأكملها.
- شجع الزملاء على الاعتراف عندما لا تكون لديهم إجابات بدلاً من التخمين أو التسرع في الاستنتاجات، أطلب منهم وضع فرضيات ثم استكشاف الاحتمالات بشكل أكبر مع الآخرين.
- استخدم الأسئلة الإرشادية للمساعدة في تركيز الاهتمام الجماعي.
- مارس التعاطف واستخدم الأساليب الخارجية لفهم عملائك ومنافسيك والمتعاونين بعمق، وأين من المحتمل أن يكونوا في المستقبل.

3- Study by (Kirilov,2019): Strategic Intelligence Strategies for Improving Performance in the Nonprofit Secto.

"استراتيجيات الذكاء الاستراتيجي لتحسين الأداء في القطاع غير الربحي".

هدفت الدراسة: إلى دراسة الحالة الفردية هو استكشاف الاستراتيجيات قادة المنظمات غير الربحية على تطوير خطط لتحسين الأداء على أساس الاستراتيجية الذكاء، تكونت عينة البحث من (3) قادة في منظمة غير ربحية تقع في منطقة الغرب الأوسط من الولايات المتحدة، والتي نفذت استراتيجية غير ربحية مبادرات لتحسين أداء مؤسساتهم، تم جمع البيانات من المقابلات شبه المنظمة ومراجعة الجمهور والتوثيق الداخلي ونتائج الأداء. تم ترميز البيانات يدوياً ومنظم موضوعياً. توصلت الدراسة من خلال تحليل البيانات القيادة والتنظيمية الفلسفة، والاستبصار، والتفكير المنظومين، والمركزية المعرفية، والذكاء الدافع كموضوعات رئيسية. وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- يمكن للخطط الإستراتيجية القائمة على الاستخبارات أن تساعد قادة المنظمات غير الربحية في تحسين التنظيم أداء.
- تشمل الآثار المترتبة على هذه الدراسة من أجل التغيير الاجتماعي الإيجابي تقديم استراتيجيات لقادة المنظمات غير الربحية حول كيفية توجيه مؤسساتهم من خلال التغيير السريع البيئات، والتنافس بنجاح، والحفاظ على تسليم السلع والخدمات عالية التأثير للجمهور والمجتمعات التي يخدمونها.

4- Study by(Tahmasebifard,2018): "The role of competitive intelligence and its subtypes on achieving market performance".

"دور الذكاء التنافسي وأنواعه الفرعية على تحقيق أداء السوق".

هدفت الدراسة: إلى تحليل دور كل تصنيف ل CI في تعزيز أداء السوق يمكن أن يقدم نظرة ثاقبة حول أولوية كل بُعد في هذا الصدد، وأهمية الحيوية وفقاً للركود الاقتصادي الحالي الذي تتصارع فيه الشركات مع خفض التكلفة والأداء في الحالة الأكثر كفاءة.

واستخدمت الدراسة المسح الإلكتروني لجمع البيانات من صناعة التأمين في سياق سريع الخطى تنمية الاقتصاد (إيران)، في الوقت الذي تم فيه إجراء هذه الدراسة، تتكون الصناعة من (33) شركة بها (1115) فرعاً و(41,034) وكيلاً و(640) وسيطاً رسمياً و(199) مقيم خسائر التي تعمل من خلال السوق التنافسية. على عكس شركات التأمين الدولية التي تركز عادة على مجال معين من التأمين (مثل التأمين البحري أو التأمين على الحياة أو السيارات)، تم استخدام الاستبيان المنظم الذي تم تطويره من البحث الحالي لجمع البيانات والعديد، راجع الخبراء الأكاديميون الاستبيان للتحقق من صحة الوجه، وتم تحليل البيانات من خلال SPSS 20 و LISREL 8.80. وتوصلت الدراسة لجملة منها:

- أهمية وإيجابية تأثير تنفيذ أنشطة CI على أداء الشركات في السوق.
- أدى الركود الاقتصادي الأخير إلى الفشل والإفلاس وتسريح الشركات على نطاق واسع في جميع أنحاء العالم، لذلك تبحث الشركات عن الطرق التي تعمل بها يمكن تحقيق أقصى قدر من النتائج من خلال الاستفادة من الحد الأدنى من المدخلات.

5- Study by(TRIANA,2018): Competitive and Economic Intelligence.

"الاستخبارات التنافسية والاقتصادية".

هدفت الدراسة: إلى جعل المنظمة أكثر قدرة على المنافسة، وزيادة نفوذها، والدفاع عن أصولها الملموسة وغير الملموسة، مسألة الأمن لا تقتصر على الشركات فقط بل تتعلق بجميع أنواع الهياكل التنظيمية. عملياً جميع البلدان لديها نوع من خدمة المخابرات حيث تعمل هذه الوكالات تحت أسماء مختلفة، لكن أغراضها محددة للغاية وهي الحصول على المعلومات وتحليلها وتوزيعها للمساعدة في صنع القرار. وتوصلت الدراسة لجملة نتائج أهمها:

- أن الأمن يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأعمال التجارية، لذلك من الضروري تعظيم الضمانات لجميع الشركات من التكتلات الصناعية إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة لأن نجاحها يتحدد في جميع أنحاء المجتمع ككل.
- يعد الوصول إلى المعلومات الموثوقة والقدرة على تحليلها عاملين مهمين بشكل متزايد في تجنب القرارات المتهورة مع ارتفاع مستوى عدم اليقين.

6- Study by (Amiri & ect, 2017): Competitive Intelligence and Developing Sustainable Competitive Advantage.

"الذكاء التنافسي والتنمية المستدامة ميزة تنافسية".

هدفت الدراسة: إلى مناقشة الذكاء التنافسي كوسيلة لاكتساب ميزة تنافسية لشركات التأمين وتسعى لدراسة آثارها خلق ميزة تنافسية مستدامة، تكونت عينة الدراسة من (123) مديراً متوسطاً وكبيراً يعملون فيها، حيث تم مسح شركة التأمين الإيرانية في طهران، وتم جمع البيانات من خلال الاستبيان وتحليلها باستخدام نموذج المعادلة الهيكلية (SEM) في برنامج PLS. توصلت الدراسة لجملة نتائج منها:

- بأن الذكاء التنافسي كان له تأثير إيجابي على إنشاء ميزة تنافسية تستند إلى مجموعتين من العمليات مع تأثير الأول لها تأثير أكبر في هذا الصدد. وإلى أن الشركات كانت المطلوبة لاكتساب ميزة تنافسية من خلال إنشاء وحدة استراتيجية لجمع وتحليل ومشاركة المعلومات الذكية المستمدة من البيئة الداخلية والخارجية.

7- Study by (Shahraki & Shahraki, 2017): Economic Intelligence and Innovation: Case Study."الذكاء الاقتصادي والابتكار".

هدفت الدراسة: إلى تكريس مجال الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالابتكار، تشكل صناعة السيارات في إيران مجال دراسة مثير للاهتمام بشكل خاص في هذا المجال. حيث تم اتباع المنهج المسحي بلغت العدد (45) استبياناً لكبار مديري الشركات الإيرانية الكبيرة في صناعة السيارات. تعد مصداقية الاستبيان عاملاً يسمح بضمان صحة الاستبيان ودقته، ولزيادة موثوقية المسح الذي أجري شرع في حساب معامل ألفا كرونباخ باستخدام SPSS. وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- الذكاء الاقتصادي والابتكار مرتبطان ببعضهما البعض في صناعة السيارات في إيران، على الرغم من أن الممارسات في الاستخبارات الاقتصادية محدودة، ولذلك قد تنظر المؤسسة التي تم تحليلها في اتخاذ مزيد من الإجراءات لتحسين الارتباط بين الابتكار والاستخبارات الاقتصادية.

- المنافسة العالمية هي في الوقت الحاضر أهم تحدي للمنظمات في إيران، ولمواجهة هذا التحدي فهذه المنافسة تتطلب معرفة ما يفعله المنافسون. هذا ما يشكله الذكاء الاقتصادي الأساسي في إيران للوقت الحالي، تركز الاستخبارات الاقتصادية في صناعة السيارات الإيرانية بشكل أساسي على ذكاء تنافسي.
- دروس من هزائم ونجاحات المنافسين.

8- Study by(Purity & ect,2017): The Effect of Strategic Intelligence on Business Success in Selected Commercial Banks in South-East, Nigeria February.

"تأثير الذكاء الاستراتيجي على نجاح الأعمال في بنوك تجارية مختارة في جنوب شرق نيجيريا".

هدفت الدراسة: إلى معرفة تأثير الذكاء الاستراتيجي على نجاح الأعمال، يشكل ارتفاع معدل المنافسة في الصناعة المصرفية اليوم تحديًا كبيرًا للنمو والتنمية. تم اعتماد المنهج المسحي لأن الدراسة استخدمت البيانات الأولية التي تتضمن استنباط الردود عبر استبيان من المستجيبين، تم تحليل البيانات التي تم إنشاؤها باستخدام معامل ارتباط بيرسون اللحظي للمنتج. وتوصلت الدراسة إلى جملة نتائج منها:

- أن هناك علاقة إيجابية كبيرة بين الذكاء الاستراتيجي ونجاح الأعمال، الذكاء الاستراتيجي الفعال من قبل الشركات يؤدي إلى نجاح الأعمال.
- يجب أن تكون البنوك مرنة بما يكفي للتكيف مع التغييرات الناشئة عن بيئة الأعمال الخارجية.

9- Study by (Nešković & ect,2016): ECONOMIC INTELLIGENCE AND INTELLECTUAL CAPITAL IN AGRICULTURE COMPETITIVENESS - CASE STUDY.

"الذكاء الاقتصادي ورأس المال الفكري في تنافسية الزراعة - دراسة حالة".

هدفت الدراسة: إلى إظهار مدى الارتباط المباشر وشرطية القدرة التنافسية للزراعة الوطنية العامة ورأس المال الفكري والابتكار والحماية المناسبة لحقوق الملكية الفكرية، كما يتضح من دولة ذات زراعة عالية التطور. ومع ذلك من خلال مراقبة التغييرات العالمية يمكن أن نستنتج أن صربيا في هذا القطاع، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- لديها إمكانات غير مستخدمة للنمو والتنمية، ولتحقيق النمو الاقتصادي والقدرة التنافسية الدولية لا بد من زيادة الاستثمار في رأس المال الفكري والتقنيات الجديدة.
- من الواضح صربيا لديها مستوى منخفض للغاية من الملكية الفكرية والحماية.
- يثبت التصنيف أن الزراعة الصربية تمارس نشاطاً تجارياً بتكاليف عالية للغاية، وهو نتيجة الاستخدام غير الفعال لمواردهم الفكرية الخاصة وغياب توثيق التعاون بين المعاهد الأكاديمية والبحثية والإنتاج الزراعي.

10- Study by (Stefanikov& ect,2015): The impact of competitive intelligence on sustainable growth of the Enterprises.

" تأثير الذكاء التنافسي على النمو المستدام للشركات".

هدفت الدراسة: إلى أن الاستخدام الأفضل لمعارف المؤسسات جاء لدعم نموها المستدام وابتكارها. ووصف التأثير الإيجابي للذكاء التنافسي على النمو المستدام للمؤسسات من خلال الكمي البحث التسويقي الذي تم إجراؤه في الشركات السلوفاكية خلال عام 2014. أجرت جامعة Zilina دراسات استقصائية للمؤسسات السلوفاكية التي تستخدم ولا تستخدم أيضاً ذكاء تنافسي. وبلغت عينة كلا المسحين (384) مستجيباً، بناءً على الردود من كلا المسحين التسويقيين، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- إن استخدام الذكاء التنافسي له وضع تنافسي أفضل مقارنة بالمركز التنافسي للمؤسسات بدون نظام استخباراتي تنافسي.

11- Study by(Ivan, 2013): Economic Intelligence. " الذكاء الاقتصادي "

هدفت الدراسة: إلى أن المعلومات هي الوسيلة التي يتم من خلالها الوصول إلى أهداف المسابقات الاقتصادية الدولية للبقاء على قيد الحياة، ويجب على كل فاعل حماية إرث المعلومات الخاص به، وفي الوقت نفسه يسعى جاهداً لمعرفة إرث منافسيه. اتبعت الدراسة منهجية المقارنة بين أكبر اقتصاديات الدول في العالم، وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج منها:

- على مستوى الدولة، يستلزم الأمن الاقتصادي تعظيم القوة الاقتصادية النسبية للدولة، مع الأخذ بعين الاعتبار أن القوة الاقتصادية ضرورية وأن القوة الوطنية بما في ذلك القوة العسكرية تعتمد في النهاية على القوة الاقتصادية.

- يستلزم الأمن الاقتصادي أيضاً الحد من ضعف الدولة قبل الصدمات الاقتصادية الخارجية وكذلك العقوبات الاقتصادية. لذلك يرى بعض المختصين أن تأمين الأمن الاقتصادي عنصر أساسي في سياسة الأمن القومي.
- فهم أفضل لما يحدث في السوق ومن خلال التقييم المناسب للتأثير الاستراتيجي / التكتيكي للإجراءات التي يتم الإشراف عليها، يدعم النظام المعايير المستمرة للاستراتيجيات والتكتيكات التنافسية للشركات والفروع الاقتصادية والاقتصاد ككل.

12- Study by(Cioc,2013): The Economic Intelligence Practices and Their Impact on the Organization's Strategic Behavior:

"ممارسات الذكاء الاقتصادي وتأثيره على السلوك الاستراتيجي للمنظمة".

هدفت الدراسة: إلى التأكيد على أهمية استخدام مثل هذه الأداة الاستراتيجية لإدارة المعلومات القادمة من البيئة التنافسية، بدءاً من خصوصيات الاستخبارات الاقتصادية لهذا الغرض، يتم تقديم الممارسات المحددة لمقياس الذكاء الاقتصادي على المستوى التنظيمي والمقياس الذي يحدد فيه هيكلها على فئات مختلفة (فردية، علائقية، متآزرة) نوعاً معيناً من السلوك الاستراتيجي للمنظمة، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج منها:

- يتم الترويج لأداة إدارة استراتيجية جديدة تعيد تجميعها في إطار رسمي ممارسات مراقبة متباينة للبيئة أو أمن المعلومات أو ممارسة الضغط.
- يتم تشكيل المقدمات لاتخاذ قرار بشأن التوجه نحو نوع معين من السلوك الاستراتيجي، اعتماداً على إمكانيات المنظمة في استخدام ممارسات الذكاء الاقتصادي.

3.4.2. التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة والأدبيات اتضح للباحثة وجود بعض نقاط التشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية، بالإضافة لوجود بعض نقاط الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، لذلك ستقوم الباحثة بالتركيز على هذه المسألة على النحو التالي:

1.3.4.2. أوجه الشبه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- 1- اتفقت الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في المنهج المستخدم، حيث أن جميع الدراسات السابقة اتفقت على استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

- 2- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام أداة الاستبانة من أجل جمع المعلومات، إضافة إلى تركيز الدراسات السابقة على الميزة التنافسية كمتغير تابع.
- 3- اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في تحديد أبعاد المتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية، الحماية، والتأثير).

2.3.4.2. أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- 1- اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في بيئة الدراسة التي تبحث في تحليلها، حيث أن الدراسة الحالية تم تطبيقها على القطاع الصحي من خلال التطبيق على اتحاد لجان العمل الصحي في المحافظات الجنوبية الفلسطينية، والدراسات السابقة تم تطبيقها في (الجامعات، شركات الأنترنت، المصارف التجارية، البنوك المصرفية، صناعة السيارات، شركات التأمين والقطاع الزراعي) في دول مختلفة، كما ركزت الدراسات السابقة على (اليقظة الاستراتيجية، الذكاء الاستراتيجي، الذكاء التنافسي، الاقتصاد التشاركي وإدارة المعرفة).
- 2- ارتبط الذكاء الاقتصادي في الدراسات السابقة بالابتكار ورأس المال الفكري وله تأثير على السلوك الاستراتيجي في المنظمة ومساهمته في الاقتصاد بينما في الدراسة الحالية ارتبط الذكاء الاقتصادي بالميزة التنافسية.
- 3- اختلفت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في المنهج المستخدم حيث تم استخدام المنهج المسحي والاستنباطي والعنقودي في الدراسات السابقة.
- 4- اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وفي الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة الحالية.

3.3.4.2. ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات التي لم تتناول بكثرة في فلسطين على حد علم الباحثة كونها تربط بين موضوع الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية، فأغلب الدراسات ربطت بين اليقظة الاستراتيجية وبين الميزة التنافسية باعتبار اليقظة الاستراتيجية بُعد من أبعاد الذكاء الاقتصادي، وبالتالي فإن الحديث عن تقدير أثر الذكاء الاقتصادي على الميزة التنافسية إضافة علمية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن الدراسة الحالية تم تطبيقها على قطاع هام جداً وهو القطاع الصحي خاصة اتحاد لجان العمل الصحي في المحافظات الجنوبية الفلسطينية، الذي يمثل ركن أساسي في القطاع الصحي الفلسطيني.

4.3.4.2. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، فقد خرجت الباحثة بمجموعة من الفوائد التوجيهية التي شكلت أساساً للتوجه نحو الدراسة الحالية، والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

- 1- التعرف على مختلف المنهجيات التي تناولت موضوع البحث والأسس العلمية التي استندت إليها هذه المنهجيات في تطبيق التقنيات البحثية المختلفة.
- 2- التعرف على الأبعاد المختلفة لمتغيرات الدراسة والتي أجمعت عليها معظم الدراسات السابقة.
- 3- المساهمة في صياغة وبناء الاستبانة ومحاورها وأبعادها.
- 4- التعرف على الأساليب الإحصائية المستخدمة في عملية تحليل البيانات، وتحديد المنهج والأساليب الإحصائية المناسبة.
- 5- عرض النتائج ومناقشتها وربطها من نتائج الدراسة الحالية.

الفصل الثالث

الإجراءات المنهجية للدراسة

المقدمة:

تعتبر الإجراءات المنهجية بمثابة الإطار الناظم لكافة التفاصيل المرتبطة بالعمل البحثي، إذ يسهم توثيق الإجراءات المنهجية المتبعة أثناء العمل البحثي استناداً إلى الأصول العلمية في رصانة البحث المقدم، ومن هنا فإن الإجراءات المنهجية تشير إلى كافة الطرق والوسائل والأساليب التي أعتمد عليها الباحثة والتي شكل أساساً لسلوكه البحثي، ومن هنا فإن البحث الأصل يوجب على الباحث اظهار كافة الإجراءات المنهجية التي استخدمها في العمل البحثي بغية الوصول إلى تحقيق الأهداف المرصودة وإظهار قوة نتائجه التي استندت إلى أسس صحيحة موثوقة ارتبطت بمنهجية علمية واضحة من حيث أصولها وشروطها التي التزمت بها الباحثة حتى يتمكن من الدفاع عن نتائجه البحثية وتعميمها على الحالات المدروسة، فالمنهجية العلمية وابرازها بشكل واضح يعتبر عنصراً مهماً يشير إلى الأسس العلمية التي اعتمدت عليها الباحثة في استخراج نتائجه، فان كانت هذه المنهجية رصينة اتصفت النتائج بالقوة والتقدير من قبل المختصين، أما إن شابها ضعف أو غموض فربما يؤدي ذلك إلى ضعف الاعتماد على النتائج البحثية المستخلصة، وبالتالي يتسم المخرج البحثي بالضعف بشكل عام، وعليه فإن هذا الفصل من الدراسة يظهر كافة الأساليب والإجراءات المنهجية التي اعتمدت عليها الباحثة سواء من حيث طبيعة المنهج المستخدم أو الأدوات التي اعتمدت عليها في جمع البيانات أو الاختبارات المتعلقة بقابلية هذه الأدوات للاستخدام ومدى دقتها، هذا بالإضافة إلى أهم الأساليب والاختبارات الإحصائية التي تم تطبيقها بهدف الإجابة على تساؤلات البحث واثبات أو نفي فرضياته المقررة للوصول إلى الغايات النهائية المتمثلة بالنتائج والاستنتاجات البحثية.

