

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للمناجنت

القطب الجامعي القليعة



مذكرة نهاية الدراسة

للحصول على ماستر مهني في التخصص:

"مناجنت الاستراتيجي ونظام المعلومات"

أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق ميزة تنافسية

دراسة حالة: شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية

من تأطير:

د. مسعود زروتي

من إعداد:

إيمان مخربش

تمت مناقشة المذكرة يوم 10 جوان 2023 أمام لجنة المناقشة المتكونة من:

رئيسا	مهدي بوشطارة
ممتحنا	عمر قاضي
مشرفا	مسعود زروتي

جوان 2023

ملخص

يهدف هذا العمل إلى التعرف على مدى تأثير الذكاء الاقتصادي في تحقيق ميزة تنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية، وللقيام بذلك، قمنا باستخدام نهج كمي، ولتحقيق ذلك قمنا بتوزيع استبيان على عينة من عمالي شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية تقدر بـ(25) استمارة استبيان. تظهر نتائج التحليل للبيانات التي تم جمعها أن مستوى الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية مرتفع في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاقتصادي، الميزة التنافسية، التكلفة، الجودة، التوجه نحو العملاء، الإبداع، شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.

RÉSUMÉ

Ce travail vise à identifier l'ampleur de l'impact de l'intelligence économique dans l'obtention d'un avantage concurrentiel dans l'entreprise chinoise de construction de génie civil, et pour ce faire, nous avons utilisé une approche quantitative, et pour y parvenir, nous avons distribué un questionnaire à un échantillon de travailleurs de l'entreprise chinoise de construction de génie civil estimée à (25) questionnaires. Les résultats d'analyse des données recueillies montrent que le niveau d'intelligence économique et d'avantage concurrentiel est élevé dans l'entreprise chinoise de construction de génie civil.

Mots clés :

Intelligence économique, avantage concurrentiel, coût, qualité, orientation client, innovation, entreprise de construction de génie civil chinoise.

summary

This work aims to identify the extent of the impact of economic intelligence in achieving a competitive advantage in the Chinese civil engineering construction company, and to do so, we used a quantitative approach, and to achieve this, we distributed a questionnaire to a sample of workers in the Chinese civil engineering construction company estimated at (25) questionnaires. The analysis results of the data collected show that the level of economic intelligence and competitive advantage is high in the Chinese civil engineering construction company.

Key-words:

Economic intelligence, competitive advantage, cost, quality, customer orientation, innovation, Chinese civil engineering construction company.

شكر

الحمد لله أولا وأخرا لتوفيقني في تحقيق طموحاتي، وتسخيره أناسا لمساعدتي ومساندتي في تجربتي وإنجازي لهذا العمل.

أتقدم بالشكر لأستاذي المشرف الدكتور مسعود زروتي لنصائحه القيمة وتوجيهاته المهمة في إنجاز مذكرتي.

بشكل خاص أعرب عن امتناني لمشرفي التدريبي السيد لي زهي Lee ZHI -مسؤول الوقاية والأمن في " *China Civil Engineering Construction Corporation* "(CCECC)- لمساعدتي وعدم تردده في الاستجابة لأي طلب للمساعدة وتسهيل الإجراءات.

وكذا زوجي السيد لطفي بن خميس الذي دعمني وساندني في تخطي الصعاب ومشاركته في تزويدي بالمعلومات اللازمة - نائب الأمن والوقاية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية " *China Civil Engineering Construction Corporation* "(CCECC)-.

أشكر السيد HOWANG HWAGUI المدير العام، وجميع الموظفين الذي ساعدوني في استكمال مشروع المذكرة في " *China Civil Engineering Construction Corporation* "(CCECC).

أود أيضاً أن أشكر جميع الأساتذة الذين سعدنا بحضورهم أثناء تعليمنا في المدرسة الوطنية العليا للمناجمنت.

أو أن أشكر والداي على دعمها اللامتناهي وتشجيعهما ومساندتهما وتزويدي بكل ما أحتاج، السيدة خوخة نزار لتفانيها، والسيد تبارك مخرش في تشجيعه لتحقيق أهداف جديدة دائما.

أيضا إبنتي الصغيرة صوفيا أنيا بن خميس التي تعد الحافز لتطوير مساري التعليمي والمهني ومرافقتها لي في تجربتي المميزة في المدرسة الوطنية العليا للمناجمنت.

الفهرس:

I.....	ملخص
II.....	شكر
VII.....	قائمة الجداول
VIII.....	قائمة الأشكال
1.....	مقدمة
2.....	1. سياق الموضوع
3.....	2. أهداف البحث
4.....	3. الإشكالية
4.....	4. الفرضيات
5.....	5. منهج البحث
5.....	6. هيكل البحث
6.....	7. أهمية البحث
7.....	الفصل I: الإطار النظري
8.....	I. مراجع الأدبيات
9.....	1. مراجع أدبيات الذكاء الاقتصادي
8.....	1.1. مقاربات الذكاء الاقتصادي
10.....	2.1. الذكاء الاقتصادي في الجزائر
12.....	3.1. الذكاء الاقتصادي في الصين
14.....	2. العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية
21.....	II. الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية
21.....	1. الذكاء الاقتصادي
21.....	1.1. مفهوم الذكاء الاقتصادي
21.....	1.1.1. تعريف الذكاء الاقتصادي

24.....	2.1.1. الفرق بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية
25.....	2.1. نهج الذكاء الاقتصادي في المؤسسة والشروط الدنيا للممارسات الجيدة للذكاء الاقتصادي
25.....	1.2.1. المراحل الرئيسية لعملية الذكاء الاقتصادي
25.....	2.2.1. الشروط الدنيا للممارسات الجيدة للذكاء الاقتصادي
27.....	3.1. نماذج الذكاء الاقتصادي للدول الرائدة
27.....	1.3.1. النموذج الأمريكي
28.....	2.3.1. النموذج الياباني
29.....	3.3.1. النموذج الصيني
30.....	4.3.1. النموذج الألماني
31.....	2. الميزة التنافسية
31.....	2.1. مفهوم الميزة التنافسية
31.....	2.2. استراتيجيات وشروط الميزة التنافسية
31.....	1.2.2. استراتيجيات الميزة التنافسية
32.....	2.2.2. شروط الميزة التنافسية
33.....	3.2. عوامل بناء الميزة التنافسية
33.....	3. أثر الذكاء الاقتصادي على تحقيق ميزة تنافسية
34.....	1.3. أثر مكونات الذكاء الاقتصادي على الحصول على الميزة التنافسية
34.....	2.3. أثر الذكاء الاقتصادي على عوامل بناء الميزة التنافسية
36.....	الفصل II: الإطار المنهجي وسياق البحث
37.....	I. الإطار المنهجي
37.....	1. الوضع الاستيمولوجي
37.....	2. منهج البحث
37.....	3. مجتمع وعينة الدراسة
37.....	1.3. مجتمع الدراسة
37.....	2.3. عينة الدراسة

37	4. أداة الدراسة
37	1.4. الاستبيان
38	2.4. سلم القياس
38	5. الطريقة وإجراءات التحقيق
38	1.5. مدة التحقيق
38	2.5. طريقة إدارة الاستبيان
39	3.5. الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات
39	II. سياق البحث
39	1. التعريف بالشركة وإنجازاتها عالميا
39	1.1. التعريف بالشركة
40	2.1. شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية في أرقام قليلة
41	2. شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية في الجزائر
41	1.2. إنجازات الشركة في الجزائر
41	2.2. المشاريع قيد التنفيذ في الجزائر
42	الفصل III: النتائج والمناقشة
43	I. النتائج
43	1. وصف العينة
44	2. اختبار صدق وثبات الأداة
46	3. اختبار اعتدالية التوزيع
46	4. التحليلات الوصفية أحادية المتغير
50	5. اختبار الفرضيات
55	II. المناقشة
56	الخلاصة
57	1. نظرة عامة وملخص
57	2. النتائج الرئيسية المحصلة
58	3. المساهمة النظرية

58.....	4. المساهمة الميدانية.....
58.....	5. قيود البحث.....
59.....	6. التوصيات.....
59.....	7. آفاق البحث.....
60.....	قائمة المراجع.....
64.....	الملاحق.....

قائمة الجداول

الجدول 1.1. ملخص للفرضيات	5
الجدول 1.2. التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي من خلال مبادئه	8
الجدول 2.2. مراجعة المؤلفين الذين تناولوا الروابط بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية	19
الجدول 2.3. بعض تعاريف للذكاء الاقتصادي	21
الجدول 4.1. توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية	43
الجدول 4.2. نتائج معامل ألفا كرومباخ Cronbach's Alpha لقياس ثبات الاستبانة	45
الجدول 4.3. اختبار التوزيع الطبيعي شابيرو ويلك (<i>Shapiro-Wilk</i>)	46
الجدول 4.4. الانحدار الخطي المتعدد -الفرضية الرئيسية H0	50
الجدول 4.5. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية H0	50
الجدول 4.6. نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية H0	50
الجدول 4.7. الانحدار الخطي المتعدد -الفرضية الفرعية H1	51
الجدول 4.8. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الفرعية H1	51
الجدول 4.9. نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية H1	51
الجدول 4.10. الانحدار الخطي المتعدد -الفرضية الفرعية H2	52
الجدول 4.11. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الفرعية H2	52
الجدول 4.12. نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية H2	52
الجدول 4.13. الانحدار الخطي المتعدد -الفرضية الفرعية H3	53
الجدول 4.14. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الفرعية H3	53
الجدول 4.15. نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية H3	53
الجدول 4.16. الانحدار الخطي المتعدد -الفرضية الفرعية H4	54
الجدول 4.17. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الفرعية H4	54
الجدول 4.18. نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية H4	54
الجدول 4.19. ملخص الفرضيات	55

قائمة الأشكال

- الشكل 1.1. نموذج البحث 5
- الشكل 1.2. خصائص الذكاء الاقتصادي في المؤسسة 23
- الشكل 2.2. الفرق بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية 24
- الشكل 3.1. شعار شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية 40
- الشكل 4.1. مخطط دائري يوضح النسب المئوية لفئات عمر المستجيبين 44
- الشكل 4.2. مخطط دائري يوضح النسب المئوية للمؤهل العلمي للمستجيبين 44
- الشكل 4.3. مخطط دائري يوضح النسب المئوية لسنوات العمل في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية للمستجيبين 44
- الشكل 4.4. مخطط دائري يوضح النسب المئوية لمجال الوظيفة للمستجيبين 44
- الشكل 4.5. متوسط مستوى الذكاء الاقتصادي في CCECC 47
- الشكل 4.6. منحنى بياني يوضح مستوى الميزة التنافسية وأبعدها في CCECC 47
- الشكل 4.7. منحنى بياني يوضح مستوى بعد التكلفة في CCECC 48
- الشكل 4.8. منحنى بياني يوضح مستوى بعد الجودة في CCECC 48
- الشكل 4.9. منحنى يوضح مستوى بعد التوجه نحو العملاء في CCECC 49
- الشكل 4.10. منحنى بياني يوضح مستوى الابداع في CCECC 49

المقدمة

1. سياق الموضوع:

اليوم محيط المؤسسة يتميز بعالمية الأسواق، التطور التكنولوجي، تعقيد العلاقات، تعدد الفاعلين، تزايد الفرص وتعدد التهديدات وعدم اليقين. في هذا السياق يتوفر حجم كبير من المعلومات، هذا ما يضع المؤسسة في إشكال الحصول السريع للمعلومات الاستراتيجية المفيدة، الموثوقة بطرق شرعية وكذا توفير ضمانات لحماية الإرث المعلوماتي لأجل اتخاذ قرارات رشيدة للمؤسسة والمجتمع ككل كثقافة وسياسة سائدة تهدف إلى تحقيق التنافسية والدفاع عنها، هذا ما يوضح مفهوم الذكاء الاقتصادي. (Martre، 1994) (BELKACEMI، MOINET، و SALAOUATCHI، 2019)

يعتمد الذكاء الاقتصادي على نظام معلومات فعال داخل المؤسسة وأيضاً وطني، يهدف لمراقبة كل عملية صنع قرار بشكل منهجي بالبحث والتحليل للتحقق من صحتها وتعزيزها. (ZAOUI، RAMDHANI، & BOUDAOU، 2020)

تسعى الدول المتطورة في تكنولوجيا المعلومات إلى السيطرة على اقتصاد العالم من خلال إقتصاد مبني على المعرفة كل بطريقتها وخصوصيات مجتمعاتها لذا تعتبر كنماذج قوية لذكاء الاقتصادي في العالم كاليابان، ألمانيا، والولايات المتحدة الأمريكية. (BAAZIZ، 2015) (Martre، 1994) أما الدول النامية فالنموذج الصيني هو مثال لقدرة الذكاء الاقتصادي على جعل الدولة تنتقل من الرغبة في النمو إلى السيطرة على السوق العالمية. (Martre، 1994) (قرايري، 2022)

إن السيطرة على السوق العالمية ولحصول على حصة سوقية والاحتفاظ بيها لا يوفره امتلاك الموارد فقط، وإنما المعرفة والتكنولوجيا، جودة الإنتاج وإرضاء العملاء، والأهم القدرة التنافسية للمؤسسة، هذا ما يزعم مايكل بورتر في تعريفه للميزة التنافسية. (PORTER، 1993) (HAKMAOUI و BERRADA، 2020) من خلال استراتيجية التميز، التركيز، والسيطرة من خلال التكاليف. (سالم، 2021)

تعتبر الميزة التنافسية المستدامة السبيل الوحيد الذي يضمن للمؤسسة البقاء في ساحة المنافسة، وذلك بالاعتماد على المهارات والمعرفة والحفاظ عليها. (قرايري، 2022)

في الجزائر يأخذ موضوع الذكاء الاقتصادي الكثير من اهتمام الباحثين، القليل من المؤسسات لها المعرفة الكاملة بتفعيل الذكاء الاقتصادي رغم ممارستهم لبعض أجزائه (نجاري، 2023)، وهذا راجع لسياسة الدولة التي لم تعزز تنفيذه رغم اعتماده منذ سنوات (BELKACEMI، MOINET، و SALAOUATCHI، 2019)، لكن هذا الضعف سيؤول إلى الزوال بعد فترة لتيقظ الحكومة لأهميته البالغة والقيام بأشغال جديّة لتطبيقه على أرض الواقع بفعالية. (وزارة الصناعة والانتاج الصيدلاني الجزائرية، 2023)

في الأدبيات الصينية يتفق الباحثون على أن الذكاء الاقتصادي في الصين أصبح من ثقافة المجتمع الموظفين. (Zhijun و Yansheng، 2021) ويأخذ موضوع الذكاء الاقتصادي لشركات الصينية أهمية كبيرة عند الباحثين وخاصة الجزائريين نظراً لتوسع الحصة السوقية للشركات الصينية وتميزها عن الكثير من الدول في الجزائر (قرايري، 2022) وهذا هو سبب إختيار هذا الموضوع في تناول موضوع الذكاء الاقتصادي.

نتناول البحوث التجريبية تطبيق الذكاء الاقتصادي على الحصول على الميزة التنافسية من خلال مساهمة عناصره في تحقيق الأخيرة، (دومي و بوشعور، 2022) (زرقوط، 2020) أو تأثير الذكاء الاقتصادي في بناء الميزة التنافسية من

خلال عواملها (بلقواسمي و بن يوسف، 2021) (صديقي و حمو، 2022) (دوار و قهواجي، 2021)، أو دراسة العلاقة المتبادلة بينهما (قرايري، 2022) (دوار و قهواجي، 2021)

في دراستنا اقتصرنا على دراسة الذكاء الاقتصادي الميزة التنافسية التي تبني هذه الأخيرة على عدة عوامل أهمها التكلفة، الجودة، الاستجابة لحاجات العملاء، والابداع. (Martre، 1994) (صديقي و حمو، 2022)

2. أهداف البحث:

يهدف هذا العمل إلى:

- الهدف الرئيسي من دراستنا هو التعرف على مستوى أثر الذكاء الاقتصادي على تحقيق تنافسية من خلال أثره على أبعاد هذه الأخيرة (بوحسان و بوعشة، 2019) (دوار و قهواجي، 2021) (قرايري، 2022) (قرايري، 2022) (زرقوط، 2020) (بلقواسمي و بن يوسف، 2021)، لا سيما في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية " China Civil Engineering Construction Corporation" (CCECC).
ومن هذا يمكن اشتقاق أهداف ثانوية محددة أخرى، نقتبس:
- التعرف على مفهوم الذكاء الاقتصادي نهجه في المؤسسة، شروطه الدنيا للتطبيق الجيد، ومختلف نماذجه. (BAAZIZ، 2015) (BOUROUBI، 2014) (FENNI، 2020) (Gloaguen، 2014) (HADJADJ، 2020) (HAKMAOUI و BERRADA، 2020) (HARRAR و GHOMARI MALTI، 2018) (Harbulot و Baumard، 1997) (MADANI & BOUCETTI، 2022) (MOINET، 2019) (SALAOUATCHI و BELKACEMI، 2019) (Martre، 1994) (OUAMAR BERKAL و SI، 2021) (MANSOUR، 2021) (Salaouatchi، BEKIOUA و SEBAA، 2017) (ZAOU، RAMDHANI, & BOUDAUD، 2020) (الحاج سالم، 2018) (بن عياد، 2011) (بوحسان و بوعشة، 2019) (تربش و بن حامد، 2022) (حجاج و ناصري، 2018) (يوسفي و بن محمد، 2020)
- إعطاء تصور واضح للميزة التنافسية، استراتيجياتها وشروطها، وعوامل بنائها. (قرايري، 2022) (غزي، 2013) (عديلة، 2020) (Espace_réservé1) (زرقوط، 2020) (دومي و بوشعور، 2022) (دوار و قهواجي، 2021) (بودودة، 2021) (بن بريكة و حبة، 2014) (بن عياد، 2011) (Martre، 1994) (HAKMAOUI و BERRADA، 2020) (Salaouatchi، BEKIOUA و SEBAA، 2017)
- تحديد أثر الذكاء الاقتصادي على تحصيل المزايا التنافسية (BOUROUBI & MISSOUM، 2018) (ZWERENZ، 2020) (بن بريكة و حبة، 2014) (بن عياد، 2011) (بوحسان و بوعشة، 2019) (تربش و بن حامد، 2022) (دوار و قهواجي، 2021) (دومي و بوشعور، 2022) (زرقوط، 2020) (صديقي و حمو، 2022) (قرايري، 2022) من حيث التكلفة والجودة، التوجه نحو العملاء، والكفاءة والمعرفة. (زرقوط، 2020) (قرايري، 2022) (دوار و قهواجي، 2021) (بن بريكة و حبة، 2014) (قرايري، 2022) (بلقواسمي و بن يوسف، 2021)، ومن حيث البيضة الاستراتيجية، حماية الإرث المعلوماتي، وسياسة التأثير كأبعاد للذكاء الاقتصادي. (زرقوط، 2020) (قرايري، 2022) (دوار و قهواجي، 2021) (دومي و بوشعور، 2022) (بوحسان و بوعشة، 2019)
- التوصل إلى نتائج يمكن من خلالها صياغة بعض التوصيات التي تساعد المؤسسة محل الدراسة من الاستفادة منها.

3. الإشكالية:

من أجل تحقيق الأهداف، ومن خلال الأدبيات السابقة والمقدمة في بداية هذا القسم يمكن صياغة الإشكالية لدينا على النحو التالي:

"هل هناك أثر للذكاء الاقتصادي على تحقيق ميزة تنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية؟"

ويندرج تحت الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- هل هناك أثر للذكاء الاقتصادي على التكلفة في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية؟
- هل هناك أثر للذكاء الاقتصادي على الجودة في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية؟
- هل هناك أثر للذكاء الاقتصادي على التوجه نحو العملاء في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية؟
- هل هناك أثر للذكاء الاقتصادي على الإبداع في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية؟

4. الفرضيات:

للإجابة على مشكلتنا، وفقا للأعمال (قرايري، 2022) (بوحسان و بوعشة، 2019) (دوار و قهواجي، 2021) (دومي و بوشعور، 2022) (زرقوط، 2020)، نسلط الضوء على خمس فرضيات بحثية. توصي هذه الفرضيات بوجود روابط بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية، أيضا التكلفة، الجودة، التوجه نحو العملاء، والإبداع كأبعاد أربعة أساسية للميزة التنافسية.

1.1. الفرضية الرئيسية:

H0: يؤثر الذكاء الاقتصادي تأثيرًا كبيرًا على الميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.

2.4. الفرضيات الفرعية:

• التكلفة:

H1: يوجد تأثير إيجابي كبير للذكاء الاقتصادي على التكلفة في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية.

• الجودة:

H2: يوجد تأثير إيجابي كبير للذكاء الاقتصادي على الجودة في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية.

• التوجه نحو العملاء:

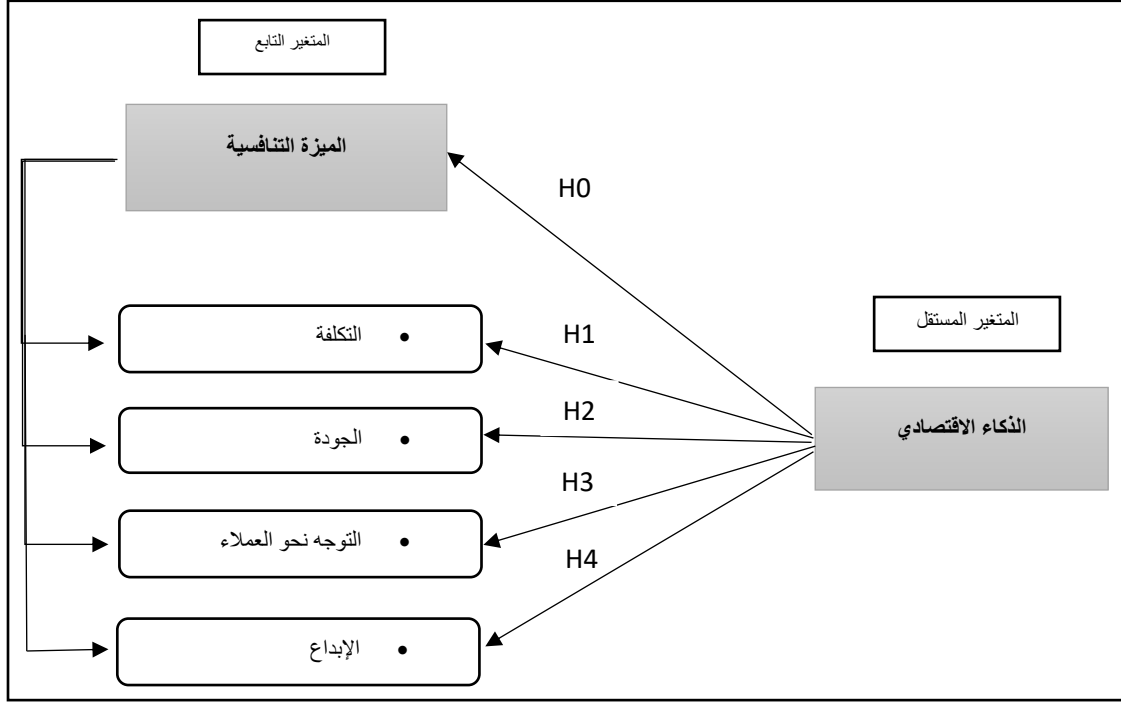
H3: يوجد تأثير إيجابي كبير للذكاء الاقتصادي على التوجه نحو العملاء في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية.

• الإبداع:

H4: يوجد تأثير إيجابي كبير للذكاء الاقتصادي على الإبداع في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية.

ونلخص نموذج بحثنا في الشكل التالي:

الشكل 1.1. نموذج البحث



المصدر: من إعدادنا

الجدول 1.1. ملخص للفرضيات

الفرضيات	
H0	يؤثر الذكاء الاقتصادي تأثيرًا كبيرًا على الميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية
H1	يوجد تأثير إيجابي كبيرًا للذكاء الاقتصادي على التكلفة في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية
H2	يوجد تأثير إيجابي كبيرًا للذكاء الاقتصادي على الجودة في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية
H3	يوجد تأثير إيجابي كبيرًا للذكاء الاقتصادي على التوجه نحو العملاء في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية
H4	يوجد تأثير إيجابي كبيرًا للذكاء الاقتصادي على الإبداع في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية.

المصدر: من إعدادنا

5. منهج البحث:

في هذا البحث قمنا باختبار الأثر المفترض للذكاء الاقتصادي على الحصول على ميزة تنافسية، وبالتالي فقد اعتمدنا طريقة المنهج الكمي، وهذا النهج هو جزء من بحث استنتاجي افتراضي يتكون أولاً من صياغة الفرضيات، ثم تأكيدها أو إبطالها في مجال البحث.

6. هيكل البحث:

من أجل معالجة الدراسة، ارتأينا تقسيم العمل إلى مقدمة، ثلاث فصول، وخلاصة نظمناها كما يلي:

جزء المقدمة يعطي لمحة عامة عن سياق واهتمامات الموضوع. يعرض الأهداف ويحدد مشكلة البحث. كما يعرض نموذج البحث الذي تم تطويره من الأدبيات ويناقش مفاهيمه ومكوناته الأساسية ثم يصوغ فرضيات البحث التي يتم اختبارها بأسلوب البحث التطبيقي.

يقدم الفصل I الإطار النظري في ثلاثة أقسام؛ (1) مراجعة الأدبيات، (2) الذكاء الاقتصادي، وأخيراً (3) الميزة التنافسية وتأثير الذكاء الاقتصادي عليها.

