

الذكاء الاقتصادي

كآلية لدعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

رتيبة رزاز

أستاذة مساعدة قسم أ، جامعة أمحمد بوقرة – بومرداس-

الملخص:

يعتمد نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مدى قدرتها في الحصول على المعلومات بالنوعية والسرعة الكافية التي تمكنها من حماية مستقبلها واستباق التغيرات بغية اتخاذ القرارات المثلى، التي تضمن بقائها وديمومتها في ظل بيئة معقدة وسريعة التغيير، مما يجعل من إدماج آليات الذكاء الاقتصادي ضرورة لتطورها ودعمها والرفع من تنافسيتها. كونه أداة فعالة تركز على جمع ومعالجة المعلومات المفيدة لاستخدامها في التأقلم والتأثير على المحيط لاتخاذ القرارات المثلى التي تعتبر أساس نجاح أي مؤسسة. ولتحقيق ذلك وجب على الدولة والمؤسسات معا توجيه ودعم سياسة الذكاء الاقتصادي بتوفير الوسائل الضرورية من أجل تطبيقه، وذلك بتوفير الإطار القانوني والتنظيمي الملائم لممارسته، وتحيين النظام الوطني للمعلومات الذي يضمن التدفق المستمر للمعلومات، بالاعتماد على يد عاملة مؤهلة.

الكلمات المفتاحية: المعلومة، الذكاء الاقتصادي، المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة.

Abstract:

The success of the small and medium enterprises depend on its ability to obtain quality information in fastest manner to enable company's to protect their future and to anticipate changes in order to make optimal decisions that ensure the survival and sustainability under the complex and rapidly changing environment . making the integration of intelligent economies, provide a mechanisms necessary for the development, and support the increase competitiveness . effective tool based on the collection and treatment of useful information to be used in making optimal decisions that are the basis of the success of any organization. To achieve this target government and institutions have to work together to lead and support the economic intelligence policy by

providing the necessary mean to apply it, as well as by providing legal and regulatory framework appropriate to exercise it, and updating the national information system that ensures the continuous flow of information, relying to qualified workforce already engaged in the process.

Key words: Information, Economic Intelligence, Small and medium enterprises.

المقدمة:

يعتبر إنشاء وتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أهم اتجاهات السياسات الاقتصادية الحديثة باعتبارها الركيزة الأساسية لتحقيق التنمية بشقيها الاقتصادي والاجتماعي ، نظرا لما تتمتع به هذه المؤسسات من مرونة وسهولة في التأقلم مع متغيرات محيطها مقارنة بالمؤسسات الكبرى. ولضمان تحقيق هذه التنمية وجب إتباع إستراتيجية مبنية على أساس دعم وترقية هاته المؤسسات من خلال الاهتمام بمختلف الجوانب

والمشاكل التي تعيق عملها، خاصة فيما يتعلق بجانب نقص المعلومات وآليات معالجتها في الوقت المناسب في ظل التطور التكنولوجي في مجال المعلومات والاتصال. وهذا نتيجة انعدام الجهاز الذي يعمل على جمع ومعالجة وتحليل المعلومات في أغلب هاته المؤسسات، والمتمثل في الذكاء الاقتصادي. أين أصبح التحدي الذي تواجهه أغلب هذه المؤسسات يتمثل في سرعة الاستباق المعلوماتي، باعتبار أن أساس نجاحها يتوقف إلى حد كبير على مدى كفاءتها وفعاليتها في توفير المعلومات وفق مناهج علمية بعد هيكلتها وتحليلها لانتقاء أنجعها لاتخاذ القرارات المثلى.

ومن هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية:

ما هي الإجراءات التي يجب أن تتبعها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتفعيل نظام الذكاء الاقتصادي في نشاطها؟.

وللإجابة على هذه الإشكالية ومعالجة موضوع الدراسة والإحاطة بجميع جوانبه، ارتأينا تقسيمه إلى ثلاث محاور رئيسية تتمثل في:

المحور الأول: المعلومة والذكاء الاقتصادي،

المحور الثاني: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

المحور الثالث: إجراءات دعم الذكاء الاقتصادي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المحور الأول: المعلومة والذكاء الاقتصادي

تمثل المعلومة أحد عناصر التفوق والتميز في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إذ تعتبر في الوقت الحاضر مورد لا يقل أهمية عن الموارد الأخرى للمؤسسة باعتبارها أداة لخلق القيمة ووسيلة لترجمة حاجات ورغبات الأفراد. وترتبط المعلومة ارتباطا وثيقا بالذكاء

الاقتصادي، إذ تعتبر المادة الأولية له والمفتاح الرئيسي لاتخاذ القرارات السليمة، بغية تحقيق الأهداف المسطرة.

1. المعلومة :

تعتبر المعلومة مورد إستراتيجي للمؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصفة خاصة، إذ تعد المادة الخام التي يعتمد عليها متخذ القرار، بحيث كلما كانت المعلومة أكيدة كلما كان القرار أقرب إلى الواقع ، أما إذا كانت غير دقيقة أو عشوائية فإن القرارات الناتجة تكون أقل واقعية أو عشوائية. فمهما كان المجال المدروس ومهما كانت طبيعته، فهو يحتاج للمعلومات الجيدة باعتبارها مورد غير ملموس من موارد المؤسسة كما سبق الذكر.