1.3 منهج الدراسة

لقد اعتمدت الباحثة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يتيح خيارات واسعة أمام الباحثين ويتصف بالمرونة التي تمكنهم من الاعتماد على أدوات وأساليب بحثية متنوعة يمكن الاعتماد عليها من أجل تحقيق الأهداف المرصودة، كما أن هذا المنهج يعتبر من المناهج واسعة الاستخدام في العلوم الإنسانية كونه يمكن الباحثين من التعاطي مع التوجهات والنزعات الإنسانية عبر الأدوات المتنوعة التي يتم الاعتماد عليها لوصف طبيعة الظاهرة ومسبباتها والآثار الناتجة عنها، هذا المنهج يتناسب مع طبيعة الظاهرة المبحوثة التي ترتبط بالعلوم الإنسانية كونها تسعى إلى دراسة دور الذكاء الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات غير الحكومية في المحافظات الجنوبية، إذ يُمكن هذا المنهج الباحثة من وصف الظاهرة كما هي على أرض الواقع والتحديد الكمي والكيفي لأبعادها المتنوعة وهو ما يرتبط بأهداف الدراسة المرصودة، لذا فقد شكل هذا المنهج بأدواته المتنوعة مساراً مهماً للعمل البحثي الراهن بكافة جزئياته، حيث اعتمدت الباحثة على أساليبه وأدواته التي يوفرها بغية الوصول إلى إجراء التحليل الوصفي المقارن للظاهرة واستخراج طبيعة العلاقات بين المتغيرات والأثر من أجل الوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة بالاعتماد على مجموعة من البرامج الإحصائية المتخصصة.

2.3 مجتمع الدراسة

يتمثل الإطار التطبيقي لمجتمع الدراسة العاملين بالإدارة العليا والوسطى في منظمة اتحاد لجان العمل الصحي، وذلك للإجابة على الهدف الرئيس للدراسة والذي يتعلق بدور الذكاء الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات غير الحكومية في المحافظات الجنوبية، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين بالإدارة العليا والوسطى (مدير التنفيذي، مدراء البرامج، مدراء المراكز، منسقي المشاريع، رؤساء الأقسام) باتحاد لجان العمل الصحي والبالغ عددهم (68) موظف حسب إحصائيات صادرة عن إدارة الموارد البشرية باتحاد لجان العمل الصحي لعام 2021م، وقامت الباحثة باتباع أسلوب الحصر الشامل للعاملين بالإدارة العليا والوسطى، وتم توزيع 68 استبانة على العاملين خلال الفترة الواقعة ما بين 9 فبراير حتى 4 مارس 2021م، حيث تم الاعتماد بشكل رئيسي على هذه الفئة للإجابة على دور الذكاء الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات غير الحكومية، وتم استرداد (65) استبانة بنسبة استرداد (96.58%)

العينة استطلاعية:

لغايات التحقق من طبيعة المشكلة البحثية محل الدراسة وتحديد الصلاحية المبدئية للأدوات المستخدمة في الدراسة الراهنة فقد قامت الباحثة بالاعتماد على توزيع عينة استطلاعية مكونة من (30) مستجيب ومستجيبة، وذلك من أجل التحقق من توافر (معايير الصدق والثبات لأداة الدراسة (الاستبانة) والتي تعتبر الخطوة الرئيسية قبل بدء توزيع الاستبانات على عينة الدراسة الفعلية، وبعد التأكد من صلاحية الاستبانة (معايير الصدق والثبات)، وتم توزيع الاستبانات على مجتمع الدراسة الفعلية بشكل كامل، وتعتبر العينة الاستطلاعية داخل إطار مجتمع الدراسة الفعلية وذلك لتحقيق معايير الصدق والثبات للاستبانة، والجدول (1.3) يوضح وصف العينة الاستطلاعية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

جدول 1.3: وصف العينة الاستطلاعية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (العدد = 30).

المتغير		العدد	%	المتغير		العدد	%
النوع	ذكر	14	46.7	العمر	أقل من 30 سنة	3	10.0
	أنثى	16	53.3		30 أقل من 40 سنة	15	50.0
	دبلوم	8	12.3		40 أقل من 50 سنة	10	33.3
المؤهل العلمي	بكالوريوس	33	50.8	50 سنة فأكثر	2	6.7	
	دراسات عليا	24	36.9	سنوات الخدمة	أقل من 5 سنوات	6	9.2
الدخل الشهري (شيقل)	أقل من 1500	11	16.9		5 أقل من 10 سنوات	21	32.3
	1500 أقل من 2000	19	29.2		10 أقل من 15 سنة	9	13.8
	2000 أقل من 3000	18	27.7	15 سنة فأكثر	29	44.6	
	3000- أقل من 4000	10	15.4				
	أكثر من 4000	7	10.8				

3.3 محتوى أداة الدراسة

تعتبر الاستبانة الأداة الرئيسية التي تم الاعتماد عليها لجمع البيانات من مصادرها الأولية، وقد تم تصميم هذه الأداة استناداً إلى الأسس العلمية الخاصة بالشروط البنائية لها، هذا بالإضافة إلى الشروط الموضوعية المتعلقة بتمثيل الأبعاد والمحاور استناداً إلى الأسس والنظريات العلمية التي تناولت المتغيرات محل الدراسة، حيث قامت الباحثة لتحقيق هذه الغاية بمراجعة الأدبيات التي تناولت الموضوع البحثي وبناء على ما أوردته من أفكار وآراء واتجاهات قامت بتمثيلها على شكل

فقرات ضمن الأبعاد لتشكل أداة معبرة عن طبيعة الظاهرة البحثية المدروسة، ولأغراض ضمان قوة الأداة من الناحية العلمية فقد قامت الباحثة بعرضها على ذوي الاختصاص من الطواقم الأكاديمية المختصة والتي يقف على رأسها المشرف الأكاديمي وتدقيقها بشكل ملائم بغية إخراجها بشكلها النهائي وعرضها على المحكمين.

حيث تكونت أداة الدراسة (الاستبانة) من قسمين رئيسيين، حيث يتكون القسم الأول البيانات الديموغرافية لمجتمع الدراسة (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، الدخل الشهري بالشئقل)، بينما يتمثل القسم الثاني بمحاور الدراسة الرئيسية بأبعادها الفرعية، والتي شكلت الأساس العلمي لتغطية جوانب الموضوع البحثي الخاص بدراسة أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات غير الحكومية في المحافظات الجنوبية، حيث شملت هذه الاستبانة جميع المتغيرات الدراسة التي تمثلت بالمتغير المستقل (الذكاء الاقتصادي) والمتغير التابع (الميزة التنافسية)، إذ تكون "الذكاء الاقتصادي" بأبعاده المتنوعة المتغير المستقل والذي تم قياسه من خلال (37) فقرة موزعة على ثلاثة أبعاد (فقرات البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية= 21 فقرات، فقرات البعد الثاني: أمن وحماية أنظمة المعلومات= 10 فقرات، فقرات البعد الثالث: سياسة الضغط والتأثير= 6 فقرات)، بينما تكون "الميزة التنافسية" المتغير التابع والذي تم قياسه من خلال (16) فقرة، وبذلك تصبح الاستبانة مكونة من (53) فقرة، حيث استندت الباحثة في تصميم أبعاد ومتغيرات الدراسة على الدراسات التالية:

دراسة (طويطي، وكنوش، 2019)، دراسة (احمد، 2019)، دراسة (حسين، وآخرون، 2018)، دراسة (بو سالم، والهناني، 2017)، دراسة (الزبيدي، 2017)، دراسة (بتغة، 2016)، دراسة (خديجة، 2015)، دراسة (محمد، 2014)، والجدول (2,3) يوضح محتوى أداة الدراسة.

جدول 2,3: محتويات الاستبانة.

عدد الفقرات	المتغيرات	الأبعاد	المحاور
21	مستقل	البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية	المحور الأول
10		البعد الثاني: امن وحماية أنظمة المعلومات	
6		البعد الثالث: سياسة الضغط والتأثير	
37		المحور الأول ككل: الذكاء الاقتصادي	
16	تابع	المحور الثاني: الميزة التنافسية	
53		الاستبانة ككل	

المصدر: من إعداد الباحثة استناداً على الأدبيات السابقة المذكورة.

المحك المعتمد في أداة الدراسة (الاستبانة):

لقد اعتمدت الباحثة على استخدام مقياس ليكرت الخماسي لتصحيح أداة الدراسة والذي يعتبر الأكثر شيوعاً في الاستخدام المرتبط بقياس الاتجاهات المتعلقة بالظواهر الإنسانية، وتستند الفكرة الرئيسية لهذا المقياس على تحديد ردود تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض على صيغة ما، والمقياس المستعمل لتحديد درجة الموافقة والاختلاف حول قضية ما يكون من خلال إبداء الرأي المحدد بخمس خيارات، ومن هنا جاءت التسمية مقياس ليكرت الخماسي، وتنحصر ردود الأفعال في مجموعة من الدرجات تبدأ بالرقم (1) الذي يشير إلى مستويات من عدم الموافقة المرتفعة جداً حول الفقرة المطروحة، بينما تشير الدرجة (2) إلى عدم الموافقة، بينما تمثل الدرجة (3) القيمة المحايدة، وتشير الدرجة (4) إلى الموافقة على الفقرة، وأخيراً فإن الدرجة (5) تشير إلى الموافقة بشدة من قبل المبحوث على الفقرة المطروحة، ولتحديد مستوى الموافقة على كل فقرة من الفقرات وكل بعد وكل محور ضمن أداة الدراسة (الاستبانة)، تم الاعتماد على استخدام قيمة الوسط الحسابي وقيمة الوزن النسبي والجدول (3.3) أدناه يوضح مستويات الموافقة استناداً لخمس مستويات (منخفض جداً، منخفض، متوسط، مرتفع، مرتفع جداً).

جدول 3.3: المحك المعتمد في الدراسة.

مستوى الموافقة	منخفض جداً	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جداً
الوسط الحسابي	1 إلى 1.80	1.80 إلى 2.59	2.60 إلى 3.39	3.40 إلى 4.19	4.20 إلى 5
الوزن النسبي	أقل من 36%	36% إلى 51.9%	52% إلى 67.9%	68% إلى 83.9%	أكثر من 84%

المصدر: من إعداد الباحثة استناداً لمقياس الإجابة "ليكرت الخماسي المكون من 5 اجابات".

4.3 صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبانة)

1.4.3 الصدق المحتوى (الصدق الظاهري):

يرتبط الصدق الظاهري بقدرة الأداة على التعبير عن الظاهرة بشكل علمي سليم معبر عن المضمون العلمي الحقيقي للمتغيرات محل البحث والتي أوردتها النظريات العلمية المتخصصة في إطارها العلمي، فإتقان الباحث لتمثيل الأفكار العلمية والاتجاهات التي أوردتها الأدبيات العلمية بشكل سليم ضمن أداة الدراسة يشير إلى قدرة الأداة على تحقيق هذا النوع من أنواع الصدق،

ولأغراض التحقق من هذا الشكل من أشكال الصدق فإن الباحثة لجأت الى الخبراء والمختصين في الحقل الاكاديمي باعتبارهم الجهة الاقدر على الحكم المرتبط بالمحتوى العلمي للأداة ويطلق على هؤلاء الخبراء والمختصين بالمحكمين، ويمكن تقييم درجة الصدق المحتوى للمقياس من خلال التوافق بين وجهات نظر المتخصصين "المحكمين" (ازيدي، حرطاني، 2019)، وبناءً على ذلك قامت الباحثة بتصميم الاستبانة باعتبارها الأداة الرئيسية للدراسة بشكلها الأولي، حيث تم عرض الاستبانة على خبراء ومتخصصين بالمجال وبلغ عددهم (9) خبراء، وتم إجراء تحكيم الاستبانة وتعديل الأداة وفقاً لآرائهم وملاحظاتهم؛ وذلك للوصول إلى الاستبانة النهائية (الملحق رقم 2). الاستبانة وأسماء المحكمين في الملاحق

واعتمدت الباحثة في حساب نسبة صدق المحتوى من خلال معادلة لاوشي (Lawshe) (Berteau, 2013) وتنص المعادلة على ما يلي:

$$CVR = n-1/N$$

حيث أن /Content Validity Ratio (CVR) هي نسبة صدق المحتوى، n: عدد المحكمين الذين يعتبرون البند أو الفقرة أساسياً، N: هو مجموعة المحكمين.

ومن خلال نتائج المعادلة بلغت نسبة الصدق (الذكاء الاقتصادي = 0.92، الميزة التنافسية = 0.93)، وتشير هذه النتائج إلى تحقق معيار صدق المحتوى وذلك بناءً على أن نتيجة الصدق أكبر من 0.60 وهذا يؤكد بأن الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه من خلال معيار الصدق المحتوى.

2.4.3. صدق الاتساق الداخلي:

يعتبر صدق الاتساق الداخلي احد اهم المعايير المعبرة عن جودة الأداة المستخدمة، فكلما توفر مستوى مرتفع من صدق الاتساق كلما كان تقييم الأداة المستخدمة إيجابياً، ويتم تمثيل هذه المعايير اعتماداً على مقياس الارتباط بين الفقرات المعتمدة في أبعاد الأداة المتنوعة مع البعد ذاته أو المحور الذي تنتمي اليه، حيث يتم الحكم على توافر مثل هذا النوع من الاتساق من خلال نتيجة اختبار ارتباط بيرسون، إذ يجب أن تتوفر وجود معاملات ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بينهما، للحكم على توافر صدق الاتساق الداخلي من عدمه.

1.2.4.3. صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية:

حيث بلغت أدنى قيمة لمعامل الارتباط بين الفقرة الخامسة التي تنص على "يتم تشخيص الفرص المتعلقة بالاتحاد" (0.409) وكان هذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبلغ مستوى الدلالة (0.001 أقل من 0.05)، بينما بلغت أعلى قيمة لمعامل الارتباط للفقرة التاسعة التي تنص على "يهتم الاتحاد بالإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع" (0.748) وقد كان هذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 وبلغ مستوى الدلالة (0.000 أقل من 0.05)، وقد كانت جميع الفقرات الخاصة بهذا البعد (اليقظة الاستراتيجية) ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.01)، والجدول (4.3) يوضح النتائج.

جدول 4.3: معاملات صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون للبعد الأول (اليقظة الاستراتيجية).

الرقم	نص الفقرة	قيمة ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
1	يوجد تنوع مناسب في عدد التخصصات المتاحة لدي الاتحاد.	**0.448	0.000
2	يوجد تنوع مناسب في نوع التخصصات المتاحة لدي الاتحاد	**0.436	0.000
3	يقوم الاتحاد بمتابعة التعرف على قدرات وإمكانيات المنافسين ونقاط الضعف لديهم.	**0.645	0.000
4	يولي الاتحاد عناية للتعرف على ما يحدث في محيطها التنافسي.	**0.580	0.000
5	يتم تشخيص الفرص المتعلقة بالاتحاد	**0.409	0.001
6	تشخيص التهديدات والمعوقات المتعلقة بالاتحاد	**0.579	0.000
7	يعمل الاتحاد على وضع نظم ترقيات كفاء وحوافز تساعد على جذب الكفاءات البشرية وانتقائها.	**0.725	0.000
8	يتوفر لدى الاتحاد قاعدة بيانات الكترونية وشبكات إعلام آلي واستعمال أدوات تحليل المعلومات (جدول معالجة، برامج إعلام آلي) وذلك لنشر معلوماتها.	**0.648	0.000
9	يهتم الاتحاد بالإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع.	**0.748	0.000
10	يواكب الاتحاد التطور العلمي والتقني التكنولوجي الذي يحدث في محيطه.	**0.706	0.000
11	يعتمد الاتحاد على الأجهزة الطبية التكنولوجية لإحداث تغير جذري في جودة الرعاية الصحية والارتقاء بمستويات عالية.	**0.628	0.000

الرقم	نص الفقرة	قيمة ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
12	يتيح الاتحاد فرص ابتعاث للعاملين المتميزين في العمل لاستكمال دراستهم العليا.	**0.657	0.000
13	يعمل الاتحاد على تطوير جودة الخدمات المقدمة للمجتمع المحلي ويعمل على تطويرها باستمرار.	**0.618	0.000
14	يقوم الاتحاد بتطوير كفاءة الموارد البشرية للارتقاء بمستوى أدائهم وتميزهم.	**0.617	0.000
15	يعمل الاتحاد على جمع المعلومات المتعلقة بالأحداث الاجتماعية والثقافية في المجتمع.	**0.569	0.000
16	يولي الاتحاد العناية لجمع المعلومات ذات الطبيعة القانونية والتشريعية.	**0.499	0.000
17	يقوم الاتحاد بتشخيص المشكلات ذات الأهمية الاستراتيجية.	**0.675	0.000
18	يفحص الاتحاد مختلف البدائل والحلول الممكنة وتحديد البديل الأفضل للموقف.	**0.609	0.000
19	يعتمد الاتحاد على فرق متخصصة (خبراء) خارجية لتحصيل المصوغات على الصعيد القانوني، الجبائي.	**0.669	0.000
20	تتوافق البرامج والخطط المتبعة للاتحاد مع متطلبات السوق.	**0.738	0.000
21	تسهم الحوافز المقدمة من الاتحاد في الاستجابة لتأثير الضغوط المحيطة بالمؤسسة.	**0.704	0.000
فقرات البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية			

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01.

المصدر: إعداد الباحثة استناداً لمخرجات برنامج spss.

2.2.4.3. صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني: أمن وحماية أنظمة المعلومات:

حيث بلغت أدنى قيمة لمعامل الارتباط بين الفقرة السابعة التي تنص على "يعمل الاتحاد على مراقبة الدخول والحماية المادية للمؤسسة ومراكزها: المفاتيح، رموز الدخول، الحراسة، الإنذار، أنظمة ضد الحرائق، بطاقة الزائر، سير الزيارة (0.607) وكان هذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبلغ مستوى الدلالة (0.000 أقل من 0.05)، بينما بلغت أعلى قيمة لمعامل الارتباط للفقرة الأولى التي تنص على "يوفر الاتحاد برامج تعمل على الوقاية من إخطار القرصنة و/أو الوسائل القانونية للملكية الفكرية" (0.848) وقد كان هذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 وبلغ

مستوى الدلالة (0.000 أقل من 0.05)، وقد كانت جميع الفقرات الخاصة بهذا البعد (أمن وحماية أنظمة المعلومات) ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.01)، والجدول (5.3) يوضح النتائج.

جدول 5.3: معاملات صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون للبعد الثاني (أمن وحماية أنظمة المعلومات).