يقدم الفصل II الإطار المنهجي وسياق البحث؛ المكون من جزء الإطار المنهجي؛ الوضع الابدستيمولوجي، منهج البحث، مجتمع وعينة الدراسة، أداة الدراسة، الطريقة وإجراءات التحقيق، وجزء سياق البحث الذي يتضمن التعريف بالشركة محل البحث (شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية).

يعرض الفصل III نتائج الدراسة التجريبية ثم مناقشة هذه النتائج مع تلك الخاصة بمراجعة الأدبيات.

وأخيراً الخلاصة التي تلخص العناصر التي تناولتها المذكرة والنتائج الرئيسية والمساهمات النظرية والميدانية لهذا البحث. وينتهي بوصف لقيود البحث والتوصيات وكذلك آفاق البحث المحتملة.

7. أهمية البحث:

تساهم دراستنا في الأدب بطريقتين. أولاً، تقدم هذه الدراسة أدلة على تأثير الذكاء الاقتصادي على الحصول على ميزة التنافسية.

ثانياً، معظم الدراسات حول الذكاء الاقتصادي في الجزائر تدرس حالات المؤسسات الجزائرية رغم تواجد العديد من الشركات الأجنبية لا سيما الصينية التي لها حصة سوقية معتبرة في الجزائر.

نظراً لقلّة الدراسات التجريبية للمؤسسات الصينية يبدو من المثير الحصول على نتائج حصرية

الفصل I: الإطار النظري

تمهيد:

نحاول في هذا الفصل التطرق أولاً إلى مراجع الأدبيات التي استلهمنا منها موضوع البحث وأهم الدراسات السابقة لموضوع الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية، ثانياً الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية التي وضحنا فيها أهم المفاهيم والعناصر الأساسية للذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية.

I. مراجع الأدبيات

قسمنا مناقشة مراجع الأدبيات السابقة في موضوع الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالميزة التنافسية إلى جزئين؛ الجزء الأول تحدثنا فيه عن مقاربات الذكاء الاقتصادي وتاريخه ومقارنة نتائج الباحثين، أيضاً بعض الأبحاث حول الموضوع في الجزائر وفي الصين، أما الجزء الثاني ناقشنا فيه الدراسات السابقة الأخيرة ومقارنة النتائج التي تبين العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية التي توصل إليها مختلف الباحثين.

1. مراجع أدبيات الذكاء الاقتصادي:

1.1. مقاربات الذكاء الاقتصادي:

حسب (ZAOU, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020) أصل مفهوم الذكاء الاقتصادي ليس فرنسيًا، ولكن استخدم البريطانيون مصطلح ذكاء الأعمال *business intelligence* والأمريكيون الذكاء التنافسي *competitive intelligence* منذ أواخر الستينات، وقد تم طرح فكرة المراقبة البيئية لأول مرة تحت اسم "الذكاء التنظيمي" في كتاب بعنوان: "الذكاء التنظيمي: المعرفة والسياسة في الحكومة والصناعة"، بقلم ويلينسكي *Wilensky* عام 1967. (ZAOU, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020, pp. 352-353)

وثق رسمياً موضوع الذكاء الاقتصادي في عام 1994 مع نشر تقرير "الذكاء الاقتصادي واستراتيجية الأعمال" المعروف بتقرير مارتر. (Martre, 1994). (MOINET, BELKACEMI, & SALAOUATCHI, 2019)

يوضح (بوحسان و بوعشة، 2019) التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي من خلال مبادئ الذكاء الاقتصادي بالجدول الموضح أدناه:

الجدول 1.2. التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي من خلال مبادئه

الكاتب	التاريخ	أهم مبادئ الذكاء الاقتصادي
Hanas Peter Luhn	1958	القدرة على التحكم في المعطيات، نظام اتصال.
Harorld Wilensky	1967	جميع، معالجة، ترجمة وبث المعلومة.
Michael Porter	1980	تحليل، تقديم المعلومة المناسبة في الوقت المناسب، للشخص المناسب، اتخاذ القرار المناسب.
Baumard	1991	جمع، معالجة واستثمار المعلومة.
Henri Martre	1994	بحث، جمع وتوزيع المعلومة.
Besson et possin	1996	امتلاك المعلومة: الجمع، المعالجة، البث والتوزيع.
Bernard Carayon	2003	التحكم الاستراتيجي للمعلومة الدولية.

Alain Juillet	2004	حماية المعلومة الإستراتيجية والتحكم فيها.
Besson et possin	2006	اكتساب، إنتاج وتحويل المعلومة والتحكم فيها.

المصدر: (بوحسان و بوعشة، 2019، صفحة 67)

أكد (2019) MOINET وآخرون أن سياسة الذكاء الاقتصادي عامة واضحة المعالم. (BELKACEMI، MOINET، SALAOUATCHI، 2019)

مفهوم الذكاء الاقتصادي الذي يتبع ممارسات السابقين كان موضوعًا للعديد من التعريفات والتطبيقات، وكل هذه التعريفات تقوم على إفتان المعلومات الاستراتيجية (ZAOUI, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020) (HAKMAOUI & BERRADA, 2020) (أحمد ميلي، 2020).

يجب على الجزائر أن تخلق استراتيجية وطنية حقيقية للذكاء الاقتصادي لكي تدخل "مسلحة" بشكل جيد في الحرب الاقتصادية التي يشهدها العالم اليوم. (BELKACEMI، MOINET، SALAOUATCHI، 2019) حيث أنه يعتبر كمادة أولية لصناعة جديدة. (Martre، 1994)

والذي يعتمد على قوة وكثافة شبكات المعلومات التي تستلزم نظام معلومات وطني فعال (ZAOUI, RAMDHANI, BOUDAUD, 2020) & (BELKACEMI، MOINET، SALAOUATCHI، 2019) (أحمد ميلي، 2020) (BOUCETTI و MADANI) (2020) 'L'intelligence Economique en Algérie, Réalité et Enjeux' (FENNI, 2020) (نجاري، 2023) الذي بدوره يمكن للشركة أن تستثمر بسهولة في البحث والتطوير (MADANI و BOUCETTI) (2022) 'L'intelligence Economique en Algérie, Réalité et Enjeux' (BELKACEMI، MOINET، SALAOUATCHI، 2019) (زرقوط، 2020) في ظل إقتصاد معرفي، يميزه الابتكار والتجديد المستمر. (قرابري، 2022)

من الناحية العملية يؤد الباحثون توجيه انتباه السلطات العامة الجزائرية حاليًا نحو الأنشطة ذات التكلفة المنخفضة للعوامل (التجميع، والتركيب، والأغذية الزراعية، وما إلى ذلك) كبداية في الاندماج في الاقتصاد القائم على المعرفة. (BOUROUBI & MISSOUM, L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE AU SERVICE DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL NATIONAL : RÉFLEXION SUR LE SECTEUR DES TIC EN, 2018)

يعتبر تعريف الذكاء الاقتصادي ديناميكيًا يجعل من الممكن مراقبة البيئة، وتأمين تراثها المعلوماتي والعمل على المحيط لصالحها. (BELKACEMI، MOINET، SALAOUATCHI، 2019) (HAKMAOUI و BERRADA، 2020) (ZAOUI, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020) (قرابري، 2022)

هناك استراتيجيتان في الذكاء الاقتصادي. يجب أن تختار الشركة واحدًا وفقًا لموقعها في السوق: الإستراتيجية الدفاعية والاستراتيجية الهجومية. تسمح الإستراتيجية الدفاعية للشركة بحماية معلوماتها ومنتجاتها، كما تتضمن الإستراتيجية الدفاعية للشركة حماية منتجاتها ضد التزييف أو النسخ لأنه في بيئة معلومة، فإن خطر النسخ موجود في كل مكان. (ZAOUI, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020)

يتم التأمين والحماية للمعلومات الاستراتيجية من خلال وجود نظام يقظة إستراتيجي قادر على توقع المخاطر والتهديدات من جهة واستغلال نقاط القوة والفرص من جهة أخرى. (قرابري، 2022) تتمثل آليات اليقظة الاستراتيجية في الاعتماد على التطور التكنولوجي لمواجهة ومراقبة البيئة وهذا من خلال اليقظة التكنولوجية. (نجاري، 2023)

يعد استخدام برمجيات اليقظة الإستراتيجية الأكثر تطورًا ضروريًا من أجل إحداث تكامل بينها وبني الذكاء الاقتصادي، مما يتيح لها صنع الفرص بدل انتظارها. والتركيز على اتخاذ الإجراءات والقوانين الكفيلة بإدماج تقنية المعلومات والاتصالات في جميع الوظائف والعمليات ضمن المؤسسات الجزائرية (تربش و بن حامد، 2022) (BOUROUBI و MISSOUM، 2018)

وهذا ما أكده الباحثون في دراسة أجرتها على مؤسسة اقتصادية جزائرية من خلال النتائج التي تم الحصول عليها وجود بعض خصائص نشاط الاستخبارات الاقتصادية في الشركة الجزائرية، في هذه الحالة مجموعة صيدال، والتي يمكن تلخيصها في مراقبة البيئة من خلال دراسات السوق المنتشرة في كل مكان. جمع المعلومات عن مختلف أصحاب المصلحة

جنبًا إلى جنب مع بعض ممارسات المراقبة، مثل المراقبة التكنولوجية للابتكارات وبراءات الاختراع. (OUAMAR، BERKAL و SI MANSOUR، 2021)

وكذا في دراسة عملية أكد الباحثون أن هناك علاقة قوية بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية. (تربش و بن حامد، 2022)

الذكاء الاقتصادي عبارة عن نظام متكامل يشمل التقنيات المادية والأساليب البشرية التي تحقق الاستباقية في اتخاذ القرار، (قرايري، 2022) (FENNI، 2020) حيث تسمح وظيفة الذكاء الاقتصادي بفهم بيئة الأعمال من قبل جميع الجهات الفاعلة (ZAOUI, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020) لذا يعد من الشروط الحاسمة في تفعيل نظام ذكاء اقتصادي فعال وقوي تكوين وتدريب الموارد البشرية. (نجاري، 2023) (زرقوط، 2020) (MOINET، BELKACEMI و SALAOUATCHI، 2019) (تربش و بن حامد، 2022)

يعتبر الذكاء الاقتصادي، في كل من القطاع الخاص والقطاع العام، عاملاً حاسماً في مواجهة المنافسة الدولية الشرسة على نحو متزايد. (ZAOUI, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020) لذا يجب تأزر القطاع الخاص والعام. (MOINET، BELKACEMI و SALAOUATCHI، 2019)

كما يوصي الباحثون بالتوأمة في إنشاء مخابر البحث والتطوير مع الدول الرائدة في هذا المجال (ألمانيا، الصين، أمريكا) قصد تطوير الكفاءات والمهارات لدى الفاعلين في مجال الذكاء الاقتصادي. (قرايري، 2022) لاختصار الأخطاء والعقبات السابقة في احتراف الذكاء الاقتصادي.

وأيضاً إنتاج المعرفة (مراكز الفكر "think-tanks" ومراكز البحوث والجامعات). (MOINET، BELKACEMI و SALAOUATCHI، 2019) (قرايري، 2022)

والعمل على خلق ثقافة تنظيمية مبنية على روح الإبداع والابتكار والتجديد، من خلال إرساء مناهج للتدريس في الجامعات تعنى ببخايا الذكاء الاقتصادي والتحليل الإستراتيجي. (قرايري، 2022) وكذا من خلال الاتصال الفعال داخل المؤسسة. (تربش و بن حامد، 2022) (FENNI، 2020)

2.1. الذكاء الاقتصادي في الجزائر:

ساهم الباحثون الجزائريون بالكثير من الدراسات حول موضوع الذكاء الاقتصادي نحاول عرض بعض الأعمال التي تدرس وضع الذكاء الاقتصادي في الجزائر والمؤسسات الاقتصادية:

في دراسة نوعية للباحثين (MOINET، BELKACEMI و SALAOUATCHI، 2019) بعنوان الذكاء الاقتصادي في الجزائر: التقييم والتحليل بعد 13 عاماً من الوجود الرسمي " *L'intelligence économique en algérie: bilan et analyses apres 13 ans d'existence officielle* "، الغرض منها هو الإجابة على التساؤل إن استوفت الجزائر الشروط اللازمة لممارسة الذكاء الاقتصادي على المستوى الوطني.

بناءً على هذه الظروف، مال الباحثان إلى إجراء بحث ميداني على المستوى الوطني في الجزائر.

جعل التحقيق الباحثان يقولان إن النتيجة سلبية ومثيرة للقلق في نفس الوقت.

الآراء السلبية (الأغلبية) لها الأسبقية على الآراء الإيجابية.

بعد 13 عاماً من الوجود الرسمي للذكاء الاقتصادي في الجزائر، فإن ممارسة الذكاء الاقتصادي على المستوى الكلي لم تصل بعد إلى قواعد الفن.

يجب على الجزائر أن تضع استراتيجية وطنية حقيقية للذكاء الاقتصادي لكي تدخل "مسلحة" بشكل جيد في الحرب الاقتصادية. (MOINET، BELKACEMI و SALAOUATCHI، 2019)

في دراسة للباحثة فني فضيلة (FENNI، 2020) بمنهج نوعي، تحت عنوان الذكاء الاقتصادي أم اليقظة الاستراتيجية: *L'intelligence économique ou la veille stratégique: "ما هو الفرق وما هو واقع الممارسة في الجزائر؟"* "quelle est la différence et quelle est la réalité de pratique en Algerie?" هدفت هذه المقالة إلى التعامل مع مفهومين أساسيين ، الذكاء الاقتصادي (EI) ، واليقظة الاستراتيجية، ولهذا، استندت الباحثة إلى مراجعة أدبيات الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية. من أجل تسليط الضوء على الاختلافات الجوهرية بين هاتين المنهجيتين. خلصت الباحثة إلى أن الذكاء الاقتصادي أداة استراتيجية مهمة للغاية للتحكم في المعلومات ، والتي أصبحت موردًا استراتيجيًا للشركة، لأنها تتيح للمديرين الحصول على المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب لاتخاذ أفضل القرارات. إذا تم أخذ البيئة الوطنية والدولية التي فرضتها العولمة بعين الاعتبار في جهود التنمية للاقتصاد الجزائري، فهذا أبعد ما يكون عن الوضع فيما يتعلق بمفهوم المعلومات. وتظهر نقاط الضعف في:

- 1- إنتاج واستخدام المعلومات التي تظل ضعيفة للغاية وغير منظمة أو منسقة، ومن ثم عدم الوجود الافتراضي لنظام المعلومات الوطني.
- 2- ثقافة المعلومات التي يتطلبها مجتمع اليوم ، ويسمى بحق: مجتمع المعلومات والاتصالات.
- 3- ثقافة تنفرد إلى حد كبير وتؤدي إلى حقيقة أن المعلومات لا تزال غير مقبولة أو لا تعتبر مصدرًا للثروة وبالتالي عاملاً للنمو.
- 4- يضاف إلى ذلك الإصرار القوي على ثقافة السرية وبالتالي لا تزال الحاجة إلى مشاركة المعلومات غير مقبولة بدون نشاط استخباراتي. (FENNI، 2020)

في ورقة بحث بعنوان: الذكاء الاقتصادي كاحتمال لتطوير ديناميكية الابتكار: توضيح من قبل شركة الأدوية " *L'intelligence économique comme perspective de développement d'une dynamique OUAMAR) "d'innovation: illustration par le cas d'une entreprise pharmaceutique.* BERKAL و SI MANSOUR، 2021) في دراسة كمية، لمجمع صيدال لصناعية الأدوية، دعمت الباحثتان نوعين من جمع البيانات: من دليل المقابلة الذي تم إنتاجه مع المديرين التنفيذيين من خلال دمجهم مع تقارير الإدارة المختلفة التي تنشرها المجموعة كل عام على موقعها الإلكتروني الرسمي. درست الباحثتان الذكاء الاقتصادي ودوره في تحويل المعلومات إلى المعرفة، والهدف هو تسليط الضوء على أهمية إدارة المعرفة في عملية الذكاء الاقتصادي من خلال عرض قاعدة المعرفة المواتية لظهور الابتكار، وتحصلنا على النتائج التالية:

- 1- أبرزت النتائج التي تم الحصول عليها وجود بعض خصائص نشاط الاستخبارات الاقتصادية في الشركة الجزائرية، في هذه الحالة مجموعة صيدال، والتي يمكن تلخيصها في مراقبة البيئة من خلال دراسات السوق المنتشرة في كل مكان.
- 2- جمع المعلومات عن مختلف أصحاب المصلحة جنبًا إلى جنب مع بعض ممارسات المراقبة، مثل المراقبة التكنولوجية للابتكارات وبراءات الاختراع.
- 3- تمكننا من ملاحظة وجود وحدة مراقبة تكنولوجية، مع طموح متابعة عمليات الاستحواذ الجديدة للمختبرات الصيدلانية المختلفة، على سبيل المثال شراء أو دمج المعامل، وكذلك تطور الأسواق حسب الفئة العلاجية .

4-لتحقيق أهداف المجمع، يحاول فهم استخدام براءات الاختراع من خلال أدوات البحث عن براءات الاختراع، من خلال Google ، وشبكة الفضاء ، ونطاق براءات الاختراع / *Institut National de la Propriété Industrielle*، مما يسمح لهم بالانتقال من حالة الخضوع والاعتماد على منطق الاستثمار والهيكلية، مع العلم بأن الابتكار هو بلا شك ضمان لاستدامة وتطوير شركتهم.

5-بالإضافة إلى ذلك ، لاحظنا وجود مراقبة تجارية وتسويقية أكثر وضوحًا تضمن مزيدًا من المرونة والاستجابة للتقلبات في البيانات التجارية في القطاع الذي تعمل فيه. (OUAMAR BERKAL و SI MANSOUR، 2021)

بغية إبراز أهم متطلبات الذكاء الاقتصادي ونظام اليقظة الاستراتيجية وطرق تفعيلها بالمؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية " *ENIE* " بعنوان "استراتيجية الذكاء الاقتصادي و آليات اليقظة الاستراتيجية في امؤسسات الاقتصادية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية " *ENIE* " -سيدي بلعباس-، قامت الباحثة (نجاري، 2023) باعتماد منهج نوعي، بجمع البيانات من خلال الملاحظة وكذا مقابلات مع مسؤولي وموظفي المؤسسة وأيضاً استبيان يتضمن 60 استبيان استرجع منه 55 إجابة كاملة لعينة عشوائية من عمال المؤسسة استخلصت منه أن استراتيجية الذكاء الاقتصادي و آليات اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية *ENIE* تمثلت في:

- 1-اتخاذ نظام معلوماتي مرتكز على جمع المعلومات و تحليلها و معالجتها بدقة عالية جدا.
- 2-تتبنى المؤسسة عدة أدوات للذكاء الاقتصادي مثل: تكوين الموارد البشرية، تبني تقنية العمل الجماعي و الاستعانة بالبينشماركينغ لإدارة مشاريعها.
- 3-الفاعلين الوحيدين للذكاء الاقتصادي هم: المؤسسات و الدولة معا والتنسيق فيما بينهما.
- 4-تمثلت آليات اليقظة الاستراتيجية في الاعتماد على التطور التكنولوجي لمواجهة ومراقبة البيئة و هذا من خلال اليقظة التكنولوجية.

أشرفت وزارة الصناعة الجزائرية على إقامة الندوة الدولية الثانية للذكاء الاقتصادي، حول موضوع "التحديات العالمية الجديدة والسيادة الاقتصادية، الذكاء الاقتصادي كرافعة للإنعاش الصناعي." في 2023، وكانت مخرجات هذا المؤتمر ثلاث إصدارات مرجعية تم اعدادها من طرف قطاع الصناعة بمساهمة خبراء في المجال، من شأنها ان تساعد على تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات والمتمثلة في:

- 1-الكتاب الأبيض للذكاء الاقتصادي في خدمة الصناعة والذي يحدد استراتيجية القطاع خلال الخمس سنوات القادمة.
 - 2-دليل ارساء الذكاء الاقتصادي الذي يسمح بمرافقة المؤسسات والمنظمات لإنشاء هياكلها الخاصة.
 - 3-دليل التكوين في الذكاء الاقتصادي الذي يمكن المستخدمين من اكتساب مهارات ومؤهلات أولية تتطلبها الأنشطة المختلفة لهذه الوظيفة وهي: اليقظة، الحماية والتأثير. (وزارة الصناعة والانتاج الصيدلاني الجزائرية، 2023)
- إذا بين نتائج سلبية وإيجابية في اعتماد مختلف المؤسسات الاقتصادية الجزائرية للذكاء الاقتصادي وتطبيقه تعد هذه الندوة الدولية نقلة نوعية فعلية في مجال الذكاء الاقتصادي في الجزائر من خلال مخرجاتها السابقة الذكر.

3.1. الذكاء الاقتصادي في الصين:

في دراسة للباحثين (Zhijun و Yansheng، 2021) بمنهج تحليلي لمراجع الأدبيات ذات الصلة لاستخراج التركيبات الكامنة والسمات الشائعة لقدرة ذكاء الأعمال وفحص علاقاتها الداخلية، بينما يقومون بتطوير نموذج مفاهيمي "*Sense-Transform-Drive (STD)*" فيما يتعلق بإطار الإدارة الاستراتيجية، أيضا قاما باستخدام أداة مسح (استبيان) لعينة من الشركات الموجودة في قوانغتشو، عاصمة مقاطعة قوانغدونغ النامية بسرعة في جنوب الصين، مع حجم أو موارد معينة، وموضوعات الاستطلاع ليهما هم من المحترفين والمديرين التنفيذيين في المستويات المتوسطة أو العليا الذين هم على دراية عامة بتطبيق الذكاء الاقتصادي والاختلافات الصناعية، وقما بالتحليل الاحصائي للبيانات المستخرجة من الاستبيان.

بناءً على مراجعة مكثفة للأدبيات ذات الصلة، تتبع هذه الدراسة التحليل النظري لقدرة ذكاء الأعمال بشكل عام، لاستخراج وتحليل قدرات ذكاء الأعمال الأساسية والارتباط وطريقة التفاعل فيما بينها من الناحية المفاهيمية.

استخلص الباحثان:

أولاً: ذكاء الأعمال هو إنشاء معلومات لدعم قرارات الأعمال من خلال جمع أو تمييز البيانات من المصادر الداخلية والخارجية ويمكن تحديد هذه الوظيفة على أنها قدرة الاستشعار في ذكاء الأعمال، والتي تمكن الشركات من جمع واستخدام البيانات وتحويلها إلى معرفة ذات صلة لدعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية والتخطيط التشغيلي. ستعمل قدرة التحويل هذه على توسيع حدود قدرة المنظمة، وبالتالي، تصبح قوة دافعة لتعزيز الترقية المستمرة وقدرة التجديد لشركة أعمال لتحسين تخصيص الموارد وإعادة هندسة العمليات، والعمل بكفاءة أكبر لتعزيز المزايا التنافسية والأداء التنظيمي.

ثانياً: خصائص وآليات عمل *Sense-Transform-Drive*

يتماشى النموذج المفاهيمي لقدرة ذكاء الأعمال مع نظرية القدرات الديناميكية ونظرية التطور التنظيمي. القدرات الديناميكية لنظام الذكاء الاقتصادي هي انعكاس كامل لسمات قدرات القيادة المحولة بالاستشعار حيث توجد ارتباطات مباشرة وهامة بين التركيبات الثلاثة التي تدعم قدرة ذكاء الأعمال.

ثالثاً: هناك ارتباطات وتفاعلات قوية بين التركيبات الثلاثة وهي تشترك في سمات مشتركة لقدرة ذكاء الأعمال ويمكن أن تتفاعل بشكل إيجابي لتوليد تأثيرات مترابطة على أداء الأعمال. تتوافق خصائص ذكاء الأعمال وميكانيكا التفاعل التي تحدد تطبيقه الناجح مع تغيير الروتين والبحث ونموذج اختيار السيناريو لنظرية التطور التنظيمي.

تتطابق سمات قدرة القيادة على الاستشعار والتحويل بشكل جيد مع نظرية القدرات الديناميكية.

تطورت تكنولوجيا المعلومات بسرعة ويجب أن يكون للذكاء الاصطناعي كنظم معلومات معقدة ومتقدمة تطبيق واسع في الاقتصاد الحقيقي. يجب أن يساعد فهم قدرات ذكاء الأعمال وآلياتها الوظيفية شركات الأعمال على دمج ذكاء الأعمال بشكل أكثر فاعلية في الإدارة الإستراتيجية لاكتساب مزايا تنافسية وتحسين أداء الشركة.

في دراسة تحليلية لمراجع الأدبيات للباحثين (Mengyue، Hanqing، و Jianling، 2022) قدموا في الورقة تحليلاً مرئياً للرسم البياني المعرفي للأدبيات ذات الصلة بذكاء الأعمال وتستكشف اتجاه التطوير المستقبلي لذكاء الأعمال. بلغ

العدد الإجمالي للمقالات 2938 وثيقة، من عام 2006 إلى عام 2020، وتم تسوية عدد المقالات المنشورة في الخمسة عشر عامًا الماضية بشكل تدريجي.

تكشف هذه الورقة عن قوة البحث واتجاه التطوير لذكاء الأعمال في السنوات الخمس عشرة الأخيرة، وتلخص المسح الأساسي لأبحاث ذكاء الأعمال في الصين. على الرغم من أن البحث حول ذكاء الأعمال في الصين قد بدأ متأخرًا، إلا أنه أصبح له هيكله الخاص الآن ويميل إلى أن يكون مستقرًا، بمتوسط حجم سنوي يزيد عن 100 مقالة.

يتم تنفيذ العمل البحثي للمؤلف إما بالاشتراك مع فريقه الخاص أو يتم تنفيذه بمفرده.

