



مركز الاستشارات والبحوث والتطوير  
بأكاديمية السادات للعلوم الإدارية

# مجلة البحوث الإدارية

## Journal of Management Research

علمية - متخصصة - مُكمّمة - دورية ربع سنوية

للسنة  
الحادية والأربعون

Vol. 41, No.1; Jan. 2023

# عدد يناير 2023



[www.sams.edu.eg/crdc](http://www.sams.edu.eg/crdc)

رئيس مجلس الإدارة  
أ.د. محمد حسن عبد العظيم  
رئيس أكاديمية السادات للعلوم الإدارية

رئيس التحرير  
أ.د. أنور محمود النقيب  
مدير مركز الاستشارات والبحوث والتطوير

ISSN : 1110-225X

إطار مقترح لدور ذكاء الأعمال في تحقيق التمايز المؤسسي  
بمؤسسات التعليم العالي

بحث لاستكمال متطلبات الحصول على  
درجة دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال

إعداد الباحث

أحمد محمد علي صبرة

إشراف

د/ سارة عبدالفتاح سعد  
مدرس إدارة الأعمال  
بأكاديمية السادات للعلوم الإدارية

أ.د/ سعيد شعبان حامد  
أستاذ إدارة الأعمال  
عميد كلية التجارة (بنات) - جامعة الأزهر

## الملخص

يهدف البحث إلى دراسة إطار مقترح لدور ذكاء الأعمال في تحقيق التمايز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي ، وذلك من خلال اختبار الفرض الرئيس : "توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين ذكاء الأعمال والتمايز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي" ، وكذلك اختبار الفروض الفرعية التالية: (١)توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نظم ادارة البيانات كأحد أبعاد ذكاء الأعمال والتمايز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي.(٢)توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نظم تحليل البيانات كأحد أبعاد ذكاء الأعمال والتمايز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي.(٣)توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نظم دعم الادارة كأحد أبعاد ذكاء الأعمال والتمايز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي.

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠١) بين كل بُعد من أبعاد ذكاء الأعمال (نظم إدارة البيانات - نظم تحليل البيانات - نظم دعم الإدارة) ، والتمايز المؤسسي كأحد أبعاد الميزة التنافسية من ناحية أخرى، حيث جاءت معاملات الارتباط أعلى من ٠,٤٩ ، الأمر الذي يُعد مؤشراً للأثر الإيجابي لأنظمة ذكاء الأعمال على تحقيق التمايز بمؤسسات التعليم العالي.

**الكلمات المفتاحية:** ذكاء الأعمال - نظم إدارة البيانات - نظم تحليل البيانات - نظم دعم الإدارة - التمايز المؤسسي - الميزة التنافسية.

## Summary

The research aims to study a proposed framework for the role of business intelligence in achieving institutional differentiation in higher education institutions, through testing the main hypothesis: "there is a significant relationship between business intelligence and institutional differentiation in higher education institutions," as well as testing the following sub-hypotheses:(1)There is a significant relationship between data management systems as one of the dimensions of business intelligence and institutional differentiation in higher education institutions.(2)There is a significant relationship between data analysis systems as one of the dimensions of business intelligence and institutional differentiation in higher education institutions.(3)There is a significant relationship between management support systems as one of the dimensions of business intelligence and institutional differentiation in higher education institutions.

The results showed that there is a strong direct correlation with statistical significance at a significant level (0.01) between each dimension of business intelligence (data management systems - data analysis systems - management support systems), and institutional differentiation as one of the dimensions of competitive advantage on the other hand, where The correlation coefficients were higher than 0.49, which is an indication of the positive impact of business intelligence systems on achieving differentiation in higher education institutions.

**Keywords:** Business intelligence - data management systems - data analysis systems - management support systems - institutional differentiation - competitive advantage.

## ١ - مقدمة

أظهرت التغيرات السريعة والمستمرة في بيئة الأعمال الحاجة إلى استخدام أساليب إدارية حديثة تعتمد بشكل كبير على تكنولوجيا المعلومات لمواجهة هذه التغيرات، وفي ظل هذا التغيير ظهر مصطلح ذكاء الأعمال كتوجه لمواجهة التحديات التي تواجه منظمات الأعمال من خلال زيادة قدرتها على الاستفادة من البيانات والمعلومات الموجودة لديها لدعم وظائف وأنشطة المنظمة.

كما أن القدرة على الاستغلال الفعال للمعلومات والمعرفة حول سلوكيات العملاء تمثل اليوم قوة تنافسية للمنظمات لأن المنظمات التي تكون قادرة على جمع وتحليل وفهم حجم كبير من البيانات حول عملائها يمكنها تركيز أنشطتها التسويقية وتقديم خدمات متميزة من خلال المعرفة المستخرجة من قواعد ومستودعات البيانات الخاصة بها من خلال الاستعانة بأنظمة ذكاء الأعمال والتي تعمل على توظيف تكنولوجيا المعلومات ومجموعة من النماذج الرياضية والمنهجيات التحليلية للحصول على معلومات ومعرفة مفيدة لتحسين وتطوير جودة القرارات (حسن، ٢٠١٨، ٣٣).

كما تظهر أهمية ذكاء الأعمال في إعطاء المنظمات القدرة على المعرفة المتعمقة حول العوامل المتعلقة بنجاح خطط المنظمة وأهدافها، وتمكينها أيضاً من عمل سجلات لكميات كبيرة من البيانات، وتحليلها، وتقديم تقارير على المستويات التي تدعم الأعمال الإدارية، وتمكنها من صنع قرارات وتنظيم خططها الطويلة والقصيرة، وتنفيذ الطرق الملائمة لإجراءات التحسين والتطوير المستمر (سالم، ٢٠١٨، ١٧).

تعتبر الميزة التنافسية من أهم التحديات التي تواجهها المؤسسات حالياً، وذلك أن درجة التنافس في السوق تُعد من العوامل التي تحدد قدرة المؤسسة على الصمود في وجه منافسيها وضمان استمرارها، وقد دفعت حدة التنافس في السوق الذي تنشط فيه المؤسسة إلى تطبيق أحدث الأساليب الإدارية لمواجهة هذه المنافسة، إذ تقوم المنافسة على مبدأ تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة وذلك بهدف تحديد نقاط القوة والفرص التي تسعى إلى تعزيزها وكذا نقاط الضعف والتهديدات التي تحاول القضاء عليها، وتسعى المنظمات دائماً إلى اكتساب ميزة تنافسية عن طريق استراتيجيات متعددة، منها استراتيجية التمايز المؤسسي والتي تسعى إلى تمييز المؤسسة عن المنافسين من خلال تقديم خدماتها بصورة مختلفة وأكثر تميزاً عن المنافسين (محمود، ٢٠٢٠، ٩١).

## ٢ - مشكلة البحث

تواجه المؤسسات التعليمية اليوم منافسة حادة بسبب المتغيرات والتحديات المتعددة والمتنوعة التي يشهدها الواقع الحالي في شتى المجالات (تكنولوجية - اقتصادية - اجتماعية - سياسية... وغيرها) تلك

التحديات فرضت ضرورة وجود تنوع كبير في أنماط المؤسسات التعليمية وإمكاناتها الأمر الذي جعل هناك منافسة بينها، إذ يزداد الإقبال على المؤسسة التي تتمتع بميزة غير متوفرة في غيرها من المؤسسات الأخرى لذلك تسعى المؤسسات التعليمية إلى تقديم خدمات لعملائها بدرجة عالية من الجودة والتميز، وحينما تصبح لدى المؤسسة التعليمية القدرة على تصميم وإنتاج وتسويق خدمات تعليمية ذات جودة عالية ومتميزة مقارنة بما يقدمه المنافسين الأمر الذي يعطى للمؤسسة التعليمية ميزة تنافسية تمكنها من التفوق على منافسيها وتلبي، وبناء على ما سبق يمكن تلخيص مشكلة البحث في الإجابة على التساؤل التالي:

ما هو دور ذكاء الأعمال في تحقيق التمايز المؤسسي في مؤسسات التعليم العالي؟

### ٣- أهمية البحث

#### ١/٣ - من الناحية العلمية:

يحاول هذا البحث تعميق الفهم بنظم ذكاء الأعمال لما له من أهمية كبيرة حيث أنه يشغل الفكر الإداري في الفترة الحالية، ويعد عنصراً هاماً خاصة في ظل ظروف المنافسة القوية في المنظمات الخدمية بصفة عامة ومؤسسات التعليم العالي في مصر بصفة خاصة، ويساهم هذا البحث في إثراء الأبحاث المتعلقة بذكاء الأعمال وتحقيق التمايز المؤسسي .

#### ٢/٣ - من الناحية التطبيقية:

١/٢/٣ - يستمد البحث أهميته من تفعيل وتطبيق ذكاء الأعمال في مؤسسات التعليم العالي بما يمكنها من زيادة قدرتها التنافسية وما سينتج عنها من تحقيق تكلفة تنافسية مستمرة من خلال كفاءة استخدام مواردها.

