

Economic Intelligence in the SNVI: Reality and Efforts

فيلالي أسماء، أ.د. بوشيكحي عائشة

Filali Asma, Bouchikhi Aicha

جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان (الجزائر)، asma.filali@univ-tlemcen.dz

جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان (الجزائر)، bouchikhiaicha@yahoo.fr

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان واقع الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسة الجزائرية بصفة عامة، والمؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية بصفة خاصة، وذكر مختلف المجهودات التي تقوم بها المؤسسة في هذا المجال، مع ذكر أهم المعوقات التي تعرقل عملية إرساءه. وتوصلت الدراسة إلى أن المؤسسة الجزائرية بصفة عامة متأخرة في هذا المجال، وأن المؤسسة محل الدراسة هي من بين المؤسسات القليلة التي تهتم بتطبيقات الذكاء الاقتصادي في الجزائر.

كلمات مفتاحية: الذكاء الاقتصادي، اليقظة الإستراتيجية، نظام المعلومات، المؤسسة الجزائرية، المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية

تصنيفات JEL: O32 , L23, M15

Abstract:

This study aims to describe the reality of economic intelligence in Algerian companies in general, and the National Society of industrial vehicles in particular, and mentioned the various efforts undertaken by the organization in this area, and the most important obstacles impeding the process of establishing it. The study concluded that the Algerian institution, in general, is lagging behind in this field, and that the institution under study is among the few institutions that are concerned with the applications of economic intelligence in Algeria.

Keywords: economic intelligence; business intelligence; information system; Algerian organizations; SNVI.

JEL Classification Codes: O32, L23, M15.

1. مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة تغييرا جذريا في معطيات البيئة التي تعمل فيها المؤسسة، خاصة مع ظهور اقتصاد المعرفة الذي تعتبر المعلومة فيه المورد الاستراتيجي، ما حتم على المؤسسة تغيير استراتيجياتها ومخططاتها وعدم اكتفاءها بمحاولة التكيف مع المحيط فقط بل محاولة اقتحامه واثبات قدراتها في جميع مجالات أنشطتها، كل هذا أدى إلى بروز وظهور الذكاء الاقتصادي الذي تتخذه المؤسسات المعاصرة كأسلوب ومنهج عمل يجعل المؤسسة في حالة يقظة تامة ومستمرة بما يجري حولها.

والجزائر كغيرها من دول العالم، شهدت هي الأخرى مختلف التغيرات على المستوى الاقتصادي والتكنولوجي، ما بين عيوب أنظمة المعلومات التقليدية و عدم تماشيها مع التغيرات الطارئة، والذكاء الاقتصادي هو من بين أنجع الوسائل الحديثة التي تستطيع تأهيل المؤسسات الجزائرية وتجعلها قادرة على الاستمرار والوقوف في مصف المؤسسات العالمية.

فظهور الذكاء الاقتصادي، ووضع المؤسسة الجزائرية المتدهورة دفعا ل طرح الإشكالية التالية: ما هو واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية عامة والمؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية خاصة ؟ ما هي الجهود المبذولة في تجسيد هذا المفهوم على مستوى المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية؟

للإجابة على هذه الإشكالية، قمنا بوضع الفرضيات التالية:

• المؤسسة الجزائرية متأخرة في مجال الذكاء الاقتصادي.

• ينعدم الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية.

هيكل الدراسة:

ومن خلال هذه الورقة البحثية سنحاول الإجابة على هذه الإشكالية واثبات صحة أو عدم صحة الفرضيات من خلال التطرق للنقاط التالية:

• ماهية الذكاء الاقتصادي

• واقع الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسة الجزائرية والجهود المبذولة في هذا المجال.

• واقع الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية.

2. ماهية الذكاء الاقتصادي

1.2 مفهوم الذكاء الاقتصادي:

تعددت تعريفات الذكاء الاقتصادي نذكر أهمها:

ومن أهم التعريفات تعريف "مارتر" الذي عرف الذكاء الاقتصادي على أنه " مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة، وبت المعلومة المفيدة للأعوان الاقتصاديين، مختلف هذه النشاطات موجهة بطريقة شرعية مع توفير كل ضمانات الحماية الأساسية لممتلكات المؤسسة في ظل أحسن الظروف سواء من حيث الوقت، الجودة والتكلفة (Henri Martre, 1994, p14)

من خلال هذا التعريف نفهم أن الذكاء الاقتصادي أساسه الاستغلال الأمثل للمعلومة الإستراتيجية في جميع المراحل مع عدم تجاهل الركيزة الثانية: توفير الحماية لممتلكات المؤسسة.

أما "ألان جويي" في تعريفه تكلم عن الأهداف الممكن تحقيقها من خلال التحكم في المعلومة الاستراتيجية فقال أن "الذكاء الاقتصادي يتمثل في التحكم وحماية المعلومة الاستراتيجية لكل الأعوان الاقتصاديين، وهدفه تحقيق تنافسية النسيج الصناعي، أمن الاقتصاد والمؤسسات، وتعزيز تأثير الدولة (Alain Juillet , p2)

تعريف "l'AFDIE" الذكاء الاقتصادي هو مجموعة الوسائل المنظمة في نظام إدارة المعرفة لإنتاج المعلومات المفيدة لاتخاذ القرار في ظل الأداء الناجع وخلق قيمة لكل الجوانب المؤثرة. (Bernard Carayon, 2003 , p109)

من جملة التعريفات السابقة نستنتج أن الذكاء الاقتصادي عبارة عن نظام لمراقبة بيئة المؤسسة من خلال ارتكازه على جانبين: الدفاعي والهجومي، فالجانب الدفاعي من أجل اكتشاف التهديدات وتجنبها، أما الجانب الهجومي هدفه معرفة الفرص واستغلالها، عن طريق الاستعمال الأمثل للمعلومة الإستراتيجية و بالتالي اتخاذ القرارات الإستراتيجية.