الرقم	نص الفقرة	قيمة ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
1	يوفر الاتحاد برامج تعمل على الوقاية من إخطار القرصنة و/أو الوسائل القانونية للملكية الفكرية.	**0.848	0.000
2	تتوفر لدى الاتحاد أجهزة لأمن أنظمة معلوماتها	**0.663	0.000
3	يتوفر للاتحاد تقنية لمراقبة تسيير وتدقيق نظامها .	**0.623	0.000
4	يلجأ الاتحاد إلى مستشارين خارجيين فيما يتعلق بالأمن الإعلامي .	**0.708	0.000
5	يتوفر لدى الاتحاد منهجية لإدارة المعرفة الضمنية والظاهرة وإدارة مخاطره.	**0.720	0.000
6	يتم بناء قدرات موظفي الاتحاد فيما يتعلق بأمن حماية أنظمة المعلومات من خلال التدريب وحضور المؤتمرات.	**0.829	0.000
7	يعمل الاتحاد على مراقبة الدخول والحماية المادية للمؤسسة ومراكزها :المفاتيح، رموز الدخول، الحراسة، الإنذار، أنظمة ضد الحرائق، بطاقة الزائر، سير الزيارة.	**0.607	0.000
8	يعمل الاتحاد على معالجة الجانب المتعلق بحماية المعلومات الخاصة قبل إطلاق أي مشروع مهم.	**0.768	0.000
9	يقوم الاتحاد بتحديد العناصر الحساسة لممارسة أنشطتها (المعارف، الإبداعات، المهارات) ومن ثم حمايتها.	**0.757	0.000
10	يتوفر لدى الاتحاد خطة لإدارة المخاطر الرقمية.	**0.743	0.000

فقرات البعد الثاني: أمن وحماية أنظمة المعلومات

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01.

المصدر: إعداد الباحثة استناداً لمخرجات برنامج spss.

3.2.4.3. صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث: سياسة الضغط والتأثير:

حيث بلغت أدنى قيمة لمعامل الارتباط بين الفقرة الثانية التي تنص على "يُطبق الاتحاد سياسة فعالة للاتصال عن طريق الاشتراك في الشبكات الاجتماعية" (0.680) وكان هذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبلغ مستوى الدلالة (0.000 أقل من 0.05)، بينما بلغت أعلى قيمة لمعامل الارتباط للفقرة الخامسة التي تنص على "يقوم الاتحاد بإجراء زيارات دورية للمؤسسات المهنية والدولية" (0.896) وقد كان هذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 وبلغ مستوى الدلالة (0.000 أقل من 0.05)، وقد كانت جميع الفقرات الخاصة بهذا البعد (سياسة الضغط والتأثير) ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.01)، والجدول (6.3) يوضح النتائج.

جدول 6.3: معاملات صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون للبعد الثالث (سياسة الضغط والتأثير).

الرقم	نص الفقرة	قيمة ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
1	يتوفر لدى الاتحاد خطة للاتصالات الخارجية	**0.709	0.000
2	يُطبق الاتحاد سياسة فعالة للاتصال عن طريق الاشتراك في الشبكات الاجتماعية.	**0.680	0.000
3	يفتح الاتحاد موقع مناقشة ومعلومات عبر الانترنت والاهتمام به.	**0.807	0.000
4	يقوم الاتحاد بالاشتراك في انجاز المعايير ISO.	**0.682	0.000
5	يقوم الاتحاد بإجراء زيارات دورية للمؤسسات المهنية والدولية	**0.896	0.000
6	يعمل الاتحاد على تفعيل العلاقة بين الفاعلين الاقتصاديين مع القوى الأخرى السياسية والاجتماعية.	**0.824	0.000
فقرات البعد الثالث: سياسة الضغط والتأثير			

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01.

المصدر: إعداد الباحثة استناداً لمخرجات برنامج spss.

صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني: الميزة التنافسية::

حيث بلغت أدنى قيمة لمعامل الارتباط بين الفقرة الثالثة التي تنص على "يستخدم الاتحاد الموارد المتاحة وفق معايير مخططة" (0.482) وكان هذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 وبلغ مستوى الدلالة (0.007 أقل من 0.05)، بينما بلغت أعلى قيمة لمعامل الارتباط للفقرة العاشرة

التي تنص على "يوفر لدى الاتحاد المرونة الكافية لتطوير جودة الخدمات حسب ما يرغبه الزبون" (0.831) وقد كان هذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 وبلغ مستوى الدلالة (0.000) أقل من (0.05)، وقد كانت جميع الفقرات الخاصة بهذا المحور (الميزة التنافسية) ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.01، 0.05)، والجدول (7.3) يوضح النتائج.

جدول 7.3: معاملات صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون للمحور الثاني (الميزة التنافسية).

الرقم	نص الفقرة	قيمة ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
1	يتبنى الاتحاد استراتيجيات تمكنه من تأمين المؤسسة.	**0.685	0.000
2	يقدم الاتحاد خدماته بطرق مختلفة عن منافسيه.	**0.629	0.000
3	يستخدم الاتحاد الموارد المتاحة وفق معايير مخططة.	**0.482	0.007
4	يستخدم الاتحاد عمليات البحث والتطوير لتحديث عملياته الإنتاجية للوصول إلى غايات بأقل تكلفة.	**0.733	0.000
5	يهتم الاتحاد بجمع المعلومات المتعلقة بخدمات المنافسين المقدمة من حيث الجودة، النوعية والتكلفة.	**0.651	0.000
6	بتوفر لدى الاتحاد القدرة على الاستجابة لطلبات السوقية.	**0.825	0.000
7	يستخدم الاتحاد أساليب متنوعة لتحسين جودة الخدمة المقدمة.	**0.693	0.000
8	يقدم الاتحاد مزايا متجددة للمتعاملين معه.	**0.776	0.000
9	يعمل الاتحاد على جمع ومشاركة المعلومات لتطوير الأفكار الجديدة في تقديم الخدمات والمنتجات.	**0.789	0.000
10	يوفر لدى الاتحاد المرونة الكافية لتطوير جودة الخدمات حسب ما يرغبه الزبون.	**0.831	0.000
11	يتوفر لدى الاتحاد القدرة على ابتكار طرق وأدوات متطورة تساعد في إقناع الزبون بالخدمات المقدمة.	**0.706	0.000
12	يهتم الاتحاد بتطبيق معايير الجودة العالمية واعتبارها أساساً للعمل.	**0.682	0.000
13	يواجه الاتحاد منافسة شديدة من المؤسسات المحيطة به.	**0.629	0.000
14	يعرض الاتحاد خدماته بأسعار عادلة حسب ما أمكن.	**0.741	0.000
15	يوفر الاتحاد برامج تكوين ذات جودة لمساعدتها.	**0.589	0.001
16	يسعى الاتحاد لإقامة شراكة استراتيجية مع المؤسسات المناظرة محلياً ودولياً.	**0.548	0.002

فقرات المحور الثاني: الميزة التنافسية

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01.

المصدر: إعداد الباحثة استناداً لمخرجات برنامج spss.

3.4.3. صدق البنائي:

يعتبر الصدق البنائي أحد المعايير الهامة لتقييم جودة الأداة المستخدمة، ولتحقيق هذا المعيار فقد قامت الباحثة بالاعتماد على طريقتين رئيسيتين، تمثلت الطريقة الأولى في اختبار معامل ارتباط بيرسون والذي يوضح درجة الارتباط ما بين البعد والمحور الذي ينتمي إليه، ويشترط لتحقيق هذا النوع من الصدق توفر معاملات ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة تقل عن 0.05، أما الطريقة الثانية فتعتمد على نسبة التشعب وتسمى بطريقة الصدق التقاربي والتي يتم قياسها من خلال نسبة التحميل أو التشعب وبهذا المعايير يتم التحقق من صدق البنائي.

1.3.4.3. صدق البنائي من خلال طريقة الأولى اختبار معامل ارتباط بيرسون:

يشير الصدق البنائي إلى قوة ارتباط البعد أو المتغير بالمحور المنتمي إليه فهو أحد أشكال صدق الأداة الذي يتم التوصل إليه من خلال استخلاص درجة الارتباط ما بين البعد والمحور الذي ينتمي إليه، ويتم التوصل إليه بتحديد قيمة معامل ارتباط بيرسون، ويشترط لتحقيق هذا النوع من الصدق توفر معاملات ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة تقل عن 0.05، حيث يتضح من خلال الجدول (8.3) الصدق البنائي لأبعاد ومحاور الدراسة، واستناداً إلى نتائج معامل الارتباط بين أبعاد المحور الأول (الذكاء الاقتصادي) والأبعاد المنتمي إليه، حيث بلغت معاملات الصدق البنائي لهذا المحور للبعد الأول "اليقظة الاستراتيجية" وبلغت قيمة الصدق (0.972) بمستوى دلالة 0.000 أقل من 0.05) والبعد الثاني "أمن وحماية أنظمة المعلومات" وبلغت قيمة الصدق (0.930) بمستوى دلالة 0.000 أقل من 0.05)، أما البعد الثالث "سياسة الضغط والتأثير" وبلغت قيمة الصدق (0.885) بمستوى دلالة 0.000 أقل من 0.05)، وتشير هذه القيم إلى وجود صدق بنائي وذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001، وتشير هذه القيم إلى وجود صدق بنائي وذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001.

جدول 8.3: الصدق البنائي لأبعاد ومحاور الدراسة من خلال معامل ارتباط بيرسون.

المتغير	قيمة معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	التحقق
الأبعاد	البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية	0.000	تم التحقق من
	البعد الثاني: امن وحماية أنظمة المعلومات	0.000	خلال العينة
	البعد الثالث سياسة الضغط والتأثير	0.000	الاستطلاعية
	الدرجة الكلية للمحور "الذكاء الاقتصادي"	-----	حجمها 30

** ذات دلالة إحصائية معنوية عند مستوى دلالة 0.01.

المصدر: إعداد الباحثة استناداً مخرجات (برنامج spss)

2.3.4.3. الصدق البنائي من خلال طريقة الصدق التقاربي:

نسبة التحميل أو التشبع:

تم التحقق من الصدق البنائي من خلال درجة التشبع (درجة التشبع الفقرات عليها: والقيمة المقبول لدرجة التشبع هي 0.3) ويتم حذف الفقرات التي تقل عن القيمة (0.3) (لمشتي، 2021). حيث يوضح جدول (9.3) التحليل العاملي "درجة التشبع" لجميع فقرات أبعاد المتغير المستقل (الذكاء الاقتصادي) وفقرات المحور الثاني (الميزة التنافسية) والتي تمثل نسبة مساهمات كل فقرة في البعد أو المحور المنتمي إليه.

وبعد إجراء اختبار التحليل العاملي لدرجة التشبع، تبين بأن جميع فقرات أبعاد ومحاور الدراسة تزيد درجة التشبع عن 0.3 والتي تشير إلى تحقق صدق التقاربي من خلال التحليل العاملي (درجة التشبع)، حيث كانت جميع الفقرات تحقق معيار الصدق التقاربي من خلال التحليل العاملي حيث تراوحت درجة تشبع لفقرات المحور الأول "الذكاء الاقتصادي" (الفقرة الأولى = 0.329 من البعد الأول "اليقظة الاستراتيجية"، الفقرة الخامسة = 0.910 من البعد الثالث "سياسة الضغط والتأثير)، فيما يتعلق بفقرات المحور الثاني "الميزة التنافسية" تراوحت درجة تشبع لفقرات (الفقرة الثالثة = 0.459، الفقرة العاشرة = 0.817)، وتعد هذه القيم جيدة ويمكن الاعتماد عليها في تحليل نتائج الدراسة، وبذلك تم تحقيق معيار الصدق التقاربي من خلال درجة التشبع (التحميل).

جدول 9.3: نتائج الصدق التقاربي من خلال درجة التشبع لأبعاد ومحاور الدراسة.

المحور الأول: الذكاء الاقتصادي					
البعد الثاني: أمن وحماية أنظمة المعلومات		البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية			
درجة التشبع	رقم الفقرة	درجة التشبع	رقم الفقرة	درجة التشبع	رقم الفقرة
0.847	الفقرة 1	0.700	الفقرة 12	0.329	الفقرة 1
0.662	الفقرة 2	0.607	الفقرة 13	0.432	الفقرة 2
0.630	الفقرة 3	0.718	الفقرة 14	0.678	الفقرة 3
0.693	الفقرة 4	0.724	الفقرة 15	0.664	الفقرة 4
0.726	الفقرة 5	0.586	الفقرة 16	0.414	الفقرة 5
0.819	الفقرة 6	0.674	الفقرة 17	0.695	الفقرة 6
0.612	الفقرة 7	0.622	الفقرة 18	0.647	الفقرة 7
0.770	الفقرة 8	0.846	الفقرة 19	0.729	الفقرة 8
0.762	الفقرة 9	0.851	الفقرة 20	0.795	الفقرة 9
0.748	الفقرة 10	0.681	الفقرة 21	0.721	الفقرة 10
				0.653	الفقرة 11
البعد الثالث: سياسة الضغط والتأثير					
0.910	الفقرة 5	0.805	الفقرة 3	0.698	الفقرة 1
0.848	الفقرة 6	0.634	الفقرة 4	0.702	الفقرة 2
المحور الثاني: الميزة التنافسية					
0.527	الفقرة 13	0.729	الفقرة 7	0.722	الفقرة 1
0.712	الفقرة 14	0.761	الفقرة 8	0.539	الفقرة 2
0.636	الفقرة 15	0.758	الفقرة 9	0.459	الفقرة 3
0.730	الفقرة 16	0.817	الفقرة 10	0.733	الفقرة 4
		0.726	الفقرة 11	0.690	الفقرة 5
		0.643	الفقرة 12	0.813	الفقرة 6

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات (برنامج spss).

5.3 ثبات أداة الدراسة

يعتبر ثبات أداة الدراسة أحد أهم الشروط الواجب توافرها لكي يتمكن الباحث من الاعتماد على استخدام الأداة البحثية في إطار دراسته الميدانية، إذ يعتبر معياراً مهماً لتحديد ملاءمة الأداة للاستخدام التطبيقي، ويشير مفهوم ثبات الأداة المستخدمة إلى امكانية الاعتماد على ذات الأداة في الحصول على نتائج مقاربة فيما لو استخدمت نفس الأداة في ظل ظروف متشابهة من قبل آخرين يرغبون باستخدامها وتطبيقها، وتعد أداة القياس ثابتة عند تحقيقها لمعامل ثبات مقبول يبلغ في حده الأدنى (0.700) يمكن من خلالها الحكم بثبات الأداة المستخدمة (العمرى، 2018).

وقد بلغت قيمة معامل كرونباخ ألفا للمحور الأول ككل الذي يمثل (الذكاء الاقتصادي) (0.935)، بينما المحور الثاني (الميزة التنافسية) (0.924)، فيما يتعلق بقيمة اختبار الثبات المركب للمحور الأول (0.972) وللمحور الثاني (0.935)، أما نتائج اختبار معامل أوميغا الموزونة للمحور الأول (0.965) وللمحور الثاني (0.922)، وتشير هذه النتائج إلى وجود درجة مرتفعة من الثبات في أداة الدراسة، والجدول (10.3) يوضح نتائج اختبارات الثبات لمتغيرات وأبعاد ومحاور الدراسة.

جدول 10.3: نتائج اختبارات ثبات لأبعاد ومحاور الدراسة.

متغيرات الدراسة	كرونباخ ألفا	الثبات المركب	معامل اوميغا الموزونة
الأبعاد	0.933	0.942	0.932
	0.902	0.918	0.901
	0.856	0.897	0.857
الدرجة الكلية للمحور الأول "الذكاء الاقتصادي"	0.935	0.972	0.965
الدرجة الكلية للمحور الثاني "الميزة التنافسية"	0.924	0.935	0.922

المصدر: إعداد الباحثة استناداً على مخرجات (برنامج spss، برنامج AMOS).

6.3 تحقيق معايير الصدق والثبات

بعد أن قامت الباحثة بتوزيع العينة الاستطلاعية المكونة من (30) مفردة، تم التأكد من صلاحية الاستبانة من خلال الصدق والثبات لأداة الدراسة المتمثلة بالاستبانة، حيث توصلت نتائج معايير الصدق والثبات لتحقيق جميع معايير الصدق والثبات، وبذلك سيتم توزيع الاستبانة على مجتمع الدراسة الفعلي، وبناءً على ذلك يمكننا الاعتماد على أداة الدراسة المستخدمة وتحليلها وتفسير نتائجها وتعميمها، والجدول التالي يوضح معايير تحقق الاستبانة.

جدول 11.3: طريقة ومدى تحقق الاختبارات.

الرقم	الاختبارات	طريقة تحقق الاختبارات	مدى تحقق الاختبارات
.1	صدق متغيرات الدراسة	لجنة من المحكمين (10 خبراء) من خلال معادلة لاوشي. معامل ارتباط بيرسون	• تم التحقق
	صدق الظاهري صدق الاتساق الداخلي	معامل ارتباط بيرسون	• تم التحقق
	صدق البنائي	درجة التشبع	
	صدق التقاربي	كرونباخ ألفا الثبات المركب معامل اوميغا الموزونة	• تم التحقق

المصدر: من إعداد الباحثة استناداً على الاختبارات الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

7.3 التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

تتشرط الأدبيات العلمية القيام بإجراء اختبار التوزيع الطبيعي والتحقق من توافره كشرط يجب توافره قبل الشروع باختبار الفرضيات البحثية، وذلك بهدف تمكين الباحثة من تحديد طبيعة الاختبارات الإحصائية التي يمكنها الاعتماد عليها عند تنفيذ دراسته البحثية سواء ما يرتبط منها بالاختبارات المعلمية أو تلك المرتبطة بتمكينه من استخدام الاختبارات اللامعلمية، ولكن اعتمدت الباحثة على الاختبارات المعلمية بدون الشروع في استخدام اختبار التوزيع الطبيعي بناءً على شرطين هما: (1) إذا كان حجم العينة يزيد عن 30 استبانة تبعاً لنظرية النهاية المركزية يجب استخدام الاختبارات المعلمية. (2) إذا تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي في الدراسة يتم الاعتماد على الاختبارات المعلمية بغض النظر عن حجم العينة، وبناءً على الشرطين تم الاعتماد على الاختبارات المعلمية لاختبار فرضيات الدراسة (Geoff Norman, 2010).

8.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

جدول 12.3: الاختبارات الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

الرقم	الاختبار المستخدم	مكونات الاختبار
اعتمدت الباحثة في الدراسة على برنامج (AMOS) (SPSS V.25)		
1.	اختبارات لقياس صدق متغيرات الدراسة	صدق الاتساق الداخلي من خلال (معامل ارتباط بيرسون). صدق الاتساق الداخلي من خلال (درجة التشبع باستخدام التحليل العاملي) صدق البنائي من خلال (معامل ارتباط بيرسون)
2.	اختبارات لقياس ثبات متغيرات الدراسة	طريقة كرونباخ ألفا طريقة الثبات المركب طريقة معامل اوميغا الموزونة
3.	اختبارات لقياس التحليل الوصفي لمتغيرات (ابعاد ومحاور الدراسة)	الجداول التكرارية والنسب المئوية الوسط الحسابي الوزن النسبي الانحراف المعياري اختبار ت لعينة واحدة (One Sample T-test) لاختبار متوسطات الإجابات لأبعاد ومحاور الاستبانة حول القيمة (3) التي تعبر عن الدرجة المتوسطة الأشكال البيانية
4.	اختبارات فرضيات الدراسة	معامل ارتباط بيرسون (Person correlations). طريقة الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression). اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA).