ثالثًا، المجالات الصادرة عن الأدب الصيني موثوقة، والتي تمثل أيضًا المكانة الدولية للبحوث الصينية.

رابعًا، يركز البحث حول ذكاء الأعمال في الصين بشكل أساسي على تحسين التكنولوجيا، ووجد أن تركيز البحث التالي سيكون على مزيج من البيانات الضخمة *big data* والتعلم الآلي.

وفقًا للتحليل أعلاه، فإن تطوير ذكاء الأعمال في فترة ازدهار في الوقت الحاضر.

يقدم المؤلف الاقتراحات التالية من أجل التطوير المستقبلي لذكاء الأعمال:

1- يجب على العلماء إنشاء أو تعزيز الروابط التعاونية وإجراء البحوث الأكاديمية معًا ومشاركة خبراتهم.

2- يُقترح توسيع مجال الرؤية البحثية وإجراء البحوث المبتكرة حول تطوير العطاءات في الخارج.

3- يُقترح أن يتم تطوير الجمع بين ذكاء الأعمال والبيانات الضخمة والتعلم الآلي بقوة لتعزيز التغيير التكنولوجي ومساعدة المؤسسات في صنع القرار بشكل أكثر كفاءة.

4- يُقترح أن يُؤخذ ابتكار سيناريو التطبيق في الاعتبار مع الانتباه إلى تطوير التكنولوجيا، وذلك لتطوير المزيد من الاحتمالات لتطبيق نظام ذكاء الأعمال.

2. العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية:

من خلال مراجعتنا لبعض الأدبيات السابقة درس الباحثون العديد من العلاقات مع الذكاء الاقتصادي منها علاقته باليقظة الاستراتيجية (FENNI، 2020) (نجاري، 2023)، إدارة الجودة الشاملة (حجاج و ناصري، 2018)، التنمية المستدامة (يوسفي و بن محمد، 2020)، الإبداع (DOU و SEBASTIÃO، 2021) (OUAMAR BERKAL و SI MANSOUR، 2021)، الاستراتيجية (HAKMAOUI و BERRADA، 2020) (بلقواسمي و بن يوسف، 2021)، أداء المؤسسة (Zhijun و Yansheng، 2021)، رشاقة المؤسسة (MISSOUM، 2021)، إتخاذ القرار (LAFREM، 2020)، وغيرها من العلاقات.

درس الباحثون موضوع أثر ودور الذكاء الاقتصادي على المزايا التنافسية بكثرة لكن من جوانب وطرق مختلفة سنقارن بين الدراسات من خلال نتائجها:

يؤدي تبني وتطبيق نظم الذكاء الاقتصادي إلى تحقيق ميزة تنافسية (بلقواسمي و بن يوسف، 2021) (قرايري، 2022) (دوار و قهواجي، 2021).

حيث توصل الباحثون في دراسة كمية لعينة من البنوك الجزائرية في ولاية معسكر (وكالات تغنيف) أن مستوى تطبيق آلية الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في البنوك الجزائرية كان متوسطا بشكل عام (صديقي و حمو، 2022).

وفي ورقة علمية تهدف إلى توضيح مدى اعتماد الوكالات الإشهارية في مدينة مغنية (تلمسان) على آلية الذكاء الاقتصادي واستعمالاتها فيما يخدم القرار التنافسي لعينة مكونة من 49 إطار مسير للوكالات الإشهارية بينت وجود عاقلة طردية بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية. (دومي و بوشعور، 2022).

أشارت النتائج في دراسة هدفت إلى تحديد النكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس أين تم الاعتماد على تطبيق الارتباط الجزئي والذي توصل الباحثان من خلاله إلى أن وجود علاقة قوية بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية اتضح أنها غير حقيقية بعد تدخل الميزة التنافسية، حيث أصبحت العلاقة بين المتغيرين علاقة متوسطة تقدر ب 41,455 بالمائة بمستوى ذو دلالة إحصائية أقل من 5 بالمائة. (تربش و بن حامد، 2022)

في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال دراسة حالة الوكالات الإشهارية بمدينة مغنية تلمسان يرى الباحثان عدم الإدراك الكامل لمفهوم الذكاء الاقتصادي، إلا أن هذه المؤسسات محل الدراسة مدركة أنها تمارس بعضا من تقنياته بطريقة غير منظمة، إضافة إلى تفاوت اعتماده من بعد إلى آخر. (دومي و بوشعور، 2022)

يتيح الذكاء الاقتصادي للمنظمة الاستخدام الاستراتيجي والتشغيلي الأمثل للمعلومة الاستخباراتية الاستراتيجية (دوار و قهواجي، 2021) (ZWERENZ، 2020) للأعوان الاقتصاديين (دومي و بوشعور، 2022) (ZAOU, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020)، والتي تساهم في قدرة المنظمة على تحويل المعلومات إلى أفعال تتمثل تدعيم واتخاذ القرارات المرتبطة مباشرة بتحسين المستوى التنافسي للمنظمة وتعزيز الموقع التنافسي في نطاق السوق المستهدفة. (قرايري، 2022) (دوار و قهواجي، 2021) (ZWERENZ، 2020)

تجدر الإشارة أن هذه المعلومات يتم الحصول عليها بطريقة شرعية ويضمن الذكاء الاقتصادي المنافسة الأخلاقية بعيدا عن الجوسسة والطرق غير القانونية في جمع البيانات والمعلومات. (دوار و قهواجي، 2021) (بلقواسمي و بن يوسف، 2021)

الاعتماد الرسمي للذكاء الاقتصادي يضمن البقاء للمؤسسات في بيئة الأعمال من خلال ضمان تطوير الشركة. (قرايري، 2022)

في دراسة نوعية للباحث الألماني Stefan ZWERENZ بعنوان "The linkage between competitive intelligence and competitive advantage in emerging market business: A case in the commercial vehicle industry" لصناعة السيارات التجارية، تهدف إلى فهم متعمق للصلة بين الذكاء الاقتصادي وبنياته والميزة التنافسية فيما يتعلق بإمكانياتها المحتملة وشفافيتها بين مولدات الذكاء الاقتصادي والمستخدمين، علاوة على ذلك، يوضح كيف يمكن إدارة و / أو تعديل الذكاء الاقتصادي كعملية ومنتج من أجل الميزة التنافسية في أعمال الأسواق الناشئة، يمكن للشركات أيضا تحسين المواقف التنظيمية تجاه ضغوط التغيير البيئي على تأثير الميزة التنافسية. (ZWERENZ، 2020)

إذ يهتم الذكاء الاقتصادي برصد بيئة المنظمة الداخلية والخارجية من أجل الكشف عن الفرص والتهديدات ونقاط القوة والضعف (دوار و قهواجي، 2021) (بلقواسمي و بن يوسف، 2021)، تعتبر البيئة التي تعمل فيها الوكالات الإشهارية ذات منافسة عالية جداً، وتعتمد بشكل كبير في مراقبتها للمحيط الخارجي على المنافسين والمستهلكين والتطور التكنولوجي الذي يمكنها من مواكبة تطورات المجال وتحقيق الجودة والأداء الناجح. (دومي و بوشعور، 2022)

يتألف الذكاء الاقتصادي من ثلاث عناصر مترابطة ومتكاملة تتمثل في اليقظة الاستراتيجية، حماية الإرث المعلوماتي والتأثير؛ (بوحسان و بوعشة، 2019) (دوار و قهواجي، 2021) (دومي و بوشعور، 2022) (بلقواسمي و بن يوسف، 2021) (تربش و بن حامد، 2022)

● **اليقظة الاستراتيجية:** تساعد نظم ذكاء الأعمال على تفعيل اليقظة الاستراتيجية آلياً، وتعزيز ذكاء الأنظمة، وبالتالي فهو نظام حماية شامل للحد من الخروج المبكر من بيئة الأعمال. (بلقواسمي و بن يوسف، 2021)

في دراسة كمية لمؤسسة موبيليس لعينة من جميع موظفي المؤسسة المقدر عددهم بـ 46 موظف بعنوان "آلية تفعيل التكامل بني الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية" بينت نتائج اختبار الارتباط المتعدد أن جميع أبعاد الذكاء الاقتصادي تؤثر تأثيراً إيجابياً في الميزة التنافسية ودرجة أعلى اليقظة الاستراتيجية بمعامل تأثير بلغ 0.583 بخطأ معياري قدر بـ 0.075. (تربش و بن حامد، 2022)

في دراسة تهدف إلى توضيح العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية من خلال الإشارة إلى التجربة الفرنسية لعينة من 360 مؤسسة لمنطقة (برتون-فرنسا) وشركة توتال، حيث كان تطبيق اليقظة الاستراتيجية (لـ 360 مؤسسة لمنطقة برتون-فرنسا) بارزاً بشكل أوضح وأكثر انتشاراً، سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر وذلك بمعدل مؤسسة من اثنين. فهذه السياسة عرفت تطوراً مقارنة بالسنوات الماضية وذلك لزيادة وعي المؤسسات بأهمية اليقظة الاستراتيجية ذلك أن 83.8% من المجيبين (من مدراء المؤسسات محل الدراسة). (بوحسان و بوعشة، 2019)

في مجمع توتال الفرنسي Total تجود خلية للذكاء الاقتصادي التي تساهم في إنتاج المعلومات الاستراتيجية حول المحيط التنافسي، التكنولوجي والاقتصادي. فتمارس بذلك المؤسسة اليقظة التنافسية والتكنولوجية بهدف ترقي المحيط والمنافسة المباشرة وغير مباشرة وتوقع وتجنب الأخطار والتهديدات المتأتمية منها. (بوحسان و بوعشة، 2019)

● **حماية الإرث المعلوماتي:** يلعب الذكاء الاقتصادي دوراً هاماً في حماية واستدامة الميزة التنافسية، وذلك من خلال سياسة الأمن والحفاظ على الإرث المعلوماتي بالاعتماد على الاستراتيجيات الدفاعية للتقليد من التعرض للهجوم وتقوية الوضع التنافسي مكاناتها القيمة من التقليد، ودعم أية ميزة تنافسية لديها. (دوار و قهواجي، 2021) (ZAOUI, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020) (قرايري، 2022)

توصل الباحثون (دوار و قهواجي، 2021) إلى أهمية بعد الأمن المعلوماتي مقارنة بباقي عناصر الذكاء الاقتصادي (اليقظة الاستراتيجية؛ سياسة التأثير)، نظراً لطبيعة عمل المؤسسات محل الدراسة التي تستدعي الحماية والحفاظ على المادة الخام للمعلومة باعتبار كل ما يتعلق بالمعلومات هو مرادف لرهانات السلطة داخل المؤسسة. (دوار و قهواجي، 2021)

الوكالات الإشهارية تمتلك نسبة معتبرة من الصفات التي تدرج ضمن المبادئ التي يقوم عليها الذكاء الاقتصادي ذكر منها الباحثان (دوار و قهواجي، 2021) سعي الإطارات المسيرة لهذه الوكالات الى حماية وحفظ معلوماتها من المخاطر والهجمات، وإدراك عمالها لأهمية هذه المعلومات، مع حرصهم على عدم قرصنة وسرقة معلوماتها وبرامجها. (دوار و قهواجي، 2021)

وجد (تربش و بن حامد، 2022) في الدراسة السابقة الذكر لمؤسسة موبيليس بدرجة أقل تأثيراً بعد حماية المعلومات على الميزة التنافسية الذي بلغ معامل تأثيرها حوالي 0.3 والخطأ المعياري قدر ب 0.095. (تربش و بن حامد، 2022) في حين أن دراسة التجربة الفرنسية للعينة (360 مؤسسة فرنسية لمقاطعة برتون) أعطوا أهمية بنسبة 71.5% من أجل حماية المعلومة من مدراء المؤسسات محل الدراسة. أما مجمع توتال Total فتتصب ممارسات الذكاء الاقتصادي أكثر بحماية أنظمة المعلومات الخاصة بالمؤسسة وإدارة المخاطر وحماية الإرث المعلوماتي لاغتنام فرص الابتكار والتطوير. (بوحسان و بوعشة، 2019)

• **التأثير:** في دراسة (بوحسان و بوعشة، 2019) التي كانت عن التجربة الفرنسية السابقة الذكر أعطى مدراء المؤسسات محل الدراسة (360 مؤسسة فرنسية لمقاطعة برتون) أقل أهمية لسياسة التأثير وتقدر ب 65.9 بالمائة وهذا راجع لعدم وضوح هذه السياسات ولقلة الكفاءات وليس لقلة الاهتمام.

هذه الدراسات كانت قد درست تأثير أبعاد الذكاء الاقتصادي التي تمثلت في اليقظة الاستراتيجية، الأمن، وسياسة التأثير على تحقيق المزايا التنافسية.

قام (تربش و بن حامد، 2022) بعدم دراسة بُعد سياسة التأثير وعوضه ببعد إدارة المعرفة بمعامل تأثير على الميزة التنافسية يقدر ب 0.068 بخطأ معياري قدر ب 0.095.

أما (صديقي و حمو، 2022) في دراسة بعنوان " دور الذكاء التنافسي في تحقيق الميزة التنافسية - دراسة حالة البنوك الجزائرية - " بمنهج كمي قدم الباحثان أبعاد الذكاء الاقتصادي ثلاثة أبعاد؛ الوعي التنظيمي، العملية والمعالجة ودرسوا علاقتها مع أبعاد الميزة التنافسية وأبرزت النتائج أن هناك علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين الذكاء الاقتصادي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) وتعزيز الميزة التنافسية (الجودة، الكفاءة، الابداع، الاستجابة) في البنوك الجزائرية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.895). (صديقي و حمو، 2022)

علاقة موضوع الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية درس فيها الباحثون أثر متغير الذكاء الاقتصادي على أبعاد الميزة التنافسية. (بلقواسمي و بن يوسف، 2021) (صديقي و حمو، 2022)

الميزة التنافسية هي الوسيلة التي تتمكن بواسطتها المؤسسة من اختراق الأسواق للحصول على مركز تنافسي من خلال تقديم أفضل المنتجات والخدمات بالكمية والجودة المناسبين وبالوقت المناسب وبأقل تكلفة ممكنة لإشباع رغبات زبائنها والحصول على أسواق جديدة. (دوار و قهواجي، 2021) (ZWERENZ، 2020)

المصادر التي تستمد منها الميزة التنافسية متعددة، من أبرز هذه المصادر هي التكلفة المنخفضة، الخدمة المميزة، الجودة، السرعة، المرونة والتكنولوجيا...الخ. (دوار و قهواجي، 2021) (بلقواسمي و بن يوسف، 2021) (صديقي و حمو، 2022)

- **التكلفة:** في دراسة كمية بعنوان "التوجه الإستراتيجي لمنظمات الأعمال نحو تطبيق نظم ذكاء الأعمال كآلية لتحقيق الميزة التنافسية دراسة تحليلية" تسعى إلى تبيان ضرورة اختيار نوع التوجه الإستراتيجي الذي يضمن تحقيق أهداف المنظمة ويواكب تغيرات البيئة، إظهار مزايا استخدام وتطبيق نظم ذكاء الأعمال ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، قام الباحثون (بلقواسمي و بن يوسف، 2021) بدراسة حالة *therapeutics*، معهد *Statistical Analysis* (SAS) *System Institute*، *Microsoft*، *Honda*، وتطبيق نظم الذكاء الاقتصادي يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية، عبر تخفيض التكاليف، وتعزيز الموقع التنافسي. (بلقواسمي و بن يوسف، 2021)
- يلعب الذكاء الاقتصادي دورا كبيرا في التأثير على مصادر الميزة التنافسية المستدامة وبالتالي التأثير على الميزة التنافسية المستدامة في حد ذاتها، حيث يبحث الذكاء الاقتصادي في سبل توفير التكلفة الأقل. (دوار و قهواجي، 2021)
- **الجودة:** تعتبر الجودة من عوامل بناء الميزة التنافسية (دوار و قهواجي، 2021)
- في دراسة كمية لعينة من البنوك الجزائرية في ولاية معسكر (وكالات تغنيف) أبرزت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) والجودة المتفوقة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.918) والدلالة الإحصائية (0.001) وهي أقل من (0.05). (صديقي و حمو، 2022)
- **الإبداع:** يساهم الذكاء الاقتصادي بفتح آفاق وحلول جديدة للإبداع والابتكار. (دوار و قهواجي، 2021) (بلقواسمي و بن يوسف، 2021)
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) والإبداع المتفوقة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية في ولاية معسكر (وكالات تغنيف)، حيث بلغ معامل الارتباط (0.730) والدلالة الإحصائية (0.001) وهي أقل من (0.05). (صديقي و حمو، 2022)
- **الاستجابة للعملاء:** يوفر الذكاء الاقتصادي للمنظمة كل المعلومات اللازمة الخاصة برغبات وتوقعات العملاء مما يمكنها من العمل على الاستجابة لهذه التوقعات وتحقيق رضاهم من خلال تقديم منتجات متميزة تحول دون محاكاة المنافسين لها، وهذا ما يرفع من مركزها التنافسي في السوق وتضمن بذلك تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. (دوار و قهواجي، 2021)
- في دراسة (صديقي و حمو، 2022) أبرزت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) والاستجابة المتفوقة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.870) والدلالة الإحصائية (0.001) وهي أقل من (0.05). (صديقي و حمو، 2022)
- **الكفاءة:** يوفر الذكاء الاقتصادي معلومات عن المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة وبذلك تستطيع الأنظمة الاستثمار في قدرات ومهارات وكفاءة مواردها البشرية بما يتناسب ومتطلبات سوق، مما يساهم في بناء ميزة تنافسية للمؤسسة. (بلقواسمي و بن يوسف، 2021)

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) والكفاءة المتفوقة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.934) والدلالة الإحصائية (0.001) وهي أقل من (0.05). (صديقي و حمو، 2022)

- **التسليم (الوقت):** المعلومات المتوفرة من نظام الذكاء الاقتصادي تساهم بشكل مباشر وغير مباشر في تحديد موعد التسليم وسرعته وبالتالي رضى العملاء وتحقيق ميزة تنافسية. (دوار و قهواجي، 2021)

الجدول 2.2. مراجعة المؤلفين الذين تناولوا الروابط بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية

الرقم	الكتاب	السنة	البحث	المنهج
1	(تربش و بن حامد)	2022	تحديد التكامل بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس.	منهج كمي، دراسة وصفية، اعتماد تطبيق الارتباط الجزئي، التحقيق عن طريق استبيان.
2	(قرايري)	2022	توضيح الدور الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية لاقتصاديات الدول والمنظمات.	منهج وصفي تحليلي.
3	(دومي و بوشعور)	2022	مدى اعتماد الوكالات الإشهارية في مدينة مغنية (تلمسان) على آلية الذكاء الاقتصادي واستعمالاتها فيما يخدم القرار التنافسي.	منهج كمي، دراسة وصفية تحليلية، التحقيق عن طريق الاستبيان والمقابلة.
4	(صديقي و حمو)	2022	اختبار أثر الذكاء التنافسي بأبعاده (الوعي التنظيمي، العملية، المعالجة) في تعزيز الميزة التنافسية بأبعادها (الجودة الفائقة، الكفاءة، الابداع الفائق، الاستجابة الفائقة) في البنوك الجزائرية في ولاية معسكر (وكالات تغنيف)	منهج كمي، دراسة وصفية تحليلية، التحقيق عن طريق الاستبيان.
5	(دوار و قهواجي)	2021	إبراز دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة للمنظمة	منهج وصفي تحليلي.
6	(بلقواسمي و بن يوسف)	2021	إظهار مساهمة التوجه الإستراتيجي للمنظمات نحو تطبيق نظم ذكاء الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية.	منهج وصفي تحليلي.
7	(ZAOU, RAMDHANI, & BOUDAUD)	2020	دراسة مظاهر الذكاء الاقتصادي في الشركات على وجه الخصوص مقارنة بمفهوم اليقظة لتحقيق التنافسية.	دراسة نوعية.

8	(ZWERENZ)	2020	تهدف هذه الدراسة إلى فهم متعمق دراسة نوعية، طريقة استقصاء للصلة بين الذكاء الاقتصادي وبنياته توحد العناصر الاستنتاجية والميزة التنافسية فيما يتعلق بإمكانياتها والاستقرائية. المحتملة وشفافيتها بين مولدات الذكاء الاقتصادي والمستخدمين. علاوة على ذلك، يوضح كيف يمكن إدارة و / أو تعديل الذكاء الاقتصادي كعملية ومنتج من أجل الميزة التنافسية في أعمال الأسواق الناشئة، لصناعة السيارات التجارية.
---	-----------	------	---

9	(بوحسان و بوعشة)	2019	توضيح العلاقة بين الذكاء الاقتصادي منهج كمي، دراسة تحليلية وصفية. وتنافسية المؤسسة الاقتصادية، مع الإشارة إلى التجربة الفرنسية.
---	------------------	------	---

المصدر: من إعدادنا.

ركزت معظم البحوث في الجزائر حول موضوع الذكاء الاقتصادي على توضيح مفهومه ومعالمه منذ بداية اعتماده، وأغلب النتائج كانت تُظهر أن اعتماده كان نسبيا في المؤسسات الجزائرية.

حسب الدراسات السابقة تبين أن الصين تمارس الذكاء الاقتصادي باحتراف وأصبح من أسس ثقافة المؤسسة والمجتمع لديهم، للشركات الصينية في الجزائر مؤخرا حصة الأسد في السوق لكن تناولت القليل من الدراسات شأن الشركات الصينية في الجزائر وممارسة الذكاء الاقتصادي بها، إن إضافة دراسة تجريبية لأحد الشركات الصينية الكبرى ذات حصة سوقية كبيرة في العالم وخاصة الجزائر أن تساهم في إضافة جديدة للمعرفة الحالية.

II. الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية

1. الذكاء الاقتصادي:

يعد موضوع الذكاء الاقتصادي من المواضيع الحديثة نسبياً، تناولها الباحثون بكثرة كل بشكل مختلف، في دراستنا سنتناوله في ثلاثة جوانب تخدم مسار دراستنا وأهدافها، سنكشف عن مفهوم الذكاء الاقتصادي، ومنهجه في المؤسسات والشروط الدنيا لنجاحه كمنهج، وكذا بعض نماذج الدول التي تحترف اعتماده.

1.1. مفهوم الذكاء الاقتصادي:

تتناول تعاريف الباحثين العديد من الجوانب في موضوع الذكاء الاقتصادي وكذا المفاهيم المتداخلة معه، سنتناول بعض التعاريف المهمة والكشف عن الفرق بين المفاهيم.

1.1.1. تعريف الذكاء الاقتصادي:

نورد هنا في الجدول أدناه بعض التعريفات المهمة:

الجدول 2. 3. بعض تعريفات للذكاء الاقتصادي

الكاتب	التعريف
(Martre, 1994)	"يمكن تعريف الذكاء الاقتصادي على أنه مجموعة من الإجراءات المنسقة للبحث والمعالجة والتوزيع بهدف استغلال المعلومات المفيدة للفاعلين الاقتصاديين. يتم تنفيذ هذه الإجراءات المختلفة بشكل قانوني مع جميع ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على أصول الشركة، في ظل أفضل ظروف الجودة والمواعيد النهائية والتكلفة. المعلومات المفيدة هي تلك التي تحتاجها مستويات اتخاذ القرار المختلفة للشركة أو المجتمع، من أجل تطوير وتنفيذ الاستراتيجية والتكتيكات اللازمة لتحقيق الأهداف التي تحددها الشركة بهدف تحسين وضعها في بيئتها التنافسية. يتم تنظيم هذه الإجراءات، داخل الشركة، في دورة متواصلة، مما يولد رؤية مشتركة للأهداف التي يتعين تحقيقها." (Martre, 1994، صفحة 11)
Christian Harbulot	يعرف أربولو الذكاء الاقتصادي على أنه: "البحث المنهجي وتفسير المعلومات في متناول الجميع، من أجل فك نوايا الفاعلين ومعرفة قدراتهم. ويشمل جميع عمليات مراقبة البيئة التنافسية (الحماية، والرصد، والتأثير) ويختلف عن الاستخبارات التقليدية من خلال: طبيعة نطاقه، لأنه يتعلق بمجال المعلومات المفتوحة، وبالتالي يتطلب الامتثال لأخلاقيات ذات مصداقية، هوية الجهات الفاعلة فيها، من حيث أن جميع الموظفين والإدارة - وليس الخبراء فقط - يشاركون في بناء ثقافة المعلومات الجماعية، خصوصياته الثقافية، لأن كل اقتصاد وطني ينتج نموذجاً أصلياً للذكاء الاقتصادي يختلف تأثيره على الاستراتيجيات التجارية والصناعية باختلاف الدولة." (BELKACEMI, MOINET و SALAOUATCHI، 2019، صفحة 8)

الذكاء الاقتصادي هو "سياسة عامة تحدد القطاعات والتكنولوجيات الاستراتيجية، وتنظم تقارب المصالح بين المجال العام والمجال الخاص". إنها سياسة عامة يحددها المحتوى ونطاق تطبيقها.