2.2 عناصر الذكاء الاقتصادي

يتكون الذكاء الاقتصادي من ثلاث عناصر أساسية:

1.2.2 اليقظة: وهي المراقبة والملاحظة المستمرة لمخطط المؤسسة من أجل التوصل إلى المعلومات المطلوبة قبل

الآخرين من أجل اتخاذ أحسن القرارات.

2.2.2 الأمن الاقتصادي: ويعرف الأمن الاقتصادي عموماً على أنه: تأمين الممتلكات المعلوماتية للمؤسسات والسلطات العمومية (Eric Delbecq, Jean-Renaud Fayol, 2012, p87)

3.2.2 التأثير: يتمثل في الضغط على مجموعة من الأعوان لفائدة المؤسسة من أجل أن تكون أكثر قدرة على تحقيق أهدافها الإستراتيجية أو من أجل إيقاف التهديدات التي يمكن أن تواجهها.

3.2 مراحل الذكاء الاقتصادي: عملية الذكاء الاقتصادي في المؤسسة تمر بأربعة مراحل:

المرحلة الأولى: مرحلة تحديد الحاجة للمعلومة: و يمكن تلخيصها في المراحل التالية:

- 1- تعريف مستعملي المعلومات
- 2- تحليل وضعية المؤسسة.
- 3- تعريف العوامل و المجالات الحرجة.
- 4- تعريف احتياجات المعلومات
- 5- المعلومات المتاحة و المعلومات المفقودة.
- 6- تفعيل الاحتياجات.

المرحلة الثانية: مرحلة جمع المعلومات : هذه المرحلة يجب أن تُنظَّم في مجموعة من الخطوات:

- 1- تكوين محاور البحث عن المعلومة.
- 2- تعريف مصادر المعلومات الموثقة و الملائمة.
- 3- تنظيم عملية جمع المعلومات.
- 4- جمع المعلومات وسريتها.

المرحلة الثالثة: مرحلة تحليل المعلومات: مرحلة التحليل هي المرحلة الجد حساسة في عملية الذكاء الاقتصادي، الهدف منها تقديم معلومات ملائمة للمقررين النهائيين تجيب على احتياجاتهم الخاصة، فهم يفضلون أن تُقدَّم لهم تحاليل هادفة و محددة، براهين،..على أن يُقدم لهم حجم كبير من المعلومات غير المحللة.

المرحلة الرابعة: بث المعلومات من أجل اتخاذ القرار: وهذه المرحلة تعتمد على ثلاث عناصر

(Guide des bonnes pratiques en matière d'intelligence économique, 2009, pp 16-17)

تقسيم المعلومات حسب درجة حساسيتها .

1- تحديد الأشخاص الواجب وصولهم للمعلومة.

2- تحديد أدوات بث المعلومة.

4.2 جوانب الاختلاف بين اليقظة والذكاء الاقتصادي: يوجد مدخلان مختلفان في تحديد العلاقة بين المفهومين:

1.4.2 اليقظة مرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي

RIBAULT عرف اليقظة على أنها: " المراقبة والمتابعة العامة والذكية لمحيط المؤسسة من خلال

البحث على المعلومات الواقعية والمستقبلية " (Laurent Hermel, 2007, p2)

اليقظة ليست فقط هدف و إنما طريق يؤدي نظريا إلى الذكاء الاقتصادي، فهذا الأخير يعتمد اعتمادا

وثيقا على نتائج اليقظة والتي دورها جمع المعلومات (التكنولوجية، التنافسية، الثقافية، القانونية...) واستخدام كل هذه المعلومات من أجل تحقيق أهداف إستراتيجية.

إذ يقول "Baumard" اليقظة ليست إلا وسيلة في حين الذكاء الاقتصادي عبارة عن نظام متكامل"

(Corine cohen ,2000, p40)

أما " Martre " من خلال تعريفه يبين أن الذكاء الاقتصادي يفوق أعمال اليقظة من خلال وظيفة

حماية الممتلكات التنافسية ووظيفة التأثير.

و بالتالي نستنتج من كل هذا أن اليقظة هي " الجزء " من " الكل " الذي هو الذكاء الاقتصادي.

2.4.2 اليقظة والذكاء مفهومان مختلفان

هذا الاختلاف يمكن تحديده من خلال تعريف خلايا اليقظة وخلايا الذكاء (Odile Boizard, p5)

فخلية اليقظة تتكون من 5 إلى 15 شخص مكلفين بالتيقظ على مستوى محيط المؤسسة، وتنقسم إلى:

• "الخلايا العملياتية" مسخرة من أجل حراسة محيط خاص (البحث، المنافسة، الثقافة...)

• "الخلايا الإستراتيجية" مسخرة من أجل تحقيق يقظة عامة وتأسيس روابط تحليل وتنسيق بين المحيطات

الخاصة المحروسة.