المصدر: من إعداد الباحثة استناداً على مخرجات التحليل الإحصائي باستخدام البرامج الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

الفصل الرابع

تحليل البيانات وتفسير ومناقشة النتائج

المقدمة:

تعتبر النتائج البحثية بمثابة الغايات النهائية التي تسعى الباحثة للوصول إليها كمعبر عن قدرتها على إثبات أو نفي الفرضيات البحثية وتحقيق الأهداف التي أجري البحث من أجلها، وللوصول إلى مثل هذه النتائج فإن الباحثة تحتاج إلى امتلاك القدرة على تحليل البيانات وتفسير مضمونها واتجاهاتها ومناقشتها مناقشة علمية مع صبغها بالاطار التطبيقي للممارسة العملية في اطار البيئة المدروسة، ولغايات إجراء مثل هذا التحليل فان الباحثة تحتاج إلى تشخيص طبيعة الظاهرة ووصفها كما هي على أرض الواقع من خلال المؤشرات المستخلصة من نتائج العمل الميداني حول ماهية هذه الظاهرة وهو ما يشكل الجانب الأول الذي الهام الذي يمهد الطريق نحو تحليل الاتجاهات والعلاقات بين المتغيرات محل البحث، وهو ما يعرف بالتحليل الوصفي لبيانات الدراسة، أما الجانب الثاني فيرتبط بإجراء التحليلات الخاصة بالعلاقات والآثار المتداخلة بين متغيرات الدراسة وهو ما يعرف باختبار الفرضيات البحثية والوصول إلى نتائج مثبتة أو نافية لهذه الفرضيات، وفي كلا الجانبين يتوجب على الباحث إجراء التحليل المعمق للنتائج المستخلصة وربط هذا التحليل بالجوانب العلمية التي أوردتها النظريات العلمية سواء فيما يتعلق باتجاه العلاقات أو الأسباب مع صبغ هذا التحليل بالاجتهاد الشخصي للباحث وفقا للمعايشة الميدانية في اطار الظواهر المدروسة أو الخبرة العملية وهو ما يطلق عليه بالتعقيب على النتائج البحثية وربطها بالدراسات السابقة المشابهة للعمل البحثي؛ لذا فان هذا الفصل من الدراسة يعرض وبشكل تفصيلي كافة النتائج البحثية والمناقشة العلمية لها

من قبل الباحثة سواء ما تعلق منها بوصف مستويات المتغيرات المبحوثة داخل مجتمع الدراسة المستهدف أو تلك المرتبطة بحجم وطبيعة العلاقات والآثار المتبادلة بين تلك المتغيرات المتمثلة بكل من المتغير المستقبل بأبعاده المتنوعة على المتغير التابع، وأخيراً فإن هذه الفصل يعرض وبشكل تفصيلي آليات الوصول إلى اختبار الفرضيات، ونتائج هذه الاختبارات، مع إيضاح رؤية الباحثة في النتائج التي توصلت إليها ومناقشتها علمياً وتطبيقياً من خلال ربط هذه النتائج بأسس النظريات العلمية والمعيشة الميدانية في بيئة العمل المتعلقة بالعاملين في الإدارة العليا والوسطى بمنظمة الاتحاد العمل الصحي، وذلك لتحقيق الغاية البحثية النهائية المتمثلة بإثبات أو نفي الفرضيات البحثية بغية الإجابة على تساؤلات الدراسة المفترضة.

1.4 الوصف الإحصائي لأفراد مجتمع الدراسة وفقاً للبيانات الديموغرافية

يوضح الجدول (1.4) الوصف الإحصائي لأفراد مجتمع الدراسة وفقاً للبيانات الديموغرافية، وبلغ عدد المستجيبين في تعبئة استبانة الدراسة (65) من العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي. وتشير النتائج التالية حسب البيانات الديموغرافية:

1- متغير النوع: تشير النتائج حسب متغير النوع (ذكور = 56.9%، إناث = 43.1%)، وتعزو الباحثة ذلك لارتفاع نسبة الذكور عن الإناث لأن المجتمع الفلسطيني يتميز بالذكورية حيث أشارت الإحصاءات الصادرة عن الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بأن نسبة الذكور بلغت (51%)، مقارنة مع (49%) للإناث (عوض، 2020).

2- متغير العمر: حيث تشير النتائج حسب متغير العمر (أقل من 30 سنة = 7.7%، 30 أقل من 40 سنة = 43.1%، 40 أقل من 50 سنة = 29.2%، 50 فأكثر = 20%)، وتعزو الباحثة ذلك للصفات التي تتميز بها عينة الدراسة باعتبارها من المستويات الوسطى والعليا في اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية الفلسطينية.

3- متغير المؤهل العلمي: وتشير النتائج حسب متغير المؤهل العلمي (دبلوم فأقل = 12.3%، بكالوريوس = 50.8%، دراسات عليا = 36.9%)، مما سبق يتضح للباحثة أن أغلب العينة وقعت في الفئة العمرية من 30 سنة إلى أقل 50 سنة، وتعزو الباحثة ذلك للصفات التي تتميز بها عينة الدراسة باعتبارها من المستويات الوسطى والعليا الإدارية في اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية الفلسطينية، وتشجيع إدارة الاتحاد موظفيها لإكمال دراستهم العليا؛ حيث عند الاتحاد اتفاقية مع جامعة القدس لإكمال ما يقارب 18 موظف دراساتهم العليا.

4- متغير سنوات الخدمة: وتشير النتائج حسب متغير سنوات الخدمة (أقل من 5 سنوات = 9.2%، 5 أقل من 10 سنوات = 32.3%، 10 أقل من 15 سنة = 13.8%، 15 سنة فأكثر = 44.6%).

5- متغير الدخل الشهري: وتشير النتائج حسب متغير الدخل الشهري (أقل من 1500 شيفل =

16.9%، 1500 أقل من 2000 شيقل = 29.2%، 2000 أقل من 3000 شيقل = 27.7%، 3000 أقل من 4000 شيقل = 15.4%، 4000 شيقل فأكثر = 10.8%)، وهذا يدل على تدني مستوى الأجور في اتحاد لجان العمل الصحي مقارنة مع معدل الأجور في القطاع الصحي باعتباره قطاع يحتاج للكفاءات والخبرات، إضافة لدرجة المخاطرة التي يتعرض لها الموظف أثناء عمله خاصة في ظل الظروف والأزمات التي تواجه المجتمع الفلسطيني.

جدول 1.4: الوصف الاحصائي لأفراد مجتمع الدراسة وفقاً للبيانات الديموغرافية (عدد المستجيبين = 65).

البيانات الديموغرافية							
المتغير		العدد	%	المتغير		العدد	%
النوع	ذكر	37	56.9	العمر	أقل من 30	5	7.7
	أنثى	28	43.1		30 أقل من 40	28	43.1
المؤهل العلمي	دبلوم فأقل	8	12.3	سنوات الخدمة	40 أقل من 50	19	29.2
	بكالوريوس	33	50.8		50 فأكثر	13	20.0
الدخل الشهري	دراسات عليا	24	36.9	أقل من 5 سنوات	6	9.2	
	أقل من 1500	11	16.9	5 أقل من 10 سنوات	21	32.3	
	1500 - أقل من 2000	19	29.2	10 أقل من 15 سنة	9	13.8	
	2000 - أقل من 3000	18	27.7	15 سنة فأكثر	29	44.6	
	3000 - أقل من 4000	10	15.4				
	4000 فأكثر	7	10.8				

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات (برنامج spss).

2.4 نتائج تحليل متغيرات المستقلة والتابعة بشكلها العام

يوضح الجدول (2.4) المقاييس الوصفية لأبعاد ومحاور الدراسة لدى إجابات (65) من العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، حيث يتكون المتغير الأول المتمثلة بالمتغير المستقل (أبعاد الذكاء الاقتصادي) من (37) فقرة، بينما يتكون المتغير الثاني المتمثل بالمتغير التابع (الميزة التنافسية) من (16) فقرة.

حيث بلغ الوسط الموافقة للدرجة الكلية لأبعاد الذكاء الاقتصادي (3.93 من 5 بانحراف معياري 0.49) بوزن نسبي (78.60%) وتعبّر عن مستوى موافقة مرتفع، أما المحور الثاني حيث بلغ الوسط الحسابي للدرجة الكلية للميزة التنافسية (4.11 من 5 بانحراف معياري 0.43) بوزن نسبي

(82.20%) وتعتبر عن مستوى موافقة مرتفع.

فيما يتعلق بأبعاد الذكاء الاقتصادي حيث تراوحت المتوسطات وبلغ الحد الأعلى للوسط الحسابي للبعد الأول "اليقظة الاستراتيجية" (3.98 من 5 بوزن نسبي 79.60% بانحراف معياري 0.46) وتشير هذه النتيجة الى وجود درجة موافقة مرتفع، وبلغ الحد الأدنى للبعد الثاني "امن وحماية أنظمة المعلومات" بوسط حسابي (3.82 من 5 بوزن نسبي 76.40% بانحراف معياري 0.63) وتشير هذه النتيجة الى وجود درجة موافقة مرتفع.

تشير نتيجة قيم اختبار (ت لعينة واحد) للتحقق من أن متوسط الإجابات للدرجة الكلية للبعد أو المحور لمتغيرات الدراسة حول القيمة (3) التي تعبر عن الموقف المتوسط، حيث تبين بأن قيم الوسط الحسابي للدرجة الكلية للبعد أو المحور أكبر من القيمة (3) وذات دلالة إحصائية، وهو ما يشير إلى أن متوسط إجابات أفراد مجتمع الدراسة في تعبئة ابعاد ومحاور الدراسة يميل نحو الموقف الإيجابي، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الايجابية والمرتفعة لأبعاد المتغير المستقل والتابع (الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية).

جدول 2.4: نتائج التحليل الإحصائي لأبعاد ومحاور الدراسة.

المقاييس الوصفية الإحصائية لمتغيرات الدراسة						ابعاد ومحاور الدراسة
مستوى الموافقة	الترتيب	اختبار T	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	المقياس
مرتفع	1	**17.23	0.46	%79,6	3.98	البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية
مرتفع	3	**10.49	0.63	%76,4	3.82	البعد الثاني: أمن وحماية أنظمة المعلومات
مرتفع جداً	2	**12.94	0.57	%78,6	3.93	البعد الثالث: سياسة الضغط والتأثير
مرتفع	----	**15.08	0.49	%78,6	3.93	المحور الأول "الذكاء الاقتصادي"
مرتفع	---	**20.73	0.43	%82,2	4.11	المحور الثاني "الميزة التنافسية"

ملاحظة: (الوسط الحسابي = مجموع الإجابات ÷ عددهم، % الوزن النسبي = (الوسط الحسابي ÷ 5) * 100، الانحراف المعياري: هو انحراف القيم عن وسطها الحسابي ويعتبر من معايير التشتت، ** ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01. (حيث مستوى الدلالة أقل من 0.05 والتي تشير معنوية البعد)

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات (برنامج spss)

3.4 نتائج التحليل المتعلقة بالمحور الأول "الذكاء الاقتصادي"

1.3.4 نتائج تحليل المتعلقة بالبعد الأول "اليقظة الاستراتيجية":

يوضح الجدول (3.4) المقاييس الوصفية لفقرات البعد الأول "اليقظة الاستراتيجية" التي تندرج تحت المحور الأول (الذكاء الاقتصادي) لإجابات العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، ويتكون البعد من (21) فقرة، حيث بلغ الوسط الحسابي لإجابات المستجيبين حول البعد الأول (3.98) من 5 بانحراف معياري (0.46) وبوزن نسبي (79.60%) ويشير هذا المؤشر إلى وجود درجة موافقة مرتفع.

أما فيما يتعلق بتحليل الفقرات المكونة لهذا البعد فقد أظهرت النتائج بأن الفقرة الأولى التي تنص على "يوجد تنوع مناسب في عدد التخصصات المتاحة لدي الاتحاد" قد احتلت المرتبة الأولى بوسط حسابي (4.33) من 5 بانحراف معياري (0.64) وبوزن نسبي (86.6%) وتعتبر عن درجة موافقة مرتفع جداً، بينما احتلت الفقرة التاسعة التي تنص على "يهتم الاتحاد بالإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع" المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.55) من 5 بانحراف معياري (0.92) وبوزن نسبي (71.1%) وتعتبر عن درجة موافقة مرتفع. وتعزو الباحثة ذلك لاهتمام اتحاد لجان العمل الصحي باستقطاب الكفاءات والخبرات والتخصصات المختلفة وذلك من أجل تعزيز براءات الاختراع والابتكار ليعزز الميزة التنافسية.

جدول 3.4: ملخص لنتائج التحليل الإحصائي لفقرات البعد الأول "اليقظة الاستراتيجية".

مستوى الموافقة	الترتيب (الموافقة)	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرة
مرتفع جداً	1	0.64	86.6%	4.33	1. يوجد تنوع مناسب في عدد التخصصات المتاحة لدي الاتحاد.
مرتفع	3	0.65	83.6%	4.18	2. يوجد تنوع مناسب في نوع التخصصات المتاحة لدي الاتحاد
مرتفع	18	0.77	77.8%	3.89	3. يقوم الاتحاد بمتابعة التعرف على قدرات وإمكانيات المنافسين ونقاط الضعف لديهم.

مستوى الموافقة	الترتيب (الموافقة)	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرة
مرتفع جداً	2	0.62	84.3%	4.22	4. يولي الاتحاد عناية للتعرف على ما يحدث في محيطها التنافسي.
مرتفع	8	0.62	80.9%	4.05	5. يتم تخصيص الفرص المتعلقة بالاتحاد
مرتفع	9	0.66	80.3%	4.02	6. تشخيص التهديدات والمعوقات المتعلقة بالاتحاد
مرتفع	19	0.97	73.8%	3.69	7. يعمل الاتحاد على وضع نظم ترقيات كفاء وحوافز تساعد على جذب الكفاءات البشرية وانتقائها.
مرتفع	11	0.87	80.0%	4.00	8. يتوفر لدى الاتحاد قاعدة بيانات الكترونية وشبكات إعلام آلي واستعمال أدوات تحليل المعلومات (جدول معالجة، برامج إعلام آلي) وذلك لنشر معلوماتها.
مرتفع	21	0.92	71.1%	3.55	9. يهتم الاتحاد بالإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع.
مرتفع	15	0.70	78.8%	3.94	10. يواكب الاتحاد التطور العلمي والتقني التكنولوجي الذي يحدث في محيطه.
مرتفع	7	0.72	81.8%	4.09	11. يعتمد الاتحاد على الأجهزة الطبية التكنولوجية لإحداث تغير جذري في جودة الرعاية الصحية والارتقاء بمستويات عالية.
مرتفع	20	1.02	73.5%	3.68	12. يتيح الاتحاد فرص ابتعاث للعاملين المتميزين في العمل لاستكمال دراستهم العليا.
مرتفع	12	0.65	79.7%	3.98	13. يعمل الاتحاد على تطوير جودة الخدمات المقدمة للمجتمع المحلي ويعمل على تطويرها باستمرار.
مرتفع	17	0.73	77.8%	3.89	14. يقوم الاتحاد بتطوير كفاءة الموارد البشرية للارتقاء بمستوى أدائهم وتميزهم.
مرتفع	13	0.72	79.7%	3.98	15. يعمل الاتحاد على جمع المعلومات المتعلقة بالأحداث الاجتماعية والثقافية في المجتمع.
مرتفع	14	0.73	79.4%	3.97	16. يولي الاتحاد عناية لجمع المعلومات ذات الطبيعة القانونية والتشريعية.
مرتفع	4	0.70	82.5%	4.12	17. يقوم الاتحاد بتشخيص المشكلات ذات الأهمية الاستراتيجية.

مستوى الموافقة	الترتيب (الموافقة)	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرة
مرتفع	5	0.56	82.2%	4.11	18. يفحص الاتحاد مختلف البدائل والحلول الممكنة وتحديد البديل الأفضل للموقف.
مرتفع	10	0.78	80.9%	4.05	19. يعتمد الاتحاد على فرق متخصصة (خبراء) خارجية لتحصيل المصوغات على الصعيد القانوني، الجبائي.
مرتفع	6	0.59	82.2%	4.11	20. تتوافق البرامج والخطط المتبعة للاتحاد مع متطلبات السوق.
مرتفع	16	0.85	78.8%	3.94	21. تسهم الحوافز المقدمة من الاتحاد في الاستجابة لتأثير الضغوط المحيطة بالمؤسسة.
مرتفع		0.46	79.6%	3.98	الدرجة الكلية للبعد الأول "اليقظة الاستراتيجية"

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات (برنامج spss).

2.3.4. نتائج تحليل المتعلقة بالبعد الثاني "أمن وحماية أنظمة المعلومات":

يوضح الجدول (4.4) المقاييس الوصفية لفقرات البعد الثاني "أمن وحماية أنظمة المعلومات" التي تندرج تحت المحور الأول (الذكاء الاقتصادي) لإجابات العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، ويتكون البعد من (10) فقرة، حيث بلغ الوسط الحسابي لإجابات المستجيبين حول البعد الثاني (3.82) من 5 بانحراف معياري (0.63) وبوزن نسبي (76.40%) ويشير هذا المؤشر إلى وجود درجة موافقة مرتفع.

أما فيما يتعلق بتحليل الفقرات المكونة لهذا البعد فقد أظهرت النتائج بأن الفقرة الثامنة التي تنص على "يعمل الاتحاد على معالجة الجانب المتعلق بحماية المعلومات الخاصة قبل إطلاق أي مشروع مهم" قد احتلت المرتبة الأولى بوسط حسابي (3.98) من 5 بانحراف معياري (0.80) وبوزن نسبي (79.6%) وتعتبر عن درجة موافقة مرتفع، بينما احتلت الفقرة السادسة التي تنص على "يتم بناء قدرات موظفي الاتحاد فيما يتعلق بأمن حماية أنظمة المعلومات من خلال التدريب وحضور المؤتمرات" المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.68) من 5 بانحراف معياري (0.95) وبوزن نسبي (73.6%) وتعتبر عن درجة موافقة مرتفع. وتعزو الباحثة ذلك لاهتمام اتحاد لجان العمل الصحي

بحماية المعلومات ومعالجتها خاصة قبل إطلاق أي مشروع مهم وذلك حفاظاً على السرية وعدم الإفصاح عن هذه المشاريع خوفاً من التقليد من المؤسسات الصحية الأخرى.

جدول 4.4: ملخص لنتائج التحليل الإحصائي لفقرات البعد الثاني "أمن وحماية أنظمة المعلومات".

الفقرة	الوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الترتيب (الموافقة)	مستوى الموافقة
1. يوفر الاتحاد برامج تعمل على الوقاية من إخطار القرصنة و/أو الوسائل القانونية للملكية الفكرية.	3.69	73.8%	0.80	9	مرتفع
2. تتوفر لدى الاتحاد أجهزة لأمن أنظمة معلوماتها	3.82	76.4%	0.76	6	مرتفع
3. يتوفر للاتحاد تقنية لمراقبة تسيير وتدقيق نظامها .	3.88	77.6%	0.69	4	مرتفع
4. يلجأ الاتحاد إلى مستشارين خارجيين فيما يتعلق بالأمن الإعلامي .	3.78	75.6%	0.83	7	مرتفع
5. يتوفر لدى الاتحاد منهجية لإدارة المعرفة الضمنية والظاهرة وإدارة مخاطره.	3.88	77.6%	0.86	5	مرتفع
6. يتم بناء قدرات موظفي الاتحاد فيما يتعلق بأمن حماية أنظمة المعلومات من خلال التدريب وحضور المؤتمرات.	3.68	73.6%	0.95	10	مرتفع
7. يعمل الاتحاد على مراقبة الدخول والحماية المادية للمؤسسة ومراكزها :المفاتيح، رموز الدخول، الحراسة، الإنذار، أنظمة ضد الحرائق، بطاقة الزائر، سير الزيارة.	3.91	78.2%	0.74	3	مرتفع
8. يعمل الاتحاد على معالجة الجانب المتعلق بحماية المعلومات الخاصة قبل إطلاق أي مشروع مهم.	3.98	79.6%	0.80	1	مرتفع
9. يقوم الاتحاد بتحديد العناصر الحساسة لممارسة أنشطتها (المعارف، الإبداعات، المهارات) ومن ثم حمايتها.	3.94	78.8%	0.84	2	مرتفع
10. يتوفر لدى الاتحاد خطة لإدارة المخاطر الرقمية.	3.71	74.2%	0.84	8	مرتفع
الدرجة الكلية للبعد الثاني " أمن وحماية أنظمة المعلومات	3.82	76.40%	0.63		مرتفع

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات (برنامج spss).