١/٢/٣ - أن النجاح في تبنى برامج فعالة لنظم ذكاء الأعمال، سيدعم الميزة التنافسية طويلة الأجل لمؤسسات التعليم العالي في مصر.

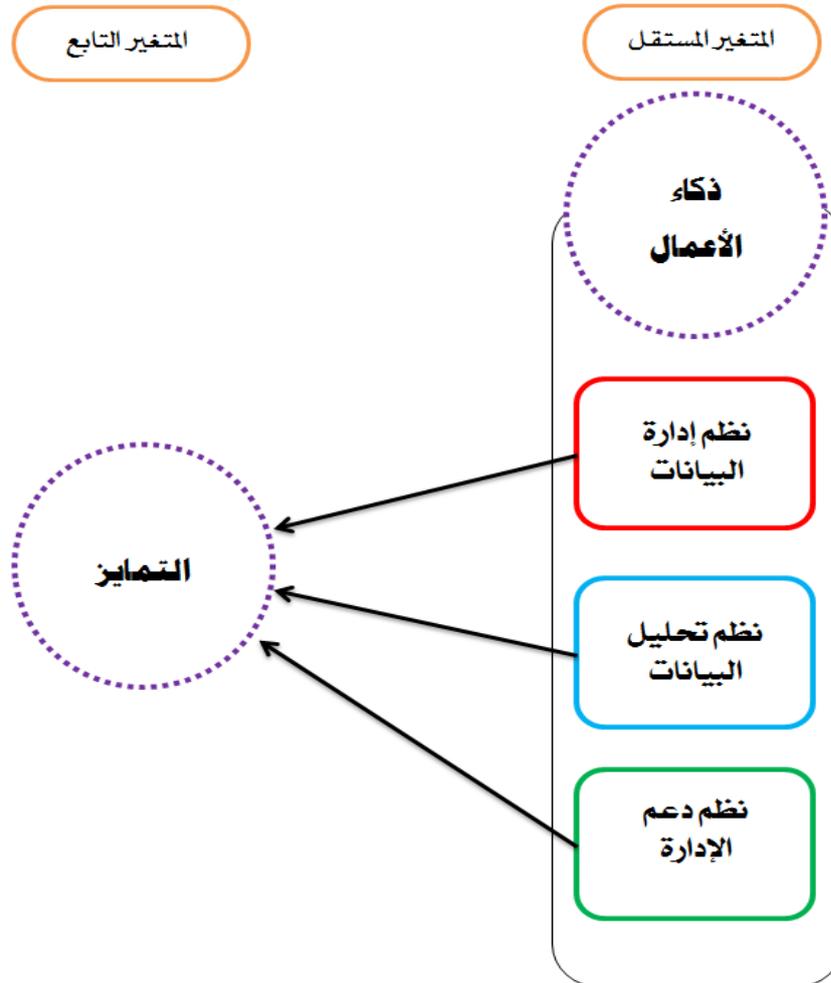
### ٤- أهداف البحث

- ١/٤ - التعرف على أهمية وجود نظم ذكاء الأعمال في مؤسسات التعليم العالي الخاصة في جمهورية مصر العربية.
- ٢/٤ - كيفية الاستفادة من ذكاء الأعمال في تحقيق التمايز المؤسسي والذي يحقق للمؤسسة ريادة تنافسية على المنافسين.

٣/٤- التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي تفيد الباحثين في مجال إدارة الأعمال بصفة عامة ومجال ذكاء الأعمال بصفة خاصة، ومساعدة العاملين في مؤسسات التعليم العالي في تحقيق التمايز المؤسسي.

## ٥- الإطار المقترح

يوضح الشكل التالي النموذج البحثي المقترح لدور أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق التمايز المؤسسي  
شكل رقم (١) الإطار البحثي المقترح



المصدر: من إعداد الباحث

## ٦-فروض البحث

١/٦- الفرض الرئيس :توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نكاء الأعمال وتحقيق التمايز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي"

وينقسم هذا الفرض الرئيسي إلى ثلاثة فروض فرعية هي:

١/١/٦- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نظم ادارة البيانات كأحد أبعاد نكاء الأعمال وتحقيق التمايز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي.

٢/١/٦- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نظم تحليل البيانات كأحد أبعاد نكاء الأعمال وتحقيق التمايز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي.

٣/١/٦- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نظم دعم الادارة كأحد أبعاد نكاء الأعمال وتحقيق التمايز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي.

## ٧-انواع البيانات ومصادرها

تتمثل مصادر جمع البيانات في مصدرين اساسيين هما :

١/٧- البيانات المكتبية: تتمثل في جمع البيانات من الكتب والمجلات العلمية والرسائل العلمية والدوريات.

٢/٧- البيانات الميدانية : تتمثل في جمع البيانات من مصادرها الأولية باستخدام قوائم الاستقصاء والمقابلات من خلال العاملين في مؤسسات التعليم العالي الخاصة.

## ٨-مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث في فئة العاملين في مؤسسات التعليم العالي الخاصة بجمهورية مصر العربية وقد اقتصر الباحث دراسته على الجامعات الخاصة والمعاهد العليا الخاصة نظرا لكونهما الأشهر والاكثرت انتشاراً بين مؤسسات التعليم العالي الخاصة.

وقد تمكن الباحث من الحصول على العدد الاجمالي المقدر لفئة العاملين بمؤسسات التعليم العالي الخاصة من خلال النشرة السنوية للتعليم العالي والصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء , وقد تبين أن عدد هذه الفئة يقدر بحوالي (٢١٣٥٢) في عام ٢٠٢١ تصنف كما يلي:

جدول رقم (١) عدد العاملين في مؤسسات التعليم العالي الخاصة

عدد العاملين	بيان
١١٨١١	الجامعات الخاصة
٩٥٤١	المعاهد العليا الخاصة
٢١٣٥٢	الإجمالي

المصدر: النشرة السنوية للتعليم العالي - الصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠٢١) ص (١٢).

## ٩- عينة البحث

اعتمد البحث على أسلوب العينة العشوائية الطبقية بهدف اعطاء كل مفردة من مفردات المجتمع نفس الفرصة في الاختبار كمفردة من مفردات العينة وبصورة عشوائية، وبالتالي تكون اراء البحث معبرة تماماً عن اراء اعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم والعاملين في مؤسسات التعليم العالي تجاه نكاه الأعمال كمفهوم وأيضاً كتطبيق عملي، ولقد تم تحديد حجم عينة العاملين طبقاً لقانون حجم العينة بمعلومية حجم المجتمع كما يلي (James,2011):

$$n = \frac{3.84 \times 21352 \times 0.5 \times 0.5}{53.3775 + 0.9604} = 377.38 \approx 380$$

والبالغ حجمها بعد التعويض في المعادلة (٣٨٠) مفردة تقريباً وقد تم توزيع هذه العينة من العاملين بالجامعات الخاصة والمعاهد العليا الخاصة طبقاً لقانون النسبة فبلغت عينة العاملين بالجامعات (١٥٧) مفردة، وعينة العاملين بالمعاهد (١٢٤) مفردة.

## ١٠- حدود البحث

حدود موضوعية: تقتصر هذه البحث على تقديم إطار مقترح لدور نكاه الأعمال في تحقيق التمايز المؤسسي.

حدود مكانية: ، تقتصر البحث على مؤسسات التعليم العالي الخاصة في القاهرة الكبرى.

حدود بشرية: تقتصر البحث على العاملين في مؤسسات التعليم العالي الخاصة.

## ١١- منهج البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات حيث يتم التركيز على العينة المختارة للدراسة وتوجيهاتهم، وبعدها يتم تحليل البيانات للوصول إلى أهداف ونتائج ومن ثم اثبات او نفي لفرضيات البحث والاجابة على مشكلتها التطبيقية باستخدام برنامج ( SPSS ).

## الإطار النظري والدراسات السابقة

### أولاً: الدراسات السابقة

#### أ-الدراسات المتعلقة بذكاء الأعمال

(١) دراسة (Mohammed, 2017) بعنوان " The Values of Using Business Intelligence Application in Customer Relationship Management Functions in the Telecommunications Sectoring Oman":

(استخدام تطبيقات ذكاء الأعمال في وظائف إدارة علاقات العملاء في قطاع الاتصالات بسلطنة عمان)

#### هدفت هذه الدراسة إلى

تسليط الضوء على أهمية البحث في تطبيقات ذكاء الأعمال في إدارة علاقات العملاء، ويتم فحص أهمية هذه التطبيقات من خلال تحليل قيمتها في قطاع الاتصالات، وترجع الحاجة الى هذه الدراسة الى محدودية البحوث في تطبيق ذكاء الأعمال في مجال إدارة علاقات العملاء في قطاع الاتصالات، ويعتبر تطبيق ذكاء الأعمال في مجال إدارة علاقات العملاء في قطاع الاتصالات مهم جدا نظرا للمنافسة الشديدة بين مزودي الخدمات، يساهم ذكاء الأعمال في توفير الامكانيات التي تساعد مزودي الخدمات للتنافس عن طريق استخدام البيانات الهائلة، والتي تنتج بسبب استخدام المشتركين لمختلف الخدمات المزودة من قبل هذه الشركات.

