



جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان -
كلية العلوم الاقتصادية، التسيير و العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير
شعبة قسم علوم التسيير
تخصص: الادارة الاستراتيجية و الذكاء الاقتصادي

- بعنوان

أهمية الالتزام بالسلوك الأخلاقي في إرساء قواعد الذكاء الاقتصادي

تحت إشراف الأستاذ:

د. عبد الله بن منصور

إعداد الطالبة:

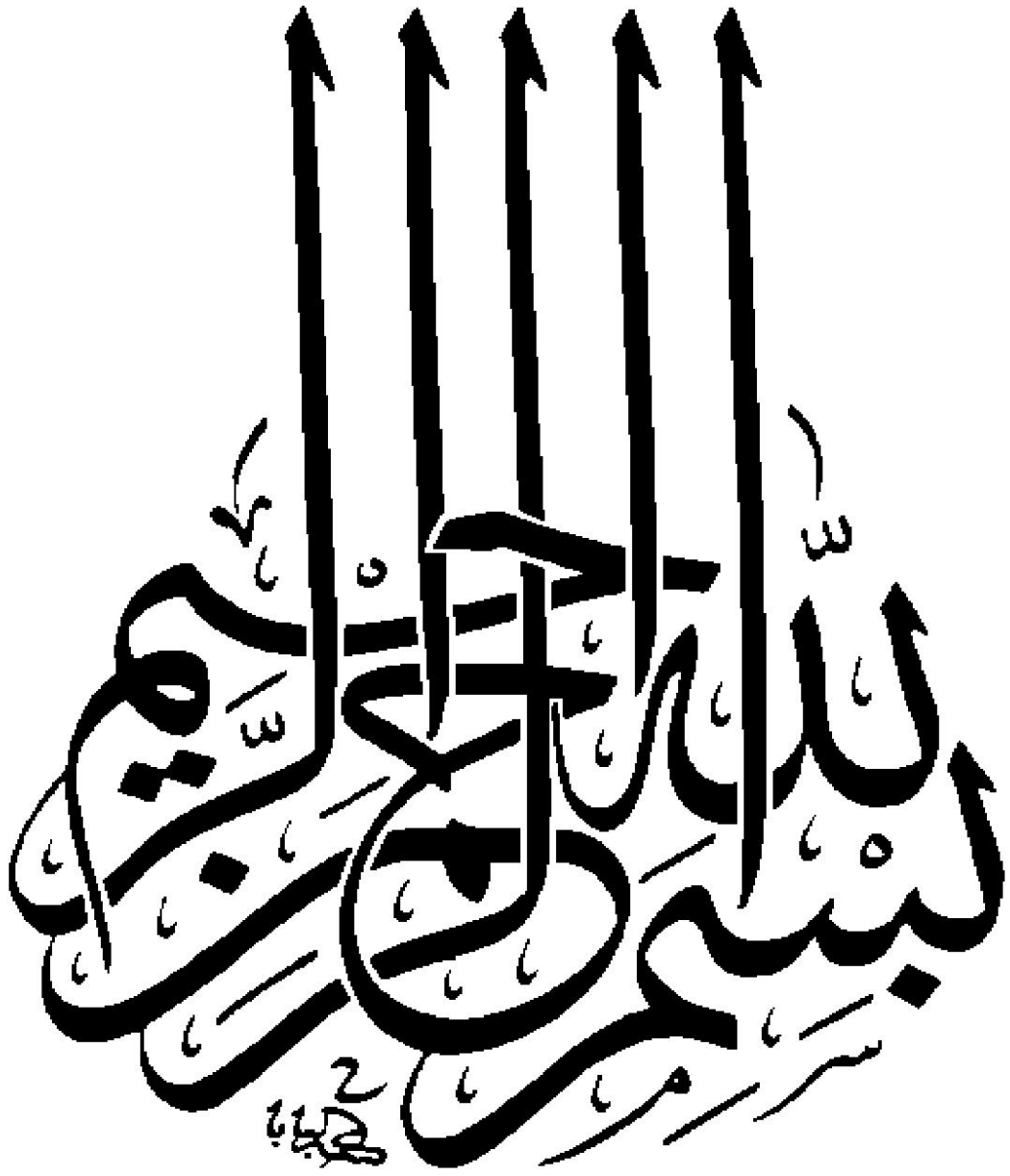
يوسف افتخار

نوقشت و أجزت علنا بتاريخ:

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة :

رئيسا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	أ. الدكتور: تشوار خير الدين
مشرفا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	أ. الدكتور: عبد الله بن منصور
ممتحنا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	أ. الدكتور: شعيب بغداد
ممتحنا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	أ. الدكتور: بوهنة علي

السنة الجامعية 2017-2018



كلمة شكر

رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ
وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ

الحمد لله حمدا طيبا مباركا فيه أن من علي ووفقي لإتمام هذا العمل

اعترافا بالفضل وامتنانا لكل الداعمين

أتقدم بجزيل شكري وعظيم احترامي وكثير اعتذاري للاستاذ المؤطر الدكتور عبد الله
بلمنصور على دعمه لي...وصبره علي...اذأنه لم يبخل على بنصائحه وة خبراته
وتوجيهاته فلولا الله ولولا ه ما استطعت اتمام هذا العمل

السادة أعضاء اللجنة المناقشة على تكرمهم وقبولهم مناقشة مذكرتي وتخصيص من
جميل وقتهم لأجل قراءتها.

كما أتوجه بخالص شكري لجميع الطاقم العامل في جامعة أبو بكر بلقايد بتلمسان
أساتذة وإدارة.

كل الاحترام والعرفان ودعاء لكل من ساعدني ووجهني ووقف بجاني لأتمام هذا
العمل...ولكل طفل دعا لي بالخبر

إهداء

الى الوطن الذي يسكن الفؤاد...الى نبض القلب وطني فلسطين
الى الأرض التي ولدت وترعرعت فيها...من احتضنت الجميع جزائر الخير
الى ريحانة قلبي..وضياء عمري أمي قدس الله سرها وبارك عمرها
الى عزوتي وسندي أبي حفظه الله ورعاه
الى من قال فيهم اله سنشد عضدك بأخيك...إخواني وأخواتي رفع الله قدرهم
الى من اعتز بنسبهم...من سقيني وافر الحب والدلال أعمامي وعماتي...وأخوالي
وخالاتي..لا أراني الله فيهم مكروها
الى الرفقة الصالحة في الدراسة، في أكاديمية جيل الترجيح، في مشروع النهضة
بالقران الكريم، وفي العمل
إلى كل يتيم...الى كل أسير في سجون الاحتلال..
أهدي هذا العمل

الفهرس العام

	الاهداءات
	الشكر والتقدير
	قائمة الاشكال و الجداول
	قائمة المصطلحات و الرموز
أ	مقدمة عامة
الفصل الأول : مدخل إلى المعلومة و الذكاء الاقتصادي.	
09	مقدمة الفصل الأول
10	المبحث الأول : الإطار المفاهمي للمعلومات ، نظام المعلومات و اليقظة الإستراتيجية
10	المطلب الأول : الإطار المفاهمي للمعلومات
10	الفرع الأول : المعلومات لغة
11	الفرع الثاني :خصائص المعلومات و أهميتها
14	الفرع الثالث :قيمة المعلومات و مصادرها
17	المطلب الثاني : نظام المعلومات
17	الفرع الأول: مفهوم النظام
19	الفرع الثاني: مكونات نظام المعلومات و وظائفه
22	الفرع الثالث: أهداف نظام المعلومات
23	المطلب الثالث :اليقظة الإستراتيجية
23	الفرع الأول :مفهوم اليقظة الإستراتيجية
25	الفرع الثاني : أنواع اليقظة الإستراتيجية
28	المبحث الثاني : ماهية الذكاء الاقتصادي

28	المطلب الأول :التطور التاريخي الذكاء الاقتصادي وأهم تعاريفه
34	الفرع الأول : التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي
38	الفرع الثاني :مفهوم الذكاء الاقتصادي
38	المطلب الثاني :خصائص الذكاء الاقتصادي وعناصره
38	الفرع الأول :خصائص الذكاء الاقتصادي
39	الفرع الثاني :عناصر الذكاء الاقتصادي
41	المطلب الثالث:أهمية الذكاء الاقتصادي وأهدافه
41	الفرع الأول :أهمية الذكاء الاقتصادي
43	الفرع الثاني :أهداف الذكاء الاقتصادي
47	المبحث الثالث: جوانب الذكاء الاقتصادي.
47	المطلب الأول :وسائل وأعوان الذكاء الاقتصادي
47	الفرع الأول : وسائل الذكاء الاقتصادي:
49	الفرع الثاني :أعوان الذكاء الاقتصادي
51	المطلب الثاني : وظائف الذكاء الإقتصادي و تجاربه
51	الفرع الأول: وظائف الذكاء الإقتصادي
53	الفرع الثاني : التجارب الكبرى للذكاء الإقتصادي:
58	خاتمة الفصل الأول:
الفصل الثاني: الالتزام بالسلوك الأخلاقي و دوره في تعزيز دعائم الذكاء الاقتصادي	
60	مقدمة الفصل الثاني
61	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لأخلاقيات الأعمال.
61	المطلب الأول ،الأخلاق و أهمياتها.

61	الفرع الأول: الأخلاق .
63	الفرع الثاني :أهمية الأخلاق:
64	المطلب الثاني: أخلاقيات الأعمال و المرجعية التاريخية لأخلاقيات الأعمال
64	الفرع الأول :أخلاقيات الأعمال
66	الفرع الثاني : المرجعية التاريخية لأخلاقيات الأعمال
68	المطلب الثالث : أسباب و دوافع الإهتمام بأخلاقيات الأعمال في ممارسة الذكاء الإقتصادي:
72	المبحث الثاني: الأداء الأخلاقي في المؤسسة.
72	المطلب الأول: مصادر و نظريات أخلاقيات الأعمال
72	الفرع الأول :مصادر أخلاقيات الأعمال:
74	الفرع الثاني :نظريات أخلاقيات الأعمال:
77	المطلب الثاني :المؤسسة الأخلاقية
83	المطلب الثالث : المسؤولية الاجتماعية
83	الفرع الأول :التعريف و الأهمية
86	الفرع الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية:
90	المبحث الثالث: السلوكيات اللاأخلاقية للذكاء الاقتصادي .
90	المطلب الأول : الأسباب الأساسية المؤدية لارتكاب السلوك اللاأخلاقي و أهم المشكلات الأساسية في اخلاقيات الأعمال التي تعاني منها منظمات الأعمال المعاصرة.
90	الفرع الأول :الأسباب الأساسية المؤدية لارتكاب السلوك اللاأخلاقي
91	الفرع الثاني : أهم المشكلات الأساسية في اخلاقيات الأعمال التي تعاني منها منظمات الأعمال المعاصرة:
92	المطلب الثاني: التجسس الإقتصادي
92	الفرع الأول :تعريف التجسس الإقتصادي

93	الفرع الثاني: أساليب التجسس
94	الفرع الثالث: مقاومة التجسس الاقتصادي
95	المطلب الثالث: القرصنة
95	الفرع الأول: تعريف القرصنة:
96	الفرع الثاني: وسائل وأساليب القرصنة
98	الفرع الثالث: مخاطر القرصنة على الأمن المعلوماتي
99	الفرع الرابع: وسائل حماية الأمن المعلوماتي من خطر القرصنة:
103	خاتمة الفصل الثاني
الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول تطبيق الذكاء الاقتصادي وفق ضوابط أخلاقية	
104	المبحث الأول: الذكاء الاقتصادي في الجزائر.
104	المطلب الأول: نظرة حول الاقتصاد الجزائري:
104	الفرع الأول: تشخيص الإقتصاد الجزائري:
104	الفرع الثاني: خصائص الاقتصاد الجزائري:
107	المطلب الثاني: الواقع المؤسسي للذكاء الاقتصادي في الجزائر
107	الفرع الأول: اهتمام السلطات العمومية باشكالية الذكاء الاقتصادي.
115	الفرع الثاني: الجانب المؤسسي للذكاء الإقتصادي
117	المبحث الثاني: عرض و تحليل الاستبيان
117	المطلب الأول: منهجية الدراسة
117	الفرع الأول: أدوات وجمع وتحليل البيانات
117	الفرع الثاني: أساليب التحليل المستخدمة
117	المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وحجم العينة

117	الفرع الأول:مجتمع الدراسة
118	الفرع الثاني: عينة الدراسة
118	الفرع الثالث: الحدود المكانية والزمانية للدراسة
118	المطلب الثاني: تحليل الاستبيان
139	خاتمة الفصل الثالث
140	الخاتمة العامة
144	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
33	التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي	الجدول رقم: 01.01
36	يلخص أهم تعاريف الذكاء الاقتصادي	الجدول رقم: 01. 02
119	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	الجدول رقم (3-1):
120	توزيع أفراد العينة حسب العمر.	الجدول رقم (3-2):
121	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة.	الجدول رقم (3-3):
122	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.	الجدول رقم (3-4):
123	توزيع أفراد العينة حسب مستوى التوافق.	الجدول رقم (3-5):
124	توزيع أفراد العينة حسب دورالمعلومات في نشاط المؤسسة :	الجدول رقم (3-6):
125	توزيع أفراد العينة حسب سيرورة انتقال المعلومات	الجدول رقم (3-7):
126	توزيع أفراد العينة حسب الحصول على المعلومات	الجدول رقم (3-8):
127	توزيع أفراد العينة حسب الوسائل المعتمدة في حصول المؤسسة على المعلومات	الجدول رقم (3-09):
129	توزيع أفراد العينة حسب المصادر المعتمدة للاستعلام عن وضعية المنافس في السوق.	الجدول رقم (3-10):
130	الممارسات غيرأخلاقية	الجدول رقم (3-11):
131	الضوابط الأخلاقية لجمع ونشر المعلومات و اتخاذ القرار :	الجدول رقم (3-12):
132	الحصول على المعلومات في اطار اخلاقي بعيد عن التجسس	الجدول رقم (3-13):
133	الذكاءالاقتصادي واليقظة الاستراتيجية :	الجدول رقم (3-14):
134	معنى مصطلح الذكاء الاقتصادي و اليقظة الاستراتيجية	الجدول رقم (3-15):
135	تأثير المؤسسة في المحيط	الجدول رقم (3-16):
136	وجود ذكاء إقتصادي في مؤسساتكم	الجدول رقم (3-17):
137	طبيعة الذكاء الاقتصادي الموجود في المؤسسة الجزائرية	الجدول رقم (3-18):

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
11	العلاقة بين البيانات و المعلومات	الشكل رقم 1-1 :
37	مفهوم الذكاء الاقتصادي	الشكل رقم 1-2:
39	مكونات الذكاء الاقتصادي	الشكل رقم 1-3:
42	أهمية الذكاء الاقتصادي بالنسبة للمؤسسة.	الشكل رقم 1-4:
44	لماذا الذكاء الاقتصادي في المؤسسة	الشكل رقم: 1-5:
49	الأعوان الوظيفية للذكاء الاقتصادي	الشكل رقم 1-6
50	شبكة أعوان الذكاء الاقتصادي	الشكل رقم 1-7:
65	يمثل الشكل التالي المفهوم الشمولي لأخلاقيات الأعمال	الشكل رقم 2-1:
78	المؤسسة الأخلاقية	الشكل رقم 2-2:
89	الأبعاد المسؤولية الاجتماعية	شكل رقم 2-3:

قائمة المصطلحات و الرموز

الرمز	المعنى
AFDIE	Association Française pour le Développement de l'Intelligence Economique
ARIST	Agences Régionales d'Information Stratégique et Technologique
AMIE	Association Marocaine d'Intelligence Economique
BETRO	British External Trade Office
CCSE	Comité de Concurrence et de Sécurité Economique
CERAM	Centre d'Enseignement et de Recherche Appliqués au Management
CNES	Conseil National Economique et Social
DCRI	Directions Centrale du Renseignement Intérieurs
DDRI	Directions Départementales des Renseignement Intérieurs
EEIE	Ecole Européen d'Intelligence Economique
JETRO	JETRO Japan External Trade Organisation
MINEFI	Ministère de l'Economie et de Finances et de l'Industrie
MITI	MITI Ministry of International Trade and Industry
SWOT	Strenght Weakness Opportunity Threat
SCIP	Society of Compétitive Intelligence Profession
MITI	Ministry of International Trade and Industry

جدول المصطلحات

المصطلح	التعريف
الذكاء الاقتصادي:	هو تطبيق دفاعي هجومي من المعلومات يتمثل في رصد التهديدات واقتناص الفرص وتلبية حاجات الأعوان الاقتصاديين و تزويدهم بالمعلومات الإستراتيجية ذات القيمة المضافة من مصادر مشروعة لاتخاذ القرارات السليمة في الأوقات المناسبة بهدف تحسين تنافسية المؤسسة وتعزيز سياسة التأثير مع الحرص على حماية الإرث المعلوماتي وتحقيق الأمن الاقتصادي
القرصنة:	:اذن تعني الوصول بطريقة غير مشروعة من خلال ثغرات في نظام الحماية الخاص بالهدف
المعلومات:	على أنها مجموعة من البيانات المنظمة و المنسقة، التي تمكن من زيادة مستوى المعرفة و تخفيض عدو التأكد كما أنها تعطي قيمة مضافة لمتخذ القرار .
السلوك الأخلاقي:	هو التصرف المقبول أخلاقيا
التجسس الاقتصادي:	هو كل الأساليب ،المناهج ،الطرق والأنظمة التسي تستعمل في الحصول على المعلومة الاقتصادية التي يكون في ملكية الاخر بطريقة غير شرعية ،ويمكن أن يأخ شكلا آخر لا يقتصر فيه الحصول على المعلومة بل بالترويج للمعلومة غير الصحيحة (الإشاعة) لتضليل المنافس .
اتخاذ القرار:	هو عملية الاختيار القائمة على أساس بعض المعايير ،من بين عدة بدائل قصد تحقيق هدف معين وبالتالي ففوق القرار يتطلب وجود هدف وكذلك الإمكانيات

مقدمة عامة

شهدت السنوات الأخيرة تغيرات عالمية سريعة و متلاحقة و عميقة في آثارها و توجهاتها المستقبلية، فلقد تحول الاقتصاد العالمي إلى قرية صغيرة متنافسة الأطراف بفعل الثورة التكنولوجية و المعلوماتية ووسعت مجالات المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية، و نظرا للانتشار السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وفي عالم تسوده المنافسة الشديدة أثر ذلك على المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة، حيث عرفت هذه الأخيرة تطورات كبيرة في بيئتها الاقتصادية و التكنولوجية، كما تلاشت الحواجز السياسية، الجغرافية، الثقافية والاقتصادية بين الدول وتقاربت الأسواق في مختلف دول العالم لتشكل سوقا عالميا موحدا، وبالتالي ازدادت التحديات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية في ظل هذه التطورات.

الأمر الذي أصبح يؤثر على إستراتيجيات تسيير المؤسسات الاقتصادية التي لا تستطيع مواجهة المنافسة، فقد وجدت نفسها مجبرة على مسايرة هذه التحديات الجديدة و البحث عن السبل الكفيلة لتحقيق بقائها و استمرارها في الأسواق، وكان من أبرز نتائجها ظهور جيل جديد من التحالفات غير السياسية، و التي هي عبارة عن تكتلات اقتصادية و اندماجات للمؤسسات و الدول مع بعضها البعض و تم تكريس المعلومة كأداة إستراتيجية تساهم في جمع و تطوير مرد ودية رأس المال، و التخلي التقليدي عن تكريس المادة لتحويلها إلى مواد مصنعة.

كل هذه الحتميات أدت إلى بروز فكرة الذكاء الاقتصادي الذي ما فتئت تبرز ضرورته بالنسبة لكل وحدة جغرافية (المؤسسات، التكتلات، الدول...الخ) ، و الذي يركز في الأساس الأول على سبل تحصيل معلومة أكيدة و كاملة ذات مصداقية و جودة عالية تستغل بشكل جيد و في الوقت المناسب لاتخاذ القرارات الاستراتيجية للتقليل من الأزمات و الوقاية منها و لاكتساب مزايا تنافسية و تدعيم الحصص السوقية، مما يتطلب قفزة نوعية في الانتقال من اقتصاد الكم إلى اقتصاد النوع ، لاسيما الاقتصاد المعتمد على المعرفة، الذي أصبح ضرورة حتمية لتطوير أداء و فاعلية المؤسسات.

في ظل الانتهاكات الغير أخلاقية و الاعتداء على حقوق الملكية للأفراد والمؤسسات

و الحصول الغير مشروع للمعلومات عن طريق التجسس أو القرصنة.

تعتبر مسألة الأخلاقيات في الذكاء الاقتصادي من المسائل التي تحظى باهتمام متزايد من طرف المختصين سواء كانوا ممارسين أو أكاديميين فالواقع يقر بصعوبة إيجاد توازن مابين ضرورات الأمن

الإقتصادي من جهة والمبادئ الأخلاقية من جهة أخرى.

فالذكاء الإقتصادي هو وريث الاستخبارات وممارسة قريبة من الجوسسة، إذ أن بيئته توصف عادة بالمنطقة الرمادية التي يصعب فيها رسم الحدود للأخلاقيات، ويمكن القول في هذا الصدد أن القوانين تلعب دورا كابحا لمختلف التجاوزات التي يمكن أن يقع فيها مهنيو الذكاء الإقتصادي مثلها مثل المبادئ الأخلاقية للفرد نفسه وأخلاقيات المهنة، حيث يمثل الإطار القانوني في القوانين والتشريعات التي تحكم المهنة والتي تتغير بتغير البيئات والأزمنة، أما الإطار الأخلاقي فيمثل في المنظومة القيمة والمبادئ الأخلاقية للأفراد والتي تشكل ضميرهم الجمعي في حين يمثل إطار الأخلاقيات المهنية في القواعد المشتركة التي تحددها الجمعيات المهنية بشكل عفوي، ورغم أنه لا يوجد دستورا موحدًا معترف به لأخلاقيات المهنة من قبل مهني الذكاء الإقتصادي على الصعيد الدولي، فإن بعض الجمعيات المهنية الوطنية أو المحلية وحتى بعض منظمات الأعمال تسعى إلى وضع قواعد الآداب والسلوكيات الواجب إتباعها عند ممارسة هذا النشاط .

إن التطرق لمسألة الأخلاقيات في ممارسة الذكاء الإقتصادي يتم من زاويتين مختلفتين، الأولى تتعلق بالغاية من الذكاء الإقتصادي والثانية تتعلق بالوسائل المستخدمة لبلوغ هذه الغاية، فالانسريب الأخلاقي للمعلومات يصبح أمرا خطيرا، إذا كان يضع أمن الدولة على المحك بالمقابل توصف القرارات بالعادلة والقانونية، إذا كانت النتائج المترتبة عنها مفيدة لأكثر عدد من الأطراف، فالذكاء الاقتصادي يندرج ضمن هذا البعد الذي عليه الضمان الدفاع عن مصالح الدولة، وبما أن أخلاقيات النشاطات المخابرتية تحت غطاء الأمن الجماعي، فإن الذكاء الإقتصادي يدخل مبررا إضافيا يتمثل في خلق القيمة في الساحة الإقتصادية.

ففي هذا السياق فإن الغاية من الذكاء يجب أن ترتكز على ركيزتين هما البعد الوطني للمجال الاقتصادي الذي يجعل من الذكاء الاقتصادي جزءا لا يتجزأ من الدفاع عن المصلحة العامة، من جهة أخرى الأطروحات المنفعية التي تبرر دور النشاط التي تبرر دور النشاط من خلال المقولة، يعتبر أي قرار جيدا إذا كانت الغاية منه تحقيق السعادة الأكبر عدد ممكن من الأفراد، إن الذكاء الاقتصادي يصبح أداة تمكين من خلق القيمة بمبرر أخلاقي يحدد الغاية من الأفعال والنشاطات .

الإشكالية:

إن تسارع الوقائع الاقتصادية وثرء زخم الإنتاج العلمي للمعرفة الاقتصادية تنظيراً وتطبيقاً جعل هذه المعرفة تنصدر الأحداث العالمية، إن الحرب الاقتصادية ميزت العصر الحالي لممارسة الحصار الاقتصادي على بعض الدول وإرغامها على تبني قضايا معينة دون اللجوء إلى الآلة العسكرية كما أن الأمن الغذائي أصبح مطلباً أساسياً لجميع الدول، في ظل هذه الظروف أصبح العالم يعيش تغيرات عميقة وأحداث متلاحقة تلعب فيها المعلومة دوراً ريادياً لما لها من أهمية في تبني سياسات واتخاذ مواقف تحول على إثرها العالم إلى قرية صغيرة يتم التواصل فيها وتداول المعلومة وخلقها بشكل إنسيابي سهلت مهمته الثورة التكنولوجية وعملية الرقمنة وتوظيف المعلوماتية على نطاق واسع الأمر الذي أصبح يؤثر على استراتيجيات تسيير المؤسسات.

وإذا كان الذكاء الاقتصادي يمثل أحد آليات الإبداع والابتكار الذي لا يمكن للمؤسسة الاستغناء عنه أوت خطيه في العصر الحالي، إلا أن هذا الأسلوب الجديد في خلق المعلومة وتخزينها وتسييرها وبثها أصبح يعرف انحرافات أخلاقية قد يلتجأ إليها المسيررون والمدراء في ظل المنافسة الشرسة بين المؤسسات مما جعل ظاهرة الجوسسة الإعلامية والقرصنة الرقمية والتصنت على أسرار المؤسسات واقع معاش يستدعي إصلاحه وإدماج السلوكيات في إرساء قواعد الذكاء الاقتصادي وفقاً لما سبق ذكره يمكننا طرح الإشكالية التالية :

مامدى أهمية الالتزام بالسلوك الأخلاقي في إرساء قواعد الذكاء الاقتصادي؟

وعلى ضوء هذه الإشكالية يمكن طرح التساؤلات التالية :

- ماهو الذكاء الاقتصادي؟ ماهو السلوك الأخلاقي؟
- ماهو الإطار المفاهيمي للمعلومات ونظام المعلومات واليقظة الاستراتيجية؟
- ماهي اليقظة الاستراتيجية؟
- كيف تستطيع المؤسسة نشر السلوك الأخلاقي بين أفرادها ؟
- ماهي دوافع ارتكاب السلوك الأخلاقي ؟
- ماهي الانتهاكات الممارسة في تطبيق الذكاء الاقتصادي؟

فرضيات البحث :

للإجابة على هذه الإشكالية، قمنا بوضع الفرضيات التالية :

- ان جمع المعلومات و استخدام الذكاء الاقتصادي تتم في إطار أخلاقي.
- تقوم المؤسسة بانتهاكات أخلاقية خلال ممارستها لتطبيق الذكاء الاقتصادي.

دوافع البحث :

يعود سبب اختيارنا لهذا الموضوع إلى الدوافع التالية :

- نظرا لتردي الوضع الإنساني و الاقتصادي و انعدام عدالة التوزيع الذي أدى إلى تفاقم الجرائم الاقتصادية.
- القرصنة العلمية.
- التضليل الإعلامي للمستهلكين و المستثمرين.
- التجسس ما بين المؤسسات و تقليد الماركات العالمية و انتشار السلع المقلدة .
- التخصص العلمي و الميول الشخصي لمواضيع الأخلاق في الممارسات الاقتصادية.
- قلة الدراسات في هذا المجال وخاصة باللغة العربية.

أهمية البحث:

يسلط هذا البحث على ضرورة الالتزام بالأخلاق في ممارسة الذكاء الاقتصادي نظرا للحدثة النسبية لتناول و إدماج هذا الموضوع وضع الاهتمام للمؤسسات الاقتصادية به.

أهداف البحث :

- فرض الذكاء الاقتصادي كأداة تسييرية حديثة مواكبة للتغيرات السريعة في المحيط التنافسي للمؤسسة.
- ايجاد حلقة وصل أو علاقة تكاملية بين الذكاء الاقتصادي و الأخلاق.
- وضع بنية تحتية لمؤسسة أخلاقية نموذجية.

منهج البحث :

يهدف القيام بتحليل علمي و منهجي الاشكالي أهمية الالتزام بالسلوك الأخلاقي في إرساء قواعد الذكاء الاقتصادي و اختبار صحة الفرضيات المقترحة قمنا باتباع منهج الوصفي التحليلي في أغلب أجزاء القسم النظري و منهج الاستبيان في القسم التطبيقي .

على مستوى الجانب النظري تم الاعتماد في جمع الكتب باللغتين (العربية و الفرنسية) ،أطروحات ،مجلات ،ملتقيات،مؤتمرات،مواقع الأنترنت .

بالنسبة للجانب التطبيقي قمنا بتوزيع استبيان على عينة عشوائية للإطارات لمؤسسات مختلفة.

الدراسات السابقة :

في حدود علم الباحثة فان الدراسات التي تطرقة إلى موضوع الأخلاق في الذكاء الاقتصادي تكون شبه منعدمة.

بالنسبة لموضوع الذكاء الاقتصادي :

1-وسام داي الذكاء الاقتصادي في خدمة تنافسية الأقاليم دراسة حالة الصناعة الصيدلانية و البيوتكنولوجية في الجزائر ،رسالة دكتراه في علوم التسيير جامعة باتنة2015-2016.

2-حليمي لامية، دور اليقظة الإستراتيجية و الذكاء الاقتصادي في تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، رسالة ماجستير، جامعة بومرداس،2009-2010

3-علاوي نصيرة، اليقظة الإستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة "حالة موبيليس"، رسالة ماجستير في إدارة الأفراد و حوكمة الشركات، فرع تسيير الموارد البشرية، جامعة أبي بكر بلقايد 2009/2010

4-فيلاي أسماء،الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية:الواقع والمجهودات،رسالة ماجستير تخصص ادارة استراتيجية وذكاء اقتصادي،جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان 2013/2014

5-بوريش أحمد تأثير الذكاء الاقتصادي على عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية،رسالة ماجستير تخصص ادارة استراتيجية وذكاء اقتصادي جامعة تلمسان 2014/2015

بالنسبة للأخلاق :

1- عبد الله بن منصور ،اشكالية العلاقة بين الذكاء والاقتصاد، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية

تخصص تسيير سنة 2008 /2009

2-دحيمان لويزة تأثير أخلاقيات الادارة على عملية توظيف الموارد البشرية في الجزائر،رسالة ماجستير ،
جامعة الجزائر 3 سنة 2011-2012.

3-بودراع أمينة أخلاقيات الأعمال في حسن أداء العاملين (دراسة عينة من البنك الجزائري) جامعة المسيلة
2012/2013.

4-خدير نسيمة أخلاقيات الأعمال و تأثيرها على رضا الزبون دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية
،مذكرة ماجستير في علوم التسيير فرع ادارة الأعمال جامعة محمد بو قره بومرداس .

5-بونمة فاطمة الزهراء أخلاقيات الأعمال كميزة تنافسية لمنظمات الأعمال (دراسة حالة المطاحن الكبرى
مستغانم)جامعة تلمسان 2010/2011.

هيكل البحث:

لقد تم تقسيم هيكل هذا البحث إلى ثلاث فصول كالتالي :

الفصل الأول : مدخل إلى المعلومة و الذكاء الاقتصادي.

المبحث الأول:الإطار المفاهيمي للمعلومات ،نظام المعلومات،اليقظة الاستراتيجية.

المبحث الثاني:ماهية الذكاء الإقتصادي.

المبحث الثالث: جوانب الذكاء الاقتصادي.

الفصل الثاني :الالتزام بالسلوك الأخلاقي و دوره في تعزيز دعائم الذكاء الاقتصادي.

المبحث الأول:الإطار المفاهيمي لأخلاقيات الأعمال.

المبحث الثاني:الأداء الأخلاقي في المؤسسة.

المبحث الثالث:السلوكيات اللاأخلاقية للذكاء الاقتصادي .

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول تطبيق الذكاء الاقتصادي وفق ضوابط أخلاقية.

المبحث الأول: الذكاء الاقتصادي في الجزائر.

المبحث الثاني: تحليل الاستبيان

الخاتمة العامة

الفصل الأول:

مدخل إلى المعلومة و الذكاء الاقتصادي

مقدمة الفصل الأول

أصبحت المعلومة أحد الأركان الأساسية للأداء التنافسي للاقتصاد بفعل نشوء مجتمعات المعرفة و عليه فقد اتجه الاقتصاد العلمي نحو الاعتماد على الأفكار، الإبداع التكنولوجي، تطبيقات المعرفة ذات القيمة المضافة و هي في خدمة القطاعات الأكثر تنافسية و التي تساهم بنصيب مهم في الدخل العالمي الخام ، و لأن تنافسية المؤسسة و الدولة اليوم تعتمد على اقتناص المعلومة، فالذكاء ليس ما نعلمه و لكن ما نفعله، فلا بد من الأخذ في الحسبان كل التغيرات المفاجئة التي قد تعوق تحقيق أهدافها على المدى الطويل بمعنى آخر تكون متيقظة، لهذا الغرض على المؤسسة أن تستعلم، تحلل، تستغل المعلومات اللازمة.

المبحث الأول : الإطار المفاهيمي للمعلومات ، نظام المعلومات و اليقظة الإستراتيجية

المطلب الأول : الإطار المفاهيمي للمعلومات

تعتبر المعلومة في المنظمات العصرية موردا يضاها في الأهمية عنصر رأس المال أو العمل ، حيث تعتبر المعلومة المادة الأولية للذكاء الاقتصادي و المصدر الأساسي لكل القرارات و سنتطرق إلى :

الفرع الأول : المعلومات لغة¹

هي إحدى المفردات المشتقة من المصدر (علم) و لهذه المشتقات العديد من المعاني جزء منها متصل بالعلم أي إدراك طبيعة الأمور .

يقدم المنجد التعرف الآتي للمعلومات " كل ما يعرفه الإنسان عن قضية أو حادث "، أما العجم العربي الحديث فيقدم التعريف الآتي " الأخبار و التحقيقات أو كل ما يؤدي إلى كشف الحقائق و إيضاح الأمور " قبل إعطاء مفهوم للمعلومات نتطرق إلى تعريف البيانات:

1-البيانات : عرّفت البيانات على أنها مجموعة من الحقائق أو المشاهدات أو التقديرات غير منظمة ، قد تكون أرقاما ، أو كلمات ، أو رموزا أو حروفا².

كما تعرف أيضا على أنها "مجموعة من الحروف و الجمل و العبارات و الأرقام و الرموز غير المنظمة و غير المرتبطة بموضوع واحد و قد لا يستفاد منها في شكلها إلا بعد تطويرها من خلال عمليات التحليل و الشرح و التي إذا ما فرزت و صنفت و بوبت و نظمت فإن هذه البيانات تتحول إلى معلومات"³.

عرفها دي مسكي : البيانات التي يمكن أن تغير من تقديرات متخذ القرار.⁴

و قال عنها لوكاس : تعبر عن حقيقة ، أو ملاحظة أو ، إدراك ، أو أي شيء محسوس أو غير محسوس يستعمل في تخفيض عدم التأكد بالنسبة لحالة أو حدث معين و يضيف معرفة للفرد أو المجموعة⁵ .

¹ أحمد علي ، مفهوم المعلومات وإدارة المعرفة،مجلة دمشق العدد الأول 2012،ص478

² سلوى أمين السامرائي وعبد الرحمن العبيد،نظم المعلومات الإدارية،الطبعة الأولى ،دار وائل للنشر عمان ،الأردن 2005 ص35

³ إيمان فاضل السامرائي ،هيثم محمد الزغبي ،نظم المعلومات الإدارية،الطبعة الأولى ،دار صفاء للنشر والتوزيع،عمان ،الأردن 2004 ص24

⁴ صلاح الدين عبد المنعم،اقتصادات نظم المعلومات الحاسوبية ،دار الجامعة الجديدة للنشر،الإسكندرية 2002 ص23

⁵ عبد الله حمود سراج ،أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيارات قرارات المنظمة،مجلة العلوم الاقتصاديةوعلوم التسيير العدد 2005/4،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة سطيف ص 131

يعبر عنها أيضا بأنها : نتائج عمليات النماذج ، التكوين ، التنظيم أو تحويل البيانات بطريقة تؤدي إلى زيادة مستوى المعرفة للمستقبل.¹

و تلخص العلاقة بين البيانات و المعلومات في الشكل الموالي :

الشكل رقم 1-1 : العلاقة بين البيانات و المعلومات



التغذية العكسية "Feed back"

المصدر : نجم عبد الله الحميدي و آخرون ، و نظم المعلومات الإدارية ، مدخل معاصر ، دار وائل للنشر ، الأردن 2005 ، ص.23

من خلال ما سلف ذكره يمكن تعريف المعلومات على أنها مجموعة من البيانات المنظمة و المنسقة، التي تمكن من زيادة مستوى المعرفة و تخفيض عدو التأكد كما أنها تعطي قيمة مضافة لمتخذ القرار .

الفرع الثاني : خصائص المعلومات و أهميتها

أولا : خصائص المعلومات

تتميز المعلومات بخصائص تجعلها موضوع ثقة لمتخذي القرار نذكر منها:

1-الدقة : دقة إجراءات إعداد المعلومات حيث تكون المعلومات صحيحة ، خالية من أخطاء التجميع ، التسجيل و التجميع.

2-التوقيت : يتم توفير المعلومات للمستخدم في الوقت المناسب و بالسرعة المناسبة لتكون فعالة و ذات مردودية.

¹ -صونيا البكري،نظم المعلومات الإدارية،المفاهيم الأساسية،الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع،الإسكندرية 1999 ص106

- 3-الوضوح : تكون سهلة الفهم و التطبيق و خالية من الغموض.
- 4-المرونة : و هي قدرتها على التكيف مع الاحتياجات المتغيرة لكافة المستخدمين.
- 5-الشمول : يجب أن تكون كاملة و تغطي جميع جوانب الظاهرة.
- 6-القابلية للمقارنة : يجب أن تكون قابلة للمقارنة مع باقي المعلومات الأخرى في المشروعات التي تتعلق بنفس النشاط .
- 7-الموضوعية : محايدة ، غير منحازة إلى جهة معينة ، صادقة.
- 8-الإيجاز : بحيث تكون مختصرة.
- 9-التكلفة : أن لا تزيد تكلفة الحصول على المعلومة عن العائد المتوقع من استخدامها¹.
- 10-الحدثة : إن الظروف البيئية غر المستقرة التي تحيط بالمؤسسة تستلزم من المديرين أن يكونوا على علم أولاً بأول بالمستجدات المحيطة بهم باستخدام معلومات حديثة و متجددة لأن القرار المبني على معلومات متقادمة غالباً ما يفشل و يسبب ضياع فرص المؤسسة².

ثانياً: أهمية المعلومات

1-على مستوى المؤسسة

- هناك عوامل حتمية تبرز الحاجة الحتمية للمعلومات و التي تتلخص فيما يلي :
- التغيرات في القوى المحيطة ببيئة المؤسسة و التي تتمثل في : القوى السياسية ، الاقتصادية و حتى الاجتماعية منها لذا يجب توفير المعلومة للتكيف و الموائمة من جانب المؤسسة .
- عولمة الاقتصاد تزيد من أهمية الحاجة الملحة للمعلومات و قيمتها كأحد العوامل الحاكمة في نجاحات المؤسسة و ريادتها.

¹ -بودرامة مصطفى، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المشروعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة جامعة الزيتونة 23-26 أبريل 2012 ص 583

² عبد الله بلوناس،المجد بوزيدي،دور الذكاء الاقتصادي في دعم المعلومة الاستراتيجية مع الإشارة الى الحالة الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة ص 395

-التحول في الاقتصاديات الصناعية و ثورة المعرفة زادت من أهمية المعلومات " من اقتصاد زراعي إلى اقتصاد صناعي إلى اقتصاد معرفي " حيث غدت المعلومة موردا استراتيجيا يطبق على الأعمال لخلق القيمة و تحقيق الميزة التنافسية.

-تظهر أهمية المعلومات من خلال تزايد نفوذها في المجتمعات الحديثة باعتبارها أحد المصادر الحقيقية للسلطة في المؤسسة.

-يؤدي التوظيف الفعال للمعلومات إلى تزايد الفرص و إمكانية التنوع و عدم الانحصر في دائرة التخصص.

-تعتبر المعلومات أداة جديدة للرقابة على العمليات المساعدة على تطوير عملية صنع القرار، حيث تشير الدراسات المعاصرة إلى أن المعلومات الموثقة و الوافية تمثل نسبة كبيرة من مستلزمات القرار الناجح ، و يؤكد الكتاب على أن القرارات بمختلف أنواعها و مستوياتها تحتاج إلى ما نسبته 85 بالمائة فأكثر من المعلومات ، يقابلها ما نسبته 25 بالمائة فأقل من القابليات الفردية الممثلة في الذكاء و الفطنة و غيرها من المهارات الفردية لمتخذ القرار¹ .

المعلومات أحد عناصر مخرجات المنظمة الجديدة و ليس مجرد مدخلات تستخدم في الأنشطة الإدارية أو الإنتاجية و ذلك نظرا للنتائج المحققة من جراء استعمالها في اتخاذ القرار.

2-أهمية المعلومة على المستوى الوطني: تظهر أهمية المعلومة على المستوى الوطني في²:

• أصبحت المعلومات محور اقتصاديات الدول المتقدمة و أصبح قطاع المعلومات المصدر الرئيسي للدخل القومي فأكثر من 50% من إجمالي الناتج القومي و القوة العاملة في بعض الدول المتقدمة يعملون في أنشطة المعلوماتية.

يعد قطاع المعلومات القطاع المتنامي في عالم اليوم حيث أسهمت المعلومات بدور جوهري في تسريع الإنتاجية في مختلف القطاعات في الدول المتقدمة.

¹ محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات

² علاوي نصيرة، اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة، دراسة حالة موبيليس، مذكرة ماجستير 2010، 2011 ص 60

للمعلومات دور هام في إنجاز خطط التنمية سواء ما يتعلق منها بالتنمية الاقتصادية أو الاجتماعية أو ما يرافقها من تغيرات إيجابية في حياة الفرد و المجتمع.

الفرع الثالث: قيمة المعلومات و مصادرها

الغاية الأساسية لجمع البيانات و معالجتها للحصول على المعلومات يرجع إلى مساعدة متخذ القرار في اتخاذ القرارات الإستراتيجية و التكتيكية و التشغيلية و على متخذ القرار أن يقرر نوع المعلومات التي يحتاجها (معلومات ذات قيمة) و يمكن تحديد القيمة لمعلومة بالمعادلات التالية:

أولاً : قيمة المعلومات

قيمة المعلومات = التحليل الجيد للحاجيات + مصادر ملائمة و ذات جودة + جودة التحليل + النشر و التغذية المرتدة + الأمان

- لا بد على المؤسسة فهم احتياجها من المعلومات.
- الاختيار المناسب لمصدر المعلومات لأن المصادر ذات جودة سيئة يغلط المؤسسة إعلامياً.
- التحليل كعملية يسمح بتحويل المعلومة من مادة خام الى مادة قابلة للاستعمال لمن يحتاجها.
- المعلومة التي لا يتم نشرها لا تنفع المؤسسة في شيء ووجود التغذية المرتدة يساعد المؤسسة من التأكد من أن جميع حاجة مستعمل المعلومة قد تم تلبيةها.
- يجب على المؤسسة أن تحافظ سرياً على المعلومة، خاصة الإستراتيجية منها.
- إذ تمثل المعلومة للمؤسسة مورد إعلامياً استراتيجياً لا يقل أهمية عن الموارد التي تحتاجها المؤسسة لعملية الإنتاج و تعكس المعلومة أهمية إستراتيجية عندما تبحث المؤسسة على وجه الخصوص عن:
 - الزيادة في حصصها السوقية.
 - ضمان جودة و أمان منتجاتها.