المحتوى يهدف إلى الأمن الاقتصادي. يجب أن تحدد الأنشطة التي يجب حمايتها والوسائل المتاحة لهذا الغرض. يحدد كيفية دعم الشركات في الأسواق العالمية، وكيفية التأثير على المنظمات الدولية حيث يتم الآن تطوير القواعد القانونية والمعايير المهنية التي يتم فرضها على الدول والشركات والمواطنين. (BAAZIZ, 2015, p. 218)

المصدر: من إعدادنا

بعد تحليل التعاريف السابقة استخلصنا أن الذكاء الاقتصادي يرتكز على ثلاث محاور:

1- إنتاج المعلومات: ويشمل ذلك الأنشطة، واستخدام الوسائل القانونية للبحث، وجمع ومعالجة وتحليل ونشر واستغلال المعلومات المفيدة للفاعلين الاقتصاديين. في الواقع، هذه هي أنشطة اليقظة الاستراتيجية (العلمية والتكنولوجية والتنافسية والمالية والقانونية والتنظيمية ...) (Martre, 1994)، والهدف منها هو مراقبة البيئة وتحديد الإشارات الضعيفة التي تكشف عن الاتجاهات الناشئة، من خلال الاستخدام المكثف للتكنولوجيا الجديدة للمعلومات والإنترنت ودون إهمال العامل البشري والخبراء وجميع مصادر المعلومات يحتمل أن تكون ذات صلة. (MADANI & BOUCETTI, p. 18)

2- حماية الإرث المعلوماتي التنافسي: وهذا يعني الحماية من يقظة الآخرين: التعرف على ما نتواصل بشأنه، وما يتم تلقيه لجميع الموظفين، وخلق ردود فعل، ورؤية بما في ذلك بنود السرية في عقود العمل. (FENNI, 2020، صفحة 216)

وتعرف من قبل *Besson et possin* على كونها الدفاع والأمن والحفاظ على التراث الصناعي والثقافي، فالقراءة الأولية لهذا المفهوم تقود إلى اعتماد فكرة قيام الذكاء الاقتصادي بوظيفة حماية المعلومات. ومن جانبها المعلومات المتعلقة بالمعرفة والقدرات التي تملكها المؤسسة، والتي يمكنها أن تعطي للمؤسسة سبقا تنافسيا (ملف الزبائن، السيرورة التكنولوجية، الابتكار...)، وهي المعلومات التي يعبر عنها بعضا من الباحثين بالامتلاكات المعلوماتية للمؤسسة (*informationnel patrimoine*) ويشكل تخزينها، أو حيازتها من قبل الخصم ضررا على المؤسسة ويفقدها مصدر التفوق التنافسي. (الحاج سالم، 2018، صفحة 282)

3- التأثير: الاستخدام الدفاعي والهجومى للمعلومات الناتجة التأثير - التأثير المضاد - الضغط (*Lobbying*). (BOUROUBI, 2014، صفحة 43)

من جانبها يرى كل *Besson et possin* من أن التأثير "هو قدرة المؤسسة على تعديل علاقات قوى السوق لصالحها من دون الاستنتاج بأصحاب القرار السياسي". (الحاج سالم، 2018)

الذكاء الاقتصادي = اليقظة الاستراتيجية + الحماية + التأثير (FENNI, 2020، صفحة 415)

نستخلص أيضا من التعاريف السابقة أن:

1- المعلومات المحصلة هي معلومات شرعية من مصدر مفتوح.

2-الهدف الأساسي من الذكاء الاقتصادي هو إتخاذ القرار الرشيد لتحقيق تنافسية مستدامة.

3-الذكاء الاقتصادي هو جزء من ثقافة المؤسسة والموظفين وسياسة الدولة.

4-تأزر (Synergie) بين القطاعين العام والخاص. (BELKACEMI ،MOINET و SALAOUATCHI، 2019، صفحة 9)

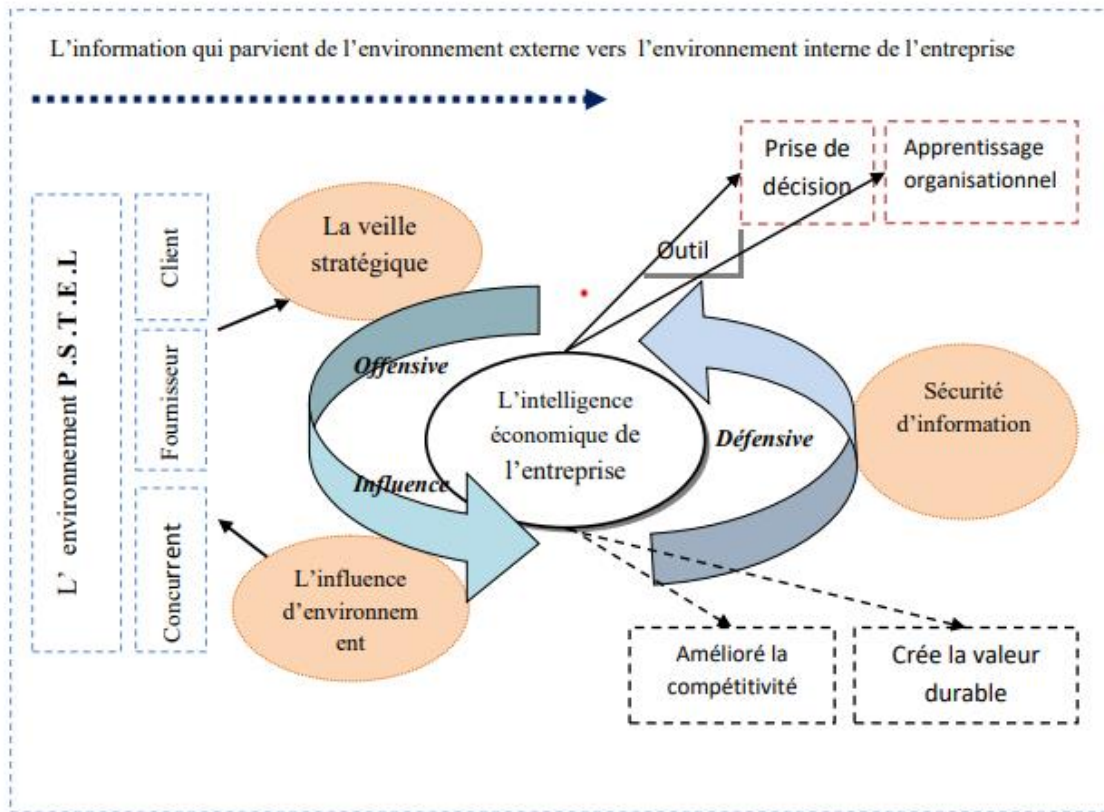
وأوضح هارولد ويلينسكي أن الذكاء الاقتصادي يهتم بقضيتين اثنتين تثيران الكثير من الاهتمام اليوم:

1-الاستراتيجيات الجماعية والتعاون بين الحكومات والشركات في إنتاج المعرفة المشتركة للدفاع عن الميزة التنافسية.

2-أهمية المعرفة في الاقتصاد والصناعة كمحرك استراتيجي للتنمية والتغيير. (Baumard و Harbulot، 1997، صفحة 6)

يمثل الشكل الموالي خصائص الذكاء الاقتصادي في المؤسسة:

الشكل 1.2. خصائص الذكاء الاقتصادي في المؤسسة



المصدر: (HADJADJ, 2020, p. 24)

2.1.1. الفرق بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية:

في السنوات الأخيرة، أصبحت مصطلحات اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي أكثر شيوعاً في لغة الاقتصاد وعالم الأعمال.

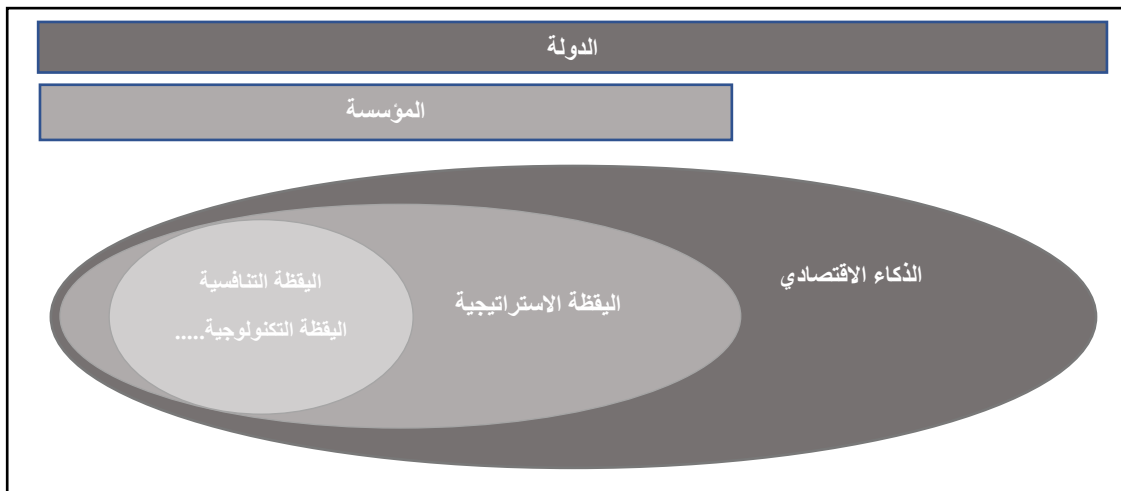
أصبحت هذه المصطلحات الحديثة نسبياً شائعة الاستخدام في حوالى التسعينيات عندما تم تطوير خلايا اليقظة. يعود الوعي باليقظة الاستراتيجية إلى أوائل الثمانينيات مع إدخال أشكال جديدة لإدارة المعلومات تركز بشكل أساسي على مفاهيم الجودة ولم تعد على الكمية.

اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي مفهومان متميزان ولكنهما وثيق الصلة ببعضهما البعض؛ يشمل الذكاء الاقتصادي عدة مفاهيم في مجاله: الأمن الاقتصادي، واليقظة، والاستخبارات، وإدارة المعرفة، والضغط. اليقظة الاستراتيجية هي أحد جوانب الجوانب الثلاثة للذكاء الاقتصادي. لكنه يختلف عن الأخير من حيث أنه لا يغير تنظيم البيئة التي يمارس فيها الملاحظة. وبهذا المعنى، فإن اليقظة لها دور في الكشف بينما لدى الذكاء الاقتصادي مهمة تتمثل في وضع الشركة في بيئتها القريبة. تهدف اليقظة الاستراتيجية، الذي يعتبر خطوة منهجية لجمع ومعالجة ونشر المعلومات، إلى مراقبة وفك تشفير البيئة التنافسية واكتشاف الاتجاهات الناشئة. ومع ذلك، في سياق اقتصادي مفتوح بشكل متزايد ومتغير باستمرار يتميز بتطورات غير مسبوقه في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لا يكفي جمع المعلومات ولكن من الضروري وضع نظام للأمن / السلامة. يضمن هذا النظام المسمى الذكاء الاقتصادي الأمن المادي وأمن تكنولوجيا المعلومات بالإضافة إلى أصول الشركة. عندما نتحدث عن الذكاء الاقتصادي، فإن الأمر يتعلق بالحديث عن اليقظة المنظمة لمساعدة المنظمة. (HARRAR و GHOMARI MALTI، 2018، صفحة 238)

تضيف (FENNI، 2020) أن الذكاء الاقتصادي هو على المستوى الجزئي والكلّي للاقتصاد أما اليقظة الاستراتيجية فهي على المستوى الجزئي أي على مستوى المؤسسة. (FENNI، 2020، صفحة 416)

يمكن توضيح الفرق بين اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي بالشكل الموالي:

الشكل 2.2. الفرق بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية



المصدر: (FENNI، 2020، صفحة 417)

2.1. نهج الذكاء الاقتصادي في المؤسسة والشروط الدنيا للممارسات الجيدة للذكاء الاقتصادي:

اليوم، يتم تسهيل نشر الذكاء الاقتصادي في عالم الأعمال من خلال تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات. الأدوات الأساسية للذكاء الاقتصادي هي في المقام الأول أدوات اليقظة، سواء كانت تكنولوجية أو تنافسية أو تجارية أو حتى تنظيمية. (Gloaguen, 2014) (ZAOU, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020, p. 359)

1.2.1. المراحل الرئيسية لعملية الذكاء الاقتصادي:

- 1- وضع الإستراتيجية ومعرفة إمكانات الشركة التنموية.
- 2- تعيين مسؤول مرجعي، مسؤول عن الإشراف على جمع ومعالجة جميع المعلومات.
- 3- تحديد المعلومات المطلوبة.
- 4- تحديد وتوجيه تدفق المعلومات الواردة والصادرة.
- 5- سرد المصادر البشرية والرقمية والورقية والتنظيمية.
- 6- إضفاء الطابع الرسمي على المعلومات المسترجعة بطريقة تضمن سهولة النشر الداخلي وضمان ذاكرة مثالية للموارد.
- 7- تحديد مستلمي المعلومات التي تجمعها الشركة وتقدرها.
- 8- نشر المعلومات.
- 9- إجراء مقابلات منتظمة مع عملائها ومورديها ومؤسسات عامة أو شبه عامة ومتابعة أخبار وسائل الإعلام المتخصصة التي تكون في مركز النشاط والتي يمكنها اكتشاف التهديدات أو الاتجاهات المنبثقة، والتي لا تؤخذ في الاعتبار في البداية، في إطار التفكير اليومي.
- 10- جعل جميع الموظفين على دراية بالحاجة إلى جمع المعلومات الاستراتيجية والإبلاغ عنها من بيئتهم المباشرة أو غير المباشرة.
- 11- إجراء دراسة مقارنة للممارسات السارية من حيث الذكاء الاقتصادي في الشركات المنافسة، لضمان التغذية الراجعة.
- 12- مرافقة كل عملية صنع قرار بشكل منهجي بالبحث والتحليل للتحقق من صحتها وتعزيزها. (Gloaguen, 2014) (ZAOU, RAMDHANI, & BOUDAUD, 2020, pp. 359-360)

2.2.1. الشروط الدنيا للممارسات الجيدة للذكاء الاقتصادي:

حسب (MOINET، وآخرون، 2019) الشروط هي سياسة عامة واضحة المعالم، والتكوين المناسب، والتأزر بين القطاعين العام والخاص، وإنتاج المعرفة، والوعي ومشاركة الأعمال التجارية ونظام معلومات وطني فعال. (MOINET، BELKACEMI، و SALAOUATCHI، 2019، صفحة 9)

1-سياسة عامة واضحة المعالم:

من الناحية التاريخية، تم إنشاء سياسة عامة للذكاء الاقتصادي في فرنسا بعد تقرير "الذكاء الاقتصادي والقدرة التنافسية والتماسك الاجتماعي" المعروف بتقرير كارايون (Carayon) والسياق الدولي الذي كشف عنه.

يؤكد برنارد كارايون في تقريره على الحاجة إلى تنفيذ سياسة عامة للذكاء الاقتصادي، والتي لا ينبغي أن تكون من اختصاص المتخصصين فقط بل مسألة دولة. (MOINET، BELKACEMI، SALAOUATCHI، 2019)

2-التكوين المناسب:

فيما يتعلق بالتدريب على الذكاء الاقتصادي، تُظهر ملاحظات التجربة الفرنسية أنه حجر الأساس للنظام لأنه، بالإضافة إلى المهارات الأساسية لليقظة أو الأمن الاقتصادي أو التأثير، فإنه وحده يجعل من الممكن تطوير ثقافة، وبعد ذلك، وضع ملائم لتنفيذ استراتيجيات الشبكة. كما خصصت التقارير الرئيسية حول الذكاء الاقتصادي في فرنسا أقسامًا مهمة حيث سلطت الضوء على أهمية التكوين في مجال الذكاء الاقتصادي.

بشكل ملموس، أُنحت الدورات التدريبية الثلاثين خلال عشرين عامًا تكوين الآلاف من المهنيين في كل من التدريب الأولي والتعليم المستمر. (Martre، 1994) (MOINET، BELKACEMI، SALAOUATCHI، 2019)

3-تآزر بين القطاعين العام والخاص

بفضل التآزر بين القطاعين العام والخاص، يتم تطبيق المبادئ الأساسية للاستراتيجية (حرية العمل وتركيز الجهود واقتصاد القوى وتسمح بتنفيذ ما يسمى بذكاء "glocal"، التي كانت اليابان هي البادئ فيها في السبعينيات والثمانينيات من قبل، لتصبح بعد ذلك القوة الاقتصادية العالمية الثانية:

مبدأ حرية العمل يتضمن رؤية شاملة لتوازن القوى القائم بين مختلف الفاعلين في النظام.

مبدأ تركيز الجهود يدعو إلى إنشاء شبكات المعرفة.

مبدأ اقتصاد القوى يتطلب التعايش بين المبدئين السابقين. (MOINET، BELKACEMI، SALAOUATCHI، 2019)

4-إنتاج المعرفة (مراكز الفكر ومراكز البحوث والجامعات)

يعرف آلان جوليت وإريك ديلبيك (Alain Juillet et Eric Delbecque) المؤسسات الفكرية (Think-tanks) على أنها: "الأسلحة الرئيسية لإدارة التصورات، تعمل على تطوير أو فرض نظام وتطور وحتى مصالح. إنهم يبررونها أو يخفون أحيانًا معانيها العميقة والأساسية. (MOINET، BELKACEMI، SALAOUATCHI، 2019)

5-الوعي التجاري والمشاركة

نظرًا لكون المؤسسة لاعبًا مركزيًا في أي اقتصاد ليبرالي، فهي أول من يشارك في عملية الذكاء الاقتصادي. الجهاز كله يدور حولها. هذا هو السبب في ضرورة مشاركة المؤسسات وإعلامها بهذه الممارسة. (MOINET،

(BELKACEMI، SALAOUATCHI، 2019)

6-نظام معلومات وطني فعال

في تقرير مارتر (Martre، 1994) لم يفشل في التعامل مع مسألة المعلومات من خلال التأكيد على أهمية "تعظيم تدفق المعلومات بين القطاع الخاص والقطاع العام" حيث أشار إلى قدرات الدولة والقطاع العام. الإدارة العامة في إدارة المعلومات - من جمعها إلى نشرها -. قدراتهم مكملة لقدرات السلطات المحلية والشركات. في التقرير، تم تناول النقطة المتعلقة بـ "تصميم قواعد البيانات وفقاً لاحتياجات المستخدم". (BELKACEMI، MOINET، و SALAOUATCHI، 2019)

3.1. نماذج الذكاء الاقتصادي للدول الرائدة:

في الوقت الحالي العديد من الدول ضليعة في اعتماد الذكاء الاقتصادي، سواء متطور أو في طور النمو، سنستعرض بعض من نماذج الذكاء الاقتصادي من الدول المتطورة كاليابان والولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا وأيضاً الصين لدعم دراستنا التي تتناول المؤسسة الاقتصادية الصينية.

1.3.1. النموذج الأمريكي: (BAAZIZ، 2015، الصفحات 220-223)

طبقت الشركات الأمريكية الكبيرة أنظمة "الذكاء الاقتصادي" لمواجهة المنافسة الأمريكية الداخلية. هذا المنطق هو نتيجة المنافسة الشرسة بين الشركات الأمريكية التي هيمنت على الأسواق العالمية حتى منتصف الثمانينيات. لا يؤخذ التهديد التنافسي من الاقتصادات الأخرى (الألمانية أو اليابانية أو الكورية) في الاعتبار في التفكير التنافسي للشركات الأمريكية. (Martre، 1994)

تستجيب الاستشارات الإستراتيجية للشركات الأمريكية للتعامل مع الأسواق الدولية لمتطلبات الربح لكل شريك بمنطق الربحية قصيرة الأجل أو اتخاذ مركز مهيم في السوق. (Martre، 1994)

كانت الوطنية الاقتصادية الأمريكية حتى الآن بمثابة ضمانة للمصلحة الخاصة، دون تشجيع الوعي بالمصلحة الجماعية. لم يتغير هذا النموذج للذكاء الاقتصادي بالكامل حتى نهاية القرن العشرين. يتم تطوير أسس سياسة الأمن الاقتصادي، وستوجه إدارة الولايات المتحدة بحزم سياستها الاقتصادية في خدمة الأعمال. وقد تجسد هذا التوجه عندما أنشأ الرئيس كلينتون المجلس الاقتصادي الوطني، المسؤول عن تقديم المشورة للرئيس في جميع المسائل المتعلقة بالأمن الاقتصادي، أي المصالح الاقتصادية الأمريكية، في السوق المحلية وفي جميع أنحاء العالم. تعود هذه الثقافة العفائية حول الذكاء الاقتصادي إلى عاملين: (Harbulot و Baumard، 1997)

1- الدور الرائد للقوة الأمريكية في تنمية اقتصاد السوق.

2- المنهجية التي يتم من خلالها التعبير عن المعرفة بالذكاء الاقتصادي مع معرفة الإدارة ونشرها في الإطار الإداري.

إن الأسباب في الأساس سياسية، وأيديولوجية، وتكنولوجية، وبالطبع اقتصادية:

1- السياسة: في نهاية الحرب الباردة، ولا سيما في عهد كلينتون، وجدت الولايات المتحدة نفسها في وضع يسمح لها بتخصيص موارد سيادية كبيرة للتوسع الاقتصادي مثل نظام "ECHELON"، الذي كان يهدف في البداية إلى التجسس على الاتصالات من السوفييت).

تساعد الدولة الأمريكية أعمالها التجارية من خلال حماية المعرفة والتقنيات الاستراتيجية (من خلال اختراع الوطنية الاقتصادية)، من خلال إتاحة المعلومات التقنية والاقتصادية للجهات الفاعلة الاقتصادية الأمريكية، المفيدة لغزو الأسواق، ومن خلال دعم جميع قوى دبلوماسيتها، وعملها. الشركات في طليعة العولمة.

2- الأيديولوجية: وفقًا للأيديولوجيين الأمريكيين، فإن نماذجهم السياسية (الديمقراطية التمثيلية)، والاقتصادية (السوق الحرة)، والتكنولوجية والاتصالات (مجتمع المعلومات والطرق السريعة للمعلومات) أو الثقافية (قيم الحرية) يجب أن تتماشى مع حركة العولمة. يتناسب الذكاء الاقتصادي مع هذا السياق العام، حيث أن فن مساعدة اللاعبين الاقتصاديين يكتسبون كل المعرفة اللازمة للبقاء في طليعة هذا التوسع.

3- التكنولوجيا: الذكاء الاقتصادي يتطور بالتوازي مع ثورة الإنترنت، وظهور مصادر مفتوحة لا تنضب تقريبًا (والتي، نتيجة لذلك، تؤدي إلى مشكلة خطيرة تتعلق بالحمل الزائد للمعلومات)، والتداول الفوري وغير المحدود للمعلومات المتدفقة. إن طرق الحصول على المعلومات ومعالجتها ومشاركتها وتحديد أولوياتها واستخدامها متقلبة. في الوقت نفسه، تم الكشف بشكل كامل عن ضعف المنظمات فيما يتعلق بأنظمة المعلومات الخاصة بهم.

4- اقتصادي: أدت العولمة أيضًا إلى عولمة المنافسة وعدم اليقين. للمعرفة والرأي أدوار استجابة فيما نسميه دون مبالغة: "الحرب الاقتصادية".

وهكذا، تم استهداف عشرة (10) أسواق ناشئة، وهي مصممة الآن على أنها "مناطق اقتصادية محجوزة": المكسيك، الأرجنتين، البرازيل، الصين، الهند، إندونيسيا، جمهورية كوريا، بولندا، تركيا وجنوب إفريقيا. في قلب هذا النظام، أنشأت الإدارة مركزًا للترويج (مركز الدعوة أو غرفة الحرب)، الذي يراقب خبراؤه بشكل دائم أكبر مائة مشروع عطاءات في العالم ويزودون الشركات بالمعلومات والدعم الدبلوماسي اللازم.

من ناحية أخرى، أدى الاتصال الدائم بين الممارسين والأكاديميين الأمريكيين إلى ولادة مجتمع كبير من الممارسين تجسد في عام 1986 من خلال إنشاء "جمعية محترفي الذكاء التنافسي (SCIP)". (BAAZIZ، 2015)

2.3.1. النموذج الياباني:

تشير الدراسات والأبحاث إلى أن مصطلح الذكاء الاقتصادي قد ظهر لأول مرة في اليابان، تحت ما يسمى بنظام الاستخبارات أو الذكاء التنافسي، كان الهدف منه بناء اقتصاد ياباني قوي وفق نظام الحماية تجاه الاقتصاد الغربي. (قرايري، 2022، صفحة 166)

يتميز النموذج الياباني للذكاء الاقتصادي بمجموعة من الخصائص والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية:

الانتقال من التقليد للنموذج الأمريكي نحو الابتكار عن طريق التكامل بين الذكاء الاقتصادي والمنافسة ووظيفة البحث والتطوير وغزو الأسواق الدولية.

نظام قائم على أساس التعاون وتضافر الجهود بين الدولة، والمؤسسات العامة والخاصة والجامعات، الأمر الذي يعزز من قدرة الوصول إلى استخدام المعارف والخبرات.

نظام ذكاء اقتصادي قائم على أساس الاستثمار في المعلومة الإستراتيجية.

نظام ذكاء اقتصادي موجه نحو تعزيز تنافسية البلد، حيث تبنت اليابان نموذج اقتصادي تنموي قائم على أساس الصناعة، وفي سبيل ذلك أرسلت اليابان عدة بعثات دراسية إلى الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأوروبية بهدف الخزن السريع للأفكار والتقنيات اللازمة لاستدراك البلدان الغربية وتجاوزها ولاسيما في قطاعات النسيج، الحديد والصلب، بناء السفن، والزراعة.

نظام ذكاء اقتصادي قائم على أساس إعطاء الأولوية للتعليم.

استخدام سياسة الضغط والتأثير في سبيل تحسين المنافسة الاقتصادية، مما أدى إلى احتلال اليابان كثاني أكبر اقتصاد صناعي في العالم بعد الولايات المتحدة الأمريكية خلال أربعة عقود فقط.