#### وقد توصلت هذه الدراسة الى:

أظهرت النتائج العلمية لهذه الرسالة بأن تطبيق نظام ذكاء الأعمال في مجال إدارة علاقات العملاء من وجهة نظر الموظفين ينتج عنه أن للتسويق تأثير إيجابي على فوائد سير العمل وفوائد العملاء، كما أن تطبيق نظام ذكاء الأعمال في المبيعات يؤثر بشكل إيجابي على الفوائد المالية وفوائد الموظفين، وأخيرا يؤثر تطبيق نظام ذكاء الأعمال في خدمات العملاء بشكل إيجابي على فوائد الموظفين. علاوة على ذلك، قدمت هذه الرسالة تحليل مفصل لآثار استخدام ذكاء الأعمال في الوظائف الفرعية لإدارة علاقات العملاء. هذا البحث يقدم التوجيه العملي لفوائد هذا التطبيق، وخصوصا في مجال الاتصالات، لتعزيز الاستثمار في وظائف إدارة علاقات العملاء. كما يضيف هذا البحث قيمة إلى

حصيلة البحث العلمي في مجال تقنيات ذكاء الأعمال ومجال إدارة علاقات العملاء في قطاع الاتصالات بشكل عام.

(٢) دراسة ( أنس، ٢٠١٦) بعنوان " أثر ادارة المعرفة على تطوير العمل الاداري من خلال عمليات ذكاء الأعمال فى الجامعات الاردنية الخاصة "

#### هدفت هذه الدراسة إلى

التعرف على أثر إدارة المعرفة بأبعادها (توليد المعرفة وتشارك المعرفة وتطبيق المعرفة) على تطوير العمل الإداري بأبعاده (التخطيط والتنظيم واتخاذ القرار من خلال عمليات ذكاء الأعمال بأبعاده (خزن البيانات والتقيب عن البيانات والمعالجة التحليلية المباشرة). كما هدفت إلى التعرف على التكامل بين إدارة المعرفة وذكاء الأعمال. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الميدانية، والتي اتبع فيها الباحث الأسلوب الوصفي التحليلي. وتكون مجتمع الدراسة من الجامعات الأردنية الخاصة في إقليم الشمال والبالغ عددها أربع جامعات وهي جامعة إربد الأهلية وجامعة جدارا وجامعة عجلون الوطنية وجامعة جرش الأهلية، أما وحدة المعاينة فتكونت من رؤساء الجامعات ونوابهم وعمداء الكليات ورؤساء الأقسام الأكاديمية والإدارية، وبلغ مجموع العينة من كل الجامعات (١٣٨) تم توزيع الاستبانة عليهم حيث استخدمها الباحث كأداة لجمع البيانات.

#### وقد توصلت هذه الدراسة إلى:

وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة وذكاء الأعمال على تطوير العمل الإداري، كما أظهرت دور ذكاء الأعمال في تعزيز أثر إدارة المعرفة على تطوير العمل الإداري. وعلى ضوء النتائج قدم الباحث مجموعة من التوصيات من أبرزها، هناك أثر واضح لإدارة المعرفة على العمل الإداري في الجامعات الأردنية الخاصة، لذلك يجب وضع خطط إستراتيجية تتبنى من خلالها مفاهيم إدارة المعرفة. يجب الاهتمام أكثر بعمليات ذكاء الأعمال وتوفير ما يلزم لها من بنية تحتية حتى تستطيع الجامعات من تبني مفاهيم إدارة المعرفة، لما أظهرته الدراسة من التكامل الكبير بين ذكاء الأعمال وإدارة المعرفة.

(٣) دراسة ( ناصر، ٢٠١٥) بعنوان " أثر تطبيقات ذكاء الأعمال في ضبط جودة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية الكويتية "

#### هدفت هذه الدراسة إلى

تحليل أثر تطبيقات ذكاء الأعمال في ضبط جودة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية الكويتية ، حيث قام الباحث بإعداد استبانة من محورين، تناول المحور الأول تطبيقات ذكاء الأعمال

وتكون من (١٨) فقرة موزعة على (٣) أبعاد، في حين تناول المحور الثاني ضبط جودة التدقيق الداخلي وتكون من (٢٤) فقرة موزعة على (٣) أبعاد، حيث قام الباحث بتطبيق أداة الدراسة على الموظفين العاملين في أقسام المحاسبة والتدقيق الداخلي في الشركات الصناعية الكويتية بواقع (٣٥٠) فردة، وتم أخذ عينة عشوائية بواقع (٥٠٪) من إجمالي المجتمع بواقع (١٧٥) فردة، وبعد أن قام الباحث بتوزيع الاستبانات وجمعها اتضح أن هناك (٣) استبانات غير مكتملة الإجابة، حيث قام الباحث باستبعادها من التحليل، لتصبح عينة الدراسة النهائية (١٧٢) فردا.

#### وقد توصلت هذه الدراسة إلى:

أظهرت الدراسة في نتائجها أن أثر تطبيقات نكاء الأعمال في ضبط جودة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية الكويتية كان متوسط ، كما أظهرت النتائج أن مستوى ضبط جودة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية الكويتية كان متوسطة، كذلك أظهرت النتائج وجود تأثير ذو دلالة احصائية لتطبيقات نكاء الأعمال في ضبط جودة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية الكويتية. وقدمت الدراسة عددا من التوصيات أهمها حرص إدارات الشركات الصناعية الكويتية على تعزيز مستويات كل من دعم القرار وإدارة المعرفة والتطبيقات التكنولوجية.

#### ب- الدراسات المتعلقة بالميزة التنافسية

(١) دراسة (Sajida, 2017) بعنوان "The Impact of Talent Management on Attaining Competitive Advantage: A Field Study on Jordanian Telecommunications Companies" ( أثر إدارة المواهب على تحقيق ميزة تنافسية: دراسة ميدانية على شركات الاتصالات الأردنية )

#### هدفت هذه الدراسة إلى

هدفت هذه الدراسة إلى بحث أثر ادارة المواهب في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات الأردنية من خلال:

- دراسة أثر اكتشاف المواهب على تحقيق الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الاردنية.
- دراسة أثر توظيف المواهب على تحقيق الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الاردنية.
- دراسة أثر تنمية المواهب على تحقيق الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الاردنية.
- دراسة أثر الاحتفاظ المواهب على تحقيق ميزة تنافسية لشركات الاتصالات الاردنية.

تقديم توصيات سليمة لشركات الاتصالات الأردنية.

#### وقد توصلت هذه الدراسة إلى:

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: هناك مستوى عالي لإدارة المواهب في شركات الاتصالات الأردنية و مستوى عالي للميزة التنافسية في شركات الاتصالات الأردنية وأشارت النتائج أيضا لوجود أثر معنوي لإدارة المواهب في تحقيق الميزة التنافسية . وأوصت الدراسة الشركات المستهدفة بضرورة الاهتمام و الاستثمار في المواهب فهي رأس مال فكري للشركات ومن أهم الأصول بسبب حدة المنافسة بين الشركات في سوق العمل.

(٢) دراسة (Ahmed, 2017) بعنوان " The Role of Marketing Intelligence in Achieving Competitive Advantage :Case Study Internet Service Provider Companies in The Gaza Strip"

(دور الذكاء التسويقي في تحقيق ميزة تنافسية: دراسة حالة لشركات مزودي خدمة الإنترنت في قطاع غزة )

هدفت هذه الدراسة إلى

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. تحديد مفهوم الذكاء التسويقي ، وتوضيح أهميته ، وشرح خطوات إنشاء نظام معلومات السوق.
٢. التعرف على مكونات ومصادر الاستخبارات التسويقية.
٣. توضيح مفهوم واستراتيجيات الميزة التنافسية.
٤. التحقيق في دور الاستخبارات التسويقية في تحقيق الميزة التنافسية لشركات مزودي خدمة الإنترنت في قطاع غزة.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى:

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستخبارات التسويقية ومكوناتها الأربعة (استخبارات المنافس، استخبارات المنتج، استخبارات السوق، استخبارات العملاء) وتحقيق الميزة التنافسية.

كما أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة فيما يتعلق بالاستخبارات التسويقية، وفيما يتعلق بالميزة التنافسية لشركات مزود خدمة الإنترنت في قطاع غزة بسبب المؤهل العلمي .

أوصى الباحث بأن تقوم شركات تزويد خدمات الإنترنت في قطاع غزة بجمع المعلومات من العملاء والأسواق والخدمات والمنافسين من أجل تحقيق الميزة التنافسية. وعلاوة على ذلك، ينبغي على الشركات تزويد خدمات الإنترنت في قطاع غزة للاستفادة من المعلومات التسويقية من أجل كسب العملاء من خلال معرفة طبيعتهم وأنماطهم واتجاهاتهم واحتياجاتهم.