في حين " خلية الذكاء " يمكن أن تتكون من 5 إلى 30 شخص مكلفين بالتدخل في المحيط لحساب المؤسسة من خلال نشاطات الضغط والتأثير وبالتالي علاقته بالمحيط علاقة تفاعل.

وبالنسبة للمؤسسات حاليا تتخلص من اليقظة وتتوجه نحو نشاطات أكثر تفاعل، فاليقظة تجيب على حاجات المعلومات في حين الذكاء الاقتصادي يجيب على حاجات القرارات.

3. واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية و الجهود المبذولة في هذا المجال

1.3 واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية:

لتوضيح هذه النقطة يجب أولا الإشارة إلى أن هناك ثلاث أنواع من المؤسسات الجزائرية، هناك المؤسسة الوطنية، المؤسسة الكبيرة، المؤسسة الصغيرة و المتوسطة، الشيء الأكيد هو غياب المنافسة في المؤسسات الوطنية، وبالتالي ليس لها حس بالمخاطر المحتملة، ولا ترى ضرورة في وضع الذكاء الاقتصادي، أما بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فلا يمكن القول أنها لا تهتم بهذا المجال، ولكن للأسف هناك غياب في التحسيس .

• الخلط بين الذكاء والتجسس:

إن التقدم الاقتصادي اليوم رهين بالقدرة على الحصول على المعلومة الاقتصادية، والتجسس هو الآلية الكفيلة للحصول على المعلومة السرية عن طريق استعمال طرق غير شرعية.

وبالنسبة للمؤسسات الجزائرية فمهما كان طابعها فإنها تقوم بتجميع المعلومات حول منافسيها ومحيطها الخارجي، باستعمال المصدرين الرسمي وغير الرسمي.

ويرى الخبير محمد بهلول مدير معهد تطوير القدرات البشرية بالجزائر ضمن الملتقى الدولي حول حكمة المؤسسات والذكاء الاقتصادي أن الجوسسة الاقتصادية أصبحت واقعا حقيقيا، والمعلومة والأمن الاقتصادي أصبحا جزءا أساسيا من منظومة الدفاع الوطني، ونوه بضرورة توعية المؤسسات الجزائرية لتأمين نفسها والعمل على إرساء الذكاء الاقتصادي و إدخال المعلومة كعنصر أساسي في صناعة القرار.

2.3 الجهود المبذولة في مجال الذكاء الاقتصادي:

في ديسمبر 2005 مجلس الحكومة و بأمر منه، حث على نشر ثقافة الذكاء الاقتصادي في الجزائر طريق

إنشاء " سياسة وطنية للذكاء الاقتصادي و اليقظة الإستراتيجية "

الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية: الواقع والمجهودات

وفي ديسمبر 2006 مجلس الحكومة عاين و مجدبة هذا التساؤل وعرف الذكاء الاقتصادي كمفهوم خاص بالتيقظ و توقع المستقبل (Bouadam Kamel, Hammadi mourad , 2010 , p9)
وفي 25 مارس 2008 استحدثت الحكومة مديرية عامة للذكاء الاقتصادي و الدراسات الاقتصادية على مستوى وزارة الصناعة.

وفي هذا الصدد تم وضع برنامج لتوقيع اتفاقيات بين الوزارة و 11 مؤسسة صناعية عمومية بهدف مساعدتها على التزود ب " خلايا الرصد " التي من شأنها أن تسمح لها بجمع و استغلال المعلومات الاقتصادية بشكل أحسن. إضافة إلى سلسلة من الملتقيات و المؤتمرات و الدراسات التي يمكن تلخيصها في الجدول التالي:

الجدول 1: الملتقيات و المؤتمرات و الدراسات الخاصة بالذكاء الاقتصادي في الجزائر

السنة	الحدث
2000	دراسة على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالغرب الجزائري لقياس مدى قيامها بالاستثمارات غير المادية و البحوث المرتبطة بالمعلومات
2002	ملتقى حول " الذكاء الاقتصادي " بفرنسا منظم من طرف " World Trade Center Local "
2004	تنظيم ملتقى حول " اليقظة التكنولوجية في المؤسسة الجزائرية " من طرف مركز البحث عن المعلومة العلمية و التقنية في الجزائر
2005	أول ملتقى دولي بالجزائر العاصمة حول الذكاء الاقتصادي و اليقظة
2006	دعوة مجلس الحكومة المؤسسات بتبني الذكاء الاقتصادي
2007	- تبني الإستراتيجية الصناعية - تأسيس أول مدرسة جزائرية للذكاء الاقتصادي
2008	-ملتقى دولي حول " حكامه المؤسسات و الذكاء الاقتصادي " منظم من طرف جامعة التكوين المتواصل - خلق مديرية الذكاء الاقتصادي
2009	ملتقى حول " الذكاء الاقتصادي " بالجزائر العاصمة منظم من طرف وزارة الصناعة و ترقية الاستثمار
2010	الملتقى الرابع حول الذكاء الاقتصادي بالجزائر
2011	المؤتمر الخامس حول الذكاء الاقتصادي و اليقظة الإستراتيجية
2012	الملتقى الدولي السادس حول " الذكاء الاقتصادي و التنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة " جامعة الشلف

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على العديد من المراجع

هذه بعض المحاولات و الجهود التي قامت بها الدولة من أجل تطوير و دعم ثقافة الذكاء الاقتصادي في الجزائر، و بالتالي لا يمكن القول أن هناك غياب تام لهذا المفهوم على المستوى الوطني، إلا أنه و بالنظر إلى درجة المنافسة العالمية العالية فان هذه الجهود تبقى غير كافية

3.3 الجهود المبذولة في مجال التكوين في الجزائر

• أول خطوة هي تكوين المكونين، وفي هذا الصدد كان أول مشروع في التكوين في الجزائر هو إنشاء مدرسة الذكاء الاقتصادي بشراكة مع المدرسة الأوروبية للذكاء الاقتصادي (EEIE) ، يتلخص تكوينها في المعرفة والمهارة بمهمات الذكاء الاقتصادي.