3.3.4. نتائج تحليل المتعلقة بالبعد الثالث "سياسة الضغط والتأثير":

يوضح الجدول (5.4) المقاييس الوصفية لفقرات البعد الثالث "سياسة الضغط والتأثير" التي تتدرج تحت المحور الأول (الذكاء الاقتصادي) لإجابات العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، ويتكون البعد من (6) فقرة، حيث بلغ الوسط الحسابي لإجابات المستجيبين حول البعد الثالث (3.93 من 5 بانحراف معياري 0.57) وبوزن نسبي (78.60%) ويشير هذا المؤشر الى وجود درجة موافقة مرتفع.

أما فيما يتعلق بتحليل الفقرات المكونة لهذا البعد فقد أظهرت النتائج بأن الفقرة الخامسة التي تنص على "يقوم الاتحاد بإجراء زيارات دورية للمؤسسات المهنية والدولية" قد احتلت المرتبة الأولى بوسط حسابي (4.06 من 5 بانحراف معياري 0.76) وبوزن نسبي (81.2%) وتعتبر عن درجة موافقة مرتفع، بينما احتلت الفقرة الرابعة التي تنص على "يقوم الاتحاد بالاشتراك في انجاز المعايير ISO" المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.71 من 5 بانحراف معياري 0.80) وبوزن نسبي (74.2%) وتعتبر عن درجة موافقة مرتفع.

جدول 5.4: ملخص لنتائج التحليل الإحصائي لفقرات البعد الثالث "سياسة الضغط والتأثير".

مستوى الموافقة	الترتيب (الموافقة)	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرة
مرتفع	4	0.71	79.6%	3.98	1. يتوفر لدى الاتحاد خطة للاتصالات الخارجية
مرتفع	2	0.61	80.0%	4.00	2. يطبق الاتحاد سياسة فعالة للاتصال عن طريق الاشتراك في الشبكات الاجتماعية.
مرتفع	5	0.89	75.6%	3.78	3. يفتح الاتحاد موقع مناقشة ومعلومات عبر الانترنت والاهتمام به.
مرتفع	6	0.80	74.2%	3.71	4. يقوم الاتحاد بالاشتراك في انجاز المعايير ISO:
مرتفع	1	0.76	81.2%	4.06	5. يقوم الاتحاد بإجراء زيارات دورية للمؤسسات المهنية والدولية
مرتفع	3	0.69	81.0%	4.05	6. يعمل الاتحاد على تفعيل العلاقة بين الفاعلين الاقتصاديين مع القوى الأخرى السياسية والاجتماعية.
مرتفع		0.57	78.60%	3.93	الدرجة الكلية للبعد الثالث "سياسة الضغط والتأثير"

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات (برنامج spss).

4.4 نتائج التحليل المتعلقة بالمحور الثاني "الميزة التنافسية"

يوضح الجدول (6.4) المقاييس الوصفية لفقرات المحور الثاني "الميزة التنافسية" لإجابات العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، ويتكون المحور من (16) فقرات، حيث بلغ الوسط الحسابي لإجابات المستجيبين حول المحور الثاني (4.11 من 5 بانحراف معياري 0.43) وبوزن نسبي (82.20%) ويشير هذا المؤشر الى وجود درجة موافقة مرتفع.

أما فيما يتعلق بتحليل الفقرات المكونة لهذا المحور فقد أظهرت النتائج بان الفقرة السابعة التي تنص على "يستخدم الاتحاد أساليب متنوعة لتحسين جودة الخدمة المقدمة" قد احتلت المرتبة الأولى بوسط حسابي (4.27 من 5 بانحراف معياري 0.57) وبوزن نسبي (85.30%) وتعتبر عن درجة موافقة مرتفع جداً، بينما احتلت الفقرة التاسعة التي تنص على "يعمل الاتحاد على جمع ومشاركة المعلومات لتطوير الأفكار الجديدة في تقديم الخدمات والمنتجات" المرتبة الأخيرة بوسط حسابي (3.98 من 5 بانحراف معياري 0.67) وبوزن نسبي (79.70%) وتعتبر عن درجة موافقة مرتفع. وتعزو الباحثة ذلك لاهتمام الاتحاد بالعلاقات مع المؤسسات المهنية والدولية لأنها تشكل دعم أساسي لاتحاد لجان العمل الصحي من خلال المشاريع المميزة بين الاتحاد والمؤسسات الدولية، إضافة إلى ذلك فإن الهدف الأساسي لاتحاد لجان العمل الصحي هو رضا الزبائن وبالتالي جودة الخدمات المقدمة مهم، ويجب أن تكون مميزة ومتنوعة من أجل تلبية متطلبات الزبائن والمرضى المترددين على اتحاد لجان العمل الصحي.

جدول 6.4: ملخص لنتائج التحليل الإحصائي لفقرات المحور الثاني "الميزة التنافسية".

مستوى الموافقة	الترتيب (الموافقة)	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرة
مرتفع جداً	3	0.59	84.0%	4.20	1. يتبنى الاتحاد استراتيجيات تمكنه من تأمين المؤسسة
مرتفع	7	0.64	83.1%	4.15	2. يقدم الاتحاد خدماته بطرق مختلفة عن منافسيه
مرتفع	5	0.59	83.1%	4.15	3. يستخدم الاتحاد الموارد المتاحة وفق معايير مخططة
مرتفع	6	0.62	83.1%	4.16	4. يستخدم الاتحاد عمليات البحث والتطوير لتحديث عملياته الإنتاجية للوصول إلى غابات بأقل تكلفة

مستوى الموافقة	الترتيب (الموافقة)	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرة
مرتفع	14	0.77	80.0%	4.00	5. يهتم الاتحاد بجمع المعلومات المتعلقة بخدمات المنافسين المقدمة من حيث الجودة، النوعية والتكلفة.
مرتفع	10	0.63	81.8%	4.09	6. تتوفر لدى الاتحاد القدرة على الاستجابة للطلبات السوقية
مرتفع جداً	1	0.57	85.3%	4.27	7. يستخدم الاتحاد أساليب متنوعة لتحسين جودة الخدمة المقدمة
مرتفع	8	0.66	81.9%	4.09	8. يقدم الاتحاد مزايا متجددة للمتعاملين معه
مرتفع	16	0.67	79.7%	3.98	9. يعمل الاتحاد على جمع ومشاركة المعلومات لتطوير الأفكار الجديدة في تقديم الخدمات والمنتجات
مرتفع	13	0.66	80.6%	4.03	10. يوفر لدى الاتحاد المرونة الكافية لتطوير جودة الخدمات حسب ما يرغبه الزبون.
مرتفع	9	0.61	81.8%	4.09	11. يتوفر لدى الاتحاد القدرة على ابتكار طرق وأدوات متطورة تساعد في إقناع الزبون بالخدمات المقدمة.
مرتفع	12	0.70	81.2%	4.06	12. يهتم الاتحاد بتطبيق معايير الجودة العالمية واعتبارها أساساً للعمل
مرتفع	11	0.67	81.6%	4.08	13. يواجه الاتحاد منافسة شديدة من المؤسسات المحيطة به.
مرتفع جداً	2	0.76	84.1%	4.20	14. يعرض الاتحاد خدماته بأسعار عادلة حسب ما أمكن.
مرتفع	15	0.48	79.7%	3.98	15. يوفر الاتحاد برامج تكوين ذات جودة لمساعدتها .
مرتفع	4	0.60	83.4%	4.17	16. يسعى الاتحاد لإقامة شراكة استراتيجية مع المؤسسات المناظرة محلياً ودولياً.
مرتفع		0.43	82.20%	4.11	الدرجة الكلية للمحور الثاني " الميزة التنافسية

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات (برنامج spss).

5.4 اختبار فرضيات الدراسة

ويتم التحقق من صحة الفرضية الرئيسية الأولى والفرعية من خلال استخدام اختبار معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين المتغير المستقل (الذكاء الاقتصادي) بأبعاده (اليقظة الاستراتيجية، أمن وحماية أنظمة المعلومات، سياسة الضغط والتأثير) والمتغير التابع (الميزة التنافسية)، حيث يتم اختبار الفرضية العدمية التي تفترض عدم وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، مقابل الفرضية البديلة التي تفترض وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، ويتم الحكم على نتيجة الاختبار بناءً على قيمة مستوى الدلالة المحسوبة للاختبار (حيث يتم رفض الفرضية العدمية والتوصل لصحة الفرضية البديلة في حال كانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى (0.05) ويقال عندها أن الاختبار معنوي ويعني ذلك وجود "علاقة" وذو دلالة إحصائية، ويتم قبول الفرضية العدمية في حال كانت قيمة مستوى أعلى من (0.05) ونستنتج عند إذن عدم وجود "علاقة" ذو دلالة إحصائية، والجدول (7.4) بوضح نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى.

جدول 7.4: نتائج اختبار العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية باستخدام معامل ارتباط بيرسون.

المتغير التابع " الميزة التنافسية "			محاور الدراسة	
مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	عدد المشاهدات		
0.000	0.803**	65	البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية	
0.000	0.745**		البعد الثاني: أمن وحماية أنظمة المعلومات	
0.000	0.773**		البعد الثالث: سياسة الضغط والتأثير	
0.000	0.823**		الدرجة الكلية للمتغير المستقل " الذكاء الاقتصادي "	

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات (برنامج spss) ** ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01.

الفرضية الرئيسية الأولى: تنص الفرضية على "وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الذكاء الاقتصادي وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

والجدول (7.4) يوضح نتائج العلاقة بين الذكاء الاقتصادي وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي. ومن خلال نتائج نستنتج أن هناك وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الذكاء الاقتصادي وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.823) بمستوى دلالة (0.000) أقل من 0.05 وهذا يدل على وجود علاقة إيجابية قوية بين متغير الذكاء الاقتصادي وتحقيق الميزة التنافسية. وهذا يتفق مع دراسة (الزبيدي، 2017) ودراسة (بتغ، 2016) التي توصلت لوجود علاقة ارتباط قوية بين الذكاء الاقتصادي وتحقيق الميزة التنافسية.

وهذه النتيجة تؤكد قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على "وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الذكاء الاقتصادي وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

ويتفرع من الفرضية الرئيسية الأولى مجموعة من الفرضيات الفرعية التي تشمل:

الفرضية الفرعية الأولى: تنص الفرضية على "وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

والجدول (7.4) يوضح نتائج العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي. ومن خلال نتائج نستنتج أن هناك وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.803) بمستوى دلالة (0.000) أقل من 0.05 وهذا يعني وجود علاقة طردية قوية بين اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية.

وهذه النتيجة تؤكد قبول الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على " وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي" وهذا يتفق مع دراسة (ابراهيم، 2019)، دراسة (ابو جراد، 2020) التي توصلت لوجود علاقة موجبة قوية بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية.

الفرضية الفرعية الثانية: تنص الفرضية على "وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين أمن وحماية أنظمة المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

والجدول (7.4) يوضح نتائج العلاقة بين أمن وحماية أنظمة المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي. ومن خلال نتائج نستنتج أن هناك وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين أمن وحماية أنظمة المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.745) بمستوى دلالة (0.000) أقل من 0.05 وهذا يعني وجود علاقة طردية قوية بين أمن وحماية أنظمة المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية.

وهذه النتيجة تؤكد قبول الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على "وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين أمن وحماية أنظمة المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

وهذا يتفق مع دراسة (جاب، 2014) التي توصلت إلى وجود علاقة قوية بين استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصالات واكتساب الميزة التنافسية، ودراسة (الزبيدي، 2017) التي وضحت مدى مساهمة الذكاء الاقتصادي في عمليات التنمية من خلال جمع المعلومات قانونياً والحفاظ على الأصول والحماية لاتخاذ القرار الذكي اقتصادياً، وبالتالي جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة والاستثمار في رأس المال البشري.

الفرضية الفرعية الثالثة: تنص الفرضية على "وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين سياسة الضغط والتأثير وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

والجدول (7.4) يوضح نتائج العلاقة بين سياسة الضغط والتأثير وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي. ومن خلال نتائج نستنتج أن هناك وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين سياسة الضغط والتأثير وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.773) بمستوى دلالة (0.000) أقل من 0.05 وهذا يعني وجود علاقة ارتباط طردية قوية بين سياسة الضغط والتأثير وتحقيق الميزة التنافسية معنوي.

وهذه النتيجة تؤكد قبول الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على "وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين سياسة الضغط والتأثير وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

الفرضية الرئيسية الثانية: تنص الفرضية على "وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للذكاء الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

ويتم التحقق من الفرضية الرئيسية الثانية من خلال أسلوب الانحدار الخطي المتعدد، حيث تم التحقق من صحة الفرضية العدمية إذا كان مستوى الدلالة أكبر من 0.05 يتم قبولها التي تفترض عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، بينما يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة إذا كان مستوى الدلالة أقل من 0.05 التي تفترض وجود أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، والجدول (8.4) يوضح نتائج الفرضية الرئيسية الثانية.

جدول 8.4: نتائج الفرضية الرئيسية الثانية باستخدام اختبار الانحدار الخطي المتعدد.

المتغير التابع " الميزة التنافسية "							
معنوية النموذج عند مستوى 0.05			معامل	مستوى	معامل	المتغيرات المستقلة	طريقة تقدير النموذج
النتيجة	مستوى الدلالة (Sig.)	F	التحديد المعدل (R ²) %	الدلالة (Sig.)	الانحدار (B)		
				0.000	**1.088	الحد الثابت (a)	نموذج (Enter)
				0.000	**0.495	اليقظة الاستراتيجية	
معنوي	0.000	47,635 **	0,686 (%68,6)	0.794	-0.029	أمن وحماية أنظمة المعلومات	
				0.004	**0.294	سياسة الضغط والتأثير	
<p>ملاحظة: ** ذات دلالة إحصائية (معنوية عند مستوى 0.01)، * ذات دلالة إحصائية (معنوية عند مستوى 0.05)، وبلغ معامل تضخم التباين (VIF) (اليقظة الاستراتيجية= 3.79، أمن وحماية أنظمة المعلومات= 5.26، سياسة الضغط والتأثير= 3.65) وهذا النتائج تشير الى عدم وجود مشكلة ارتباط ذاتي بين المتغيرات المستقلة (معيار عدم وجود مشكلة هي ان تتراوح القيم ما بين (0-10)). وبهذه النتيجة يمكننا الاعتماد على نتائج النموذج وذلك لعدم وجود مشكلة ارتباط ذاتي بين المتغيرات المستقلة في النموذج.</p> <p>بلغ معامل دوربن وستون (DW) ما يقارب 1,5 وهذا يدل على عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي بين البواقي</p>							

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات برنامج spss.

يلاحظ من خلال الجدول (8.4) أن معامل التحديد لنموذج الانحدار بلغ (0.686) وهذا يعني بأن (اليقظة الاستراتيجية، أمن وحماية أنظمة المعلومات، سياسة الضغط والتأثير) الذي يندرج تحت دور الذكاء الاقتصادي الموجودة في النموذج أعلاه يفسر ما نسبته (68.6%) من التغير الحاصل في تحقيق الميزة التنافسية، وبلغت قيمة الارتباط الذاتي دوربن وستون (DW) ما يقارب 1,5 يدل على عدم وجود ارتباط ذاتي بين بواقي النموذج، وفيما يتعلق بمعنوية النموذج بلغ قيمة اختبار (F-Test) (47.635) بمستوى دلالة (0.000 أقل من 0.05)، وهذا يشير إلى معنوية نموذج باستخدام نموذج (Enter)، وبناء على هذه النتيجة والتي يمكننا الاعتماد على نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد.

وهذه النتيجة تؤكد قبول الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على "وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للذكاء الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، ويتفرع من الفرضية الرئيسية الثانية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: تنص الفرضية على "وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لليقظة الاستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

ومن خلال نتائج الجدول (8.4) نستنتج أن هناك تأثيراً إيجابياً لليقظة الاستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، حيث بلغ معامل الانحدار (0.495) وهذا يعني أن تطبيق اليقظة الاستراتيجية بمقدار درجة واحدة سيؤدي إلى زيادة الميزة التنافسية بمقدار (0.495) درجة، وذلك في ظل غياب تأثير باقي المتغيرات الأخرى، كما ويلاحظ أن مستوى دلالة اختبار بلغت (0.000)، وهي قيمة أقل من مستوى (0.05)، وهذا يشير إلى معنوية اليقظة الاستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية. وهذه النتيجة تؤكد قبول الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على: "وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لليقظة الاستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"، وتعزو الباحثة ذلك إلى تولى منظمة اتحاد لجان العمل الصحي العناية بالكشف عن التهديدات والفرص، والاهتمام بما يحدث بمحيطها التنافسي ووجود البدائل المتاحة، بالإضافة لوجود تنوع في عدد ونوع التخصصات مما يسهل ويوفر الوقت والجهد على متلقي الخدمة للاستفادة من خدمات منظمة اتحاد لجان العمل الصحي، كما يهتم الجوانب التالية (الاجتماعية، والنفسية، والقانونية) بشكل مواز مع الجانب الصحي في نفس الوقت، بالتالي من اليسير تلقي تلك الخدمات وبشكل مجاني، وكما يتم التواصل مع الجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة الخدمات الاجتماعية.

وهذا يتفق مع الدراسات السابقة، مثل دراسة (الجمال، 2020) التي توصلت لوجود أثر إيجابي لليقظة الاستراتيجية على الميزة التنافسية، ودراسة (أبو جراد، 2020) التي توصلت لوجود تأثير إيجابي لليقظة الاستراتيجية على الميزة التنافسية في الشركات المزودة للإنترنت في المحافظات الجنوبية الفلسطينية، ودراسة (ضياء الدين، 2013) التي أكدت على وجود تأثير لليقظة الاستراتيجية على الميزة التنافسية، وتختلف مع دراسة (محمد، 2014) التي توصلت أن أغلب المنظمات الجزائرية تفنقر إلى أنظمة اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي وتفنقر إلى سيولة المعلومات التي تمكنها من اتخاذ القرارات اللازمة، هذا يخالف ما جاءت به دراستنا التي تشير إلى وجود معنوية وتأثير لليقظة الاستراتيجية على تحقيق الميزة التنافسية مما يساهم في اتخاذ القرارات اللازمة.

الفرضية الفرعية الثانية: تنص الفرضية على "وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأمن وحماية الأنظمة على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

ومن خلال نتائج الجدول (8.4) نستنتج عدم وجود أثر معنوي للأمن وحماية الأنظمة في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، حيث بلغ قيمة مستوى دلالة اختبار بلغت (0.794)، وهي قيمة أكبر من مستوى 0.05، وهذا يشير إلى عدم معنوية الأمن وحماية الأنظمة على تحقيق الميزة التنافسية، وهذه النتيجة تؤكد رفض الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على: "وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأمن وحماية الأنظمة على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي".

وهذا يتفق مع دراسة (Nešković et al, 2016) التي استنتجت بأن القطاع الزراعي في صربيا لديه إمكانيات غير مستخدمة للنمو والتنمية ولتحقيق النمو الاقتصادي والقدرة التنافسية لآبد من زياده الاستثمار في رأس المال الفكري والتقنيات الجديدة، كما أكدت دراسة (Ivan, 2013) يستلزم الأمن الاقتصادي تعظيم القوة الاقتصادية وفهم أفضل لما يحدث في السوق من خلال التقييم المناسب للتأثير الاستراتيجي والتكتيكات التنافسية للشركات والفروع الاقتصادية، تختلف مع دراسة (جاب، 2014) التي أكدت على مساهمة وعلاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكتساب الميزة التنافسية، ودراسة (الزبيدي، 2017) التي أكدت على مساهمة الذكاء الاقتصادي في عملية التنمية من خلال جمع المعلومات والحفاظ على الأصول وحمايتها في اتخاذ القرار الذكي اقتصادياً، ووجود علاقة بين الذكاء الاقتصادي والتنافسية في جذب الاستثمارات الأجنبية والاستثمار في رأس المال الفكري.