(٣) دراسة (مرودة، ٢٠١٦) بعنوان " إدارة المعرفة كمدخل لتعزيز القدرات التنافسية : دراسة تطبيقية على شركة فودافون مصر " هدفت هذه الدراسة إلى

- معرفة مدى تطبيق شركة فودافون مصر لمدخل إدارة المعرفة.
- تحديد مدى مساهمة هذا المدخل في بناء قدرات تنافسية للشركة.
- تحديد أهم المعوقات التي تؤثر سلباً على عمليات الإدارة الاستراتيجية للمعرفة في شركة فودافون.
- كما استهدفت الدراسة توضيح طبيعة إدارة المعرفة وتحديد مدى إمكانية الاعتماد عليها كتوجه استراتيجي في تدعيم القدرة التنافسية لشركة فودافون مصر.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى:

صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإدارة الاستراتيجية للمعرفة والقدرات التنافسية بشركة فودافون، وأيضاً صحة الفروض الفرعية ووجود تأثير معنوي بين كلٍّ من الثقافة التنظيمية الداعمة للمعرفة، قيادة المعرفة، الهيكل التنظيمي المرن، والتكنولوجيا الفاعلة للمعلومات على الترتيب على القدرات التنافسية بالشركة محل الدراسة. وأخيراً قدمت الباحثة إطاراً مقترحاً لتطبيق مدخل إدارة المعرفة من منظور استراتيجي في شركة فودافون يُمكنها من تحقيق قدرات تنافسية، كما يمكن الاسترشاد بهذا الإطار في شركات المحمول الأخرى لتدعيم موقفها التنافسي في بيئة الأعمال شديدة التنافسية.

### ثانياً: مفهوم ذكاء الأعمال

ينظر إلي ذكاء الأعمال على أنها أنظمة تفاعلية تستخدم تقنيات متعددة ذات آلية عمل مستقلة لتقديم عروضاً معرفية بصيغة تقارير أو رسوم بيانية وصفية من خلال هيكلية وتنقية وتحليل وتكامل كل البيانات ذات الصلة بموضوع الاهتمام والمنتشرة عبر الأنظمة والتطبيقات وقواعد البيانات المختلفة لتقديم المعلومات المطلوبة إلى مديري الأعمال العاملين والمستخدمين وذلك بصورة معالجة تحليلية في الوقت الفعلي المطلوب (شاهين، ٢٠٠٧، ٤٩).

يمكن القول أن أنظمة ذكاء الأعمال عبارة عن " لغة تفاعل تستخدم تقنيات متعددة ذات آلية عمل مستقلة لتقديم عروضاً معرفية على هيئة تقارير أو رسوم بيانية وصفية من خلال هيكلية وتنقية وتحليل وتكامل كل البيانات ذات الصلة بموضوع الاهتمام والموجودة داخل الأنظمة والتطبيقات وقواعد البيانات

المختلفة داخل المنظمة لتلبي استفسارات مديري الأعمال والعاملين والمستخدمين في الوقت المطلوب" (العتيبي، ٢٠١٥، ١١).

يشير مصطلح ذكاء الأعمال إلى "تلك الأنظمة المستندة إلى الأنماط المتطورة من خوارزميات الاسترجاع (Retrieval Algorithms) وعلوم الإحصاء المتقدمة (Statistics) التي كان لها الدور الأساس في نضج تطبيقات نظم ذكاء الأعمال وتكاملها، إذ وصفت هذه الأنظمة بشكل أولي على أنها أدوات لنظم دعم القرارات ومن ثم تطورت نحو تطبيقات نظم المعلومات التنفيذية (Executive Information Systems - EIS)، كما وصفت على أنها نظم تستخدم نظم التنقيب في البيانات (Data Mining Systems) من أجل اكتشاف المعرفة" (ناصر، ٢٠١٩، ٨٢).

### ثالثاً: أهداف ذكاء الأعمال

يهدف ذكاء الأعمال إلى مراقبة الإجراءات والعمليات بغرض تصحيح أى انحراف في الأداء وذلك من أجل صنع قرار أفضل من خلال استخدام معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب حيث يتضمن ذكاء الأعمال عدة أنظمة فرعية تساعد المنظمات على تحسين الأداء وتعزيز ذكاء المنظمة ومساعدتها على التنبؤ بالمستقبل من حيث المتطلبات والتأثيرات بما يساهم في تحسين أداء الأعمال في كل المستويات الإدارية (العتيبي، ٢٠١٥، ١٠).

من جهة أخرى تهدف أنظمة ذكاء الأعمال إلى زيادة قدرة المنظمة على التوسع في تطبيقات وأنظمة الأعمال الجديدة، من خلال دورها في تصنيف وتنظيم المعلومات ومعالجتها بما يخدم إنجاح هذه الممارسات، وكذلك تهدف إلى زيادة ذكاء منظمات الأعمال بشكل عام، والذي يتضح من خلال تحسين العمليات الداخلية وكيفية التعامل مع العملاء، وزيادة قدرة المنظمة على قابلية بناء هياكل للبيانات تستوعب كل بيانات المنظمة وبيئتها الداخلية والخارجية (يونس، ٢٠١٠، ٤١).

وهناك العديد من الأهداف التي تسعى أنظمة ذكاء الأعمال إلى تحقيقها من خلال الاستخدام الأمثل والفعال لتكنولوجيا المعلومات ولعل أبرزها (حسن، ٢٠١٨، ٢٨):

١. نشر المعرفة: وتهدف إلى توفير ونشر المعلومات في كل أقسام المنظمة وليس في قسم محدد ومعين.

٢. تحسين الوظائف الداخلية في المنظمة: وتهدف إلى تحسين جميع وظائف المنظمة الإستراتيجية مثل التخطيط والرقابة وبرامج الموارد البشرية، بالإضافة إلى المجالات المالية والمحاسبية من خلال تكنولوجيا المعلومات.

٣. المساهمة في تعزيز الابتكار والابداع في المنظمة: وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز كل من الإبداع والتجديد والابتكار من خلال ما توفره من المعلومات والامكانيات اللازمة لذلك.

٤. المساهمة في تحقيق الميزة التنافسية: تساهم أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال من خلال ما تقدمه من معلومات ومعارف ومخرجات هامة تفيد المنظمات في تحديد قوتها وضعفها وتحدياتها وفرصها من خلال ما تتيحه من دراسة وتحليل الوضع الحالي والتنبؤ بالأحداث المستقبلية الخاصة بها، وكذلك عمل التحليلات الخاصة بالفرص الاستثمارية المتاحة.

٥. تطوير التعلم والتدريب: تساهم أنظمة ذكاء الأعمال في دعم التعلم والتدريب من خلال ما توفره من امكانيات وموارد تساعد على تطوير الموارد البشرية وكذلك تخفيض التكاليف الخاصة بالتدريب .

٦. تحسن أداء المنظمة: من خلال ما توفره أنظمة ذكاء الأعمال من امكانيات ومعلومات ومعارف وادوات مختلفة مثل إمكانية تحليل أوضاع الأسواق الحالية ودراسة الأسواق الجديدة، بالإضافة إلى قدرتها على تقديم المعلومات اللازمة لتنسيق الأعمال بين مختلف الأقسام الداخلية في المنظمة

#### رابعاً: مكونات نظم ذكاء الأعمال

تتكون نظم ذكاء الأعمال من مجموعة من التقنيات المختلفة والمتنوعة تتكامل فيما بينها لتكوين نظام يتصف بالذكاء يخدم المنظمة لتطوير إمكانياتها بما يساعدها في تحقيق أهدافها، ويتكون النظام من عدة أنظمة فرعية تتمثل في مخزن للبيانات، وأدوات يقوم باستعمالها المستخدم النهائي لتشكيل التقارير من البيانات والمعلومات الموجودة في مستودع البيانات، كما يتضمن أدوات تقوم بالتنقيب في البيانات وتحليل النتائج لاستخلاص علاقات ومعلومات غير مباشرة بين البيانات مثل اكتشاف العلاقة بين منتجين مختلفين إذا تم تقديمهم للعميل مع بعضهما البعض (حسين، ٢٠٠٨، ٣٨).

تتكون نظم ذكاء الأعمال من مجموعة من النظم الفرعية أهمها (غالب، ٢٠٠٦، ١٠٥:١٠٦):

١. مستودعات البيانات: هي تكوينات ديناميكية في نمو متواصل ومستمر طالما كانت أنشطة المعالجة التقليدية لبيانات الأعمال متواصلة وطالما كانت هناك حاجة لاسترجاع المعلومات بهدف دعم

عمليات وأنشطة الإدارة، وتعد مستودعات البيانات بمثابة القاعدة التقنية القوية بجميع نظم المعلومات التي تعمل على أساس الاستجابة الفورية والمرنة لأنشطة الأعمال.

٢. **نظم التنقيب عن البيانات:** تتيح نظم التنقيب عن البيانات استكشاف العلاقات بين عناصر البيانات ولا تقتصر وظائف نظم التنقيب عن البيانات على عن بيانات وعلاقات مفيدة وإنما تعمل أيضا على بناء الارتباطات بين الإدارة والعملاء والموردين وغيرهم، كما تقوم نظم التنقيب عن البيانات بإيجاد نوع من الأنماط الاستنتاجية للبيانات من خلال فحص السجلات الموجودة في ملفات قاعدة البيانات أو في مستودعات البيانات.