1.1 تعريف المعلومة: اختلاف المجالات الخاصة بالمعلومة أدى إلى

تعدد تعاريفها، وسنذكر فيما يلي أبرز التعاريف التي وردت في الأدبيات ذات صلة:

- المخرجات الناتجة عن تشغيل نظام المعلومات والتي تعبر عن خصائص محددة لمستخدمي المعلومات في المنظمة.⁽¹⁾

- بيانات تم تصنيفها وتنظيمها بشكل يسمح باستخدامها والاستفادة منها.⁽²⁾

بناء على ما سبق يمكن اعتبار المعلومة على أنها بيانات منظمة ومركبة أجريت عليها معالجة عن طريق تشغيل نظام المعلومات للحصول على معلومات تمكن متخذي القرارات من زيادة مستوى معرفتهم وبالتالي إعطائهم قيمة مضافة، من أجل تحقيق التنافسية والريادة.

1.2 خصائص المعلومة: حتى تكون المعلومة ذات فائدة وقيمة،

وجب أن تتوفر على مجموعة من الخصائص، كون أن الصعوبة لا تكمن

في حيازة المعلومة، وإنما في استخراجها بطريقة أسرع وأدق من الآخرين خاصة في ظل تدفق الكم الهائل للمعلومات المتاحة، ومن بين هذه الخصائص نذكر: (3)

أن تكون المعلومات صحيحة وخالية من أخطاء التجميع والتسجيل والمعالجة التي تتم على البيانات، وأن يتم توفيرها في الوقت المناسب وبالسرعة المناسبة حتى تكون فعالة وذات مردودية، إلى جانب خلوها من الغموض وسهولة فهمها، مع قدرتها على التكيف مع الاحتياجات المتغيرة، شرط أن تكون كاملة وتغطي جميع جوانب الظاهرة، مع ضرورة قابليتها للمقارنة مع باقي المعلومات الأخرى في المشروعات التي تتعلق بنفس النشاط.

2. نظام المعلومات:

يتمثل نظام المعلومات في مجموعة من الإجراءات التي تقوم بجمع استرجاع، تشغيل، تخزين وتوزيع المعلومات لتدعيم اتخاذ القرارات والرقابة والتنظيم، بغرض الانتفاع الفعلي من المعلومات.

2.1 تعريف نظام المعلومات: يعرف على أنه:

- مجموعة منظمة من الأفراد، المعدات، شبكات الاتصالات، موارد البيانات والتي تقوم بتجميع، تشغيل، تخزين، توزيع المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات والتنسيق والرقابة داخل المؤسسة.(4)

- مجموعة منظمة من الموارد، الأجهزة، البرامج والموظفين والبيانات والإجراءات للحصول على المعلومات، علاجها وتوصيلها.(5)

2.2 أهداف نظام المعلومات:

تتمثل أهداف نظام المعلومات في:(6)

- تزويد الإدارة بالبيانات والمعلومات التي تحتاجها وفي الوقت المناسب.
- تحديد الطرف الذي يحتاج إلى المعلومة ومجال استخدامها .
- تحديد الشكل المناسب للمعلومة وتقييم تكلفتها.
- تحديد ميكانيزمات جمع، معالجة وعرض المعلومات لتسهيل عملية اتخاذ القرار.
- الاستفادة من نظام التغذية العكسية لنظام المعلومات.

3. الذكاء الاقتصادي:

بداية تطبيق الذكاء الاقتصادي كان في المجال العسكري بمفهوم الجوسسة لحراسة البيئة ، ثم انتقل إلى المجال الاقتصادي مع بداية ستينات القرن الماضي بالولايات المتحدة الأمريكية، أما فرنسا فقد شهد الاهتمام به تأخرا واضحا مقارنة مع بعض الدول كالولايات المتحدة الأمريكية، اليابان، أين دخل حيز التنفيذ في 1992. في حين لا يزال مفهومه في الدول العربية غير شائع الاستخدام.

3.1 تعريف الذكاء الاقتصادي: وسنذكر فيما يلي بعض تعريفاته:

تعريف Martre Henri: يعد هذا التعريف بمثابة أول ظهور لمفهوم الذكاء الاقتصادي في فرنسا، وكان ذلك سنة 1994 حيث قدم تقرير Martre التالي: الذكاء الاقتصادي هو مجموع الأنشطة المرتبطة من بحث، معالجة، توزيع واستغلال المعلومات المفيدة للأعوان الاقتصادية المتحصل عليها في الظروف المثلى من الجودة، الآجال والتكاليف.⁽⁷⁾

تعريف Emmanuel Pateyron: الذكاء الاقتصادي عبارة عن مجموعة من الخطوات المنسقة للبحث، الدراسة، التوزيع وحماية المعلومة النافعة للأعوان الاقتصاديين المحصلة بصفة شرعية في ظروف جيدة، النوعية، الأجل، التكلفة⁽⁸⁾