نظام يقظة فعال يتميز بثلاث ميزات أساسية من خلال تدفقات أفقية للمعلومات الأمر الذي يعكس مركزية الإبداع والابتكار والبحث عن الزيادة والتكرار في جمع المعلومات وأخيرا استثمارات كبيرة مكرسة لجمع المعلومات ونشرها. (قرائري، 2022، الصفحات 166-167) (بن عياد، 2011، صفحة 42)

3.3.1. النموذج الصيني:

الصين هي واحدة من الدول الآسيوية القليلة التي لدينا وصف للعناصر المتعلقة بنظام الذكاء الاقتصادي الوطني، وذلك بفضل عمل *Qihao Miao* أستاذ باحث سابق في معهد المعلومات العلمية والتقنية في شنغهاي (*ISTIS*). في منتصف الخمسينيات من القرن الماضي، ظهرت المعلومات العلمية والتقنية كنظام تابع لأكاديمية العلوم. في عام 1956، أنشأت الحكومة المنظمة لإدارة شبكة من مراكز التوثيق العلمية والتقنية: معهد المعلومات العلمية والتكنولوجية في الصين (*ISTIC*). في عام 1958، كان هناك ثلاثة وثلاثون معهدًا حكوميًا وخمسة وثلاثين معهدًا إقليميًا. حتى الآن، يعمل ما يقرب من 60.000 شخص في هذه الشبكة. وتستند ديناميات هذه الآلية إلى الاحتياجات الهامة للدولة من حيث المعلومات، في مشاركتها القوية من حيث الانفتاح والمشاركة في تدفقات الاقتصاد العالمي. تفسر هذه الحتمية تطور مفهوم "*Qingbao*"، والذي يعني كل من الاستخبارات والذكاء والمعلومات المفتوحة. في عام 1986، قرر مدير أكاديمية العلوم أن نشاط "*Qingbao*" كان "مفتوحًا ومنظمًا". اليوم، تطورت الممارسات والأساليب لخدمة أهداف السياسة الحكومية في مجال الإدارة ونقل التكنولوجيا. تعمل الشركات والسلطات الحكومية الصينية على تطوير ممارسات مثل البنشماركينغ واليقظة على قواعد البيانات وتفكيك المنتجات. لم يعد النظام الحكومي المزود الوحيد للمعلومات. وتم تقديم مفهوم الذكاء الاقتصادي فقط في الصين في منتصف الثمانينيات، ومنذ ذلك الحين حظيت ممارسات الذكاء الاقتصادي باهتمام خاص ودعم واسع من الدولة الصينية، من خلال "*Qingbao*" التي كانت في الأصل من الممارسات الرئيسية للمنظمات الصينية. تعتمد "*Qingbao*" على تكنولوجيا المعلومات لجمع البيانات ذات الصلة واختيارها وتحليلها وتولييفها والاستجابة لطلبات دعم القرار من عملاء محددین. (BAAZIZ، 2015، صفحة 241)

يتميز النموذج الصيني للذكاء الاقتصادي بمجموعة من الخصائص والتي يمكن إيجازها في النقاط التالي: (قرائري، 2022، صفحة 168)

1- وضع مخطط لتطوير التكنولوجيا العالية للقرن الواحد والعشرين والذي جاء في مضمونه تطوير سبع قطاعات مفتاحية (الأنظمة الفضائية، الأنظمة المعلوماتية والميكرو إلكترونيك، أنظمة الليزر ذات القوة الفائقة، المواد والعناصر الجديدة، أنظمة التحكم الأتوماتيكية، الطاقة، التكنولوجيا البيولوجية).

2- تحقيق إنجازات قريبة أو منافسة للدول المتقدمة في مجال التكنولوجيا والإعلام.

3- ضرورة دمج البحث الوطني والتكنولوجيا الأجنبية.

4- التعاون الدولي: السعي لإقامة علاقات تعاون قائمة على المساواة والمعاملة بالمثل في مجال العلوم والتكنولوجيات.

5- وضع برامج للبحث والتطوير في مجال التكنولوجيا المفتاحية (برنامج 863 وبرنامج 973، Torch، Spark).

6- فتح قنوات داخلية وخارجية للمعلومات وإقامة شبكات للمعلومات. (قراري، 2022)

تم تنظيم مركز معلومات العلوم والتكنولوجيا في *Sichuan* في ثلاث شبكات وقسم واحد: شبكة معلومات الفاكس *FAX*، وشبكة التعاون في المعلومات التجارية، وشبكة تبادل المعلومات الاقتصادية والعلمية والتقنية الشاملة وخدمة جمع عينات المنتجات الأجنبية وتطويرها.

تأسس معهد العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات، الذي يقع مقره في معهد سينشوان للمعلومات العلمية والتقنية، في عام 1984. ومنذ ذلك التاريخ، قام بتكييف نظام المعلومات الخاص به من خلال ربط المجالات العلمية والاقتصادية من خلال تعزيز الروابط الداخلية في المعهد، وتطوير الشبكات مع الخارج والترويج للمبادرات والابداع. (Martre، 1994، صفحة 105)

4.3.1. النموذج الألماني:

في ألمانيا، يتميز نظام الذكاء الاقتصادي بأربعة معايير: لقد أصبح الألمان بارعين في استخدام وتفسير الذكاء الاقتصادي للتخطيط الاقتصادي وإدارة الأعمال. في المفردات الألمانية، لا يوجد اسم واحد يحدد جميع الأنشطة المتعلقة بالذكاء الاقتصادي. يشمل هذا المفهوم في ألمانيا أنشطة الجمع القانوني للمعلومات وتحليلها لتحقيق معرفة تفصيلية بعالم الأعمال، أي البيئة التنافسية للشركة. الغرض من هذه التحليلات هو دعم تطوير الأعمال، وهو أمر ضروري لاتخاذ قرارات تشغيلية أو تكتيكية أو إستراتيجية مثل تقليل التكاليف وتقليل المخاطر وزيادة القيمة المضافة.

العديد من الإدارات، داخل الشركات الألمانية الكبيرة، مسؤولة عن وظائف الاستخبارات الاقتصادية (دراسات السوق، والتخطيط، واستراتيجية الأعمال)، لكن وظيفة الذكاء الاقتصادي البحتة وتنظيمها لم تفرض نفسها بعد في الشركات الألمانية. إنهم يولون أهمية كبيرة للحس الجماعي للوطنية الاقتصادية. بالإضافة إلى ذلك، يوجد في ألمانيا مبدأ مراكز صنع القرار وشبكة وطنية من صناعات القرار مدعومة بروح الانضباط ورأس المال التقني.

الأنظمة التي تم إنشاؤها في ألمانيا والتي يمكن تعبئتها من قبل الشركات الألمانية الصغيرة والمتوسطة متعددة ولكنها غير منسقة. الجهات الفاعلة الرئيسية التي تجمع وتنشر معلومات يمكن مقارنتها بمدخلات عملية استخبارات اقتصادية، بصرف النظر عن جهاز المخابرات الفيدرالية الذي يحتفظ بمعلوماتها للحكومة، هم الجهات العامة والإمداد الخاص للمعلومات للمؤسسات. (Salaouatchi، BEKIOUA، و SEBAA، 2017، الصفحات 78-79)

2. الميزة التنافسية:

البيئية العالمية شديدة التغير، باتت التنافسية هي التحدي الرئيسي الذي يواجه معظم المؤسسات، للبقاء والحصول على حصة سوقية والحفاظ عليها.

2.1 مفهوم الميزة التنافسية:

يعتبر هذا المفهوم امتداداً لمفهوم الميزة النسبية (*advantage comparative*) الذي ظهر على يد الاقتصادي دافيد ريكاردو (*RICARDO DAVID*) في بدايات القرن التاسع عشر، حيث يرى أن التبادل التجاري الدولي يتوقف على امتلاك الدولة لميزة نسبية أي على ما تمتلكه من موارد طبيعية كالمواد الأولية، اليد العاملة الرخيصة، المناخ، الموقع الجغرافي، المساحة، ... والذي يمكن من الحصول على منتجات رخيصة الثمن وتنافسية، وبالنظر إلى التفوق الذي حققته المنظمات اليابانية في غزوها للأسواق العالمية على الرغم من عدم امتلاكها للمزايا النسبية.

دافيد ريكاردو بدأ أبحاثه حول الميزة النسبية انطلاقاً من أبحاث الباحث الاقتصادي آدم سميث الذي كان يتكلم عن نظرية الميزة المطلقة سنة 1776 في كتاب ثروة الأمم "*The wealth of nations*" عندما قال: "أنه من المستحيل على كافة الدول أن تصبح غنية معا وذلك لأن صادرات دولة ما هي واردات دولة أخرى"، بالتالي حتى تكس كل الدول معا يجب أن تطبق التجارة الحرة فيما بينها وتتخصص في إنتاج سلع وخدمات معينة بحسب ميزتها المطلقة.

ظهرت فكرة الميزة التنافسية في أواخر السبعينيات من طرف شركة ماكينزي للاستشارات، في بداية الثمانينات بدأت فكرة الميزة التنافسية في الانتشار والتوسع وخاصة بعد ظهور كتابات مايكل بورتر حول الميزة التنافسية واستراتيجية التنافس، حيث اعتبر أن مفهوم الميزة لا يعني حاجة البلد لميزة نسبية لكي ينافس في الأسواق المحلية والأجنبية، إنما يعتمد على التكنولوجيا، التنافسية والمعرفة، جودة الإنتاج، فهم حاجات ورغبات المستهلك، والعامل الأكثر أهمية في تحديد نجاح المنظمات هو الموقف التنافسي لها في الصناعة. (سالم، 2021، صفحة 238) (*Harvard business review*, 2023)

يرى بورتر (PORTER) أن "الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المنظمة الى اكتشاف طرائق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع". (PORTER, 1993, p. 48)

حسب بارني (Barney, 1991) تشرح نظرية الموارد الميزة التنافسية من خلال امتلاك الشركات للموارد الاستراتيجية. (HAKMAOUI & BERRADA, 2020, p. 169)

2.2 استراتيجيات وشروط الميزة التنافسية:

1.2.2 استراتيجيات الميزة التنافسية:

حسب بورتر إن الميزة التنافسية تنتج من قدرة المؤسسة على التحكم في القوى الخمس للمنافسة أكثر أو أفضل من خصومها أو منافسيها. (غزي، 2013، صفحة 87)

أ. إستراتيجية السيطرة من خلال التكاليف:

تهدف المنظمة من خلال تطبيقاتها لهذه الاستراتيجية إلى الحصول على تكاليف إنتاج أقل بما يوفر لها الحماية اللازمة تجاه المنافسين في الصناعة، وتركز هذه الاستراتيجية على بعد الإنتاجية الذي تستطيع من خلاله المنظمة الحصول على وفورات الحجم مما يجعل من التكلفة قضية استراتيجية بحيث يعمل الجميع على تديتها ومراقبة صارمة لكل التكاليف دون إغفال الاهتمام بالجودة في المنتج والخدمة. ولتطبيق استراتيجية السيطرة بالتكاليف يجب توافر ما يلي:

1- وجود طلب مرن تجاه السعر، حيث أي تخفيض في السعر يؤدي إلى زيادة مشتريات المستهلكين للسلعة.

2- نمطية السلعة المقدمة .

3- عدم وجود طرق كثيرة لتمييز المنتج.

4- وجود طريقة واحدة الاستخدام السلعة لكل المشتريين.

5- محدودية تكاليف التبدل أو عدم وجودها نهائيا بالنسبة للمشتريين.

6- توفر معدات إنتاجية ذات كفاءة عالية للاستمرار في تخفيض تكاليف الإنتاج المباشرة، والحصول على المواد الأولية وقطع غيار وأدوات الصيانة ومستلزماتها بأسعار تنافسية. (سالم، 2021، صفحة 243)

ب. استراتيجية التمايز:

وهي استراتيجية تنافسية تقوم على التفرد بخصائص حصرية في المنتج أو الخدمة وبشكل يتم إدراكه من قبل المستهلك على أنه شيء فريد أو مميز، ويظهر التمايز في: تصميم المنتج، العبوة أو الغلاف، الجودة والمواصفات، المنافع، التكنولوجيا، الخدمات المرفقة، صورة المنتج في أذهان العملاء، شبكات التوزيع وغيرها، حيث تستطيع المنظمة من خلال ذلك من تحقيق ميزة تنافسية تمكنها من السيطرة على السوق وزيادة حصتها السوقية، وتزداد درجات نجاح استراتيجية التمايز في حالة توافر المنظمة على مهارات وكفاءات لا يمكن للمؤسسة تقليدها بسهولة. (سالم، 2021، صفحة 244)

ج. استراتيجية التركيز:

الهدف استراتيجية التركيز الدخول إلى السوق في حدود ضيقة من خلال التركيز على نوع خاص من المنتجات أو جزء خاص من السوق جغرافيا، وبدلا من محاولة جذب جميع المشتريين سواء من خلال أسعار منخفضة أو الخصائص المميزة لمنتجاتها تقوم المنظمات المتبعة الإستراتيجية التركيز بالسعي وراء نوع خاص من المشتريين من خلال التكلفة الأقل أو التمايز ولكن لشريحة محدودة بدلا من كل السوق. وهناك بديلين لهذه الاستراتيجية هما التركيز مع خفض التكلفة والتركيز مع التمايز. (سالم، 2021، صفحة 244)

2.2.2. شروط الميزة التنافسية:

حسب (قرايري، 2022) تعتبر الميزة التنافسية المستدامة السبيل الوحيد الذي يضمن للمؤسسة البقاء في ساحة المنافسة، وذلك بالاعتماد على المهارات والمعرفة. ويمكن القول إن استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة تتوقف على ما يلي:

1- عدم القابلية للتقليد: يشترط عدم أو بالأحرى صعوبة تقليد الميزة التنافسية على الأقل في المدى المتوسط والطويل وقد يكون ذلك في أدوات وعمليات الإنتاج التي لا يمكن تقليدها من طرف المنافسين نتيجة عدم وضوح وتحديد العوامل التي بواسطتها يتم تحقيق الأداء العالي.

2- القيمة المعرفية: إن الموارد المعرفية المتمثلة في الأصول والمهارات التنافسية يجب ان تكون لها قيمة بالنسبة للمؤسسة لأنها تسمح بانتهاز فرصة رابحة في العقد كذلك تسمح باقتحام عدد كبير من الأسواق بحيث تساهم بصورة معتبرة في خلق القيمة الخاصة بالمنتج النهائي خاصة في التصميم والتصنيع لإنتاج سلع مميزة موجهة للمستهلك.

3- مكان التنافس: يجب ان تكون الموارد نادرة بحيث تستطيع مؤسسات قليلة فقط الحصول عليها أو مؤسسة واحدة فقط، إضافة الى ان الندرة لا يقصد بها عدد محدود أو نادر من الموارد بل عملية تحويلها غير ممكنة للجميع. إضافة 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. (قرايري، 2022، صفحة 165)

3.2. عوامل بناء الميزة التنافسية:

أشار مارتر في تعريفه للذكاء الاقتصادي أن عوامل الأفضلية التنافسية تتمثل في التكلفة والجودة والاستجابة لحاجة العملاء (Martre، 1994، صفحة 11)، ويضيف كوتلر وآخرون عامل الإبداع (بودودة، 2021، صفحة 62).

1- التكلفة: تعد العامل الأول للأفضلية التنافسية، حيث أن التكلفة المنخفضة مقارنة بمنافسي المؤسسة تسمح لها إما بالاستفادة من هامش الربح المرتفع أو من تخفيض السعر للسيطرة على السوق، ويتحقق للمؤسسة ذلك بعدة أساليب: الاستفادة من اقتصاديات الحجم، الاستفادة من أثر التجربة وغيرهما. (بن بريكة و حبة، 2014، صفحة 97)

2- الجودة: تعتبر الجودة مصدرا مزدوجا للأفضلية التنافسية، فهي تؤدي إلى توفير منتجات عالية الجودة يزيد من قيمة المنتجات في أعين العملاء. وهذا المفهوم المدعم للقيمة يؤدي إلى السماح للمؤسسة بفرض سعر عالي لمنتجاتها أو الكفاءة العالية والتكاليف المنخفضة للمنتج. (بن بريكة و حبة، 2014، صفحة 98)

3- الاستجابة لحاجات العملاء: القدرة على تلبية الاحتياجات الجديدة أو الطارئة للزبائن من خلال المرونة في إجراءات ووسائل تقديم الخدمة. ومن متطلبات الاستجابة للزبائن هو وقت الاستجابة ويعني تسليم المنتجات في الوقت المتفق عليه دون تأخير، ليس ذلك فقط بل في الوقت الذي يحدده العملاء. كما تعد القاعدة للتنافس في الأسواق من قبل العديد من المنظمات، من خلال التركيز على خفض المهل الزمنية والتسريع في تصميم منتجات جديدة وتقديمها إلى الزبائن في أقصر وقت. (عديلة، 2020، صفحة 205)

4- الإبداع: ويقصد به عملية إنشاء وتوزيع لمنتج جديد مل يتم طرحه في السوق. (بودودة، 2021، صفحة 62)

3. أثر الذكاء الاقتصادي على تحقيق ميزة تنافسية:

يتم تعريف الميزة التنافسية على أنها مزيج يتكون من الابتكار وأداء الأعمال. نظرية الموارد الميزة التنافسية من خلال امتلاك الشركات للموارد الاستراتيجية (بارني، 1991). لقد رأينا أن الذكاء الاقتصادي يجعل من الممكن تحويل المعلومات إلى مورد استراتيجي، والذي يشكل أساس الميزة التنافسية. (BERRADA و HAKMAOUI، 2020، صفحة 169)

سنتناول أثر الذكاء الاقتصادي على الميزة التنافسية من خلال مكونات الذكاء الاقتصادي (اليقظة الاستراتيجية، الحماية، التأثير) أولاً ثم أثره على عوامل بناء الميزة التنافسية (الجودة، التكلفة، الاستجابة لحاجات العملاء، الابداع).

1.3. أثر مكونات الذكاء الاقتصادي على الحصول على الميزة التنافسية:

1-اليقظة الاستراتيجية: وذلك بمواكبة كل أنظمة المعلومات الجديدة والتكنولوجيا الحاصلة والتغيرات التي تحصل فيه برصدها التكنولوجي العلمي لأحداث التكنولوجيات والتقنيات المتجددة من أجل تقديم رد فعل في الوقت المناسب يأخذ بعين الاعتبار التطوير والابداع. (زرقوط، 2020، صفحة 73) (قرايري، 2022، صفحة 165)

2- حماية الإرث المعلوماتي: إضافة إلى بناء وتحقيق الميزة التنافسية، يلعب الذكاء الاقتصادي دوراً هاماً في حماية واستدامة الميزة التنافسية، وذلك من خلال سياسة الأمن والحفاظ على الإرث المعلوماتي بالاعتماد على الاستراتيجيات الدفاعية للتقليد من التعرض للهجوم وتقوية الوضع التنافسي للمنظمة وتحسينها وحماية مواردها وامكاناتها القيمة من التقليد، ودعم أية ميزة تنافسية لديها، حيث يوجد توجهان أساسيان للاستراتيجيات الدفاعية هما إستراتيجية إغلاق السوق أمام المنافسين، إستراتيجية الإشارة إلى احتمالية الانتقام والرد العنيف. (بوحسان و بوعشة، 2019، صفحة 174) (دوار وقهواجي، 2021، الصفحات 89-90)

3- التأثير: إضافة إلى اليقظة الاستراتيجية والأمن المعلوماتي، يتخذ الذكاء الاقتصادي ركيزة أساسية لتحقيق الميزة التنافسية وهي التأثير من خلال التأثير على الأسعار، والتميز في الخدمات (دومي و بوشعور، 2022، صفحة 366). ومساعدة المؤسسة على توسيع حصتها السوقية، والتي تعد هدفاً إستراتيجياً تسعى المؤسسات لبلوغه، حيث يعتبر أحد المؤشرات الهامة المعززة لمركزها التنافسي. (قرايري، 2022، صفحة 166)

2.3. أثر الذكاء الاقتصادي على عوامل بناء الميزة التنافسية:

1-الجودة: جودة الإنتاج والخدمات تؤدي إلى كسب رضا العميل، وبالتالي زيادة كمية المبيعات، ومن ثم زيادة الربحية. (قرايري، 2022، صفحة 166) أيضاً الاستعانة بالتقنيات الحديثة، فالعامل يرغب دائماً في الاستعانة بكل ما هو جديد، والذكاء الاقتصادي يعمل على تقديم الجديد سواء كان ذلك في المواصفات أو التصميم أو الإنتاج. (دوار وقهواجي، 2021، صفحة 100)

2- التكلفة: يتطلب بناء ميزة تنافسية من عامل التكلفة توفير كافة المعلومات اللازمة عن سبل تحقيقها لدى المؤسسة ومقارنتها مع منافسيها وهو ما يوفره الذكاء الاقتصادي الذي يبحث في سبل توفير التكلفة الأقل والجودة الأعلى كما يعطي حلولاً وأفكاراً جديدة من طرح أفكار جديدة في هذا المجال (بن بريكة و حبة، 2014، صفحة 100)

3- الاستجابة لحاجات العملاء: يظهر الاختلاف بين المؤسسة ومنافسيها من خلال القدرة على الاندماج والتكيف مع الأحداث الخارجية والتفاعل معها، وهذا لا يتحقق إلا من خلال وجود نظام قوي للذكاء الاقتصادي، يمد المؤسسة بدراسات معمقة عن تغيرات أدواق العملاء وتطور رغباتهم واحتياجاتهم عبر الزمن، فتمكنها بذلك من تقديم منتجات متميزة تحول دون محاكاة المنافسين لها، وهذا ما يرفع من مركزها التنافسي في السوق وتضمن بذلك تحقيق ميزة تنافسية ضمان الاستجابة الحيدة لحاجيات الزبائن من خلال التحسين المستمر للمنتجات والخدمات المقدمة. (بوحسان و بوعشة، 2019، صفحة 174) (دوار وقهواجي، 2021، صفحة 100)

4- **الابداع:** يحقق الذكاء الاقتصادي الإبداع لأجل الاستمرارية، التطور واكتساب المزايا التنافسية في ظل المنافسة المستمرة. فالإبداع يندرج ضمن الإرث اللامادي للمؤسسة، خاصة وأنه يعمل على تقديم أفكار جديدة، أساليب وطرق متجددة ومنتجات أصلية من خلال عمليات البحث والتطوير. وقد عرفه *Schumpeter* على أنه "إدماج شيء جديد في السوق، وهذا الشيء الجديد يمكن ترجمته بعملية خلق أو استخدام المؤسسة للموارد الجديدة". كما عرف أيضا على أنه "تطبيق أو إدماج منتج جديد (سلعة أو خدمة)، إجراءات جديدة، طرق أو أساليب حديثة للتسويق". (بوحسان و بوعشة، 2019، صفحة 174)

خلاصة:

تم التطرق في هذا الفصل إلى مراجع الأدبيات أو لا التي قسمناها إلى قسمين؛ تناولنا فيها مراجع أدبيات الذكاء الاقتصادي وضم مقاربات الذكاء الاقتصادي ثم الذكاء الاقتصادي في الجزائر، ثم الذكاء الاقتصادي في الصين. ثم القسم الثاني الذي عرضنا فيه الدراسات السابقة للعلاقة بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية.

ثانيا الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية الذي أظهرنا فيه المفهوم والعناصر الأساسية لكل من الذكاء الاقتصادي ثم الميزة التنافسية، وأخيرا حددنا أثر الذكاء الاقتصادي على تحقيق ميزة تنافسية من خلال أثر مكونات الذكاء الاقتصادي على الحصول على ميزة تنافسية وأيضا من خلال أثر الذكاء الاقتصادي على عوامل بناء الميزة التنافسية.

الفصل II: الإطار المنهجي وسياق البحث

I. الإطار المنهجي:

سنتطرق في فصل الإطار المنهجي لخمسة عناصر؛ الوضع الاستيمولوجي للبحث، منهج البحث، مجتمع وعينة الدراسة، أداة الدراسة، الطرائق والتطبيقات للتحقيق.

1. الوضع الاستيمولوجي:

يتبنى هذا العمل البحثي الموقف الاستيمولوجي الوضعي، ويثبت صحة التفكير الاستنتاجي الافتراضي، بدءًا من المشكلة التي تعبر عنها الفرضية، ويدافع مؤقتًا عن نظرية تتضمن اختبارًا يواجهها بالحقائق. (Gotteland، Gavard-Perret، Haon و Jolibert، 2012)

2. منهج البحث:

كما ذكرنا سابقًا، قمنا باختبار الأثر المفترض للذكاء الاقتصادي على الحصول على ميزة تنافسية، وبالتالي فقد اعتمدنا طريقة المنهج الكمي، وهذا النهج هو جزء من بحث استنتاجي افتراضي يتكون أولاً من صياغة الفرضيات، ثم تأكيدها أو إبطالها في مجال البحث.

3. مجتمع وعينة الدراسة:

1.3. مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من موظفي شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية *China Civil Engineering Construction (CCECC) Corporation*.

2.3. عينة الدراسة:

أما عينة الدراسة أخذنا جميع الموظفين من ورشة الحسينية عين الدفلى وورشة بجاية والمقر الرئيسي للشركة في الجزائر المتواجد في الجزائر العاصمة، إذ وزعنا (25) استمارة استبيان، استرجعنا جميع الاستثمارات كاملة، أي بنسبة 100% يعني أن كل مجتمع الدراسة تم أخذه.

4. أداة الدراسة:

استخدمنا الاستبيان كأداة لجمع المعلومات المطلوبة (انظر الملحق ب و ج). فيما يلي، سوف نقدم هيكل الاستبيان وكذلك مقاييس قياس المتغيرات المستخدمة في النموذج.