٣. **نظم دعم القرارات:** هي نظم تفاعلية محوسبة تمد صانع القرار بالبيانات والنماذج اللازمة لحل المشكلات غير المهيكلية وشبه المهيكلية، وتستطيع تقديم الدعم الكامل لاتخاذ القرارات المصيرية بشكل أسرع وأكثر دقة.

### خامساً: مفهوم الميزة التنافسية في المؤسسات التعليمية

تواجه المؤسسات التعليمية اليوم منافسة حادة في المجتمع وفي سوق التعليم بسبب المتغيرات والتحديات المتعددة والمتنوعة التي يشهدها الواقع الحالي في شتى المجالات (تكنولوجية - اقتصادية - اجتماعية - سياسية... وغيرها) تلك التحديات فرضت ضرورة وجود تنوع كبير في أنماط المؤسسات التعليمية وإمكاناتها وسياساتها وقوانينها وأهدافها وثقافتها وسائر مكوناتها كمنظومة لها مدخلاتها وعملياتها ومخرجاتها، الأمر الذي جعل هناك منافسة بينها في الإقبال عليها إذ يزداد الإقبال على المؤسسة التي تتمتع بميزة غير متوفرة في غيرها من المؤسسات الأخرى لذلك تسعى المؤسسات التعليمية إلى تقديم خدمات لعملائها بدرجة عالية من الجودة والكفاءة، وحينما تصبح لدى المؤسسة التعليمية القدرة على تصميم وإنتاج وتسويق خدمات تعليمية ذات جودة عالية ومنفوقة مقارنة بما يقدمه منافسوها الأمر الذي يعطى للمؤسسة التعليمية ميزة تنافسية تمكنها من أداء الأعمال بشكل أفضل وتقديم كل ما هو جديد بحيث ترضي احتياجات ورغبات عملائها (السيد، ٢٠٢٠، ١٠٠).

مفهوم الميزة التنافسية في المؤسسات التعليمية بشكل خاص يعنى امتلاك المؤسسة التعليمية للموارد والكفاءات التي تمكنها من تقديم خدمات ومخرجات بأقل تكلفة وأعلى جودة، وقدرتها على إنجاز أنشطتها بطريقة متفردة وبما يؤهلها للتفوق على المنافسين (حسين، ٢٠١٥، ١١١).

يشير مفهوم الميزة التنافسية في المؤسسات التعليمية الى العنصر أو المهارة أو الصفة المميزة التي تتيح للمؤسسة التعليمية تقديم خدمات ذات قيمة للمتعاملين معها تزيد عن المؤسسات التعليمية الأخرى(رضوان, ٢٠٢٠, ١١٤١).

من هنا يمكن تعريف الميزة التنافسية للمؤسسات التعليمية بأنها "قدرة المؤسسة التعليمية على تحقيق سمات ومميزات أساسية وجوهرية غير موجودة في غيرها من المؤسسات المناظرة، بحيث يكون لهذه السمات آثار إيجابية كبيرة وواضحة على مخرجات المؤسسة و على سمعتها الاجتماعية مما يزيد من إقبال المستفيدين على التسجيل والالتحاق بها، بحيث يكون لدى المؤسسة القدرة على الاحتفاظ بهذه السمات والمميزات واستدامتها في المستقبل للأجيال القادمة"(السيد, ٢٠٢٠, ١٠١).

### سادساً: أهمية تحقيق الميزة التنافسية

تمثل الميزة التنافسية مقياساً أساسياً للمؤسسات الناجحة، لأن المنظمات الناجحة هي التي توجد بها نماذج جديدة للميزة التنافسية باستمرار، وبروز هذا المفهوم وهيمنته على مختلف التوجهات جعله مهما بالنسبة للمنظمات، بوصفه أحد الخيارات التي تلجأ إليها المنظمة للتكيف والتلاؤم مع متطلبات المنافسة والتفوق على المنافسين وتظهر أهميتها في النقاط التالية(الغالبى وادريس، ٢٠٠٩، ١١٣):

تظهر أهمية الميزة التنافسية للمنظمات من خلال وضوح عدة جوانب ذات أهمية كبيرة تسعى المنظمات بصفة مستمرة نحو القيام بتبنيها باعتبارها تعمل على خلق الابتكار والتجديد، وتحديد مركز تنافسي يميزها عن مثيلاتها من المنظمات التي تعمل في نفس النشاط، ويُعد الوضع التنافسي القوى مصدراً لجذب أكبر عدد من العملاء، كما ان التحديات الى تواجه المنظمات سواء كانت محلية أو عالمية وخاصة في ظل التطورات التكنولوجية الحالية فرضت عليها الاهتمام بمفهوم الميزة التنافسية لأنها تساهم في تحقيق ما يلي (محمود، ٢٠٢٠، ٩٧):

١. تطوير سلع أو خدمات جديدة.
٢. إيجاد أسواق متطورة وجديدة.
٣. إيجاد منافذ توزيع جديدة.
٤. إيجاد وسائل تكنولوجية جديدة تؤدي إلى تخفيض تكلفة السلع والخدمات.
٥. إيجاد مواد خام جديدة.
٦. تطوير مراكز مالية قوية للمنظمة.
٧. زيادة الحصة السوقية للسلع والخدمات التي تطرحها المنظمة في الأسواق المستهدفة.

## سابعاً: مفهوم التمايز المؤسسي كأحد أبعاد الميزة التنافسية

هو مفهوم يقوم على أساس تمييز منتجات وخدمات المؤسسة عن باقي المنتجات والخدمات التي يقدمها المنافسون، ويتوقف ذلك على ما يتم إشباعه لدى العملاء بشكل مختلف عما يشبعه المنافسون ليتناسب مع حاجاتهم ورغباتهم خصوصاً أولئك الذين يهتمون بالتمييز و الجودة أكثر من اهتمامهم بالسعر حيث تسعى المؤسسة إلى أن تكون فريدة في مجالها وفقاً لبعض الأبعاد التي يحتاجها العملاء .

لكي تحقق المؤسسة التميز يجب أن يكون المنتج المميز غير قابل للتقليد من طرف المنافسين أو على الأقل صعب التقليد ، كما يجب أن يكون العميل مقدرًا لهذا التميز وعلى استعداد أن يدفع ثمنه بالإضافة إلى وضوح التميز من خلال المنفعة التي تعود على العميل من وراء استخدام المنتجات والخدمات المميزة ويجب الإشارة إلى أن وسائل التمايز خاصة بكل صناعة أي أنها تختلف باختلاف نشاط المؤسسة حيث يمكن أن يعتمد التمايز على المنتج نفسه ، ونظام التسليم الذي يتم بيعه من خلاله ، وطريقة التسويق ، ونواحي التمييز عديدة لتعدد رغبات وحاجات العملاء ، فالجودة العالية ، انخفاض تكلفة الصيانة، سهولة استخدام والحصول على المنتج ، تسهيلات الدفع، دقة مواعيد التسليم، سرعة تلبية الطلب، طول عمر المنتج، كلها خصائص ومقاييس يمكن أن تتبعها المؤسسة كوسائل للتمييز الصعوبة الأساسية في إتباع هذه الاستراتيجية هي أن المنافسين سرعان ما يقلدون الأفكار الجديدة خاصة المعتمدة على التطور التكنولوجي، و ذلك بشراء التكنولوجيا التي تمكنهم من إضافة خصائص جديدة لمنتجاتهم وحسب Porter فإن التميز سيكون ذو تكلفة عالية نسبياً مع الأخذ بعين الاعتبار أن استراتيجية التميز تتطلب تحقيق تقارب في تكلفة المنتج مقارنة بالمنافسين، لذا فعندما تحقق مؤسسة ما التميز في منتجاتها يجب عليها بيعها بسعر أعلى لكي تستفيد من هامش ربح ناتج التميز (Porter, 2008, 14).

## الإطار العملي

أهتم هذا البحث بالتعرف على الدور الذي يلعبه ذكاء الأعمال في تحقيق التمايز المؤسسي داخل مؤسسات التعليم العالي الخاصة من وجهة نظر العاملين بتلك المؤسسات، وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي (Analytical Descriptive Design) لأنه أكثر وأنسب المناهج البحثية لموضوع البحث من خلال جمع البيانات والمعلومات حيث يتم التركيز على العينة المختارة للدراسة وتوجيهاتهم، كما يساعد في تنظيم البيانات ووصف تفسيرها في عبارات واضحة ومحددة للوصول إلى حقائق دقيقة عن الوضع

القائم وبعدها يتم تحليل البيانات للوصول إلى أهداف ونتائج ومن ثم اثبات او نفي لفرضيات الدراسة والاجابة على مشكلتها باستخدام برنامج ( SPSS ).

### أولاً: ضبط وتقييم نماذج القياس

يقصد بنماذج القياس Measurement Models النماذج التي تحدد العناصر أو المؤشرات لكل عامل، وقياس مدى تمثيل تلك المؤشرات لكل عامل، أي أنها هي النماذج التي تربط بين العناصر المشاهدة Observed Items والمتغيرات غير المشاهدة (الكامنة) Unobserved (Latent) Variables. ويطلق على هذه النماذج أيضاً مصطلح التحليل العاملي التوكيدي Confirmatory Factor Analysis (CFA)) حيث يتم التأكيد على أن العناصر المستخدمة في تمثيل المتغير هي فعلاً ممثلة له.