• إقامة "ماستر" في مجال الذكاء الاقتصادي من طرف وزارة الصناعة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والاستثمار بدعم من جامعة التكوين المتواصل في إطار معاهدة التعاون العلمي.

• إقامة "مشروع دراسي" لإطارات المؤسسات بشراكة بين وزارة الصناعة، جامعة التكوين المتواصل،

CERAM , SCAC بجامعة التكوين المتواصل بداية 2009 إلى .. 2011

• إطلاق المعهد العالي للتسيير و التخطيط " (ISGP) ماستر "بتاريخ الدخول الجامعي 2011 وهو متخصص في الذكاء الاقتصادي والإدارة الإستراتيجية عن طريق توقيعه اتفاقية مع وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار بالجزائر العاصمة.

• إعداد برنامج تكوين: يعتبر مرجع للمؤسسات الجزائرية في مجال الذكاء الاقتصادي، تم عمله بسبتمبر 2010 في طبعته الأولى تحت إشراف وزارة الصناعة، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و ترقية الاستثمار بالتعاون مع المكتب الجزائري لليقظة التكنولوجية عن طريق دراسة حقيقية على مستوى 32 مؤسسة وطنية صناعية
عمومية و خاصة، (Manuel de formation en intelligence économique en Algérie, 2010, pp 5-7)

4. واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية

1.4 واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسة

1.1.4 ملحة عن مؤسسة: تعد المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية بالروبية أهم الوحدات الإنتاجية في الجزائر في مجال السيارات الصناعية كونها تزود المؤسسات الإنتاجية والخدماتية بأنواع مختلفة من السيارات الصناعية ووسائل نقل متنوعة تقوم بإنتاجها.

الطابع: مؤسسة ذات أسهم

الهدف الاجتماعي: التوزيع و التصدير في مجال السيارات الصناعية.

الاسم الاجتماعي: المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية برمز **SNVI**.

رأس المال الاجتماعي: مقدر ب 2.2 مليار دج حسب المجلس الوطني للتخطيط.

المقر الاجتماعي: الطريق الوطني رقم 05 ص.ب 153 الروبية الجزائر.

تتجسد أهمية هذه المؤسسة في النقاط التالية:

- ترقية صناعة السيارات بالجزائر عن طريق استعمال تقنيات متطورة.
- تلبية الطلب الوطني من السيارات الصناعية و قطع الغيار الخاصة بها.
- المساهمة في تكوين عمال متخصصين في مجال السيارات الصناعية.
- محاولة تدعيم مختلف المؤسسات الوطنية بوسائل النقل مثل الحافلات.
- محاولة التصدير إلى الخارج و هذا من أجل تدعيم الصادرات خارج المحروقات و منه الزيادة في العائدات الخاصة بالإيرادات من العملة الصعبة.

2.1.4 الوضعية الحالية للمؤسسة وواقع الذكاء الاقتصادي فيها

- **تشخيص الوضعية الحالية للمؤسسة:** لكي تستطيع المؤسسة مواجهة التحديات الداخلية والخارجية الموجهة نحوها، عليها تحليل بيئتها الحالية و معرفة وضعيتها.

- أ- **الخيط الاقتصادي:** بما أن المؤسسة تعمل في محيط يتميز بالتغير المستمر، فهي ملزمة باليقظة المستمرة والتكيف مع كل التغيرات و التطورات الحاصلة، و تشمل هذه اليقظة:
- التغيرات المالية: يجب معرفة معدلات الفائدة بصفة مستمرة كون المؤسسة تتعامل مع مصادر التمويل الخارجي، و الإعانات المقدمة من طرف الدولة.
 - التغيرات التجارية: مراقبة رغبات المستهلكين المتعلقة بمنتجات المؤسسة.
- ب- **الخيط التكنولوجي:** التغيرات التكنولوجية السريعة تفرض على المؤسسة اليقظة المستمرة من أجل الاستفادة من تلك التكنولوجيات، و هذا بغرض تحسين منتجاتها.
- ت- **الخيط السياسي و الاجتماعي:** بما أن المؤسسة تابعة للقطاع العمومي فهي مجبرة على ترقب مختلف التغيرات الحاصلة في القوانين والتشريعات، السياسات الجبائية، قوانين العمل والاستقرار السياسي للبلاد، كما على المؤسسة التيقظ لحاجات العمالة.