- نشر المنتجات الموجودة¹.

ثانيا : مصادر المعلومات

يعد الحصول على المعلومات المناسبة في الوقت المناسب الانشغال الأول لمنظمات الأعمال و انتقاؤها يطلب الاعتماد على مصادر موثقة، متنوعة و بطرق أخلاقية و تقسم المصادر إلى:

أ-المصادر الداخلية:

تعطي بيانات على أساس رسمي من داخل المؤسسة أو مصنفة غير رسمية من خلال اتصالات عرضية و من أمثلة المصادر الداخلية²:

- **الوثائق الداخلية**: وثائق التسيير، و لاكل الإجراءات الداخلية، عروض حال الاجتماعات و الزيارات، تقارير خدمة ما بعد البيع، الدراسات التسويقية، الميزانية و الوثائق المحاسبية.
- **معالجة الطلبات الخارجية**: البريد الوارد، الاستشارات عبر موقع المؤسسة على الانترنت، السيرة الذاتية.
- **ملفات**: الزبائن، الموردين.
- **المسؤولون في المؤسسة في القسم التجاري**، التطورات و الإبداع.

ب-المصادر الخارجية:

تشكل من المعطيات الناتجة عن المحيط الخارجي للمؤسسة و تشمل الحكومة في إصدارها للقوانين و السياسات، المؤسسة الإعلامية يصدر معطيات في أشكال :مكتوبة، سمعية ، مرئية، و نذكر من مصادر المعلومات الخارجية:

-الانترنت: هي مجموعة ضخمة من شبكات الاتصال المرتبطة و تتميز المعلومات على الانترنت بأنها:

¹بوريش أحمد، تأثير الذكاء الاقتصادي على عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ،دراسة حالة موبليس و جازي ،مذكرة ماجستير جامعة تلمسان 2014 ص12-ص13

² Guide des bonnes pratiques en matière d'intelligence économique ,service de cordination a intelligence économique (s.c.i.e) mars 2000 p 11

- مصدر معلومات في غاية الضخامة و في كافة المواضيع و كافة الأشكال.
 - يتم تحديثها بصورة عامة و سريعة.
 - سهولة الاستخدام.
 - وسائل البحث المتاحة عبر الانترنت:
- **محركات البحث: (Moteurs de recherche)**: حيث تسمح بالبحث عن المعلومات و تكون محركات بحث للصور، الفيديوهات....
- **الدلائل السنوية: (Annales)** حيث تتميز بالقدرة على تعريف مصادر المعلومات الملائمة.
- **المداخل الرئيسية: (Les portails)** تجمع روابط لعدة مواقع.
- **مواقع الانترنت**: مواقع المنافسين، كما أن المنتديات من أفضل وسائل تبادل المعلومات.
- **الكتب، المجلات، المؤلفات بالتقنية**: أصبحت المؤسسة تعتمد بشكل كبير على الإعلانات المكتوبة، البيانات الخاصة، الكتب المجالات و للاستفادة المثلى مكن المعلومات يجب قراءتها و تخزينها و نشرها على جميع مستويات المؤسسة، أما بالنسبة للإعلانات فيجب نقلها من حيزها الضيق المحصور في المعلومات العامة و تطورها إلى: دراسة السوق، التطورات، التكنولوجيا على مستوى السوق.
- **التواصلات الشخصية**: الإبداع و الابتكار القيمة المضافة في المؤسسة يكون دائما نتيجة تكامل الجوانب الاقتصادية، العوامل الاجتماعية، الثقافية و تهيئة بيئة بشرية ملائمة.
- تساهم المعلومات المستمدة من الاتصالات الشخصية في بناء إطار لصنع القرار و هذا حينما يتم معالجتها بطريقة صحيحة وتستند التواصلات الشخصية على¹:
- **الموردون**: تمثل المعلومات المستقاة من الموردون دعما مناسباً لعملية اتخاذ القرار، حيث أن الموردون يقدمون معلومات عن المنافسين تتعلق بقطاع النشاط و التكنولوجيا . مجال خاص.

¹ Intelligence Economique ,un guide pour debutans et praticiens p71-72

- **المستشارين**: بفضل خبراتهم و كفاءاتهم يزودون المؤسسة بمعلومات محددة دقيقة حول مواضيع تهم إستراتيجية المؤسسة.
- **منشآت الدعم**: غرف التجارة، المنظمات المهنية، تعتبر هذه المنشآت ضرورية لأنها تمد بمعلومات على شكل قانوني و تقني حول القدرات المالية الجديدة، المساهمين، الشركاء، قد تكون نقطة انطلاق من أجل التحليل.
- **الإدارة**: تعطي المعلومات حسب الأنظمة، العقود العامة، و هي ممول للإبداع من خلال برامج الترويج و التحسيس.

المطلب الثاني : نظام المعلومات

الفرع الأول: مفهوم النظام

أولا : للنظام تعاريف عديدة نذكر منها:

تعريف : *Jacque les ourne* " هو مجموعة عناصر مرتبطة مع بعضها بمجموعة من العلاقات "

تعريف : *Jean Gerbier* " هو مجموعة من العناصر المتداخلة و المتفاعلة فيما بينها تشكل وحدة واحدة تقوم بوظيفة معينة¹"

و تعريف كذلك " :مجموعة من العناصر أو الأجزاء التي تتكامل مع بعضها و تحكمها علاقات و آليات معينة و في نطاق محدد يقصد تحقيق هدف معين² "

و عليه يمكن القول أن تعريف النظام يشتمل على ثلاثة عناصر:

1- أن يتكون النظام من مجموعة من الأجزاء.

2- أن يكون بين هذه الأجزاء علاقات متبادلة و متداخلة و متكاملة أو معتمدة على بعضها البعض.

3 -إنها تعمل ومسخرة لتحقيق هدف معين مشترك.

¹ اسماعيل مناصرية ،دور نظام المعلومات الإدارية في الرفع من فعالية عملية اتخاذ القرارات الإدارية،مذكرة ماجستير ،جامعة مسيلة 2004ص43
² -سليم ابراهيم الحسنية،نظم المعلومات الإدارية مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى ،عمان الأردن 1998 ص 27

ثانيا : مفهوم نظام المعلومات

تناول باحثون ومتخصصون كثير هذا الموضوع مما أدى إلى عدم وجود تعريف محدد له ومن بين هذه التعاريف نذكر ما يلي:

نظم إدارة المعلومات "مجموعة من الإجراءات التي تقوم بجمع و استرجاع و تشغيل و تخزين و توزيع المعلومات لتدعيم اتخاذ القرارات و التنسيق و الرقابة في التنظيم و مساعدة المديرين و العاملين و خلق المنتجات الجديدة"

و يعرف أيضا أنه " :نظام منهجي محوسب قادر على تكامل البيانات من مصادر مختلفة بقصد توفير المعلومات الضرورية للمستخدمين ذو الاحتياجات المتشابهة أي أنه نظام مخصص للحصول على صياغة و تكيف و معالجة البيانات كمعلومات و تقديمها للمديرين عندما يحتاجون"¹

كما عرفها ماكليود على أنها " :النظم الرسمية و غير الرسمية التي تمد الإدارة لمعلومات سابقة و حالية و تنبؤية في صورة شفوية أو مكتوبة أو مرئية للعمليات الداخلية للمؤسسة و لعناصر البيئة المحيطة بها بهدف دعم الإداريين و بخاصة المديرين بإتاحة المعلومات الدقيقة و الواضحة و في إطار الوقت المناسب لمساعدتهم على إنجاز العمل و الإدارة و إتخاذ القرارات"²

و تعرف أيضا على أنها " :إطار يتم من خلاله تنسيق الموارد البشرية و الآلية لتحويل المداخلات البيانات إلى مخرجات المعلومات، لتحقيق أهداف المشروع"³.

و من خلال ما سبق يمكن تعريف نظم المعلومات عل أنه نظام يقوم على جمع و استرجاع و توزيع المعلومات لدعم عملية اتخاذ القرار، تطوير أو خلق منتجات، تحقيق أهداف المؤسسة.

¹ -صونيا محمد بكري، نظم المعلومات الإدارية، المفاهيم الأساسية، مرجع سابق ذكره ص 14.

² -سليم ابراهيم الحسنة، نظم المعلومات الإدارية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 1998 ص 53-54.

³ -كمال الدين مصطفى الدهراوي، سميير كمال محمد، نظم المعلومات المحاسبية، دار النشر الجديدة، الإسكندرية مصر 2002 ص 15.

الفرع الثاني: مكونات نظام المعلومات و وظائفه¹

أولاً : المكونات

يتكون نظام المعلومات من عدة عناصر يكمل بعضها بعضا و تتمثل هذه العناصر فيما يأتي:

-القوى و الموارد البشرية المؤهلة و المدربة لتنفيذ النشاطات المختلفة.

-النظم و الأساليب الفنية المتبعة و تتمثل هذه النظم على البرمجيات التطبيقية المطلوبة لمعالجة البيانات ولخزنها و استرجاع معلوماتها.

-أجهزة و تكنولوجيا معلومات و اتصالات لمختلف أنواعها سواء كانت حواسيب، أو معدات اتصال لبث المعلومات على المواقع المطلوبة، أو أي أجهزة و معدات أخرى.

-البيانات و المعلومات المطلوب إدخالها في نظام المعلومات و المتمثلة في: مدخلات النظام.

-المستفيد من مختلف شرائحهم الوطنية، الاجتماعية

ثانياً : وظائف نظام المعلومات

تبدأ بتجميع البيانات و تنتهي بإنتاج و توصيل المعلومات، من خلال سلسلة من الخطوات يطلق عليها دورة تشغيل البيانات و بناء على ذلك يمكن تجميع الأنشطة التي يقوم بها نظام المعلومات في خمسة وظائف وهي:

1-وظيفة جمع البيانات : ²هي الوظيفة الأولى لأي نظام المعلومات، حيث تعتبر البيانات المادة الأولية، وبدأ اجمعها من مصادر مختلفة ثم يتم تسجيلها و التأكد من صحتها و دقتها و المصادقة عليها، و بعدها يتم تصنيفها تبعا لأماكنها الرئيسية و بعدها نقل هذه البيانات من نقطة الحصول عليها إلى أماكن تشغيلها حسب الخطوات التالية:

أ-الإصغاء :يتميز محيط المؤسسة بحدة المنافسة لذا ينبغي عليها ان تكون مصغية لكل التطورات و المتغيرات التي تحدث على مستوى المحيط و سلوك المستهلك و ذلك لاقتناص الفرص المتاحة و تجنب

¹ -عامر ابراهيم قندلجي، ايمان فاضل السامرائي، مرجع سابق ذكره ص 64-65.

² -كمال الدين مصطفى الدهراوي، سمير كمال ص 19.

التحديات المحتملة هذا بالنسبة للإصغاء الخارجي الذي يعود نفعه على العمل في المدى المتوسط و الطويل إضافة إلى الإصغاء الداخلي لحيازة معلومات تخص تنظيم المؤسسة لتحسين موقعها التنافسي.

ب-الجمع: جمع دقيق لكل المعلومات الرسمية مرتبطة و متسلسلة و مخزنة بغية استعمالها في حل المشاكل.
ج-التخزين: تسمح هذه الوظيفة بالمحافظة التاريخية للمعلومات الضرورية لمتابعة التطورات في البيئة ويستعمل و سائل تقنية (ملفات ورقية، ملفات تقنية و كذلك طرق تنظيمية ، طرق الترتيب و التخزين على الأرشيف.

2-تشغيل و معالجة البيانات¹: يقصد بتشغيل البيانات و معالجتها جملة من العمليات الأساسية و التي تحول البيانات إلى معلومات و تتمثل في :عمليات التصنيف، الترتيب، التلخيص، عمليات الحسابية والمنظمة، المقارنة، التلخيص، التقرير و فيما يلي شرح لهذه العمليات:

أ-التصنيف: حيث يتم تجميع مفردات البيانات المتشابهة أو المشتركة في خاصية معينة في شكل فئات أو مجموعات.

ب-الترتيب: يهتم الترتيب بوضع البيانات في صورة معينة طبقا لصفة شائعة بين هذه البيانات، و عادة ما يكون الترتيب على أساس الحروف الأبجدية أو على أي أساس ترتيبي آخر مثل الصفة أو النوع أو العمر.

ج-العمليات الحسابية: يقصد بالعمليات الحسابية معالجة البيانات (جمع، طرح، ضرب، قسمة) بغرض الحصول على بيانات أو نتائج جديدة من هذه العمليات.

د-المقارنة: يقصد بها إجراء بعض عمليات المقارنة المنطقية بين نوعين أو أكثر من البيانات أو بين مجموعة من مفردات البيانات لاستخراج نتائج معينة أو اكتشاف حقائق.

هـ-التلخيص: يقصد به تجميع و تركيز البيانات التفصيلية بغرض التأكيد على نقاط أساسية أو اتجاهات معينة في صورة مجاميع أو نتائج مثلا يتم تلخيص كل مصاريف الفترة في رقم واحد هو رقم إجمالي المصاريف.

¹ - أحمد حسين علي حسين، نظام المعلومات المحاسبية، دار الجامعة للنشر مصر 2003/2002، ص 32-34.

و -التقرير: يقصد به تقديم نتائج العمليات السابقة على شكل معلومات مناسبة شكلا و مضمونا تسلم إلى الإدارة مع الحرص على و وصولها إلى مستخدميها لضمان فعالية نظام المعلومات.

3-إدارة البيانات¹: يعني بهذه الوظيفة الأنشطة الخاصة بتنظيم و إدارة عمليات تخزين، استرجاع، إعادة، إنتاج، تجديد، صيانة البيانات و فيما يلي شرح موجز لهذه الأنشطة.

أ-التخزين :هو نشاط يقوم مقام الذاكرة بالنسبة للإنسان حيث يقوم بحفظ بيانات و معلومات تمثل تاريخ بالنسبة للنظام الأساسي ككل و تغطي كافة جوانبه، حيث تتم عملية التخزين بطريقة منظمة و مدروسة ليسهل استرجاع البيانات المخزنة عند الحاجة إليها.

ب-الاسترجاع:هو نشاط العكسي للتخزين حيث يعني به استدعاء البيانات المخزنة لأغراض التشغيل و استخراج النتائج.

ج-إعادة الإنتاج:يقصد بها استخراج صورة أو أكثر من البيانات المخزنة لاستخدامها في أغراض مختلفة مع بقاء الأصل على حاله في وحدة التخزين، يعتبر هذا الإجراء أمنيا في المقام الأول حيث إن الاحتفاظ بالحالة الجيدة للأصل يؤمن خوف فقد أو تلف البيانات أثناء التشغيل.

د -التحديث:يقصد به عمليات تحديث للبيانات المخزنة لتأخذ في الاعتبار الأحداث، العمليات، القرارات التي تمت خلال فترة جارية.

هـ-الصيانة:يقصد بها عمليات الإضافة، الحذف، التصحيح أو التغيير الذي يجري على الملفات التي تحوي البيانات المخزنة.

4-وظيفة رقابة و أمن المعلومات:تتكون أساسا من جزئين:

أ-التغذية العكسية:يقصد بها المعلومات المرسله عكسا من مستخدم النظام إلى القائمين على النظام تعليقا على أنشطة المدخلات، التشغيل، و المخرجات لنظام تشغيل البيانات، و غالبا ما تتضمن هذه التعليقات بعض ملاحظات مستخدم النظام على مخرجات النظام لكي تؤخذ في الحساب في عملية التشغيل المقبل.

¹ علاوي نصيرة ، مرجع سابق ، ص77.

ب -الرقابة :هي تقييم معلومات التغذية العكسية و إتخاذ الإجراءات التصحيحية في حالة مخالفة عمل النظام للإجراءات التشغيل و القواعد الموضوعة مسبقا.

أي تحديد أي انحراف للنظام عن أهدافه، إضافة إلى التأكد من الحفاظ و حماية سرية المعلومات من الاختراق و السرقة و التدمير و الإلتلاف.

5 -وظيفة جمع المعلومات:تهدف هذه الوظيفة إلى نقل و توصيل المعلومات المنتجة و المتجمعة في نظام المعلومات إلى الأشخاص المصرح لهم بالحصول عليها أو إلى نظام آخر من النظم الفرعية المكونة للتنظيم ككل و تشمل هذه الوظيفة أربع أنشطة.

أ-التجميع:هو تجميع المعلومات الناتجة من عمليات التشغيلات الجارية تمهيدا لإرسالها لمستخدمها.

ب-الاسترجاع:هي استدعاء المعلومات الناتجة عن عمليات تشغيل في وقت سابق من وسيلة التخزين تمهيدا لإرسالها لمستخدم المعلومات.

ج -النقل:يشمل هذا النشاط نقل المعلومات من موقع معين لآخر تمهيدا لتوصيلها للمستخدم النهائي أو لاستخدامها كمدخلات لعمليات تشغيل آخر .

د -التقرير:ينص عرض نتائج التشغيل في صورة تقارير مرسله للمستخدمين.

الفرع الثالث: أهداف نظام المعلومات¹

تتجلى أهداف نظام المعلومات في:

-تزويد الإدارة بالبيانات و المعلومات التي تحتاجها في الوقت المناسب.

-تحديد الشكل المناسب للمعلومات و تقييم تكلفتها.

-تحديد ميكانيزمات جمع، تشكيل و معالجة، عرض المعلومات لتسهيل عملية إتخاذ القرار .

-الاستفادة من نظام التغذية العكسية لنظام المعلومات.

¹ -أحمد بوريش، مرجع سابق، ص 16.

كما ان نظام المعلومات يقدم العديد من الفوائد للمؤسسة و يهيئ الظروف التي تخدم وظائفها المختلفة وتعرض من هذه الفوائد:

-تقديم المعلومات على المستويات الإدارية المختلفة.

-تجهيز المعلومات الملائمة بشكل مختصر و هادف و في الوقت المناسب لتهيئة الظروف المناسبة لصنع القرار.

-تقييم النتائج و النشاطات في المؤسسة لتصحيح أي انحرافات محتملة.

-المساعدة على التنبؤ لمستقبل المؤسسة و الاحتمالات المختلفة التي توجهها لصنع الاحتياجات اللازمة في حالة وجود خلل في تحقيق الأهداف.

-تحديد قنوات الاتصال الأفقية و العمودية بين الوحدات الإدارية المختلفة لتسهيل عملية استرجاع البيانات على الاستفسارات المختلفة.

-حفظ المعلومات و البيانات المختلفة في المؤسسة.

المطلب الثالث: اليقظة الإستراتيجية

يعيش عالم الأعمال مرحلة تتسم بالاعتماد الكبير على المعلومات في ظل التقدم المتسارع و احتدام المنافسة التي أضحت تضغط على المؤسسات من أجل تحسين جودة منتجاتها و تحسين وضعها مقارنة مع المنافسين و لهذا توجب على المؤسسة تبني مسعى هو اليقظة الإستراتيجية الذي يمكنها من تتبع ما يحدث في محيطها و مواكبة تطوراتها و تحقيق أهدافها.

الفرع الأول: مفهوم اليقظة الإستراتيجية

-و من أجل التطرق إلى التعريف باليقظة الإستراتيجية نلقي الضوء على مفهوم اليقظة اللغوي.

اليقظة:نقيض النوم، تيقظ للأمر، و من نومه إنتبه.¹

¹ -محمد هادي اللحام واخرون، قاموس عربي، قاموس لغوي، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان 2005 ص 867.

-أخذت اليقظة من المصطلح اللاتيني "Veille" و تعني السهر و إنطلاق من المجال الطبي و مجال النفس فإن الإنسان يكون في إحدى هذه الحالات الثلاث.

حالة النوم *Etat de sommeil*

حالة الحلم *Etat de rêve*

حالة يقظة *Etat de veille*

وفي الحالة الأخيرة التي تطابق حالة الوعي تكون الحواس منفتحة على ما يجري حولها و تقول تيقظ الإنسان انتبه لشيء ما و اخذ منه.

-و ما يقال على الإنسان يقال أيضا على المؤسسة " يقظة " إذ كانت واعية بتطورات محيطها و التغيرات و في استماع للإشارات الصادرة منه.

-تجدر الإشارة إلى أن مفهوم اليقظة ارتبط في أوروبا بالمعلومة التكنولوجية في حين ارتبط مفهومها بالولايات المتحدة الأمريكية بالمناسبة¹.

و فيما تعريف اليقظة الإستراتيجية حسب:

1-تعريف **Corin Cohen** "المجهودات التي تبذلها المؤسسة حتى تقوم بمعرفة و بحث للبيئة (ليس حسب التوقعات الإستراتيجية، و لكن جمع المعلومات ذات طابع توقعي)²

2-تعريف **دافيد، كولد، وستيفا، قيز** " : نظام يساعد في أخذ القرارات بالمراقبة و التحليل للمحيط العلمي، التقني التكنولوجي و المؤثرات الاقتصادية الحاضرة و المستقبلية لالتقاط التهديدات و الفرص التطورية، حيث تركز اليقظة الإستراتيجية على المعلومة التي لها صفة إستراتيجية أو على القرارات المهمة³.

3-تعريف **Les-ca H عرفها** " :على أنها العملية الجماعية، المستمرة و التي يقوم بها مجموعة من الأفراد بطريقة تطوعية، فيتبعون و يتعقبون و من ثم يستخدمون المعلومات المتوقعة التي تخص التغيرات التي من

¹ -قوجيل زين العابدين، دور اليقظة الاستراتيجية في ترشيد الاتصال بين المؤسسة ومحيطها، مذكرة ماجستير جامعة باجي مختار عنابة، 2011- 2012 ص 26

² -Cohim corin, veille strategique, edition la voisier, frznce, 2004, p 56.

³ -نعيمة غلاب، ز غيب مليكة، واقع اليقظة الاستراتيجية وذكاء الأعمال في منظمات الأعمال الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة جامعة الزيتونة الأردنية 23-26 أبريل 2012

المحتمل إن تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة و ذلك بهدف إنشاء فرص الأعمال و تقليل الأخطار و عدم التأكد بصفة عامة¹ .

4-تعريف مصطفى بوروبي " :يعرف أيضا تحويل المعلومات المكتسبة في سياق رصد البيئة من اجل إكتشاف و جمع أفضل الإرشادات الضعيفة، التهديدات و الفرص بأسرع وقت ممكن و هي أيضا النظام الذي يهدف للابتكار و اتخاذ القرارات الإستراتيجية²."

ومن التعاريف السابقة يمكن تعريف اليقظة الإستراتيجية :هي نشاط و إجراء جماعي يسمح للمؤسسة بحراسة محيطها، المراقبة و التحليل من أجل اتخاذ أحسن القرارات.

الفرع الثاني : أنواع اليقظة الإستراتيجية

1-اليقظة التجارية:

-تهتم اليقظة التجارية بالبحث عن المعلومات الخاصة بسوق المؤسسة و معالجتها و نشرها تتعلق ب:

-تطور سوق المؤسسة.

-سلوك مستهلكيها.

-محاوِر اتصال منافسيها.

-التنبؤ بتغيير أذواق المستهلكين و تطور رغباتهم.

-تسمح اليقظة التجارية ب:

-اكتشاف أسواق جديدة.

-اقتراح منتجات جديدة للزبائن.

¹ -Humbert lesca et janssek-hung,veille strategique application a internet et cite web pour orovoquer des information caractères anticipatif ,article publie a cerac g renoble ,université pieremendes ,france,mai 2003 p01

² -الملتقى العلمي حول أهمية الشفافية ونجاعة الاندماج الفعلي في الإقتصاد العلمي ،جامعة تيزي وزو الجزائر جوان 2003.

<http://d.scribd.com/docs/2mzyriz/6wrkxm900z8npdf>

تاريخ التصفح 2015/11/21 على الساعة 20.47

2- اليقظة التنافسية:

- تهتم اليقظة التنافسية بالبحث عن المعلومات الخاصة بالمنافسين المباشرين و غير المباشرين، الحاليين و المحتملين و معالجتها و نشرها و تتعلق بمراقبة:

- إستراتيجياتهم

- سياستهم السعرية.

- منتجاتهم و خدماتهم الجديدة.

- نتائجهم المالية.

- سياستهم التشغيلية.

- عملائهم، عقودهم الجديدة، شركائهم، و تحالفاتهم، أهداف و قرارات المنافسين و آداءاتهم الحالية كما تسمح
بـ:

- وضع إستراتيجيات تجارية أكثر فعالية.

- التعرف على المنافسين أكثر تهديدا.

3- اليقظة التكنولوجية¹:

تشير اليقظة التكنولوجية إلى الجهود المبذولة من طرف المؤسسة و الوسائل المسخرة و الإجراءات المتخذة بهدف الكشف عن كل التطورات و المستجدات الحاصلة في الميادين في الميادين التقنية و التكنولوجية و التي تهتم المؤسسة حاليا أو التي تحكمها مستقبلا تتمثل صور اليقظة التكنولوجية في:

- براءات الاختراع و تطور المعايير.

- تطور التكنولوجيات و عمليات التصنيع.

- البحث الأساسي و المقالات و التقارير العلمية.

¹ -نعيمية غلاب ،ز غيب مليكة،مرجع سابق ص161

4-اليقظة البيئية:

تعرف باليقظة الشاملة أو الاجتماعية على حسب نوع وطبيعة المؤسسة وهي تضم باقي أنواع اليقظة دون الأنواع السالفة الذكر (اليقظة التكنولوجية، التنافسية، التجارية) تسعى إلى التيقظ والمراقبة المستمرة والمتواصلة بجمع المعلومات المتعلقة بكل الأحداث، والتطورات التي تطرأ على الميادين الاقتصادية والسياسية القانونية والاجتماعية التي تميز المؤسسة عن منافسيها، ثم تقوم بمعالجتها على حسب طبيعتها، ومن ثم نشرها عبر شبكات الاتصال الى مراكز اتخاذ القرار اذن فاليقظة الاجتماعية، البيئية تتمثل في مراقبة كل التغيرات التي لها علاقة بمختلف أوجه الحياة، وسلوك الافراد والمجتمعات.

5-اليقظة على الموارد البشرية :

يعتبر العنصر البشري الركيزة الأساسية في المنظمة ومصدر أساسي للميزة التنافسية، لذا على المنظمة أن تكون يقظة لمختلف العوامل التي يمكن أن تؤثر بالإيجاب أو بالسلب على أداء وسلوك الفرد حتى تتمكن من التوجيه وتحسين الأداء.

6-اليقظة القانونية:

تسمح اليقظة القانونية أو التشريعية بتتبع ورصد القوانين والتشريعات التي يمكن أن تصدرها الهيئات الحكومية أو الوزارية أو جميع أصحاب القرار في الدولة بصفة عامة فهذا الترصد الذي يقوم به المنظمة لمختلف التشريعات والقوانين يسمح للمنظمة من تكوين ردة فعل تجعلها تنتهز الفرصة ، بنقادي الأخطار والتأثيرات السلبية التي يمكن أن تحدثها القوانين والتشريعات الجديدة، ويغطي مجال اليقظة التشريعية الفعاليات التالية: السلطات العمومية ، البرلمان ، هيئات القياس والمحاسبة ، الموثقين والهيئات الدولية المتخصصة.¹

¹ وسام داي، الذكاء الاقتصادي في خدمة تنافسية الأقاليم، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 2015-2016 ص18

المبحث الثاني : ماهية الذكاء الاقتصادي

المطلب الأول :التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي وأهم تعاريفه

الفرع الأول : التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي

سنحاول تسليط الضوء على المراحل التاريخية التي مر بها مفهوم الذكاء الاقتصادي عبر بلدان العالم و كيفية تطبيق كل منطقة لهذا المفهوم، و ارتبطت تجارب الذكاء الاقتصادي ارتباطا وثيقا بالبلدان الصناعية و بتاريخها السياسي و يظهر هذا من خلال هذه النبذة التاريخية.

1-بريطانيا : من الذكاء العسكري إلى الذكاء التسويقي إلى ذكاء الأعمال:

كانت بريطانيا العظمى القوة العالمية الأولى خلال الثورة الصناعية، هذه المكانة التي اكتسبتها في مجموعة البلدان الصناعية جعلت من دراستها أهمية بالغة، علما أنها كانت رائدة في مجال الصناعة كما أنها حققت انتصارات عدة منها احتكار مناجم البترول الإيرانية لمدة نصف القرن .و هذا بفضل عمليات الخدمات المعلوماتية، و بالتالي كانت أول من استخدم الذكاء الاقتصادي في نظام قراراتها إذ أن ثقافة الذكاء البريطاني وجدت جذورها في تطور إمبراطورياتها الاستعمارية .إن الذكاء الاقتصادي نابع من الفكر العسكري الذي يعتمد على المعلومة من أجل اكتشاف نقاط القوة و الضعف للخصم، و من ثم تحليلها من أجل الاستعداد الجيد لمواجهة، و كانت بريطانيا تحصل على معلوماتها عن منطقة البحر المتوسط خلال فترة استعمارها من البندقية.

هذا التطور المعلوماتي في المجال العسكري أدى تدريجيا على خلق خلايا خاصة بـ " الذكاء التسويقي " داخل المؤسسات و اعتمد علما من علوم التسيير، و كان عمله في بريطانيا عن طريق الجمع المكثف للمعلومات حو الأسواق الخارجية، ثم تغيير مصطلح " الذكاء التسويقي "إلى " ذكاء الأعمال "الذي هو أكثر دلالة و قربا من الذكاء الاقتصادي.

2-اليابان : الذكاء العسكري مصدر الذكاء الاقتصادي

في عام 1950 طورت اليابان نظام الذكاء الاقتصادي، و تغيير البلد الأول الذي اعتمد اعتمادا مطلقا على تبادل المعلومات كأساس، و كان هذا بفعل وزارة التجارة الدولية و الصناعة " MITI " التي تأسست

بفضل كبار القادة العسكريين و ذلك سنة 1949 و التي تعتبر أساس المعرفة و القاعدة الأولى على مستوى البلاد و ذلك بمساعدة منظمة التجارة الخارجية اليابانية JETRO التي تأسست سنة 1958 بغية تنشيط الاقتصاد معتمدة في تكوينها على تجربة المنظمة البريطانية BETRO .

3- ظهور مصطلح ذكاء الأعمال:

1958 وضع) LULU من أوائل من اهتم بأنظمة المعلومات (نظام الذكاء

BusinessIntelligence System

4-دراسة ثنائية اليقظة و الذكاء:

Scanning the business environment من أوائل من درسوا سنة 1963 اليقظة على نوعين:

أ-الحراسة :عن طريق البحث عن معلومات و معارف عامة حول البيئة.

ب-البحث :عن طريق البحث عن معلومات لفهم الفرص و التهديدات.

5-أول تعريف الذكاء الاقتصادي:

1967 Harold wilensky نسج أول تعريف للذكاء الاقتصادي من خلال كتابه intelligence l'organisatinnelle .

6-الو.م.أ: تطور مفهوم الذكاء التنافسي إلى الذكاء الأعمال:

1980 مع عولمة الأسواق و التطور الهائل في مجل تكنولوجيا المعلومات بدأ ظهور هذا المفهوم، كان ل " Michael Porter3"أستاذ البحث في جامعة " Harvard "في مجالي " إستراتيجية المؤسسة و الاقتصاد الصناعي " دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي، فاهتم بتحليل المنافسة الحالية و المحتملة بهدف اكتساب المؤسسة معرفة معمقة عن السوق و المنافسين و الذي تجاوز جمع المعلومات على مرحلة معالجة المعلومات و إيصالها للمختصين في الإستراتيجية، و بالتالي تحويل المعلومات المجمععة إلى ذكاء، ثم تدريجيا تطور مفهوم (الذكاء التنافسي (إلى) ذكاء الأعمال (كي لا يقتصر على مجال المنافسة و إنما يشمل كل مجالات المؤسسة.

7-فرنسا:

أ-الظهور الأولي لمفهوم اليقظة في نهاية"80"

كان لا يزال مفهوم اليقظة في مرحلة الظهور في المؤسسات الفرنسية نهاية الثمانينات و اقترحMartinet و Riboult خمس أنواع لليقظة و ذلك حسب القوى الخمسة للمنافسة لبوتر مجمعة هذه الأنواع الخمسة في اليقظة الإستراتيجية.

ب - ظهور مفهوم الذكاء الاقتصادي في بداية"90"

في 1990 كانت بداية ظهور الذكاء الاقتصادي في فرنسا، حيث اعتمد في تكوين المفهوم على المصدر الأنجلو سكسوني مع تناسي التجربة اليابانية.

- أول الدراسات عن الذكاء الاقتصادي كانت من طرف الرائدتين. « Anguilan, keegan »
- تطور الأعمال حول مراقبة المحيط التي قام بها كل من « Lesca, Martin » و البحوث الذي قام بها « lesca » حول تسيير المعلومة و أهميتها للمسيرين و المختصين.

ج -الترسيخ الرسمي لنظام الذكاء الاقتصادي في:1992

- أبريل: 1992 عرض نظام الذكاء الاقتصادي رسميا في فرنسا بإنشاء الفرع الفرنسي ل S.C.I.P.مجتمع الذكاء التنافسي المهني بناء على مبادرة كل من Yves , Michel « Mart » و« brunoMartnet » و « Jean pierre Berant » .

د -التحسيس بأهمية الذكاء الاقتصادي:

- 1994 إعطاء أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي في فرنسا من خلال تقرير المحافظة العامة "الذكاء الاقتصادي و الاستراتيجية " و الذي ترأسه « HenriMarter » و عبر هذا التقرير عن مجموعة من الاقتراحات يمكن صياغتها في أربع نقاط:
- نشر تجربة و ثقافة الذكاء الاقتصادي في المؤسسة.
- تسهيل انتقال المعلومات بين القطاع العام و الخاص

- وضع بنوك المعلومات في خدمة احتياجات المستعملين.

- تدعيم عالم التربية و التكوين

هـ -تأسيس لجنة التنافسية و الأمن:

18أفريل1995:شكل تقرير مارتر دافعا لتأسيس لجنة التنافسية و الأمن الاقتصادي من طرف الوزير الأول و المكونة من سبعة أعضاء منتخبين لمدة سنتين و كان غرض تاسيسها لفت إنتباه الدولة إلى توقعات المؤسسات و تطوير العلاقة بين القطاع العام و الخاص.

ل -لمواصلة الاهتمام بالذكاء الاقتصادي و اعتباره أحد مكونات الدفاع الاقتصادي:

2002منشور من طرف « Minefi » (وزارة الاقتصاد، المالية، الصناعة) أعاد تعريف مفهوم الدفاع الاقتصادي، و إعتبر الذكاء الاقتصادي واحد من مكوناته إضافة إلى الأعوان الأخرى المساهمة في تفعيله.

م -تحرير تقرير حول الذكاء الاقتصادي:

و نفس السنة: 2002 طلب الوزير الأول « JeanHerreRaffain »

من النائب « BernardCarayon » تحرير تقرير حول الذكاء الاقتصادي.

- نشر تقرير Bernard Carayon

2003:نشر تقرير Bernard Carayon تحت عنوان Intelligence Economique et Cohesion

Sociale

مساند السياسة العامة للذكاء الاقتصادي معتمدا على 4 محاور:

- تدعيم التنافسية، خاصة التي تقود المؤسسة على غزو الأسواق الخارجية.
- إعداد جهاز الأمن الاقتصادي في مجال شبكات المعلومات العلمية الصناعية، الجهاز القانوني (الملكية الفكرية الخاصة).
- وضع إستراتيجية التأثير خاصة في مجال السبق المعياري

• نشر على مستوى المقاطعات حملات تحسيسية و التكوين الملائم لاحتياجات الأعوان الاقتصاديين.

و -تعيين مسؤول أعلى للذكاء الاقتصادي في السكريتاريا العامة للدفاع الوطني:

نهاية ديسمبر 2003:

عين « Jaque Chirac » رئيس الجمهورية الفرنسية سابقا لمرسوم رئاسي « Alain Jullet » مسؤولا أعلى للذكاء الاقتصادي في سكريتاريا العامة للدفاع الوطني SGDN و المكلف بتنسيق السياسة العامة للذكاء الاقتصادي و هذا لتمتعه بتجارب عملية في القطاع الخاص و مجال المعلومات.

ك -تعميم جهاز الذكاء الاقتصادي على المستوى الإقليمي:

13 سبتمبر 2005 أرسلت وزارة الداخلية منشورا لولاية المناطق حول الذكاء الاقتصادي على المستوى

الإقليمي.

ي -اقترح خلق مديرية مركزية للمعلومات الداخلة:

جوان 2008 الكتاب الأبيض للدفاع و الحماية الوطنية يقترح خلق مديرية مركزية للمعلومات الداخلية « DCRI » و الذي مهمته حماية الإرث المادي و الغير مادي للقطاع الاقتصادي الفرنسي (المؤسسات، المخابر، مراكز الدراسات و البحث).

إطلاق المديرية المركزية للمعلومات الداخلية:

2009 الإطلاق العملي ل (DCRI) و تفعيل (DDRI) غدارة مقاطعة المعلومات الداخلية.

و يمكن تلخيص مختلف هذه التطورات التاريخية في الجدول الموالي:

الجدول رقم : 01.01 التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي

التاريخ	الدولة أو الكاتب	ظهور أو تطور المفهوم
1870	بريطانيا	من الذكاء العسكري إلى الذكاء التسويقي إلى ذكاء الأعمال
1950	اليابان	الذكاء العسكري مصدر الذكاء الاقتصادي
1958	Luhn	ظهور مصطلح ذكاء الأعمال
1963	F.J.Aguilar	دراسة ثنائية اليقظة و الذكاء
1967	Harold Wilensky	أول تعريف للذكاء الاقتصادي
1980	و.م.أ.	تطور مفهوم الذكاء التنافسي إلى ذكاء الأعمال بالولايات المتحدة الأمريكية
نهاية 80	فرنسا	ظهور الأولي لمفهوم اليقظة
1990	فرنسا	ظهور مفهوم الذكاء الاقتصادي
1992	فرنسا	الترسيخ للنظام الذكاء الاقتصادي
1994	فرنسا	أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي من خلال تقرير المحافظة العامة للتخطيط
1995	فرنسا	تأسيس لجنة تنافسية و الأمن الاقتصادي
2002	فرنسا	تحرير تقرير حول الذكاء الاقتصادي
2003	فرنسا	نشر تقرير حول الذكاء الاقتصادي و التنافسية. تعيين مسؤول أعلى الذكاء الاقتصادي
2005	فرنسا	تعميم جهاز الذكاء الاقتصادي على المستوى الإقليمي
2009	فرنسا	إطلاق المديرية المركزية للمعلومات الداخلية

المصدر : فيلالي أسماء ، مرجع سبق ذكره ، ص.26

الفرع الثاني: مفهوم الذكاء الاقتصادي

أولاً: الذكاء لغة

فضل الله آدم عن الملائكة بالعقل و كرمه بعمارة الأرض أن يجعله خليفة لله عز وجل في أرضه.

وقد أشير إلى استخدام الذكاء¹ في القرآن الكريم في قوله تعالى " وإني مرسله إليهم بهدية فناظرة بم يرجع

المرسلون " ² وهذه إشارة على استخدام بلقيس لذكائها حينما أرسلت بهدية إلى نبي الله سليمان عليه السلام.

كان الهدف من الهدية أن يكف سليمان عليه السلام عن قومها وعن محاربتها و الذكاء في اللغة هو تمام

الشيء ومنه الذكاء في السن وهم تمام السن ومنه الذكاء في الفهم وهو أن يكون فهما تاما سريع القبول.

-وعرف ابن القيم الذكاء :الفطنة وسرعة الفهم

-وقال ابن سينا عن الذكاء هو قوة الحدس.

-و الذكاء هو مجموع القدرات العقلية التي يستخدمها الفرد لمواجهة المواقف الجديدة ويعبر عنه أيضا على

السلوك الذي ينتج عنه حل المشكلات و التكيف مع البيئة، وتكوين المفاهيم العقلية و التعلم.

ثانيا اصطلاحا : نظرا للأهمية التي يكتسبها الذكاء الاقتصادي فقد كان محط أنظار و اهتمام الكثيرين

ويظهر من خلال تنوع وتعدد تعريفاته ، و أبرزها:

• تعريف: Harold Wilensky

نسج هارولد أول تعريف للذكاء الاقتصادي من خلال كتاب intelligence organisationnelle فرعه

كتالي:

"هو نشاط إنتاج معرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية و الإستراتيجية للمنظمة، بحيث يكون تجميعها و

تخزينها في إطار قانوني ومن مصادر معروفة أو مفتوحة"³

¹ -سعاد حرب قاسم، أثر الذكاء الاستراتيجي على عملية اتخاذالقرارات(دراسة تطبيقية على المدراء في مكتب غزةالإقليمي التابع للأمم)،مذكرة ماجستير ،جامعة غزة الإسلامية 2010-2011،ص 10-11عن المراجع الأصلية -طارق السويديان ،صناعة الذكاء شركة الإبداع الفكري للنشر والتوزيع،الكويت ،الطبعة الأولى ،2008ص 18

² القرآن الكريم،سورة النمل الآية 35

³ -origine de l'intelligence strategique voir www.intelligencestrategique.be/site/ase_is-fr/intelligencestrategique/origine.de.l'intelligencestrategique.HTML visite le 05/05/2015 à 18:48

• تعريف: Marter Henri

قدمت مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي وكان تقرير مارتر سنة 1994 إذ عرفه " : مجموعة نشاطات منسقة من البحث و المعالجة و بث المعلومة المفيدة للأعوان و المتدخلين الاقتصاديين لصياغة إستراتيجيتهم وتحقيق الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة وتحسين توقعها في بيئتها التنافسية، وتكون مختلف النشاطات موجهة بطريقة شرعية مع توفير كل ضمانات الحماية الأساسية لممتلكات المؤسسة في احسن شروط الجودة، الوقت و التكاليف¹ ."

• تعريف " Revelle C 1998" الذكاء الاقتصادي هو عملية جمع، معالجة، بث المعلومات،

بهدف التقليل من حالة عدم التأكد في إتخاذ أي قرار إستراتيجي² ."