تعريف Alice Guilhon: الذكاء الاقتصادي هو سيرورة جمع معالجة، حماية ونشر المعلومة لخلق في النهاية معارف ومنتجات جديدة⁽⁹⁾

3. 2 خصائص الذكاء الاقتصادي:

يساعد الذكاء الاقتصادي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اتخاذ القرارات الفعالة عن طريق التحري عن الفرص والتهديدات التي تواجهها في محيطها، إذ يهتم بدراسة التفاعل التكتيكي والاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنية به انطلاقا بداية من القاعدة (المستوى الداخلي للمؤسسة) مرورا بالمستويات الوسيطة (الجماعات المحلية) وصولا إلى المستويات الوطنية (الاستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز اتخاذ القرار في الدولة) ثم المستويات المتعددة الجنسيات (المجمعات المتعددة الجنسيات) أو الدولية (استراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة). ومن بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي نذكر ما يلي: ⁽¹⁰⁾

- الاستخدام الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات .
- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين .
- وجود علاقات قوية بين المؤسسات والجامعات والإدارات المركزية والمحلية .

- تشكيل جماعات الضغط والتأثير.

- إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية والجيوسياسية.

- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

المحور الثاني: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن إيجاد مفهوم موحد ودقيق للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاقى صعوبة لدى الباحثين نظرا للفروقات بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة، والتداخل الموجود بينها فما يعد مؤسسة كبيرة في بلد ما يمكن أن يعد مؤسسة صغيرة في بلد آخر والعكس، وهذا راجع إلى التباين في النشاط الاقتصادي لهذه المؤسسات وكذلك إلى درجة النمو الاقتصادي من دولة إلى أخرى.

1. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

هناك العديد من التعاريف التي تناولت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا أنها تختلف من دولة إلى أخرى باختلاف المعايير التي تعرف على أساسها فهناك معايير مختلفة منها: عدد العمال، رأس المال، رقم الأعمال، القيمة المضافة ومعايير أخرى، كما يمكن الجمع بين معيارين أو أكثر، في الجزائر ارتكز تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التعريف الذي جاء في القانون 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والذي ينص على ما يلي: "تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات، تشغل من 1 إلى 250 شخص، لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي ملياري دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دينار، تستوفي معايير الاستقلالية"⁽¹¹⁾.

حيث جمع المشرع الجزائري في هذا التعريف بين معياري عدد العمال ورقم الأعمال كما اشترط معيار الاستقلالية أي لا تتعدى مساهمة الأطراف الخارجية نسبة 25 % منها. حيث اعتبر هذا المفهوم مرجعا لكل برامج وتدبير المساعدة والدعم لصالح هذه المؤسسات، وإعداد ومعالجة الإحصائيات المتعلقة بالقطاع.

إلا أن هذا التعريف قد تغير وفقا للقانون 17-02 المؤرخ في 10 يناير 2017، والذي نص على ما يلي:

" تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات ، تشغل من 1 إلى 250 شخص ، لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 4 ملايين دينار جزائري أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 01 مليار دينار جزائري ،تستوفي معايير الاستقلالية" (12)

2. أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

تتجلى الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النقاط التالية: (13)

- قدرة هذه المؤسسات على الاستفادة من المواد الخام المتوافرة، ومنتجات الصناعات الأخرى لإنتاج سلع تامة الصنع تلبي احتياجات وأنواق المستهلكين.

- قدرتها على العمل في الصناعات الحرفية والسلع الغذائية التي يتم الحصول عليها من الخارج، وبالتالي سد احتياجات السوق المحلي وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات.

- تتسم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسهولة التأسيس نظرا إلى عدم حاجتها إلى رأس مال ضخم أو تكنولوجيا متطورة.

- قدرتها على العمل والإنتاج في مجالات التنمية الصناعية المختلفة وبالتالي مساهمتها في توفير فرص العمل.

- قدرة هذه المؤسسات على التكيف مع الأوضاع والظروف المحلية التي قد لا تتوفر فيها مرافق متطورة للبنية الأساسية مما يخفف العبء على ميزانية الدولة.

- تتخصص بعض هذه المؤسسات في الأنشطة التي تحجم عنها المؤسسات الكبيرة، مثال ذلك تخصص بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تصنيع بعض الكيماويات الناتجة عن تكرير البترول، أو التخصص في بعض أنواع الملابس غير نمطية التصميم، و بالتالي تخفيض الواردات لهذه المنتجات وزيادة الصادرات غير البترولية.

- تعتبر الصناعات الصغيرة والمتوسطة نواة لإنشاء صناعات أكبر حجما من خلال تركيزها على إنتاج عدد قليل من السلع الدقيقة التي تتطلبها صناعات معينة لمؤسسات صناعية كبرى.

- يعتبر انتشار طريقة الإنتاج على دفعات لمواجهة طلبيات صغيرة أو خدمات معينة عاملا مساهما في انتشار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتقوم بأداء هذه الأعمال، مما يجعل هذه المؤسسات أكثر قدرة على الاستجابة السريعة لمتطلبات المستهلكين.