• مديرية الإستراتيجية الصناعية

من خلال موضوع بحثنا "الذكاء الاقتصادي" ودراستنا الميدانية في المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية عرفنا أن هذا الموضوع هو من اختصاص مديرية الإستراتيجية الصناعية، التي تهتم بإستراتيجية المؤسسة العامة وإستراتيجيات المديرية المركزية، و على مستواها تتم عملية اليقظة الإستراتيجية و الذكاء الاقتصادي، فقد تم تكوين مدير الدراسات الإستراتيجية في مجال الذكاء الاقتصادي بعد توقيع المؤسسة الاتفاقية الخاصة بالذكاء الاقتصادي مع وزارة الصناعة، ومن أعمال هذه المديرية:

- رسم إستراتيجية المؤسسة و متابعة أهدافها.
- ضمان اليقظة داخليا و خارجيا و الاهتمام بمشاريع الشراكة و الاندماج.
- متابعة إستراتيجية الشراكة والتنسيق بين الأبحاث لتطوير المنتجات.

مديرية الإستراتيجية الصناعية تتكون من ثلاث مديريات فرعية:

1. مديرية الدراسات الإستراتيجية .
2. مديرية الاستثمار و الشراكة .
3. مديرية أنظمة المعلوماتية: والتي تتكون من دائرتين: دائرة الإعلام الآلي و دائرة أنظمة المعلومات.

• الواقع الحالي للذكاء الاقتصادي في المؤسسة

بعد إدراج المؤسسة ضمن اتفاقية الذكاء الاقتصادي التي خططت لها وزارة الصناعة من أجل تفعيل "خلايا يقظة" و تكوين إطارات في هذا المجال تم اختيار 5 إطارات من أجل تكوينهم لمدة 18 شهر بجامعة التكوين المتواصل " دالي إبراهيم"، ولكن تكون شخص واحد فقط وهو " مدير الدراسات الإستراتيجية"، وبعد انتهاء التكوين، بدأت هذه الأخيرة القيام بدورة تكوينية في مجال الذكاء الاقتصادي على مستوى مركز التكوين لديها (CFR) تحت عنوان التحسيس بالذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية تحت إشراف مدير الدراسات الإستراتيجية. .

بالرغم من هذا التكوين إلا أن المؤسسة لم تقم بعد بتفعيل نظام خاص باليقظة والذكاء الاقتصادي بطريقة نظامية ومنهجية، إلا أنها تقوم بما بطريقة غير مباشرة و هذا ضروري لها كونها مؤسسة كبيرة، فالمؤسسة و نظرا لحجم أعمالها الكبير فهي بحاجة ماسة إلى الذكاء الاقتصادي فمثلا من خلال شراكة الجزائر مع ألمانيا في مشروع "دايمر"، فإن المؤسسة بحاجة إلى معرفة وتكنولوجيا من أجل هذا التعامل وبالتالي فهي بحاجة إلى ذكاء، و هي تقوم بكل ما تستطيع في هذا المجال من مراقبة للمنافسين والتكنولوجيات الجديدة ورغبات الزبائن، وهذا كما قلنا في حدود إمكانياتها إلا أنها أحيانا تستعين بخبراء من أجل إعطاء دراسة إستراتيجية عن المحيط في المجال الصناعي لأن كل شخص متحكم في مجاله، و هذا نظرا لنقص الخبراء في المؤسسة.

3.1.4 معوقات تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسة

رغم ظهور ملامح الذكاء الاقتصادي في المؤسسة منذ عدة سنوات إلا أنها لحد الآن لم تتبناه بشكل رسمي

ونظامي، وهذا يعود إلى:

- قلة الإطارات المتكويين في هذا المجال ونقص الخبراء و الأجهزة المعلوماتية

- عدم فعالية نظام المعلومات و هذا ما يعيق حركة مرور المعلومة و بالتالي ضياع الوقت في وصولها ما يؤدي إلى فوات الأوان في معالجة المشكل الطارئ.
- انشغال المسؤولين عن هذا الموضوع.
- نقص المنافسة قد لا يجبر المؤسسة في الإسراع بوضع نظام الذكاء الاقتصادي.
- حداثة هذا المفهوم في الوسط وغياب ثقافة الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسة.

2.4 تحليل نتائج الدراسة

1.2.4 تعريف عينة الدراسة

تم توزيع 35 قائمة استبيان على اطارات المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية استرجعت كاملة، تم توزيعها بنسبة 20% على أشخاص أقل من 30 سنة، 56% على أشخاص تتراوح أعمارهم بين 30 و 50 سنة، و 22% منهم فوق ال 50 سنة، منه 60% ذكور و 40% إناث، أغلبهم ذوي خبرة فوق 10 سنوات، أما بالنسبة للمستوى الدراسي ف 54% منهم لهم دراسات عليا، و 25% ليسانس.

2.2.4 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

السؤال رقم: 01 كيف تقيمون البيئة التنافسية التي تعمل فيها مؤسستكم؟

الجدول رقم 2: درجة المنافسة الخاصة بمحيط المؤسسة

النسبة	التكرار	درجة المنافسة
6%	2	منافسة عالية جدا
9%	3	منافسة عالية
28%	10	منافسة متوسطة
11%	4	منافسة ضعيفة
46%	16	لا يوجد منافسة
100%	35	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الاستبيان

الدكاء الاقتصادي في المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية: الواقع والمجهودات

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن نسبة 46% من أفراد العينة يعتبرون أن "المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية" تعمل في محيط غير تنافسي أي لا يوجد أي منافس معتبر لهم، تليها نسبة 28% من الأفراد الذين يعتبرون أن المنافسة في بيئة عمل المؤسسة ضعيفة، و 11% يعتبرون أن المنافسة متوسطة، وهناك نسبة قليلة فقط تعتبر أن محيط المؤسسة تنافسي حيث أن 9% تقول أن المنافسة عالية و 6% فقط يرون أن المنافسة عالية جدا، هذا ما يؤكد أنه لا يوجد منافسة على مستوى قطاع السيارات الصناعية حيث أن المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية تكتسح السوق المحلي في هذا المجال و تسيطر على معظم المستهلكين.