• Christian Harbulot كان تعريفه للذكاء الاقتصادي على أنه " :البحث وتفسير المعلومات المتاحة

للجميع، بهدف تحديد نوايا الأعوان الاقتصاديين ومعرفة قدراتهم في تفعيلها، و الذكاء الاقتصادي يدرك كل عمليات المراقبة في البيئة التنافسية ويميز بين المعلومات التقليدية عن طريق طبيعة مجال تطبيقها، وبما أنها تتعلق بمجال المعلومات المفتوحة تتطلب إذن الامتثال للمصادقية، هوية الأطراف الفاعلة فيه أي جميع موظفي الإدارة تشارك في بناء ثقافة المعلومات وخصائصها الثقافية ليس فقط الخبراء لأن كل اقتصاد وطني ينتج نموذج اقتصادي خاص به³ ."

• أما بالنسبة لـ : Alain Juillet المسؤول على الذكاء الاقتصادي بفرنسا سنة 2005 أن الذكاء

الاقتصادي هو سلوك تحكم يعمل على السيطرة و حماية المعلومة الإستراتيجية من أجل تحقيق و الوصول إلى المنافسة ، الأمن الاقتصادي للمؤسسات و تعزيز سياسة التأثير⁴ ."

• بالنسبة لـ : Michal porter أستاذ بجامعة Harvard الذي كان له الفضل في تطوير مفهوم الذكاء

الاقتصادي إذ قال عنه أنه يعتمد على تزويد المعلومة المناسبة للشخص المناسب وفي الوقت المناسب لتمكينه من اتخاذ القرار المناسب و التصرف الأمثل مما ينتج عنه تحسين و تطوير بيئة المؤسسة في الاتجاه الصائب. "

¹ Intelligence économique stratégique et stratégie des entreprises;rapport du commissariat général du plan,travauxprésides par Henri Marter,la documentation française,p11

² amos david,l'ie el les systèmes d'information,problématiques et approches de solutions.p02 voir: Http //hal.inria.fr/inria.fr/docs/00/03/63/85pdf/ie-srie-algerie-telecom.pdf.visité le 07/05/2015à00.08

³ فيلالي أسماء،مرجع سابق ص

⁴ jean pierre legendre,l'intelligence economique,guide pratiques pour les p.m.e;rapport 2006 du cie(le cercle d'intelligence economique)du MEDEF,paris,2006,p05.

• **Philippe Baumard** تعريفه للذكاء الاقتصادي كان " هو ليس مجرد فن المراقبة ولكنه تطبيق دفاعي هجومي للمعلومات، هدفه هو الربط بين العديد من المايديين و المجالات لخدمة الأهداف التكتيكية والإستراتيجية للمنظمة، حيث أنه وسيلة ربط بين عمل ومعرفة المنظمة¹ . "

• **تعريف: P.Bisson et J C Possin**

الذكاء الاقتصادي هو " التحكم المكثف في المعلومات الإستراتيجية من حيث إنتاجها تداولها استغلالها، حمايتها، كما أنه فن كشف الفرص و التهديدات من خلال ضمان الأمن المعلوماتي والاستعداد لمواجهة الأوضاع غير متوقعة² . "

الجدول رقم : 01. 02 يلخص أهم تعاريف الذكاء الاقتصادي

الكاتب	ميزة التعريف
Harold wilensky	أهم ميزة في تعريفه للذكاء الاقتصادي هي الإعتماد على المصدر القانوني في إنتاج المعرفة.
Martre henri	الذكاء الاقتصادي عبارة عن نشاطات متناسقة للوصول للمعلومة المفيدة ذات فعالية اقتصادية
Revelli C1998	يرتكز على خفض نسبة عدم التأكد في إتخاذ القرار.
Christian harbululot	تحليل إستراتيجي تكتيكي للمعلومة المتاحة مشاركة الجميع في ذلك
Alain juillit	الذكاء الاقتصادي هو تحكم وحماية المعلومة لتحقيق المنافسة،الأمن التأثير
Michal porter	المعلومة المناسبة في الوقت المناسب للشخص المناسب لاتخاذ القرار المناسب.
Philippe Baumart	الذكاء الاقتصادي هو فعل دفاعي هجومي في آن واحد
P.Besson et JC possin	الذكاء الاقتصادي التحكم في المعلومة تحقيق الأمن المعلوماتي

المصدر :الجدول من إعداد الباحثة على ضوء التعاريف السابقة.

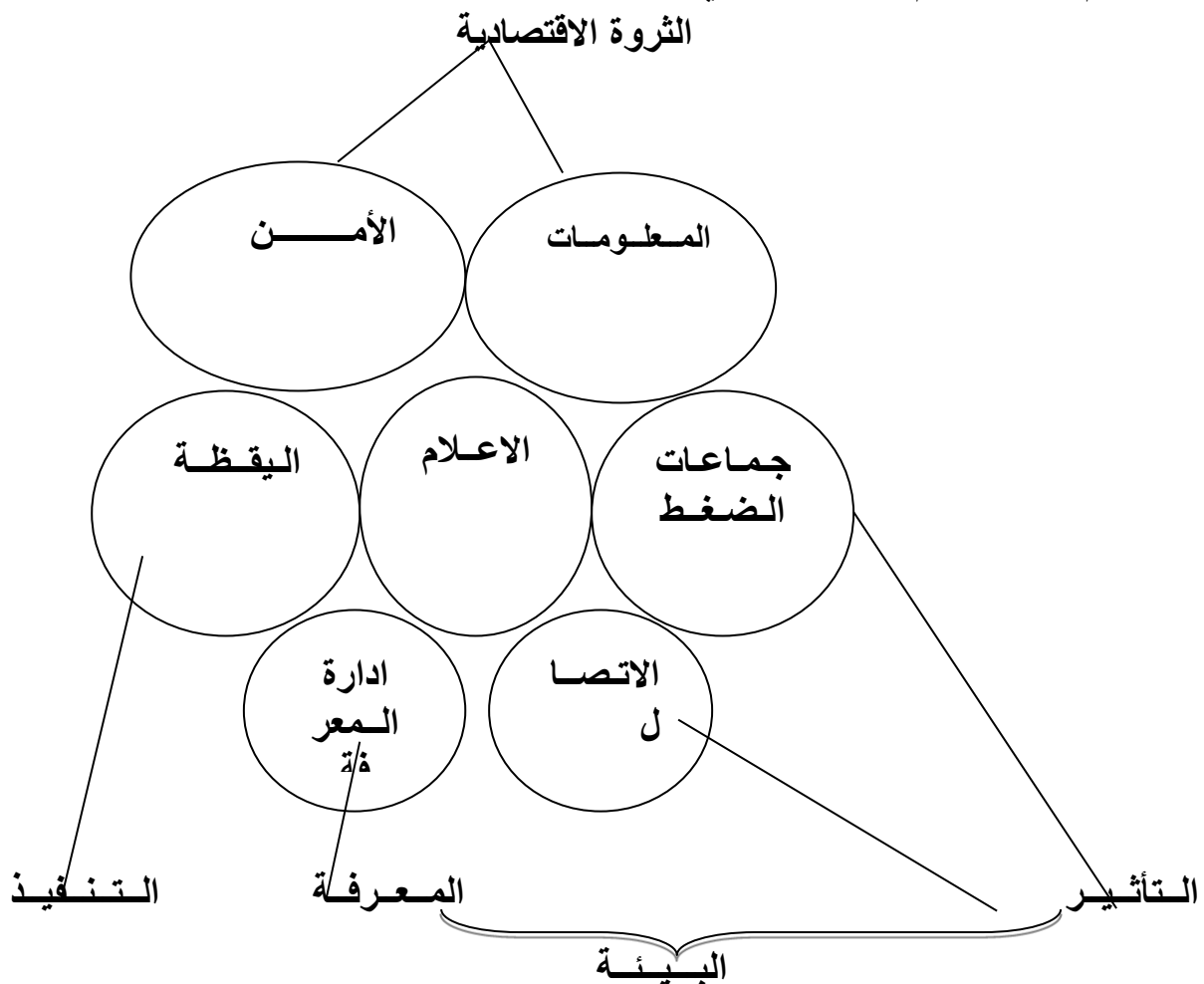
¹ Définition de l'intelligence économique voir: <http://www.actuligence.com/ressource/definitions-de-l'intelligence-economique> /visite le :09/05/2015 à 02:11

² Définition de l'intelligence économique voir : <http://www.actuligence.com/ressource.com/définition-de-l'intelligence-economique> visite le 16/05/2015 à 18.12

*من خلال التعريفات السابقة يمكن القول أن المعلومة هي الركن الأساسي و العنصر الأول للذكاء الاقتصادي، و مما سلف ذكره يتضح أن الذكاء الاقتصادي هو تطبيق دفاعي هجومي من المعلومات يتمثل في رصد التهديدات واقتناص الفرص وتلبية حاجات الأعوان الاقتصاديين و تزويدهم بالمعلومات الإستراتيجية ذات القيمة المضافة من مصادر مشروعة لاتخاذ القرارات السليمة في الأوقات المناسبة بهدف تحسين تنافسية المؤسسة وتعزيز سياسة التأثير مع الحرص على حماية الإرث المعلوماتي وتحقيق الأمن الاقتصادي .
يضم الذكاء الاقتصادي جملة من المفاهيم يتمثل في المعلومة، الأمن الاقتصادي، اليقظة و جماعات الضغط، إدارة المعرفة كما هو موضح في الشكل الموالي:

الثروة الاقتصادية

الشكل رقم 1-2: مفهوم الذكاء الاقتصادي



Source : Synthèse : la veille stratégique du concept a la pratiques Institut Atlantique d'Atlantique d'Aménagement des Territoires (IAAT), juin2005 , P3 :voir :www.iaat .org

المطلب الثاني: خصائص الذكاء الاقتصادي وعناصره

يمكن أن نحصر الذكاء الاقتصادي في كونه سياسة عامة تحددها الدولة بمشاركة باقي المتدخلين و المتعاملين و لها محتواها و مجال تطبيقها حيث يتمتع الذكاء بخصائص و تبني عملياته علي عناصر سيتم ذكرها.

الفرع الأول: خصائص الذكاء الاقتصادي

يهتم الذكاء الاقتصادي بتحقيق التناغم بين الأنشطة و التنسيق بين الفاعلين¹ إنطاقا من المؤسسة مرورا بالمستويات الوسيطة (الجماعات المحلية(إلى بلوغ المستويات الوطنية) الإستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز اتخاذ القرار في الدولة (ثم المستويات المتعددة) المجمعات المتعددة الجنسيات (و الدولية) إستراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة²(ومن بين الخصائص المتعددة للذكاء الاقتصادي نذكر مايلي³:

- الاستغلال الإستراتيجي أو التكتيكي للمعلومات ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات.
- التوفر على الدافع و الإرادة القوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين.
- وجود روابط وعلاقات قوية بين مؤسسات و الجامعات والإدارات المركزية و المحلية.
- تشكيل جماعات الضغط و التأثير.
- إدماج المعارف العلمية، التقنية الاقتصادية القانونية و الجيوسياسية.
- اعتماد العالمية كسَلْم لاتخاذ القرارات.
- السرية في نشر المعلومات و الحصول عليها بطريقة شرعية.

في إطار ما تقدم يظهر أن الذكاء الاقتصادي يدعم صناع القرار وصائغي الإستراتيجيات بالمعلومة المفيدة مع تحقيق التأثير وممارسة العمل الضغطي والتي تعتبر أهم خصائص الذكاء الاقتصادي.

¹ يونس بلفلاح، الذكاء الإقتصادي لزيادة التنافسية، مقال نشر في العربي الجديد بتاريخ: 30/12/2014 على موقع <http://alaraby.co.uk>

² عامر سامر عبد الجنابي، الذكاء الإقتصادي، بكالوريوس في العلوم الاقتصادية، جامعة تكريت العراق 2012، ص 13

³ Thiendou Niang, Enjeux de l'intelligence économique, école de bibliothécaires, archivistes, documentalistes (EBAD), université cheikh anta diop, dakar, 2004 p (2-3) voir DOCSLIDE.fr/documents/enjeux.intelligence_economique /visité:23/05/2015 à 01:38

الفرع الثاني: عناصر الذكاء الاقتصادي

-يتألف النظام الاقتصادي من ثلاث نظم مترابطة ومتكاملة وهي:اليقظة الإستراتيجية،الأمن،التأثير.
يوضح الشكل الموالي مكونات الذكاء الاقتصادي.

الشكل رقم 1-3: مكونات الذكاء الاقتصادي



Source : Bounedjma. M , intelligence économique : concept définition et mode opération
séminaire des sensibilisation a l'intelligences économique a la ville stratégique, hotel el aurassi,
Algerie,le 23/12/2008.P

1- اليقظة الإستراتيجية: تلعب اليقظة الإستراتيجية دورا متكاملًا في نظام الذكاء حيث يمكن تلخيصه في¹:

أ- التوقع: هي توقعات لنشاط المنافسين أو تغيير المحيط.

ب- الاكتشاف: اكتشاف منافسين، مؤسسات فرص السوق

ج- المراقبة: مراقبة تطورات عرض المنتجات في السوق، التطورات التكنولوجية أو طرق الإنتاج.

د- التعلم: وذلك بتعلم خصائص الأسواق الجديدة وأخطاء ونجاح المنافسين.

2- الحماية: يعتبر الجانب الدفاعي للذكاء الاقتصادي و المتمثل في حماية المعلومة من أولويات هذا الأخير فلا إنجاز لا يكمن في الحصول على المعلومة ولكن في حمايتها للحفاظ على الإرث المعلوماتي للمؤسسة وتحقيق الأمن الاقتصادي.

3- التأثير: هو استخدام المعلومة بطريقة تمكن المؤسسة من تحسين و تطوير بيئتها وتسخرها لتحقيق أهدافها الإستراتيجية ومواجهة التيارات الضارة وللتأثير عدة وسائل أهمها حملات الاتصال تكون بالتأثير على المستهلك، باستخدام التفكير أو ما يسمّى (think tank) للتأثير على قادة الرأي وأخيرا التأثير بالضغط². (lobbying)

بالإضافة إلى هذه العناصر هناك عناصر أخرى:

أ- التنافسية: تعتمد على عمليات البحث و التطوير وتسمح للمؤسسة بتعقب الفرص الحصول على الأسواق في العالم وذلك بالتعرف على الرهانات الإستراتيجية وتجميع الخبرات و المعلومات الخاصة و العامة.

ب- الاتصال و الأمن: بمعنى التحضير و التحسب ضد يقظة الآخرين إضافة إلى تزويد العمال بالمعارف وتوضيح مضمون الحوارات الداخلية خلق ردود أفعال وضع بنود سرية في عقود العمال، أما عناصر الذكاء الاقتصادي بالنسبة للدولة هي:

- ضمان يقظة استراتيجية تسهل عملية اتخاذ القرار بالنسبة للأعوان العموميين في المجال الاقتصادي .
- دعم تنافسية المؤسسات و القدرة على تحويل تكنولوجيات مؤسسات البحث بالدرجة الأولى لفائدة المؤسسات.
- ضمان الأمن الاقتصادي ومؤسسات البحث.

¹ خلفاوي شمس ضيات، الذكاء الإقتصادي رهان تسيير المؤسسات الحديثة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عنابة العدد العاشر، مارس 2013

² بوريش أحمد مرجع سابق ص 51

مما سبق يتضح أن يتضح أن عناصر الذكاء الاقتصادي بالنسبة للمؤسسة هي نفسها بالنسبة للدولة باعتبارها عينة مصغرة وجزء لا يتجزأ من الدولة.

المطلب الثالث: أهمية الذكاء الاقتصادي وأهدافه

إن الذكاء الاقتصادي بوصفه أداة إستراتيجية للتحكم في المعلومة، ومعرفة المحيط الجيواقتصادي يشكل الإطار المفضل لرصد التطورات المسجلة على مستوى السوق التنافسية وفي هذا المطلب سنستعرض أهمية و أهداف الذكاء الاقتصادي.

الفرع الأول: أهمية الذكاء الاقتصادي

أصبحت المؤسسة تنشط في بيئة أعمال تتميز بالدينامكية و التعقيد نظرا لتعدد متغيراتها وفي ظل سرعة تبادل المعلومة واشتداد المنافسة التي ترجمت إلى حرب اقتصادية تظهر الضرورة الملحة إلى تبني الذكاء الاقتصادي الذي تبرز أهميته في:

- يوفر الذكاء الاقتصادي للمؤسسة الحماية من التهديدات الخارجية ويمكنها من الاستيلاء على الفرص قبل منافسيها وكذا التكيف مع القواعد الجديدة للسوق.

- تلعب تطبيقات الذكاء الاقتصادي دورا هاما في مساعدة المؤسسة على وضع إستراتيجيتها المستقبلية و الوصول إلى تحقيقها.

- يعتبر الذكاء الاقتصادي أداة للتطوير و الإبداع و التمييز من خلال اعتماده على المعلومة وأسبقيته في الحصول عليها و التنبؤ بالاحتياجات ورد فعل السوق كإطلاق منتج جديد، التغيير في التشريعات و القوانين، اكتشاف بعض التطورات و التكنولوجيات الحديثة¹.

- يساعد الذكاء الاقتصادي المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية و يساعدها على التمتع في أسواق جديدة.

يحقق الذكاء الاقتصادي رضا العامل بتحسين التقنيات وتطويرها مما يخفف الضغط العمل.

زيادة الفعالية التنظيمية بحيث يعزز الذكاء الاقتصادي قدرة أكبر من العمل الجماعي وتحسين الاتصالات وتوثيق العلاقة بين الإدارة و الموظفين².

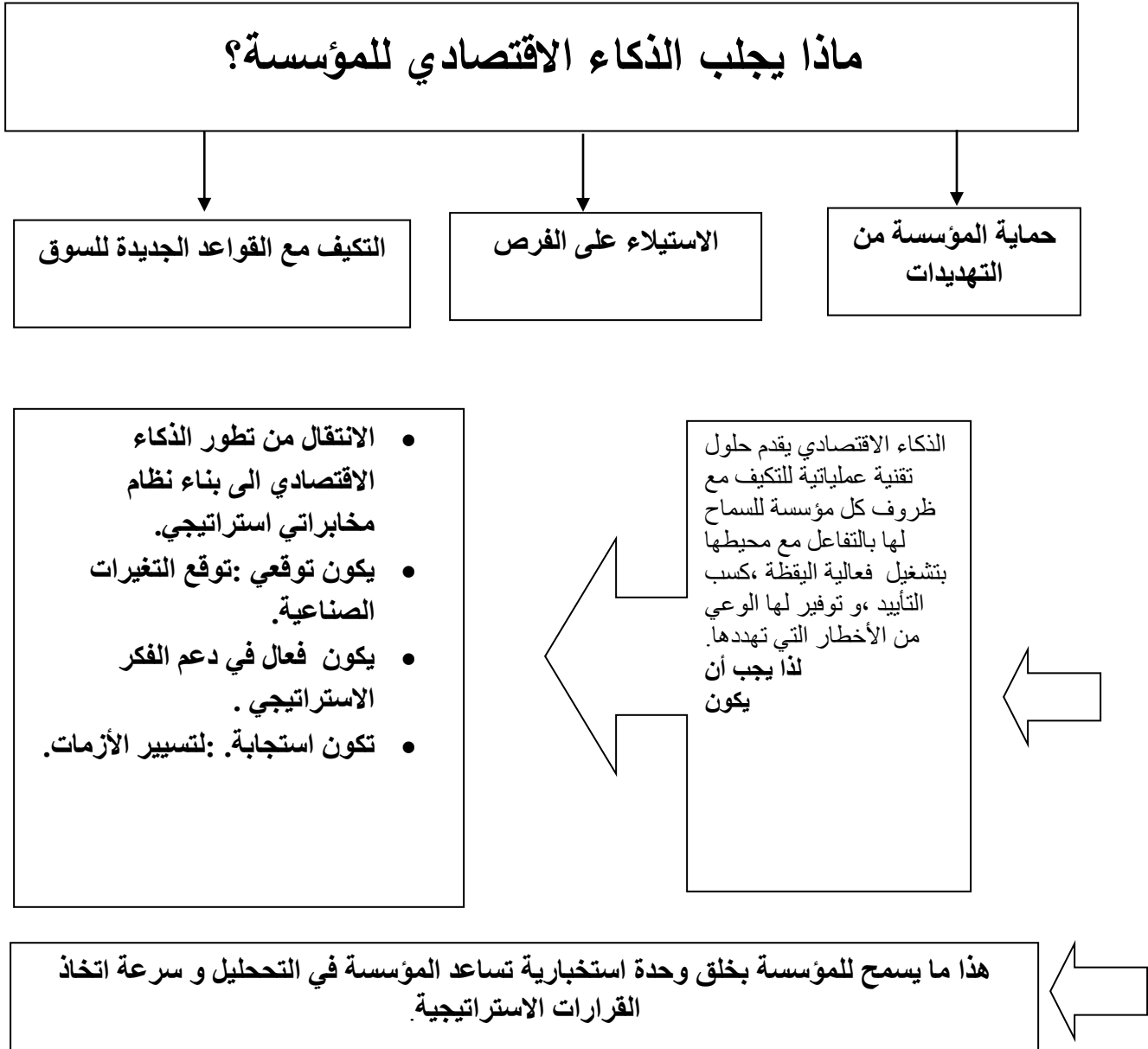
يوضح الشكل الموالي ماذا يجلب الذكاء الاقتصادي للمؤسسة:

¹ -سهام عبد الكريم ،دعم الذكاء الإقتصادي في المنظمات الجزائرية،المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ،ذكاء الأعمال وإقتصاد المعرفة ،جامعة الزيتونة الأردنية ،عمان الأردن 23-26أبريل 670-672

² مرادناصر ذكاء الأعمال،محرك تنافسية المنظمة دراسة حالة الجزائر،المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال وإقتصاد المعرفة،جامعة الزيتونة الأردنية،عمان الأردن 23،26أبريل 2012 ص 744-ص745

ما ذا يجلب الذكاء الاقتصادي للمؤسسة؟

الشكل رقم 1-4: أهمية الذكاء الاقتصادي بالنسبة للمؤسسة.



Source: Nabila Sahnoune, Introduction a la démarche d'Intelligence économique dans l'entreprise, séminaire de sensibilisation à l'intelligence économique et à la veille stratégique, Alger-hotel el Aurassi, Algérie le 23/12/2008, p03.

من خلال الشكل يظهر أن الذكاء الاقتصادي هو بمثابة الذرع الواقي للمؤسسة الذي يحميها من التهديدات الخارجية وهذا الدور الدفاعي لا يهمل دوره الهجومي الفعال المتمثل في اقتناص الفرص، كما يضمن هذا الأخير تعايش المؤسسة وتكيفها مع بيئتها التي تتميز بالتغيير وعدم الاستقرار.

كما تستفيد الدولة من خلال إتباع إستراتيجية الذكاء الاقتصادي¹ فيظهر في حاجة هذه الأخيرة إلى معلومات عن ما يدور في اقتصاديات الدول الأخرى، فيتسنى لها رسم الخطط و الإستراتيجيات اللازمة لحماية اقتصادها من الهجمات التي قد تتعرض لها مؤسسات الوطنية أو القطاعات الإستراتيجية للوطن كما يمكنها من الاستفادة القصوى من الاتفاقيات و المعاهدات الدولية فمثلا في إبرام اتفاقية التحرير الجمركي بين الجزائر و الاتحاد الأوروبي قام هذا الأخير بإجراء مسح حول طبيعة وسلوك المستهلك الجزائري وكذلك الاتفاقيات التي تربط الجزائر مع دول جنوب شرق آسيا فيما يخص عقود توريد الأرز الطويلة الأجل وقد حدد شريحة السلع التي سيعفي الجزائر من دفع التعريفات الجمركية عليها و التي في معظمها غير محبذة من طرف المستهلك الجزائري كالسجائر المرتفعة الثمن و الفواكه الباهظة وفي المقابل أخذ من الجزائر التنازل عن التعريفات الجمركية لمواد إستراتيجية في صناعته .

الفرع الثاني: أهداف الذكاء الاقتصادي

ينحصر مجال الذكاء الاقتصادي خصوصا في الأسواق التي تعد مصدرا للقيمة المضافة بل و يتعدى الأمر ذلك ليكون مصدرا للتأثير وللقوة² ويستهدف من الذكاء الاقتصادي³.

-تحسين تنافسية المؤسسات.

-حماية إرث المؤسسة و التحسن الدائم لها بواسطة أنشطتها التالية:

*توقع السوق المستقبلي.

*فهم و معرفة إستراتيجيات المنافسون.

¹ -سهام عبد الكريم، مرجع سبق ذكره ص671.
² وسام داي، تطبيق السياسات الإقليمية للذكاء الاقتصادي في الجزائر واقع وافاق،مجلة العلوم الاقتصادية،المجلد التاسع،العدد الخامس والثلاثون أذار

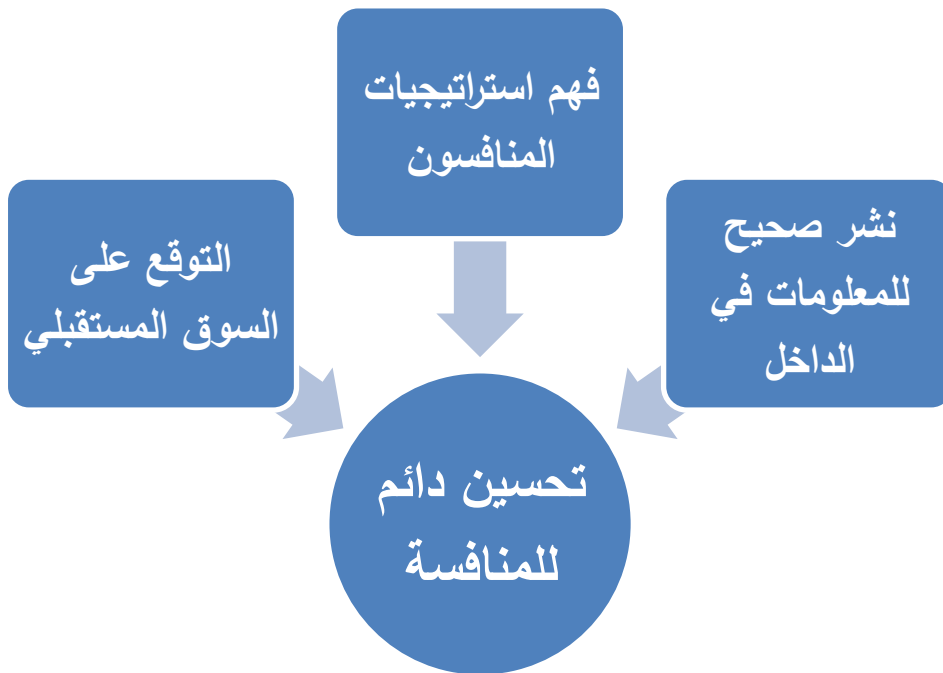
2014 جامعة باتنة ص 05

³ -حليمي لامية، دور اليقظة الاستراتيجية والذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،مذكرة ماجستير ،جامعة بومرداس 2010-2009، ص72

والشكل التالي مقترح من طرف F.Jakobiak يوضح أهداف الذكاء الاقتصادي في المؤسسة.

الشكل: رقم 1-5: لماذا الذكاء الاقتصادي في المؤسسة

لماذا الذكاء الاقتصادي في المؤسسة؟



المصدر: حللمي لامية، دور اليقظة الإستراتيجية و الذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مذكرة ماجستير، جامعة بومرداس 2010 – 2009 ص.72
عن المصدر الأصلي:

F.Jakobiak ,l'intelligence économique, la comprendre, p86.

يبين الشكل أعلاه أن أهداف الذكاء الاقتصادي يسمح بالإجابة عن السؤال لماذا الذكاء الاقتصادي في المؤسسة ؟

بالنسبة للباحثين وكتاب آخرون، ينطوي الذكاء الاقتصادي عند تطبيقه على مجموعة من الأهداف تتمثل¹:

- جلب و خلق معارف تتوافق مع العولمة وإستراتيجيات التطور للبلدان.

- تطوير أكثر للعمليات و التعليمات من أجل فهم أحسن وتسيير بيئتها.

- إنتاج معلومات بقيمة مضافة أكثر وتقليص عدم التأكد في القرارات.

كما توجد أهداف أخرى تتمثل في :

*ريح الوقت عند نشر المعلومات لمختلف فرق العمل.

*نقل وتحفيز ديناميكية أي إعادة تجديد الذهنيات للعمال في مختلف المستويات.

*متابعة البيئة (خاصة معرفة المركز السوقي، الأرباح رقم الأعمال المنافسين عن طريق القياس المقارن) يسمح بالخروج من الإخفاقات و المشاكل.

*إعداد إستراتيجيات التأثير.

*التنسيق بين مختلف الأعوان) إعداد و التحكم في شبكة أو شبكات داخلية و خارجية.

وعبر Olivier Gyitton عن أهداف الذكاء الاقتصادي حسب الوقت إلى طويلة الأجل، متوسطة الأجل قصيرة الأجل كما يلي:

- **أهداف طويلة الأجل** :حيث يعمل الذكاء الاقتصادي على توقع الإشارات الضعيفة من البيئة حول وضعية المنافسين، تغيير قوى السوق و العمل على بناء التصورات الممكنة للمستقبل.
- **أهداف متوسطة الأجل** :توافق المبادئ و القوانين مع تطور البيئة الذي يسمح بتكيف المؤسسة مع البيئة.

¹ -حليمي لامية،مرجع سبق الذكر ص 72-73

• أهداف قصيرة الأجل: العمل ورد الفعل للإشارات القوية التي ينشط و يجدر الاعتناء بالمناجمنت في اتخاذ القرار وخطط الأعمال.

إذن الذكاء الاقتصادي يهدف إلى تحسين تنافسية المؤسسة من خلال التأثير على مؤشرات القدرة التنافسية لديها.

المبحث الثالث: جوانب الذكاء الاقتصادي.

المطلب الأول :وسائل وأعوان الذكاء الاقتصادي

الفرع الأول : وسائل الذكاء الاقتصادي:

عمل التطور الهائل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال على نمو عمليات الذكاء الاقتصادي في العالم فالتطور التقني الهائل وأساليب جمع المعلومات و التحليل أدت إلى اتساع تبني الذكاء الاقتصادي ومن بين المؤسسات التي عملت على إيجاد نماذج للذكاء الاقتصادي نذكر نموذج Fuld 1995 يضم ست أدوات هي:

1-ملمح نوايا و قدرات المسيرين: يسمح بالتنبؤ بقرارات هؤلاء و تحديد العوامل التي تؤثر على إجراءات اتخاذ القرار لديهم .ولإعداد الملمح النفسي لصاحب القرار يجب الأخذ بعين الاعتبار سبعة محددات هي : أنماط القيادة، الثقافات، المسارات المهنية، الكفاءات، التوجهات،الميولات،القرارات السابقة.

يتم تحليل هذه المحددات في ظل مناخ المؤسسة المستقبلي من وجهة نظر التكاليف و التكنولوجيا المتاحة، الإدارة و العمليات¹.

2. البانشمار كينغ (Benchmarking): المقارنة المرجعية وهي تقنية تسمح بالتعرف على محددات الكفاءة العالية لأحسن المؤسسات العاملة في نفس القطاع النشاط² لتحسين الإنجاز و الأداء .

ظهرت هذه الطريقة وهي في الولايات المتحدة الأمريكية ويمكن من خلالها اكتشاف الانحرافات التنافسية ابتدعت هذه التقنية شركة Rank Xerox في السبعينات لصد المنافسة الدولية سوق الآلات الناسخة حوالي 1975.قامت شركة Rank Xerox بتطوير الطريقة لصد المنافسة اليابانية بالأخص شركة (Canon)و

التي أدت إلى انخفاض حصتها السوقية من 82 بالمائة إلى 41 بالمائة،فقامت شركة Rank Xerox بمقارنة نشاطاتها بنشاط المؤسسات الرائدة المختلفة وقد أدى استعمال الطريقة إلى تحقيق النجاح في مجال الإنتاج، مما شجع على تطبيقه في كافة المستويات وذلك بهدف تحقيق الريادة.

تتنمي طريقة المقارنة المرجعية إلى أسلوب التحسين المستمر الذي يعتبر بدوره من طرق تحسين جودة المنتجات و الخدمات وتقوم المقارنة المرجعية على أساس المراحل التالية:

-تحديد العملية المستهدفة بالتحسين.

¹ حمداني محمد ،أهمية الذكاء الإقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية،مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد 2012/02،كليةالعلوم الإقتصادية ،علوم التجارة وهران ص17

² تير رضا ،دور الذكاء الإقتصادي في إرساء البات الحكم الراشد من خلال البحث والتطويرواقعه وافاقه في الجزائر ص04.

- تحديد أفضل مؤسسة تتميز في أداء العملية.
 - تجميع المعلومات عن هذه المؤسسة.
 - تحليل البيانات ودراسة مقارنة بين أدائها في المؤسستين وأسبابه.
 - تحديد الأهداف وخطة التحسين بالتساوي بين المنافسين أو التفوق عليهم.
 - تشكيل فرق عمل متكاملة تضم العاملين المرتبطين بالعملية موضوع التحسين¹.
- 3 تحليل الإستراتيجية المستقبلية:** تهدف إلى معرفة مختلف نقاط القوة و الضعف وكذا الفرص و التهديدات المحيطة بالمؤسسة، وهو نفس النموذج المعروف في مجال التحليل الإستراتيجي باسم SWOT ، وتسمح نتائج هذا التحليل بتحديد توجه إستراتيجي ومحاور أولية للتدخل.
- 4. توقع الاستراتيجية التنافسية:** يقترح نموذج FULD تحليل القوى الأربع المحيطة للمؤسسة وهي: اللوائح، التنظيمات، التكنولوجيا التغيرات في قطاع النشاط عمليات الضم و الدعم أو خير الزبائن) نمو عائدات الإستهلاك (وهناك طرق أخرى في هذا المجال منها: القوى الخمسة لبورتر نموذج الاستجابة للمنافسة باستعمال عدة تقنيات منها الطرق التقليدية لتحليل المنافسة، المماثلة، النماذج الرياضية و الطرق النوعية(مقابلات الأخصائيين الملاحظون وكلها أدوات كفيلة برصد التوجهات الإستراتيجية للمنافسين.
- 5. توقع إدخال منتج جديد:** يقترح FULD في هذا الإطار ما يسمى بـ Time Lining ويقصد بذلك متابعة النشاطات العملية للمؤسسات و التعرف على المعلومات الناتجة وتحليلها².
- 6. تحليل التكاليف:** يعتمد المحلل أساسا على الميزانية كأداة للتحليل، يتمثل العنصر الأساسي لهذه المقاربة في التركيز على العوامل الحرجة كسواء المعدات البنايات و التجهيزات و التكاليف الإدارية.
- تجدر الإشارة هنا إلى أن كل نوع من المؤسسات و الهيئات تطور طرق خاصة بها في هذا المجال وذلك مع طبيعة نشاطها و مجال تدخلها.³

الفرع الثاني: أعوان الذكاء الاقتصادي

يتمثل أعوان الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسة في⁴ :

¹ -حليمي لامية،مرجع سابق الذكر ص 29

² حمداني محمد،مرجع سابق الذكر ص18

³ تير رضا،مرجع سابق الذكر ص04.

⁴ -Babajede afalbi,odile thiery,journées sur les systèmes d'information élaborée,systeme d'intelligence économique et paramètre sur l'utilisateur :application ,ile rousse 2005 ;p4 voir http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/05/70/64/pdf/isd_n°22-afakabi.pdf.visité le:06/06/2015.

1-المقرر le décideur هو الذي له القدرة على تحديد المشكل وإيجاد حل له بعد وضعه في شكل أخطار أو تهديدات للمؤسسة أو تحديات قد تواجهها أو بمعنى آخر هو الذي يعرف احتياجات المؤسسة و الرهانات الممكنة أو العقوبات التي يحتمل أن تعترضها.

2-اليقظ: هو الشخص الذي يختص في منهجية جمع و تحليل المعلومات بهدف الحصول على مؤشرات أو دلالات أو معلومات ذات قيمة مضافة و التي تدعم عمليات وضع السياسات، ويعتمد عليها من طرف المقررين. بعد انتهاء المقرر من التنبؤ أو تصور المشكل فعلى اليقظ ترجمته في شكل معلومات من مصادر ذات الصلة وملائمة كما يجب عليه استعمال خبرته من أجل الحصول عليها فلا يمكن تجميع المعلومات في مصدر واحد ثم يقوم بغربلة هذه المعلومات و تصفية قاعدة معلومات المؤسسة لضمان نجاح العملية

3-الزبون: هو المستعمل النهائي للنظام ،يمكن أن يأخذ دور اليقظ أو دور المقرر ، هذا المستخدم سيعرف بمستوى النظام المتفاعل معه وهناك من يرى أن أعوان الذكاء الاقتصادي هم: (الملاحظين les

Observateurs) ، الخبراء (les experts)، المقررون (les décideurs) مهما كان حجم المؤسسة إذ أن الملاحظون يقومون بمراقبة المحيط وجمع المعلومات التي سوف يقوم الخبراء بتحليلها وتنظيمها ووضعها في يد المقررين من أجل اتخاذ القرار .

و الشكل أدناه يبين ذلك:

الشكل رقم 1-6 : الأعوان الوظيفية للذكاء الاقتصادي

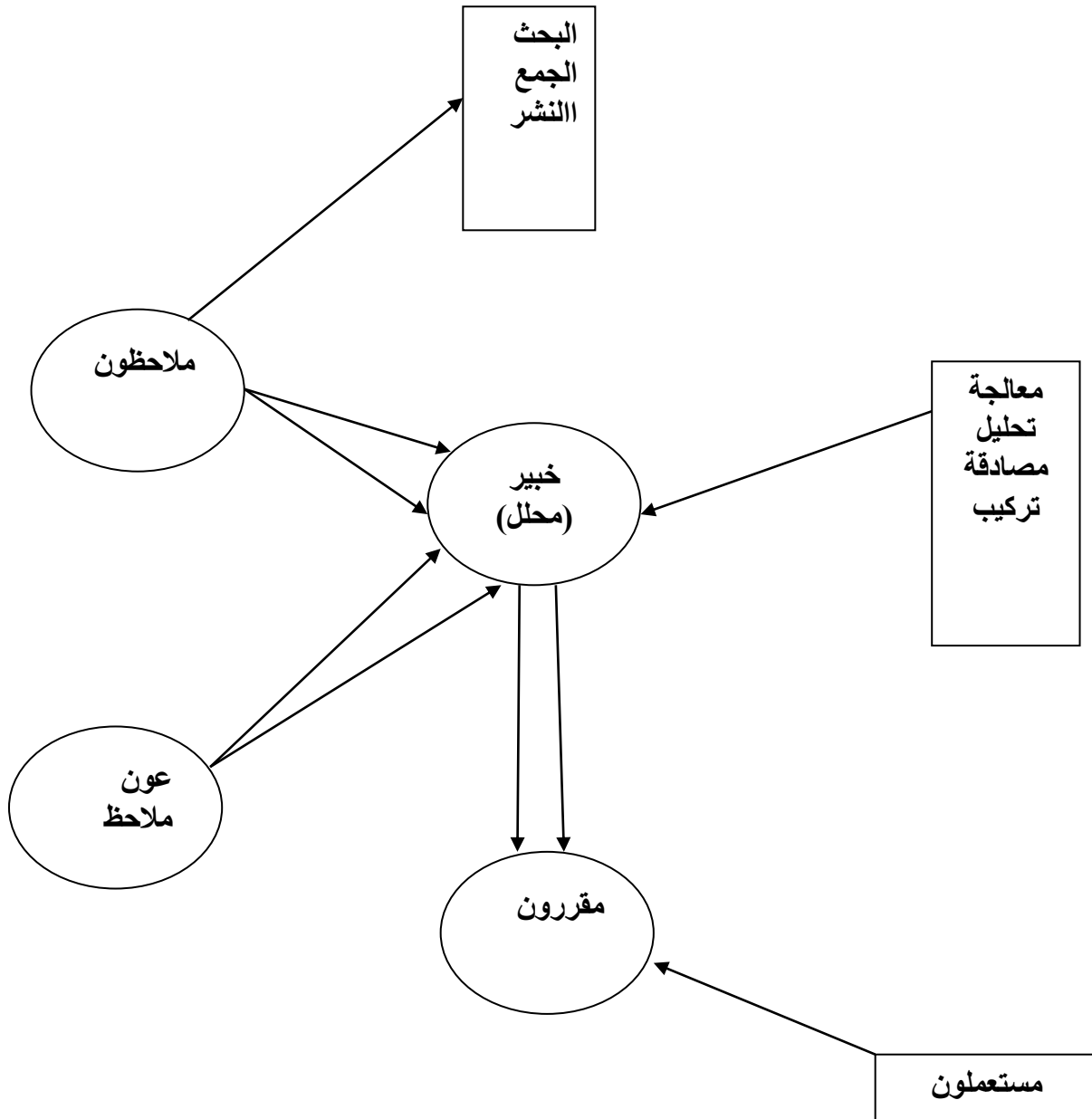


المصدر: فيلالي أسماء مرجع سبق ذكره، عن المصدر الأصليين ص44

F.Jakobiak,l'intelligence économique,la comprendre L'implanter . L'utiliser. Edition . Organisation. Paris p88.

كل شيء مهم في المؤسسة يكون على شكل شبكة و الشكل الموالي يبين شبكة أعوان الذكاء الاقتصادي.

الشكل رقم 1-7: شبكة أعوان الذكاء الاقتصادي



المصدر : فيلالي أسماء مرجع سابق عن المصدر الأصلي.

F.Jakobiak,l'intelligence économique,la comprendre op.ct p.88

يبين الشكل أعلاه وظيفة كل عون اقتصادي، ومما يميز الشكل أن علاقة مكملة تربط الأعوان هذا ما يترجم فعالية الذكاء الاقتصادي، فالملاحظون يعملون على البحث الجمع ثم ننشر المعلومات للخبراء المحللين الذين يقومون بمعالجتها تحليلها المصادقة عليها ثم تركيتها وهذا بالاستعانة بالعون الملاحظ بكونه هو الملم بكم و نوع المعلومات الذي قام بتجميعها ثم إمداد المعلومة المناسبة للمقرر لاتخاذ القرار المناسب و الأمثل .