1.4. الاستبيان:

بههدف اختبار العلاقة بين متغيري الدراسة وبالأخذ بالاعتبار الفرضيات المحددة مسبقًا، تم إعداد استبانة حول "أثر الذكاء الاقتصادي على الحصول على ميزة تنافسية"، تضمنت الاستبانة ثلاثة أجزاء؛ الجزء الأول يتضمن المعلومات الشخصية والوظيفية للمستجوبين من حيث العمر، سنوات العمل في الشركة، المؤهل العلمي، مجال الوظيفة. (صديقي و حمو، 2022) (بودودة، 2021) حيث يقوم المستجيب بالإشارة إلى خصائصه في كل سؤال من الأسئلة المغلقة الأربعة.

أما الجزء الثاني فقد تضمن محور المتغير التابع الذكاء الاقتصادي الذي يشير إلى مستوى اعتماده في الشركة محل الدراسة، من خلال قياسه بأربعة عشر (14) سؤالاً. (عبد الله حسين و ستار لفته، 2019) (صديقي و حمو، 2022) تناولنا في الجزء الأخير الميزة التنافسية الذي يشير إلى مستوى تحقيق أبعادها في الشركة محل البحث من خلال ثمانية عشر (18) سؤالاً مقسماً على أربعة أبعاد (التكلفة، الجودة، الإبداع، الاستجابة لحاجات العملاء). (بوحسان و بوعشة، 2019) (بودودة، 2021) (دوار و قهواجي، 2021) (صديقي و حمو، 2022) (عبد الله حسين و ستار لفته، 2019) تمت توزيع الاستبيانات باللغة العربية للموظفين الجزائريين واللغة الصينية للموظفين الصينيين لسهولة فهم الأسئلة من قبل جميع الموظفين لاحتواء الشركة على موظفين من جنسية جزائرية وصينية.

2.4. سلم القياس:

لقياس إجابات أفراد العينة في الجزء الأول للاستبيان الذي يخص البيانات الشخصية والوظيفية أعطينا الإجابات نقاط من 1 إلى 5 حسب الترتيب الشكلي للإجابات في الاستبيان. اعتمدنا مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) في الجزأين الأخيرين، وأعطينا القيم كالتالي: موافق بشدة/5، موافق/4، محايد/3، غير موافق/2، غير موافق بشدة/1.

يعتبر مقياس ليكرت المكون من خمس نقاط أكثر دقة من مقياس النقاط الثلاث

لتسهيل تفسير النتائج تم تصنيف الإجابات إلى ثلاث (3) مستويات متساوية المدى للمتوسط الحسابي من خلال حساب طول الفئة بالاعتماد على المعادلة التالية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أكبر قيمة} - \text{أدنى قيمة}) / \text{عدد الفئات} = 5 - 1 / 3 = 1.33$$

فتصبح الفئة الأولى لقيم المتوسط الحسابي هي: من 1 إلى 1.33 + 1، وهكذا بالنسبة لبقية قيم المتوسطات الحسابية لنحصل على مجال [1-2.33] منخفضة، [2.33-3.66] متوسطة، [3.66-5] مرتفعة. (بودودة، 2021)

5. الطريقة وإجراءات التحقيق:

1.5. مدة التحقيق:

تم عمل اختبار للاستمارة في الفترة من 2023/04/20 ولغاية 2023/05/10، سمح لنا الاختبار بتصحيح وإزالة بعض العناصر التي لم تعمل. تم جمع البيانات من 2023/05/10 إلى 2023/05/17.

2.5. طريقة إدارة الاستبيان:

أدرنا الاستبيان من خلال زيارات ميدانية وزعنا فيها الاستبيان، وبمساعدة بعض الموظفين الذين يتنقلون في مهمات عمل عبر الورشات من أجل جمع أكبر عدد.

3.5. الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار الفرضيات، وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال تطبيق أداة الدراسة على عينة الدراسة تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) for the Social Sciences* الإصدار 26، الرسوم البيانية أكثر قابلية للقراءة ، استخدمنا أيضاً جدول بيانات Microsoft EXCEL (2019). وتم من خلال الأساليب الإحصائية التالية:

1-مقاييس الإحصاء الوصفي (*Descriptive statistic measures*): وذلك لوصف مجتمع البحث وإظهار خصائصه بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات، والإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات البحث حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

2- تحليل التباين والانحدار (*Analyses of variance*): للتأكد من صلاحية النموذج المقترح.

3- تحليل الانحدار المتعدد (*Simple Multiple Regression Analyses*): وذلك لاختبار أثر المتغيرات التابعة (التكلفة، الجودة، الاستجابة لحاجات العملاء، الإبداع)، والمتغير المستقل الذكاء الاقتصادي.

4- شابيرو ويلك (*Shapiro-Wilk*): لمعرفة التوزيع الطبيعي للبيانات من عدمه.

5- معامل الثبات ألفا كرومباخ (*Cronbach's Coefficient Alpha*): وذلك لقياس ثبات أداة البحث.

6- معامل صدق المحك: لصدق أداة البحث.

تم تحديد مقدار نسبة الارتباط والانحدار بين المتغيرات بمستوى (0.05).

II. سياق البحث:

ملاحظة: كل المعلومات مستخرجة من وثيقة داخلية للشركة، والموقع الرسمي للشركة.

1. التعريف بالشركة وإنجازاتها عالمياً:

2.1. التعريف بالشركة:

شركتنا المضيئة هي شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية *China Civil Engineering Construction Corporation (CCECC) Corporation*.

أسست الشركة من قبل شركة بناء السكك الحديدية الصينية المحدودة *China Railway Construction Corporation Limited (CRCC LTD)* سنة 1979، المختصة في مجال النقل ومجال الأشغال العمومية والبناء والهيدروليك.

حسب توجه السوق، احتياجات الأنشطة التجارية وقدرة الشركة، هذه الأخيرة يمكن تغيير مجال الأنشطة وطريقة العمل بعد الحصول على موافقة المؤسسة المسؤولة عن الأعمال الصناعية والتجارية.

رأسمال الشركة يقدر ب 3 مليارات ين، جلب من شركة بناء السكك الحديدية الصينية *China Railway Construction Corporation*. إذ أن *CRCC LTD* هي المساهم.

- شعار الشركة:

الشكل 3. 1. شعار شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية



المصدر: الموقع الرسمي لشركة تشييد الهندسة المدنية الصينية (ccecc.com.cn)

- العنوان الاجتماعي:

رقم 4، بينفينقوو، دائرة/ مقاطعة هايديان، بكين، الصين.

- تقترح الشركة تحقيق الأهداف التالية:

أخذ الأداء الاجتماعي كمهمة في حد ذاتها، وربحية الشركة كأساس، والاستغلال في الخارج كقاطرة، وتوسيع نطاق العمل باستمرار، ورفع مستوى المناجمنت وتقوية القدرة التنافسية من النوى المستحقة، من أجل ضمان تقييم وربحية عقارات الدولة، وزيادة الربحية الاقتصادية وتحسين المنتظم لدخل الموظفين.

- مجال التشغيل:

الاستشارة والتنقيب والتصميم والقيام بأعمال تشييد من أي نوع داخل الدولة أو خارجها، والقيام بالأعمال وإدارة المشاريع. المسؤول عن تصميم مشاريع المساعدة الاقتصادية في الخارج والقيام بالأعمال؛ تشغيل وتجارة العقارات؛ إدارة الخدمات العقارية. استيراد وتصدير؛ توريد وبيع المواد والمعدات والملحقات للعمل المنجز. وفقاً لتوجه السوق واحتياجات الأنشطة التجارية وقدرة الشركة، يجوز للشركة تغيير نطاق عملها وطريقة عملها بعد الحصول على موافقة المؤسسة المسؤولة عن الشؤون الصناعية والتجارية.

- هيئة الإدارة:

المدير العام، مجلس الإدارة، وبعض نواب المديرين، وكبير المحاسبين، وكبير المهندسين، وكبير الخبراء الاقتصاديين الذين يساعدون في عمل المدير العام وهو أصحاب القرار، والإداريين.

2.1. شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية في أرقام قليلة:

تم تصنيفها لمدة 19 عامًا متتالية في أفضل 100 شركة من بين أكبر 250 شركة.

أكثر من 30 سوقًا في دول "طريق الحرير الجديد".

الحضور الدائم في 110 دولة.

بناء 8000 كم من السكك الحديدية في الخارج.

38000 موظف حول العالم.

2. شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية في الجزائر:

1.2. إنجازات الشركة في الجزائر:

المقر الرئيسي في الجزائر: 03، طريق الزيتون، خوجة الجلد، العناصر، بئر مراد رايس، الجزائر العاصمة. شركة CCECC، الموجودة في الجزائر منذ عام 1985 حيث توظف 2042 شخصًا، تمكنت من تنفيذ العديد من المشاريع هناك. سوف نقتبس:

- 1- مسار مزدوج وتحديث للمرافق التي تزيد مساحتها عن 67 كم بين خميس خشنة (ولاية بومرداس) ووادي فودة (الشلف).
- 2- تدعيم خط السكة الحديد في هذا القسم المذكور أعلاه.
- 3- تحويل مسار خط السكة الحديد بوهران.
- 4- استكمال المقطع M6 من القطعة المركزية للطريق السريع شرق-غرب بطول 21.214 كم.
- 5- بناء محطة حشد وتدريب في دار البيضاء، الجزائر العاصمة.
- 6- مد خطوط للسكك الحديدية بطول 67 كلم بين ولايتي برج بوعرييرج والمسيلة.
- 7- تجديد خط السكة الحديد والصابورة بطول 94 كلم بين بسكرة وتقرت.
- 8- بالإضافة إلى ذلك، تميزت شركة CCECC بإنجاز 4 مشاريع سكنية في ولاية وهران ومحيطها، وإنجاز المجمع السياحي "حدائق الزيبان" في بسكرة، وأعمال تركيب مشروع الألياف البصرية (الألياف في المنزل)

2.1. المشاريع قيد التنفيذ في الجزائر:

بالإضافة إلى سلسلة من المشاريع قيد التنفيذ:

- 1- ازدواج خط السكة الحديد بطول 55 كم بين خميس الخشنة والعفرورن (ولاية البلدية).
- 2- إنشاء خط سكة حديد مزدوج مكهرب بطول 175 كلم بين الثنية (بومرداس) وبرج بوعرييرج.
- 3- ولكن ليس فقط. كما امتدت أنشطة المجلس الاقتصادي والاجتماعي المدني إلى دراسة وبناء 900 وحدة سكنية في مسرغيني في وهران.
- 4- بناء 2000 وحدة سكنية في سيدي بلعباس
- 5- ودراسة وبناء جميع مهن المستشفى الجامعي العسكري الإقليمي في بشار.
- 6- دراسة وبناء مجمع تسليم مفتاح في الزموري ببومرداس.
- 7- إنشاء كسارة في بزول بولاية جيجل.

الفصل III: النتائج والمناقشة

مقدمة:

في فصل النتائج والمناقشة سنرى جزء النتائج الذي نعرض أولاً وصف العينة، ثم اختبار ثبات وصدق أداة البحث فيه تحليل فيه بيانات الاستبيان؛ حيث نتطرق إلى عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة، ثم عرض وتحليل إجابات أفراد الدراسة حول أبعاد الميزة التنافسية، ثانياً سنتطرق إلى اختبار الفرضيات، ثم نرى جزء المناقشة الذي نقوم فيه بمقارنة نتائج دراستنا بنتائج مراجع الأدبيات.

I. النتائج :

في هذا الجزء نقدم تحليل نتائج المسح وكذلك اختبار الفرضيات.

1. وصف العينة:

الجدول 4. 1. توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

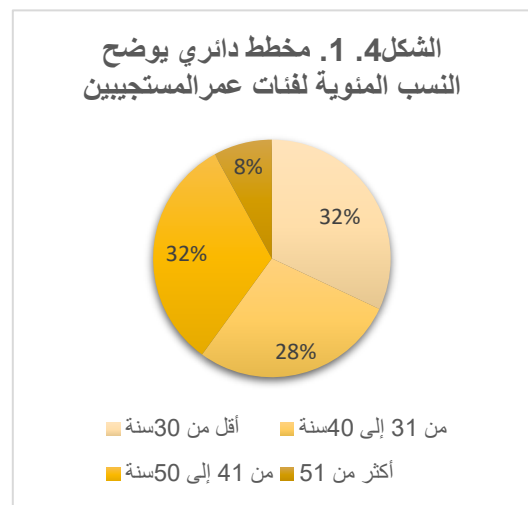
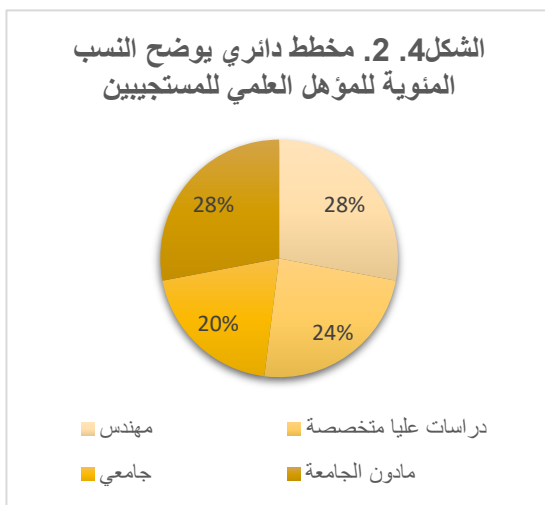
المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسب المئوية
العمر	أقل من 30 سنة	8	32,0%
	من 31 إلى 40 سنة	7	28,0%
	من 41 إلى 50 سنة	8	32,0%
	أكثر من 51	2	8,0%
	المجموع	25	100,0%
سنوات العمل في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية	أقل من 5 سنوات	9	36,0%
	من 6 إلى 10 سنوات	8	32,0%
	من 11 سنة إلى 15 سنة	8	32,0%
	أكثر من 16 سنة	0	0%
	المجموع	25	100%
	المؤهل العلمي	مهندس	7
دراسات عليا متخصصة		6	24,0%
جامعي		5	20,0%
ما دون الجامعة		7	28,0%
المجموع		25	100,0%
مجال الوظيفة	مدير أو نائب مدير	5	20,0%
	مهندس	2	8,0%
	خبير اقتصادي	1	4,0%
	عامل بالورشة	14	56,0%
	إداري	3	12,0%
المجموع	25	100,0%	

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26

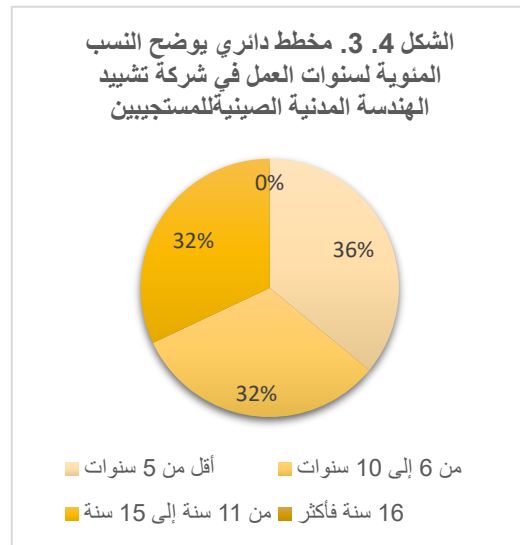
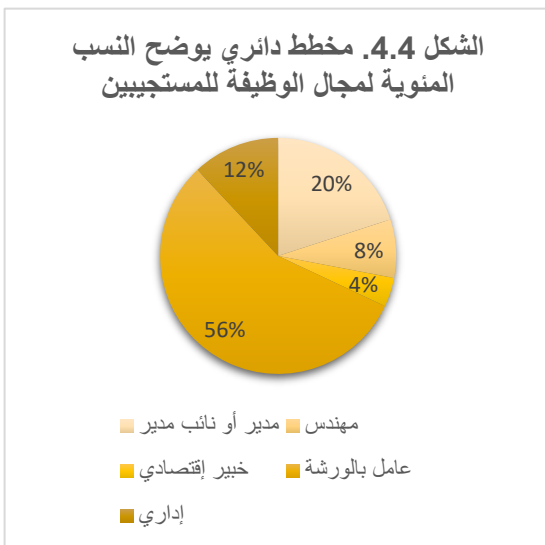
يلخص الجدول (4.1) الخصائص الشخصية والوظيفية للمستجيبين، التي قد تؤثر على جودة تصوراتهم وردودهم على الاستبيان.

يبين الجدول (4.1) والأشكال (4.1، 4.2، 4.3، 4.4) أن أغلب العينة تنتمي إلى الفئة العمرية بين 30 إلى 50 سنة بنسبة 92%، الذين تتراوح خبرتهم في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية من 5 سنوات إلى 15 سنة بنسبة 100%، وتتراوح مؤهلاتهم العلمية بين مهندس، جامعي، دراسات عليا متخصصة، وما دون الجامعة بنسبة جد متقاربة ما بين 20% إلى 28%.

أغلب العينة كانت من عمال الورشة ثم المديرين ونواب المديرين بنسبة 56% و20% على التوالي.



المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26



المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26

2. اختبار صدق وثبات الأداة:

1.2. صدق أداة البحث:

يقصد بصدق الأداة (Validity) قدرة الاستبيان على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها، وللتحقق من صدق الاستبيان المستخدم في البحث نستخدم على:

1.1.2. صدق المحتوى:

تم التأكد من صحة الأداة ومصداقيتها وصحة عباراتها، وذلك بعد أن تم عرضها على عدد من المحكمين، واعتمد إجماع المحكمين للتأكد من صحة الأداة. طلبنا منهم دراسة الأداة وإبداء رأيهم فيها من حيث مدى مناسبة العبارة للمحتوى والنظر في مدى كفاية أداة البحث من حيث عدد العبارات وشموليتها وتنوع محتواها وتقويم مستوى الصياغة اللغوية أو أية ملاحظة أخرى يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو الحذف وفق ما يراه المحكم لازماً.

ولقد اعتبرنا الأخذ بملاحظات المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة هو بمثابة الصدق الظاهري وصدق محتوى الأداة، وبالتالي فإن الأداة صالحة لقياس ما وضحت لأجله.

2.1.2. صدق المحك:

تم حساب معامل صدق المحك من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات ألفا كرومباخ (Alpha Cronbach's Coefficient)، وذلك كما هو موضح في الجدول (4. 2)، إذ نجد أن معامل الصدق الكلي بلغ (0.872) وهو معامل جيد جداً ومناسب لأغراض وأهداف هذا البحث.

2.2. ثبات الأداة:

يتم التحقق من ثبات موازين القياس (الأداة) عن طريق اختبار الاتساق الداخلي. يقصد بها مدى الحصول على نفس لنتائج أو نتائج متقاربة لو كرر البحث في ظروف مشابهة باستخدام الأداة نفسها، وفي هذا البحث تم قياس ثبات الأداة باستخدام ألفا كرومباخ (Alpha Cronbach's Coefficient)، الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى 0.6 فأكثر حيث كانت النتائج كما يلي:

جدول 4. 2. نتائج معامل ألفا كرومباخ Cronbach's Alpha لقياس ثبات الاستبانة

المعامل	معامل ألفا كرومباخ	معامل الصدق
القيمة	0.761	0,872

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (4. 2) نلاحظ أن معامل الثبات الكلي لأداة البحث بلغ (0.761) وهو معامل ثبات جيد ومناسب لأغراض البحث.

3. اختبار اعتدالية التوزيع:

بما أن العينة أقل من خمسين مفردة (50) فإننا سنلجأ إلى اختبار شابيرو ويلك (*Shapiro-Wilk*) لأجل معرفة إن كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً.

الجدول 4. 3. اختبار التوزيع الطبيعي شابيرو ويلك (*Shapiro-Wilk*)

المحور	قيمة مستوى الدلالة
الذكاء الاقتصادي	0.000
الميزة التنافسية	0.013

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال اختبار شابيرو اتضح أن قيمة *sig* لمحاور الاستبيان كانت أقل من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، ويجب استخدام الاختبارات غير المعلمية.

4. التحليلات الوصفية أحادية المتغير:

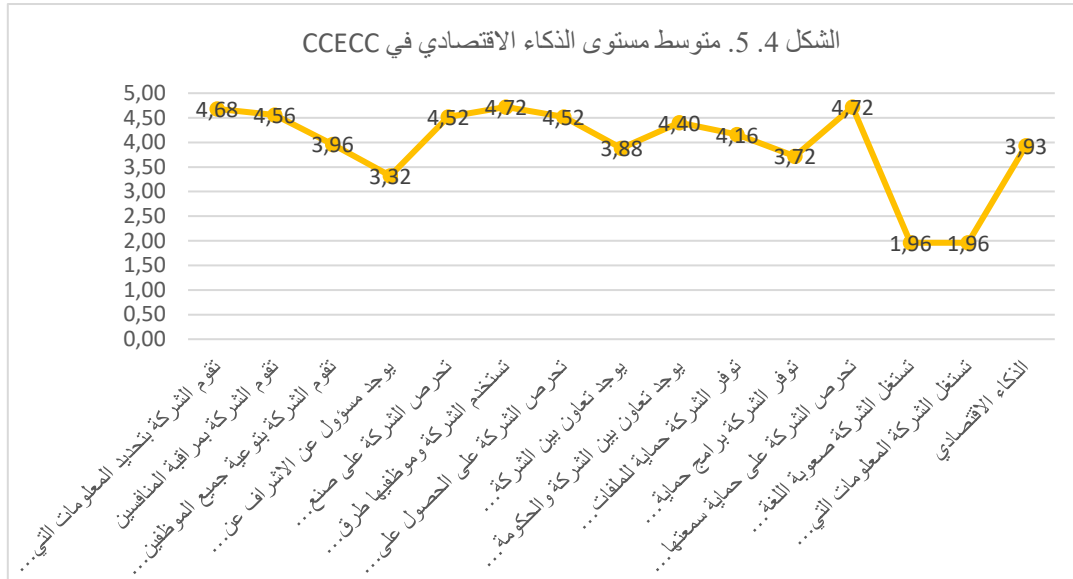
في هذا الجزء سنقوم بتحليل محوري الاستبانة وأبعاد المحور الثاني الميزة التنافسية كل على حدة (التكلفة، الجودة، التوجه نحو العملاء، الأبداع) لتحديد مستوى كل منها في الشركة محل البحث (شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية)، حيث تم استخدام مقاييس الإحصاء الوصفي باستخدام الانحراف المعياري على مقياس ليكرت الخماسي لإجابات الأفراد عينة البحث عن عبارات الاستبيان كما ذكرنا سابقاً في فصل *الإطار المنهجي*. وكما ذكرنا سابقاً، لتسهيل تفسير النتائج تم تصنيف الإجابات إلى ثلاث (3) مستويات متساوية المدى للمتوسط الحسابي من خلال حساب طول الفئة بالاعتماد على المعادلة التالية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أكبر قيمة} - \text{أدنى قيمة}) / \text{عدد الفئات} = 5 - 1 / 3 = 1.33$$

فتصبح الفئة الأولى لقيم المتوسط الحسابي هي: من 1 إلى 1+1.33، وهكذا بالنسبة لبقية قيم المتوسطات الحسابية لنحصل على مجال [1-2.33] منخفضة، [2.33-3.66] متوسطة، [3.66-5] مرتفعة.

1.3. الذكاء الاقتصادي:

يتضمن محور الذكاء الاقتصادي (14) سؤالا، ويوضح الشكل (4. 5) المنحنى البياني المتوسط الحسابي للعناصر التي تم قياسها.

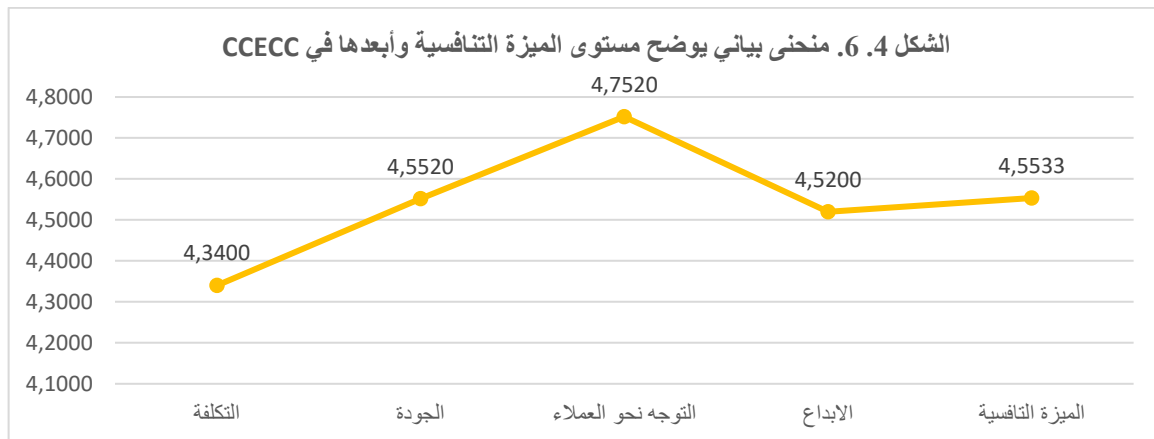


من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال المنحنى نلاحظ أن مستوى الذكاء الاقتصادي في شركة التشبيد الهندسة المدنية الصينية مرتفع في أغلب عناصره ويقدر إجمالاً متوسط إجابات أفراد عينة البحث بـ (3.93) كما هو موضح في آخر المنحنى، غير أن العنصرين الأخيرين المتعلقان بالسؤالين اللذان يمثلان استغلال الشركة لغموض اللغة الصينية في حماية معلوماتها وتكنولوجياها وأسرار الشركة وكذا استغلال الشركة المعلومات التي تحصلت عليها في الضغط على منافسيها والهيئات الحكومية الأخرى لصالحها لهما مستوى ضعيف. أعلى قيمة لعناصر الذكاء الاقتصادي هي (4.72) تتمثل في أن الشركة وموظفيها يستخدمون طرق قانونية وشرعية في الحصول على معلومات وتحرص على حماية سمعتها وصورتها.