### أ- تقييم صدق وثبات نموذج قياس نظم إدارة البيانات

جدول رقم (٢)

نتائج تقييم صدق وثبات نموذج قياس نظم إدارة البيانات

جودة النموذج			ثبات الاتساق الداخلي	صدق التقارب				المتغير الكامن	الرمز
مؤشر التبسيط PR	جودة المطابقة المقارن CFI	جذر متوسط مربعات الخطأ التقريبي RMSEA	الثبات المركب (CR)	متوسط التباين المستخلص AVE	ثبات المؤشر	خطأ القياس	معاملات التحميل المعيارية		
٠,٩٧٨	٠,٨٧٩	٠,٠٨٣	٨٢,٨٨٦	٨٤,١٢٤	٠,٤٩٠	٠,٢٧٢	٠,٧	X1_1	
					٠,٢٣٠	٠,٨٧٣	٠,٤٨	X1_2	
					٠,٤٧٥	٠,٢٩	٠,٦٨٩	X1_3	
					٠,٤١٧	٠,٣٦٥	٠,٦٤٦	X1_4	
					٠,٥٨٧	٠,١٨٤	٠,٧٦٦	X1_5	
					٠,٦٠٧	٠,١٦٩	٠,٧٧٩	X1_6	
					٠,٤٣٠	٠,٣٤٥	٠,٦٥٦	X1_7	
					٠,٤٦٥	٠,٣	٠,٦٨٢	X1_8	
					٠,٥٧٦	٠,١٩٢	٠,٧٥٩	X1_9	
					٠,٥٠٦	٠,٢٥٦	٠,٧١١	X1_10	

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الاحصائي من برنامج SPSS26

يتضح من الجدول أن قيم متوسط التباين المستخلص (AVE) لمؤشرات متغير نظم إدارة البيانات جاءت (٩٢,٦٤٧) وهي أعلى من الحد الأدنى المطلوب والبالغ (٠,٥٠) وبالتالي تعتبر جميع مقاييس تلك المتغيرات ذات مستويات مرتفعة من صدق التقارب.

جاءت قيم مؤشر الثبات المركب (CR) لمؤشرات متغير نظم إدارة البيانات (٨٨.٢٤٥) وهي أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو (٠,٧) وبالتالي فهي تعد برهاناً على تمتع جميع مقاييس تلك المتغيرات بمستويات مرتفعة من ثبات الاتساق الداخلي، وأخيراً جاءت قيمة جذر متوسط مربعات خطأ التقريب (RMSEA) أقل من ٠,٠٥ وبلغت قيمة مؤشر جودة المطابقة المقارن (CFI) أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو ٠,٩٠ وبلغت قيمة مؤشر التبسيط المعدل (PR (0.979 وهي أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو (٠,٩٥) مما يدل على أن نموذج قياس متغير نظم إدارة البيانات متطابق بصورة جيدة.

### ب-تقييم صدق وثبات نموذج قياس نظم تحليل البيانات

جدول رقم (٣)

نتائج تقييم صدق وثبات نموذج قياس نظم تحليل البيانات

جودة النموذج			ثبات الاتساق الداخلي	صدق التقارب			الرمز	المتغير الكامن
مؤشر التبسيط المعدل PR	جودة المطابقة المقارن CFI	جذر متوسط مربعات الخطأ التقريبي RMSEA	الثبات المركب (CR)	متوسط التباين المستخلص AVE	ثبات المؤشر	خطأ القياس		
٠,٩٧٨	٠,٩١١	٠,٠٢٠	٩٠,٩٤٣	٦٣,٧٦٧	٠,٦٥١	٠,١٩٦	٠,٨٠٧	X2_1
					٠,٤٦٢	٠,٤٢٧	٠,٦٨	X2_2
					٠,٧٤٠	٠,١٢٩	٠,٨٦	X2_3
					٠,٥٤٨	٠,٣٠٣	٠,٧٤	X2_4
					٠,٦٤٨	٠,١٩٨	٠,٨٠٥	X2_5
					٠,٥٦١	٠,٢٨٦	٠,٧٤٩	X2_6
					٠,٧١١	٠,١٤٩	٠,٨٤٣	X2_7
					٠,٥١٣	٠,٣٤٨	٠,٧١٦	X2_8
					٠,٥٥٧	٠,٢٩١	٠,٧٤٦	X2_9
					٠,٤٩٧	٠,٣٧٢	٠,٧٠٥	X2_10

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي من برنامج SPSS26

يتضح من الجدول أن قيم متوسط التباين المستخلص (AVE) لمؤشرات متغير نظم تحليل البيانات جاءت (٦٣,٧٦٧) وهي أعلى من الحد الأدنى المطلوب والبالغ (٠,٥٠) وبالتالي تعتبر جميع مقاييس تلك المتغيرات ذات مستويات مرتفعة من صدق التقارب.

جاءت قيم مؤشر الثبات المركب (CR) لمؤشرات متغير نظم تحليل البيانات (٩٠,٩٤٣) وهي أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو (٠,٧) وبالتالي فهي تعد برهاناً على تمتع جميع مقاييس تلك المتغيرات بمستويات مرتفعة من ثبات الاتساق الداخلي، وأخيراً جاءت قيمة جذر متوسط مربعات خطأ التقريب (RMSEA) أقل من ٠,٠٥ وبلغت قيمة مؤشر جودة المطابقة المقارن (CFI) أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو ٠,٩٠ وبلغت قيمة مؤشر التبسيط المعدل PR (٠,٩٧٨) وهي أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو (٠,٩٥) مما يدل على أن نموذج قياس متغير نظم تحليل البيانات متطابق بصورة جيدة.

### ج- تقييم صدق وثبات نموذج قياس نظم دعم الإدارة

جدول رقم (٤)

نتائج تقييم صدق وثبات نموذج قياس نظم دعم الإدارة

جودة النموذج			ثبات الاتساق الداخلي	صدق التقارب			الرمز	المتغير الكامن
مؤشر التبسيط المعدل PR	جودة المطابقة المقارن CFI	جذر متوسط مربعات الخطأ التقريبي RMSEA	الثبات المركب (CR)	متوسط التباين المستخلص AVE	ثبات المؤشر	خطأ القياس		
٠,٩٧٦	٠,٩١٣	٠,٠٣٢	٩١,٥٣٢	٩٤,٦١٤	٠,٧١١	٠,٢٠٤	٠,٨٤٣	X3_1
					٠,٧٢٤	٠,١٩	٠,٨٥١	X3_2
					٠,٧٩٦	٠,١٢٨	٠,٨٩٢	X3_3
					٠,٨٠١	٠,١٢٤	٠,٨٩٥	X3_4
					٠,٦٥٨	٠,٢٥٩	٠,٨١١	X3_5
					٠,٧٨٧	٠,١٣٥	٠,٨٨٧	X3_6
					٠,٧١٤	٠,٢	٠,٨٤٥	X3_7
					٠,٦٥٨	٠,٢٦	٠,٨١١	X3_8
					٠,٦٧٧	٠,٢٣٧	٠,٨٢٣	X3_9
					٠,٦١٨	٠,٣٠٩	٠,٧٨٦	X3_10

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي من برنامج SPSS26

يتضح من الجدول أن قيم متوسط التباين المستخلص (AVE) لمؤشرات متغير نظم دعم الإدارة جاءت (٩٤,٦١٤) وهي أعلى من الحد الأدنى المطلوب والبالغ (٠,٥٠) وبالتالي تعتبر جميع مقاييس تلك المتغيرات ذات مستويات مرتفعة من صدق التقارب.

جاءت قيم مؤشر الثبات المركب (CR) لمؤشرات متغير نظم دعم الإدارة (٩١,٥٣٢) وهي أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو (٠,٧) وبالتالي فهي تعد برهاناً على تمتع جميع مقاييس تلك المتغيرات بمستويات مرتفعة من ثبات الاتساق الداخلي، وأخيراً جاءت قيمة جذر متوسط مربعات خطأ التقريب (RMSEA) أقل من ٠,٠٥ وبلغت قيمة مؤشر جودة المطابقة المقارن (CFI) أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو ٠,٩٠ وبلغت قيمة مؤشر التبسيط المعدل PR (٠,٩٧٦) وهي أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو (٠,٩٥) مما يدل على أن نموذج قياس متغير نظم دعم الإدارة متطابق بصورة جيدة.