المطلب الثاني : وظائف الذكاء الإقتصادي و نماذجه

الفرع الأول: وظائف الذكاء الإقتصادي

يهدف الذكاء الإقتصادي إلى تأمين حاجة المؤسسة من المعلومات و تسخير الموارد المالية و البشرية لذلك كل هذا لتفعيل وظائف الذكاء الإقتصادي التي تتمثل في:

-**وظيفة إعلامية:** إن الأساس المنطقي للذكاء الإقتصادي هو توفير المعلومات الإستراتيجية للمؤسسة، المعلومات التي يتم جمعها بطرق مختلفة و من مصادر مختلفة يجب ان تلبي حاجة المستخدمين، على هذا المستوى يعتمد أساسا على رصد عناصر بيئية معينة للمساعدة في إتخاذ الخيارات الصحيحة و الإستراتيجية.و يمكن أن يكون إما بالإجابة على سؤال محدد حول المنافسة و الحصول على معلومات عن تطوير المنتجات، التكنولوجيا، او إيجاد سوق جديد في مجال الإتصالات على سبيل المثال: لمدير التسويق طرح الأسئلة:

-ماهي أسعار الرسائل القصيرة بين المنافسين في سوق الدفع خلال شهر رمضان الكريم؟

-ماهي خدمة الوساطة المتعددة (تحميل رنات، أدعية، نقل البيانات: wap ops)؟

-ماهي المزايا التنافسية و نقاط الضعف؟

-ماهي النماذج الإقتصادية الناجحة في مجال التكنولوجيا في البلدان المتقدمة؟

لكن أن تكون المعلومات خام أو معالجة فإنها تحلل و تولف و نتسق و على المحلل إعطاء القيمة المضافة بالتقدير و التفسير ليتم بعد ذلك تخزين المعلومات في قاعدة بيانات لإستخدامها لاحقا، إن الهدف من السؤال هو تحقيق معلومات للإجابة أيا كان نطاق الإستراتيجية ففي هذه الحالة المنطقية المحددة من البيئة هي السوق.

-الوظيفة الإستباقية: المستوى الثاني من الذكاء الإقتصادي و هو إستباق الفرص و التهديدات التي يمكن أن تحدث في بيئة الأعمال: المنتجات، التكنولوجيا، المنافسين، التشريع و طرح منتجات جديدة في السوق المحلي أو الدولي، ظهور معايير جديدة للإنتاج، التغيير المواتي في التقنيين: اما التهديدات: قد تأتي من التغييرات في أسعار المنافسة، زيادة أسعار الموارد، تحركات الاستحواذ أو الإندماج في السوق، على عكس تسيير بواسطة التحريض بحيث يكون الرصيد مسمر بدون أفكار مسبقة و ذلك للكشف عن العلامات المبكرة للتغيير في المستقبل مما يحدد موقع المؤسسة و سياستها الإستراتيجية.

بالنسبة لـ LARIVET: يرتكز الكاء الإقتصادي على الوظيفة الإستعلامية، و التي تقود بدورها إلى وظيفة الحماية و التأثير، و عليه فغن وظائف الذكاء الإقتصادي حسبه:

-وظيفة الإستعلام: تسمح وظيفة الإستعلام للمؤسسة بتوقع المخاطر و الفرص المتاحة، أي أنها تساعد على تجنب و تدنية حالات عدم التأكد، و يمكن للمؤسسة أن تمارس هذه الوظيفة من خلال البحث عن أنسب طريقة الإستعلام عن المحيط و المنافسين، إذ أن وظيفة ال52تعلام تسمح للمؤسسة بتغيير وضعية و دوجة عدم تماثل المعلومات بينها و بين المنافسين الآخرين.

عرف *LARIVET*: الوظيفة الإستعلامية على أنها إجراء من خلاله تتمكن المؤسسة من متابعة تغيرات المحيط من اجل إتخاذ القرارات التي تتماشى و أهدافها فعلى سبيل المثال تعبير دراسة السوق عن وظيفة الإستعلام، و من خلالها يمكن تقدير الفرص المتاحة للمؤسسة من خلال بيع المنتج، كما يمكنها تجنب حالة عدم التأكد التي يمكن أن تطرأ على أذواق المستهلكين.

-وظيفة الحماية: تسمى هذه الوظيفة بوظيفة تسيير الخطر المتعلق بالمعلومات، و تسمح المؤسسة بالحفاظ على المعلومات المحصل عليها و التي تم تبليغها لهيئة أو عون معين.

-وظيفة التأثير: تهدف هذه الوظيفة على تغيير المحيط من خلال سياسة الضغط بواسطة المعلومات، بعض الدول كولايات المتحدة الامريكية في الضغط على دول أخرى عبر الهيئات الدولية (المنظمة العالمية للتجارة) و هذه السياسة هي سياسة ضغط كلاسيكية.¹

لعور صندرة، العايب ياسين، الذكاء الإقتصادي كآلية لدعم ثقافة المقاولية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.¹

الفرع الثاني : التجارب الكبرى للذكاء الإقتصادي¹:

سنذكر فيما يلي بالتجارب الرائدة في مجال الذكاء الإقتصادي:

1-التجارب العالمية

أ-التجربة اليابانية: إنتقل اليابانيون في كثير من القطاعات الصناعية من عملية التقليد إلى عملية الإبتكار عن طريق التكامل بين الذكاء الإقتصادي و المنافسة في مجال البحث و التطوير و فتح حصص في السوق الخارجي.

يتسم الذكاء الإقتصادي الياباني بإهتمامه الكبير بالمعلومات كأداة إستراتيجية من خلال حجم الإستثمارات في هذا القطاع، حيث حوالي 1.5% من رقم أعمال المؤسسات يستثمر في مجال الذكاء الإقتصادي وستغرق 3 إلى 4 % من وقتها، تعتمد المؤسسات اليابانية على الجامعات اليابانية (Sogo Sho Shas) لإمدادها بالمعلومات، و هذا ما يفسر الإستثمار المنظم للمنشورات و قواعد البيانات و إتزام اليابان بالمعارض التجارية و الإجتماعات و البعثات، وفقا للتجربة اليابانية فإن الذكاء الإقتصادي يتمركز في وزارة التجارة الدولية و الصناعة(MITI) و التي يتمثل دورها الأساسي في مساعدة المؤسسات اليابانية و توجيهها وإعلامها، حيث يرتبط بهذه الوزارة كل من الجامعات اليابانية، التي تمول مراكز البحث و التطورات، المنظمات المهنية و الهيئات الإدارية ذات الطابع البحثي و العلمي. و قد أعد هذا النظام لفائدة المؤسسات وفقا لقاعدة أن الإدارة الجيدة للموارد التي تسمح بخلق القيمة تتبنى سياسة متكاملة لإيفاد المتربصين والمتدربين اليابانيين إلى الخارج، و إستقبال المتدربين الأجانب و مطالبتهم بإعداد تقارير حول مهامهم.

و يحظى عنصر الثقافة بأهمية كبيرة بإعتباره محرك لأداء النظام الذي يفسر نجاح النموذج الياباني التي تميل إلى الثقافة الجماعية.

إن ذكاء المؤسسات اليابانية يتمثل في ثلاث مميزات أساسية:

- تدفقات أفقية للمعلومات التي تعكس عدم مركزية الإبداع.

¹ تير رضا، الذكاء الاقتصادي، وسيلة لادماج البحث و التطوير، ضمن مضمونة من الخدمات، واقعه و أفاقه، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2012، ص09.

• البحث عن الزيادة في جمع المعلومة.

• إستثمارات مهمة مخصصة لجمع المعلومات ونشرها.

إن نموذج الذكاء الإقتصادي الياباني يقوم على الوزارة الأولى و الوزارات الإقتصادية و عالم الأعمال الذي يساهم في تحديد الإستراتيجية العامة و الشاملة للبلد، و أخيرا هيئات التفكير Think Tanks التي تساهم في تطوير البحث و إدماج التطوير و الإبداع عن طريق الدراسة المقارنة و التكنولوجية.

ب- التجربة الأمريكية: لقد عرف المشهد الأمريكي في مجال الذكاء الإقتصادي تحولا كبير في عقد التسعينات من القرن العشرين تبعا للعديد من التحولات الدولية من بينها حجم التنمية الغقتصادية التي حققها كل من اليابان و أوروبا بإعتبارهما منافسين رئيسيين للولايات المتحدة، فعلى سبيل المثال واجهت شركة " بوبنغ" الأمريكية منافسة شديدة من طرف " ايرياص" و الإدارة الأمريكية للطيران و الفضاء " NASA" من قبل أريان الفضاء. و بهذا عمل الأمريكيون على إيجاد سوق رائجة للمعلومات و التي أصبحت رائدة فيما بعد. إذ تضم هذه السوق أنواعا عديدة من متعاملي المعلومات كالمساسة، الجامعات، هيئات البحث و التفكير، المكتبات، هيئات الأمن الخاصة. أما الهدف الرئيسي لعملية الذكاء الإقتصادي يتمثل في دعم التأثير و عمل جماعات الضغط لتحقيق أهداف المصلحة العامة في الداخل و في الخارج، إضافة على ذلك تشترك كافة الهيئات و المؤسسات في إعداد الإستراتيجية الوطنية ذات الأولوية بالنسبة إلى البلد و التخطيط لتنفيذها وفقا لآليات عمل محكمة الدقة .

ضمن هذا الإطار تتدرج أهداف فرعية منها:

* تسهيل عملية الحصول على المعلومات ذات القيمة الإقتصادية و الإستراتيجية للجميع.

* دعم و تحسين التلاحم الوطني.

* تقليص هدر الموارد بغرض التحكم في تكنولوجيا المعلومات.

* إعادة التفكير في حماية الشبكة الوطنية للمعلومات .

و لتحقيق هذه الأهداف تعمل المؤسسات في أمريكا حول المركز الرئيسي لهذا النظام و هو البيت

الأبيض و مجلس الامن القومي حيث يتم تشكيل ما يسمى بغرفة الحرب "War room" خاصة بكل سوق يتم إعتبارها إستراتيجية و ذلك لجمع و تركيز و توزيع المعلومات الخاصة بها بين الأعوان الإقتصاديين العموميين و الخواص.

و ما يمكن ملاحظته على هذا النظام تبنيه لنشاط الوكالات الخاصة للإستعلامات مثل Kroll و Pinketron كما توجد هيئات مركزية اخرى كالمجلس الإقتصادي الوطني الذي أسس سنة 193، و الذي يعتبر تأسيسه ثورة في مجال تقديم الدعم و الإستشارة لمختلف الهيئات.

و تتميز شركات الذكاء الإقتصادي الأمريكي الضخم و الممتد إلى كافة أنحاء العالم، و تستخدم طاقات بشرية هائلة، و مثال ذلك مؤسسة Kroll International التي توظف ما بين 5000-6000 أجير موزعين على 60 مكتب حول العالم، و تحقق رقم أعمال يقدر بحوالي 10 مليار دولار سنويا، تعمل هذه المؤسسة على تحليل الخطر الإقتصادي و التجاري بناءً على العوامل الستة التالية: الإستعلامات، الأعمال والتحقيقات، التحقق من السوابق المهنية، خدمات الأمن، و الحماية أمن شبكات المعلومات، المساعدة القضائية و التحليل الإستراتيجي و التنافسي.

ج- التجربة الفرنسية: على عكس النظامين السابقين، يتميز نظام الذكاء الإقتصادي في فرنسا بوجود دور قوي للحكومة إلى جانب المؤسسات العمومية الكبرى كما أن المبادرات العمومية في فرنسا تتغلب على كل ما هو خاص، بالإضافة إلى ذلك يبقى النموذج الفرنسي رهين عائقين هما:

• **العائق الدستوري:** بحكم وجود ثنائية الحكم في الجهاز التنفيذي " رئيس الجمهورية- وزير" خاصة في مرحلة التعايش السياسي كما يؤخذ على تركيبة الوزارات ضعفها في تجسيد آليات اليقظة و الذكاء الإقتصادي و حتى إبراز الإدارة في التغيير.

• **العائق الثقافي:** و قد نتج عن ظواهر الانتماء الحزبي و المرجعيات الثقافية و الفكرية لمختلف أسلاك الموظفين و ظاهرة إخفاء المعلومات و عليها كما أن ثقافة الدبلومات الممنوحة في مختلف المدارس العليا و الجامعات في فرنسا تركز نوعا من عدم التجانس في الثقافات الإدارية، و بالتالي ضعف الثقافة المشتركة والرغبة في التحديث و التطوير ضف إلى ذلك عدم قدرة ما يسمى بالهيئات "Fondations" على جلب الذكاء البشري الخارجي و إستخدامه في إقامة آليات الذكاء الإقتصادي و الإستفادة منه على نحو ما هو

جاري العمل به في مؤسسات و هيئات التفكير في الولايات أو اليابان.

2- نماذج أو محاولات بعض البلدان العربية¹: سعت بعض البلدان العربية وفقا لمحاولات متفاوتة إلى تكوين نظام اقتصادي، والذي يعد من أهم تطبيقات الإقتصاد المعرفي وكأحد الحلول المقترحة للنهوض بواقع اقتصاديات البلدان الساعية للولوج إليه، ونستعرض تلك المحاولات التي تبدو متواضعة مع الإشارة أن التجربة الجزائرية تعد أكثر المحاولات سعياً مقارنة مع المحاولات العربية الأخرى

المحاولات المصرية: تعد مصر أول بلد عربي أنشأ فيه مركز للمعلومات واتخاذ القرارات، ويتبع المركز لمجلس الوزراء، إذ تم إنشاؤه سنة 1985، لغرض دراسة المتغيرات الإقتصادية والمالية، فضلا عن تحديد المشكلات الرئيسية وتحليلها.

طبقت مصر نظاما قاسيا جديدا في مصانعها للتأكد من السلامة والكفاءة والحماية وتشجيع الابتكار، وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، والذي يشير إلى أن أدوات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات فضلا عن البحث والتطوير، أضحت جزءا أساسيا من التنمية الإقتصادية والإجتماعية والعنصر الفعال في جذب الاستثمارات الأجنبية، وقد سعت بجهود فردية وبالتعاون مع بعض المنظمات الدولية والإقليمية كالاسكو والأنكتاد، لتهيئة البنى التحتية لاعتماد التجارة الإلكترونية على الصعيد بين الحكومي والخاص و سعت مصر لإعداد وتنفيذ برامج لمواكبة التطورات الجديدة لانتقال الإقتصاد المعرفي، إذ تم إنشاء مركز الحكومة الإلكترونية وتنفيذ برامج متكامل لإصدار أول الخرائط الإلكترونية لمعايير الجودة وتواصلت عمليات التأهيل للمتخصصين في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والعمل ببرامج محو الأمية الحاسوب والإنترنت وبالتعاون مع منظمات المجتمع المدني وتم وضع إطار جديد لتطوير التعليم الجامعي في التخصصات التكنولوجية وأطلقت هيئة تنمية المعلومات مبادرات لتطوير أدوات التوقيع للإلكتروني وعلى الرغم من ارتباط مصر بالإنترنت منذ سنة 1993 لكنه لم يعكس إيجابيا على تطوير الواقع في هذا الشأن. وقد أشارت الدراسات الى أن النمو الإقتصادي في مصر بلغ 7.4 في عام 2008 وانخفض الى 7.2 في عام 2009 أما في عام 2010 فقد بلغ 5.1 ثم عاد لينخفض الى 1 في عام 2011، الأمر الذي يثير مخاوف على الإقتصاد المصري لاعتماده على الأساليب التقليدية في عمليات التنمية.

¹ محمد نعمة، محمد زبيدي، الذكاء الاقتصادي، مشروع عراقي مقترح و امكانية مساهمته في تنمية الإقتصاد العراقي، رسالة دكتوراه، جامعة القادسية، العراق، سنة 2017. ص 194-196

المحاولة المغربية: قامت الحكومة المغربية بإنشاء لجنة اليقظة الاستراتيجية لغرض دعم القطاعات الإنتاجية الأكثر تأثيرا لأزمة الإقتصادية على الصعيدين الإقتصادي والإجتماعي وترتبط اللجنة مباشرة بوزارة الشؤون العامة والحكامة ،ولجنة أخرى للذكاء الإقتصادي ،ترتبط بوزارة الإقتصاد والمالية ،ويعمل كلاهما (لجنة اليقظة ،لجنة الذكاء)،على توفير المعلومات والنشرات الإخبارية في المجال الإقتصادي ،فضلا عن التقييم المالي ،والشراكة بين الحكومة والمصارف والقطاع الخاص،واللجنتان تساهمان سنويا في وضع الميزانية المالية للدولة ،وتتمثل لجنة اليقظة الاستراتيجية كل أنواع اليقظة وضمن مساعي الحكومة المغربية عقدت ندوى بتاريخ 30 يونيو 2013،وتضمنت العدي

من التوصيات والتوجيهات من خلال إعطاء الأولوية للشؤون الإقتصادية وتبنت ما يأتي :

- 1- تعبئة الطاقات لتطوير الشراكة بين القطاع العام والخاص وجذب الاستثمارات الأجنبية.
 - 2- النهوض بين الفاعلين الإقتصاديين لغرض توسيع مجالات المصالح الإقتصادية وتحرير علاقات التعاون مع البلدان الأخرى بعيدا عن الأجندات السياسية.
 - 3-توظيف الراسمال غير المادي إذ يعد الرائد في إمكاناته للحد من عدم التماثل والفجوة الرقمية التي تسود علاقات الحكومة المغربية مع البلدان المتقدمة.
 - 4-السعي لتنمية اليقظة المستقبلية والعمل لغرض إظهار المملكة المغربية بأنها قادرة على التفكير الاستراتيجي بمستوى المعايير الدولية في هذا الشأن.
 - 5-القيام بتنفيذ سياسات ملائمة لعلاقة المغرب بواسطة اشراك السلطات العمومية والفاعلين الإقتصاديين والوسط الإعلامي لغرض خدمة المملكة خارجيا.
- مما تقدم يتضح أن محاولة الحكومة المغربية متواضعة شأنها شأن المحاولة المصرية في هذا المجال ،وإن لجنة الذكاء الإقتصادي ترتبط بوزارة الغقتصاد والمالية مباشرة ولجنة اليقظة الاستراتيجية ،ترتبط مباشرة بوزارة الشؤون العامة والحكامة.
- مما يشير إلى أن الفرار السليم أو القرار الذكي إقتصاديا لا يؤخذ من أعلى سلطة تنفيذية في البلد من جهات تنفيذية أدنى ،مما يؤثر على ضعف القرارات المستقبلية التي تتخذ في هذا الشأن وهي من أهم المهام،لنظام الذكاء الإقتصادي وهدفه النهائي لذا فالنماذج في الدول المتقدمة تربط سلطة القرار الذكي إقتصاديا على سلطة تنفيذية لتحقيق الغاية والهدف من المهام المناطة به.

خاتمة الفصل الأول:

كأداة للتطوير و الإبداع لمؤسسات الأعمال، فإن الذكاء الاقتصادي لا يمكن فصله عن الرهان الأساسي و هو المعلومة، ومع تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و خاصة الانترنت لم يعد التحدي يتمثل في توفير المعلومة و إنما في سرعة الوصول إليها و كيفية هيكله هذه المعلومات و تحليلها و إثرائها بحيث تساعد في معرفة الفرص و التهديدات و كيفية حل المشاكل و الوقاية منها و تطوير الأساليب في وقت وجيز أي أنها تساعد على اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب و بالشكل المناسب و بالتالي تحقيق ميزة تنافسية، و يفترض النظام الاقتصادي معرفو جيدة لأساليب إدارة المشاريع و المهارات و كذا المعرفة الجيدة لمجال تكنولوجيا المعلومات.

الفصل الثاني:

الالتزام بالسلوك الأخلاقي و دوره في
تعزيز دعائم الذكاء الاقتصادي

تشهد بيئة الأعمال في الوقت الحاضر الكثير من الخروق الأخلاقية التي نتجت عن ضعف الاهتمام بالأسس والمعايير الأخلاقية في ممارسات الكثير من المؤسسات لأنشطتها، والابتعاد عن النظر أو حتى التفكير بالمحددات والرموز الأخلاقية، فضلاً عن انتشار الأعمال الإلكترونية التي تعتمد إلى حد كبير على الإنترنت وما صاحبه من خروق أخلاقية كبيرة ومتزايدة نتيجة كون الشبكة الدولية مرفأً غير خاضع للقانون وما يحصل فيها من أعمال يوصف الكثير منها بأنها أعمال مجردة من المبادئ والأخلاقيات (Sreenath, 1998)، كل تلك التجاوزات أثارت اهتمام الباحثين بضرورة التفكير بالطرق المناسبة لضمان سيادة الأبعاد والمقومات الأخلاقية، مما دفعها إلى التفكير بضرورة عولمة برامجها الأخلاقية وتعظيم الأسس الأخلاقية القريبة من أعمالها (Raven, 2004) سعياً للتكيف وضمان البقاء في بيئة الأعمال بوساطة مجموعة من الآليات التنافسية تعتمد المقومات الأخلاقية، كتسليم الزبائن حاجاتهم التي يستحقونها وتزويدهم بمنتجات آمنة ومعلومات وفيرة وبشكل يتماشى مع مضامين العمل الأخلاقي وبما يجعل الزبائن مطمئنين ومقتنعين من أن هذه المنظمة قد اتخذت من الأبعاد الأخلاقية معياراً يميزها في ميدان تنافسي شديد وبشكل يضمن ديمومة تعامل الزبائن معها.

بالإضافة للقيام بمسؤولياتها الاجتماعية اتجاه العاملين فيها واتجاه المجتمعات المحلية التي تعمل وتحقق الأرباح فيها.¹

¹ ياسر شاهين، ذكاء الأعمال من خلال التركيز على البعد الأخلاقي، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، نيسان إبريل 2012، عمان – الأردن.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لأخلاقيات الأعمال.

المطلب الأول، الأخلاق و أهمياتها.

الفرع الأول: الأخلاق .

الأخلاق لغة:

الناظر في كتب اللغة يجد أن كلمة أخلاق يراد بها: الطبع و السجية و المروءة و الدين يقول الفيروز أبادي " الخلق بالضم و ضميتين السجية و الطبع و المروءة و الدين"¹

و قال الرازي: يصح بضم اللام و سكونها و فلان يتخلق بغير خلقه أي يتكلفه.

و الخلق ضرب من الطيب، و طلاه به فتخلق به.² و في التنزيل: قوله عز وجل: " و إنك لعلى خلق عظيم" سورة القلم الآية 4.

الأخلاق إصطلاحاً: يعرفه حجة الإسلام أبو حامد الغزالي بأنه هيئة في النفس راسخة، تصدر عنها الأفعال بسهولة و يسر من غير حاجة فكر و رؤية.³

يذكر "لالاند" في معجمة عدة تعريفات:⁴

❖ " مجموعة قواعد السلوك مأخوذة من حيث هي غير مشروطة".

❖ و يقصد بها العمل أو الدقة " السلوك المطابق للأخلاق"

❖ " نظرية عقلية في الخير و الشر".

و عرفها⁵ ShermeerHorm بأنها: " نمط وصفي يحدد معايير سلوك الفرد و ماهو جيد و رديء و ماهو صحيح أو خطأ في ذلك السلوك" و يتفق هذا التعريف مع ما جاء به Beekun حيث أشار إلى ان الأخلاق

¹الريح حمد النيل الليث، السلوك الأخلاقي للداعية و أثره على نجاح الدعوة، مجلة آفاق تربوية، السنة الأولى العدد الأول 1432 هـ، ص 05.
²سليمان بن سلام بن خليل الرومي، درجة التزام المشرفين التربويين في محافظات غزة بأخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم و سبل تطورها، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة 1430-2009 ص 77.

³ببال خلف السكارنة، "أخلاقيات العمل"، دار النشر و التوزيع، الطبعة الأولى 2009-1430 هـ، ص 18-19.

⁴محفوظ علي عزام، الاخلاق في الإسلام بين النظرية و التطبيق، دار الهداية للطباعة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى 1986، ص 14.

⁵عنابي بن عيسى، فاطمة الزهرة قسول، إدارة السلوك الأخلاقي و المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الثالث، منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية ، 2012.

هي " سلسلة من المبادئ المحددة مسبقا و التي تصف ما يجب ان يقوم به الفرد و ما لا يجب القيام به و تمييز بين التصرفات الصائبة و الخاطئة لذلك الفرد".

أما بسكال فقال عن الأخلاق: " هي علم الإنسان بإعتبار أن الأخلاق تميز الإنسان عن غيره من الكائنات". أما سنبر فيعرفها: " العلم الذي يبحث في النشاط الإنساني من حث ما يحققه هذا النشاط للأخرين من نتائج مفيدة أو ضارة".

أما Turban فقدمها على أنها: " رافد فلسفي يتعامل مع ما يعتبر صحيح و خاطئ".

كما ينظر إليها (Giffin) على أنها معتقدات فردية حول ماهو صحيح و ما هو جيد و سيئ و يراها (Daft) على أنها قانون للمبادئ الأخلاقية و القيم التي تغطي سلوك الأشخاص او المجموعات التي تتعلق بما هو صحيح و خاطئ¹

" عن شارلز جاريت و جونز يشيران في كتابهما الإدارة الإستراتيجية: " إلى ان الغرض من الاخلاق في مجال العمل ليس فقط لتعلم الفرق بين الصواب و الخطأ، لكن لتسليح الأفراد بالأدوات اللازمة للتعامل مع تعقيد السلوك الأخلاقي، تلك الأدوات التي يمكن ان يستخدموها للتفكير و التعرف أثناء تطبيق الاخلاق للقرارات الإستراتيجية"²

-تأسيسا على التعريفات السابقة لأخلاق يمكن القول أن الأخلاق: هي جملة من المبادئ الأخلاقية و القيم التي تهذب سلوك الفرد أو المجموعات إتجاه الآخرين، إذ تشكل عاملا أساسيا للممارسات الصائبة او الخاطئة الصادرة بعفوية حيث يطلق عليها الصفات الراسخة و التي تشكل البناء النفسي للإنسان ثم فيما بعد البناء المجتمعي.

¹ بو هلاله سعاد، تأثير الاخلاق على إستراتيجية المؤسسة، مذكرة ماجستير، جامعة تلمسان 2010-2011، ص 17.
عن مصدر أصلي: زكريا مطلق الدوري و احمد علي صالح "إدارة التمكين و إقتصاديات الثقة في منظمات اعمال الألفية الثالثة، دار اليازودي العلمية للنشر و التوزيع عمان، الطبعة العربية 2009، ص 171.
² دحيان لويظة، مذكرة ماجستير، تأثير اخلاقيات الإدارة على عملية توظيف، الموارد البشرية في الجزائر....2011-2012/1422-1433 هـ.

الفرع الثاني: أهمية الأخلاق:¹

إن الأخلاق شئ ضروري لإتزان شخصية الفرد و تكاملها، و بناء الإرادة لديه في مواجهة الإختيار الصعب، فيختار الفضيلة و يتجنب الرذيلة، و تحفظ الأخلاق للمجتمع هويته و إستقراره و امنه و تكون سلما للنهضة و الرقي، و إذا ما إختلفت مسيرة الأخلاق فإنها تؤدي إلى ظهور أزمات سياسية و إجتماعية و إقتصادية و تربوية.

و تتوافق الأخلاق مع الاحتياجات البشرية الرئيسية، و هي تجبر المنظمات الإلتزام بها في توجيهها، لما لها من أهمية تتمثل في كثير من المجالات منها.:

-تعزيز مصداقية المؤسسة بالربح و المنفعة في شتى المجالات.

-دعم عملية صنع القرار.

-إيجاد المصداقية بين المؤسسة و المجتمع.

-المحافظة على المجتمع و البيئة بدرجة أكبر من القوانين و الأنظمة.

المطلب الثاني: أخلاقيات الأعمال و المرجعية التاريخية لأخلاقيات الأعمال

الفرع الأول: أخلاقيات الأعمال

يرجع أصل كلمة (Echi cal) إلى كلمة (Ethos) الإغريقية التي تعني الأفعال الحميدة أو الحسنة.²

1-تعريف أخلاقيات الأعمال إصطلاحا:

سعى العديد من المتخصصين و الدراسيين لهذا الموضوع لتقديم تعريفات تساعد على فهمه نذكر منها:

تعريف (Pride et Al)³: تطبيق للمعايير الأخلاقية الفردية في مواقف الأعمال المختلفة.

¹ رائدة هاني محمود العرافية، مستوى القيادة لمديري المدارس الثانوية الحكومية في عمان و علاقته بمستوى و ممارسة سلوك المواطنة التنظيمية من وجهة نظر المعلمين، مذكرة ماجستير جامعة الشرق الأوسط 2011-2012.

² طارق سليمان جواد سالم حميد سالم، اخلاقيات الخدمة السياحية في ضوء متغيرات العضون مجلة كلية بغداد الإدارة و الاقتصاد، الجامعة بغداد 2010 ، ص 4

³ أحمد محمود، حبيب البوتي، أخلاقيات الأعمال و أثرها في تقليل الفساد الإداري، هيئة المعاهد التقنية، أربيل، ص04

www.hazha-ik/comf7.soci5.pdf

تاريخ التصفح 2016/04/12، على الساعة 20:44

و عرفها (VanVilock): أخلاقيات الأعمال هي دراسة و تحليل منهجي للعمليات التي يتم من خلالها تطوير القرار الإداري بحيث يصبح هذا القرار أخلاقيا آخدا في الإعتبار ماهو صحيح و جيد للفرد و للمجموعات و للمنظمة.

وقد أوضح آخر: " أن أخلاقيات الأعمال هي مجموعة من المبادئ و القيم الأخلاقية التي تمثل سلوك منظمة ما، تضع محددات على قراراتها

أما الأونكتاد 2001 فعرّفها على أنها: " إتجاه الإدارة و تصرفها تجاه موظفيها و زبائنها و المساهمين والمجتمع عامة و قوانين الدولة ذات العلاقة بتنظيم عمل المنظمات"¹

الفرع الثاني : المرجعية التاريخية لأخلاقيات الأعمال

من مزايا التاريخ تزويدنا بقدر كبير بالمعرفة في كل مرة جديدة نرجع فيها إليه ، فنظرة إلى المستقبل لا يساويها بالأهمية في غالب الأحيان إلا نظرة إلى الماضي.

حيث كان ميثاق حمورابي الذي وضع عام 1780 قبل الميلاد ، بمثابة أول مرشد أخلاقي يسجله التاريخ ، و لقد أصبح هذا الميثاق بما يحتوي عليه من 282 توجيه أساس مملكة بابلوني في بلاد الرافدين و بالرغم من أن العديد من أحكامه قد تبدو لنا وفق لمقاييس عالمنا المعاصر غير أخلاقية مثل الأحكام الخاصة بالرق، إلا أن ذلك لا ينف أن هذا الميثاق أرسى بالفعل مجموعة من القواعد التي أتاحت وجود التجارة و الحضارة .

استفادت الأخلاقيات عند الفلاسفة اليونان من أصول الحضارات السابقة فإنها بحكمائها و فلاسفتها الكبار اعتبرت كافة النشاطات التجارية ضرورية ، و لكن غير مرغوبة أو مكروهة ، حيث وضعوا الصانع والحرفيين في مرتبة أدنى و تعكس جمهورية أفلاطون ذلك حيث الطبقة العليا فيها هم الحكام تليها طبقة المحاربين و أخيرا طبقة الصانع و الحرفيين و ضمن هذه الطبقة العبيد ، و تحمل الرومان ... ضرورة النشاطات التجارية مثل اليونانيين و أعطوا مركزا اجتماعيا متدنيا لمن يمارسها.

¹مراد سليم عطياتي ، عبد الله جميل أبو سلمى، أثر ممارسة أخلاقيات عمل إدارات الموارد البشرية على تحقيق رضا العاملين، (دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية في الأردن)، دراسات العلوم الإدارية المجلد 41، العدد2، 2014 ص 390.

وفي السنوات الأولى من العصور الوسطى ناهضت الكنيسة الرومانية العمال و النشاط التجاري و حكمتها من خلال قواعد و حدود مشددة ، كما كان يعتبر إقراض الأموال بالفائدة خطيئة دينية عند المسيحيين مع أن ذلك كان مقبولا لدى اليهود.

خلال عصر الإصلاح في القرون الوسطى برزت شخصيات إصلاحية أمثال مارتن لوثر و جون كالفن التي ناقشت التجارة و الأعمال وفتحت الطريق لتعزيز أخلاقيات الأعمال البروتستانتية من خلال اعتقادهم أن الناس يمكن أن تخدم الله من خلال العمل ، و يعد عصر الإصلاح نقطة البداية التي انطلقت منها أوروبا لبناء نهضة الأعمال ، في الفترة على وجه الخصوص قام جدل واسع بشأن فصل الدين عن السياسة و ولادة ما يعرف بالاقتصاد السياسي .

في القرن السادس عشر أصبحت المواقف الايجابية اتجاه العمل جزءا من ثقافة المجتمع الذي مثل فارقا كبيرا بطريقة تنكير في العمل قياسيا بالعصور الوسطى و الكلاسيكية ، حيث عزز عالم الاجتماع و الاقتصاد السياسي الألماني ماكس ويبر هذه المواقف عند إصداره لكتاب بعنوان " الأخلاقيات البروتستانتية و روح الرأسمالية " عام 1904 ، إذ وطف القيم الدينية لخدمة الاقتصاد و أوضح في كتابه أن العوامل الأساسية للأخلاقيات هي : الاجتهاد ، الانتظام ، أولوية ميدان العمل ، تأجيل الرغبات .

في القرن الثامن عشر أكد آدم سميث الذي عرف بأنه أبو الاقتصاد الحديث في بحثه " طبيعة و أسباب ثروة الأمم " أن للعمل قيمة عالية و دعا إلى حرية الأعمال و التأكيد على اليد الخفية ، التي تؤدي بالأعمال من خلال سعيها لتعظيم الأرباح و من خلال المنافسة الحرة إلى تحقيق منافع المجتمع ، و من هنا انطلقت الرأسمالية التي تدعو إلى إطلاق حرية الأعمال و تشجيع المنافسة بغض النظر عن الوسائل المستخدمة فيها . و في العصر الحالي انتقد درر الذي يعد من رواد الإدارة فكرة اليد الخفية و أكد على مدراء المنظمة أ يختاروا أهدافا مسؤولية اجتماعيا و قال أن " : اليد الخفية تحول الرذائل الخاصة إلى فضائل عامة " و أنه لا يؤمن أبدا بإمكانية أن تحل المنافسة المشاكل الاجتماعية بشكل تلقائي ، أو أنها تعزز من الالتزامات لمدراء المنظمات .

خلال نفس القرن و ببزوغ فجر الثورة الصناعية و التغييرات التي رافقت الأعمال ، ازدادت حدة المشاكل الأخلاقية و تمثل ذلك في الاستخدام السيئ للأطفال في العمالة حيث سعت المنظمات إلى تحقيق الأرباح على حساب القيم الإنسانية.

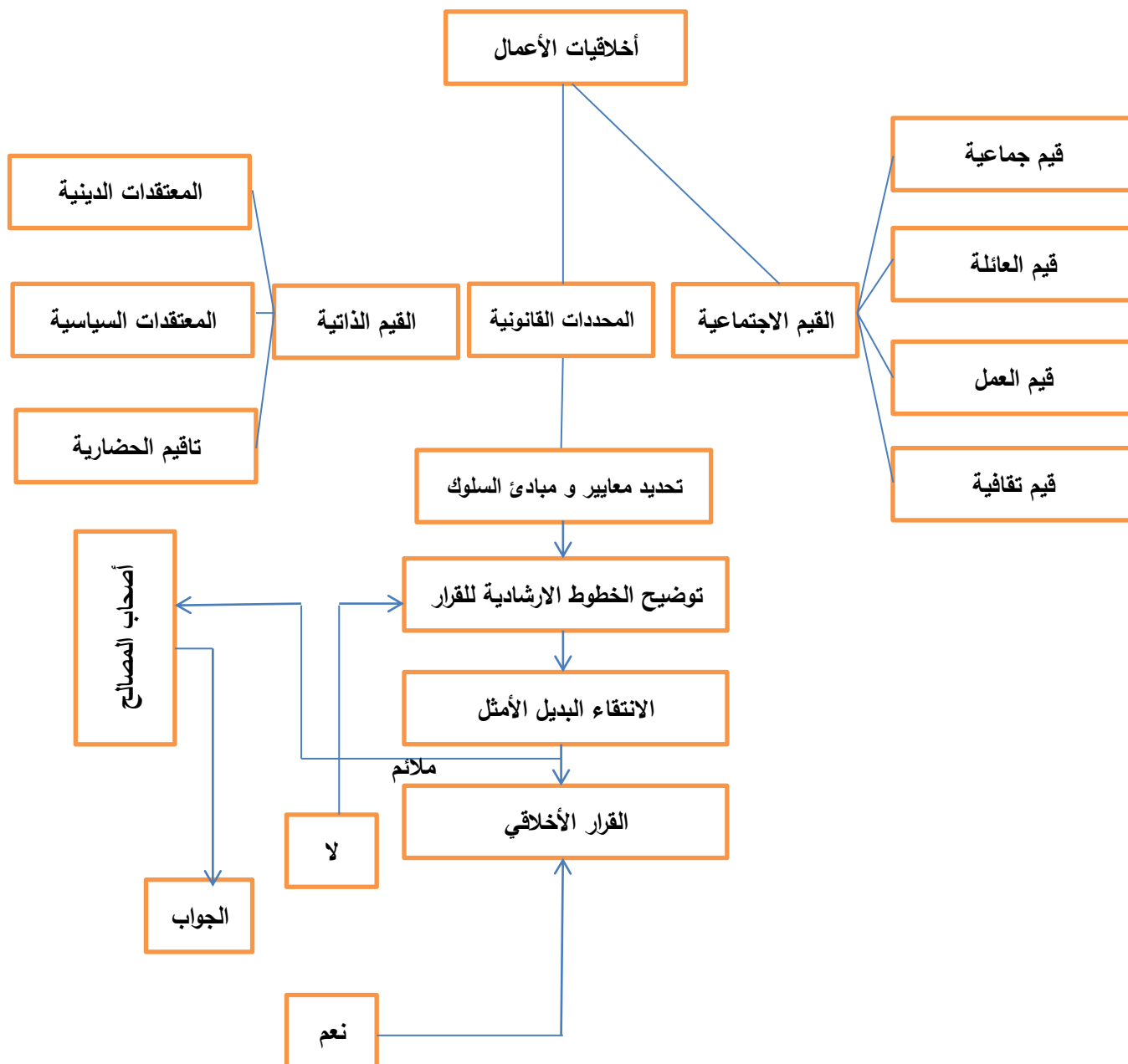
أدى إلى ظهور مدارس الفكر الإداري التي حاولت رسم منهجية للعمل تتناسب و طبيعة المرحلة التي كانت تمر بها الأعمال آنذاك و منها حركة الإدارة العلمية لتيلور التي أكد على أهمية الحوافز المادية كعامل أساسي لحث الأفراد على العمل من أجل تحقيق الأرباح ، متناسيا العلاقات الإنسانية التي دعا مفكروها للاهتمام بالعنصر البشري باعتباره ركيزة كل منظمة .

بالانتقال إلى مجال الأعمال فإن الاهتمام بالأخلاقيات ظهر في سبعينات القرن الماضي، و يؤرخ الباحث نورمان بوري تاريخ ولادة أخلاقيات الأعمال في حقل المنظمات عام 1974 ، حيث عقد المؤتمر الأول لأخلاقيات الأعمال .

أما في عصرنا الحالي عصر المعرفة و ثورة المعلومات و الانفتاح العالي بين البلدان ، و في ظل العولمة و تقدم تقنيات الاتصال ، قد أصبحت أخلاقيات الأعمال تمثل تحدي حقيقي يواجه المنظمات و يحدد لها سبل النجاح و البقاء في عالم المنافسة.

أما في ديننا الإسلامي الحنيف و في القرآن دستور حياتنا ، فقد ربط الله سبحانه بين التجارة و واجبات المؤمن فقال تعالى : ﴿ رجال لا تلهيهم تجارة و لا بيع عن ذكر الله ﴾ ، و في الحديث الشريف) : التاجر الصدوق يحشر مع الشهداء و الصديقين .(و بهذا فالأخلاق تعتبر جزاء لا يتجزأ من الشريعة الإسلامية فهي فحوى الرسالة المحمدية التي قال عنها عليه الصلاة و السلام : (إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق).

الشكل رقم 2-1: يمثل الشكل التالي المفهوم الشمولي لأخلاقيات الأعمال



المصدر : زكريا الدوري، أحمد علي صالح، إدارة الأعمال الدولية ، منظور سلوكي و استراتيجي، دار اليزوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، سنة 2009، ص435.

المطلب الثالث : أسباب و دوافع الإهتمام بأخلاقيات الأعمال في ممارسة الذكاء الإقتصادي:

➤ دوافع الإهتمام بأخلاقيات الأعمال في ممارسة الذكاء الإقتصادي:

-قيام بعض المؤسسات ببيع معلومات خاصة بالمستخدمين المسجلين لديها بالرغم من تعهدها المسبق بعدم افشاء بياناتهم الخاصة.

-الاستخدام غير المشروع للمعلومات.

-انتهاك حقوق الملكية للأفراد والمؤسسات.

-إساءة توظيف منتجات المعرفة كتوظيفها في عمليات للتدمير العسكري.

-إساءة استعمال التكنولوجيا وازدواجية استعمالها(ممارسة التجسس الصناعي).

-تزايد جرائم الحاسوب والإنترنت وخسائرها المالية.

-المنافسة الشديدة:إن قطاع الابتكارات والتحسينات المتسارعة لايمكن أن يقارن مع مجال اخر.

-الدخول غير المرخص لقواعد البيانات واستخدامها.

-استخدام المعلومات وتشويهها لهدف خدمة أو أغراض ودوافع مشبوهة....**الملتقى** 2017

➤ أسباب الإهتمام بأخلاقيات الأعمال في ممارسة الذكاء الإقتصادي:

حظيت أخلاقيات الأعمال بالاهتمام على نحو واضح وملفت للنظر وظهرت مصطلحات جديدة مثل قواعد وأداب المهنة وأخلاقيات الوظيفة وأخلاقيات الأعمال ،وباتت المؤسسات تتسابق لإصدار مدونات أخلاقية ،والسؤال المطروح وهو لماذا هذا الإهتمام؟وبهدف الإجابة على ذلك نورد مايلي:

1-التحول في مفاهيم الكفاءة وأهداف المؤسسات :كان الهدف الرئيس للمؤسسات يعتمد على تحقيق الأرباح لأصحاب المصالح بصفة أساسية وفقا لقواعد السوق وبدون غش أو احتيال وبالأخذ بعين الاعتبار التركيز على تحقيق الأرباح باعتبار أن المؤسسة آلة للربح وإن كفاءة المؤسسات تعني أن الحصول على الربح هو الطريقة المثلى للأداء ،فلاشك أن تعظيم قيمة المساهمين كانت الهدف المشترك في الجانب النظري والعملية منذ العقود الأولى من القرن الماضي ،وحتى فترة التسعينات ،بل قيل أن أفضل طريقة

لتحقيق ذلك الهدف هو ربط دخلاموظفين بقيم الأسهم ،وقد ساد الاعتقاد بن هذا النوع من الربط سوف يؤدي الى تعارض المصالح بين الإدارة والمساهمين ،ومن ثم يكمن التخلص من المشكلات الأخلاقية التي تتشأبين المديرين والملاك.