عدم تأثير بعد الأمن وحماية الأنظمة في تحقيق الميزة التنافسية بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي يعود لحدثة دخول أنظمة المعلومات وهو في بداية التطور ولم يكتمل بعد، بالإضافة لعدم جهوزية العاملين في الكادر الطبي للبرامج المعلوماتية، بالتالي هم بحاجة للتدريب المكثف، فرأس المال الفكري والعاملين بالمؤسسة لهم دور هام في عملية التنمية المرتبطة بالذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية وجذب الاستثمارات وبالتالي المزيد من المشاريع لمنظمة الاتحاد وزيادة في المستفيدين من الخدمات المقدمة بجودة عالية، وذلك بسبب التكاليف المرتفعة للبرامج ذات الجودة العالية وصعوبة اقتنائها، ومنع دخولها لقطاع غزة في كثير من الأحيان بسبب الاغلاق والحصار من قبل الاحتلال الاسرائيلي على قطاع غزة والتحكم في المعابر.

ومن الجدير ذكره بأن منظمة اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية، يسعى جاهداً لمعالجة الجوانب المتعلقة بحماية المعلومات من خلال تقنية مراقبة تسيير وتدقيق أنظمتها.

الفرضية الفرعية الثالثة: تنص الفرضية على "وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لسياسة الضغط والتأثير على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي"

ومن خلال نتائج الجدول (8.4) نستنتج أن هناك تأثيراً إيجابياً لسياسة الضغط والتأثير على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي، حيث بلغ معامل الانحدار (0.294) وهذا يعني أن زيادة تطبيق سياسية الضغط والتأثير بمقدار درجة واحدة سيؤدي إلى زيادة الميزة التنافسية بمقدار (0.294) درجة، وذلك في ظل غياب تأثير باقي المتغيرات الأخرى، كما ويلاحظ أن مستوى دلالة اختبار بلغت (0.004)، وهي قيمة أقل من مستوى 0.05، وهذا يشير إلى معنوية سياسة الضغط والتأثير على تحقيق الميزة التنافسية. وهذه النتيجة تؤكد قبول الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على: "وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لسياسة الضغط والتأثير على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى بمنظمة اتحاد لجان العمل الصحي".

وهذا يتفق مع الدراسات السابقة، مثل دراسة (خيرة، 2015) التي بينت على إيجابية التأثير لسياسة الضغط والتأثير على الميزة التنافسية، ودراسة (زهرة، وعائشة، 2018) التي بينت أهمية الذكاء الاقتصادي لمعرفة تحركات المنافسين وإحداث التطوير التنظيمي الملائم لتحقيق المكاسب الكبير من خلال سياسة الضغط والتأثير

وتعزو الباحثة ذلك إلى وجود بيئة فاعلة بين المنافسين، والقدرة لإدارة اتحاد لجان العمل الصحي على التأثير في قرار المواطنين متلقو الخدمة في المحافظات الجنوبية الفلسطينية من خلال خفض تكلفة العلاج وتقديم التسهيلات والتغطيات المالية من خلال المشروعات الممولة من الدول الأجنبية والاتفاقات المبرمة بين اتحاد لجان العمل الصحي وبين وكالة الغوث من أجل التغطيات المالية لبعض العمليات والعلاجات التي يقدمها الاتحاد، بالإضافة إلى وجود صياغة استراتيجية لصورة اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية الفلسطينية التي تعكس قدرتها على مواجهة الأزمات، وهذا كان واضح خلال مواجهة أزمة كورونا وما قدمه اتحاد لجان العمل الصحي من خدمات صحية واجتماعية في المحافظات الجنوبية الفلسطينية، كما يتميز اتحاد لجان العمل الصحي بوجود تداخلات في جملة من التجمعات والتحالفات وعلاقة نشطة مع مكونات القطاع الصحي والاجتماعي.

معادلة خط الانحدار ← الميزة التنافسية = 1.088 (0.000) + اليقظة الاستراتيجية (0.495) (0.000) - امن وحماية أنظمة المعلومات (0.029) (0.794) + سياسية الضغط والتأثير (0.294) (0.004)

المصدر: من إعداد الباحثة استناداً لمخرجات التحليل الانحدار الخطي المتعدد.

الفرضية الرئيسية الثالثة: تنص الفرضية بأنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي للبيانات الديموغرافية (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، الدخل الشهري).

وللتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخدام اختبار ت لعينتين مستقلتين (Independent Sampe T_Test) لاختبار الفروق تعزي للمتغير (النوع)، واختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاختبار الفروق التي تعزي للمتغيرات (العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، الدخل الشهري) والتي تتكون من أكثر من مجموعتين، وفيما يلي اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية والجدول (9.4) يوضح ذلك.

جدول 9.4: نتائج اختبار الفروق في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي للمتغيرات الديموغرافية.

"الذكاء الاقتصادي"						المتغيرات الديموغرافية
النتيجة	مستوى الدلالة	قيمة الاختبار الاحصائي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	
لا يوجد فروق	0.819	ت = -0.229	0.47	78.4%	3.92	ذكر
			0.53	79.0%	3.95	أنثى
لا يوجد فروق	0.694	ف = 0.485	0.62	82.4%	4.12	أقل من 30
			0.52	79.2%	3.96	30 أقل من 40
			0.47	76.8%	3.84	40 أقل من 50
لا يوجد فروق	0.111	ف = 2.282	0.43	78.6%	3.93	50 سنة فأكثر
			0.44	85.2%	4.26	دبلوم (فأقل)
			0.49	78.2%	3.91	بكالوريوس
لا يوجد فروق	0.377	ف = 1.049	0.49	76.8%	3.84	دراسا عليا
			0.73	78.8%	3.94	أقل من 5 سنوات
			0.50	80.6%	4.03	5- أقل من 10
لا يوجد فروق	0.377	ف = 1.049	0.53	81.2%	4.06	10 أقل من 15
			0.42	76.2%	3.81	15 سنة فأكثر

"الذكاء الاقتصادي"						المتغيرات الديموغرافية
النتيجة	مستوى الدلالة	قيمة الاختبار الاحصائي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	
لا يوجد فروق	0.374	ف= 1.082	0.69	79.2%	3.96	أقل من 1500
			0.43	80.0%	4.00	1500 أقل من 2000
			0.51	80.4%	4.02	2000 أقل من 3000
			0.41	73.2%	3.66	3000 أقل من 4000
			0.49	76.8%	3.84	أكثر من 4000

** دالة إحصائية عند مستوى 0.01. * دالة إحصائية عند مستوى 0.05.

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات (برنامج spss)

يوضح الجدول (9.4) نتائج اختبار الفروق في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي للمتغيرات الديموغرافية، وإذا كان مستوى الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05 نستنتج بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي للمتغيرات الديموغرافية، بينما إذا كان مستوى الدلالة الإحصائية أقل من 0.05 نستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي للمتغيرات الديموغرافية، وفي هذه النتيجة سيتم استخدام اختبار المقارنات البعدية (LSD: lest significant difference) أقل فرق معنوي لمعرفة اتجاه الفروق، ونتائج جدول (9.4) يوضح ما يلي:

1- بالنسبة لمتغير النوع: بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.819 أكبر من 0.05) نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي لمتغير النوع.

2- بالنسبة لمتغير العمر: بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.694 أكبر من 0.05) نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي لمتغير العمر.

3- بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي: بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.111 أكبر من 0.05) نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي لمتغير المؤهل العلمي.

4- بالنسبة لمتغير سنوات الخدمة: بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.377 أكبر من 0.05) نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي لمتغير سنوات الخدمة.

5- بالنسبة لمتغير الدخل الشهري: بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.374 أكبر من 0.05) نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزى لمتغير الدخل الشهري.

الفرضية الرئيسية الرابعة: تنص الفرضية على " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزى للبيانات الديموغرافية (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، الدخل الشهري).

وللتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخدام اختبار ت لعينتين مستقلتين (Independent Sampe T_Test) لاختبار الفروق تعزى للمتغير (النوع)، واختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاختبار الفروق التي تعزى للمتغيرات (العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، الدخل الشهري) والتي تتكون من أكثر من مجموعتين، وفيما يلي اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية والجدول (10.4) يوضح ذلك.

جدول 10.4: نتائج اختبار الفروق في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

"الميزة التنافسية"						المتغيرات الديموغرافية
النتيجة	مستوى الدلالة	قيمة الاختبار الاحصائي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	
لا يوجد فروق	0.963	ت = -0.047	0.40	82.0%	4.10	ذكر
			0.47	82.2%	4.11	أنثى
لا يوجد فروق	0.642	ف = 0.563	0.48	85.2%	4.26	أقل من 30
			0.50	80.6%	4.03	30 أقل من 40
			0.34	82.6%	4.13	40 أقل من 50
			0.36	83.0%	4.15	50 سنة فأكثر
لا يوجد فروق	0.400	ف = 0.930	0.45	85.6%	4.28	دبلوم (أقل)
			0.40	82.0%	4.10	بكالوريوس
			0.45	81.8%	4.09	دراسا عليا
لا يوجد فروق	0.743	ف = 0.415	0.66	80.6%	4.03	أقل من 5 سنوات
			0.49	81.4%	4.07	5- أقل من 10
			0.38	85.0%	4.25	10 أقل من 15
			0.33	81.8%	4.09	15 سنة فأكثر

"الميزة التنافسية"						المتغيرات الديموغرافية
النتيجة	مستوى الدلالة	قيمة الاختبار الاحصائي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	
لا يوجد فروق	0.614	ف= 0.672	0.65	81.2%	4.06	أقل من 1500
			0.37	82.0%	4.10	1500 أقل من 2000
			0.40	84.6%	4.23	2000 أقل من 3000
			0.33	79.4%	3.97	3000 أقل من 4000
			0.36	81.0%	4.05	أكثر من 4000

* دالة إحصائية عند مستوى 0.05.

المصدر: إعداد الباحثة حسب مخرجات (برنامج spss).

يوضح الجدول (10.4) نتائج اختبار الفروق في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزي للمتغيرات الديموغرافية، وإذا كان مستوى الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05 نستنتج بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزي للمتغيرات الديموغرافية، بينما إذا كان مستوى الدلالة الإحصائية أقل من 0.05 نستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزي للمتغيرات الديموغرافية، وفي هذه النتيجة سيتم استخدام اختبار المقارنات البعدية (LSD: lest significant difference) أقل فرق معنوي لمعرفة اتجاه الفروق، ونتائج جدول (10.4) يوضح ما يلي:

1- بالنسبة لمتغير النوع: بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.963 أكبر من 0.05) نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزي لمتغير النوع.

2- بالنسبة لمتغير العمر: بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.642 أكبر من 0.05) نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزي لمتغير العمر.

3- بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي: بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.400 أكبر من 0.05) نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزي لمتغير المؤهل العلمي.

4- بالنسبة لمتغير سنوات الخدمة: بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.743 أكبر من 0.05) نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزى لمتغير سنوات الخدمة.

5- بالنسبة لمتغير الدخل الشهري: بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.614 أكبر من 0.05) نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزى لمتغير الدخل الشهري.

ترى الباحثة أن عدم وجود فروق في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزى لكل من (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، الدخل الشهري) يرتبط ذلك بعدم وجود اختلاف في وجه نظر عينة الدراسة باعتبارها من المستويات الإدارية العليا والوسطى في منظمة اتحاد لجان العمل الصحي كما تسعى لتحقيق الميزة التنافسية.

1.5.4. الخلاصة:

من خلال استعراضنا للفصل الرابع تبين وجود علاقة ارتباط قوية بين الذكاء الاقتصادي المتمثل بأبعاده (اليقظة الاستراتيجية، أمن وحماية المعلومات، سياسة التأثير والضغط) والميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي.

وكان هناك تأثير واضح وقوي لبعدي اليقظة الاستراتيجية والضغط والتأثير في الميزة التنافسية، وذلك للسياسات الاستراتيجية التي يتبناها الاتحاد لتطوير الذكاء الاقتصادي فيه.

الفصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

مقدمة:

تناولت الباحثة في هذه الدراسة أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات غير الحكومية في المحافظات الجنوبية مطبقة على اتحاد لجان العمل الصحي، وذلك من خلال الاطار النظري والدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى تطبيق الدراسة وما أفرزته من نتائج استندت إلى أدوات جمع البيانات الأولية التي تمثلت في الاستبانة والمقابلة الشخصية مع ادارة اتحاد لجان العمل الصحي، ومن خبرة الباحثة في العمل في منظمة اتحاد لجان العمل الصحي، وهذا الفصل يتضمن عرضا للاستنتاجات التي تم التوصل إليها بعد إجراء التحليل الاحصائي بالاعتماد على الحزم الاحصائية (برنامج spss) للتحليل الوصفي واختبار فرضيات الدراسة للوصول إلى مجموعه من الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن ابرازها كما يلي:

1.5 الاستنتاجات

- 1- بلغ الوزن النسبي لمتغير الذكاء الاقتصادي 78.6% متمثلة بالأبعاد التالية:
 - أ- بلغ الوزن النسبي لليقظة الاستراتيجية 79.6%.
 - ب- بلغ الوزن النسبي لأمن وحماية المعلومات 76.4%.
 - ت- بلغ الوزن النسبي لسياسة الضغط والتأثير 78.6%.

نستنتج بأن اتحاد لجان العمل الصحي يولي اهتمام بتطبيق الذكاء الاقتصادي، الأمر الذي يعزز قدرة اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية الفلسطينية في المنافسة مع المؤسسات الصحية العامة والخاصة.

2- بلغ الوزن النسبي لمحور الميزة التنافسية 82.2%، وهذا يعني أن اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية لديه القدرة على المرونة والتكيف مع التغيرات والأزمات الصحية التي تواجه المحافظات الجنوبية الفلسطينية، بالإضافة إلى أنه يقدم خدمة منخفضة السعر مقابل المنظمات الصحية المنافسة في المحافظات الجنوبية الفلسطينية.

3- وجود علاقة قوية موجبة بين الذكاء الاقتصادي وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين بالإدارة العليا والوسطى، من خلال العلاقة بين أبعاد الذكاء الاقتصادي (اليقظة الاستراتيجية، أمن وحماية المعلومات، الضغط والتأثير) والميزة التنافسية على النحو التالي:

أ- وجود علاقة بين اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية.

ب- وجود علاقة بين أمن وحماية المعلومات وتحقيق الميزة التنافسية.

ت- وجود علاقة بين سياسة الضغط والتأثير وتحقيق الميزة التنافسية.

مما يدل على أن اتحاد لجان العمل الصحي يولي اهتمام كبير للمؤسسات الصحية المنافسة ويعمل على تطبيق أبعاد الذكاء الاقتصادي من أجل القدرة على تحقيق الميزة التنافسية التي جعلت من الخدمات التي يقدمها اتحاد لجان العمل الصحي مميزة من وجهة نظر متلقي الخدمة الصحية، وذلك واضح من خلال العدد التي يتوافد على فروع اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية.

4- وجود تأثير للذكاء الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين في الإدارة العليا والوسطى، وكان ذلك من خلال التأثير لبعدي اليقظة الاستراتيجية والسياسة الضغط والتأثير، أما بُعد أمن وحماية المعلومات فكان غير مؤثر في تحقيق الميزة التنافسية في اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية الفلسطينية، وذلك بسبب حداثة وحدة أمن وحماية المعلومات باتحاد لجان العمل الصحي وعدم اكتمالها لتحقيق الميزة التنافسية.

5- تبين عدم وجود أي فروق تذكر تعزى للمتغيرات الديموغرافية حول الذكاء الاقتصادي، كما تبين النتائج عدم وجود أي فروق تذكر تعزى للمتغيرات الديموغرافية حول تحقيق الميزة التنافسية.

6- تبين تدني مستوى الأجور في منظمة اتحاد لجان العمل الصحي في المستويات الادارية العليا والوسطى، نستنتج أن اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية الفلسطينية لا يُطبق الحد الأدنى من الأجور حسب قانون العمل الفلسطيني.

2.5 التوصيات

من خلال عرض الاستنتاجات فإن الدراسة توصي بما يلي:

- 1- زيادة الاهتمام بتطبيق أبعاد الذكاء الاقتصادي في المنظمة لتحسين قدرة المنظمة من رفع قدرتها التنافسية المتمثلة في:
 - أ- الاهتمام بتنوع التخصصات المتاحة في اتحاد لجان العمل الصحي وتطوير كفاءة المورد البشري لزيادة التميز والارتقاء، واعطاء فرص للإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع.
 - ب- حضور مؤتمرات وتدريبات لتطوير وبناء قدرات موظفي الاتحاد خاصة فيما يتعلق بأمن حماية أنظمة المعلومات
 - ت- تقديم الحوافز المادية والمعنوية للاستجابة لأي تأثيرات أو ضغوط ناشئة في البيئة الداخلية والبيئة الخارجية.
 - ث- ضرورة تطبيق نظام ترقيات كفاء وحوافز تساعد جذب المورد البشري، والاهتمام بدراسة قدرات وامكانيات المنافسين ونقاط الضعف ونقاط القوة لديهم.
 - ج- إتاحة فرص لابتعاث نخب متميزة من العاملين في الاتحاد لاستكمال دراسات عليا، والتعاون والتشبيك مع الوزارات ذات طابع قانوني وتشريعي.
- 2- العمل على تطبيق قانون الحد الأدنى من الأجور المعتد في فلسطين، لأن العاملين هم من القطاع الصحي الذي موارده من أهم الموارد البشرية العاملة في جميع القطاعات سواء على مستوى المحافظات الجنوبية أو مستوى دولة فلسطين، لما يتعرض له من أخطار تهدد حياته في أي لحظة.
- 3- توسيع المعرفة بالبيئة المحيطة والمشاركة في جميع الأحداث الاجتماعية والثقافية وجمع المعلومات عنها بصورة مفصلة ودقيقة.
- 4- اعطاء أكبر قدر واهتمام بكل المعلومات عن البيئة الخاصة بالمنظمة والبيئة الخارجية المتعلقة بالمنظمة والتأكد منها.
- 5- جمع المعلومة وتحديد المعلومة اللازمة وكيفية تحليلها وكيفية الحفاظ عليها والاستفادة منها لاتخاذ القرار المناسب لصالح المنظمة مما يزيد من تفوقها وبالتالي التميز.
- 6- تشكيل وحدة خاصة بالذكاء الاقتصادي تكون مترابطة ومتكاملة مع الإدارات الأخرى ذات العلاقة لتطوير المؤسسة، من حيث الموارد الملموسة والموارد غير الملموسة، سواء داخل المنظمة أو خارجها، مما يؤدي إلى مساهمة وحدة الذكاء في اتخاذ القرار بما يتوافق مع القوانين والنظم الإدارية.

7- العمل السريع على إكمال وحدة حماية أمن المعلومات لما لها من دور مهم في زيادة الذكاء الاقتصادي الأمر الذي ينعكس على تحقيق الميزة التنافسية في اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية الفلسطينية.