السؤال رقم: 02 هل مؤسستكم تقوم بمراقبة المحيط الخارجي بصفة مستمرة؟

جدول رقم 3: مدى مراقبة المؤسسة للمحيط الخارجي

النسبة	التكرار	
20%	7	نعم
80%	28	لا
100%	35	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول (3) نستنتج أن المؤسسة لا تهتم كثيرا بمراقبة المحيط الخارجي بصفة مستمرة، وهذا حسب إجابات أفراد العينة التي عبرت 80% منها عن هذا في حين 20% من العينة ترى أن المؤسسة تقوم بمراقبة المحيط الخارجي بصفة مستمرة، فالمؤسسة الجزائرية حسب ما توصلنا إليه لا تقوم بمراقبة المحيط الخارجي بطرق رسمية و منظمة، أي ليس لها أجهزة خاصة بجمع المعلومات الخارجية و تحليلها و استغلالها.

و بالنظر إلى أن معظم الإجابات كانت ب "لا" سنحاول تحليل هذه الإجابات

- إذا كان لا: ما هي أسباب عدم مراقبة المؤسسة للمحيط الخارجي بصفة مستمرة؟

الجدول رقم 4: أسباب عدم مراقبة المحيط الخارجي

النسبة	التكرار	الأسباب
32%	9	عدم الإحساس بالحاجة إلى المعلومات الخارجية
0%	0	ارتفاع تكلفة عملية المراقبة
61%	17	نقص الكفاءات في هذا المجال
7%	2	أخرى
100%	28	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الاستبيان

الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية: الواقع والمجهودات

بما أن معظم أفراد العينة أجابت ب" لا" عن مراقبة المحيط، فإن التحليل كان فقط حول هذه الفئة والمتمثلة في 28 فرد، حيث أن 61% يُرجع عدم مراقبة المؤسسة للمحيط إلى نقص الكفاءات في هذا المجال داخل المؤسسة، في حين تعتبر نسبة 32% من العينة السبب إلى عدم الإحساس بالحاجة إلى المعلومات الخارجية، تليها نسبة 7% التي ترجع السبب إلى عوامل أخرى، أما بالنسبة إلى ارتفاع تكلفة العملية فكانت النسبة 0%، ومنه نستنتج أن سبب عدم مراقبة المؤسسة للمحيط بصفة مستمرة هو نقص الكفاءات في هذا المجال كما أن المؤسسة لا ترى حاجة في مراقبة المحيط ومعرفته ما دامت هي الأولى على المستوى الوطني بمجال السيارات الصناعية وتبيع كل ما تنتج.

السؤال رقم: 03 هل لديكم فكرة عن الذكاء الاقتصادي و منهجية عمله داخل المؤسسة؟

الجدول رقم 5: مدى استيعاب الذكاء الاقتصادي

النسبة	التكرار	
51%	18	نعم
49%	17	لا
100%	35	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن الإجابات متقاربة حيث أن 51% من أفراد العينة لديهم فكرة عن الذكاء الاقتصادي ومنهجية عمله داخل المؤسسة، في حين 49% من أفراد العينة ليس لديهم فكرة عن الذكاء الاقتصادي ومنهجية عمله داخل المؤسسة، وبالنظر إلى السؤال السابق فمعظم الأفراد الجيبين ب"نعم" يقصدون معرفتهم بمنهجية عمل اليقظة الإستراتيجية ولكن هذا ليس مهم كثيرا لأن منهجية عملهما متقاربة جدا.

بما أن الإجابات ب"نعم" و" لا" متقاربة جدا سنقوم بتحليل كلا الاقتراحين:

• إذا كانت الإجابة "نعم": "ماذا يعني لكم تبني مؤسستكم للذكاء الاقتصادي؟

الجدول رقم 6: معنى تبني المؤسسة منهج الذكاء الاقتصادي

النسبة	التكرار	
94%	17	خطوة فعالة للتقدم نحو الأمام
0%	0	ليس له تأثير على عمل المؤسسة
6%	1	تكاليف زائدة
100%	18	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الاستبيان

الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية: الواقع والمجهودات

من خلال الجدول نلاحظ أن معظم الأفراد الذين يعرفون الذكاء الاقتصادي ومنهجية عمله يعتبرونه خطوة فعالة للتقدم نحو الأمام و ذلك بنسبة 94% وهذه مؤشرات مبشرة لبداية جيدة أي أن هناك تقبل من طرف العمال.