-ومن الناحية العملية،بدأ المديرين يركزون جل اهتمامهم على زيادة أسهم الشركة على حساب مؤشرات الأداء الأخرى ،وأدت زيادة أسعار الأسهم ،الى تبرير أي سلوك من سلوكيات الشركة الأخرى ، بمافي ذلك منح،رواتب تشجيعية هائلة الى المسؤولين الإداريين ،وتجاهل العاملين ،وتخفيض معايير السلامةوالصحة ،وإهمال العوامل الحيوية التي تحقق المصلحة الطويلة الأجل للشركة ،وتضمن استمراريتها ،مثالنتدريب والبحث والتطوير ،وبالإضافة الى ذلك ،أدى التركيز على ارتفاع قيمة الأسهم الى تبرير ارتكاب تصرفات غير قانونية مثل تزييف الحسابات وتداول الأسهم اعتمادا على معرفة المعلومات من داخل المؤسسة وبدلا من حل المشكلة الأخلاقية ،أدت الحوافز المالية الكبيرة الممنوحةللمسؤولين الإداريين الى خلق مشكلات أكثر خطورة وتكلفة وشاركت في إهيار مؤسسات الكبرى.

2-تعقد وتداخل المصالح في الشركات الحديثة:وبالأخذ فإنهم بذلك يوقعون عقدا ضمنيا بتوفير عاملين مقابل أجر عادل لأداء مهام محددة عادلبعين الاعتبار أن نتائج قرارات وأنشطة المؤسسة لاتقتصر على المساهمين فحسب بل تؤثر على العاملين والموردين والزبائن،والمجتمع ككل فحينما يقوم المديرين بتعيين العاملين ، في بيئة عمل آمنة وصحية ،ونظرا لاهمية الجهد والتعاون الذي يبذله العاملون في نجاح المؤسسة ،فإن استراتيجية العمل الصحيحة تقتضي أن يهتم المديرين بمصالح العاملين كما لو كانوا يهتمون بمصالح المساهمين ،ممايخلق مصلحة واضحة للعاملين في نجاح المؤسسة ويزيد ثقتهم في الإدارة فيجب أ، يكون المديرين مسؤولين عن المساهمين والعاملين على حد سواء ،واستنادا الى منظمة تسخير الأعمال التجارية لصالح المسؤولية الاجتماعية ،وهي منظمة أعمال تجارية ،تتخذ من الولايات المتحدة مقرا لها وتعمل من أجل النهوض بالقيم الاجتماعية ،تبين الدراسات أن المؤسسات التي يوجد فيها توازن بين مصالح حاملي الأسهم ،مثل التوازن بين الإدارة واليد العاملة والزبائن ،حققت معدلات نمو ومعدلات أداء العمالة تفوق الشركات الأخرى بنسبة أربعة أضعاف وثمانية أضعاف على التوالي.

3- ارساء مبادئ الإدارة السليمة (الحوكمة): في ظل البحث عن أدوات لمعالجة المشكلات والأزمات التي أدت الى انهيار عدد من المؤسسات لأسباب عدم التزام المسؤولين فيها بأخلاقيات الأعمال ،فقد نتجت مجموعة من الأسس والممارسات التي تطبق بصفة خاصة على المؤسسات المملوكة لقاعدة عريضة من المستثمرين وتتضمن الحقوق والواجبات لكافة المتعاملين مع المؤسسة مثل مجلس الإدارة والمساهمين ،الدائنين ،البنوك ،الموردين ،المجتمع وتظهر من خلال النظم ،واللوائح المطبقة بالمؤسسة والتي تحكم اتخاذ أي قرار قد يؤثر على مصلحة المؤسسة أو المساهمين بها وهو ما عرف بمصطلح الإدارة الرشيدة والحوكمة،حيث توفر الحوكمة الإطار التنظيمي الذي يمكن للمؤسسة من تحقيق أهدافها وتحدد القواعد المتعلقة بكيفية اتخاذ القرارات والشفافية والإفصاح عن تلك القرارات وتحديد السلطة والمسؤولية للمديرين والعاملين بالمؤسسة ،وحجم ونوعية المعومات التي يتم الإفصاح عنها للمستثمرين الأمر الذي نصب في صالح حماية حقوق الزبائن والمساهمين ومختلف أصحاب المصالح.

4- الاهتمام بالتعليم والتدريب : إن التطور الأوسع في مجال أخلاقيات الأعمال نجده في مجال التعليم والتدريب،ففي الدولة الصناعية أخذت هذالمادة تدرس وتصدر فيها الكتب المتخصصة والمنهجية على نطاق واسع،في عام 2004 أصدرت جمعية إعلاء شأن كليات ومدارس إدارة الأعمال والتجارة ،وهي الهيئة الدولية التي تصادق على إنشاء كليات الأعمال والتجارة ،مبادئ توجيهية لدمج الأخلاقيات والحوكمة في مواد تدريس الإدارة العالمية ،وتركز هذه المبادئ التوجيهية على أربع مجالات :هي مسؤولية مؤسسات الأعمال في المجتمع والقيادة الأخلاقية وصناعة القرارات الأخلاقية وحوكمة الشركات ،وفي عام 2001 أعد الاتحاد الأوربي ورقة بحث بعنوان "تشجيع وضع إطار عمل أوربي للمسؤولية الإجتماعية للمؤسسات وتم إطلاق عملية إعادة فحص في بلدان متعددة لوضع تدريس إدارة الأعمال والأبحاث الموضوعية ع عن المسؤولية الإجتماعية للمؤسسات ،أما المعهد الآسيوي للإدارة في مانبلا فقد كان سياقاً في منح شهادة الماجستير في إدارة التنمية مصممة خصيصاً لإعداد القادة الذين سيعلمون في الإقتصاديات الناشئة على معالجة التحديات الخاصة والفرص التي تضمنها تلك الإقتصاديات ،وتطور كلية التجارة وإدارة الأعمال بجامعة ستلنبوش بجنوب إفريقيا برنامج دكتوراه في القيادة والحوكمة والأخلاقيات يرمي الى مماشاة أهداف الشراكة الإقتصادية الجديدة للتنمية الإفريقية.

5-الالتزام بروح القانون وأهمية البعد الإجتماعي :تؤدي الروح الضيقة لأخلاقيات الاعمال ،التي تقصر دور مشروعات الأعمال على مجرد تحقيق الأرباح ضمن إطار قواعد السوق ،الى تجاهل ممارسات الأعمال الضارة ،بسبب الالتزام الحرفي بنصوص القانون وتجاهل روحه،ومن أمثلة ذلك الفشل في معالجة الأمور الخارجية السلبية التي تعرفها المؤسسة وتكون غير معروفة لدى صانعي السياسات والجهات الرقابية ،أو تكون معروفة لديهم ،ولكن مراقبة ومتابعة تلك الممارسات يكون أمرا باهظ التكلفة ،فشركة جنرال موتورز على سبيل المثال تدفع عدة ملايين من الدولارات سنويا كغرامات جزئية نتيجة لتصرف الأخلاقيات الذي ادى الى دخول الشركة في قضايا عمالية مكلفة ،كما إن الدروس التي يمكن لإحدى الشركات أن تستخلصها في وقوع كارثة في مجال حقوق الإنسان أو كارثة بيئية قد تكون لها آثار وخيمة.

6-البحث عن انتاج ماهو مفيد للبشر وتحسين نوعية الحياة :من الأمور الواضحة التي تحظى بأهمية كبرى ولقد تم إغفالها حتى من أولئك الذين يتبنون الرؤية الشاملة لأخلاقيات الأعمال تتعلق بما يجب وما لا يجب أن تنتجه المؤسسات ،ففي المجتمعات التي تشجع المشروعات الحرة ،يسود اتجاه عام بأن المؤسسات لها الحق في انتاج ماتراه مربحا لها بشريطة ألا تكون المنتجات والخدمات التي تنتجها محظورة بموجب القانون وهكذا تتاح الفرصة للمؤسسات بأن تخلق احتياجاتها وأن تستخدم الأساليب الدعائية والتسويقية والترويجية الأخرى ذات الصلة في إقناع الزبائن بشراء منتجاتها وخدماتها ،ولا يوجد شئ خاطئ في إيجاد الاحتياجات الحقيقية التي تساهم في تحقيق الراحة والرفاهية في الحياة وعلى الرغم من ذلك تقوم المؤسسات في كثير من الحالات بإيجاد احتياجات ورغبات عاليةالتكلفة وغير مفيدة ،لاشئ سوى لتحقيق الأرباح،وقد ترى الإدارة ذلك العمل جيد ولكنه في الحقيقة عمل لافائدة منه ويؤدي الى تبعات غير مرغوبة اجتماعيا.وهذا هو المصدر الرئيس للاستهلاك الزائد والعامل الأساسي الذي ينفع الناس الى إجهاد أنفسهم بالعمل ومنه الافراط في الاستهلاك.

إن العملية الخادعة المتمثلة في إيجاد احتياجات ورغبات لافائدة منها لاتؤدي فحسب الى تشتيت انتباه الناس على الاعلى الاهتمام بالأمور الأكثر أهمية في الحياة التي تثمر في النهاية عن تحقيق السعادة والرضا بصفة مستمرة ،بل تؤدي الى الانتهاء المبكر للموارد غير المتجددة وتدهور البيئة ،ومن الأمور التي تخضع للمناقشة ،أن الرؤية الشاملة لأخلاقيات الأعمال على خلف الرؤية العقلية التقليدية تتجح في إقناع المؤسسات على إنتاج بضائع وخدمات مربحة لأنها تفي بالاحتياجات الحقيقية للناس.¹

¹ خدير نسيمه أخلاقيات الأعمال و تأثيرها على رضا الزبون دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية ،مذكرة ماجستير في علوم التسيير فرع ادارة الأعمال جامعة محمد بو قره بومرداس .ص33.

المبحث الثاني: الأداء الأخلاقي في المؤسسة.

المطلب الأول: مصادر و نظريات أخلاقيات الأعمال

الفرع الأول: مصادر أخلاقيات الأعمال:

تتجسد الاخلاق بسلوكيات أخلاقية تراعي عدم خرق القواعد و المعايير و المعتقدات في المجتمع من جهة و كذلك القوانين و المدونات الاخلاقية المعمول بها من جانب آخر، و نطمح ان يتجاوز الإلتزام بالسلوك الأخلاقي ما هو مطلوب به رسميا كنتائج إيجابية إلى ما هو أبعد في إطار تحمل مسؤولية إجتماعية كبيرة لمنظمات الاعمال¹ و بشكل عام يمكن أن تستند أخلاقيات الأعمال إلى المصادر التالية:

أ-المصدر الديني²: إن الأديان السماوية كلها تأمر الإنسان بالتقوى و الطاعة وحسن المعاملة، و قدم ديننا الإسلام الحنيف للإنسانية جمعاء مثالا يقتدى به لكل الطرق السليمة في فن المعاملة، فلم يترك صغيرة و لا كبيرة إلا إحصاها فقد كان صلى الله عليه و سلم يدعو ربه "اللهم إني أعوذ بك من منكرات الأخلاق و الأعمال و الأهواء، و الأدواء"³ و أكد صلى الله عليه و سلم على فضل التحلي بالخلق الحسن في قوله "إن المؤمن ليدرك بحسن خلقه درجة الصائم القائم"⁴

ب-العائلة: تمثل العائلة النواة الأولى لبناء سلوك الفرد، لهذا ركزت الأديان و المجتمعات الحضارية على بناء العائلة و أكدت على بنائها السليم و تماسكها لأن الفرد يبدأ إكتساب سلوكه من هذا النبع الأول و يجسده فيما بعد في المدرسة أو في ميدان عمله فالفرد سفير عائلته.

ج-ثقافة المجتمع و قيمته و عاداته: يتأثر سلوك الفرد بمؤثرات خارجية كثيرة و يقع في مقدمتها ثقافة المجتمع و قيمته و عاداته لأن الفرد إجتماعي بطبعه و لا يستطيع العيش في معزل من هذا المجتمع معينة فيأخذ من قيمها و أعرافها و يصبح مدافعا عنها.

¹ صالح العامري ، طاهر الغالبي ، المسؤولية الاجتماعية و اخلاقيات الأعمال و المجتمع، الطبعة الأولى 2008، دار وائل للنشر و التوزيع، ص138.
² وافية شراد، مسالمة أخلاقيات الأعمال في مكافحة الفساد الإداري، مجلة الأبحاث الاقتصادية و الإدارية، جامعة بسكرة، العدد14، ديسمبر 2013، ص146.

³ سنن الترميدي، كتاب الدعوات، 45، باب 127، حديث رقم 3591، ص816.

⁴ سنن أبي داوود، كتاب الأدب35، باب08، حديث رقم 4798، ص721.

د- التأثير بالجماعات المرجعية: إن الجماعات المرجعية هي في حقيقتها مصدر مهم لسلوك الفرد الأخلاقي و غير الأخلاقي، و قد تكون هذه المرجعيات سياسية، أو دينية أو عسكرية أو عشائرية، و عادة ما يقع الفرد في مجتمعاتنا تحت تأثير أكثر من مرجعية في نفس الوقت تجعله في موقف محير ينعكس على سلوكياته في منظمته و في مجتمعه.

هـ- المدرسة و نظام التعليم في المجتمع: يلعب النظام التعليمي دورا مهما في المجتمع و في تكونه القيم الأخلاقية و تنمية السلوك الاخلاقي لدى الأفراد و ذلك بتعزيز القيم الإيجابية كالمنافسة الشريفة، الثقة و الصدق و العمل الجاد، و أدب الحوار، و التفاعل الإيجابي، و الإحترام القوانين.

و- إعلام الدولة و الصحافة: يعبر البعض عن الصحافة بكونها مرآة المجتمع فهي أداة و اسعة الانتشار و كبيرة التأثير، فإن تكن هذه الصحافة حرة و صادقة و مهنية فستؤثر سلبا على الفرد و المجتمع.

ر- مجتمع العمل الأول: يؤثر مجتمع بكل مكوناته على الافراد و يغير من أخلاقياتهم و يفرض عليهم سلوكيات جديدة و بالأخص مجتمع العمل الأول فمنه يكتسب الشخص سلوكيات إحترام الوقت، التعاون، العمل الجماعي تحمل المسؤولية، إستعمال السلطات هذا في حالة تمتع المنظمة بالمناخ الداخلي السليم.

ت- سلطة القديم و القيم الشخصية لدى العاملين: في المجتمعات التقليدية فغن للموروث الثقافي و الحضاري تأثير كبيرا على سلوكيات و اخلاقيات الفرد، و إن هذا الموروث جاء متأصلا عبر فترات زمنية متلاحقة، إذ يبدو القديم براقا في نظر الكثير من الأفراد، فغنه يحمل أيضا في طياته العديد من السلبيات و النواقص التي نقيها دون فحص أو تدقيق.

ث- القوانين و اللوائح الحكومية و التشريعات: يمكن النظر للقوانين بأنها عبارة عن نتائج تيار و إتجاه معين بما يتوقعه المجتمع من حيث السلوك المقبول، و يمكن إعتبار الممارسات على أنها غير قانونية إذ ما كان المجتمع ينظر إليها على أنها سلبية و غير أخلاقية.

ذ- قوانين السلوك الاخلاقي و المعرفي للصناعة و المهن: نظرا للتشعب الكبير في الصناعات و المهن قد سنن قوانين و مدونات أخلاقية رسمية و هناك العديد من الأعراف و السلوكيات غير المدونة تمثل بمجموعها أدلة إرشادية لعمل الفرد في إطار الأعمال المختلفة.

ز -الخبرة المتراكمة و الضمير الإنساني الصالح :تعتبر الخبرة التي يتمتع بها الفرد تجاه الإشكالات والقضايا المطروحة.

ر-جماعات الضغط :بالإضافة للمصدر السابقة تشكل جماعات الضغط بجميع أشكالها مصدرا مهما لقواعد السلوك الأخلاقي للأفراد في منظمات الأعمال¹.

الفرع الثاني: نظريات أخلاقيات الأعمال:

يعتمد فهم السلوك الأخلاقي و التعامل معه من خلال تفسيره و معرفة مجال العوامل التي تسهم في تكوينه و تحديد اتجاهاته، و من أجل هذا الغرض ظهرت العديد من النظريات التي إهتمت بتفسير السلوك الأخلاقي و فيما ياي نستعرض بعضا من هذه النظريات هي:

1.نظرية المنفعة : هو رأي أو جد الفيلسوف John Stuart Mill في القرن التاسع عشر، ووفقا له فن الأخلاق و قواعد السلوك يجب أن تقوم على أساس المنفعة النهائية² ، و على أساس ذلك يتوقع من صناعه القرار دراسة تأثير كل قرار بديل على الأطراف جميعا و من ثم اختيار القرار الذي يحقق حاله لرضا اكبر عدد من الأفراد، و يشير كل من Wheelen and Henger إلى أن هذه النظرية تقترح الأفعال و الخطط التي يجب الحكم عليها من النتائج المتحققة عنها، و على الأفراد التصرف بطريقة تعطي أكبر المنافع للمجتمع³.

المشكلة في هذه النظرية تكمن في صعوبة إدراك كل المنافع و الكلف لأي قرار أو تصرف.

2. النظرية الفردية: حسب هذه النظرية فالأعمال لا تكون أخلاقية إلا حينما تعزز مصالح الفرد على المدى البعيد، حيث يعد التوجيه الذاتي الفردي هو الحاكم الأعلى فيجب الحد من القوى الخارجية التي تقف بوجهة، و بعد الأفراد الميزة طويلة الامد لانفسهم قياس لجودة القرار⁴ ، نجد أن هذهالنظرية تقوم على الغفراط في حب الذات و الأنانية و السعي لتحقيق المصلحة الذاتية عن مصلحة الأطراف الأخرى.

¹ صالح العامري، طاهر الغالي، مرجع سابق، ص138-146.

² Chand and Management concepts and Strategies, VIKAS Publi, shing house pvt LT01, New delhi 1998, p104.

³ Wheelen Themas, Hunger david, Strategic management, thed ,wesley long man, New York , USA1998, p 40.

⁴ Daft Richchand, Mangement, 5 th ed, the dry ten press, hancoy, tcollege publi shers, USA2000, p 137.

3. نظرية الحقوق الأخلاقية: إنبتقت هذه النظرية من أفكار و معتقدات الفيلسوف الإنجليزي John Lock و التي تتضمن أن هناك بعض الحقوق الطبيعية الأساسية للإنسان التي ينبغي إحترامها و حمايتها في كل حالة مثل حق العيش، الحرية في الرأي....، تعرف نظرية الحقوق الأخلاقية بأنها النظرية التي تحكم القرارات و السلوك من خلال توافقها مع حقوق و إمتيازات الإنسان الأساسية ووفقا لهذا فغن البشر لديهم حقوق أساسية لا يمكن تجاوزها بقرارات فردية، و إن القرار الصائب أخلاقيا هو ذلك القرار الذي يحفظ حقوق الأفراد المتأثرين به¹.

- و يرى نجم عبود نجم أن واحد من أكثر السمات الحرفة في الحقوق هي أنها يجب أن تكون في علاقة تكاملية مع الواجبات، فحق العيش للفرد يكون بالترابط مع حق الآخرين في العيش و حق حرية الفرد يتكامل بالسماح للآخرين بممارسة حريتهم أيضا.²

و هناك ستة أنواع من الحقوق الأخلاقية التي يجب مراعاتها عند عملية إتخاذ القرار³ و هي:

أ- الحق في حرية القبول: يجب أن لا يعامل الأفراد إلا من حيث قبولهم الحر و لطريقة التي يعاملون بها.
ب- حق الخصوصية: للأفراد الحرية في الخصوصية، و لهم الحق في مراقبة المعلومات التي تخص حياتهم الشخصية.

ت- حق الحرية في الإلتزام: حق في إلتزام الأفراد بمادئهم الدينية الأخلاقية.

ث- الحق في إبداء الرأي: يعطي للأفراد الحرية في توجيه النقد.

ج- الحق المعاملة العادلة: للأفراد الحق في المعاملة العادلة المتساوية.

ح- حق الحياة و السلامة: للأفراد الحق العيش في أمان دون التعرض للمخاطر أو إنتهاك للصحة والسلامة.

-و قد يؤخذ على هذه النظرية أن الأفراد أو المنظمات قد يتجاوزون الحدود الأخلاقية في تصرفاتهم مبررين ذلك الحرية أو الحقوق.

¹ Ibid.

² نجم عبود رخم، أخلاقيات الإدارة في عالم متغير، مرجع سابق الذكر، ص 57

³ D a Ft, Reland, op.cit138.

4. **نظرية العدالة:** و فقا لهذه النظرية فإن السلوك الأخلاقي لا تفرق في المعاملة بين الناس و تعاملهم بعدالة و بدون تحيز و فقا لقواعد قانونية¹، و هناك ثلاثة أشكال للعدالة هي²:

أ- **العدالة التوزيعية:** و تشير على مدى او درجة توزيع و تخصيص الموارد و المخرجات دون تمييز بسبب العمر أو الجنس أو القومية أو المعتقد إذا تساوت الكفاءات و المهارات و أن أساس التمايز بين الأفراد هو إختلاف مهاراتهم بالعمل أو بالمسؤوليات المكلفين بها.

ب- **العدالة الإجرائية:** تعني مستوى و درجة و وضوح صياغة سياسات و قواعد العمل في المنظمة و إستقرار و حيادية و نزاهة و إستقامة تطبيقها على الجميع دون تمييز و تفرقة.

ج- **العدالة التعويضية:** و بموجبها يتم تعويض الأفراد على كلفة الأضرار المتعرض لها و عدم تحميلهم مسؤولية أخطاء غير مسؤولين عن حدوثها.

- إن الإطلاع على هذه النظريات الفلسفية يدعم إستنباط و وضع مفاهيم أساسية لمبادئ و أخلاقيات التعامل بين الأفراد و المنظمات، فكل نظرية تكفي لتحديد طبيعة القرار أو السلوك أخلاقي أو غير أخلاقي.

- هناك نظريات أخرى حاولت فهم السلوك الأخلاقي و تفسيره منها ما أشار عليها R.M.Fulmer و هي³:

1- **النظرية التجريبية:** تقوم على أن الأخلاق تشتق من التجربة الإنسانية و انم اهو أخلاقي أو ماهو غير أخلاقي يعتد به من خلال الإتفاق العام، و هذا ما لا يتحقق إلا بالتجربة أو لا و أن ما يحدد و يقاس من عوامل هذه التجربة يحقق الوصول إلى ذلك الإتفاق ثانيا.

2- **النظرية العقلانية:** و تقوم على أن العقل يمتلك القدرة على أن يحدد ماهو سيئ، و أن هذه التحديات المنطقية هي أكثر إستقلال عن التجربة و بالتالي فإن حل المشكلات الأخلاقية يمكن أن يتم عن طريق ماهو عقلائي، و أن التأثيرات الذاتية و الشخصية هي التي تحد من تحقيق ذلك.

¹ نادية العارف، الإدارة الإستراتيجية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر 2000، ص 68.

² طاهر محسن منصور الغالي، غدارة و إستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة و الصغيرة، الطبعة الأولى، دار النشر و التوزيع عمان الأردن 2009 ص 108

³ نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة في عالم متغير، مرجع سبق ذكره، ص 55، 56.

3- نظرية الحدس: ترى أن الأخلاق لا تشتق بالضرورة من التجربة أو المنطق، و غنما بما يمتلكه الأفراد بشكل فطري و تلقائي من حدس، كقدرة ذاتية على التمييز بين ماهو صحيح و ماهو خاطئ، و أن سوء التصرف الأخلاقي يعود إلى البيئة السيئة و التربية الناقصة و غير السليمة، و عوامل النشأة غير الملائمة

4- نظرية الوحي: ترى أن تحديد الصواب و الخطأ أعلى من الإنسان، و أن الله يخير الإنسان بالمبادئ التي تساعد على تحديد ماهو صحيح و ماهو خطأ، و هذا ما جاءت به الأديان السماوية.

المطلب الثاني: المؤسسة الأخلاقية

توجهت جهود الباحثين في هذا المجال نحو تحديد ما يميز المؤسسة الاخلاقية عن نقيضها من المؤسسات، فقد أشار البعض على أن:

1- المؤسسات الأخلاقية: هي المؤسسات ذات الإستقامة الأخلاقية العالية و التي تمتلك خصائص متميزة تتمثل في:

- 1) إحتفاظها برؤية واضحة عن الإستقامة نحو الجهات الخارجية.
- 2) الإلتزام بإقتراح و تنفيذ تلك الرؤية من قبل الإدارة العليا بمرور الوقت.
- 3) تحديد السياسات و الممارسات في المنظمة طبقاً للرؤية الإستراتيجية.
- 4) تحديد أنظمة المكافأة و التشجيع و فقا لرؤية الإستقامة في المنظمة.
- 5) تسود المنظمة حالة من الفهم بحيث تتضمن قراراتها الادارية أبعاد أخلاقية.

مبادئ المؤسسة الأخلاقية: الوصول على إجماع و ائتلاف يمنع الصراع بين القيم التي يحملها المشاركون و في الإتجاه ذاته هناك من يضيف أربعة مبادئ أخرى أساسية كمواصفات للمؤسسة الأخلاقية:

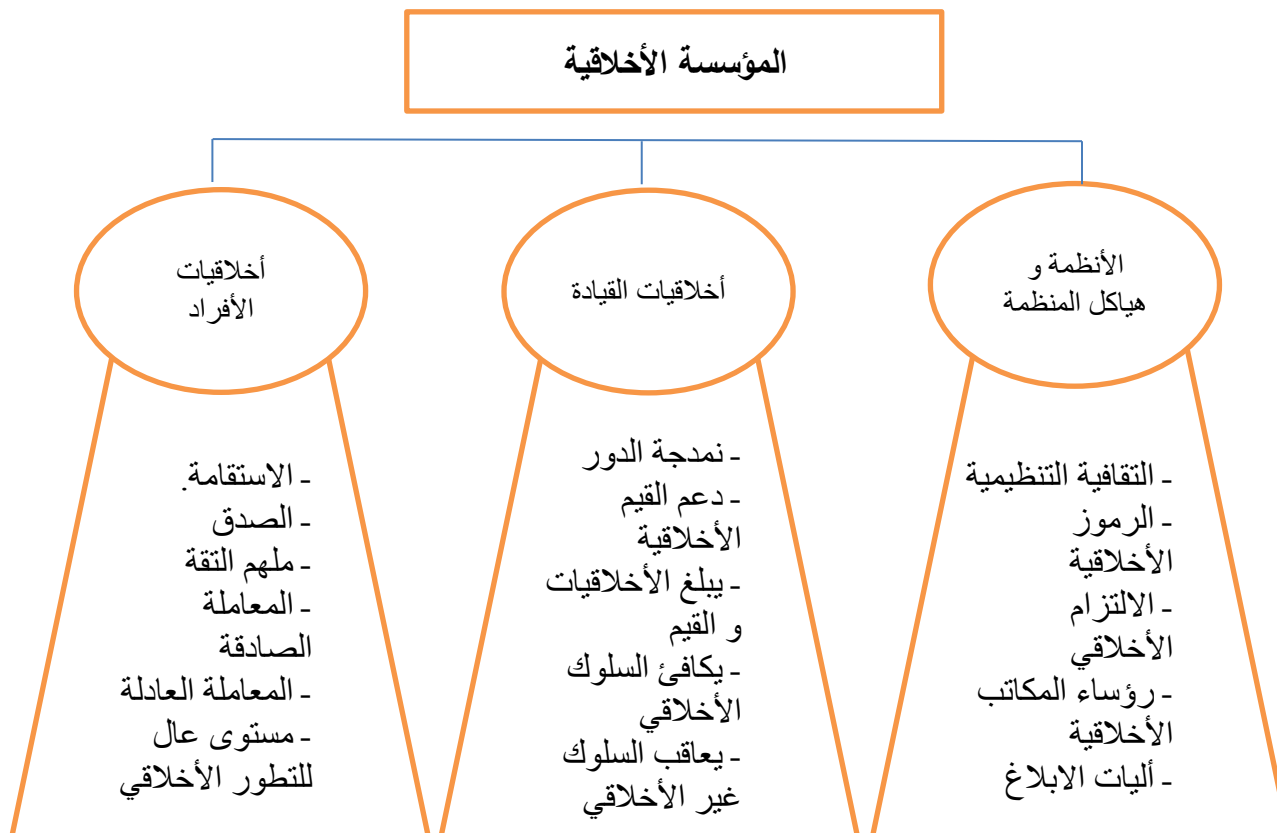
- 1) أنها هادئة في تفاعلها داخليا و مع المشاركين، و إن القاعدة الأساسية لهذا النوع من المنظمات هي القيام بتنفيذ كل ماهو جيد لتلك الأطراف كجزء من الجودة الخاصة التي تملكها .
- 2) تركيز على مسالة جوهرية تتمثل في ان الآخرين ينتفعون منها مثلما تنتفع هي من الآخرين.

(3) المسؤولية فيها فردية و ليس جماعية و تنشأ بتفويض الأفراد للمسؤولية الفردية عن الأعمال التي يقومون بها، و تكمن القاعدة الأساسية لهذا النوع من المنظمات في شرعية مسؤولية الأفراد عن أنفسهم.

(4) تتم أنشطتها في إطار الأهداف المسطرة مسبقا، و هذه الأهداف ترجمة لرسالة المؤسسة التي يتبناها أفرادها ذو القيم العالية، و التي من خلالها يحدد موقع المؤسسة في بيئتها.

فالمؤسسة ذات الخصائص المحددة أعلاه يمكن ان توصف بانها أخلاقية لأنها تركز في ذلك على ضمان الأبعاد و المبادئ الأخلاقية في مختلف جوانب بنائها كما يتضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم 2-2: المؤسسة الأخلاقية



المصدر: عبد الله بن منصور ،اشكالية العلاقة بين الذكاء والاقتصاد، رسالة دكتوراه في العلوم اقتصادية تخصص تسيير سنة 2008 /2009، ص186

3- مقومات المؤسسة الأخلاقية:

هناك ثلاث مقومات أساسية لبناء المؤسسة الأخلاقية: حسب الشكل أعلاه:

أولاً: الأخلاقيات الفردية: يمثل المدراء و رؤساء شركات الفئات الرئيسية من الأفراد المكونين للأساس الأول من أسس المؤسسة الأخلاقية، و هنا يجب الإشارة على أهمية إتصاف هؤلاء بالصدق و الإستقامة و أن تتعكس تلك السمات في قراراتهم و سلوكياتهم، و ذلك لثقة بقية الافراد من داخل و خارج المنظمة بالمدراء كونهم أداة لتنفيذ المعايير الأخلاقية، و المعاملة الصادقة، و هم الذين يبذلون الجهود للوصول إلى مستويات أخلاقية متطورة، و يترتب عن ذلك تحديد طرق تركيز الإنتباه على القيم الأخلاقية داخل المؤسسة و إيجاد البيئة المؤسسية التي تشجع و ترشد و تدعم السلوك الأخلاقي لكل العاملين و لأجل ذلك يتوجب ذلك على المدراء أن يعملوا على إيجاد مناخ العمل الأخلاقي الملائم ليمارس فيه الآخرون أعمالهم و الذي يتضمن خمسة جوانب أساسية و هي:

أ-الأفراد: بتحديد ماهو أفضل للأفراد داخل المنظمة و خارجها.

ب-الجوانب القانونية: و يتضمن التأكيد على تطبيق و إحترام القوانين و المعايير المهنية و عدم إنتهاكها، يعد إعتبار أخلاقيا مهما في المنظمة.

ج-تطبيق القواعد: ويشير إلى أهمية إحترام القوانين و المدونات الأخلاقية.

د-التركيز على الجوانب المالية و الأداء المنظمي: و ذلك من خلال قيام الافراد ببذل الجهود لتحقيق إستفادة المؤسسة و النتائج المتحققة فيها.

و-إستقلالية الأفراد: و تتضمن إسترشاد الأفراد بأخلاقياتهم الشخصية في المؤسسة ليقرروا لأنفسهم ماهو الصحيح لإتباعه و ماهو الخاطئ ليجنبه.

و عليه يجب على الإدارة العليا أن تستخدم موقعها القيادي لتجسيد البعد الأخلاقي ضمن القيم التي يركزون عليها و تفعيلها و مباشرتها بصورة عملية إذ عليهم ان ينفذوا عمليات التعيين و الفصل و توزيع الحوافز و المكافآت من خلال الإلتزام بالقيم الأخلاقية، و في ذلك على المدراء التفكير بوعي تام في التداعيات الأخلاقية لقراراتهم المتخذة في المؤسسة كسبيل لبناء المؤسسة أخلاقيا.

ثانيا - أخلاقيات القيادة :

أفرزت دراسة السياسات و الممارسات الأخلاقية من المؤسسات الناجحة حقيقة ان الدور الذي يمارسه القادة حيويًا، في الشريعة الإسلامية القدوة أساسية في القيادة فأبي عمل محمود يوظف و يفعل عن طريق القدوة.

و يرى البعض ان عملية صياغة او نسخ القيم الأخلاقية في المؤسسة يتم في إطار الثقافة التنظيمية و في إستمرارية اعمالها لإعادة تجديد أو تحديث القيم الأخلاقية غير الثابتة، و أن الأفراد العاملين هم الذين يدعمون تلك القيم الجوهرية في إطار الأفعال و التصرفات التي يمارسونها كما أن أنظمة التقييم و المكافأة المعتمدة في المؤسسة، يمكن أن تقوم إلى إكتشاف الإرتباط في الكيفية التي يقوم بها كل القادة و العاملين بملامسة الأخلاق و القيم في أعمالهم و تصرفاتهم اليومية و إن إستخدام أنظمة المكافأة و مراجعة الأداة بشكل فاعل يمكن ان يكون طريقًا فاعلًا يعتمد القادة في الإستدلال على أثر الاخلاقيات في منظمة الاعمال و الإقتصاد.

- إن الإقبال على مكافأة السلوك الأخلاقي و ترقيته، و معاقبة السلوكيات المناقضة و في مستويات المؤسسة جميعها يعد من المكونات الحاسمة لبناء القادة الأخلاقيين في منظمات الأعمال.

ثالثا الأنظمة و الهياكل المنظمة :

هي عبارة عن مجموعة الأدوات التي يستخدمها القادة في المؤسسات لتشكيل القيم و تعزيز السلوكيات الأخلاقية و التحول بالمؤسسة لترتقي إلى مؤسسة أخلاقية و تتضمن هذه المجموعة مايلي:

أ-الثقافة المؤسسية :توصف الثقافة المؤسسية بأنها من القوى الأساسية المساهمة في تكوين أو بناء المؤسسة الأخلاقية و تشمل المرجعية الثقافية للمؤسسة في غالب الأحيان على ثلاث أبعاد هي:

- جوهر الثقافي :هو الإتجاه الذي يركز على الثقافة عبر الأبعاد الفكرية غير الملموسة كالدين، التقييم، المعتقدات، الفلسفات المقدسة، الإيديولوجيا و التوقعات و المواقف المشتركة التي تربط أعضاء المؤسسة.
- مظاهر الثقافة :هو الإتجاه الذي يركز على البعد الثقافي في مظهره مثل الرموز و الطقوس و أنماط السلوك و الأبنية و الهياكل و الأنظمة أو مظاهر السلوك.

• النسيج الثقافي: يتمثل التأثير الأساسي للنسيج الثقافي في صياغة أخلاقيات الأعمال و تحول المؤسسة إلى مؤسسة أخلاقية و هنا يأتي دور الإدارة العليا لتعزيز التصرف الأخلاقي من خلال ممارسة التصرفات و السلوكات الصحيحة.

• النسيج الثقافي: يتمثل التأثير الأساسي للنسيج الثقافي في صياغة أخلاقيات الأعمال و تحول المؤسسة إلى مؤسسة أخلاقية و هنا يأتي دور الإدارة العليا لتعزيز التصرف الأخلاقي من خلال ممارسة التصرفات و السلوكات الصحيحة.

ب- الرموز الأخلاقية: هي عبارات أساسية تعكس قيم المؤسسة المتعلقة بالجوانب الأخلاقية والاجتماعية، وتميل تلك الرموز الأخلاقية إلى أن تكون مستمدة من المبادئ والعبارة العامة للمبدأ في هذا الإطار يطلق عليها العقيدة الكلية للمؤسسة، ويمكن لهذه الرموز الأخلاقية أن تستند إلى السياسات والتقيد بالقوانين.

تسعى المؤسسات الأخلاقية إلى تقوية ودعم الرموز الأخلاقية من خلال مكافأة الأفراد الطائعين المنضبطين ومعاقبة الأفراد المنتهكين والمتمردين، ويتحقق ذلك من خلال استخدام السلوك السوي، كالصدق بين أعضاء المؤسسة ومع زبائنهم ومجتمعاتها، والاستقامة في القول والمعاني والوعود، والاحترام في التفاوض والاتصالات والعلاقات، وتوفير جو الثقة والأمانة على المستوى الفردي و على مستوى فرق العمل.

ويتجه الأمر حديثاً إلى التعامل مع قضايا تشغيل الأطفال ومحاربة الأجور المنخفضة وبيئات العمل غير المأمونة بحساسية كبيرة لذلك نشأت بعض المقاييس العالمية المتعلقة بالمحاسبة الاجتماعية. (SA8000).

• SOCIAL ACCOUNTABILITY والتي تشابه إلى حد بعيد المعايير المتعلقة بالموصفات الدولية، ويمكن أن يعد معيار (SA8000) أول معيار للتدقيق الاجتماعي في العالم والذي بدأت بعض المنظمات في الدول المتقدمة بتطبيقه لغرض التأكد من مدى توافر المواصفات التي يحددها هذا المعيار في مصانعها ومجهزي موادها الأولية لها، وهو ما يتطلب اللجوء إلى ترجمة رموزها الأخلاقية لتكون صالحة الاستخدام في الإطار العالمي بسبب التنوع والاختلاف الشديد فيما بين القيم السائدة في المجتمعات المختلفة.

ج الهياكل الأخلاقية: وتشتمل هذه الهياكل على مجموعة اللجان الأخلاقية المؤلفة من مجموعة من مدراء الأقسام المعنيين بتحصيل الأخلاقيات وتحديد الأحكام الملائمة للتساؤلات التي تثار حول الموضوعات الأخلاقية في المنظمة كما تقوم هذه اللجان بتقدير مسؤولية المخالفات المرتكبة ومسؤولية الجهة المحاسبة عنها، ويعد وجود هذه اللجان ضروريا لأهميتها في تأسيس سلوك اخلاقي في المنظمة أو الهيئة الاقتصادية وتشمل الوظائف الأساسي لهذه اللجان ما يأتي:

- تنظيم اللقاءات لأغراض مناقشة الموضوعات الأخلاقية
- التعامل مع الحالات التي تشهد تجاوزا على المعايير الأخلاقية
- إبلاغ الرموز الأخلاقية بكل فرد من أفراد المنظمة.
- تأثير وتحديد الانتهاكات المحتملة للرموز الأخلاقية في المنظمة.
- وضع الرموز الأخلاقية موضع التنفيذ
- مكافأة السلوك الأخلاقي ومعاقبة الانتهاكات الأخلاقية الحاصلة-

د - المكاتب الأخلاقية: وهو اجراء تقوم به بعض المؤسسات ويتمثل بتخصيص مكاتب أخلاقية في إطار الهيكل التنظيمي ومستوياته وتخصيص كوادر تعمل بوقت كامل في هذه المكاتب، وتتخلص مهمة هذه المكاتب في التأكد من مدى المعايير الأخلاقية مع عمليات ونشاطات ووظائف والمؤسسات والهيئات.

يتابع رئيس المكتب الأخلاقي عمليات الفحص والاشراف على الأبعاد الأخلاقية وحالات الازعان للقوانين والتعليمات التي تتضمن إقامة معايير الاتصالات الشفافة و اجراء التدريبات الأخلاقية التي تتعامل مع التوقعات والمشكلات ومن ثم تقديم النصح للإرادة العليافي آلية التعامل مع المشكلات الأخلاقية عند اتخاذ القرارات.

هـ - التدريب الأخلاقي: تساعد برامج التدريب الأخلاقي على حسن التعامل الذي يرتبط به العمال مع المسؤولين وترجمة الرموز الاخلاقية الى سلوكات يومية، وفي هذا المجال تؤكد المنظماتعلى ضرورة مرور أفرادها العاملين في حصص تدريبية لعدة مرات في السنة، حيث تطرح في هذه الدورات التدريبية صياغة حلول المشكلات الأخلاقية ،كالصراعات التي قد تنشأ أو الممارسات اللاأخلاقية والتجاوزات في المسؤوليات التي تطرأ بين العاملين وأرباب العمل، ولكي تصبح عملية التدريب الأخلاقي مفيدة لا بد من التأكيد على ضرورة

تحديد الاحتياجات التدريبية الاخلاقية بشكل يتلاءم ويرتبط بالمضامين المحلية في البلد الذي يتم فيه التدريب الاخلاقي مع ضرورة تطوير البرامج التدريبية بشكل يتناسب مع البلد أو الإقليم والمعتقدات الدينية الائدة والثقافات والعادات السائدة

و-اليات الإبلاغ:وهي تكمن في ترسيخ الوسائل التي يكمن من خلالها حمل الافراد للإفصاح عن كل الممارسات غير القانونية وغير الأخلاقية وغير المنطقية وتصرفاتهم وسلوكياتهم ،وفي هذا الصدد يؤكد البعض أن المؤسسة ستعاني من حالة عدم الثقة في الاحتفاظ بالأسرار، وفي عدم التأكد من الإداء بالشهادات كما تستدعيه الشهادة.

لذلك يتوجب على المؤسسة تحديد أفراد أهل ثقة وأمانة عالية لتلقي البلاغات والمعلومات وعدم الإداء بها الا في حالات المعالجة والجهات المخول لها هذه المعالجة، دون الحاق الأذى بالعامل أو المسؤول المبلغ وذلك ليتسنى هذه الالية التوصل الى تقارير الابلاغ لتحديد الأعمال والتصرفات الخاطئة وعرضها أمام الجهات المعنية.¹

المطلب الثالث : المسؤولية الاجتماعية

الفرع الأول :التعريف و الأهمية

قال الرسول صلى الله عليه وسلم : "كلكم راع وكل راع مسؤول عن رعيته"

-وتعني المسؤولية لغة :تبعه ،ذمة ،عهدة²

أما المعنى الاصطلاحي للمسؤولية يعني "التزام الفرد بأن ينهض بالأعباء الموكلة اليه بأقصى قدراته"³

اذ هناك مسؤولية دينية وهي التزام بأوامر الله ونواهيه .