- صغر حجم هذه المؤسسات يمكنها من الانتشار في المدن الصغيرة والمناطق النائية، مما يساهم في تحقيق التوزيع المتوازن لمؤسسات القطاع الصناعي.

3. خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

اعتمدت الثورة الصناعية في أوروبا في بداياتها على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي لم يتعدى عدد عمالها في الغالب 20 عاملا ، و استمر انتشار هذا النوع من المؤسسات إلى غاية ظهور المؤسسات الكبيرة ، إلا أن ذلك لم يبلغ المؤسسة الصغيرة لما لها من خصائص تميزها نذكر أهمها في ما يلي: (14)

- لديها عدد محدود من المستخدمين ، و لا تتطلب رؤوس أموال ضخمة

- تتمتع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالاستقلالية فلا تكون تابعة لمؤسسات أخرى وليست فروعاً لها حيث تتخذ قراراتها بحرية.

- مسير أو مسيرو المؤسسة هم الملاك أو المساهمين، وغالبا ما يكون المستخدمون من المقربين لذلك تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بال شخصية (la personnalisation).

- في الجزائر مؤسس أو مؤسسو هذه المؤسسات معظمهم من الشباب ، وهذا راجع لكون الجزائر لم تشجع إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا مؤخرا ، ومن بين الشروط التي وضعت للاستفادة من المساعدات أن لا يتعدى سن المؤسس 35 سنة في إطار وكالة دعم وتشغيل الشباب ويصل إلى 50 سنة في الصندوق الوطني للتأمين على البطالة.

- يتميز هيكلها التنظيمي بالمرونة ويسمح باتخاذ القرارات بسرعة.

- الوظائف والمسؤوليات غير محددة بدقة حيث يمكن لنفس الشخص أن يؤدي عدة وظائف ، و نفس الوظيفة قد يؤديها عدة أشخاص.

- تدل الإحصائيات أن أكبر نسبة من المؤسسين لديه خبرة مهنية في قطاع المؤسسة التي أنشئوها (تعليما أو تكوينا مهنيا ليس بالضرورة عاليا).

- رأس مالها صغير، ويختلف من نشاط إلى آخر، كما أنها تعاني من قلة البدائل المتاحة للتمويل وصعوبة الحصول على القروض من البنوك لقلّة الضمانات.

- تتجه إلى المناولة باعتبارها واحدة من أشكال الشراكة بينها وبين المؤسسات الكبيرة التي تمكنها من الاستمرار، وبذلك تتمكن من تحقيق رقم أعمال تغطي به التكاليف وتحقق الأرباح.

- تكون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أكثر تخصصا من المؤسسات الكبيرة في بعض الأنشطة.

- تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من قبل مؤسسها، كما تحصل على إعانات ومساعدات من طرف الدولة وفقا لبرامج خاصة.

المحور الثالث: إجراءات دعم الذكاء الاقتصادي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يتسم تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية بالحدائثة، وقد بدأت أول بوادر الاهتمام به سنة 2002 أين سعت الجزائر لإبراز أهميته في تطوير أداء هذه المؤسسات، حيث أجريت دراسة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الغرب الجزائري، وعلى أساسها تم استنتاج أن الاستثمارات غير المادية والبحوث المرتبطة بالمعلومات جد فتيّة، حيث لوحظ أن نصف المؤسسات محل الدراسة تقريبا أكدت عدم استثمارها في هذا المجال، وربع هذه المؤسسات لا تملك هذه الاستثمارات، كما وجد أن

64.13% من المؤسسات التي استثمرت في هذا الاتجاه، أما نسبة
17.05% من بين هذه المؤسسات لجأت للاستثمار في مجال الإشهار.
(15)

لتليه بعدها العديد من الملتقيات الوطنية والدولية، أبرزها سنة 2007
أين تأسست أول مدرسة جزائرية للذكاء الاقتصادي، وخلق مديرية عامة
للذكاء الاقتصادي والدراسات الاقتصادية على مستوى وزارة الصناعة
سنة 2008.

وفي 14 جوان 2008 تم تنظيم ملتقى دولي من طرف جامعة
التكوين المتواصل حول حوكمة المؤسسات والذكاء الاقتصادي بالجزائر
العاصمة أين تم التأكيد على أنه غالبا ما تكون المؤسسات الصغيرة
والمتوسطة غير قادرة على توزيع احتياجاتها بالتساوي ووسائلها في
مجال اقتناء ومعالجة المعلومات، وأنها تجد نفسها في حالة تبعية مقارنة
بالمؤسسات المنافسة، أو في حالة عزلة مما يضعف من موقفا
الإستراتيجي وتنافسيته. (16)

لذلك ينبغي على الدولة والمؤسسات على حد سواء القيام بإجراءات من
أجل المساهمة في تفعيل نظام الذكاء الاقتصادي بقطاع المؤسسات
الصغيرة والمتوسطة، من خلال ما يلي:

1. دعم الدولة للبنية التحتية للذكاء
الاقتصادي:

لا يمكن إنكار جهود الدولة في تطبيق الذكاء الاقتصادي في الجزائر، إلا أنه في ظل المنافسة الشديدة التي تواجهها، تبقى هذه الجهود تحتاج إلى تفعيل لإدراك مستويات التأخر التي تشهدها على هذا الصعيد. فالذكاء الاقتصادي ليس حكرا على الدولة أو على المؤسسات بل هو مفهوم يخص كلا الطرفين، كون أن نتائج المؤسسات لها تأثير على الدولة ونشاطات هذه الأخيرة تؤثر على المؤسسات، وباعتبار أن أغلب هاته المؤسسات هي مؤسسات صغيرة ومتوسطة لا تستطيع خلق أنظمة مختصة في جمع ومعالجة المعلومات المتواجدة في محيطها. وجب على الدولة توجيه ودعم سياسة الذكاء الاقتصادي بتوفير الوسائل الضرورية لها من أجل تطبيقه وإعطائه دفعا قويا وجعله دعامة أساسية للنشاط الاقتصادي من خلال إعداد بنية تحتية متينة، عن طريق إقامة بنك للمعلومات الموثوقة، وتوفير آليات التحليل المناسبة، وتكوين الأشخاص القادرين على اتخاذ القرارات المتوافقة مع متطلبات هاته المؤسسات، وهذا نظرا لما تملكه الدولة من إمكانيات مالية وسلطة قانونية وتنظيمية تمكنها من تعميم مفهومه بغية إقامة منظومة الذكاء الاقتصادي في الجزائر.

2. خلق و نشر ثقافة تنظيمية ل لذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات:

يقصد بالثقافة التنظيمية مجموعة الإيديولوجيات والفلسفات والقيم والمعتقدات والافتراضات والاتجاهات المشتركة وأنماط التوقعات التي تميز الأفراد في تنظيم ما⁽¹⁷⁾

إذ تعتبر الثقافة التنظيمية مكون أساسي يبرز ويحدد هوية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بما يحقق لها التميز والاستمرارية في ظل الظروف الغير مستقرة، فثقافة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تجسد المناخ

التنظيمي السائد من ناحية طرق وأساليب المشاركة في اتخاذ القرار والتعامل مع الزبائن، واتجاهات الإدارة العليا نحو العاملين. فهي تساهم بشكل كبير في تشكيل رسالة المؤسسة وتكوين صورتها ومدى تأثيرها على الزبائن والعاملين.

فمن خلال خلق وتنمية ثقافة تنظيمية تركز على مفاهيم الذكاء الاقتصادي، تكون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قد عملت على ترسيخ أهمية المعلومة في نشاطهاته المؤسسات، وضرورة الأخذ بها في أنشطتها من حيث العمل على حيازتها وتخزينها ومعالجتها ومن ثم الاعتماد عليها في تحديد القرارات وتحديد مسار الأنشطة والوظائف بما يحقق تطبيق الإستراتيجيات والأهداف المسطرة.

فالهدف من نشر وتبني ثقافة الذكاء الاقتصادي في مختلف الأوساط الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، هو تحفيز وتطوير السلوكيات الفردية والجماعية لمختلف الفاعلين الاقتصاديين في إطار جماعي.

3. تحيين وتنشيط النظام الوطني للمعلومات:

يعتبر تزويد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمعلومات المطلوبة في الوقت المناسب إحدى رهائن اتخاذ القرارات الصائبة لهاته المؤسسات التي تعمل على دعمها وتطويرها، لذلك وجب تحيين وتنشيط النظام الوطني للمعلومات الذي يمكن هاته المؤسسات من توفير سيولة المعلومات اللازمة في الوقت والمكانين المناسبين، لأن نقص المعلومة يعتبر كتحدٍ لإقامة نظام ذكاء اقتصادي على مستوى هاته المؤسسات، فالاهتمام بالمعلومة يعتبر من أولويات إن لم نقل ضروريات سياسات دعمها، باعتبارها مورد استراتيجي يمكنها من اتخاذ القرارات السليمة.

فقد أثبت الواقع أن أكبر المؤسسات العالمية قد فقدت حصتها من السوق بسبب عدم استباقها في مجال الحصول على المعلومة، وهذا ما يؤكد ضرورة اعتماد الذكاء الاقتصادي كمدخل لضمان الاستمرار في النشاط والتوسع فيه.⁽¹⁸⁾

وقد عملت الجزائر على بناء نظام وطني للمعلومات الاقتصادية من أجل تلبية متطلبات كافة الأعوان الاقتصادية من المعلومات ذات النوعية المطلوبة وفي الآجال المحددة، ويتكون هذا النظام من أجهزة وأنظمة فرعية تابعة له تعمل على توفير المعلومة حول كافة الأنشطة والمجالات الاقتصادية والاجتماعية، ومن بين هذه الأنظمة الفرعية نجد:⁽¹⁹⁾