2.4. الميزة التنافسية:

يوضح الشكل (4.6) مستوى المتوسط الحسابي للميزة التنافسية وكذا أبعادها المتمثلة في التكلفة، الجودة، التوجه نحو العملاء، والابداع.

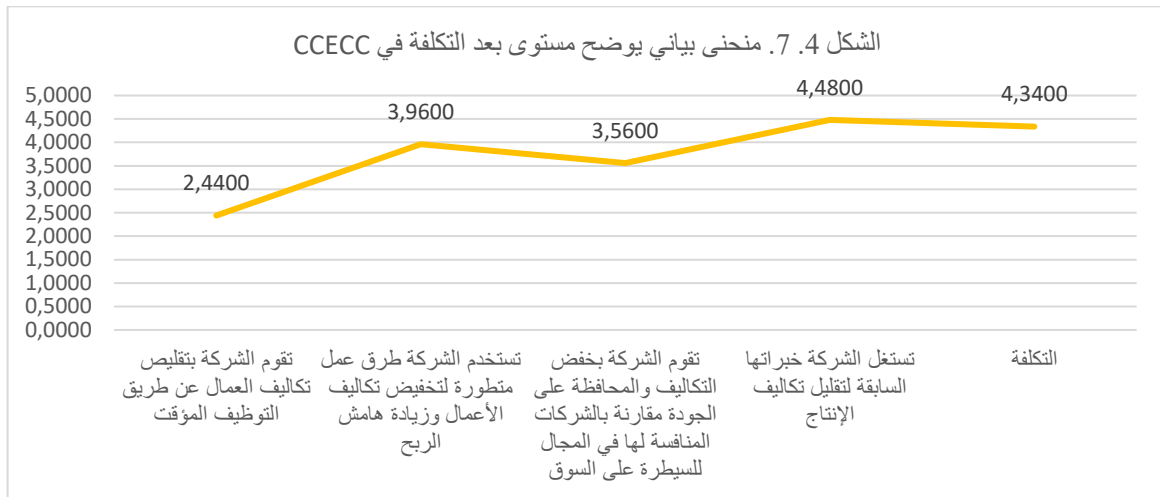


المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال المنحنى أن مستوى الميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية مرتفع ويقدر متوسط إجابات أفراد العينة بـ (4.55)، يتبين أيضا أن مستوى عوامل بناء الميزة التنافسية (أبعادها) جميعها مرتفعة حيث أن أدنى قيمة تقدر بـ، (4.34) بالنسبة للتكلفة، وأعلى قيمة تقدر بـ (4.75) التي تمثل التوجه نحو العملاء. هذا يعني أن الشركة محل البحث تحقق جميع عوامل الميزة التنافسية بنسبة مرتفعة.

3.4. التكلفة:

الشكل (7.4) يوضح منحنى البياني للمتوسط الحسابي لبعد لتكلفة وعناصرها في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.

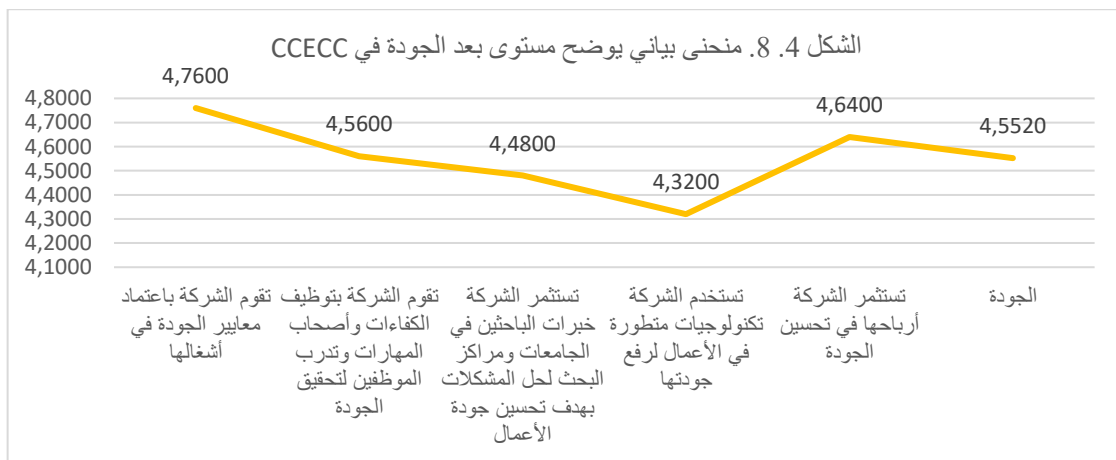


المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من المنحنى البياني أن مستوى بعد التكلفة للميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية مرتفع إذ يقدر متوسط إجابات العينة بـ (4.34)، ويبين أن الشركة محل البحث لا تعتمد في خفضها للتكاليف بتوظيف مؤقت للموظفين بشكل كبير بل النسبة متوسطة وهي أخفض قيمة وتقدر بـ (2.44).

4.4. الجودة:

يوضح الشكل (8.4) منحنى بياني يصف بعد الجودة وعناصره في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.

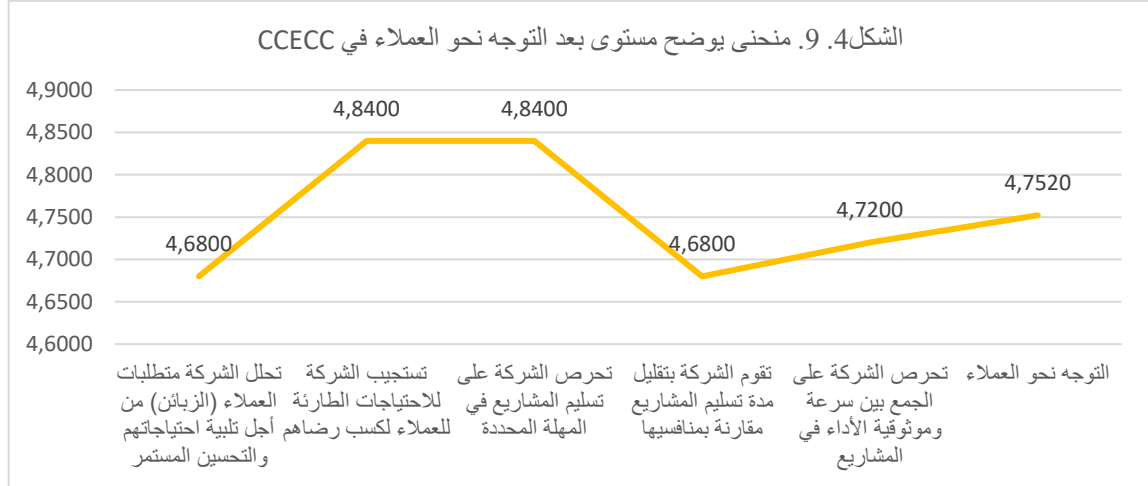


المصدر من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من المنحنى أن مستوى الجودة في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية مرتفع ويقدر بمتوسط إجابات عينة البحث مرتفع ذو قيمة (4.55)، ويلاحظ أيضا أن جميع عناصر بعد الجودة مرتفعة كلها فوق متوسط إجابات يقدر بـ (4.32).

5.4. التوجه نحو العملاء:

الشكل (4. 9) يوضح منحنى بياني لبعث التوجه نحو العملاء في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.

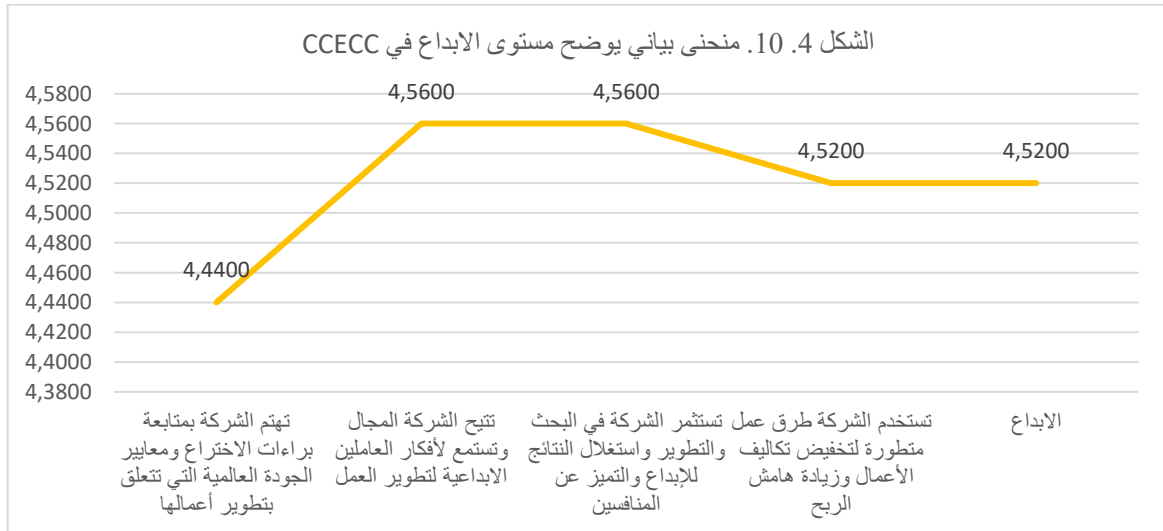


المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من المنحنى البياني أن متوسط إجابات العينة لبعث التوجه نحو العملاء كان مرتفعا يقدر بـ (4.75) وكامل عناصره متوسط إجاباتها كان مرتفعا وهو ما يؤكد أن مستوى التوجه نحو العملاء في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية مرتفع.

6.4. الابداع:

يمثل الشكل (4. 10) منحنى بياني يوضح متوسط إجابات بعد الابداع في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.



المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من المنحنى البياني أن متوسط إجابات أفراد العينة لمستوى الإبداع في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية مرتفع يقدر بـ (4.52) وجميع عناصره ذات مستوى مرتفع في الشركة محل البحث.

5. اختبار الفرضيات:

1.5. يؤثر الذكاء الاقتصادي تأثيرًا كبيرًا على الميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية (H0):

تم اختبار الفرضية الرئيسية باستخدام الانحدار الخطي المتعدد بين الذكاء الاقتصادي كمتغير مستقل مع اعتماد المتغير التابع الميزة التنافسية. يتم عرض النتائج التي تم الحصول عليها من معاملات الارتباط في الجدول (4.4) أدناه:

الجدول 4.4. الانحدار الخطي المتعدد - الفرضية الرئيسية H0

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	تعديل R ²	الخطأ المعياري للتقدير
1	0.20	0.000	-0.043	0.37583

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

- قيمة R=0.20 هي الارتباط، يجب تضمينها في [-1؛ +1] وهو بالتالي ارتباط إيجابي ضعيف.

- مربع R (R² تربيع أو R2) يوضح أن تباين المتغير المستقل يفسر 0% من تباين المتغير التابع، والباقي غير مذكور في هذا النموذج.

- تعديل مربع R = -4.3% وهو أقل من 50% لذا فإن النموذج غير موثوق به وغير صالح.

الجدول 5.4. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية H0

النموذج	B	الخطأ المعياري	β	قسمة T محسوبة	مستوى الدلالة (sig)
ثابت	4.442	1.190	-	3.733	0.001
الذكاء الاقتصادي	0.028	0.302	0.20	0.094	0.926

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

في جدول المعاملات (تحليل الانحدار المتعدد)، لم يتم التحقق من صحة إحصائيات العلاقة الخطية المتداخلة، لذلك لم يتم حل مشكلة العلاقة الخطية المتعددة.

الجدول 6.4. نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية H0

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
الانحدار	0.001	1	0.001	0.009	0.926
الخطأ	3.249	23	0.141		
المجموع الكلي	3.250	24	-		

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (6.4)؛ بالنظر (sig=0.926) إلى sig < 0.005، هناك خطر الخطأ.

اذن الفرضية الرئيسية H0 مرفوضة، ولا توجد علاقة بين المتغيرات.

2.5. يوجد تأثير كبير إيجابي للذكاء الاقتصادي على التكلفة في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية (H1):

تم اختبار الفرضية الفرعية الأولى H1 باستخدام الانحدار الخطي المتعدد بين الذكاء الاقتصادي كمتغير مستقل مع اعتماد المتغير التابع التكلفة. يتم عرض النتائج التي تم الحصول عليها من معاملات الارتباط في الجدول (7.4) أدناه:

الجدول 7.4. الانحدار الخطي المتعدد - الفرضية الفرعية H1

النموذج	R	R ²	تعديل R	الخطأ المعياري للتقدير	تباين R	تباين F	درجات الحرية 1	درجات الحرية 2	Sig
1	0.206	0.043	0.001	0.40729	0.043	1.023	1	23	0.322

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

- قيمة $R=0.206$ هي الارتباط، يجب تضمينها في $[-1؛ +1]$ وهو بالتالي ارتباط إيجابي ضعيف.

- مربع R (R² تربيع أو R²) يوضح أن تباين المتغير المستقل يفسر 4.3% من تباين المتغير التابع، والباقي غير مذكور في هذا النموذج.

- تعديل مربع $R=0.1\%$ وهو أقل من 50% لذا فإن النموذج غير موثوق به وغير صالح.

الجدول 8.4. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الفرعية H1

النموذج	B	الخطأ المعياري	β	قسمة T محسوبة	مستوى الدلالة (sig)
ثابت	5.642	1.290	-	4.375	0.000
الذكاء الاقتصادي	-0.331	0.327	-0.206	-1.011	0.322

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

في جدول المعاملات (تحليل الانحدار المتعدد)، لم يتم التحقق من صحة إحصائيات العلاقة الخطية المتداخلة، لذلك لم يتم حل مشكلة العلاقة الخطية المتعددة.

الجدول 9.4. نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية H1

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
الانحدار	0.170	1	0.170	0.023	0.322
الخطأ	3.815	23	0.166		
المجموع الكلي	3.985	24	-		

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (9.4)؛ بالنظر إلى (sig=0.322)؛ $sig < 0.005$ ، هناك خطر الخطأ.

اذن الفرضية الفرعية H1 مرفوضة.

3.5. يوجد تأثير كبير إيجابي للذكاء الاقتصادي على الجودة في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية (H2):
تم اختبار الفرضية الفرعية الثانية H2 باستخدام الانحدار الخطي المتعدد بين الذكاء الاقتصادي كمتغير مستقل مع اعتماد المتغير التابع الجودة. يتم عرض النتائج التي تم الحصول عليها من معاملات الارتباط في الجدول (4. 10) أدناه:

الجدول 4. 10. الانحدار الخطي المتعدد - الفرضية الفرعية H2

النموذج	R	R ²	تعديل R	الخطأ المعياري للتقدير	تباين R	تباين F	درجات الحرية 1	درجات الحرية 2	Sig
1	0.131	0.017	0.026	0.53357	0.017	0.402	1	23	0.532

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

- قيمة $R=0.131$ هي الارتباط، يجب تضمينها في $[-1؛ +1]$ وهو بالتالي ارتباط إيجابي ضعيف.
- مربع R (R تربيع أو R²) يوضح أن تباين المتغير المستقل يفسر 1.7% من تباين المتغير التابع، والباقي غير مذكور في هذا النموذج.
- تعديل مربع $R= 2.6\%$ وهو أقل من 50% لذا فإن النموذج غير موثوق به وغير صالح.

الجدول 4. 11. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الفرعية H2

النموذج	B	الخطأ المعياري	β	قسمة T محسوبة	مستوى الدلالة (sig)
ثابت	5.642	1.290	-	4.375	0.000
الذكاء الاقتصادي	-0.331	0.327	-0.206	-1.011	0.322

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

في جدول المعاملات (تحليل الانحدار المتعدد)، لم يتم التحقق من صحة إحصائيات العلاقة الخطية المتداخلة، لذلك لم يتم حل مشكلة العلاقة الخطية المتعددة.

الجدول 4. 12. نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية H2

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
الاتحدار	0.114	1	0.114	0.402	0.532
الخطأ	6,548	23	0.285		
المجموع الكلي	6,662	24	-		

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (4. 12)؛ بالنظر إلى $(sig=0.532)$ ؛ $sig < 0.005$ ، هناك خطر الخطأ.
اذن الفرضية الفرعية H2 مرفوضة.

4.5. يوجد تأثير كبير إيجابي للذكاء الاقتصادي على التوجه نحو العملاء في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية (H3):

تم اختبار الفرضية الفرعية الثالثة H3 باستخدام الانحدار الخطي المتعدد بين الذكاء الاقتصادي كمتغير مستقل مع اعتماد المتغير التابع التوجه نحو العملاء. يتم عرض النتائج التي تم الحصول عليها من معاملات الارتباط في الجدول (4. 13) أدناه:

الجدول 4. 13. الانحدار الخطي المتعدد - الفرضية الفرعية H3

النموذج	R	R ²	تعديل R	الخطأ المعياري للتقدير	تباين R	تباين F	درجات الحرية 1	درجات الحرية 2	Sig
1	0.186	0.035	-0.007	0.42297	0.035	0.825	1	23	0.373

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

- قيمة $R=0.186$ هي الارتباط، يجب تضمينها في $[-1؛ +1]$ وهو بالتالي ارتباط إيجابي ضعيف.

- مربع R (R^2 أو R تربيع أو R^2): يوضح أن تباين المتغير المستقل يفسر 3.5% من تباين المتغير التابع، والباقي غير مذكور في هذا النموذج.

- تعديل مربع $R=-0.7\%$ وهو أقل من 50% لذا فإن النموذج غير موثوق به وغير صالح.

الجدول 4. 14. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الفرعية H3

النموذج	B	الخطأ المعياري	β	قسمة T محسوبة	مستوى الدلالة (sig)
ثابت	3.538	1.339	-	2.642	0.015
الذكاء الاقتصادي	0.309	0.340	0.186	0.908	0.373

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

في جدول المعاملات (تحليل الانحدار المتعدد)، لم يتم التحقق من صحة إحصائيات العلاقة الخطية المتداخلة، لذلك لم يتم حل مشكلة العلاقة الخطية المتعددة.

الجدول 4. 15. نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية H3

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
الاتحدار	0.170	1	0.148	0.825	0.373
الخطأ	3.815	23	0.179		
المجموع الكلي	3.985	24	-		

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (4. 15)؛ بالنظر إلى $(sig=0.373)$ ؛ $sig < 0.005$ ، هناك خطر الخطأ.

اذن الفرضية الفرعية H3 مرفوضة.

5.5. يوجد تأثير كبير إيجابي للذكاء الاقتصادي على الابداع في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية (H4):
تم اختبار الفرضية الفرعية الرابعة H4 باستخدام الانحدار الخطي المتعدد بين الذكاء الاقتصادي كمتغير مستقل مع اعتماد المتغير التابع التوجه نحو الابداع. يتم عرض النتائج التي تم الحصول عليها من معاملات الارتباط في الجدول (4. 16) أدناه:

الجدول 4. 16. الانحدار الخطي المتعدد -الفرضية الفرعية H4

النموذج	R	R ²	تعديل R	الخطأ المعياري للتقدير	تباين R	تباين F	درجات الحرية 1	درجات الحرية 2	Sig
1	0.103	0.11	-0.033	0.67178	0.011	0.244	1	23	0.626

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

- قيمة $R = 0.103$ هي الارتباط، يجب تضمينها في $[-1 ; +1]$ وهو بالتالي ارتباط إيجابي ضعيف.
- مربع R (R^2 أو تربيع R): يوضح أن تباين المتغير المستقل يفسر 11% من تباين المتغير التابع، والباقي غير مذكور في هذا النموذج.
- تعديل مربع $R = 3.3\%$ وهو أقل من 50% لذا فإن النموذج غير موثوق به وغير صالح.

الجدول 4. 17. نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الفرعية H4

النموذج	B	الخطأ المعياري	β	قسمة T محسوبة	مستوى الدلالة (sig)
ثابت	3.538	1.339	-	2.642	0.015
الذكاء الاقتصادي	0.309	0.340	0.186	0.908	0.373

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

في جدول المعاملات (تحليل الانحدار المتعدد)، لم يتم التحقق من صحة إحصائيات العلاقة الخطية المتداخلة، لذلك لم يتم حل مشكلة العلاقة الخطية المتعددة.

الجدول 4. 18. نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية H4

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة (sig)
الانحدار	0.110	1	0.110	0.244	0.626
الخطأ	10.380	23	0.451		
المجموع الكلي	10.490	24	-		

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (4. 18)؛ بالنظر إلى $(sig=0.626)$ ؛ $sig < 0.005$ ، هناك خطر الخطأ. إذن الفرضية الفرعية H4 مرفوضة.

الجدول 4. 19. ملخص الفرضيات

H #	الفرضيات	معاملات الإتحاد	التأكيد
H0	يؤثر الذكاء الاقتصادي تأثيرًا كبيرًا على الميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية	$\beta = -0,206$ sig= 0,926	لا
H1	يوجد تأثير إيجابي كبيرًا للذكاء الاقتصادي على التكلفة في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية	$\beta = 0,206$ sig= 0,322	لا
H2	يوجد تأثير إيجابي كبيرًا للذكاء الاقتصادي على الجودة في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية	$\beta = 0,206$ sig= 0,322	لا
H3	يوجد تأثير إيجابي كبيرًا للذكاء الاقتصادي على التوجه نحو العملاء في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية	$\beta = 0,206$ sig= 0,373	لا
H4	يوجد تأثير إيجابي كبيرًا للذكاء الاقتصادي على الإبداع في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية.	$\beta = 0,206$ sig= 0,373	لا

المصدر: من إعدادنا

II. المناقشة:

تهدف إلى مناقشة وتحديد الاختلافات والتشابهات بين نتائج التي توصلنا إليها والنتائج التي لوحظت في مراجع الأدبيات.

مستوى تطبيق آلية الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية كان متوسطا بشكل عام (صديقي وحمو، 2022) (تربش و بن حامد، 2022) ، أما نتائجا في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية تظهر ارتفاع مستوى الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية بنسب مهمة. بينما وجدت (دومي و بوشعور، 2022) أن المؤسسات محل الدراسة مدركة أنها تمارس بعضا من تقنياته بطريقة غير منظمة، إضافة إلى تفاوت اعتماده من بعد إلى آخر.

بينت نتائج اختبار الارتباط المتعدد أن جميع أبعاد الذكاء الاقتصادي تؤثر تأثيرا إيجابيا في الميزة التنافسية وبدرجة أعلى اليقظة الإستراتيجية بمعامل تأثير بلغ 0.583 بخطأ معياري قدر بـ 0.075. (تربش و بن حامد، 2022)، استخلص الباحثان (دوار و قهواجي، 2021) الذكاء الاقتصادي يلعب دورا كبيرا في التأثير على مصادر الميزة التنافسية المستدامة وبالتالي التأثير على الميزة التنافسية المستدامة في حد ذاتها.

وجد الباحثون أن هناك علاقة وتأثير بين الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية وأبعادها، (ZWERENZ، 2020) (بلقواسمي و بن يوسف، 2021) (بوحسان و بوعشة، 2019) (تربش و بن حامد، 2022) (صديقي وحمو، 2022) (دومي و بوشعور، 2022) بينما جميع فرضياتنا كانت مرفوضة.

خلاصة:

تم التطرق في هذا الفصل إلى النتائج والمناقشة، أولا الجزء الخاص بالنتائج عرضنا فيه وصف العينة من خلال جداول وأشكال بيانية، ثم قمنا باختبار صدق وثبات الأداة، اختبار اعتدالية التوزيع، التحليلات الوصفية أحادية المتغير (المتغير المستقل الذكاء الاقتصادي، المتغير التابع المتمثل في الميزة التنافسية، ثم أبعاد الميزة التنافسية؛ التكلفة، الجودة، التوجه نحو العملاء، والإبداع)، وأخيرا قمنا باختبار الفرضيات.

ثانيا جزء المناقشة قمنا فيه بمقارنة نتائجا مع نتائج الباحثين من مراجع الأدبيات التي اعتمدنا عليها في بحثنا.

الخلاصة

1. نظرة عامة وملخص:

تدرس هذه المذكرة الأثر بين الذكاء الاقتصادي على الحصول على ميزة تنافسية من خلال أبعادها من قبل شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية. للقيام بذلك، تم تطوير إطار مفاهيمي يجيب عن سؤال البحث الخاص بنا والذي تمت صياغته على النحو التالي:

هل هناك أثر للذكاء الاقتصادي على الحصول على ميزة تنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية؟

يمكن تلخيص الوثيقة على النحو التالي:

جزء المقدمة يعطي لمحة عامة عن سياق واهتمامات الموضوع. يعرض الأهداف ويحدد مشكلة البحث. كما يعرض نموذج البحث الذي يشكل أساس تحقيقنا. وأخيراً يعرض الإعلان عن الخطة الشاملة.

الفصل I يتعلق بالإطار النظري لبحثنا.

يقدم *الفصل I* الإطار النظري؛ أولاً مراجع الأدبيات من أجل تأطير مشكلتنا بشكل أفضل. كما يتناول المفاهيم المختلفة للذكاء الاقتصادي، كما يحدد هذا الفصل المفاهيم الأساسية المتعلقة بالميزة التنافسية الذي يحتمل أن يؤثر الذكاء الاقتصادي على الحصول عليها، والتي تستند إليها دراستنا. الهدف هو القدرة على تطوير نموذج بحث يعمل كمبدأ توجيهي لإجراء دراستنا التجريبية، مما يسمح بفهم مميز لمشكلتنا البحثية.