#### د- تقييم صدق وثبات نموذج قياس التمايز

جدول رقم (٥)

نتائج تقييم صدق وثبات نموذج قياس التمايز

جودة النموذج			ثبات الاتساق الداخلي	صدق التقارب			الرمز	المتغير الكامن (Y)
مؤشر التبسيط المعدل PR	جودة المطابقة المقارن CFI	جذر متوسط مربعات الخطأ التقريبي RMSEA	الثبات المركب (CR)	متوسط التباين المستخلص AVE	ثبات المؤشر	خطأ القياس		
٠,٩٧٧	٠,٩١٢	٠,٠٤١	٩١,٣٤٨	٩٢,٧٣١	٠,٦٠٥	٠,٤٤٥	٠,٧٧٨	Y_1
					٠,٧٤٣	٠,٢٣٦	٠,٨٦٢	Y_2
					٠,٦٨١	٠,٣٢	٠,٨٢٥	Y_3
					٠,٦٩٤	٠,٣٠١	٠,٨٣٣	Y_4
					٠,٧٣٦	٠,٢٤٤	٠,٨٥٨	Y_5
					٠,٦٨٩	٠,٣٠٩	٠,٨٣	Y_6
					٠,٧٩٠	٠,١٨١	٠,٨٨٩	Y_7
					٠,٨٣٤	٠,١٣٧	٠,٩١٣	Y_8
					٠,٨١٧	٠,١٥٣	٠,٩٠٤	Y_9
					٠,٧٧٨	٠,١٩٦	٠,٨٨٢	Y_10

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي من برنامج SPSS26

يتضح من الجدول أن قيم متوسط التباين المستخلص (AVE) لمؤشرات متغير التمايز جاءت (٩٢,٧٣١) وهي أعلى من الحد الأدنى المطلوب والبالغ (٠,٥٠) وبالتالي تعتبر جميع مقاييس تلك المتغيرات ذات مستويات مرتفعة من صدق التقارب.

جاءت قيم مؤشر الثبات المركب (CR) لمؤشرات متغير التمايز (٩١,٣٤٨) وهي أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو (٠,٧) وبالتالي فهي تعد برهاناً على تمتع جميع مقاييس تلك المتغيرات بمستويات مرتفعة من ثبات الاتساق الداخلي، واخيراً جاءت قيمة جذر متوسط مربعات خطأ التقريب (RMSEA) أقل من ٠,٠٥ وبلغت قيمة مؤشر جودة المطابقة المقارن (CFI) أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو ٠,٩٠ وبلغت قيمة مؤشر التبسيط المعدل PR (٠,٩٧٧) وهي أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو (٠,٩٥) مما يدل على أن نموذج قياس متغير التمايز متطابق بصورة جيدة.

### ثانياً: نتائج اختبار فروض البحث

لغرض اختبار فروض البحث قام الباحث بتقييم معنوية تقديرات معاملات الانحدار REGRESION coefficients estimates استناداً إلى مقارنة قيم t المحسوبة Empirical t values بقيم t الجدولية أو النظرية Critical or theoretical t values والتي تبلغ  $\pm 1,96$  عند مستوى معنوية ٠,٠٥ ، ٠,٠١ على التوالي، وذلك استناداً إلى القاعدة الخاصة باقتراب توزيع t من التوزيع الطبيعي عند زيادة حجم العينة (عدد المشاهدات) عن ٣٠ مفردة.

### اختبار الفرض الرئيس

قبل استخدام طريقة المربعات الصغرى LS لتقدير النموذج الهيكلي الخاص بالفرض الأول والذي يأخذ الشكل التالي:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \epsilon$$

حيث إن:

Y: تشير إلى التمايز

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3$ : هي عبارة عن قيم معاملات الانحدار التي يتم تقديرها.

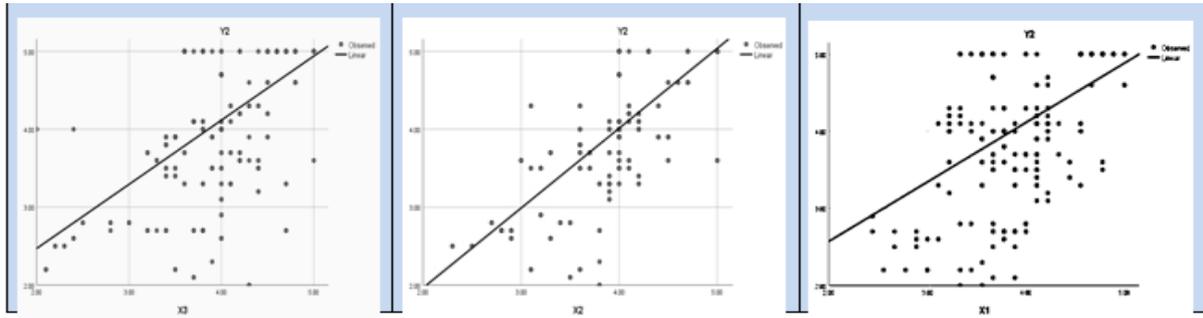
$X_1, X_2, X_3$ : هي عبارة عن قيم المتغيرات المستقلة. (نظم إدارة البيانات، نظم تحليل البيانات، نظم دعم الإدارة)

$\epsilon$ : تشير إلى خطأ التنبؤ.

قام الباحث بالتأكد وجود علاقات خطية بين التمايز كمتغير تابع، وكل بُعد من أبعاد نظم ذكاء الأعمال (نظم إدارة البيانات، نظم تحليل البيانات، نظم دعم الإدارة) كمتغيرات مستقلة، وذلك من خلال تمثيل تلك العلاقات بيانياً كما يوضحها الشكل التالي:

شكل رقم (٢)

طبيعة العلاقة بين أنظمة ذكاء الأعمال كمتغيرات مستقلة، والتمايز كمتغير تابع



المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي من برنامج SPSS26

يتضح من الشكل السابق أن كل متغير من المتغيرات المستقلة (نظم إدارة البيانات، نظم تحليل البيانات، نظم دعم الإدارة) يرتبط بعلاقة خطية مقبولة بالتمايز كمتغير تابع. وفيما يلي النتائج الإحصائية لطريقة المربعات الصغرى LS المتعلقة بتقييم النموذج الهيكلي للفرض الأول.

جدول رقم (٦)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد المتعلقة بأختبار الفرض الرئيس

معامل تضخم التباين (VIF)	نتيجة اختبار الفروض	الترتيب	قيم P	قيم T	معاملات الانحدار المعيارية	الخطأ المعياري	معاملات الانحدار اللامعيارية	الفرض الرئيسي الثاني
١,٧٧٣	معنوي	٣	**٠,٠٠٧	١,٨١٥	٠,٠٧٦	٠,٠٦٦	٠,١٢٠	ف٢ أ $y \leftarrow x_1$
١,٦٨٧	معنوي	١	**٠,٠٠٠	١٧,٠٩١	٠,٧٠٠	٠,٠٥٣	٠,٩٠٦	ف٢ ب $y \leftarrow x_2$
٢,١١٨	معنوي	٢	**٠,٠٠٦	١,٨٣٣	٠,٠٨٤	٠,٠٦٧	٠,١٢٢	ف٢ ج $y \leftarrow x_3$
			٠,٠١٠	٢,٦٠٠-	-	٠,٢١٧	-٠,٥٦٥	قيمة ثابت الانحدار (A)
١,٨٦٢		اختبار درين واتسون				٠,٨٠٠		قيمة معامل الارتباط R
٢١٤,٢٨٨		قيمة F		تحليل التباين ANOVA		٠,٦٤٠		قيمة معامل الارتباط R <sup>2</sup>
٠,٠٠٠		قيمة P				٠,٦٣٧		قيمة معامل التحديد المعدل
** معاملات الانحدار دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١								
في الجدول الموضح أعلاه، X <sub>1</sub> تشير إلى نظم إدارة البيانات، X <sub>2</sub> تشير إلى نظم تحليل البيانات ، X <sub>3</sub> تشير إلى نظم دعم الإدارة، Y تشير إلى التمايز								

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي من برنامج SPSS26 يستعرض الباحث فيما يلي تفسير نتائج أختبار الفروض فيما يتعلق بتفسير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع، كما قام الباحث بترتيب كل متغير من المتغيرات المستقلة للدراسة، في التأثير على المتغير التابع، وذلك استناداً إلى معاملات الانحدار المعيارية، وفيما يلي نتائج تفسير تأثير نظم ذكاء الأعمال بأبعادها على التمايز:

- **أختبار الفرض الفرعي الأول:** يتضح من النتائج أن هناك تأثير معنوي لبُعد نظم إدارة البيانات علي بُعد التمايز كأحد أبعاد الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم العالي، حيث بلغت قيمة (p) = ٠,٠٠٧ وهي أقل من ١٪، مما يدل أن هناك تأثير جوهري لهذا البُعد بدرجة ثقة ٩٩٪، وبلغت قيمة معامل الأنحدار (٠,١٢٠).

وبناءً على ما سبق تم قبول الفرض الفرعي الأول والذي ينص على " توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نظم ادارة البيانات كأحد أبعاد نكاء الأعمال وبين التمايز كأحد أبعاد الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم العالي".

- **أختبار الفرض الفرعي الثاني :** يتضح من النتائج أن هناك تأثير معنوي لبُعد نظم تحليل البيانات على بُعد التمايز كأحد أبعاد الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم العالي، حيث بلغت قيمة  $(p) = 0,000$  وهي أقل من ١٪، مما يدل أن هناك تأثير جوهري لهذا البُعد بدرجة ثقة ٩٩٪، قيمة معامل الانحدار = ٠,٩٠٦) وبالتالي تم قبول الفرض الفرعي الثاني والذي ينص على " توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نظم تحليل البيانات كأحد أبعاد نكاء الأعمال وبين التمايز كأحد أبعاد الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم العالي".