- نظام المعلومات الإحصائية: ممثلاً بالديوان الوطني للإحصائيات
 - نظام المعلومات التجارية والاستثمارية: ويشمل الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، والوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصاء
 - المعلومات العلمية والوثائقية: ممثلاً بمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني والمركز الوطني للإعلام والوثائق الاقتصادية.
- إلا أن هذا النظام بكافة فروعها لا يتوفر على المعلومات الكفيلة بقيامه بدوره كما ينبغي، لذلك وجب على القائمين على هذا النظام العمل على تحيينه بتجديد كل من المعلومات الإستراتيجية المتعلقة بمحيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛ والمعلومات الإدارية الموجودة داخل هاته المؤسسات. مما يمكنها من معرفة المحيط الداخلي والخارجي الذي سوف تنشط فيه والخصائص التي تميزه، وهذا ما يساعدها على معرفة فرص الاستثمار والمنافسة ومتطلبات السوق، وكذا القوى البيئية التي تهدد نشاطها أو تخلق فرصاً لها بما يمكنها من تطوير خطط ناجحة لدعم

استثماراتها وأعمالها، إذ لا يمكن لهاته المؤسسات القيام بأي استثمار في ظل غياب المعلومات وطرق تحليلها واستغلالها خاصة في ظل المنافسة واتساع الرقعة الجغرافية للجزائر؛ وتوفير المعلومات التي تساعد على التنبؤ بالأزمات المستقبلية التي يمكن أن تحدث داخليا أم خارجيا مما يحثها على افتراض واقتراح حلول أولية قبل حدوثها، هذا ما يساعدها على الصمود في وجه المنافسة.

ومن هنا تكمن أهمية هذا النظام بالنسبة لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال مستويين اثنين⁽²⁰⁾:

الأول على المستوى الجزئي، وذلك من أجل دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمعلومات اللازمة، حيث المعلومة تمثل السراج المضيء لمسارها، أما الثاني فيكون على المستوى الكلي، وذلك من أجل تأهيل هذا القطاع ككل والوصول به إلى مصاف المؤسسات العالمية.

4. تدعيم عنصر الإبداع والابتكار:

إنجاح وتفعيل النظام الوطني للمعلومات يحتاج إلى آليات وهيئات وإطارات كفئة قادرة على جمع ومعالجة المعلومات، فتوفر المعلومات في الوقت المناسب لا يعتبر كافيا وحده لاتخاذ القرارات السليمة، بل يجب إتباعه بتحليلها وتجديدها بهدف بلورتها لجعلها أكثر دقة ومصداقية لاتخاذ القرارات الفعالة، لذلك وجب تشجيع العمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تنمية قدراتهم ومهاراتهم الشخصية، وإفساح مجال الإبداع والابتكار أمامهم، والعمل على تهيئة وتوفير الظروف المناسبة لهم. باعتبار أن الإبداع والابتكار يعتبران من أحد مقومات نجاح هذه المؤسسات كونهما يعملان على تقديم أفكار جديدة تؤدي إلى تحقيق التميز

والريادة ومواكبة التطورات التكنولوجية، ولتحقيق ذلك وجب تكثيف نشاطات البحث والتطوير، وتوفير رأس مال فكري وبشري قائم على ثقافة الكفاءة والجودة والقدرة على المنافسة.

إذ يعتبر رأس المال الفكري أشبه ما يكون بالميزانية العمومية غير المنظورة، والتي لا تظهر كأرقام مباشرة في دفاتر المحاسبة، إنما يستدل على وجودها بما تحققه من قفزات هائلة لمضاعفة القيمة المضافة أو الربحية. (21)

5. دعم أعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال

مع تطور الوسائل الالكترونية المستخدمة في المعالجة الرقمية للبيانات، تزداد أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهذا بهدف مسايرة واقتناء أحدث ما توصل إليه التقدم في هذا المجال، باعتبار أن حيازة مثل هذه التكنولوجيات تمثل امتلاكاً لقدرة تنافسية، تعمل على تدعيم المؤسسات لاستغلال معلوماتها. (22)

إذ يشير مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال إلى ثلاثة مجالات فنية: (23)

- الاتصال عن بعد؛
- الإعلام الآلي (المعلوماتية)؛
- الإلكترونيك وتقاطعاتهما.

وتفاعل هذه العناصر يستوجب دعم وتطوير مجموعة من الوسائل من خطوط الهاتف، أجهزة الكمبيوتر، البرامج المعلوماتية، شبكات الانترنت... الخ.

وعليه، يعتبر هذا النظام المحرك الرئيسي للنظام الوطني للمعلومات الاقتصادية، وذلك لما يوفره من مزايا شتى، لعل أهمها سرعة الاتصال والتوصيل (الإعلام). لذلك وجب دعم استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، باعتبارها ركيزة كفيلة بتحفيز نظام الذكاء الاقتصادي في الجزائر، إذ يعتبر الوسيلة المثلى لاستغلال المعلومة استغلالاً أمثلاً، نظراً لما توفره من سرعة اتصال وتوصيل، خاصة وأن التحدي أصبح يكمن في سرعة الوصول إلى المعلومة وكيفية هيكلتها وتحليلها لاتخاذ القرارات المثلى وفي الأوقات المناسبة، لذلك وجب تدعيم وتطوير البرامج المعلوماتية، إلى جانب الاعتماد على برامج تكنولوجية متطورة وأساليب إدارية جديدة مسايرة للواقع المعاش سواء في المجال الإداري أو التقني.