يقدم *الفصل II* الإطار المنهجي وسياق البحث؛ المكون من جزء الإطار المنهجي؛ الوضع الاستيمولوجي، منهج البحث، مجتمع وعينة الدراسة، أداة الدراسة، الطريقة وإجراءات التحقيق، وجزء سياق البحث الذي يتضمن التعريف بالشركة محل البحث (شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية).

يعرض *الفصل III* نتائج الدراسة التجريبية التي تم الحصول عليها من تحليل بيانات الاستبيان ثم مناقشة هذه النتائج مع تلك الخاصة بمراجعة الأدبيات.

وأخيراً *الخلاصة* التي تلخص العناصر التي تناولتها المذكرة والنتائج الرئيسية التي تم الحصول عليها، والمساهمات النظرية والميدانية لهذا البحث. وينتهي بوصف لقيود البحث وبعض التوصيات، كذلك آفاق البحث.

2. النتائج الرئيسية المحصلة:

تمثلت نتائج البحث في:

- 1- مستوى الذكاء الاقتصادي في شركة التشييد الهندسة المدنية الصينية مرتفع في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.
- 2- مستوى الميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.
- 3- مستوى بعد التكلفة للميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية مرتفع.
- 4- مستوى بعد التوجه نحو العملاء للميزة التنافسية كان مرتفعاً في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.
- 5- مستوى بعد الابداع للميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية مرتفع.

ومع ذلك، فإن نتائجنا تبطل جميع الفرضيات:

H0: يؤثر الذكاء الاقتصادي تأثيرًا كبيرًا على الميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية.

H1: يوجد تأثير إيجابي كبير للذكاء الاقتصادي على التكلفة في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية.

H2: يوجد تأثير إيجابي كبير للذكاء الاقتصادي على الجودة في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية.

H3: يوجد تأثير إيجابي كبير للذكاء الاقتصادي على التوجه نحو العملاء في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية.

H4: يوجد تأثير كبير إيجابي للذكاء الاقتصادي على الإبداع في الشركة التشييد الهندسة المدنية الصينية.

3. المساهمة النظرية:

يساهم هذا البحث في الأدبيات من خلال تقديم نموذج مفاهيمي يوضح تأثير اعتماد الذكاء الاقتصادي على تحصيل ميزة تنافسية من خلال عوامل بنائها.

نقدم مساهمة إلى المعرفة من خلال مفهوم الذكاء الاقتصادي ونماذج بعض الدول الرائدة وعلاقته بالميزة التنافسية، لا سيما في الشركات الصينية، من خلال دراسة تجريبية لشركة الانشاء الهندسة المدنية الصينية " *China Civil Engineering Construction Corporation* (CCECC). بشكل خاص.

هناك الكثير من الدراسات التي تتناول تأثير الذكاء الاقتصادي على تحصيل الميزة التنافسية في الجزائر، لكن أغلبها تدرس المؤسسات الجزائرية رغم الحضور القوي للشركات الصينية ومساهماتها في الاقتصاد التنموية الجزائرية.

يعد بحثنا من أوائل الأبحاث التي تقدم نتائج من حيث تقديم الظاهرة من خلال دراسة إحصائية بحتة مبنية على الأرقام لعلاقة اعتماد الذكاء الاقتصادي بعوامل بناء الميزة التنافسية في المؤسسة الصينية.

4. المساهمة الميدانية:

بالإضافة إلى الأهمية النظرية، فإن النتائج لها مساهمة إدارية كبيرة. ستساعد النتائج الناتجة عن هذا البحث الشركة بتحقيق مزايا التنافسية وتعزيزها وحمايتها من خلال نظام ذكاء اقتصادي فعال، وتقديم نظرة عامة لمسيري شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية " *China Civil Engineering Construction Corporation* (CCECC).

5. حدود البحث:

يحتوي عملنا البحثي على قيود معينة سنحاول توضيحها فيما يلي:

أولاً، حجم عينة البحث صغيرة مقارنة مع حجم الشركة ومجال عملها، ويرجع ذلك أساساً إلى توقف المشاريع الإنشائية للسكة الحديدية مؤقتاً، وذلك بسبب عدم الاستقرار الذي شهدته الشركة في السنوات الأخيرة (بعد كوفيد). حيث كان عدد الموظفين سابقاً يتجاوز الـ 800 موظف أما الآن فلا يتجاوز الـ 25 موظف وهو العدد الذي أخذناه كاملاً.

ثانياً، نظراً لضيق الوقت، ورغم أن المؤسسات الصينية تتميز بثقافة ومبادئ مشتركة، إلا أن نتائج دراسة حالة شركة صينية واحدة ومجال نشاط واحد ورغم أهمية هذه الشركة، لا يمكن تعميم النتائج على جميع الشركات الصينية.

من قيود البحث أيضا، حاجز اللغة الصينية، رغم توفر مترجمين إلا أن طبيعة عمل الشركة تجعلهم غير متوفرين دائما، مما جعلنا نكتفي بالاستعانة بأداة بحث تسهل جمع البيانات (الاستبيان) وهو ما يخدم نوع الدراسة. رابعا وأخيرا، نقدم دليلاً على وجود أو عدم وجود ارتباطات ولا نستخلص استنتاجات حول السببية.

6. التوصيات:

- 1- يجب أن تستغل الشركة غموض اللغة الصينية لحماية التراث المعلوماتي للشركة.
- 2- يجب أن تقوم الشركة استغلال المعلومات التي تحصل عليها لأجل دعم سياسة التأثير.

7. آفاق البحث:

على الرغم من أن هذه الدراسة بها قيود، إلا أن نموذج بحثنا يمكن أن يُستخدم من قبل الباحثين لدراسة أوسع للشركات الصينية في مختلف المجالات في الجزائر، ويمكن استخدامه أيضا في مقارنة النتائج بين الشركات الجزائرية والصينية في البحوث مستقبلا.

قائمة المراجع:

- BAAZIZ, A. (2015). *Synergie du triptyque : Knowledge Management, Intelligence Economique et Business Intelligence*. Marseille, France: Université d'Aix-Marseille.
- BOUROUBI, M. (2014). L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE, De la pratique au concept. *Les cahiers du MECAS*(10), 42-55.
- BOUROUBI, M., & MISSOUM, R. (2018). L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE AU SERVICE DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL NATIONAL : RÉFLEXION SUR LE SECTEUR DES TIC EN. *Revue internationale d'intelligence économique*, 10(2), 81-105.
- Direction Générale de l'Intelligence Economique, d. E. (2010, Septembre). *MANUEL DE FORMATION EN INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE EN ALGERIE*. Alger: DOCUMENT DE REFERENCE, Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement.
- DOU, H., & SEBASTIÃO, J. (2021). INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE ET INNOVATION FRUGALE DANS LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT. LA FENÊTRE D'OPPORTUNITÉ TECHNOLOGIQUE À PARTIR DE L'ANALYSE DES BREVETS. *Revue internationale d'intelligence économique*, 13(2), 105-116. Récupéré sur <https://www.cairn.info/revue-internationale-d-intelligenceeconomie-2021-2-page-105.htm>
- FENNI, F. (2020). L'intelligence économique ou la veille stratégique: quelle est ladifférence et quelle est la réalité de pratique en Algerie? *El - Acil Review for Economic and Administrative Research*, 4(1), 408-425.
- Gavard-Perret, M., Gotteland, D., Haon, C., & Jolibert, A. (2012). *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion* (éd. 2ème). Pearson Education.
- Gloaguen, P. (2014). *Le guide de l'intelligence économique*. Paris: hachette.
- HADJADJ, C. (2020). *Etude de l'impact de l'intelligence économique sur la performance et la compétitivité de l'entreprise en Algérie*. Sidi Bel-Abbès: Université Djillali Liabes Sidi Bel-Abbès.
- HAKMAOUI, A., & BERRADA, N. (2020, Juin). L'Intelligence économique: levier de développement stratégique à l'international. *Dossiers de Recherches en Economie et Gestion*(1), 157-174.
- Hanqing , H., Mengyue, Y., & Jianling, L. (2022). Evolution of Business Intelligence: An Analysis from the Perspective of Social Network. *Tehnički vjesnik*, 29(2), 497-503.
- Harbulot, C., & Baumard, P. (1997). Perspectives historiques de l'intelligence économique. *Revue Intelligence économique*, 1(1), 50-65. Récupéré sur <https://hal-cnam.archives-ouvertes.fr/hal-03230171>
- HARRAR, S., & GHOMARI MALTI, S. (2018). Politique publique d'intelligence économique au service de la compétitivité des entreprises algériennes. *Revue des Science Administratives et Financieres*(3), 636-649.
- Harvard business review. (2023, Juin 21). Récupéré sur <https://hbrarabic.com/>

- LAFREM, M. (2020). L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE COMME OUTIL DE PRISE DE DÉCISION STRATÉGIQUE : UNE ÉTUDE EXPLORATOIRE QUALITATIVE DANS LES ORGANISMES PUBLICS MAROCAINS. *Revue internationale d'intelligence économique*, 12(1), 90-109.
- MADANI, A., & BOUCETTI, R. (2022). *L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE AU SERVICE DE L'INNOVATION INDUSTRIELLE EN ALGERIE*. KOLEA: ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE MANAGEMENT.
- MADANI, A., & BOUCETTI, R. (2022). L'intelligence Economique en Algérie, Réalité et Enjeux. *Journal of Economic Sciences Institute*, 25(1), 553-569.
- Martre, H. (1994). *INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE ET STRATEGIE DES ENTREPRISES*. Paris: La Documentation Française.
- MISSOUM, R. M. (2021). RELATION INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET AGILITE DE L'ENTREPRISE : PROPOSITION D'UN MODELE THEORIQUE. *Business Sciences Review*, 20(1), 90-108.
- MOINET, N., BELKACEMI, M. A., & SALAOUATCHI, S. H. (2019, Juin). L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE EN ALGERIE : BILAN ET ANALYSES APRES 13 ANS D'EXISTENCE OFFICIELLE. *REVUE DES SCIENCES COMMERCIALES*, 18(1), 6-19.
- OUAMAR BERKAL, S., & SI MANSOUR, F. (2021). L'intelligence économique comme perspective de développement d'une dynamique d'innovation : illustration par le cas d'une entreprise pharmaceutique. *Revue des Sciences Economiques, de Gestion et Sciences Commerciales*, 14(2), 384-395.
- PORTER, M. (1993). *L'avantage concurrentiel des nations*. Paris: inter edition.
- Salaouatchi, H., BEKIOUA, F., & SEBAA, S. (2017). Pratiques De L'intelligence Economique Et Competitivite Des Entreprises : Le Cas Des Pmi De La Wilaya De Sétif. *Revue d'économie et de statistique appliquée*, 14(1), 70-91.
- Yansheng , C., & Zhijun, L. (2021). Business Intelligence Capabilities and Firm Performance: A Study in China. *International Journal of Information Management*, 57. Récupéré sur <https://pdf.sciencedirectassets.com/271677/1-s2.0-S0268401220X00077/1-s2.0-S0268401220314316/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEC8aCXVzLWVhc3QtMSJGMEQCIEC4zHPIt8BK3vYecQf5jxTo11hBKkILa1mPAQ%2B%2FHxIRAIaGDxI3m%2Bcq40zNQfXikieZah8XqeG0cCadqukwnm>
- ZAOU, A., RAMDHANI, L., & BOUDAUD, F. (2020). Intelligence économique nouvelle approche de la compétitivité des entreprises. *Revue scientifique Avenir économique*, 08(1), 351-365. Récupéré sur <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/583>
- ZWERENZ, S. (2020). The linkage between competitive intelligence and competitive advantage in emerging market business: A case in the commercial vehicle industry. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 10(3), 38-62.
- أحلام عديلة. (2020). دور استراتيجية المحيط الأزرق في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. *مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية*, 14(5), 199-218. تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/101/14/5/144994>
- إلياس سالم. (2021). التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال. *مجلة أبحاث ودراسات التنمية*, 8(1), 230-248. تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/57/8/1/162363>

- حياة صديقي، و نادية حمو. (2022). دور الذكاء التنافسي في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة حالة البنوك الجزائرية –. مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، 5(1)، 31-52.
- سارة زرقوط. (2020). الذكاء الاقتصادي كسبيل لتحقيق ميزة تنافسية-مقاربة مفاهيمية-. مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والادارة، 4(1)، 61-78.
- سارة كنزة بوحسان، و مبارك بوعشة. (2019). الذكاء الاقتصادي كآلية لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية دراسة تحليلية للتجربة الفرنسية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 164-193. تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/39/5/1/95607>
- سامية دومي، و رضية بوشعور. (2022). إسهام الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة الوكالات الإشهارية بمدينة مغنية تلمسان-. التكامل الاقتصادي، 10(2)، 360-376. تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/180/10/2/199385>
- سمية أحمد ميلي. (2020). واقع الذكاء الاقتصادي في املؤسسات الاقتصادية الجزائرية. مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، 5(2)، 39-54.
- شافية حجاج، و سمية ناصري. (2018). نموذج مقترح لمساهمة إدارة الجودة الشاملة في تعزيز عناصر الذكاء الاقتصادي، دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. مجلة بشار الاقتصادية، 51-69.
- عبد القادر دوار، و أمينة قهواجي. (2021). دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة لمنظمات الأعمال. Journal of Economic Growth and Entrepreneurship، 4(6)، 89-103. تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/612/4/6/166475>
- عبد الوهاب بن بركة، و نجوى حبة. (2014). الذكاء الاقتصادي كمدخل لبناء الأفضلية التنافسية. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، 11(11)، 95-101. تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/324/7/11/12947>
- عطية الحاج سالم. (2018). الذكاء الاقتصادي في المؤسسة، مرجعية نظرية في بنية المفهوم. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 33(3)، 275-296.
- فاطمة بلقاسمي، و أحمد بن يوسف. (2021). التوجه الاستراتيجي لمنظمات الأعمال نحو تطبيق نظم ذكاء الأعمال كآلية لتحقيق الميزة التنافسية - دراسة تحليلية-. مجلة الاقتصاد والمالية، 7(2)، 88-105.
- فطيمة زهرة نجاري. (2023). استراتيجية الذكاء الاقتصادي و آليات اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية « ENIE - « سيدى بلعباس-. مجلة المالية والأسواق، 10(1)، 159-176.
- كمال يوسف، و إيمان بن محمد. (2020). دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق التنمية المستدامة. مجلة ارتقاء للبحوث و الدراسات الاقتصادية، 1(1)، 9-29.
- محمد العربي غزي. (2013). بناء الميزات التنافسية: المداخل والاستراتيجيات التنافسية. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، 9(9)، 85-96.
- محمد تربش، و سيدي محمد بن حامد. (2022). آلية تفعيل التكامل بني الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية من أجل دعم الميزة التنافسية-دراسة عينة من مؤسسة موبيليس تلمسان-. مجلة الابتكار والتسويق، 9(1)، 567-586.
- محمد سمير بن عياد. (2011). الذكاء الاقتصادي كاستراتيجية لاكتساب ميزة تنافسية في المؤسسة النموذج الياباني والنموذج الأمريكي. دراسات اقتصادية، 5(2)، 38-56.
- مريم بودودة. (2021). دور أمن المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية لفروع شركة سوانطراك بالجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، 7(1)، 59-72.
- نور الدين قرابري. (2022). الذكاء الاقتصادي والميزة التنافسية: التأصيل النظري و المفاهيم الأساسية-عرض نماذج عالمية-. Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE، 5(3)، 157-173.

وزارة الصناعة والانتاج الصيدلاني الجزائرية. (2023). الندوة الدولية الثانية حول الذكاء الاقتصادي. التحديات العالمية الجديدة والسيادة الاقتصادية، الذكاء الاقتصادي كرافعة للإنعاش الصناعي. الجزائر.

وصال عبد الله حسين، و بيداء ستار لفته. (2019). عناصر الذكاء الاقتصادي للمنظمة ودورها في تحقيق النمو الاقتصادي. مجلة دراسات محاسبية ومالية، 14(47)، 1-14.

الملاحق

الملحق أ- قائمة محكمي الاستبانة

الوظيفة	المحكم	الرقم
أستاذ محاضر	مسعود زروتي	1
أستاذ مساعد	يسرى مخربش	2

الملحق ب. الاستبانة باللغة العربية

أنا الطالبة إيمان مخربش، طالبة ماستر في المدرسة الوطنية العليا للمناجمت في القطب الجامعي بالقليلة -تبيازة- للسنة الجامعية 2022-2023، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي صمم لأجل جمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها لاستكمالها للحصول على شهادة الماستر في علوم المناجمت تخصص مناجمت استراتيجي ونظام المعلومات، بعنوان:

"أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق ميزة تنافسية"

دراسة حالة: لشركة تشييد الهندسة المدنية الصينية

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى تأثير الذكاء الاقتصادي في تحقيق ميزة تنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية، الرجاء مساعدتنا من خلال استكمال هذا الاستبيان. سيستغرق الأمر حوالي خمسة عشر دقيقة فقط. سيتم التعامل مع إجاباتك بسرية ولأغراض البحث العلمي الأكاديمي فقط.
نحن نشكركم مسبقاً.

يهدف هذا الجزء إلى التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية والوظيفية لموظفي شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية، بغرض تحليل النتائج فيما بعد، لذا نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على الأسئلة التالية بوضع إشارة (X) في المربع المناسب لإجاباتكم:

1. العمر: أقل من 30 سنة من 31 إلى 40 سنة من 41 إلى 50 سنة من 51 سنة فأكثر

2. سنوات العمل في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية:

- أقل من 5 سنوات من 6 إلى 10 سنوات من 11 إلى 15 سنة أكثر من 16 سنة

3. المؤهل العلمي: مهندس دراسات عليا متخصصة جامعي ما دون الجامعة

4. مجال الوظيفة: مدير أو نائب مدير مهندس خبير اقتصادي عامل بالورشة إداري

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تقيس مستوى تطبيق الذكاء الاقتصادي في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية،
نرجو منكم تحديد درجة موافقتكم بوضع علامة X أمام العبارة التي تناسب اختياركم:

الرقم	العبارات	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
1	تقوم الشركة بتحديد المعلومات التي تحتاجها لتوقع التهديدات والفرص					
2	تقوم الشركة بمراقبة المنافسين					
3	تقوم الشركة بتوعية جميع الموظفين إلى جمع المعلومات الاستراتيجية والإبلاغ عنها، من بيئتهم داخل وخارج الشركة					
4	يوجد مسؤول عن الاشراف عن جمع المعلومات ومعالجتها في الشركة					
5	تحرص الشركة على صنع القرارات بناءا على المعلومات التي تمت معالجتها والتحقق من صحتها					
6	تستخدم الشركة وموظفيها طرق قانونية وشرعية في الحصول على المعلومات					
7	تحرص الشركة على الحصول على المعلومات الاستراتيجية قبل منافسيها لتتفوق عليهم وتحافظ على مكانتها وحصصها السوقية					
8	يوجد تعاون بين الشركة والمؤسسات العمومية الصينية في تشارك المعلومات لأجل التفوق على المنافسين					
9	يوجد تعاون بين الشركة والحكومة الصينية في إنتاج المعرفة					
10	توفر الشركة حماية للملفات والارشيف والممتلكات المعلوماتية من حراسة ومطافئ الحرائق وأنظمة مراقبة... الخ					
11	توفر الشركة برامج حماية للحواسيب والتشفير... الخ					
12	تحرص الشركة على حماية سمعتها وصورتها					
13	تستغل الشركة صعوبة اللغة الصينية لغير الصينيين في حماية معلوماتها وتكنولوجياتها وأسرار الشركة					
14	تستغل الشركة المعلومات التي تحصلت عليها في الضغط على منافسيها والهيئات الحكومية الأخرى لصالحها					

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تقيس مستوى تطبيق أبعاد الميزة التنافسية في شركة تشييد الهندسة المدنية الصينية، نرجو منكم تحديد درجة موافقتكم بوضع علامة X أمام العبارة التي تناسب اختياركم:

الرقم	العبارات	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
التكلفة						
1	تقوم الشركة بتقليل تكاليف العمال عن طريق التوظيف المؤقت					
2	تستخدم الشركة طرق عمل متطورة لتخفيض تكاليف الأعمال وزيادة هامش الربح					
3	تقوم الشركة بخفض التكاليف والمحافظة على الجودة مقارنة بالشركات المنافسة لها في المجال للسيطرة على السوق					
4	تستغل الشركة خبراتها السابقة لتقليل تكاليف الإنتاج					
الجودة						
5	تقوم الشركة باعتماد معايير الجودة في أشغالها					
6	تقوم الشركة بتوظيف الكفاءات وأصحاب المهارات وتدريب الموظفين لتحقيق الجودة					
7	تستثمر الشركة خبرات الباحثين في الجامعات ومراكز البحث لحل المشكلات بهدف تحسين جودة الأعمال					
8	تستخدم الشركة تكنولوجيات متطورة في الأعمال لرفع جودتها					
9	تستثمر الشركة أرباحها في تحسين الجودة					
الاستجابة لاحتياجات العملاء						
10	تحل الشركة متطلبات العملاء (الزبائن) من أجل تلبية احتياجاتهم والتحسين المستمر					
11	تستجيب الشركة للاحتياجات الطارئة للعملاء لكسب رضاهم					
12	تحرص الشركة على تسليم المشاريع في المهلة المحددة					
13	تقوم الشركة بتقليل مدة تسليم المشاريع مقارنة بمنافسيها					
14	تحرص الشركة على الجمع بين سرعة وموثوقية الأداء في المشاريع					
الإبداع						
15	تهتم الشركة بمتابعة براءات الاختراع ومعايير الجودة العالمية التي تتعلق بتطوير أعمالها					
16	تتيح الشركة المجال وتستمع لأفكار العاملين الإبداعية لتطوير العمل					
17	تستثمر الشركة في البحث والتطوير واستغلال النتائج للإبداع والتميز عن المنافسين					
18	تستخدم الشركة طرق عمل متطورة لتخفيض تكاليف الأعمال وزيادة هامش الربح					

الملحق ج. الاستبانة باللغة الصينية

我是学生Imene MEKHERBECHE, 是Kolea-Tipaza大学极地国家管理学院2022-2023学年的硕士生。本问卷旨在为我们即将进行的研究收集必要的信息, 以获得管理科学的硕士学位, 专业是战略管理和信息系统, 题目是

商业智能对获得竞争优势的影响

案例研究: 针对一家中国土木工程建设公司

本研究旨在确定商业智能对某中国土木工程建设公司获得竞争优势的影响程度, 请帮助我们完成这份调查问卷。这只需要大约15分钟。您的答案将被保密, 仅用于学术研究目的。

预先感谢您。

本部分旨在确定中国工程建设公司员工的一些社会和职能特征，以便于以后分析结果，所以请在以下问题中回答相应的问题，在相应的方框内打上 (X)：

1. 年龄： 不到30岁 从31岁到40岁
 从41岁到50岁 51岁及以上

2. 在中国土木工程建设工作年限：

- 不到5年 从6到10年
从11岁到15岁 超过16岁

3. 资质：

- 工程师 专门的研究生学习
大学的 低于大学

4. 工作领域：

- 主任或副主任 工程师
经济学家 车间工人
行政的

下面是一组衡量商业智能在中国土木建筑公司应用水平的句子。请在与你选择的说

法相对应的前面打上 (X) ，表示你的同意程度：

号 码	句子	强 烈 反 对	反 对 的	中 性 的	好 的	非 常 同 意
1	公司确定它所需要的信息以预测威胁和机会					
2	该公司监测竞争对手					
3	公司让所有员工认识到需要收集和报告来自内部和外部环境的战略信息					
4	有一个人负责监督公司的信息收集和处理。					
5	公司热衷于根据经过处理和验证的信息做出决策					
6	公司及其员工使用合法和正当的方法来获取信息					
7	公司热衷于在竞争对手之前获得战略信息，以便超越他们，保持其地位和市场份额。					
8	公司与中国的公共机构之间在分享信息方面存在合作，以超越竞争对手。					
9	公司与中国政府在知识生产方面有合作。					
10	该公司确保文件、档案和信息财产免受消防和监控系统的影响....					
11	该公司提供保护和加密计算机的程序...					
12	公司保护其声誉和形象					
13	公司利用中文对非中文使用者的难度来保护其信息、技术和公司机密。					
14	该公司利用其获得的信息游说竞争对手和其他政府机构对其有利					

以下是一组衡量竞争优势的维度在中国土木工程建设公司的应用水平的陈述。请在您选择的语句前打上x，以表明您的同意程度：

号码	句子	强烈反对	反对的	中性的	好的	非常同意
成本						
1	公司通过雇佣临时雇员来减少劳动力成本					
2	公司使用先进的商业方法来降低商业成本，提高利润率					
3	相对于该领域的竞争对手，公司降低成本并保持质量，从而在市场上占据主导地位					
4	公司利用其以往的经验来降低生产成本					
质量						
5	公司在其工作中采用质量标准					
6	公司雇用熟练的合格人员，并对员工进行培训，以实现质量。					
7	公司投资于大学和研究中心的研究人员的专业知识，以解决提高质量的问题。					
8	公司在工作中使用先进的技术来提高其质量。					
9	公司将其利润投资于提高质量					
满足客户需求						
10	公司分析顾客（客户）的要求，以满足他们的需求，并不断改进。					
11	公司对客户的紧急需求做出反应，以达到客户的满意。					
12	公司致力于按时交付项目					
13	与竞争对手相比，公司能缩短项目交付时间					
14	公司在项目交付中结合了速度和可靠性					
创新						
15	公司希望获得与业务发展相关的专利和国际质量标准					
16	公司给予空间并听取员工的创造性想法，以发展工作					
17	公司投资于研究和开发，并利用其成果进行创新，使自己与竞争对手区别开来					
18	公司使用先进的工作方法来降低成本和提高利润率					