- إذا كانت الإجابة " لا ": لماذا ليس لديكم فكرة عن الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسة؟

الجدول رقم 7: أسباب الجهل بالذكاء الاقتصادي

النسبة	التكرار	
41%	7	عدم الشروع في التطبيق الفعال للذكاء الاقتصادي
59%	10	هذا لا يتعلق بطبيعة عملي
100%	17	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المجيبين بعدم معرفتهم بمنهجية عمل الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسة و المتمثلين بنسبة 59% يعتبرون هذا ليس ضمن اختصاصهم، هذه العقلية هي التي تعيق مثل هذه الأنظمة والثقافات أن تنتشر في مؤسساتنا، في حين 41% من أفراد هذه العينة يعتبرون المؤسسة لم تبدأ بعد في التطبيق الفعال لهذا المفهوم داخل المؤسسة.

السؤال رقم: 04 من وجهة نظركم ما هو واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية؟

الجدول رقم 8: واقع الذكاء الاقتصادي بالنسبة للمؤسسات الجزائرية

النسبة	التكرار	
86%	30	حبر على ورق
6%	2	تجسس اقتصادي
8%	3	تطبيق فعال
100%	35	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول 8 يتبين أنه من وجهة نظر أفراد العينة أن المؤسسات الجزائرية تنظر إلى الذكاء الاقتصادي أنه حبر على ورق و هذا بنسبة إجابات كبيرة جدا قدرت ب 86% ، أما نسب الاحتمالات المتبقية هي جد صغيرة بنسبة 8% يرون أنه يتم تطبيقه بشكل فعال داخل المؤسسة، في حين 6% يرون أنه تجسس اقتصادي وهذا

الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية: الواقع والمجهودات

ما ذكرناه بالجانب النظري أنه لا يزال هناك خلط كبير على مستوى مؤسساتنا بين الذكاء والتجسس، ومن خلال هذه الإجابات نستنتج أن الذكاء الاقتصادي موجود على مستوى المؤسسات الجزائرية، إلا أنه لا يوجد تطبيق فعال له داخل المؤسسة، والمحاولات في تفعيله تبقى جد ضعيفة، فما ضرورة الاتفاقيات والتكوينات إذا لم تأخذ بعين الاعتبار.

السؤال رقم 05: هل هناك عوائق تمنع تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسة؟

الجدول رقم 9: مدى توفر عوائق تمنع تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسة

النسبة	التكرار	
94%	33	نعم
6%	2	لا
100%	35	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن مجمل أفراد العينة و بنسبة 94% أجابت بوجود عوائق تمنع

تطبيق الذكاء الاقتصادي، لهذا سنقوم بتبيان مختلف هذه العوائق.

• تحديد مدى إعاقة العناصر التالية لتطبيق الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسة

الجدول رقم 10: عوائق تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسة

محايد		موافق		غير موافق		العبارة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
11%	4	20%	7	69%	24	1. نقص الوسائل المادية لتفعيل جهاز خاص بالذكاء الاقتصادي
6%	2	20%	7	74%	26	2. نقص الأفراد الأكفاء في هذا المجال
0%	0	20%	7	80%	28	3. غياب الثقافة المعلوماتية للعمال
3%	1	54%	19	43%	15	4. رفض العمال لإحداث التغييرات
20%	7	20%	7	60%	21	5. رضا المؤسسات عن وضعها الحالي و عدم تطلعها إلى التحسين

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الاستبيان

الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية: الواقع والمجهودات

من خلال الجدول 10 نلاحظ أن نسبة الموافقة على جميع الاقتراحات كانت عالية جدا ما عدا اقتراح واحد فقط وهو العائق الرابع المتمثل في رفض العمال لإحداث التغيير حيث أن 54% من أفراد العينة ترى أن هذا ليس عائقا أو بالأحرى ليس هناك رفض من قبل العمال على إحداث التغيير في حين 43% توافق عليه كعائق، إلا أن العائق الأكبر بالنسبة لأغلبية أفراد العينة هو غياب الثقافة المعلوماتية بنسبة 80%، تليها نقص الكفاءات في هذا المجال بنسبة موافقة 74% بعدها يأتي عائق نقص الوسائل المادية لتفعيل جهاز الذكاء الاقتصادي بنسبة 69%، ويأتي في المرتبة الأخيرة العائق الخامس، إلا أنه وكما نلاحظ نسبة المحايدة وعدم الموافقة كانت نسب قليلة ما عدا الجواب الرابع، بالتالي ومن خلال هذه الإجابات يمكن استخلاص أن معظم الاقتراحات المقدمة هي بالفعل عوائق تمنع تطبيق الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسة.

• تحديد الموافقة على عناصر تفعيل جهاز اليقظة و الذكاء الاقتصادي في المؤسسة

الجدول رقم 11: مدى الموافقة على عناصر تفعيل جهاز اليقظة و الذكاء داخل المؤسسة

العبارة	موافق		غير موافق		محايد
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
1- تكوين الموارد البشرية في هذا المجال	31	88%	2	6%	2
2- نشر ثقافة اليقظة و الذكاء بين كل عمال المؤسسة	32	91%	2	6%	1
3- نشر ثقافة العمل الجماعي و تبادل المعلومات	32	91%	1	3%	2
4- عرض تجارب مؤسسات في هذا المجال و توضيح وضعيتها قبل و بعد تطبيق الذكاء من أجل التحفيز	33	94%	1	3%	1
5- تحسين الوضع المالي للمؤسسة	26	75%	4	11%	5
6- مراقبة الدولة لمدى التطبيق الفعال من طرف المؤسسة للذكاء الاقتصادي	27	77%	5	14%	3
7- تحسين وضعية شبكة المعلومات في المؤسسة	32	91%	1	3%	2

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم 11 نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة موافقة على العناصر المقترحة من أجل تفعيل جهاز اليقظة الإستراتيجية و الذكاء الاقتصادي حيث فاقت نسبة الموافقات الخاصة بالعناصر 2، 3، 4، 7، 90%، وفاقت النسبة الخاصة بالعناصر الباقية الـ 70%، إلا أن نسبة عدم الموافقة و المحايدة قليلة جدا لا يمكن أخذها بعين الاعتبار، وهذا ما يدل على وعي العمال بمحاجات المؤسسة و إحساسهم بأهمية كل هذه العناصر في نجاح تطبيق الذكاء الاقتصادي داخل مؤسستهم، هذا الوعي هو أهم خطوة في انطلاقة جيدة.