المسؤولية الاجتماعية :هي التزام المرء بقوانين المجتمع ونظمه وتقاليده،* أما المسؤولية الأخلاقية :تعني قدرة

الفردعلى تحمل اثار أفعاله ومصدرها الضمير .ظهرت المسؤولية الاجتماعية في مجال الادارة سنة 1970

¹ عبد الله بن منصور ،اشكالية العلاقة بين الذكاء والاقتصاد، مرجع سابق، ص

² يوسف محمد رضا،الكامل الوسيط،قاموس فرنسي،عربي،مكتبة لبنان سنة 1997 ص875

³ فهد بن سعد العثيمين،أخلاقيات الإدارة في الوظيفة العامة،الطبعة الثالثة البلد غير مذكور 2004 ص 09

* وقيل بأنها المسؤولية الذاتية عن الجماعة وتتكون من ثلاثة عناصر :الاهتمام،الفهم،المشاركة

،ركز العديد من الباحثين على ضرورة ابتعاد المؤسسات عن الاهتمام بالأرباح كهدف وحيد تحاول تعظيمه في شتى الأحوال ومن بينهم بيتر دراكر فقد عرفها بأنها: "التزام المؤسسة تجاه المجتمع التي تعمل فيه وأن هذا الالتزام يتسع باتساع شرائح أصحاب المصالح في هذا المجتمع وتباين توجهاتهم".¹

ويرى روينز أنها: "تستند الى اعتبارات أخلاقية مركزة على الأهداف بشكل التزامات بعيدة الأمد تفي بها المنظمة بما يعزز صورتها في المجتمع".²

أما المفوضية الاوربية فترى أن المسؤولية الاجتماعية: تطوع ذاتي للمؤسسات في المساهمة في خلق مجتمع وبيئة أفضل".³

-وتعني أيضا: "الالتزام المستمر بالعمل للتصرف بشكل أخلاقي ويساهم في التنمية الاقتصادية ويحسن نوعية حياة القوة العاملة وأسرههم والمجتمع بشكل عام"⁴

وهناك من عرف المسؤولية الاجتماعية بأنها: "التزام أخلاقي وأدبي وانساني تتحمله المؤسسات اتجاه المجتمع بغض النظر عن ارتباط هذا الالتزام أو عدم ارتباطه بالمرود المالي للمؤسسة"⁵ من خلال التعاريف الاسابقة نجد أن الباحثين يرون أن المؤسسة وجدت أصلا لخدمة المحتتم ، ولكن الواقع يختلف مع هذا فالدور الاجتماعي يضمحل خصوصا في الدول النامية.

-وفي تعريف اخر: "تعتبر المسؤولية الاجتماعية عن التزام المؤسسة ببعض الأهداف الاجتماعية للمجتمع لحماية وتحسين رفاهية المجتمع ككل"⁶ ونوقشت المسؤولية الاجتماعية وفق منظور تقليدي يتعلق بإبرازها عبر تحقيق تعظيم أرباح المؤسسة وهي نظرة مشتقة من علم الاقتصاد، انطلاقا من أن زيادة ثروة المجتمع تولد فرص عمل، في حين ركز المنظور الحديث لها على تعظيم الأرباح من خلال خدمة المجتمع وتحقيق منافعه

¹ -بيتر دراكر، الإدارة للمستقبل، ترجمة صليب بطرس الدار الدولية للنشر والتوزيع القاهرة، الطبعة الأولى 1995ص 335.

² Robbins Stephen, Management, Concept and Application Prentice -Hall, U.S.A, 199 p147

³ - www.afedonline.org/inner.aspx?content d933

تاريخ التصفح 2017/05/14 على الساعة 23:25

⁴ Kenana online.com/users/ahmed kordy/posts/3334582

تاريخ التصفح 2017/05/14 على الساعة 23:42

⁵ طاهر محسن منصور الغالبي، نعمة عباس الخفاجي، قراءات في الفكر الإداري المعاصر، طبعة غير مذكورة، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، ص72-89.

⁶ نبيل محمد موسى، المهارات و الوظائف الغدارية، كيف تنمي مهاراتك الادارية، الطبعة غير مذكورة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص84

فوصفت ضت بأنها التزام المؤسسة باستخدام مواردها بطريقة مفيدة للمجتمع¹

ووصفها البعض بـ: "الالتزام الإدارة بوضع سياسات واتخاذ قرارات واتباع مسار العمل بجانب متطلبات القانون التي تكون مرغوبة في ضوء المجتمع وأهدافه"²

وتشير المسؤولية الاجتماعية كذلك الى الكيفية التي تقابل بها المؤسسة مسؤوليتها تجاه المجتمع وقد تشمل تقديم السلع والخدمات التي تتميز بالأمان وبأسعار معقولة³

رغم التعارض الموجود بين تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية وهدف تحقيق الربح الأ أن الكثير من أنشطة المؤسسة تحقق أرباحا وفي الوقت ذاته تظهر الاهتمام بشق المسؤولية الاجتماعية، لذا يفضل أن يكون هناك ارتباطا بين تحقيق المزايا الاقتصادية والمساهمة في الأنشطة ذات البعد الاجتماعي.

مما سبق يمكننا اعطاء مفهوم المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام أخلاقي للمؤسسة اتجاه المجتمع، ويشمل هذا الالتزام القرارات والأفعال التي تتخذها المؤسسة في الوصول الى تحقيق أهدافها، والتي تعتبر المنافع الاقتصادية المباشرة لادارتها جزءا منها وهذا بشكل يعزز مكانة المؤسسة في أذهان المستهلكين والمجتمع ويحسن أداءها المستقبلي.

أهمية المسؤولية الاجتماعية:

-يرتبط نجاح قيام المؤسسات بدورها في المسؤولية الاجتماعية بالتزامها بثلاث معايير هي: الاحترام والمسؤولية تجاه العاملين وأفراد المجتمع، دعم المجتمع ومساندته، حماية البيئة سواء من حيث الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه المؤسسة للمجتمع مع البيئة أو من حيث المبادرة ما يخدم البيئة ويحسن الظروف البيئية.⁴

-إن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال يحقق لها العديد من الفوائد يقف في مقدمتها تحسين صورة المؤسسة وترسيخ المظهر الإيجابي لدى العملاء والعاملين وأفراد المجتمع بصورة عامة، خاصة اذا اعتبر أن المسؤولية الاجتماعية تمثل مبادرات طوعية للمنظمة اتجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو

¹ أمار تياسان، ترجمة نادر إدريس التل، في الأخلاق و علم الاقتصاد، طبعة أولى، دار الكتاب الحديث للنشر و التوزيع، عمان 1996، ص03.

² نعمة عباس الخفاجي، الإدارة الاستراتيجية، المداخل المفاهيم و العمليات، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان 2004،

ص101

³ نادية العراف، الإدارة الاستراتيجية، ط3، الدار الجامعية الاسكندرية، 2005، ص201

⁴ أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات، الموقع www.aliqtisadi.p.s/article/2286

تاريخ النصف: 2017/05/20 على الساعة 22:34

غير مباشرة من وجود المؤسسة.

-ان المسؤولية الاجتماعية تضيي تحسينا على مناخ العمل السائد في منظمات الأعمال، وتؤدي الى اشاعة التعاون والترابط بين مختلف الأطراف كذلك فإنها تمثل تجاوبا فعالا مع التغيراتالحاصلة في المجتمع.
-على هذا الأساس يمكن أن نفرز عدة أوجه ايجابية لادراك المسؤولية الاجتماعية تتجسد أهميتها من خلال المردود المتحقق للمجتمع والدولة، والمؤسسة نفسها هذا المردود يمكن اجماله فيما يلي :

-زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع خلق شعور عال وتحسيس الفئات المحرومة من ذوي الاحتياجات والعاهات وقليلي التأهيل بضرورة وجودهم لاقامة مجتمع متكامل.

-توفير الاستقرار الاجتماعي نتيجة التوصل الى عدالة اجتماعية.

،وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص في اطار الفروقات الطبيعية والمكتسبة .

-تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحيةالبنية التحتية أو الناحية الثقافية ،زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والجماعات ،فان ترابط المعطيات مع بعضها البعض تزيد من تحقيق التنمية المستدامة.¹

-فالدولة تصبح بذلك أحد الأطراف الرئيسية المستفيدة من ادراك منظمات الأعمال لدورها الاجتماعي حيث يؤدي ذلك الى تحقيق الأعباء عليها في سبيل أداء مهمتها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.

الفرع الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

يرى البعض أن المسؤولية الاجتماعية الاجتماعية بعدين ،البعد الداخلي والبعد الخارجي ،يتمثل البعد الداخلي في اسهام المؤسسة في اهتمام بالعمال وتحسين حياتهم في جميع المستويات ،وذلك من خلال الأجور والرواتب المناسبة وساعات العمل أو ظروف العمل ومستلزماته أو المشاركة الواسعة في اتخاذ القرارات المهمة وتوفير السكن للعمال والنقل وأماكن العبادة ،الأندية الاجتماعية والإنجازات المدفوعة.

¹ عبد الله بلمنصور، مرجع سبق ذكرهن ص239.

أما المسؤولية الاجتماعية ببعدها الخارجي فتمارسها المؤسسة استنادا الى قدراتها ومحدودية إمكانيتها ومنه يمكن أن تهتم أكثر بالجوانب التي ترتبط وتنعكس ايجابيا على الأداء المالي.¹

- هناك وجهة نظر أخرى من حيث أبعاد المسؤولية الاجتماعية تتمثل في وجود أربعة أبعاد هي :

أ- المسؤولية الاقتصادية :

تقوم المؤسسة بأنشطتها الاقتصادية في اطار الكفاءة والفاعلية ،فالمؤسسة التي تحرص على الاستخدام الرشيد للموارد مع جودة منتجاتها ،إضافة الى توزيع العوائد بشكل عادل على عوامل الانتاج المختلفة قد تحملت مسؤولية اقتصادية أفضل،² ويتحقق هذا البعد في الأعمال كذلك من خلال تقديم سلع وخدمات مطلوبة ومرغوبة من قبل الزبائن، ومن حيث المنافسة العادلة ،أما جوهر هذا البعد هو أن المؤسسات يجب أن تركز على هدف تعظيم الربح بغض النظر عن أي مساهمة اجتماعية ،وأن المساهمات الاجتماعية ماهي إلا تحصيل أو نواتج ثانوية لتعظيم الربح ومن أبراز أنصار هذا البعد هو الاقتصادي الأمريكي ميلتون فريدمان الحاصل على جائزة نوبل،حيث يشير الى أن المدراء هم المحترفون وليس مالكين للأعمال التي يديرنها لذلك فهم يمثلون مصالح المالكين وعلى هذا الأساس فان مهمتهم في انجاز أعمالهم بأحسن طريقة ممكنة لتعظيم أرباح المالكين ،أما في حالة إنفاق الاموال على الأهداف الاجتماعية سوف يضعفون ديناميكية السوق وبالتالي سوف تنخفض الأرباح مما يلحق خسارة للمالكين،وفي المقابل اذا تم رفع الأسعار لتعويض النفاق على الاجانب الاجتماعي فإن الزبائن سيخسرون أيضا وامتنعوا عن شراء هذه المنتجات تنخفض المبيعات وتندهور المؤسسة .

البعد الاجتماعي :ان هذا البعد يقع على النقيض تماما من البعد الأول ويحاول أن يعرض المؤسسات كحوادث اجتماعية بدرجة كبيرة تضع المجتمع ومتطلباته نصب أعينها في جميع قدراتها وبالمقابل تجد المؤسسة صعوبة في موازنة متطلبات أداتها الاقتصادية ومزيد من الالتزامات في هذا الاتجاه الاجتماعي سواء على الصعيد الداخلي أو على صعيد الأداء الخارجي.

¹ طاهر محسن الغالبي، إدارة و استراتيجيات الأعمال المتوسطة و الصغيرة، مرجع سبق ذكره من ص84
² طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، تباين الأهداف المتوخاة من تبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الحكومية و الخاصة الأردن، جامعة زيتونة، 2006، ص04

المسؤولية القانونية: عادة ماتحددها الحكومات بقوانين وأنظمة وتعليمات يجب أن لا تخرقها المؤسسات ،وفي هذا الاطار يمكن اشارة الى اتاحة الفرص المتكافئة للجميع دون تمييز بسبب الجنس أو القومية،ويرى الباحثين أن المسؤولية القانونية والاقتصادية ضرورية في تشكيل قاعدة بروز الدور الاجتماعي فلا معنى في تبني الدور الاجتماعي مع خرق الجوانب القانونية.وإذا ماأردنا أن نشير الى الى التشريعات والقوانين الحاكمة في مجال الاعمال نجد على سبيل المثال:

-حماية البيئة من مختلف أنواع التلوث والضوضاء.

حماية المستهلك من خلال الحفاظ على سلامته وصحته وحقه في حرية الاختيار.

حماية المنافسة والتجارة من خلال قوانين الاحتكار واحترام العقود.

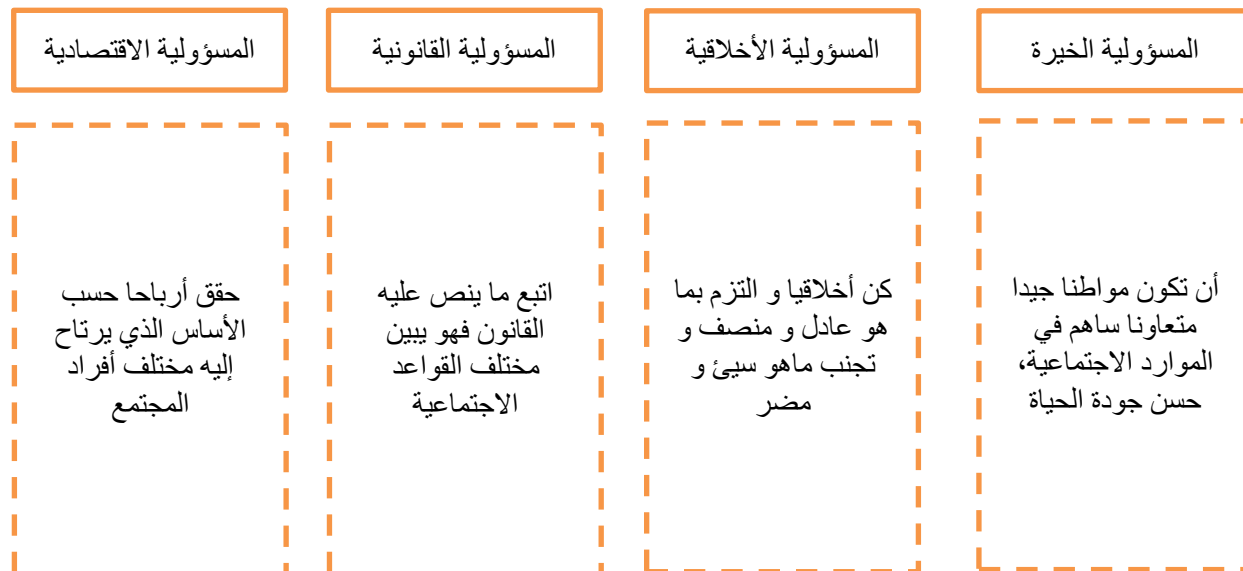
حماية العاملين فيما يخص الصحةوالسلامة المهنية والأجور والرواتب.

-المسؤولية الأخلاقية:إن أقل مايتوقعه المجتمع من رجل الأعمال هو الوفاء والالتزام بالسلوك الأخلاقي المتمثل في اتخاذ القرارات التي لاتخرق الأعراف والقيم والتقاليد الإجتماعية المقبولة مما يساهم في سيادة مفاهيم العدالة ،النزاهة الاستقامة ،الإخلاص

المسؤولية الخيرة:تتمثل في المبادرات التطوعية وغير ملزمة للمؤسسة ،تقوم بها بشكل إنساني وتطوعي من دون ارتباطها بزيادة الأرباح أو الحصة السوقية وذلك من خلال برامج التأهيل الخاصة بالمعاقين أو مساعدة كبار السن وغيرها،وقد أطلق البعض عليها المسؤولية الإنسانية بسبب قيام العديد من المؤسسات بتبرعات تزيد عن 06ملايين دولار سنويا لأغراض بيئية واجتماعية كمثال على ذلك قامت شركة تويوتا بتطوير أشجار تمتص الغزات الملوثة للهواء التي تطلقها السيارات في اليابان بهدف تعزيز صورتها أمام المجتمع.

يتفق مع هذا التقسيم لأبعاد المسؤولية الاجتماعية الباحث (1979) Carol حيث وضع الأبعاد الأربعة المذكورة سابقا حسب الأولويات بالنسبة للمؤسسات كما هو موضح في الشكل الآتي:

الشكل رقم 2-3: أبعاد المسؤولية الاجتماعية



المصدر : Jerome Balle er française baylentreprise et l'etique

المبحث الثالث: السلوكيات للأخلاقية للذكاء الاقتصادي .

المطلب الأول : الأسباب الأساسية المؤدية لارتكاب السلوك الأخلاقي و أهم المشكلات الأساسية في اخلاقيات الأعمال التي تعاني منها منظمات الأعمال المعاصرة.

الفرع الأول :الأسباب الأساسية المؤدية لارتكاب السلوك الأخلاقي

يختزن الأفراد الملتحقين بالمؤسسة معني وإدراك مختلف لما هو أخلاقي وغير أخلاقي وصواب وخطأ والتباين في ادراك الناس لما هو أخلاقي وغير أخلاقي هو انعكاس لعوامل تشمل القيم والاهتمامات الشخصية والمعتقدات الدينية ويمكن أن نحدد الأسباب الدافعة للأفراد لارتكاب ما هو غير أخلاقي:

1-الكسب الشخصي والأناية:ان الكسب الشخصي مشروع ولاغبار عليه وهو من الدوافع الأساسية للإنجاز والتفوق، إلا أن ما هو غير مشروع في ذلك هو أن يوضع الكسب الشخصي والأناية (المصلحة الذاتية الضيقة) في مقدمة الاهتمامات وبأي وسيلة حتى وان كانت تتجاوز القواعد والمعايير الأخلاقية في السلوك وتؤدي الآخرين وتكون على حسابهم.

2-الضغوط التنافسية:ان المنافسة الشديدة تأتي بضغطها وتفرض وسائلها القاسية التي تتجاوز في شدتها وقسوتها في بعض الأحيان قدرة الافراد على ضبط هذه الوسائل بطريقة مشروعة.

3-أهداف الأعمال مقابل القيم الشخصية:ان مؤسسات الاعمال في سعيها من أجل هدف واحد هو تعظيم الربح وخلق الثروة عادة ماتجعل معاييرها المادية في مواجهة حادة مع قيم المديرين والعاملين الآخرين، إلى الحد الذي نضع المديرين في الخيار بين تكييف قيمهم الأخلاقية أو الخروج من العمل.

4-التعارض ما بين الثقافات :إن الكثير من المشكلات الأخلاقية يمكن أن يثار في الشركات التي تعمل في مجتمعات متعددة نتيجة التعارض الثقافي ،وحيث ان بعض معايير السلوك الأخلاقي قد تختلف من ثقافة إلى أخرى،فان ذلك يجعل الشركات التي تعمل فروعها في ظل ثقافات متعددة تواجه معضلات أخلاقية نتيجة هذا التعارض ،فمثلا اليابان نجد أن الأفراد الذين يقومون بالمال سوياء،يتبادلون الهدايا قد تكون ذات قيمة كبيرة وهذا ينسجم مع التقاليد اليابانية دون أن تكون كذلك في الثقافة الغربية(1)ومثل هذه التباينات بين الثقافات التي دعت دونالدسون لدعوة الشركات إلى الاسترشاد بالمبادئ الثلاثة فيمثل هذه الحالات:-احترام القيم

الإنسانية الجوهرية التي تحدد المعايير الأخلاقية الكامنة ف-ي جميع أنشطة الأعمال، احترام التقاليد المحلية، والاعتقادات مع السياقات التي تحدد ما هو صواب وما هو خطأ.

الفرع الثاني : أهم المشكلات الأساسية في أخلاقيات الأعمال التي تعاني منها منظمات الأعمال المعاصرة:

إن التزايد في المآزق والانتهاكات الأخلاقية يثير الكثير من التساؤلات حول طبيعة التطور في مفهوم أخلاقيات الأعمال وأبعاده كما يشير إلى الصعوبات والمشكلات الأساسية التي لاتزال تواجه أخلاقيات الأعمال على صعيد المفاهيم والممارسات العلمية ،ويمكن أن تشير إلى أن هذه المشكلات والصعوبات فيما يأتي:

1- اختلاط المفاهيم: حيث أن مفهوم أخلاقيات الأعمال يختلط بمفاهيم ومصطلحات أخرى ،كما هو الحال في مفهوم أخلاقيات الإدارة ومن وجهة أخرى فإن أخلاقيات الإدارة تختلط مع قواعد وآداب المهنة مثل المهن التقليدية كالطب ،القانون ،الهندسة.

2-الصعوبات المرتبطة بالتفاوت: فجوة فجوة بين أخلاقيات الإدارة كما هي معلنة وبين السلوك الإداري الذي يتجاوز هذه التطلعات.

3-الصعوبات المرتبطة بعلاقة أخلاقيات الأعمال بالكفاءة الإدارية : فالأولى تبدو في أكثر الأحيان وكأنها قيد على الكفاءة ،فإذا كانت الكفاءة تمثل مؤشرا جيدا على تعظيم الربح فإن أخلاقيات الإدارة تبدو في أكثر الأحيان عملا غير مريح ،وتكلفة إضافية تحد من الميزة التنافسية للمؤسسة باعتبار المنافسين في السوق ،ولابد من التأكيد على أن ثمة تاريخ طويل من الاهتمام بالكفاءة دون أن يقابل ذلك اهتمام جدي وذو أهمية بأخلاقيات الإدارة

4 -الصعوبة المرتبطة بالطبيعة الشائكة للقسم الأكبر من الخيارات الأخلاقية: فمن التبسيط أن توضع المسائل الأخلاقية كلها بتصنيف أبيض (أخلاقي) وأسود (لأخلاقي) لأن الخيارات الأخلاقية لإدارة أعقد من ذلك بكثير في ظل التنوع الكبير لهذه الخيارات من جهة وتصارع مصالح وقيم الأفراد في المؤسسة وتصارع المصالح لأطراف المختلفة من جهة أخرى.

5-الصعوبة الخاصة بضعف الحس الأخلاقي للمديرين: تضعف من استجابتهم في قراراتهم المختلفة للقيم والمعايير الاخلاقية ،فالمديرون في عالم الأعمال اليوم لا يضعون على أجندة أعمالهم القيم الأخلاقية ،ولقد

أكدت إحدى الدراسات حول سلم القيم لدى المديرين التنفيذيين في المستويات العليا على أن القيم الاقتصادية تقع في المرتبة الأولى في حين جاءت القيم الجمالية والاجتماعية في أدنى المراتب لديهم وخلاف ذلك كانت قيم رجال الدين التي جاءت القيم الدينية، الاجتماعية ثم الجمالية بالمراتب الأولى ولتأتي القيم الاقتصادية في المرتبة الأخيرة في السلم القيمي.¹

المطلب الثاني: التجسس الاقتصادي

الفرع الأول: تعريف التجسس الاقتصادي: هو ذلك الفعل الذي يتوخى منه شخص أو مجموعة (شركة، دولة، مافيا) الحصول على معلومات ومعطيات هامة ذات نفع اقتصادي بدون رضا الطرف المتجسس عليه والذي يكبد الخصم خسائر أو إعاقات في السوق الاقتصادية.²

ويعرف أيضا: استهداف غير قانوني وسرقة الاستخبارات الاقتصادية الحرجة للمؤسسة أو الدولة، أو هو اكتساب سري أو سرقة صريحة من المعلومات السرية القيمة³ المسجلة في عدد من المجالات بما في ذلك التكنولوجيا والتمويل والسياسات الحكومية.

بصفة عامة: التجسس الاقتصادي هو كل الأساليب، المناهج، الطرق والأنظمة التي تستعمل في الحصول على المعلومة الاقتصادية التي يكون في ملكية الاخر بطريقة غير شرعية، ويمكن أن يأخذ شكلا آخر لا يقتصر فيه الحصول على المعلومة بل بالترويج للمعلومة غير الصحيحة (الإشاعة) لتضليل المنافس.⁴

وقال لويس فريه: مدير مكتب التحقيقات الفدرالي السابق أن التجسس الاقتصادي هو أعظم تهديد على أمننا القومي منذ الحرب الباردة.⁵

الارتباط بشبكات الإنترنت العالمية تجعل التجسس في الوقت الحالي أسهل من أي وقت مضى، هذا التنامي لخطر التجسس الاقتصادي لفت أيضا انتباه المكتب الاتحادي لحماية الدستور (المخابرات الداخلية الألمانية)، حيث حذر في مقدمة كتيب نشره العام الماضي من التجسس بالجملة الإفتتاحية، "التجسس

¹ بومدين يوسف، أخلاقيات الأعمال لارتباطها بالممارسات السالمة للحكومة في منظمات الأعمال المعاصرة بالمنظور الإداري و الإسلامي، مجلة الاقتصاد و المالية، جامعة الجزائر، 2015.

² التجسس الاقتصادي، 2009/04/10، متاح على موقع الاتحاد الاشتراكي: <http://www.maghress.com/alittihad/88> تاريخ النصف 2016/10/24، الساعة 05:00

³ Economic espionage definition
[http : www.investopedia.com/toms/](http://www.investopedia.com/toms/)

⁴ التجسس الاقتصادي، مرجع سابق.

⁵ محسن حيدر نور الدين الموساوي، التجسس الصناعي على imoh.semousawi.info/?p=1

الاقتصادي هو ظاهرة خطيرة تشهد تزايداً مستمراً، ولكن على مستوى الممارسة يتم في الغالب التقليل من خطرهما في ظل العولمة التي يعيشها العالم والمرتبطة بالشبكة العنكبوتية".

تصل الخسائر السنوية المترتبة عن التجسس في المجال الصناعي إلى أكثر من خمسين مليار يورو، حسب ما خلصت إليها دراسة نُشرت مؤخراً وأجراها اتحاد الصناعات الإلكترونية المتقدمة. BITKOM وتم استجواب أكثر من عشرة موظفين في 1074 شركة، حيث أترف نصف عدد المستجوبين بأنهم كانوا ضحية للتجسس أو للتخريب المعلوماتي أو لسرقة بيانات. نسبة 28 بالمائة من الأشخاص المستطلعة آراؤهم فقد أوضحوا أن الشكوك ساورتهم حول قيام جهة ما بالتجسس عليهم. ويأتي قطاع صناعة السيارات في المرتبة الأولى من بين القطاعات المعرضة للتجسس، يتبعها قطاع الصناعات الكيماوية والصناعات الدوائية في المرتبة الثانية، بينما حل قطاع المال والتأمين في المرتبة الثالثة.

الفرع الثاني: أساليب التجسس لقد تعددت وسائل التجسس وتنوعت وان كانت تشبه تلك المستخدمة في أجهزة المخابرات الأمنية ومنها:

- زرع أجهزة التنصت في مكاتب المؤسسات والتنصت على المكالمات الهاتفية وتسجيل رسائل الفاكس.
- التنصت على المكالمات الهاتفية لرجال الأعمال خلال طيرانهم على متن طائرات تابعة لخطوط وطنية لأحدى الدول وتفتيش حقائبهم وأجهزة الكمبيوتر خلال اقامتهم بالفندق.
- ارسال رسائل بريدية عادية أو بواسطة البريد الالكتروني أو اجراء مكالمات هاتفية عادية تحت أسماء مستعارة وذلك للمؤسسة المستهدفة.
- سرقة المعلومات والرسوم والوثائق سواء بشكلها العادي أو باتخدام أقراص الكمبيوتر.
- استخدام الطعم سواء كان رجلا أو امرأة في سبيل الايقاع واصطياد بعض الموظفين الذين يملكون أسرار التجارة.
- توظيف بعض العاملين السابقين في الشركات المنافسة والذين يملكون معلومات قيمة.
- استخدام الرشوة لأحد الموظفين أو موردي الخدمات.

-زرع عميل في احدى المؤسسات بهدف اختراق أنظمة الامعلومات أو شراء ذمم بعض الموظفين أو مسؤولي المؤسسة واعتراض المكالمات بهدف التعرف على الأبحاث السرية والمعلومات المحظور تداولها.

-البحث في سلال المهملات والقمامة بحثا عن أي معلومات مثل مسودات العقود، أو معادلات الانتاج أو أي معلومات تبدو غير مهمة ولكن عند تحليلها وربطها مع غيرها من المنعلومات فانها تنتج كما هائلا من المعلومات السرية.

البحث المزيف عن العمل :يعد وسيلة الدخول الى المراكز والمؤسسات التي تشغل في ميادين التكنولوجيا العالية وحتى باستعمالهم ان دعت الضرورة لشهادات CV.مزيفة للمسار المهني

فالهدف الأول هوالدخول الى المؤسسة المحددة ومن ثمة العمل على كسب الثقة عن طريق التحلى بخصائص المتميزة :الجدية ،السرية الأمر الذي يسمح لهم بالتحصل على مناصب حساسة في المؤسسات التي يشتغلون عنها.

الفرع الثالث :مقاومة التجسس الاقتصادي نظرا لما يمثله التجسس الاقتصادي من تهديد خطير للامن الوطني فان الدول والمؤسسات تحرص على توفير الحماية لأسرارها وبياناتها وتعمل على احباط نشاطات التجسس التي يقوم عليها بها الاخرون،والكشف عن أساليبهم في اختراق نظم الأمن لدى الدولة والشركة المستهدفة وفي العادة تبدأ مكافحة التجسس الاقتصادي بتحديد أهداف الدول والمؤسسات والكشف عن مخططاته ،ويتعين على الدولة أن تحمي أسرارها ومعلوماتها بالتشريعات الرادعة وإذا كان القانون الدولي قد استقر على حماية الإبداع وحقوق الملكية الفكرية وتجريم السرقات العلمية فمن المنطقي للدول أن تسن القوانين المحلية التي تعاقب من يقومون بهذه السرقات¹

أما بالنسبة للمؤسسة فتحمي من التجسس

يجب أن تعرف أنه يوجد تهديد حقيقي.

-تميز وتقييم أسرارها التجارية.

-تعريف وتطبيق سياسة لحماية الأسرار التجارية.

¹ محمد حيان الحافظ، تجسس الاقتصادي، جريدة الأمن و الحياة، العدد 200، محرم 1420هـ.

-تحديد صلاحية للوصول للأسرار التجارية.

-نشر معرفة ثقافية حول أسرار العمل.

-توفير أمن مستمر وتدريب المستخدمين

المطلب الثالث: القرصنة

الفرع الأول: تعريف القرصنة:

يشير مفهوم القرصنة الالكترونية الى استخدام وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات الحديثة في ممارسة غير مشروعة، تستهدف التحايل على أنظمة المعالجة الآلية للبيانات، لكشف البيانات الحساسة (المصنفة) أو تغييرها والتأثير على سلامتها أو حتى إتلافها¹

وفي مفهوم آخر للقرصنة: "القرصنة ماهي سوى عملية دخول غير مصرح به الى أجهزة الغير وشبكاتهم الالكترونية أي أن توجه هجمات الى معلومات الكمبيوتر أو خدماته، بقصد المساس بالسريية أو بالمساس بسلامة السرية أو المساس بسلامة المحتوى والتكاملية، أو تعطيل القدرة والكفاءة للأنظمة للقيام بأعمالها، فههدف هذا النمط الاجرامي هو نظام الكمبيوتر وبشكل خاص المعلومات المخزنة داخله".

فالقرصنة: اذن تعني الوصول بطريقة غير مشروعة من خلال ثغرات في نظام الحماية الخاص بالهدف وتشير احدى الدراسات أعدتها شركة أكماي عن نتائجها حول أكثر دول العالم تصديرا للهجمات الالكترونية حيث تصدرت الصين القائمة وتلتها أندونيسيا محدثة المفاجأة باعتبارها دولة مسالمة ثم الولايات المتحدة الأمريكية ثم تركيا.²

تعود بداية القرصنة الى الستينيات، اذ ارتبط ظهورها مع ظهور أول الحواسيب، إلا أن أول عملية القرصنة قد سجلت عام 1978 باحدى شركات الهاتف المحلية الامريكية ويعتبر الخبراء الفترة من سنة 1980 الى 1989 العصر الذهبي للقرصنة.

¹ القرصنة تمن باهظ، يدفع مستخدمو الأنترنت، إيلاف تاريخ التصفح: [http : elaph.com/wab/technology/2009/9/486426.htm](http://elaph.com/wab/technology/2009/9/486426.htm) 29/04/2017 على الساعة 18: 53

عامر أبو الفتوح، أكثر من 10 دول تصدر هجمات إلكترونية حول العالم²
<http://www.ARAGEEK.COM/2013/07/25/TOP.10.CONTRES.HAKERS.ATTACKS>
تاريخ التصفح: 2017/06/06 على الساعة 03:58

وتجدر الإشارة الى أن أشهر حروب النت على الاطلاق هي حرب الهاكرز العظمى التي دارت رحاها بين عامي 190 و1994 بين فريقين من الهاكرز المحترفين حيث سعى كل فريق لاختراق حواسيب الاخر، ماشهد عام 2000 أول حرب الكترونية بين العرب والمسلمين ضد اليهود، وكان نتيجتها اختراق وتعطيل الكثير من مواقع الاحتلال الصهيوني، كما شهدت الهند مصيرا مماثلا من قبل الهاكرز الباكستانيين وكذلك الحرب الأمريكية الصينية عام 201 بسبب أزمة طائرة التجسس الأمريكية في الصين والتي راح ضحيتها الكثير من المواقع والشبكات، ولعل أشهر القرصنة على الاطلاق هو الأمريكي كيفن ميتتيك الذي يعتبر أشهرهاكر في التاريخ وكذا قرصان أطلق على نفسه

THE MENETOR

والذي قام بنشر دراسة شهيرة بعد أن تم اعتقاله أصبحت تعرف باسم "بيان الهاكر" وهو بيان رسمي

لأهداف ووجهات نظر القرصان نشرت في المجلة **PHARK**

الفرع الثاني :وسائل وأساليب القرصنة

تتعدد وسائل القرصنة في اختراق الأمن المعلوماتي للمواقع الالكترونية الا أنها في مجملها تهدف الى مهاجمة هذه المواقع وتحقيق نفع معين للمهاجم سوى تعريض الموقع الضحية للخطر والضرر ومن أهم هذه الأساليب والطرق مايلي:

الفيروسات: فيروس الحاسب الالي هو برنامج صنع بغرض تغيير خصائص الملفات التي يصيبها ليقوم بتنفيذ بعض الأوامر اما بالازالة أو التعديل أو التخريب أو ام اشابها من عمليات أي بغرض الحاق الضرر بكمبيوتر آخر أو السيطرة عليه¹ ويتكون برنامج الفيروس بشكل عام من أربعة أجزاء رئيسية:

ألية التكرار: هو الجزء الذي يسمح للفيروس بأن ينسخ نفسه.

ألية التخفي: هو الجزء الذي يجعل الفيروس قادرا على الاختفاء ويمكن أن يتضمن تشفير المنع، البرامج الماسحة التي تبحث عن نموذج الفيروس من اكتشافه.

ألية التنشيط: هو الجزء الذي يسمح للفيروس بالانتشار قبل أن يتمكن المستثمر من تحديد مكانه ومسحه

¹ <http://ar.wikipedia.org/wiki>.

كاستخدام توقيت الساعة في الكمبيوتر، أو الانتظار لتنفيذ برامج ما عددا معينا من المرات.

ألية التنفيذ: هو الجزء الذي ينفذ الفيروس عندما يتم تنشيطه، ويكون مجرد رسالة على الشاشة أو مسح بعض الملفات.

-تجدر الإشارة إلى أنه توجد العديد من أنواع الفيروسات كفيروسات الديدان وهي عبارة عن برنامج صغير يستخدم شبكة الحاسب الألي والثغرات "worms" لأمنية لبعض البرامج والتطبيقات، وعندما يجد هذه الثغرة يقوم باستنساخ نفسه في ذلك الجهاز، فهذه الديدان لها خاصية سرعة الانتشار والتوالد وصعوبة التخلص منها، نظرا لقدرتها الفائقة على التلون والتناسخ والمراوغة وكذا فيروسات حصان TROJAN HORSE "طروادة"

وهي برامج توحى للمستخدم بأنها تقوم بعمل معين بينما في حقيقة الأمر تقوم بعمل اخر وتكون ضارة على الأغلب، وتتميز عن الفيروسات بكونها غير قادرة على انتاج واستنساخ نفسها، إذ تقوم بعمل واحد هو اتلاف القرص الصلب أو فتح بعض المنافذ للسماح للمخترقين بالتحكم في الجهاز الصلب أو سرقة البيانات منه.

الإغراق بالرسائل: يقصد بطريقة الإغراق بالبريد الإلكتروني الطريقة التي تعني إرسال كم هائل من الرسائل عبر البريد الإلكتروني لأجهزة الحاسبات الألية، المراد العمل على تعطيلها وتوقفها عن العمل وتلك الرسائل لاتعني شيئا على الإطلاق، قد تكون محملة بملفات كبيرة الحجم لمجرد التأثير على الجهاز نظرا لصغر المساحة المحددة للبريد الإلكتروني في معظم الأحيان، وتصل لجهاز الحاسب الألي مرة واحدة في وقت واحد تقريبا مما يعمل على توقفه على العمل على الفور، نظرا لما تسببه من ملء منافذ الاتصال وكذا ملء قوائم الانتظار وبمجرد توقف تلك الأجهزة عن العمل، تنقطع بالتالي الخدمة التي تؤديها تلك الأجهزة.

خداع بروتوكول الأنترنت: ويتم بذلك بالتخفي واستغلال بروتوكولات النقل، بأن ينتحل المخترق صفة مستخدم آخر مخول مخول بالاستخدام ويقوم بتزوير العنوان المرفق مع حزمة البيانات المرسله، ويظهر للنظام وبروتوكولات النقل على أنه عنوان صحيح مرسل من داخل الشبكة وبذلك يسمح النظام لحزمة البيانات بالمرور باعتبارها حزمة مشروعة.

الفرع الثالث: مخاطر القرصنة على الأمن المعلوماتي¹

-من خلال استعراض وسائل وأساليب القرصنة السابق ذكرها ،يمكن تلخيص التأثيرات الضارة للقرصنة وخطورتها على الأمن المعلوماتي للحكومة الالكترونية فيمايلي:

أ- **تدمير المواقع:** مثلما هو الحال عند ضخ مئات الآلاف من الرسائل الإلكترونية من جهاز الحاسوب الخاص بالمعتدي الى الموقع، هناك أسباب مساعدة للقرصنة في تدمير المواقع منها: ضعف الكلمات السرية المستخدمة ،حيث نجد أن بعض مستخدمي شبكة الأنترنت نجد أن بعض الكلمات والأرقام أسهل في الحفظ فيستخدمها ،مما يسهل عملية كسرها أو تخمينها من قبل المخترق ،زد على ذلك عدم وضع برامج حماية كافية لحماية الموقع من الاختراق والتدمير ناهيك عن عدم القيام بالتحديث المستمر لنظام التشغيل والذي يساعد في كثير من الأحيان على اكتشاف المزيد من الثغرات الأمنية.

ب- **تشويه المواقع:** يوجد تشابه كبير بين ما يحصل في العالم الافتراضي من عملية تشويه المواقع ويب وبين ما يحدث على أرض الواقع عندما يتم إنزال علم دولة معينة من السفينة ورفع علم القرصنة مكانه ،حيث أن عملية التشويه في أغلب الأحيان ،ليس سوى تغيير الصفحة الرئيسية للموقع بصفحة أخرى ،يعلن المخترق فيها انتصاره على نظام مزود أبرز قدراته التقنية ،وإعلان تحديه للمشرفين على نظام مزودات ويب ،ويتضمن الصفحة الجديدة أحيانا،رسالة يرغب الشخص الذي قام بعملية التشويه إيصالها للعالم،وقد تتضمن هذه الرسالة اعتراضا منه على حالة سياسية أو اجتماعية ،أو صرخة يريد إيصالها الى كل زائر لهذا للموقع.

ج- **العبث بالبيانات:** وذلك بتغيير البيانات أو انشاء بيانات وهمية في مراحل الإدخال أو الإخراج أو التخزين.

د- **الأخطار المادية للقرصنة:** يترتب على القرصنة خسائر جسيمة تتكبدها الحكومة الالكترونية.

فقد قدرت على سبيل المثال احدى شركات أمن المعلومات الأمريكية أن دقيقة واحدة يقضيها المتسلل في نظام ما ،تؤدي الى استدعاء خبير أمن يقضي 34 ساعة على الأقل لسد الثغرة التي دخل منها المتسلل، وإصلاح الأعطال التي أحدثها ،مما يكلف ما لا يقل عن 22 ألف دولار أمريكي.

¹ ليتيم فتية، ليتيم نادية، الأمن المعلوماتي للحكومة الالكترونية و إرهاب القرصنة، مجلة المفكر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سنة 2012،ص 250-247.

الفرع الرابع: وسائل حماية الأمن المعلوماتي من خطر القرصنة:

-تتعدد وتتوحد الوسائل التي تستخدمها الحكومة الإلكترونية لحماية أمنها المعلوماتي من وسائل تأمين بشرية وتقنية وتكنولوجية وأخرى قانونية وأمنية وتوعوية.

1- وسائل التأمين البشرية والتقنية والتكنولوجية لحماية أمن الحكومة الإلكترونية:

-تأمين العنصر البشري: تبدأ عملية تأمين المعلومات للحكومة الإلكترونية بالعنصر البشري، واضحة في عناصر المراقبة، فيتم التحري عن الأفراد العاملين فيها واستمرار متابعتهم وضمان ولائهم للمؤسسة التي يعملون بها، وضمان عدم إغراقهم لضمان سرية المعلومات التي يعملون عليها، على أن لا يتم من خلالها تبادل أي نوع من المعلومات، بل يتم إبلاغهم فقط عن المعلومات. من خلال رئاستهم المباشرة في العمل، ويعطي للمرؤوسين الجزء الخاص بهم من هذه المعلومات كما أنه يمكن تأمين العنصر البشري باستخدام مجموعة من الوسائل المتعلقة بتعريف شخص المستخدم، وموثوقية الاستخدام ومشروعيته، وهي الوسائل التي تهدف إلى ضمان استخدام النظام أو الشبكة، من قبل الشخص المخول بهذا الاستخدام، وتضم هذه الوسائل البطاقات الذكية المستخدمة للتعريف ووسائل التعريف البيولوجية، التي تعتمد على سمات معينة في شخص المستخدم متصلة ببنائه البيولوجي، إذ تستطيع هذه التقنيات الأمنية المعتمدة على التخفيف الحيوي أو البيولوجي تسجل المعلومات عن بصمات الأصابع، الوجوه، الأصوات، قزحية، شبكة العين، التوقيع اليدوي، وغيرها من الخصائص الفيزيائية، وأن تعمل كحارس لنظام معين، وتسمح بمرور من بواب معينة، أو أن تمنعك من المرور، بناء على انطباق خصائصك الفيزيائية مع المعلومات المخزنة في قاعدة البيانات، لهذا نجد أن نظم المعلومات في وسائل المقاييس الحيوية، تعتبر وسيلة سريعة ودقيقة هذا إضافة إلى استخدام كلمات السر بأنواعها ويستحسن أن تكون كلمات المرور معقدة وديناميكية، إذ من الضروري أن تكون كلمة السر تطابق الحد الأدنى لمواصفات الأمن والسرية فلا تستخدم الكلمات المفتاحية، أو أسماء العلم والحيوانات أو الكلمات التي تحتمل وجودها في معاجم اللغة، ويمكن زيادة تعقيد هذه الكلمات يجعلها تتغير أوتوماتيكيا مع مرور الوقت.