6. تدعيم جهود البحث والتكوين وتنمية الكفاءات البشرية بما يتوافق ومتطلبات المؤسسات:

يعود ضعف ومحدودية برامج التكوين في الذكاء الاقتصادي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالدرجة الأولى لعدم وجود مختصين وبرامج متخصصة في هذا الميدان، وعدم وجود تجمعات تكنولوجية، حيث يوجد مجمع واحد يسمى بسيدي عبد الله والذي فتح أبوابه في سنة 2009 والذي اهتم بتعميم ثقافة الذكاء الاقتصادي، وتطوير وسائل معالجة المعلومات والتكوين في مجال استخدام الذكاء الاقتصادي،⁽²⁴⁾ لذلك وجب تشجيع إنشاء تجمعات تكنولوجية أخرى تعمل على تدعيم جهود البحث والتطوير والمنافسة.

ويكمن المشكل الحقيقي فيما يتعلق بالتكوين في الذكاء الاقتصادي في الجزائر، في قلة برامج التكوين الموجودة حالياً، والمستوحاة في مجملها من النماذج الأنجلوساكسونية أو الأوروبية وخاصة الفرنسية منها، وهي في مجملها لا تتوافق والاحتياجات الحقيقية للمؤسسة الجزائرية، فهذه البرامج هي في أصلها برامج نظرية بعيدة كل البعد عن الواقع الجزائري،⁽²⁵⁾ إلى جانب عدم وجود العدد الكافي من المختصين في هذا الميدان.

ومن أجل إنجاح نظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وجب إعطاء التكوين الأهمية التي يستحقها من خلال تنظيم برامج تكوينية تطبيقية وليست نظرية بالدرجة الأولى من جهة، إلى جانب توفير الكفاءات البشرية المؤهلة والمختصة التي تسهر على تنظيم هذه البرامج من جهة أخرى، باعتبارها المسؤول الرئيسي عن إنجاح مثل هذه الأنظمة. وهذا راجع لافتقار جل هاته المؤسسات إلى مثل هذه الكفاءات المؤهلة والمختصة التي تستجيب فعلاً لحيثيات الذكاء الاقتصادي، لذلك وجب تشكيل أيام تكوينية تطبيقية بصفة مستمرة تلائم الواقع الجزائري للرفع من كفاءتهم وتحسين نظام الاتصال بينهم، إلى جانب تحفيزهم مادياً ومعنوياً بمنحهم شهادات مهنية في الميدان تثبت مستوياتهم الحقيقية، بغية تكوين أشخاص تتقن التعامل مع الكم الهائل للمعلومات وفق منهجية علمية لاختيار أحدث المعلومات في فترة وجيزة، ولا يتحقق ذلك إلا بتسخير الوسائل اللازمة لإنشاء مدارس متخصصة في تكوين إطارات هاته المؤسسات باعداد دورات تطبيقية، والمراقبة المستمرة لها بغية التطبيق الفعلي لنظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

الخاتمة:

باعتبار أن أغلب المؤسسات الجزائرية هي مؤسسات صغيرة ومتوسطة، فهي مطالبة بتجسيد أهدافها المسطرة بغية تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ولا يتأتى نجاحها إلا من خلال وضع نظام الذكاء الاقتصادي وترشيد التحكم في آلياته. فنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مرهون بكيفية تفاعلها مع المستجدات لاغتنام الفرص الملائمة، والتي لا تتحقق إلا بتوفر المعلومات اللازمة في الأوقات المناسبة، ويتم ذلك من خلال تبني الذكاء الاقتصادي باعتباره آلية تسمح برصد مختلف مستجدات المؤسسات الداخلية والخارجية من أجل توفير المعلومات الضرورية لاتخاذ القرارات المثلى. فالتحدي الأكبر الذي تواجهه هاته المؤسسات لا يتمثل في الحصول على المعلومات، وإنما في سرعة الوصول إليها قبل منافسيها من أجل استعمالها. وهذا ما منح المعلومة طابعها الإستراتيجي، مما يستدعي ضرورة تفعيل الذكاء الاقتصادي عن طريق التحكم في طرق جمع المعلومات ومعالجتها بغية الاستفادة القصوى منها بغرض توظيفها توظيفاً يخدم الأهداف المستقبلية للمؤسسات ومساعدة متخذي القرارات فيها على اتخاذ القرارات المثلى في الأوقات المناسبة.

نتائج وتوصيات:

✓ تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من تأخر في تطبيق الذكاء الاقتصادي، وهذا راجع إلى

غياب التوعية والتحسيس في هذا المجال. إذ لا يتعدى طرحه الإطار النظري، إضافة إلى غياب الثقافة المعلوماتية التي تمكنها من اتخاذ القرارات الفعالة، ويعود هذا بالدرجة الأولى لعدم وجود ثقافة الذكاء

الاقتصادي وقلة ومحدودية برامج التكوين التطبيقي فيه، مما يقف كحاجز أمام عملية الإبداع والابتكار فيه.