5. خاتمة:

بما أن المؤسسة منظومة منفتحة على بيئتها فهي مطالبة بفهم العلاقة القائمة بينها وبين البيئة التي تنشط فيها، ومعرفة المكونات الرئيسية لها وأبعادها المستقبلية قصد الاستفادة من الفرص المتاحة لها وتجنب آثارها السلبية، هذا ما يدفع المؤسسة بالتفكير في آلية تسمح لها بمراقبة محيطها وكل التغيرات الحاصلة فيه عن طريق الحصول على المعلومات بالنوعية والسرعة الكافية التي تمكن المؤسسة من حماية مستقبلها واستباق التغيرات، ومن أنجع الآليات في هذا المجال هو الذكاء الاقتصادي الذي من أهم مهامه مراقبة المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة ومتابعة كل تغيراته عن طريق وظيفة اليقظة الإستراتيجية وحماية ممتلكات المؤسسة من التهديدات الخارجية عن طريق وظيفة الحماية، إضافة إلى التأثير في المحيط والضغط على الحكومات عن طريق جماعات الضغط.

نتائج الدراسة

- تطبيق الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات الجزائرية ليس ظاهرا للعيان ، فهو إما تلقائي غير منظم، أو يندرج تحت أحد الوظائف الأخرى كالتسويق.
- تعاني الجزائر من تأخر مستواها التكنولوجي والتنافسي، وتأخر نسبي في مجال الذكاء الاقتصادي، إضافة إلى غياب الثقافة المعلوماتية، ونقص البحث و التطوير لدى أغلب المنظمات الجزائرية، كما تعاني مشكل نقص المعلومات في مختلف المجالات. و هذه النتائج تؤكد صحة الفرضية الأولى : المؤسسة الجزائرية متأخرة في مجال الذكاء الاقتصادي.

- من الجهود التي قامت بها الجزائر في مجال الذكاء الاقتصادي استحداث مديرية للذكاء الاقتصادي، والتفكير في إنشاء مجلس أعلى للذكاء الاقتصادي، إضافة إلى ترتيب اتفاقيات بين الوزارة ومجموعة من المؤسسات الصناعية العمومية بهدف مساعدتها على التزود ب"خلايا الرصد" التي تسمح لها بجمع واستغلال المعلومات الاقتصادية بشكل أفضل .

- من خلال دراستنا بالمؤسسة لاحظنا تأخر كبير و جهل للذكاء الاقتصادي و أساسياته كونه مفهوم جديد، فغالبية أفراد العينة أكدت على أن الذكاء الاقتصادي عبارة عن حبر على ورق على مستوى المؤسسة إلا أن هناك بوادر اهتمام به ومعرفة نسبية به من أطراف قليلة بالمؤسسة هذا ما يمنعنا من القول أن هناك إنعدام الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة بل نقول أن هناك تأخر كبير يمكن تداركه. النتائج الأخيرة تنفي نسبييا صحة الفرضية الثانية: ينعدم الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية.

6. قائمة المراجع:

1. Alain Juillet , Référentiel de formation en intelligence économique, Secrétariat générale de la défense nationale.
2. Bernard Carayon (2003),rapport « Intelligence Economique , compétitivité et Cohésion Sociale », juin 2003 , p 109
3. Bouadam Kamel, Hammadi mourad (2010), Veille stratégique et intelligence économique: comme perception d'une nouvelle approche pour la PME ; ورقة عمل بالملتقى الدولي الرابع حول المنافسة و الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات ، 2010 نوفمبر 8-9 في الدول العربية جامعة الشلف ، .
4. Corine cohen (2000) , La surveillance de l'environnement de l'entreprise , la veille stratégique et l'intelligence stratégique :des concepts différents mais complémentaires , université de droit, d'économie et des sciences ·Marseille.
5. Eric Delbecque, Jean-Renaud Fayol (2012), Intelligence économique, ED Vuibert , paris .
6. Guide des bonnes pratiques en matière d'intelligence économique (2009), Service de Coordination a l'Intelligence Economique (SCIE).
7. Henri Martre (1994), Intelligence économique et stratégie des entreprises, rapport du Commissariat général au plan, la Documentation française.
8. Laurent Hermel, (2007) , **maitriser et pratiquer veille stratégique et intelligence économique**, éditions Afnor, 2^{ème} édition, France .
9. Manuel de formation en intelligence économique en Algérie, (2010) document de référence. Alger.
10. Odile Boizard, **veille ou intelligence économique** : Faut il choisir ? Marseille p5, voir : isd.m.univ-tln.fr/PDF/isd21/isd21.pdf visité le 13/12/12