8- الاستفادة من تجارب الدول في تطبيق الذكاء الاقتصادي من خلال الاهتمام بالمعلومة والحفاظ عليها واستغلالها لجذب المستثمرين والاهتمام بجذب المورد البشري الكفاء.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

- 1- ابراهيم، أ، (2019): دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية دراسة ميدانية على المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، (رسالة ماجستير).
- 2- أبو بكر، م، (2004) - الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية: إسكندرية مصر الدار الجامعية ص13-ص14.
- 3- أبو جراد، م، (2020): اليقظة الاستراتيجية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية في شركات تزويد الانترنت في قطاع غزة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الإسلامية، (رسالة ماجستير).
- 4- أحمد، ب (2019): الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الاستراتيجية في مواجهة التهديدات واستغلال الفرص-دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية تلمسان. كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية جامعة أبي بكر بلقايد _تلمسان الجزائر، (رسالة دكتوراه).
- 5- احمد، ب، (2019): الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري يساهم في دعم الإدارة الاستراتيجية في مواجهة التهديدات وإستغلال الفرص-دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية تلمسان. كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية جامعة أبي بكر بلقايد _تلمسان، الجزائر، (رسالة دكتوراه) ص116.
- 6- الاسدي، ع (2019): الذكاء الاستراتيجي والذكاء الاقتصادي. كلية الادارة والاقتصاد. قسم ادارة البيئة، المرحلة 4، شبكة جامعة بابل. <http://www.uobabylon.edu.iq//>
- 7- أولير، ك. (2020): سنغافورة تتصدر مؤشر التنافسية العالمية لعام 2020. <https://www.independentarabia.com/node/127446/2020>
- 8- بنتغة، ص (2016): الذكاء الاقتصادي كآلية لمتحكم في المعلومة الاستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية-دراسة حالة عينة من المؤسسات الاقتصادية. قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، (رسالة دكتوراه) ص256.
- 9- بنتغة، ص، (2016): الذكاء الاقتصادي كآلية لمتحكم في المعلومة الاستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية- دراسة حالة عينة من المؤسسات الاقتصادية. قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، (رسالة دكتوراه).

- 10-بركاني، م (2019): مفهوم أنواع وأبعاد الميزة التنافسية، تدوينة <https://www.tadwiina.com>
- 11-بلالي، أ (2007): الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية بين مواردها الخاصة وبيئتها الخارجية حالة مؤسسات قطاع الهاتف النقال بالجزائر، تخصص ادارة اعمال، الجزائر. (اطروحة دكتوراة)
- 12-بو سعد، ز، (2008): أثر برامج تقليص العمال على الكفاءات في المؤسسة العمومية الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة مطاحن الاوراس بنانة، الجزائر. (رسالة ماجستير)
- 13-بويعة، ع، (2012). دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية (دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال-موبليس)، جامعة المنتوري، الجزائر.
- 14-بوخمم، ع (2012): الذكاء الاقتصادي سياسته حوار بين المنظمة ومحيطها. المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، عمان، الاردن.
- 15-بوسالم، أ، الهنائي، ف (2017): دور اليقظة الاستراتيجية كأحد ابعاد الذكاء الاقتصادي في تعزيز القرارات التسويقية-دراسة تحليلية على مؤسسة اتصالات الجزائر، مجلة المعيار، العدد 18، الجزائر.
- 16-تير، ر (2008): دور الذكاء الاقتصادي في ارساء اليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير واقعة افاقه في الجزائر " جامعة الجزائر.
- 17-الثبتي، ر (2017): الميزة التنافسية للمنظمة وقود البقاء. مجلة رواد الاعمال، السعودية. [/https://www.rowadalaamal.com](https://www.rowadalaamal.com)
- 18-ثلاجية، ن، وسحنون، ه، (2016): أثر اليقظة الاستراتيجية في دعم الإبداع في المنظمات الجزائرية: دراسة ميدانية بمؤسسة المواد الدسمة سييوس - لابل عناية. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات - العدد 43.
- 19-جاب، ب (2014): أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على اكتساب ميزة تنافسية-دراسة حالة مؤسسة موبيليس فرع ورقلة، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، الجزائر.
- 20-الجمال، س، (2020): اليقظة الاستراتيجية في الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر الأكاديميين فيها، مجلة دفاتر البحوث العلمية، المجلد 8، العدد 2، ص 1-33.
- 21-حسين، ب، واخرون (2018): واقع اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة المسيلة، الجزائر.
- 22-الحمداني، ح، (2018): أثر التشارك المعرفي في استدامة القدرات الديناميكية بحث تحليلي لعينة من تدريسي كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 54.

- 23-حمدي، أ (2004): تنمية كفاءات الأفراد في دعم الميزة التنافسية للمؤسسات - رسالة ماجستير، جامعة الجزائر. ص123.
- 24-حيدر، م (2002). نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الاسكندرية، ص8.
- 25-خديجة، ق (2015): دور الذكاء الاقتصادي في تدويل منتج المؤسسة من منظور الميزة التنافسية جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، الجزائر.
- 26-خليل، ن،(2006) : استراتيجيات الإدارة العليا -إسكندرية مصر مركز الإسكندرية للكتاب،ص93.
- 27-خليل، ن، (2006): استراتيجيات الإدارة العليا -إسكندرية مصر مركز الإسكندرية للكتاب،ص87-88.
- 28-خيرة، ط، ورجاء، ز (2015): دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة -دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية عين الدفلى. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، الجزائر، (رسالة ماجستير).
- 29-خيرة، ط، ورجاء، ز،(2015): دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة -دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية عين الدفلى. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، الجزائر،(رسالة ماجستير) ص4 - ص5.
- 30-داسي،و،(2007).إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية في المصاريف الحكومة السورية، كلية الاقتصاد،جامعة دمشق.ص114-115
- 31-رومي، س، (2016): إدارة المعرفة وعلاقتها بالميزة التنافسية لدى البنوك العاملة في مدينة الخليل، جامعة الخليل، فلسطين،(رسالة ماجستير).
- 32-الزبيدي، م (2017): الذكاء الاقتصادي مشروع عراقي مقترح وإمكانية مساهمته في تنمية الاقتصاد العراقي. كلية الادارة والاقتصاد -قسم الاقتصاد، جامعة القادسية، العراق، (رسالة دكتوراه).
- 33-الزبيدي، م،(2017): الذكاء الاقتصادي مشروع عراقي مقترح وإمكانية مساهمته في تنمية الاقتصاد العراقي. كلية الادارة والاقتصاد- قسم الاقتصاد، جامعة القادسية، العراق، (رسالة دكتوراه) ص23 - ص24.
- 34-زبير، ر (2003): دور أنظمة المعلومات في تنمية القدرات التنافسية - ملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الاقتصادية وتحديات، المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة ورقلة ، ص39.

- 35-زهرة، ب، وعائشة، ع، (2018): واقع الذكاء الاقتصادي ودوره في تحقيق القدرة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة جازي "وكالة أدرار"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية أرا، (رسالة ماجستير).
- 36-زبيدي، ك. حرطاني، أ. (2019). البنية العاملية لمقياس جودة الحياة لدى الأمهات دراسة سيكومترية. مجلة التنمية البشرية. 6(4). ص ص 22-37
- 37-السلمي، -ع،(2002).إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، القاهرة، مصر، دار غريب للنشر ص 105-104.
- 38-السلمي، ع (2002): إدارة التميز. دار وريب، القاهرة،مصر
- 39-شمخي، ح (2020): ثلاثية الذكاء واليقظة الاستراتيجية.(1) مجلة الادارة والاقتصاد، المجلة العراقية للعلوم الادارية جامعة كربلاء
- 40-صندرة، ل،وياسين، ا (2013): الذكاء الاقتصادي كآلية لدعم ثقافة المقاولية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. دائرة المعارف، الملتقى الوطني حول استراتيجية التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.
- 41-ضياء الدين، ز (2013): دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة-دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، (رسالة ماجستير) ص160-ص164.
- 42-ضياء الدين، ز، (2013): دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة-دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، (رسالة ماجستير).
- 43-ضيات، خ (: 2013)الذكاء الاقتصادي رهان تسيير المؤسسات مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد العاشر، جامعة عنابة، الجزائر، ص236 .
- 44-طباخي، س، (2008). الذكاء الاقتصادي. مدرسة الدكتوراه الاقتصاد التطبيقي وتسيير المنظمات جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- 45-طحطوح، م (2009): أهمية التسويق في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة - دراسة حالة مؤسسة اقتصادية، تخصص تسويق، جامعة باتنة، الجزائر. رسالة ماجستير.
- 46-طويطي، م، وكنوش، ن (2019): التحليل العملي التوكيدي للذكاء الاقتصادي: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الإلكترونية ومنزلية في الجزائر، مجلة التنظيم والعمل المجلد 8، العدد 3، 2020. ص85.
- 47-طويطي، م، وكنوش، ن، (2019): التحليل العملي التوكيدي للذكاء الاقتصادي: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الإلكترونية ومنزلية في الجزائر. مجلة التنظيم والعمل، مجلد8، العدد 3.

- 48- العايب،س، (2013).الرقابة الداخلية في البنوك التجارية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ام البواقي، الجزائر.
- 49- عباس، ه(2005): إدارة الجودة الشاملة مدخل نحو أداء منظومي متميز"، المؤتمر الدولي الثاني حول الأداء المتميز. للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة.
- 50- عبد العزيز، ب (2010): اشكالية ترقية آليات الجودة لتفعيل المناقشة والاداء. الملتقى الوطني حول إدارة الجودة الشاملة وتنمية أداء المؤسسة، جامعة سعيدة.
- 51- عبد الله، س (2018): "نقص وفجوة المهارات في القطاع الصحي في الأرض الفلسطينية المحتلة"، معهد ابحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، فلسطين.
- 52- عساف، م (2018):"متطلبات استدامة الميزة التنافسية للمؤسسات الأهلية (التموية) بالمحافظات الجنوبية لفلسطين"، مؤتمر التنمية المستدامة في ظل بيئة متغيرة، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية - جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
- 53- عضيات، و(2020). نظرية الميزة التنافسية للأمم في التجارة الدولية، إدارة الأعمال، مال وأعمال.
- 54- العمري، ح. (2018). المقارنة بين ثلاث طرائق في تقدير ثبات الاختبارات المركبة التي تتضمن نوعين من الفقرات (ألفا، ألفا الطبقي، راجو). مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس. 6 (2). ص ص 85-102.
- 55- عوض، ع (2020): تستعرض أوضاع المرأة الفلسطينية عشية يوم المرأة العالمي. الجهاز المركزي الاحصائي الفلسطيني، دولة فلسطين.
- 56- فلسطين، اتحاد لجان العمل الصحي (2021، مارس): مقابلة المدير التنفيذي رافت المجدلاوي.
- 57- كباش، ف (2012): الذكاء الاقتصادي كخيار لتفسير عدم استقرار الاسواق المالية دراسة حالة بعض الاقتصاديات الناشئة، قسم العلوم المالية، كلية العلوم والاقتصاد، (رسالة ماجستير).
- 58- لمشتي، ل. (2021). أهمية التحقق من البنية العملية للمقاييس النفسية المنقولة ثقافياً بواسطة التحليل العاملي الاستكشافي والتوكيدي. مجلة الميدان للعلوم الانسانية والاجتماعية. 4 (1). ص ص 169-182.
- 59- محمد، ب (2015): دور الذكاء الاقتصادي في تميز منظمات الاعمال وواقعه في الجزائر. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الطاهري محمد-بشار، الجزائر، ص7.

- 60- محمد، ب، (2015): دور الذكاء الاقتصادي في تميز منظمات الاعمال وواقعه في الجزائر. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الطاهري محمد- بشار، الجزائر.
- 61- محمد، ب، (2015): دور الذكاء الاقتصادي في تميز منظمات الاعمال وواقعه في الجزائر. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الطاهري محمد- بشار، الجزائر. ص 62-63.
- 62- محمد، ب، ورتيبة، ح (2004): اليقظة التنافسية ضرورة حتمية لتنافسية المنظمة. مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد2، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
- 63- محمد، ح (2012): "أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2.
- 64- محمد، ح (2012): أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة المناخ الاعمال وجذب الاستثمارات الاجنبية، مجلة اداء المؤسسات الجزائرية، عدد2، جامعة وهران، الجزائر.
- 65- محمد، ح (2012): أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة المناخ الاعمال وجذب الاستثمارات الاجنبية، مجلة اداء المؤسسات الجزائرية، عدد2، جامعة وهران، الجزائر. ص 17.
- 66- مرسي، ن، (2006) استراتيجيات الإدارة العليا، إعداد، تنفيذ، مراجعة- مصر المكتب الجامعي الحديث، ص 93.
- 67- مرسي، ك (2002): الخروج من فخ العولمة. المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، مصر.
- 68- مقاويب، م (2009): الذكاء الاقتصادي ودور انظمة المعلومات في اتخاذ القرار مقاربه جديده للقرار الذكي. مجلة العلوم الانسانية، العدد21، الجزائر.
- 69- منير، ع (2006): التنظيم الاداري: مبادئه واساسياته ، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- 70- الموسوي، س، و علي، م (2007): مبادئ ادارة الجودة الشاملة وأثرها في تحديد الاسبقيات التنافسية - دراسة تطبيقية في معمل اسمنت الكوفة الجديد، مجلة أداب الكوفة العدد1، جامعة الكوفة، العراق.
- 71- ناصر، م (2012): ذكاء الاعمال محرك التنافسية المنظمة - دراسة حلة الجزائر. المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الاعمال والاقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الاردنية.
- 72- هل، ش، وجونز، ج (2001): الادارة الاستراتيجية مدخل متكامل. ترجمة رفاعي محمد رفاعي، محمد المتعال، دار المريخ للنشر، السعودية. ص 196-204.
- 73- وادي، و، (2015): الذكاء الاقتصادي في خدمة تنافسية الأقاليم -دراسة حالة الصناعة الصيدلانية والبيوتكنولوجية في الجزائر. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، (رسالة دكتوراه).

- 74- يحضيه، س وبلال، أ. (2005) المزية والتنافسية وفعالية التنسيير الاستراتيجي للموارد البشرية - الملتقى الدولي الأول حول التنسيير الفعال في المؤسسة الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادي والتجارية والتسيير، جامعة لمسيلة ص3.
- 75- يحضيه، س، وصاف، س، (2005) نحو تسيير استراتيجي للمعرفة والميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، الملتقى الدولي حول المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات والاقتصاديات، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد، خيضر بسكرة، ص 35.
- 76- THE ARAB HOSPITAL,(2020): "تكنولوجيا المعلومات الصحية حقبة جديدة في عالم الطب" [/https://thearabhospital.com/features-ar](https://thearabhospital.com/features-ar)

ثانيا: المراجع الاجنبية

- 1- Amiri,N& Shirkavand,S & Chalak ,M& Rezaeei,N(2017): COMPETITIVE INTELLIGENCE AND DEVELOPING SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE. Universidad Eafit, Romania.
- 2- Berteau, E. Zait, A (2013). Scale validity in exploratory stages of research. Management and Marketing Journal, 11(1), 38-46
- 3- Cioc ,M (2013): The Economic Intelligence Practices and Their Impact on the Organization's Strategic Behavior., Review of International Comparative Management , Vol. 13, Issue 2,The Bucharest University of Economic Studies, Romania,
- 4- Comité pour la Compétitivité et la Sécurité économique, 1996
- 5- Conseil régional de Lorraine, (juin, 2003).«Intelligence économique, un guide pour débutants et praticiens , France.
- 6- Day,G & Schoemaker ,P(2019): How Vigilant Companies Gain an Edge in Turbulent Times. Wharton School , University of Pennsylvania's.
- 7- Deinis. M , Isabelle. L, (2009): « veille, prospective, intelligence économique et management des connaissances » , in stratégie et management , n°171 , P.04-P.05.
- 8- Dupré,P , Nathalie, Gualino,(1996): Les armes secrètes de la decision: la gestion de l'information au service de la performance économique, France.
- 9- Eric. C & al; (2007) ; « Protection du patrimoine informationnel » ; FEDISA – CIGREF, document téléchargeable sur le lien: www.cigref.fr/.../Protection_patrimoine_informationnel_CIGREF_FEDISA... consulté le: 27/01/2015 .
- 10- F. Leroy,les (2001). Stratégie de l'entreprise, Edition Dund, France.P: 47- P:48.

- 11- FULD, L. (1995): The new competitor intelligence: the complete ressource for finding, analysing, and using information about your competitors , New York.
- 12- G. Garibaldi (1996): " Stratégie Concurrentiel (Choisir et gagner)"- Edition d'organisation, France, P:94.
- 13- h laroche, JP, Nioche, (1998): Repensa la strategie- Edition vuibert France, P:173-P:175.
- 14- <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- 15- Ivan,V(2013):Economic Intelligence Author, Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology ,Romanian Academy.
- 16- Kang ,S& Kue Na,Y (2020): Effects of Strategy Characteristics for Sustainable Competitive Advantage in Sharing Economy Businesses on Creating Shared Valueand Performance. Chung-Ang University, Kore.
- 17- Kirilov,L(2019): Strategic Intelligence Strategies for Improving Performance in the Nonprofit Secto. Walden Universit, United States.(PDF)
- 18- LESCA, H. (1997). VEILLE STRATEGIQUE Concepts et démarche de mise en place dans l'entreprise. Paris: ADBS Editions.
- 19- M.Boudjemia, (2008) « Intelligence économique: concept, définition et mode opératoire, » séminaire de sensibilisation à l'intelligence économique et à la veille stratégique, Alger ; P:8
- 20- MARCON, Ch (2006). Intelligence économique, enseignant-chercheur à l'Université de Poitiers, France.
- 21- Martinet B. et Marti Y-M(1995): L'intelligence économique: les yeux et les oreilles de l'entreprise, Les Editions d'Organisation, paris,.
- 22- MARTRE, H. (1994). INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE ET STRATEGIE DES ENTREPRISES. France: bdc base de connaissances.
- 23- McGonagle, John J. and Carolyn M. Vella (2003). The Manager's Guide to Competitive Intelligence. Westport CT: Greenwood
- 24- Michel. G& ; (2011) ; "Strategic Foresight: Use and Misuse of Scenario Building", Cahiers du LIPSOR ; document téléchargeable sur le lien: archivo.cepal.org/pdfs/.../Godet-strategic-foresight-n1. consulté le: 17/12/2014
- 25- Nešković ,S & Jovanović ,Z & Čavlin ,M(2016): ECONOMIC INTELLIGENCE AND INTELLECTUAL CAPITAL IN AGRICULTURE COMPETITIVENESS - CASE STUDY, Economics of Agriculture, Vol.63, No.2 , Institute of Agricultural Economics, Balkan Scientific Association of Agricultural Economists (BSAAE), Romania.
- 26- Norman, G. (2010). Likert scales, levels of measurement and the "laws" of statistics. Advances in health sciences education, 15(5), 625-632.

- 27- Purity,N& Anigbogu,N& Ifeoma,A (2017):The Effect of Strategic Intelligence on Business Success in Selected Commercial Banks in South-East, Nigeria. nternational Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD),Vol.1 , Issue. 6, Nnamdi Azikiwe University, Awka, Anambra State, Nigeria.
- 28- Shahraki,A & Shahraki,E (2016): Economic Intelligence and Innovation: Case Study. Vol. 12, University of Caen Basse-Normandie ,Caen, France.(Master Thesis)
- 29- Stefanikov,L& Rypakovaa,M& Moravcikovaa,M (2015): The impact of competitive intelligence on sustainable growth of the Enterprise, a University of Zilina, Slovakia.
- 30- Tahmasebifard,H (2018): The role of competitive intelligence and its subtypes on achieving, Cogent Business & Management ,Iran.
- 31- TRIANA,H(2018): Competitive and Economic Intelligence. Romania.(PHD)

الملاحق

ملحق 1: الاستبانة النهائية لأداة الدراسة.