- **أختبار الفرض الفرعي الثالث :** يتضح من النتائج أن هناك تأثير معنوي لبُعد نظم دعم الإدارة على بُعد التمايز كأحد أبعاد الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم العالي، حيث بلغت قيمة  $(p) = 0,006$  وهي أقل من ١٪، مما يدل أن هناك تأثير جوهري لهذا البُعد بدرجة ثقة ٩٩٪، قيمة معامل الانحدار = ٠,١٢٢) وبالتالي تم قبول الفرض الفرعي الثالث والذي ينص على " توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نظم دعم الادارة كأحد أبعاد نكاء الأعمال وبين التمايز كأحد أبعاد الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم العالي".

تلك النتائج قادت الباحث إلى قبول الفرض الرئيس الثاني والذي ينص على " توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين نكاء الأعمال وبُعد التمايز كأحد أبعاد الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم العالي".

بالتالي يتمثل نموذج الانحدار المتعدد المقدر علي النحو التالي

$$Y_2 = 0,565A + 0,120x_1 + 0,906x_2 + 0,122x_3$$

يتضح من النموذج المقدر أن بُعد نظم تحليل البيانات هو الأكثر تأثيراً على بُعد التمايز حيث أن التحسن في نظم تحليل البيانات يؤدي إلى تحسن التمايز بمقدار (٠,٩٠٦) يليه بُعد نظم دعم الإدارة ثم يأتي بُعد نظم إدارة البيانات.

### ثالثاً: النتائج

انطلاقاً من معطيات وأدبيات الدراسة، وفي ضوء نتائج الدراسة الميدانية، ومن واقع التحليل الإحصائي الذي قامت به

الدراسة، يرى الباحث أن أهم نتائج هذه الدراسة هي ما يلي:

١. وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠١) بين كل بُعد من أبعاد نكاء الأعمال (نظم إدارة البيانات - نظم تحليل البيانات - نظم دعم الإدارة) ، و التمايز المؤسسي كأحد أبعاد الميزة التنافسية من ناحية أخرى، حيث جاءت معاملات الارتباط أعلى من ٠,٤٩، الأمر الذي يُعد مؤشراً للأثر الإيجابي لأنظمة نكاء الأعمال على تحقيق التمايز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي.
٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وفقاً لاختبار كاي<sup>٢</sup> بين الفئتين محل الدراسة (بالجامعات والمعاهد الخاصة) بشأن نظم نكاء الأعمال قد يرجع إلى اختلاف الأدوات البرمجية وتباين الإمكانيات والقدرات والبنية التحتية التي تمتلكها كل منها.
٣. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وفقاً لاختبار كاي<sup>٢</sup> بين الفئتين محل الدراسة (بالجامعات والمعاهد الخاصة) حول التمايز المؤسسي الخاص بكل منهم قد يرجع إلى اختلاف القدرات والإمكانيات والبنية التحتية لكل منهم .
٤. يعد بُعد نظم تحليل البيانات كأحد أبعاد نظم نكاء الأعمال هو البعد الأكثر تأثيراً على التمايز المؤسسي كأحد أبعاد الميزة التنافسية الأمر الذي يعد مؤشراً لكون هذا البعد هو الأعلى ارتباطاً بـ بُعد التمايز والذي يمكن المؤسسة من تقديم خدمات متميزة عن منافسيها بما يعزز ميزتها التنافسية بشأن التمايز المؤسسي.

#### رابعاً: التوصيات

في ضوء نتائج البحث، ومن واقع التحليل الإحصائي الذي قامت به ، يرى الباحث أن أهم التوصيات التي يمكن أن يقدمها هي ما يلي:

١. يفضل أن تستمر إدارة مؤسسات التعليم العالي في الاهتمام بأنظمة نكاء الأعمال لثبوت مدى ارتباطها بتحقيق التمايز المؤسسي.
٢. يتوجب على القائمين بإدارة المعاهد العليا الخاصة زيادة الاهتمام بأنظمة نكاء الأعمال والسعي إلى امتلاك الأدوات البرمجية المتميزة وكذلك تطوير الإمكانيات والبنية التكنولوجية التي تمتلكها .
٣. يتوجب على القائمين بإدارة المعاهد العليا الخاصة زيادة الاهتمام بالبنية المادية من أجل رفع القدرة المؤسسية وزيادة القدرات والإمكانيات لتحقيق التمايز المؤسسي.

٤. يفضل استمرار الاهتمام ببُعد نظم تحليل البيانات كأحد أبعاد نظم نكاء الاعمال لأنه البُعد الأكثر تأثيراً على التمايز كأحد أبعاد الميزة التنافسية والذي يمكن المؤسسة من تقديم خدمات متميزة عن منافسيها بما يعزز ميزتها التنافسية بشأن التمايز المؤسسي.

## المراجع

### أولاً: المراجع باللغة العربية

١. غرابية، أنس محمد، (٢٠١٦)، "أثر ادارة المعرفة على تطوير العمل الاداري من خلال عمليات نكاء الأعمال في الجامعات الاردنية الخاصة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة عمان، الاردن.
٢. حسن، هدى علي، (٢٠١٨)، "أثر نظم المعلومات الإدارية على نكاء الأعمال"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة عمان، الأردن.
٣. حسين، محمد جاد، (٢٠١٥)، "متطلبات تطبيق ستة سيجما لتحقيق الميزة التنافسية بالجامعات"، مجلة كلية التربية، العدد ٣٩، كلية التربية، جامعة عين شمس، مصر.
٤. حسين، سعد مهدي، (٢٠٠٨)، " اثر رأس المال البشري الاستراتيجي وعناصر النجاح الحرجة في تفوق المنظمات"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق.
٥. رضوان، وائل وفيق، (٢٠٢٠)، "المهارات القيادية مدخلا لتحقيق الميزة التنافسية بمؤسسات التعليم قبل الجامعي"، المجلة التربوية، العدد ٧٤، كلية التربية، جامعة سوهاج، مصر.
٦. السيد، نادية حسن، (٢٠٢٠)، "الريادة الاستراتيجية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات التعليمية"، مجلة مستقبل التربية العربية، العدد ١٢٥، مجلد ٢٧، المركز العربي للتعليم والتنمية، القاهرة، مصر.
٧. شاهين، مازن، (٢٠٠٧)، "تقييم المنافع المتحققة من انظمة نكاء الأعمال في خلق القيمة للمنظمات: دراسة تشخيصية وتحليلية لشركتي عراقنا والاثير للاتصالات الخلوية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق.
٨. العتيبي، ناصر محمد، (٢٠١٥)، "أثر تطبيقات نكاء الأعمال في ضبط جودة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية الكويتية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

٩. غالب، سعد ياسين ، (٢٠٠٦)، "أساسيات نظم المعلومات الإدارية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
١٠. الغالبي، طاهر حسن ، وادريس، وائل محمد، (٢٠٠٩)، "الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
١١. القصيمي، محمد مصطفى، و يونس، مصطفى نعمة، (٢٠١٢)، "توظيف ذكاء الأعمال في تطوير باقة الأداء المتوازنة"، ورقة بحثية مقدمة إلى: المؤتمر العلمي الثاني عشر بعنوان: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، الاردن.
١٢. محمود، محمد على، (٢٠٢٠)، " إطار مقترح لدور جودة الخدمة في العلاقة بين إدارة علاقات العملاء والميزة التنافسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
١٣. مروة محمد طه، (٢٠١٤)، " إدارة المعرفة كمدخل لتعزيز القدرات التنافسية : دراسة تطبيقية على شركة فودافون مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة بنها، مصر.
١٤. ناصر، عامر عبدالرازق، (٢٠١٩)، "إدارة المعرفة في إطار نظم ذكاء الأعمال"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
١٥. يونس، مصطفى، (٢٠١٠)، "استخدام ذكاء الأعمال لإدارة الأداء: نظام مقترح للحكومات المحلية في العراق"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الموصل، العراق.

#### ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

1. Ahmad, Hisham Al-Saqqa, (2017), " The Role of Marketing Intelligence in Achieving Competitive Advantage :Case Study Internet Service Provider Companies in The Gaza Strip", Master Thesis, Faculty of Commerce, Islamic University of Gaza, Palestine.
2. Mohammed, Al-Zadjali, (2017), " The Values of Using Business Intelligence Application in Customer Relationship Management Functions in the Telecommunications Sector in Oman: Employees' Perspective", Master Thesis, Faculty of Economics and Political Science, Sultan Qaboos University, Sultanate of Oman.
3. Porter, Michael. (2008), Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance with new Introduction. Simon and Schuster, USA.
4. Sajida, Ahmad Al-Hadid, (2017), " The Impact of Talent Management on Attaining Competitive Advantage : A Field Study on Jordanian Telecommunications Companies", Master Thesis, Faculty of Business, Middle East University, Jordan.