✓ ضعف التكامل بين قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقطاع البحث العلمي من أهم معوقات التنمية

والتي يجب مواجهتها من خلال اتخاذ الإجراءات العلمية لتداركها، وتوفير الكفاءات البشرية المؤهلة والعمل على تحفيزها، باعتبارها رأس مال غير مادي وعنصر فعال في إنجاح نظام الذكاء الاقتصادي.

ومن أجل إنجاح استعمال الذكاء الاقتصادي، وتدارك التأخر في تطبيق آلياته على مستوى الدولة والمؤسسات يتعين:

✓ على الدولة أن تتدخل في توفير القاعدة الإعلامية والقانونية اللازمة لدفع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لتبني نظام الذكاء الاقتصادي، كون أن هذه المؤسسات غير قادرة لوحدها على توفير هذه القاعدة، عن طريق تقديم تحفيزات ضريبية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تقوم ببحث ثقافة تبادل المعلومات لتحقيق الذكاء الاقتصادي داخل مؤسساتها.

✓ تنظيم وتحسين نظام المعلومات في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كونه يعتبر عنصر حيوي وفعال

للتخطيط واتخاذ القرارات، إذ يهدف إلى ضمان توفير المعلومات اللازمة في الوقت والمكانين المناسبين بعد معالجتها وتحليلها لاتخاذ القرارات المثلى التي تضمن ديمومة هذه المؤسسات.

✓ تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على إنتاج قواعد وبنوك معطيات علمية وتقنية، وإعداد التقارير

بصفة مستمرة داخلها، مما يسمح بانتقال المعلومات عبر كل إداراتها دون حواجز بالاعتماد على وسائل منهجية وتكنولوجية، إلى جانب تشجيعها على تنظيم ندوات، ملتقيات، دورات تكوينية، شراكة بين جامعات ومؤسسات بهدف تكوين إطارات المؤسسات للرفع من كفاءاتهم.

الهوامش:

(1) محمد إسماعيل بلال ، نظم المعلومات الإدارية ، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، 2005، ص 21.

(2) أحمد فوزي ملوخية ، نظم المعلومات الإدارية، دار الفكر الجامعي ، مصر ، 2006 ، ص 43 .

(3) مصطفى بودرامنة، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المشروعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، يومي 23 و 26 أفريل 2012، الأردن، ص 583.

(4) سونيا محمد البكري، نظم المعلومات الإدارية – المفاهيم الأساسية-، الدار الجامعية للطباعة والتوزيع، مصر، 1999، ص 12.

(5) Brigitte Doriath, Michel Lozato et autres, Comptabilité et Gestion Des Organisation, 7eme édition, Dunod, Paris, 2010, p2.

(6) سونيا محمد البكري، مرجع سبق ذكره ، ص 20.

(7) تفرقنيت زليخة، تفاعل إدارة المعرفة والذكاء الاقتصادي لتحقيق المزايا التنافسية للمؤسسة دراسة حالة سوناطراك، أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، 2015، ص92.

(8) Emmanuel Patyron, la veille stratégique, édition Économica, Paris, 1998, p13

(9) Alice Guilhon, l'intelligence économique dans la PME : visions éparses, paradoxes et manifestations, édition l'harmattan, Paris, 2004, p23

(10) خلفلاوي شمس ضيات، الذكاء الاقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 10، جامعة عنابة، مارس 2013، ص235.

(11) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المؤرخ في 27 رمضان 1422 الموافق لـ 12 ديسمبر 2001، العدد 77، المادة 04، ص 5.

(12) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون 02-17 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المؤرخ في 11 ربيع الثاني 1438 الموافق لـ 10 يناير 2017، العدد 02، المادة 05، ص5.

(13) حميدي يوسف، مستقبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2008، ص108.

(14) لزهرة العابد، إشكالية تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة، 2013، ص 28.

(15) بلعزوز بن علي، فلاق صليحة، دور اليقظة الإستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة وواقعها في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، 8-9 نوفمبر 2010، ص 15.

(16) جريدة الأحرار، 2008/06/15، العدد 3137، ص 5.

(17) جمال الدين البريدي، الثقافة التنظيمية والتغيير، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2006، ص 13.

(18) كمال رزيق، علاش أحمد، الاعتماد الرسمي للذكاء الاقتصادي في الجزائر، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الأردن، 2012، ص 292.

(19) سهام عبد الكريم، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الأردن، 2012، ص 677.

(20) رحيم حسين، دريس يحي، أهمية إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية في دعم وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر، متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية . يومي 17 و 18 أبريل 2006 ، جامعة الشلف، ص 06.

(21) مصطفى بودرامة، مرجع سبق ذكره، ص 590.

(22) بن بريكة عبد الوهاب، بن التركي زينب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة بسكرة، 2010، ص 245.

(23) رحيم حسين، دريس يحي، مرجع سبق ذكره، ص 5.

(24) مصطفى بودرامة، مرجع سبق ذكره، ص 587.

(25) سيواني عبد الوهاب، نحو إدماج الذكاء الاقتصادي في تسيير الاقتصاد الجزائري، دكتوراه، جامعة الجزائر 03 ، 2015 ، ص 291.