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

معهد التنمية المستدامة

السادة الموظفين في اتحاد لجان العمل الصحي المحترمين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،،

تقوم الباحثة بإجراء دراسة علمية بعنوان

أثر الذكاء الاقتصادي على تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات غير الحكومية في المحافظات الجنوبية

لذلك نضع بين أيديكم الاستبانة المرفقة والتي تهدف لجمع البيانات اللازمة لإجراء الدراسة للحصول على درجة الماجستير في التنمية المستدامة وبناء المؤسسات، حيث تهدف هذه الاستبانة التعرف على أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في اتحاد لجان العمل الصحي بالمحافظات الجنوبية، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة نطلب منكم تعبئة هذه الاستبانة بمصادقية وبالطريقة التي تعبر فيها عن رأيكم، مع العلم أن اجاباتكم ستستخدم فقط للبحث العلمي، من فضلك لا تترك عبارة دون الإجابة عليها.

شاكرين لكم حسن تعاونكم لما تبذلونه من جهد لإنجاز الدراسة للتوصل إلى نتائج دقيقة، وتوصيات تطويرية من أجل الارتقاء بقطاع الصحة.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير والشكر على المساعدة

الباحثة

ميرفت محمد أبو راشد

إشراف الدكتور/ بدر شحادة حمدان

يرجى التكرم باختيار البديل المناسب لكل عبارة من العبارات التالية وذلك بوضع إشارة (✓):

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

1- النوع:	
<input type="checkbox"/> ذكر	<input type="checkbox"/> أنثى
2- العمر:	
<input type="checkbox"/> أقل من 30	<input type="checkbox"/> 30 سنة إلى أقل من 40 سنة
<input type="checkbox"/> 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	<input type="checkbox"/> 50 سنة فأكثر
3- المؤهل العلمي:	
<input type="checkbox"/> دبلوم (أقل)	<input type="checkbox"/> بكالوريوس
<input type="checkbox"/> دراسات عليا	<input type="checkbox"/> أخرى (حدد).....
4- سنوات الخدمة:	
<input type="checkbox"/> أقل من 5 سنوات	<input type="checkbox"/> 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات
<input type="checkbox"/> من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	<input type="checkbox"/> 15 سنة فأكثر
5- الدخل الشهري بالشيقل:	
<input type="checkbox"/> أقل من 1500 شيقل	<input type="checkbox"/> من 1500 شيقل إلى أقل من 2000 شيقل
<input type="checkbox"/> من 2000 شيقل إلى أقل من 3000 شيقل	<input type="checkbox"/> من 3000 شيقل إلى أقل من 4000 شيقل
<input type="checkbox"/> أكثر من 4000 شيقل	

المحور الأول: المتغير المستقل (الذكاء الاقتصادي)

يوجد في هذا الجزء مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالمتغير المستقل الذكاء الاقتصادي بأبعاده (اليقظة الاستراتيجية، أمن وحماية أنظمة المعلومات، سياسة الضغط والتأثير)

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	البيان
					البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية
					1. يوجد تنوع مناسب في عدد التخصصات المتاحة لدي الاتحاد.
					2. يوجد تنوع مناسب في نوع التخصصات المتاحة لدي الاتحاد
					3. يقوم الاتحاد بمتابعة التعرف على قدرات وإمكانيات المنافسين ونقاط الضعف لديهم.
					4. يولي الاتحاد عناية للتعرف على ما يحدث في محيطها التنافسي.
					5. يتم تخصيص الفرص المتعلقة بالاتحاد
					6. تشخيص التهديدات والمعوقات المتعلقة بالاتحاد
					7. يعمل الاتحاد على وضع نظم ترقية كفاء وحوافز تساعد على جذب الكفاءات البشرية وانتقائها.
					8. يتوفر لدى الاتحاد قاعدة بيانات إلكترونية وشبكات إعلام آلي واستعمال أدوات تحليل المعلومات (جدول معالجة، برامج إعلام آلي) وذلك لنشر معلوماتها.
					9. يهتم الاتحاد بالإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع.
					10. يواكب الاتحاد التطور العلمي والتقني التكنولوجي الذي يحدث في محيطه.
					11. يعتمد الاتحاد على الأجهزة الطبية التكنولوجية لإحداث تغير جذري في جودة الرعاية الصحية والارتقاء بمستويات عالية.
					12. يتيح الاتحاد فرص ابتعاث للعاملين المتميزين في العمل لاستكمال دراستهم العليا.
					13. يعمل الاتحاد على تطوير جودة الخدمات المقدمة للمجتمع المحلي ويعمل على تطويرها باستمرار.
					14. يقوم الاتحاد بتطوير كفاءة الموارد البشرية للارتقاء بمستوى أدائهم وتميزهم.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	البيان
					15. يعمل الاتحاد على جمع المعلومات المتعلقة بالأحداث الاجتماعية والثقافية في المجتمع.
					16. يولي الاتحاد العناية لجمع المعلومات ذات الطبيعة القانونية والتشريعية.
					17. يقوم الاتحاد بتشخيص المشكلات ذات الأهمية الاستراتيجية.
					18. يفحص الاتحاد مختلف البدائل والحلول الممكنة وتحديد البديل الأفضل للموقف.
					19. يعتمد الاتحاد على فرق متخصصة (خبراء) خارجية لتحصيل المصوغات على الصعيد القانوني، الجبائي.
					20. تتوافق البرامج والخطط المتبعة للاتحاد مع متطلبات السوق.
					21. تسهم الحوافز المقدمة من الاتحاد في الاستجابة لتأثير الضغوط المحيطة بالمؤسسة.
					البعد الثاني: أمن وحماية أنظمة المعلومات
					1. يوفر الاتحاد برامج تعمل على الوقاية من إخطار القرصنة و/أو الوسائل القانونية للملكية الفكرية.
					2. تتوفر لدى الاتحاد أجهزة لأمن أنظمة معلوماتها
					3. يتوفر للاتحاد تقنية لمراقبة تسيير وتدقيق نظامها .
					4. يلجأ الاتحاد إلى مستشارين خارجيين فيما يتعلق بالأمن الإعلامي .
					5. يتوفر لدى الاتحاد منهجية لإدارة المعرفة الضمنية والظاهرة وإدارة مخاطره.
					6. يتم بناء قدرات موظفي الاتحاد فيما يتعلق بأمن حماية أنظمة المعلومات من خلال التدريب وحضور المؤتمرات.
					7. يعمل الاتحاد على مراقبة الدخول والحماية المادية للمؤسسة ومراكزها :المفاتيح، رموز الدخول، الحراسة، الإنذار، أنظمة ضد الحرائق، بطاقة الزائر، سير الزيارة.
					8. يعمل الاتحاد على معالجة الجانب المتعلق بحماية المعلومات الخاصة قبل إطلاق أي مشروع مهم.
					9. يقوم الاتحاد بتحديد العناصر الحساسة لممارسة أنشطتها (المعارف، الإبداعات، المهارات) ومن ثم حمايتها.
					10. : يتوفر لدى الاتحاد خطة لإدارة المخاطر الرقمية.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	البيان
					البعد الثالث: سياسة الضغط والتأثير
					1. يتوفر لدى الاتحاد خطة للاتصالات الخارجية
					2. يطبق الاتحاد سياسة فعالة للاتصال عن طريق الاشتراك في الشبكات الاجتماعية.
					3. يفتح الاتحاد موقع مناقشة ومعلومات عبر الانترنت والاهتمام به.
					4. يقوم الاتحاد بالاشتراك في انجاز المعايير: ISO .
					5. يقوم الاتحاد بإجراء زيارات دورية للمؤسسات المهنية والدولية
					6. يعمل الاتحاد على تفعيل العلاقة بين الفاعلين الاقتصاديين مع القوى الأخرى السياسية والاجتماعية.
					المحور الثاني المتغير التابع: الميزة التنافسية
					1. يتبنى الاتحاد استراتيجيات تمكنه من تأمين المؤسسة
					2. يقدم الاتحاد خدماته بطرق مختلفة عن منافسيه
					3. يستخدم الاتحاد الموارد المتاحة وفق معايير مخططة
					4. يستخدم الاتحاد عمليات البحث والتطوير لتحديث عملياته الإنتاجية للوصول إلى غايات بأقل تكلفة
					5. يهتم الاتحاد بجمع المعلومات المتعلقة بخدمات المنافسين المقدمة من حيث الجودة، النوعية والتكلفة.
					6. تتوفر لدى الاتحاد القدرة على الاستجابة للطلبات السوقية
					7. يستخدم الاتحاد أساليب متنوعة لتحسين جودة الخدمة المقدمة
					8. يقدم الاتحاد مزايا متجددة للمتعاملين معه
					9. يعمل الاتحاد على جمع ومشاركة المعلومات لتطوير الأفكار الجديدة في تقديم الخدمات والمنتجات
					10. يوفر لدى الاتحاد المرونة الكافية لتطوير جودة الخدمات حسب ما يرغب الزبون.
					11. يتوفر لدى الاتحاد القدرة على ابتكار طرق وأدوات متطورة تساعد في إقناع الزبون بالخدمات المقدمة.
					12. يهتم الاتحاد بتطبيق معايير الجودة العالمية واعتبارها أساساً للعمل
					13. يواجه الاتحاد منافسة شديدة من المؤسسات المحيطة به.
					14. يعرض الاتحاد خدماته بأسعار عادلة حسب ما أمكن.
					15. يوفر الاتحاد برامج تكوين ذات جودة لمساعدتها .
					16. يسعى الاتحاد لإقامة شراكة استراتيجية مع المؤسسات المناظرة محليا ودولياً.

ملحق 2: قائمة بأسماء المحكمين.

الدرجة العلمية	الأسم	م
جامعة الازهر	د. سمير مصطفى أبو مدالله	1
نائب الرئيس للدراسات العليا - جامعة الاسراء	د. على شاهين	2
أستاذ الاقتصاد المشارك جامعة الازهر	د. نسيم أبو جامع	3
أستاذ الاقتصاد المساعد وزارة الاتصالات	د. كمال المصري	4
أستاذ الاقتصاد المساعد	د. سعيد جبريل صالح	5
أستاذ الإدارة المساعد - الأردن	د. سليم النابلسي	6
أستاذة الاقتصاد المساعد - العراق	د. ابتسام على	7
أستاذ الإدارة المساعد - جامعة القدس	د. تهاني جفال	8
أستاذ العلاقات الدولية المساعد	د. حسن السعدوني	9

فهرس الملاحق

ملحق 1: الاستبانة النهائية لأداة الدراسة.....126

ملحق 2: قائمة بأسماء المحكمين.....131

فهرس الجداول

- جدول 1.2: مراحل التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي. 13
- جدول 1.3: وصف العينة الاستطلاعية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (العدد = 30). 74
- جدول 2,3: محتويات الاستبانة. 75
- جدول 3.3: المحك المعتمد في الدراسة. 76
- جدول 4.3: معاملات صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون للبعد الأول (اليقظة الاستراتيجية). 78
- جدول 5.3: معاملات صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون للبعد الثاني (أمن وحماية أنظمة المعلومات). 80
- جدول 6.3: معاملات صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون للبعد الثالث (سياسة الضغط والتأثير). 81
- جدول 7.3: معاملات صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون للمحور الثاني (الميزة التنافسية). 82
- جدول 8.3: الصدق البنائي لأبعاد ومحاور الدراسة من خلال معامل ارتباط بيرسون. 84
- جدول 9.3: نتائج الصدق التقاربي من خلال درجة التشبع لأبعاد ومحاور الدراسة. 85
- جدول 10.3: نتائج اختبارات ثبات لأبعاد ومحاور الدراسة. 86
- جدول 11.3: طريقة ومدى تحقق الاختبارات. 87
- جدول 12.3: الاختبارات الإحصائية المستخدمة في الدراسة. 88
- جدول 1.4: الوصف الإحصائي لأفراد مجتمع الدراسة وفقاً للبيانات الديموغرافية (عدد المستجيبين = 65). 91
- جدول 2.4: نتائج التحليل الإحصائي لأبعاد ومحاور الدراسة. 92
- جدول 3.4: ملخص لنتائج التحليل الإحصائي لفقرات البعد الأول "اليقظة الاستراتيجية". 93
- جدول 4.4: ملخص لنتائج التحليل الإحصائي لفقرات البعد الثاني "أمن وحماية أنظمة المعلومات". 96
- جدول 5.4: ملخص لنتائج التحليل الإحصائي لفقرات البعد الثالث "سياسة الضغط والتأثير". 97
- جدول 6.4: ملخص لنتائج التحليل الإحصائي لفقرات المحور الثاني "الميزة التنافسية". 98
- جدول 7.4: نتائج اختبار العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية باستخدام معامل ارتباط بيرسون. 100

- جدول 8.4: نتائج الفرضية الرئيسية الثانية باستخدام اختبار الانحدار الخطي المتعدد.104
- جدول 9.4: نتائج اختبار الفروق في متوسط استجابة المبحوثين حول الذكاء الاقتصادي تعزي للمتغيرات الديموغرافية.108
- جدول 10.4: نتائج اختبار الفروق في متوسط استجابة المبحوثين حول الميزة التنافسية تعزي للمتغيرات الديموغرافية.110

فهرس الأشكال

- شكل 1.1: نموذج الدراسة. 7
- شكل 1.2: أنواع اليقظة الاستراتيجية. 21
- شكل 2.2: حجم الميزة التنافسية في مراحل الانتاج المختلفة. 33

فهرس المحتويات

أ	إقرار
ب	شكر و عرفان
ج	مصطلحات الدراسة:
د	الملخص:
هـ	Abstract

1 الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1	1.1 مقدمة الدراسة
2	2.1 مشكلة الدراسة
4	3.1 أهمية الدراسة
4	1.3.1. الأهمية العلمية:
4	2.3.1. الأهمية العملية:
5	4.1 أهداف الدراسة
5	5.1 فرضيات الدراسة
6	6.1 حدود الدراسة
7	7.1 متغيرات الدراسة
8	8.1 مبررات الدراسة
8	9.1 هيكلية الدراسة

10 الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية

10	1.2 المبحث الأول: مفهوم الذكاء الاقتصادي
10	1.1.2. مفهوم الذكاء الاقتصادي:
12	2.1.2. التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي:
14	3.1.2. خصائص الذكاء الاقتصادي:
15	4.1.2. مراحل الذكاء الاقتصادي:
16	5.1.2. مجالات وتطبيق الذكاء الاقتصادي:

16	1.5.1.2. مجالات الذكاء الاقتصادي
17	2.5.1.2. تطبيق الذكاء الاقتصادي:
19	6.1.2. أبعاد الذكاء الاقتصادي:
24	7.1.2. نماذج الذكاء الاقتصادي في العالم:
24	1.7.1.2. نموذج فولد (Fuld) في عام 1995:
25	2.7.1.2. نموذج الذكاء الاقتصادي الياباني:
25	3.7.1.2. نموذج الذكاء الاقتصادي في الولايات المتحدة الأمريكية:
26	4.7.1.2. نموذج الذكاء الاقتصادي الفرنسي:
27	8.1.2. الخلاصة:
28	2.2 المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية
28	1.2.2. مفهوم الميزة التنافسية:
28	1.1.2.2. الميزة التنافسية على المستوى العام:
29	2.1.2.2. الميزة التنافسية على مستوى الدولة:
30	3.1.2.2. الميزة التنافسية على مستوى القطاع:
31	4.1.2.2. الميزة التنافسية على مستوى المؤسسة:
31	2.2.2. أهمية الميزة التنافسية وأهدافها:
31	1.2.2.2. أهمية الميزة التنافسية:
32	2.2.2.2. أهداف الميزة التنافسية:
32	3.2.2. محددات وشروط الميزة التنافسية:
32	1.3.2.2. محددات الميزة التنافسية:
33	2.3.2.2. شروط الميزة التنافسية:
34	4.2.2. مصادر الميزة التنافسية والعوامل المتحكمة فيها:
34	1.4.2.2. مصادر الميزة التنافسية:
36	2.4.2.2. العوامل المتحكمة في الميزة التنافسية:
38	5.2.2. أبعاد الميزة التنافسية:
42	6.2.2. نظريات الميزة التنافسية:
44	7.2.2. دور الذكاء الاقتصادي في تنمية تنافسية المنظمة:
47	8.2.2. الخلاصة:

3.2	المبحث الثالث: واقع الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي ...	48
1.3.2	المرحلة التأسيسية لاتحاد لجان العمل الصحي:	48
2.3.2	واقع الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي:	49
1.2.3.2	واقع الذكاء الاقتصادي باتحاد لجان العمل الصحي:	49
2.2.3.2	الميزة التنافسية باتحاد لجان العمل الصحي:	51
3.3.2	خلاصة:	54
4.2	المبحث الرابع: الدراسات السابقة.....	55
1.4.2	الدراسات العربية التي تناولت أثر الذكاء الاقتصادي في الميزة التنافسية:	55
2.4.2	الدراسات الاجنبية التي تناولت أثر الذكاء الاقتصادي في الميزة التنافسية:	63
3.4.2	التعقيب على الدراسات السابقة:	69
1.3.4.2	أوجه الشبه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:	69
2.3.4.2	أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:	70
3.3.4.2	ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:	70
4.3.4.2	أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:	71
72	الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة	
1.3	منهج الدراسة.....	73
2.3	مجتمع الدراسة	73
3.3	محتوى أداة الدراسة.....	74
4.3	صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبانة).....	76
1.4.3	الصدق المحتوى (الصدق الظاهري):.....	76
2.4.3	صدق الاتساق الداخلي:	77
1.2.4.3	صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الأول: اليقظة الاستراتيجية:	78
2.2.4.3	صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني: أمن وحماية أنظمة المعلومات: ...	79
3.2.4.3	صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث: سياسة الضغط والتأثير:	81
	صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني: الميزة التنافسية:	81
3.4.3	صدق البنائي:	83
1.3.4.3	صدق البنائي من خلال طريقة الأولى اختبار معامل ارتباط بيرسون: ..	83
2.3.4.3	الصدق البنائي من خلال طريقة الصدق التقاربي:	84

86	5.3 ثبات أداة الدراسة
86	6.3 تحقيق معايير الصدق والثبات
87	7.3 التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة
88	8.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
89	الفصل الرابع: تحليل البيانات وتفسير ومناقشة النتائج
90	1.4 الوصف الإحصائي لأفراد مجتمع الدراسة وفقاً للبيانات الديموغرافية
91	2.4 نتائج تحليل متغيرات المستقلة والتابعة بشكلها العام
93	3.4 نتائج التحليل المتعلقة بالمحور الأول "الذكاء الاقتصادي"
93	1.3.4. نتائج تحليل المتعلقة بالبعد الأول "اليقظة الاستراتيجية":
95	2.3.4. نتائج تحليل المتعلقة بالبعد الثاني "أمن وحماية أنظمة المعلومات":
97	3.3.4. نتائج تحليل المتعلقة بالبعد الثالث "سياسة الضغط والتأثير":
98	4.4 نتائج التحليل المتعلقة بالمحور الثاني "الميزة التنافسية"
100	5.4 اختبار فرضيات الدراسة
112	1.5.4. الخلاصة:
113	الفصل الخامس: الاستنتاجات والتوصيات
113	1.5 الاستنتاجات
115	2.5 التوصيات
117	المصادر والمراجع
126	الملاحق
132	فهرس الملاحق
133	فهرس الجداول
135	فهرس الأشكال
136	فهرس المحتويات