2- وسائل التأمين التقنية والتكنولوجية:

توازن الوسائل الفنية والتكنولوجية بين التقليل من خطر القرصنة والخسائر المترتبة على هذه الاختراقات وبين المعلومات المراد حمايتها وأهميتها وتكلفة هذه الحماية ومن الوسائل الفنية لهذه الحماية:-

أ- **جدران النار:** هي مجرد أدوات ببساطة تعمل كمنفذ الأنترنت بكلمات أخرى كحراس على طرف

الشبكة، وقد تم استخدام أولى الجدران النارية لتحقيق الأمن المعلوماتي مع شبكة الأنترنت، إلا أنها ضرورية لأي استراتيجية متبعة، فهي حاجز بين شبكتين، إذ تقوم برمجيات جدران النار بفحص رزم البيانات القادمة والخارجة، اعتماداً على مجموعة القواعد التي يضعها المشرف على الشبكة للسماح لهذه الرزم بالمرور أو لحجبها ومنعها من الوصول إلى الشبكة الموثوقة داخلياً.

ب- **محاكاة أساليب الهجوم الإلكتروني:** يسمى هذا الأسلوب في بعض الأحيان بالمانورات الأمنية الإلكترونية وتعمل خلالها أجهزة الأمن الإلكتروني على القيام بهجوم تجريبي غير ضار على أنظمة إدارات الدولة المختلفة، للتحقق من صلابتها ومقاومتها، وقد يتم الهجوم بدون سابق إنذار للتأكد من فعالية أجهزة الحماية ومستوى تطبيق الإدارات الحكومية لمعايير الأمن الإلكتروني.

ت- **تشفير المعلومات المنقولة والمحفوظة:** لا يمكن غض النظر عن أمن وسرية المعلومات التي تنتقل من طرف إلى آخر عبر شبكة الأنترنت، وترتكها عرضة لعيون المتصنتين والقراصنة، فمن الواجب، بحيث تظهر تلك المعلومات بصورة مهمة تماماً (cryptage) اعتماد تقنية تشفير عالية

لكل من يحاول التصنت عليها عبر الشبكة السلكية أو اللاسلكية، وينبغي اتخاذ نفس الإجراءات بالنسبة للمعلومات الحساسة المحفوظة في الأجهزة حيث يتم حفظها وهي مشفرة وبعد التشفير من وسائل حفظ سرية المعلومات في نطاق الأنظمة الإلكترونية وتطبيقاتها، لاسيما الحكومة الإلكترونية وتطبيقاتها، ويهدف التشفير إلى منع الغير من النطاق الرسائل أو المعلومات ومن ثم منع وصولها أو وصولها مشوهة إلى الطرف الآخر.

وتعتمد تكنولوجيا التشفير الحديثة على النظرية التالية: تمتلك كل جهة أو فرد مفتاحين لتشفير وفك تشفير البيانات، المفتاح الأول وهو المفتاح الخاص، ويكون فقط بحوزة الجهة المخولة، والمفتاح الثاني وهو المفتاح العام ويتم نشره على الأنترنت أو على شبكة الحكومة الإلكترونية، من أجل استخدامه من قبل الجهات

الأخرى لتشفير الملفات والمعلومات المراد إيصالها الى الاطرف الآخر فعلى سبيل المثال من أجل تشفير المعلومات المرسلّة من قبل المواطن الى دائرة الآليات من أجل تسجيل سيارته، فإن المواطن يستخدم المفتاح العام الخاص بدائرة الآليات لتشفير المعلومات قبل إرسالها وتستخدم الدائرة مفتاحها الخاص لفك تشفير المعلومات بعد استقبالها.

ج- استخدام برنامج متخصصة ضد القرصنة: توجد العديد من البرامج المستخدمة لمنع القرصنة: كترويد قاعدة البيانات بعدد كبير من أسماء أحصنة طروادة حيث يتم عمل مسح كامل لكافة الملفات الموجودة بجهاز المستخدم، ومطابقتها مع الموجودة بقاعدة البيانات تلك للتعرف على الملفات المطابقة، وكذا استخدام طريقة طبق العسل، وذلك لخداع القرصنة والغيقاع بهم عن طريق توجيه المخترق أو القرصان الى نظام معلومات ليس ذي أهمية ومتصل بأجهزة الأمن والتنبيه، وهذا الانظام معمول به في نظم المعلومات العسكرية، بالإضافة الى استخدام برامج خاصة لمكافحة الفيروسات، وذلك من خلال فحصها للبريد الإلكتروني القادم وكذا محافظتها على القواعد البيانات، كما تراقب البرامج الموجودة بالشبكة القادمة اليها كما تقوم بحجب البرامج سيئة السلوك وتسمح للبقية بالمرور.

3- وسائل الحماية الأمنية والقانونية: تتمثل وسائل الحماية الأمنية والقانونية أساسا في ضرورة اتفاقيات الحكومة الإلكترونية الدولية، اذ لا يوجد في العالم دولة لاتملك اتفاقيات أمنية ثنائية أو جماعية مع الدول الخارجية، ومن المفيد أن يتم تطوير تلك الاتفاقيات الأمنية، لكن تشمل قضايا ومواضيع الأمن الإلكتروني وأوجه التعاون المحتملة، وعلى سبيل المثال قد تتعاون حكومة دولة ما مع حكومات خارجية لمنع الإعتداء الإلكتروني الصادر من أراضي تلك الدول عبر شبكتها، وفي المقابل من الممكن أن يتم تبادل الخبرات الأمنية الإلكترونية مع تلك الحكومات أن تضع العقوبات الرادعة لمرتكبي جريمة القرصنة بحيث تقوم بإرهابهم قبل أن يفكروا بإرهابها ومحاولة الإعتداء الكترونيا عليها، وفي هذا المجال سيأتي الدور الحيوي للهيئات التشريعية في الدولة من أجل سن القوانين الرادعة.

4- وسائل الحماية التوعوية: لا يمكن اعتماد سياسات الدفاع الكترونية المذكورة سابقا، لتجنب الأخطار الناتجة عن القرصنة، مندون وعي كامل وشامل لهذا الموضوع الخطير، اذ من الضروري أن تقوم الحكومة الالكترونية بحملة توعوية عامة حول أمن البلاد الإلكتروني تشمل رأس الدولة وصولا الى موظفيها وجمهور

المواطنين ،وتشرح لهم المخاطر الأمنية الإلكترونيةوكيفية تفاديها ،وماهي الإجراءات التي قامت بها الحكومةفي هذا المجال ،كما من الممكن إصدار نشرية إعلامية (مجلة-جريدة)شهرية خاصة بهذا الموضوع.

ولما كان موضوع الأمن الإلكتروني يمس أمن البلاد فمن المهم أن تقوم الحكومة بإجراءات وقائيةتناسب مع ذلك الموضوع منها ماهو على المستوى التنظيمي والهيكليلعدم إعطاء مسؤولية الأمن الإلكتروني لمجموعة من الأشخاص داخل الدولة كجزء إضافي من مهامهم ،وكذا ضرورة إنشاء تشكيلات خاضعةبالأمن الإلكتروني ،قد تكون تابعة لأجهزة الدولة الأمنية ،بحيث يكون تطوير الأمن الإلكتروني ورسم سياساتالدفاع والهجوم الإلكتروني في صلب مهامها وقد نذكر على سبيل المثال إنشاء الحكومة لوحدة الأمن الإلكتروني ،أو وحدة للرقابة الأمنية الإلكترونية تتكفل بالتأكد أن جميع إدارات الدولة تقوم بتنفيذإجراءات الوقاية الأمنية المقرر والمرسومة من الدولة

خاتمة الفصل الثاني:

أصبحت الأخلاق مطلباً أساسياً في عالم الاقتصاد المال والأعمال ، وفي ظل تردي الوضع الإنساني الإقتصادي،تفاقم الجرائم ،الاقتصادية،وبما أن الذكاء الإقتصادي يغطي حقولاً واسعة وذات صلة بتكنولوجيا المعلومات ،ويشكل أهم الركائز في مجال التنافسية وبما أن المعلومة هي المادة الأولية للذكاء الإقتصادي يجب أن يعتمد في الإتيان بالمعلومات من مصادر شرعية وقانونية مبتعدة على الانتهاكات كالتجسس والقؤصنة ،ومن هنا تبرز أهمية الالتزام بالسلوكات الأخلاقية في ممارسة الذكاء الإقتصادي في الأ[مرحلة أو نشاط من أنشطته من بداية الحصول الى المعلومة نشرها ومن تم اتخاذ قرار أخلاقي يعود بنهاية المطاف بالنتج والفائدة على المؤسسة ،المتعاملين الإقتصاديين ،المجتمع والدولة ككل

الفصل الثالث:

دراسة تطبيقية حول تطبيق الذكاء
الاقتصادي وفق ضوابط أخلاقية

المبحث الأول: الذكاء الاقتصادي في الجزائر.

المطلب الأول: نظرة حول الاقتصاد الجزائري:

الفرع الأول: تشخيص الإقتصاد الجزائري:

الاقتصاد الجزائري هو اقتصاد ريعي مصدره الأساسي هو المحروقات، هذه الأخيرة هي ميزة حقيقية وثروة بالنسبة للجزائر، لكن الاعتماد عليها كمورد وحيد سبب عجزا اقتصاديا بمجرد انخفاض أسعار البترول، هذا مايفرض على الجزائر التنوع في صادراتها، وإعطاء الأهمية لثرواتها الأخرى وأهمها الثروة البشرية، التي أصبحت الميزة التنافسية الأكثر اعتمادا للدول المتقدمة، فالانفتاح الذي عرفه الاقتصاد الجزائري يفرض على المؤسسة الجزائرية ايجاد حلول تستطيع إثبات نفسها من خلالها على مستوى الأسواق الخارجية، وهذا لايتحقق إلا بإصلاح الهياكل الداخلية وعلى رأسها نظام المعلومات الذي يساعد المؤسسة على التنبؤ بمستقبلها، ويجعلها على دراية بما حولها، والذي نعتبره جد تقليدي في مؤسساتنا.

الفرع الثاني: خصائص الاقتصاد الجزائري:

تعتبر الجزائر من أفضل الأقاليم لشتى أنواع الاستثمارات، وتمتلك موارد وثروات هائلة تمثل القاعدة الأساسية لاقتصادها، إلا أن هناك سوء في التسيير وغياب العقلانية في إدارة هذه الموارد، وفيمايلي سنعرض مواطن القوة والضعف للاقتصاد الجزائري:

1: مواطن القوة: تتمثل في

أ- قطاع المحروقات: يمثل قاعدة اقتصاد البلد بتأمين 52 من العائدات المالية، 25 من الناتج الداخلي الخام، 98 من إيرادات التصدير فالجزائر تحتل المرتبة الخامسة من احتياط الغاز الطبيعي على مستوى العالم والمرتبة 14 على مستوى الاحتياط البترولي.

ب- توفر اليد العاملة المؤهلة: تمتلك الجزائر يد عاملة تتمتع بمميزات خاصة منها اتقان اللغة الفرنسية التي تستقطب المستثمرين الناطقين باللغة الفرنسية، إضافة الى انخفاض تكلفتها، فتكلفة الساعة في الجزائر أقل من

1 دولار ،في حين على مستوى الاتحاد الأريبي بين 15 و 20 دولار في الساعة¹

ج- إصلاح أساسيات الاقتصاد الكلي: إذ أن احتياطات التبادلات كان مدعما من أجل تجاوز 100 مليار وهذا ماتحقق في نهاية 2007،أنا سنة 2012 فقدد حقق الجزائر احتياطات صرف رسمية بقيمة 205.2 مليار دولار ،وفي الثلاثي الأول من سنة 2013 بلغ احتياطي الصرف أكثر من 189 مليار دولار اضافة الى 173 طنا من الذهب² يجب استغلال هذه العوامل والتي تعتبر أساس الاقتصاد الجزائري ،حتى لاتبقى عباءة عن أرقام لامعنى لها.

2:عوامل ضعف الاقتصاد الجزائري

-يعاني الاقتصاد الجزائري من نقاط ضعف تؤثر عليه منها:

1/اقتصاد ريعي وأحادي الارادات:

-الاقتصاد الوطني ليس متنوع بشكل كاف فمورده الأساسي هوالبترول،كما أنه اقتصاد ريعي نظرا لأن كل أنظمة الاستثمار الاقتصادي والاجتماعي ممولة من طرف ايرادات البترول والغاز وهناك يكمن المشكل فالعلوم الاقتصادية تقول :ليس من الجيد الاعتماد فقط على الثروات الباطنية لأنها لاتدوم.

2/انتشار البطالة:تعد البطالة من الظواهر السلبية التي تهدد السلم والاستقرار الإجتماعي³ إذ تتسم الجزائر بارتفاع نسبة البطالة مما يؤثر سلبا على النمو الإقتصادي

3-ضعف النسيج الصناعي:⁴ من بين العوامل التي تعبر عن ضعف الاقتصاد الوطني هو نوعية وجودة نسيج مؤسساته،فالمؤسسات الجزائرية تعاني من نقص القدرات التسييرية ،بالأخص في مجال التسويق ونظام المعلومات الاقتصادية،كما أن المحيط الحالي للمؤسسة هو قليل الملائمة ولا يسمح أن تكون تنافسية بما أنها تتطور في محيط ضريبي ،تشريعي واقتصادي غير ملائم،إضافة الى غياب الرؤية الاستراتيجية في تطور

¹ Boudan kamel ? hammadi mourad.op.cit.p03

Veille stratégique et intelligence économique : comme preception d'une nouvelle approche pour la PME

ورقة عمل بالملتقى الدولي الرابع، حول المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية، خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة شلف 08.09 نوفمبر 2016. ص03

² الجزائر اقتصاد إحتياط الصرف 189 مليار دولار . www.france24.com/ar/20130610

³ سميرة العابد، زهية عبار، ظاهرة البطالة في الجزائر بين الواقع و الطموحات ، مجلة الباحث، عدد 2012/11، جامعة باتنة الجزائر، ص76.

⁴ Boudan kamel ? hammadi mourad.op.cit.p06

الإقتصاد الوطني.

كما يتسم القطاع الصناعي العمومي بضعفه مقارنة مع القطاع الخاص الذي هو أكثر كفاءة وحيوية، فلا يمكن تحقيق المنافسة عن طريق صادرات القطاع الخاص، مما يستوجب ضرورة الإسراع في إعادة بناء النشاطات وتحسين نوعية التسيير في المؤسسات العمومية.

4- فشل الإصلاحات الاقتصادية: تتكرر المشاكل الاقتصادية التي تعاني منها البلاد بالرغم من ضخم الوسائل المالية المسخرة وهذا ما يوضح عدم كفاءة الجزائر في إطلاق اقتصادها نتيجة سوء التحكم وغياب التخطيط الاستراتيجي على مستوى المؤسسات، الأنظمة، الإدارات، مما يعكس حتما الإخفاق في وضع التطورات الاقتصادية والاجتماعية¹.

بالنظر الى النتائج المحققة في هذا المجال خلال الفترة الأخيرة نخلص الى فشل الإصلاحات الاقتصادية وذلك للأسباب التالية:²

- بروز قوانين تنظم الاقتصاد تبعا للمنهج الليبرالي لكن مع بقاء الدولة المالك الرئيسي للأنتاج.
- الرغبة في جني نتائج السياسة الاقتصادية بسرعة، وبالنتيجة يتم تكييف الواقع لتحقيق الأهداف، للانتمية الواقع لنجاح الإصلاح.
- طبيعة الحكم التي تخضع للتأثيرات السياسية الظروفية.

3- الذكاء الاقتصادي في الجزائر:

ان الأبعاد المصاحبة لانفتاح السوق الجزائرية، ومكونات الاقتصاد الوطني ككل، والتطورات التكنولوجية، وسرعة ريثم الابتكار مع تنامي الاعتماد على الأصول اللاملموسة في الخيارات الاستراتيجية الوطنية القائمة على اقتصاد المعرفة، تفرض لزاما على الفاعلين والمؤسسات تبني ممارسات تسمح لهم بالاندماج مع التحولات الجارية وخاصة أن العميل الوطني أصبح أكثر تطلبا وبحثا عن الجودة، انطلاقا من توسع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال منها الشبكات الاجتماعية.

¹ Ibid, p06.

² الداوي الشيخ، الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر و اشكالية البحث عن كفاءة المؤسسات العامة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، المجلد 25، العدد 02، ص 278-280

كما أن هذه التغيرات التي فرضتها العولمة قدمت فرصا للاستيلاء على حصص سوقية لكنتهت تعرضها في الوقت نفسه الى أخطار مصدرها المؤسسات الأجنبية التي تتحكم في معادلة التسويق الدولي والتصدير وقدرتها على رصد نقاط ضعف المنافسين ،وهو مائوكذ أن هذا الانفتاح يفتح الباب واسعا أمام وضع مقاربات لقطاعات المفتاحية ذات القيمة المضافة كطاقات المتجددة ، الأبحاث الفضائية،الغاز الصخري مع اعتماد شبكات تأثير وضغط من أجل ضمان تموقع لها على مستوى السوق الاقليمية الدولية

المطلب الثاني:الواقع المؤسسي للذكاء الاقتصادي في الجزائر

الفرع الأول :اهتمام السلطات العمومية باشكالية الذكاء الاقتصادي¹.

بدأ انتباه السلطات العمومية لأهمية الذكاء الاقتصادي ،بالنظر الى أن أغلب المؤسسات الوطنية لم تأخذ بعين الاعتبار نتائج وتحديات المرحلة الراهنة تحت طائلة اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوربي والانضمام المرتقب للمنظمة العالمية للتجارة، مما يطرح السؤال حول جدوى دور الدولة وعلاقتها بالمؤسسات من أجل الحفاظ على تنافسية النسيج الإقتصادي ،ولعل الذكاء الاقتصادي أحسن هذه السبل للتنبؤ بالمخاطر الإقتصادية وتحديات الجبهة الإقتصادية والتوازنات المالية والسكانية للبلاد وعلى غرار دول العالم الثالث فإن القاعدة الصناعية في الجزائر هي ثمار سياسة التصنيع التي انتهجتها البلاد منذ الاستقلال ،لذا فإن إعادة إحياء النسيج الصناعي وتشجيع النمو الداخلي الذي تقوده عملية الإنتاج المحلي أولوية وطنية والتي يمكن لاليات الذكاء الإقتصادي أن تحقق قفزة نوعية في تطوير ميكانيزماته كما يبدو جليا فإن الأمن الإقتصادي للدولة مهدد بأي نوع من الصدمات الإقتصادية والسياسية الخارجية بسبب هشاشة الإقتصاد الوطني بفعل ارتباطه مع مؤشرات التجارة الخارجية مقابل مورد وحيد،للدخل الوطني وهي المحروقات ،لذا فإن منظومتنا الإقتصادية بحاجة الى التكيف مع المنظومة الإقتصادية التي فرضتها معطيات العولمة وبهذا يتعين ادماج الذكاء الإقتصادي في مؤسساتنا ،بل أيضا في منظومة التربية والتكوين والتعليم العالي وفي مجمل الممارسات المتعلقة بالرشادة في استغلال الموارد والتنمية المستدامة وتعزيز المواطنة.يرى مسؤول مديرية الذكاء الاقتصادي ،الدراسات والاستشراف ،بوزارة الصناعة BACHA

والمناجم أنه وبدلا من التركيز على المفاهيم ،فإن مايعهم في سياسة الذكاء الإقتصادي هو أنه أداة تعمل

¹ وسام داي، مرجع سبق ذكره.

لصالح التنمية السوسيو -اقتصادية على المستوى الكلي وتنافسية المؤسسة على المستوى الجزئي، وهو قبل كل شئ عبارة عن ثقافة استعداد لتقاسم المعلومة والمعارف مع كل فاعل في الدورة الإقتصادية انطلاقا من وزارة الدفاع الوطني الى الوزارات الأخرى ذات الطابع الإقتصادي والإداري الذي تربطهم علاقة بتنفيذ المخططات الاقتصادية ،وكذلك الفضاء العلمي والإقتصادي (الجامعات،الجمعيات المهنية،أرباب العمل) مما يدل على الطبيعة المتعددة الأبعاد للذكاء الإقتصادي اذ يساهم في رصد وفهم الإشارات الضعيفة التي يبثها المحيط التنافسي كما أن وجود نظام معلومات مهيكّل يسمح بتبادل المعلومات الاستراتيجية في قنوات شرعية واستخدام المصادر المفتوحة للحصول عليها ضرورة لا بد منها.

وعليه فإن الذكاء الإقتصادي يمكن أن يفهم على أنه آلية تهدف الى التحكم في المعلومات المفيدة وبالتالي اتخاذ القرارات الجيدة وحيازة الأفضلية التنافسية ولاحقا الميزة التنافسية من خلال أدوات تسمح بتأمين البنية المعلوماتية وتطوير أنشطة المؤسسات الوطنية من جهة وفاعلية السياسات العمومية من جهة أخرى، وكذلك تحسين دائرة التأثير التنافسي والتشريعي لصالح هذه الأخيرة.

-لهذه الأسباب وأخرى حاولت الجزائر صياغة هذا المفهوم بما يتلاءم والخصوصيات الوطنية ،لذا فقد تم إنشاء المديرية العامة للذكاء الإقتصادي الدراسات والاستشراف وفقا للمرسوم رقم 101/08 الموافق ل:2008/03/25 وهي ذات سلطة مركزية تابعة لوزارة الصناعة والمناجم ،حيث أطلق إدارات المديرية ،الذين استفادوا بدورهم من تكوين عالي المستوى في فرنسا ،عمليو واسعة للتحسيس والتوعية لإدارات المؤسسات العامة والخاصة في الذكاء الإقتصادي واليقظة الاستراتيجية بهدف تعزيز معارفهم في هذا الإطار ، حيث تم أولا انشاء مرجعية وطنية حوا التكوين في الذكاء الاقتصادي موجهة لخدمة المؤسسات الصناعية والهيئات المرافقة لها وهذا من خلال:

-حث المؤسسات على تطوير قدراتها فيما يتعلق بالقرارات الاستراتيجية باستغلال الأدوات التي تسمح باستطلاع وتحديد نقاط الضعف وتثمين الفرص التي يقدمها المحيط.

-تشكيل بنوك للمعلومات والمعطيات المتعلقة بالمعلومات في في الميدان الإقتصادي ،الصناعي ،التكنولوجي ووضع خارطة للأسواق الجديدة الممكن ولوجها(السوق الإفريقية والاسيوية).

-تحليل ومعالجة البيانات المتعلقة بالتطورات العلمية والتكنولوجية الحاصلة وتثمين البحوث التطبيقية التي لها

أثر على القيمة المضافة والاستثمار ووضمان تأمينها.

-وضع شبكات مختلفة لتبادل المعلومات مع المؤسسات والهيئات المكلفة بتبادل وتحيين المعلومة الاقتصادية خاصة الصناعية منها داخل الوطن وخارجه.

-الشروع في تهيئة خلايا عملاتية للذكاء الاقتصادي وتجميعها على شكل حافظة نشاطات وهذا قبل نهاية 2012.

-تعبئة الموارد المالية ابتداء من السنة المالية 2010 من أجل التكفل بآليات تطوير الذكاء الاقتصادي في الجزائر¹.

-هذه السيرورة تهدف على المستوى القصير والامتوسط إلى :

-تشجيع إنتاجية المؤسسات وخلق وظائف استراتيجية جديدة في الصناعات:(الإدارة،أنظمة المعلومات التكنولوجية ،التسويقالدولي ،الجودة،تسيير الأخطار والأزمات،اليقظة الاستراتيجية).

-الاعتماد على مشاريع مبتكرة مصدرها البحث العلمي وجعلها في متناول المؤسسات بهدف تطور منتجات جديدة تتلاءم والخصوصيات المحلية والبحث لاحقا عن أسواق جديدة.

-لهذا تبنت الوزارة والمديرية العامة وضع المعالم الكبرى للذكاء التصدي من خلال محاوره الثلاث:

التنافسية،اليقظة،التأثير والأمن الاقتصادي وهذا باتباع الإجراءات التالية:

-تأمين وانفتاح أنظمة المعلومات:الانفتاح مع التأمين من الخروقات الالكترونية ،لذا فيتعين على المؤسسات إنشاء أنظمة معلومات تشاركية ،مؤمنة وذكية وهذا صعب نوعا ما بالنظر الى الصعوبات التي تواجهها المؤسسات وحتى الإدارات المحلية في توفير نظام معلومات تفاعلي من المؤسسات لامتلك نظام معلومات محاسبيا واضح المعالم (40%خاص بها)

- الاعتماد على البحث والتحليل الاستراتيجي ومعالجة المعلومات بكل درجات أهميتها ،وهذا بتتصيب خلايا يقظة دائمة العمل ،ومن هنا فإنه على المؤسسات لزاما التعاون بشكل تصاعدي ،(Caci)التنظيمات المهنية

¹ وسام داي، مرجع سبق ذكره.

وغرفة الصناعة والتجارة مع

المنتشرة عبر الولايات على غرار خلايا الرصد التي من شأنها أن تسمح لها بجمع واستغلال المعلومات الاقتصادية بشكل أحسن، وفي هذا الصدد قامت المديرية العامة للذكاء الاقتصادي والدراسات والاستشراف التابع للوزارة بإنشاء مشروع عمومي يتمثل في: برنامج مرافقة يمس 19 مؤسسة عمومية تنشط في مجال الصناعة الصيدلانية، الميكانيك، الالكترونيك، صناعة الاسمنت.

-إنشاء ودعم شبكات للتأثير والضغط وتفعيل دور الملحقين الإقتصاديين على مستوى السفارات وهذا استجابة لاحتياجات المؤسسات الوطنية ذات الطابع التصديري خاصة الصناعية منها.

كما قامت الوزارة في خطوة أولى بتكوين إطارات المؤسسات الاقتصادية في الذكاء الاقتصادي بعقد ندوة يربطها مع هذه الأخيرة، وهي أولوية مطلقة كونها شرط ضروري لتقوية كفاءة الذكاء الاقتصادي، لهذا قامت الوزارة بعقد اتفاقيات مع مؤسسات وهيئات بحثية أمضيت مع كل من جامعة التكوين المتواصل وجامعة الحاج لخضر باتنة والغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة

من أجل ترقية أفاق صادرات المؤسسات الوطنية وإلى جانب اتفاقيات ALGEX و CACI

ستعقد مع مؤسسات كبرى وعليه فهذه سيرورة تشاركية لا يمكن إلا أن تكون مفيدة الى جانب UFC. التعاون المستمر جامعة التكوين المتواصل

بالنظر الى تجربتها المهنية في رسكلة اطارات المؤسسات أما مع جامعة الحاج لخضر باتنة وهي خطوة رائدة مع قطاع التعليم العالي والبحث العلمي تهدف الى الاستغلال بطريقة منتظمة ونظمية الكفاءات والموارد الجامعية في ميدان التكوين والدراسات والاستشارة لصالح المؤسسات وهذا من خلال جانبين:

-تطوير ماستر في الذكاء الاقتصادي للسنة الجامعية 2010-2011.

-ضبط تعداد الكفاءات المحلية من خلال إحصاء الخبراء والباحثين في جامعة باتنة.

-إنجاز دراسات معمقة وبحوث ميدانية والعمل مع المؤسسات التي تحتاجها.

-تأطير زيارات بيداغوجية من أجل إعداد مواضيع التخرج وربطها بالمشاكل التي تواجهها المؤسسات.

-تشجيع تبادل قواعد البيانات التقنية والعلمية.

-على استغلال شبكة المعارف والعلاقات CACI بين الوزارو وكما ستساعد الاتفاقية الموقعة

لغرف الصناعة والتجارة الجهوية من أجل ترقية الذكاء الإقتصادي الإقليمي في القطاع الصناعي من خلال إنشاء خلايا يقظة تضم ممثلين عن الوزارات والمؤسسات المتركرة في الأقاليم فيما يتعلق بالتنمية الإقتصادية، والبحث في كيفية سبل رصد واقع التنمية المكانية وكيفية تفعيل السياسات الإقليمية لكافة المكونات الإقتصادية والإجتماعية للإقليم.

-يجب أن ننتبه أن ميدان التكوين في الذكاء الإقتصادي لايتطلب مجرد استيراد المعارف بل يجب علينا تطوير مرجعيتنا ومنظوماتنا الخاصة بالذكاء الإقتصادي سواءا فيما يتعلق بالتكوين أو الممارسة بعينها، إن هذه الأعمال المهيكلة للصناعة يجب أن تليها عدة خطوات تكميلية.¹

-تشكيل وتأهيل خلايا عملية للذكاء الإقتصادي تضطلع بمهمة جمع ونشر المعلومة الاستراتيجية التي تخص مكانه قطاعات النشاط والخدمات مهما كانت طبيعتها القانونية.

-تهيئة الموارد المالية ولتفعيل سياسة الذكاء الإقتصادي حيث تهدف الإجراءات التي تم النص عليها في قانون المالية 2010 لتعزير تنافسية المؤسسات الكبرى من خلال تنصيب ممارسة الذكاء الإقتصادي لهذه المؤسسات والجمعيات المهنية حيث تهدف المديرية الى تغطية 50مؤسسة في السنة في ظل دفتر الشروط يتم العمل على ضبطه.

-كما تعمل بالمقابل على تقييم اجراءات ممارسات وزارة الصناعة والمناجم فيما يتعلق بالذكاء الإقتصادي من خلال معايير أداء مكية التي تهدف الى تثبيت وتنويع الموارد العمومية وتعظيم أثرها على الصناعة الوطنية.

كما قامت الوزارة في مطلع 2014 بوضع نظام معلومات وزاري مع مختلف المديريات DIPI الولائية

والمؤسسات كذلك خلف مركز تحليل المعلومات الإقتصادية والعلمية والصناعية ومن المهم التذكير أنه من الضروري ايجاد سبل التنسيق مع قطاعات أخرى حول قضايا جديدة أو حيوية، لذلك فقد تم تشكيل فوج عمل

¹ وسام داي، مرجع سبق ذكره.

حول الذكاء الإقتصادي الإقليمي مشكل من ممثلين عن وزارات ومؤسسات من الجانبين (مؤسسة- إقليم). ويعمل هذا الفوج حاليا على تقديم تقرير حول إمكانية تطوير شبكات محلية لدعم المؤسسات الصناعية.

-ان الذكاء الاقتصادي، إضافة الى كونه مسار لمنهج توقعي والاستشراف بالمستقبل القائم على العلاقات تربط المؤسسات والمتعاملين الإقتصاديين هو كذلك الجانب المهم في الاستراتيجية الوطنية الصناعية والذي يهدف الى تحقيق أربع أهداف أساسية وهي:

1-تعميم نشر ثقافة الذكاء الإقتصادي والذي يطمح الى تطوير السلوكيات الجزئية والكلية للفاعلين الإقتصاديين العموميين والخواص واسقاطها في نظرة جماعية ومتعددة التخصصات.

2-إنشاء تلاحم عمومي خاص وتطوير نظرة جديدة لعلاقاتهم القائمة على الثقة المتبادلة الضرورية لإزدهار الصناعة الوطنية.

3-ترقية التنمية وضمان أمن التراث التكنولوجي والصناعي الوطنيين عن طريق وضع جهاز مراقبة، القادر على مواجهة رهانات انفتاح السوق الوطنية على المنافسة والتقليل من الممارسات غير الشرعية: الاحتكارية، التعسفية للمنافسين.

4-تطوير الوظيفة الاستشرافية (الاستكشافية) عن طريق وضع نظام الهيئات العمومية والمؤسسات والجامعات ومراكز البحث والفاعلين الإقتصاديين بغرض تحديد التطورات وحصر الإجراءات الاستراتيجية والعمل بها على المديين المتوسط والبعيد لفائدة الصناعة الوطنية.

-كما تقوم خلايا اليقظة المنصبة بالبحث عن أسواق جديدة والتحكم في التشريعات ذات الصلة بنشاطها وكذا في التكنولوجيات الحديثة، وتمكين المؤسسات من استغلال كافة الفرص المتاحة لها في السوق الوطنية وحتى الخارجية وبالرغم من هذا فإننا لا نزال نسجل بعض النقائص من بينها:

-نقص المعلومة الإقتصادية المحيطة.

-غياب ثقافة نشر المعلومة.

وسط أكاديمي ضعيف المردودية، إذ لا يوجد تتمين لنتائج البحوث العلمية.

غياب البعد الاستشراقي لأغلب المشاريع ذات الأهمية الاستراتيجية كمصنع الحجار بعنابة والطريق السياح شرق-غرب.

لواقع الالتزام بسياسة الذكاء SWOT مما سبق فإنه بإمكاننا اعداد تحليل

الإقتصادي في الجزائر:

2- نقاط القوة:

-توفر الإرادة السياسية بالالتزام الحكومة بتنفيذ سياسة الذكاء الإقتصادي، وقد تم تجسيد هذه الإرادة بعقد الجلسات الوطنية للحكمة والذكاء الإقتصادي في سنة 2008، وإنشاء المديرية العامة للذكاء الإقتصادي والأستشراف على مستوى وزارة الصناعة والمناجم والتي أعطيت لها صلاحيات واسعة لتفعيل السياسة الصناعية مع توصيات إنشاء مجلس أعلى للذكاء الإقتصادي الذي بإمكانه التركيز أكثر على كيفية تفعيل هذه السياسة وتنظيمها عن كل دائرة وزارية وتأهيل والملحق الإقتصادي ALGEX، الهيئات الوسيطة على غرار غرف الصناعة والتجارة

CNES على مستوى السفارات مع تعزيز التعاون بين المجلس الإقتصادي والإجتماعي والمجلس الوطني للإحصاء:

-إطلاق دراسات عليا متخصصة في الذكاء الإقتصادي 2007 على مستوى الجامعة وبرامج التكوين المستمر لإطارات المؤسسات ورؤساء غرف الصناعة والتجارة على المستوى الإقليمي الى جانب المؤسسات البحثية.

-سلسلة الملتقيات المنظمة ابتداء من 2002 وورشات متخصصة ذات مستوى عال لصالح المؤسسات والتي لقيت اهتماما إعلاميا واسعا حول الدور الاستراتيجي للذكاء الإقتصادي.

2- نقاط الضعف:

-العدد المحدود لبرامج التكوين المتخصصة والمتوجهة بشهادات جامعية في الذكاء الإقتصادي بالرغم من تدريسه كمقياس أساسي في المدارس الكبرى.

-عدم التحكم في تدفق المعلومات الإقتصادية المهمة خاصة فيما يتعلق بنسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي يقاربعدها 346.000 مؤسسة مصغرة تجد نفسها في مواجهة المؤسسات الكبيرة أو المنافسة الأجنبية مما يضعف موقفها التنافسي وافتقادها لقواعد بيانات معينة خاصة ببورصة المناولة والشراكة الممكنة مع المؤسسات الأخرى تحت اشراف وزارة الصناعة والمناجم مع محاولة تجميعها في شكل عناقد صناعية.

-غياب الأقطاب التكنولوجية والتي من شأنها أن توفر قاعدة صناعية قوية للمؤسسات المبتكرة خاصة الصغيرة منها والمتوسطة.

-عدم اهتمام المؤسسات المصغرة باستخدام الذكاء الإقتصادي أو على الأقل اليقظة التنافسية في الإطلاع على الفرص والمخاطر التي يحملها المحيط التنافسي، حيث لم تتمكن هذه الأخير من الحصول على حصص سوقية خارجية بل بدأت بخسارة حصصها في السوق المحلية بسبب نقص التأثير التنافسي الذي تمارسه في الأسواق للحفاظ على الأفضلية التنافسية.

-هجرة الأدمغة نحو الخارج حيث تقدر الإحصائيات أن 300000 من الإطارات الكفوة الجزائرية تتواجد حاليا في أوريا بالدرجة الأولى وأمريكا اللاتينية.

3- الفرص:

-تفعيل الأقطاب التنافسية وتجميع الصناعات التي تمتلك فيها الجزائر وتحديد الأقاليم المحلية ميزة تنافسية نسبية مؤهلة لخلق تجمعات صناعية علمية وتكنولوجية، مع إمكانية محاكاة تجارب الدول الصاعدة ثم تتبنى إطلاق مشاريع جديدة تتناسب و قدرات المجموعة الوطنية.

تثمين المشاريع الوطنية للبحث التي تتبناها المديرية العامة للبحث والتطوير التكنولوجي بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

-وضع شبكات معرفية مع الكفاءات الجزائرية المستقرة في الخارج وضم المؤسسات الى هذه الشبكات لتنشيط الاستشارة واكتشاف فرص لتدويل نشاطها الى جانب دور الجامعات حيث تمكن المؤسسات من الاستفادة من المعارف والخبرات مع تثمين نتائج البحث التطبيقي على شكل شراكات محلية، مع وضع الاطر القانونية

الامناسبة لتفعيلها خاصة فيما يتعلق بالملكية الصناعية.

إعادة رسم دور الدولة فيما يتعلق بدعم ممارسات الذكاء الاقتصادي من خلال تقديم خبرات المرافقة والحوافز الضريبية المناسبة والمستلهمة من تجارب ناجحة من الدولة التي استفادت من الإقلاع الاقتصادي .

4-التحديات:ارتفاع الأخطار المتعلقة بانفتاح الإقتصاد الوطني وتحرير التجارة الخارجية.

-تناقص ممارسات الذكاء الاقتصادي مع الجمع المبسط للمعلومات،ولذا على السلطات تقادي الوقوع من هذا الفخ من خلال البحث عن كيفية التحكم في الأسس الاستراتيجية للذكاء الاقتصادي وطرق تحليل المعلومات المتاحة وتمييز المعلومة الموثوقة عن تلك المغلوطة والمفخخة.

الفرع الثاني : الجانب المؤسسي للذكاء الاقتصادي¹

1-قسم اليقظة الاستراتيجية،الذكاء الاقتصادي والإحصائيات(وزارة الصناعة والمناجم):

-ترقية اليقظة الاستراتيجية في مؤسسات القطاع العمومي الصناعي.

-تشكيل بنوك من المعطيات المتخصصة المرتبطة بالمعلومة في المجال الاقتصادي والصناعي ،التكنولوجي والأسواقالحالية والمستقبلية.

-وضع شبكة لتبادل المعلومات مع المؤسسات والهيئات المكلفة بالمعلومة الاقتصادية والصناعية.

-تحليل ومعالجة البيانات المرتبطة بالعلوم والتكنولوجيا وممارسة التنمية المستدامة التي لها تأثير على الصناعة والاستثمار وضمان حمايتها ونشرها للمتعاملين.

-حث الأعوان الإقتصاديين على تطوير قدراتهم في الذكاء الاقتصادي وتحليل مردودية الأسواق التي تنوي اقتحامها مايسمح بالتحسين المستمر لعوامل الضعف واستغلال الفرص المتاحة ضمن البيئة التنافسية.

-المساهمة في تطوير العلاقة مع المؤسسات والهيئات المتخصصة في وضع التصورات والإجراءات المتعلقة بممارسات الذكاء الاقتصادي والتي تسمح بتسيير علاقات المؤسسة مع شركائها وحتى منافسيها .

-جمع ونشر المعطيات الإحصائية المتعلقة بتسويق المنتجات الصناعية خاصة مخرجات المشروع المصغرة.

¹ وسام داي، مرجع سبق ذكره.

-إنجاز التقارير والملاحظات الإحصائية وترجمتها في شكل اشارات مبكرة للإنذار حول وضعية القطاع الصناعي، المؤسسات المصغرة والمتوسطة وترقية الاستثمار.

-يضم القسم ثلاث مديريات مكلفة ب:

-تحيين ممارسة اليقظة الاستراتيجية لمتطلبات الأنشطة الصناعية من المواد الأولية، التكنولوجيا والتشريعات.

-رصد التطورات القصيرة والمتوسطة الأجل للسوق الداخلية والدولية.

-نشر المعلومات المناسبة لاتخاذ القرار العمومي، والحرص على تزويد المتعاملين الإقتصاديين بها.

(LOBBITES) تأسيس لنمط جديد من العلاقات مع الكيانات والهيئات المؤثرة

والتي تعتبر مدخلا للمعلومات الحاسمة خاضة فيما يتعلق مثلا بالتحكيم التجاري الدولي.

-إعداد وتحديث بطاقة توطين الأنشطة الإقتصادية ذات الطابع الصناعي والاستراتيجي.

2-مؤسسة الدراسات الإقتصادية، التحليل المالي والتقييم الاستراتيجي:

-هي مؤسسة ذات أسهم تم إنشاؤها خلفا للشركة القابضة عام 1998 تبعا لإعادة تنظيم القطاع الصناعي

العمومي 2001 والمتعلق بخصوصية المؤسسات العمومية الإقتصادية أصبحت تحت وصاية شركة تسيير

مساهمات الدولة بتاريخ 2004/02/10 واضطاعها بالمهام التالية :

-العهد إليها بمهمة جمع ومعالجة المعلومة الإقتصادية والمالية التي تصدر عن القطاع الصناعي العمومي

من خلال :

-إعداد لوحات القيادة للمؤسسات المصغرة وحافطة الأعمال للمجمعات التابعة لشركة مساهمات الدولة.

-تقارير الأداء التي تنجزها الفرق التي يشكلها مجلس مساهمات الدولة.

-خلق قواعد البيانات الإقتصادية والمالية حول الموقف التنافسي للمؤسسات العمومية.

المبحث الثاني: عرض و تحليل الاستبيان**المطلب الأول: منهجية الدراسة****الفرع الأول: أدوات وجمع وتحليل البيانات**

تحدد الأدوات المنهجية لأي دراسة على ضوء طبيعة البيانات المتوفرة حول الموضوع والمناهج المستخدمة وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة الميدانية على الأدوات التالية:

المقابلة: حيث تم إجراء مقابلات مباشرة مع إطارات المؤسسات المختارة للدراسة وهو مايسمح بتوضيح وشرح الأسئلة الواردة في الاستبيان واختبار ملائمتها من جهة والتأكد من صحة المعلومات التي تم جمعها الاستبيان: وهو الأداة الأكثر أهمية واستعمالاً في هذا البحث وقد تضمن هذا الأخير 18 سؤال حيث تم تخصيص

الجزء الأول: يتضمن معلومات شخصية تتعلق بالمستجوب تخص الجنس، السن، الخبرة، التحصيل العلمي الجزء الثاني: تتمثل في مجموعة من الأسئلة حول المعلومات، مصادرها، استعمالها، اتخاذ القرار وهل يتم كل هذا في إطار أخلاقي أم لا

الجزء الثالث: حول تطبيق المؤسسة للذكاء الإقتصادي وتأثيرها في المحيط

الفرع الثاني: أساليب التحليل المستخدمة

- الأسلوب الكمي: عن طريق استخدام المعطيات الرقمية من أجل إحصاء الإجابات وقد تم تفرغ الاستبيان SPSS وتحليله من خلال برنامج

الأسلوب الكيفي: يستعمل هذا الأسلوب في تحليل البيانات الرقمية اعتماداً على الجانب النظري.

المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وحجم العينة**الفرع الأول: مجتمع الدراسة**

مجتمع الدراسة هو عدد من المؤسسات صغيرة ومتوسطة في ولايتي سيدي بلعباس ووهران

الفرع الثاني: عينة الدراسة

- نظرا لصعوبة البحث في الجانب التطبيقي ولعدم استرجاع العديد من الاستبيانات الموزعة قمنا بإجراء الدراسة على 8 مؤسسات مختلفة من حيث النشاط بهدف خلق نوع من التوازن بين عدد أفراد العينة في هاته المؤسسات التي تنتمي إلى قطاعات مختلفة.

شملت الدراسة كل من إدارة المؤسسة، إدارة التسويق، إدارة الإنتاج، الإدارة المالية، إدارة الموارد البشرية، كون تلك الإدارات هي أكثر ارتباطا وتأثرا بقرارات المؤسسة حو موضوع الذكاء الإقتصادي.

تم توزيع 60 استبيان على 8 مؤسسات استرجع منها 21

الفرع الثالث: الحدود المكانية والزمانية للدراسة

اشتمل الاستبيان والمقابلة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية سيدي بلعباس ووهران في الثلاثي الأخير لسنة 2015 والثلاثي الأول لسنة 2016

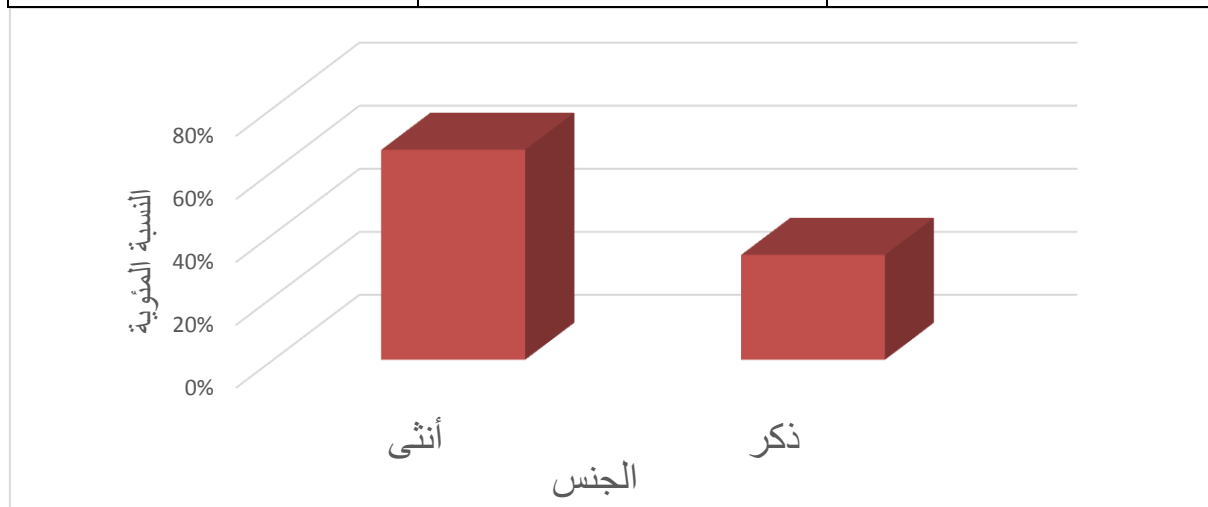
المطلب الثاني: تحليل الاستبيان

قمنا بتقسيم الاستبيان على مجموعة من المؤسسات الناشطة في الجزائر منها الوطنية و الأجنبية و تحصلنا على مجموعة من الأجوبة من إدارات المؤسسات لكن تم استرجاع أغلبها و على أساس الأجوبة المقدمة قمنا بتفريغ هذا من طرف معظم هذه المؤسسات الاستبيان و تحصلنا على النتائج التالية الذكر.

1- توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

الجدول رقم (3-1): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
33.3%	7	ذكر
66.7%	14	أنثى
100%	21	المجموع

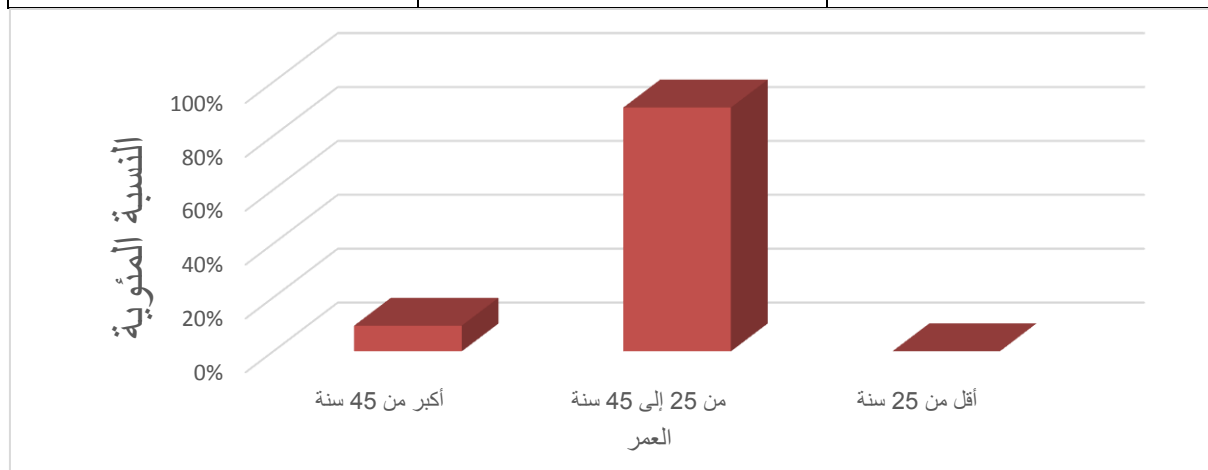


تتكون عينة الدراسة من 21 فرد من بينهم 07 ذكور و 14 اناث حيث تمثل نسبة الذكور 33.3% فيما تتفوق الإناث بنسبة 66.7% .

2- توزيع أفراد العينة حسب العمر:

الجدول رقم (3-2): توزيع أفراد العينة حسب العمر.

العمر	التكرار	النسبة المئوية
من 25 الى 45 سنة	19	90.5
أكبر من 45 سنة	2	9.5
المجموع	21	%100



من خلال الجدول الخاص بتوزيع أفراد عينة الدراسة نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم من 25 الى 45 سنة بنسبة 90.5% لتليها نسبة الأفراد الأكبر من 45 % تقدر بـ 9.5% .

3- توزيع أفراد العينة حسب الخبرة:

الجدول رقم (3-3): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة.

الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
أكثر من 10 سنوات	5	23.8
أقل من 10 سنوات	16	76.2
المجموع	21	%100

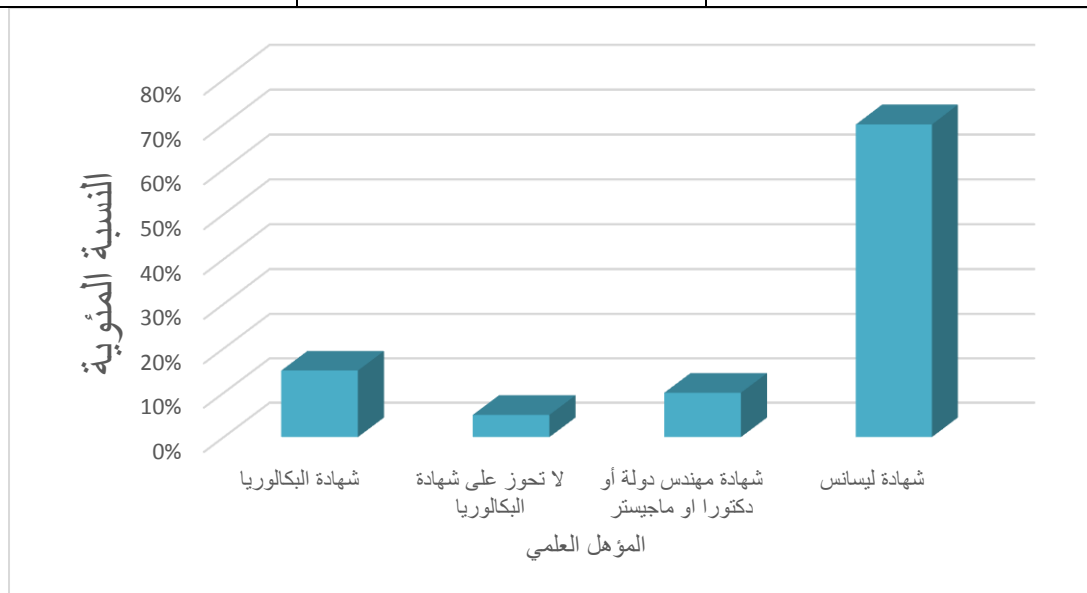
نلاحظ من الجدول أعلاه أن 16 من أفراد العينة يملكون خبرة أقل من 10 سنوات ما يشكل نسبة

76.2% بينما 5% من عينة الدراسة لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات بنسبة 23.8%.

4- توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:

الجدول رقم (3-4): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
شهادة البكالوريا	3	14.3
لا تحوز على شهادة البكالوريا	1	4.8
شهادة مهندس دولة أو دكتوراه أو ماجستير	2	9.5
شهادة ليسانس	14	66.7
شهادة التكوين	1	4.8
المجموع	21	%100

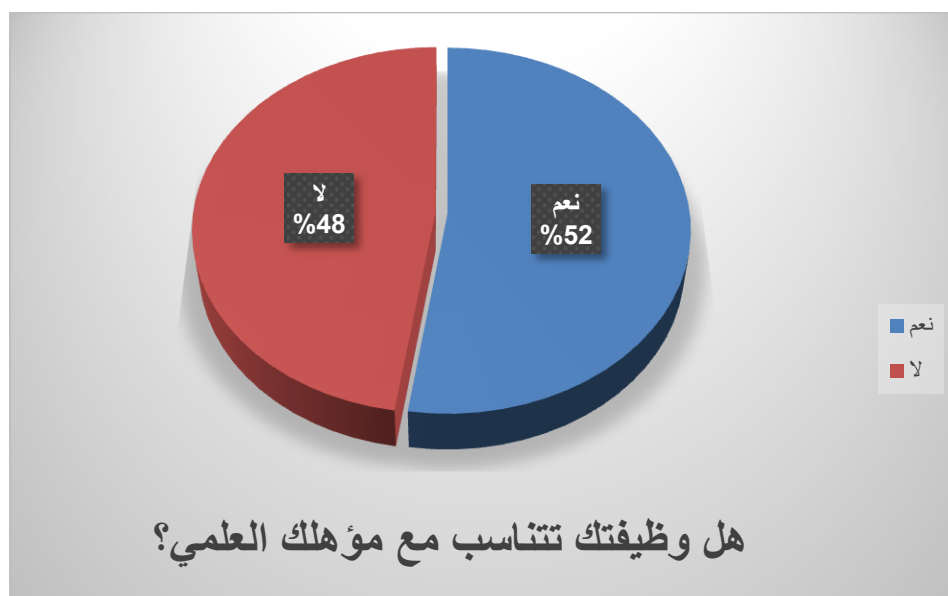


يتضح من الجدول أعلاه أن المستوى الدراسي الغالب على أفراد العينة المدروسة هو المستوى الجامعي حيث أن 66.7% هم حاملو شهادة ليسانس، 9.5% من أصحاب الدراسات العليا، بما أن العينة مقسمة على إطارات داخل المؤسسات فمن الطبيعي أن 76.2% هم أصحاب الشهادات العالية، ثم تأتي نسبة الأفراد الحاصلين على شهادة البكالوريا بـ 14.3%.

5- توزيع أفراد العينة حسب مستوى التوافق: هل وظيفتك تتناسب مع مؤهلك العلمية؟

الجدول رقم (3-5): توزيع أفراد العينة حسب مستوى التوافق.

النسبة المئوية	التكرار	مستوى التوافق
52.4	11	نعم
47.6	10	لا
%100	21	المجموع



التحليل:

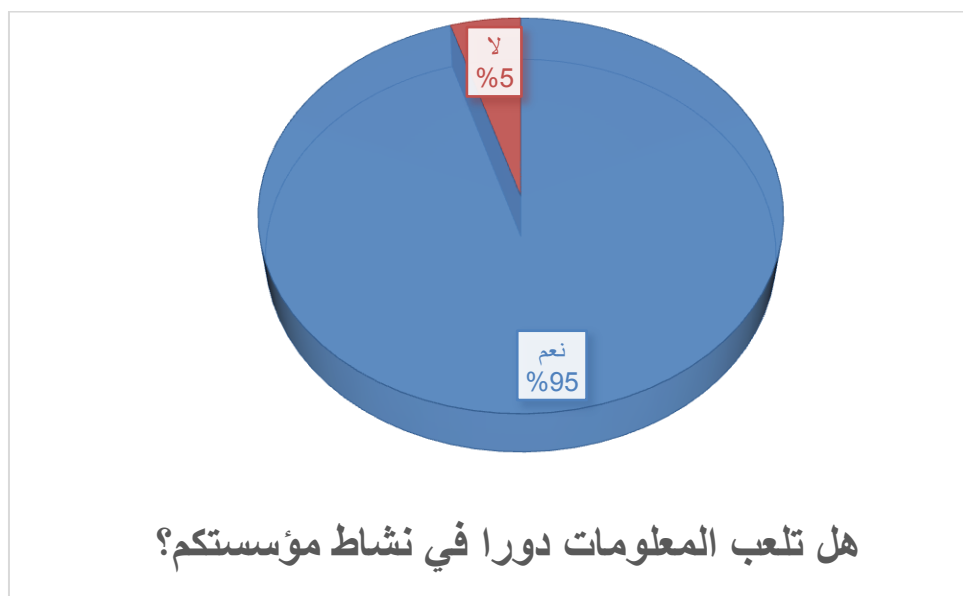
لقد سجلنا تقاربا في عموم الأجوبة على مدى التوافق بين المؤهل العلمي و الوظيفة الممارسة ،حيث تمثل الفئة التي تتناسب وظيفتها مع مؤهلها العلمي ب52.4% بينما تشكل الفئة التي لا يتوافق مؤهلها مع الوظيفة 47.6% .

6- توزيع أفراد العينة حسب دورالمعلومات في نشاط المؤسسة :

الجدول رقم (3-6): توزيع أفراد العينة حسب دورالمعلومات في نشاط المؤسسة :

هل تلعب المعلومات دورا في نشاط مؤسستكم؟

النسبة المئوية	التكرار	دورالمعلومات في نشاط المؤسسة
95.2	20	نعم
4.8	1	لا
%100	21	المجموع



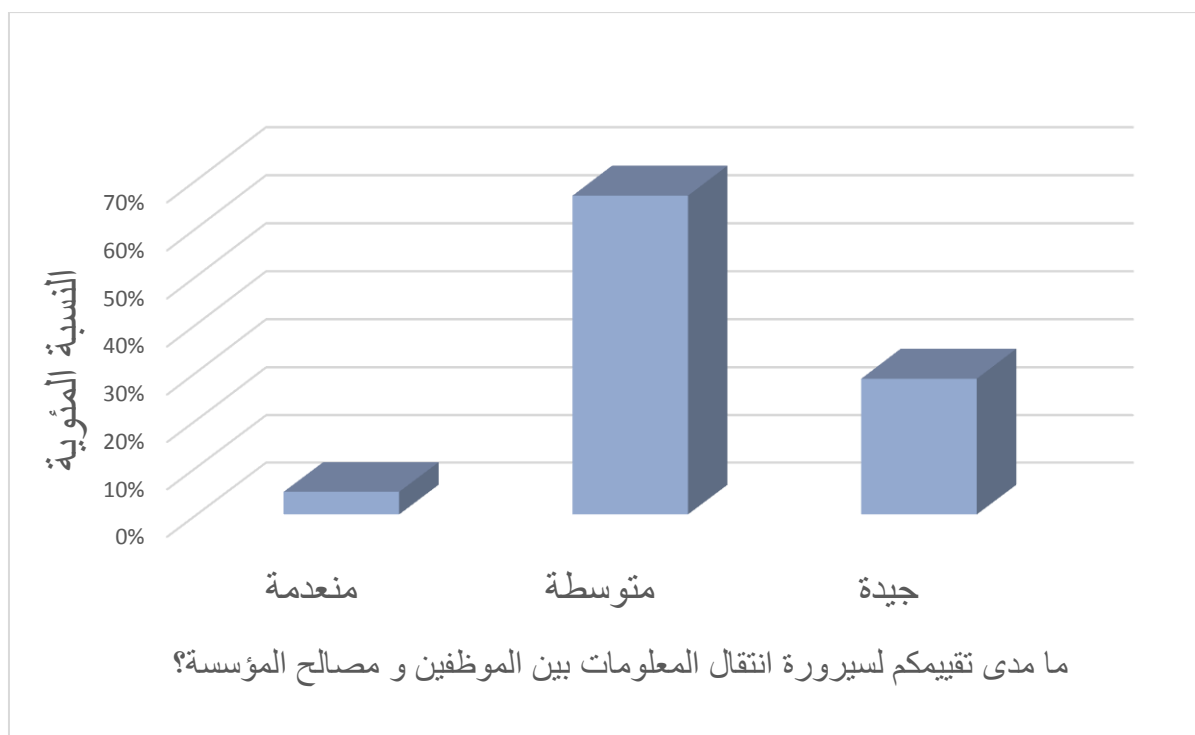
من خلال الجدول نجد أن الأغلبية الساحقة و المتمثلة بـ 95 % أجمعت أن المعلومة تلعب دورا في نشاط المؤسسة و هو ما يبين أن هذه المؤسسات تعتبر المعلومة موردا هاما و ذرعا واقيا لمواجهة التحديات.

7- توزيع أفراد العينة حسب سيرورة انتقال المعلومات :

الجدول رقم (3-7): توزيع أفراد العينة حسب سيرورة انتقال المعلومات

مامدى تقييمكم لسيرورة انتقال المعلومات بين الموظفين و مصالح المؤسسة؟

سيرورة انتقال المعلومات	التكرار	النسبة المئوية
منعدمة	1	4.8
متوسطة	14	66.7
جيدة	6	28.6
المجموع	21	%100



من الجدول يتضح أن 66.7% قيموا انتقال المعلومات بين الموظفين و مصالح المؤسسة بالمتوسطة 28.6% وصفوه بالانتقال الجيد، وقد يفسر هذا بسرية المعلومة فليس كل معلومة قابلة للانتقال.

8- توزيع أفراد العينة حسب الحصول على المعلومات :

الجدول رقم (3-8): توزيع أفراد العينة حسب الحصول على المعلومات

هل تقومون بالحصول على المعلومات في إطار اخلاقي بعيد عن التجسس؟

النسبة المئوية	التكرار	حسب الحصول على المعلومات
76.2	16	نعم
23.8	5	لا
%100	21	المجموع

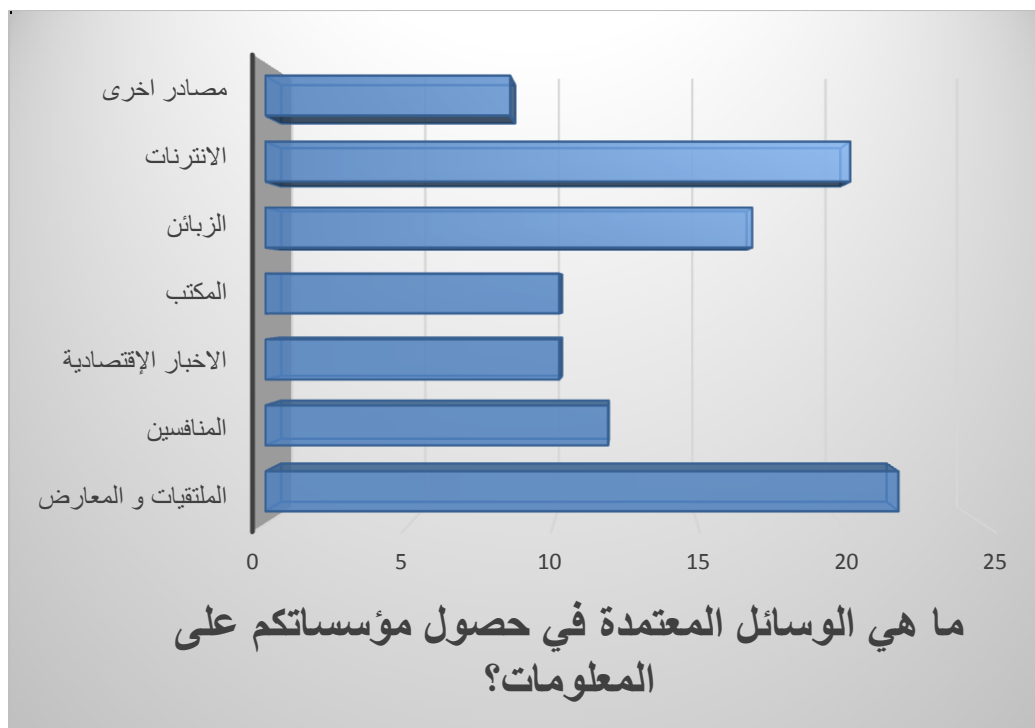
بما أن هذا السؤال مباشر فان معظم الإجابات كانت بنعم بنسبة 76.2% أي أن مؤسساتهم تتحصل على المعلومة في إطار أخلاقي بعيد عن التجسس، بينما جاوبت 23.8% أنهم يتحصلون على المعلومة في إطار غير أخلاقي. في حين أن هذه النتيجة لا تعبر عن الواقع المطلق فقد تكون هناك اختراقات غير مصرح بها.

09- توزيع أفراد العينة حسب الوسائل المعتمدة في حصول المؤسسة على المعلومات:

الجدول رقم (3-09): توزيع أفراد العينة حسب الوسائل المعتمدة في حصول المؤسسة على المعلومات

ماهي الوسائل المعتمدة في حصول مؤسساتكم على المعلومات؟

النسبة المئوية	التكرار	الوسائل المعتمدة في حصول المؤسسة على المعلومات
22	13	الملتقيات و المعارض
11.9	07	المنافسين
10.2	06	الأخبار الاقتصادية
10.2	06	الكتب
16.9	10	الزيائن
20.3	12	الانترنت
8.5	05	مصادر أخرى
%100	59	المجموع



من الجدول أعلاه و من اجابات العينة المدروسة نلاحظ أن أهم المصادر المعتمدة في حصول المؤسسة على المعلومات هي المعلومات و المعارض بنسبة 22% و بنسبة قريبة جدا الأنترنيت بـ 20.3% التي أصبحت عين المؤسسة على العالم و تليها الزبائن بنسبة 16.9% فكما يقال الزبون هو الملك ،فرضى الزبائن عن منتجات المؤسسة أو خدماتها هو ما يضمن لها الحصة السوقية و الاستمرارية ولا يمكننا اهمال المنافسين حيث عبر عنهم بنسبة 11.9% اضافة الى المصادر السابق ذكرها تعتمد المؤسسة على الاخبار الاقتصادية و الكتب كمصدر تقليدي في البحث عن المعلومات بنسبة متساوية 10.2% .

10- توزيع أفراد العينة حسب المصادر المعتمدة للاستعلام عن وضعية المنافس في السوق :

الجدول رقم (3-10): توزيع أفراد العينة حسب المصادر المعتمدة للاستعلام عن وضعية المنافس في السوق.

ماهي المصادر المعتمدة لديكم في الاستعلام عن وضعية منافسيكم في السوق؟

النسبة المئوية	التكرار	المصادر المعتمدة للاستعلام عن وضعية المنافس في السوق
15.8	03	الاخبار الاقتصادية
36.8	07	المنافسين
36.8	07	المؤتمرات و الملتقيات
10.5	02	الانترنت
%100	59	المجموع

حسب الإجابات فان المصادر المعتمدة في الاستعلام على وضعية المنافس كانت بالدرجة الأولى وينسب متساوية تقدر ب36.8% المنافسين ،المؤتمرات ،الملتقيات و تليها تـأخبار الاقتصادية ب15.8% وفي الأخير الانترنت بنسبة 10.5% .

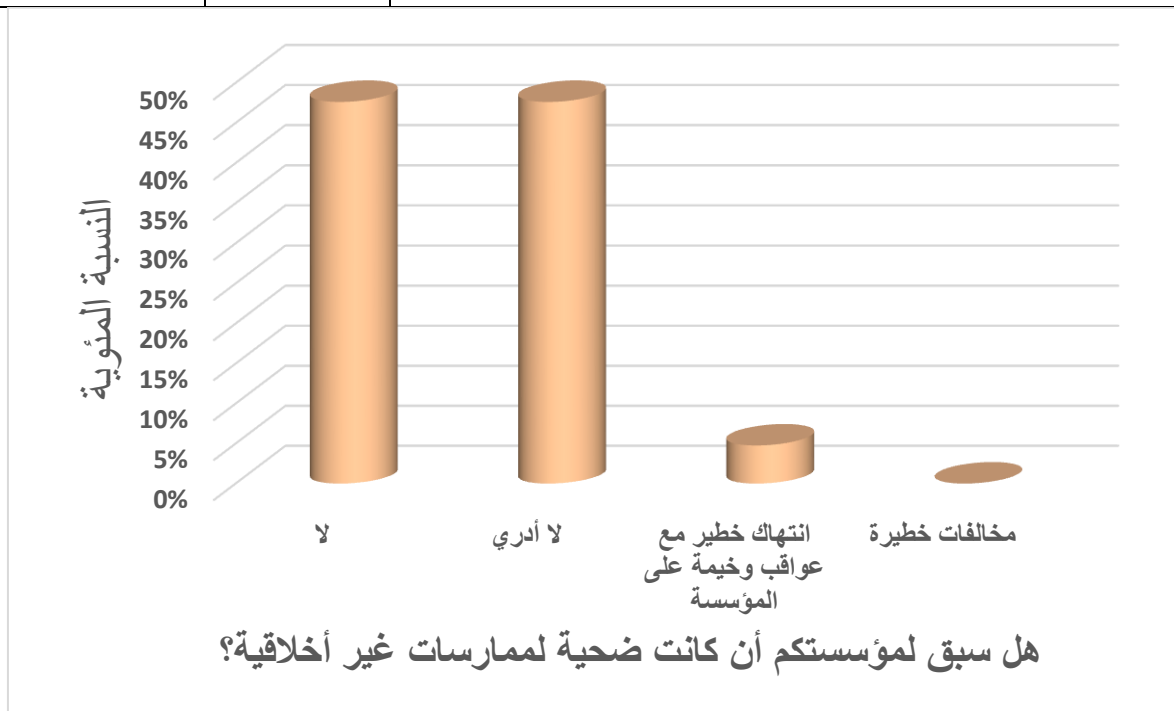
نستنتج أن المؤسسة تعتبر المنافسين ،المؤتمرات ،الملتقيات لأهم مصادر الاستعلام على المنافس كما لاتهمل اعتمادها على الأخبار الاقتصادية و الانترنت عن طريق زيارة المواقع الرسمية للمنافسين.

11- الممارسات غيرأخلاقية :

الجدول رقم (3-11): الممارسات غيرأخلاقية

هل سبق لمؤسستكم أن كانت ضحية لممارسات غيرأخلاقية؟

النسبة المئوية	التكرار	الممارسات غيرأخلاقية
47.6	10	لا
47.6	10	لا أدري
4.8	01	انتهاك خطير مع عواقب وخيمة على المؤسسة
%100	21	المجموع



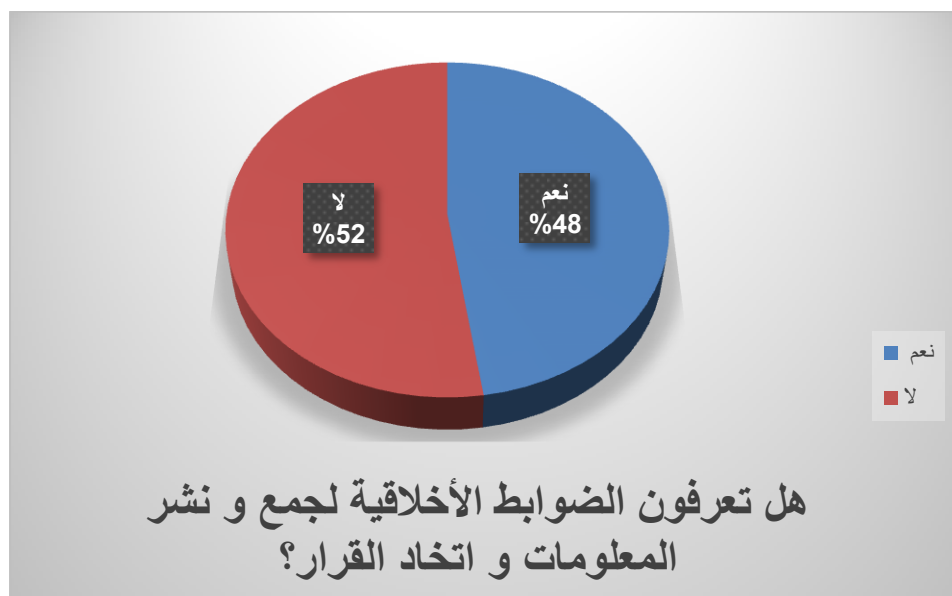
ان المغزى من هذا السؤال هو معرفة صحة تمتع المؤسسة بالأمن المعلوماتي فقد أجاب 47.6% بعدم تعرض المؤسسة لممارسات غير أخلاقية وبنسبة متساوية أجابة 47.6% نهم يجهلون اذا كانت المؤسسة ضحية لممارسات غير أخلاقية، فيما أجاب 4.8% بتعرض المؤسسة لانتهاك خطير مما أدى الى عواقب وخيمة عليها وبحكم سرية هذه المعلومات فان مسيري المؤسسة عامة لا يعلنون عليها وهذا حفاظا على استقرار و سمعة المؤسسة و مكانتها في السوق بين المنافسين.

12- الضوابط الأخلاقية لجمع ونشر المعلومات و اتخاذ القرار :

الجدول رقم (3-12): الضوابط الأخلاقية لجمع ونشر المعلومات و اتخاذ القرار :

هل تعرفون الضوابط الأخلاقية لجمع ونشر المعلومات و اتخاذ القرار؟

النسبة المئوية	التكرار	الضوابط الأخلاقية لجمع ونشر المعلومات و اتخاذ القرار
52.4	11	لا
47.6	10	نعم
%100	21	المجموع



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ تقارب في الاجابات حول معرفة أو جهل الضوابط الأخلاقية لجمع و نشر المعلومات و اتخاذ القرار وهذا ما رده لعدة عواما نذكر منها(السن و الخبرة،المنصب)،فان نقص الخبرة فيما يتعلق بالامور الاجتماعية والأخلاقية و ضعف الاحساس بالمسؤولية الاخلاقية يؤدي الى الجهل بالضوابط الأخلاقية اضافة الى غياب الثقافة الأخلاقية للمؤسسة تسعى أهداف المؤسسة و اتباع السلوك الأخلاقي و القانوني في ان واحد.

13- هل تقومون بالحصول على المعلومات في اطار اخلاقي بعيد عن التجسس.

الجدول رقم (3-13): الحصول على المعلومات في اطار اخلاقي بعيد عن التجسس

النسبة المئوية	التكرار	الحصول على المعلومات في اطار اخلاقي بعيد عن التجسس
76.2	16	نعم
23.8	05	لا
%100	21	المجموع

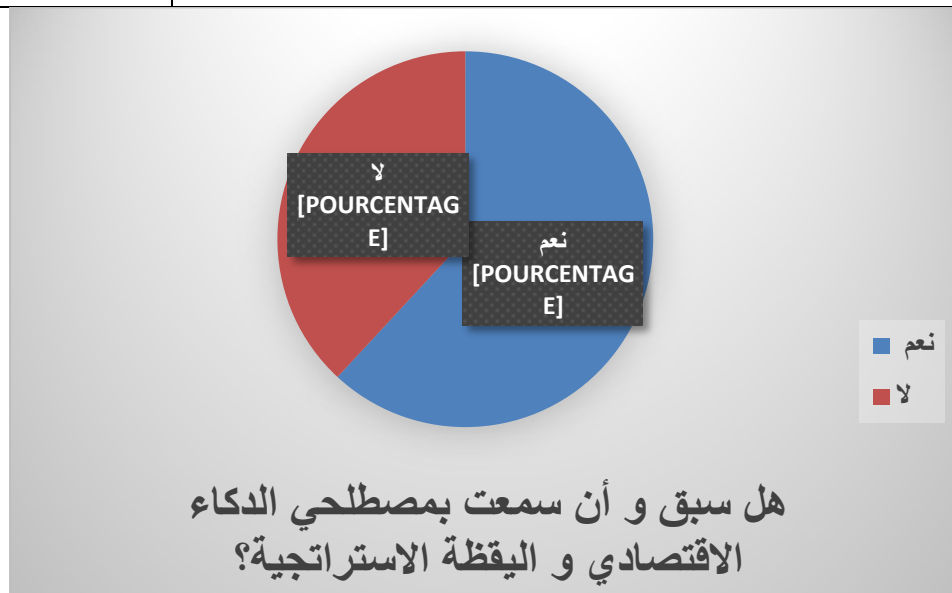
يعكس هذا السؤال الالتزام الأخلاقي في الحصول على المعلومات و من خلال تفريغ بيانات الاستبيان اتضح أن أغلبية أفراد العينة و بنسبة 76.2 % أجابو بنعم، وهذا ما يوحي أنهم يحصلون على المعلومات من المصادر المشروعة و هذا ما يؤكد اجاباتهم في السؤال 08 ،بينما أجاب 23.8% بعدم حصولهم على المعلومات في اطار اخلاقي .

14- الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية :

الجدول رقم (3-14): الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية :

هل سبق و أن سمعت بمصطلح الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية؟

النسبة المئوية	التكرار	الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية
61.9	13	نعم
38.1	08	لا
%100	21	المجموع

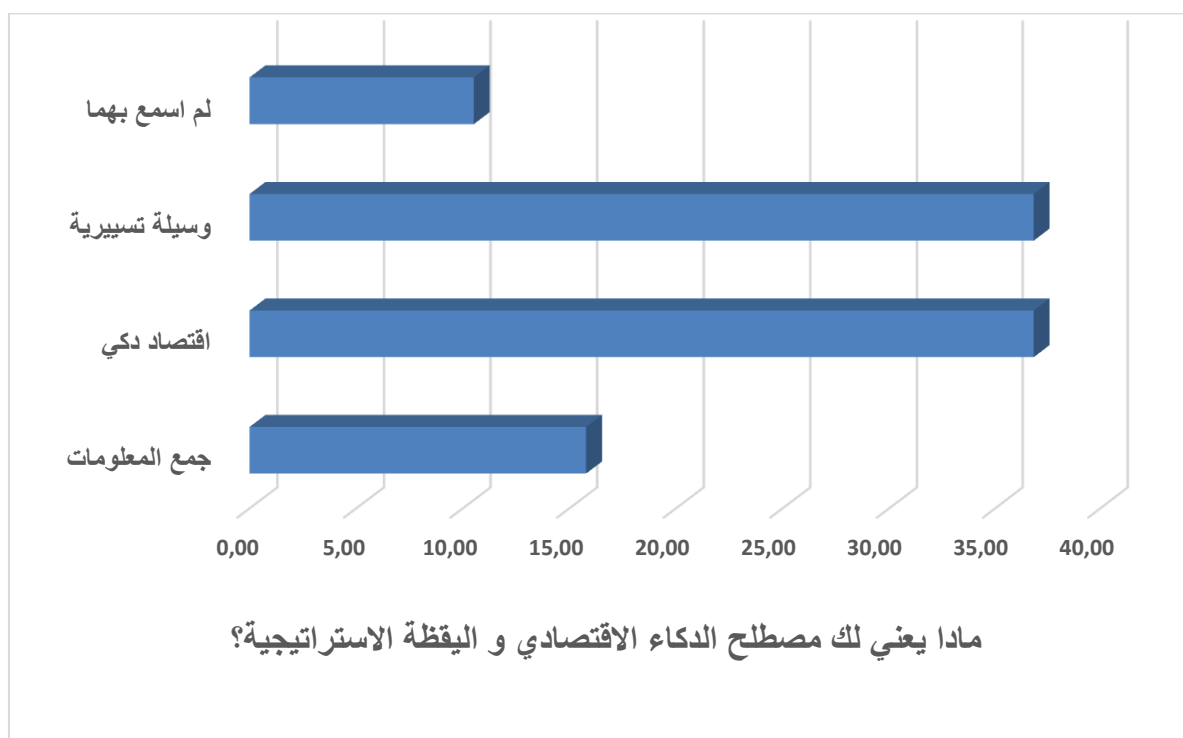


يظهر الجدول أعلاه أن 61.9% قد سبق له أن سمعت بمصطلح الذكاء الاقتصادي أو اليقظة الاستراتيجية و قد يعود هذا إلى الاختصاص العلمي أو ميدان العمل فيما نفتت 38.1% سماعها بهذين المصطلحين مما يؤكد حاجة المؤسسات إلى دورات تكوينية لعمالها لتعريفهم بهذه المصطلحات.

15- ماذا يعني لك مصطلح الذكاء الاقتصادي و اليقظة الاستراتيجية :

الجدول رقم (3-15): معنى مصطلح الذكاء الاقتصادي و اليقظة الاستراتيجية

النسبة المئوية	التكرار	معنى مصطلح الذكاء الاقتصادي و اليقظة الاستراتيجية
15.8	03	جمع المعلومات
10.5	02	لم أسمع بهما
36.8	07	اقتصاد ذكي
36.8	07	وسيلة تسييرية
%100	21	المجموع



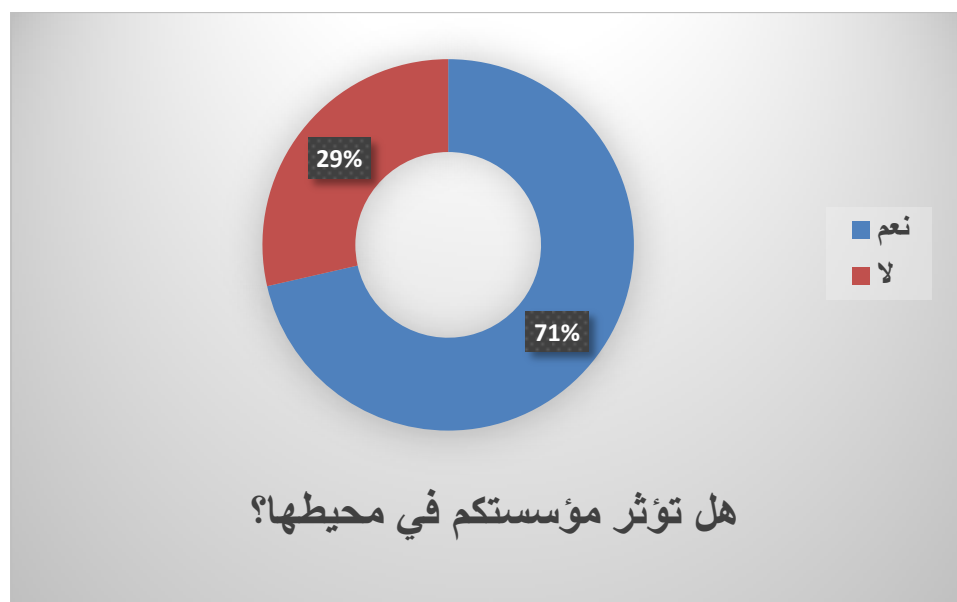
التحليل:

حسب النتائج المسجلة في هذا الجدول فان معظم المؤسسات ليس لديها ادراك أو المام دقيق و متخصص حول الذكاء الاقتصادي و اليقظة الاستراتيجية.

16- محيط المؤسسة: هل تؤثر مؤسساتكم في محيطها؟

الجدول رقم (3-16): تأثير المؤسسة في المحيط

النسبة المئوية	التكرار	محيط المؤسسة
10.2	06	لا
25.4	15	نعم
%100	21	المجموع

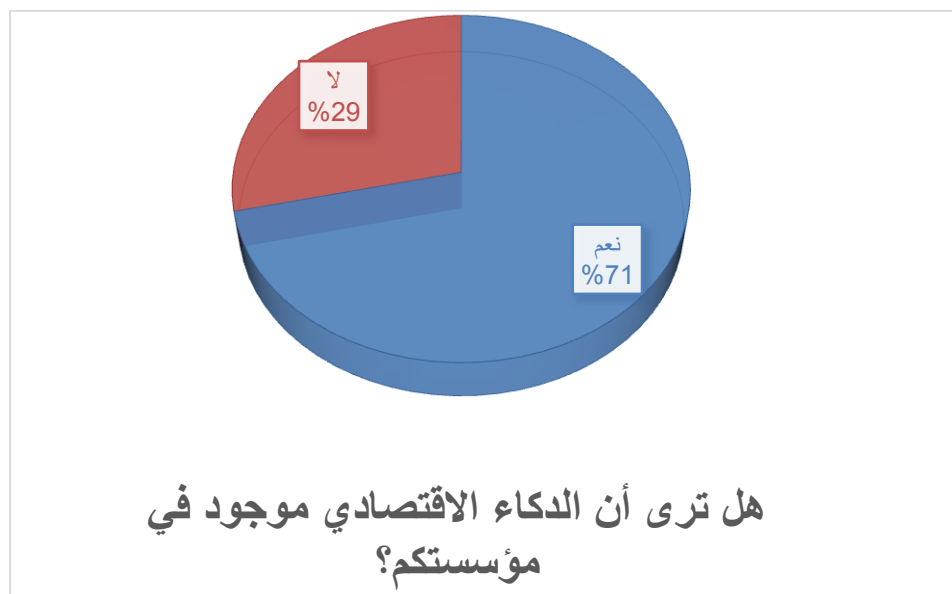


من خلال الجدول نستنتج أن غالبية المؤسسات محل الدراسة تؤثر في محيطها حيث كانت اجابت أفراد العينة نعم بنسبة 71.4% وتؤثر المؤسسة في المحيط و تتفاعل مع مكوناته لما تطرحه من منتجات و تقدمه من خدمات. لكن المهم أن يكون هذا التأثير ايجابي بالحفاظ على البيئة و المستهلك.

17- الذكاء الاقتصادي في المؤسسة: هل الذكاء الاقتصادي موجود في مؤسستكم

الجدول رقم (3-17): وجود ذكاء إقتصادي في مؤسستكم

النسبة المئوية	التكرار	الذكاء الاقتصادي في المؤسسة
28.6	06	لا
71.4	15	نعم
%100	21	المجموع

التحليل:

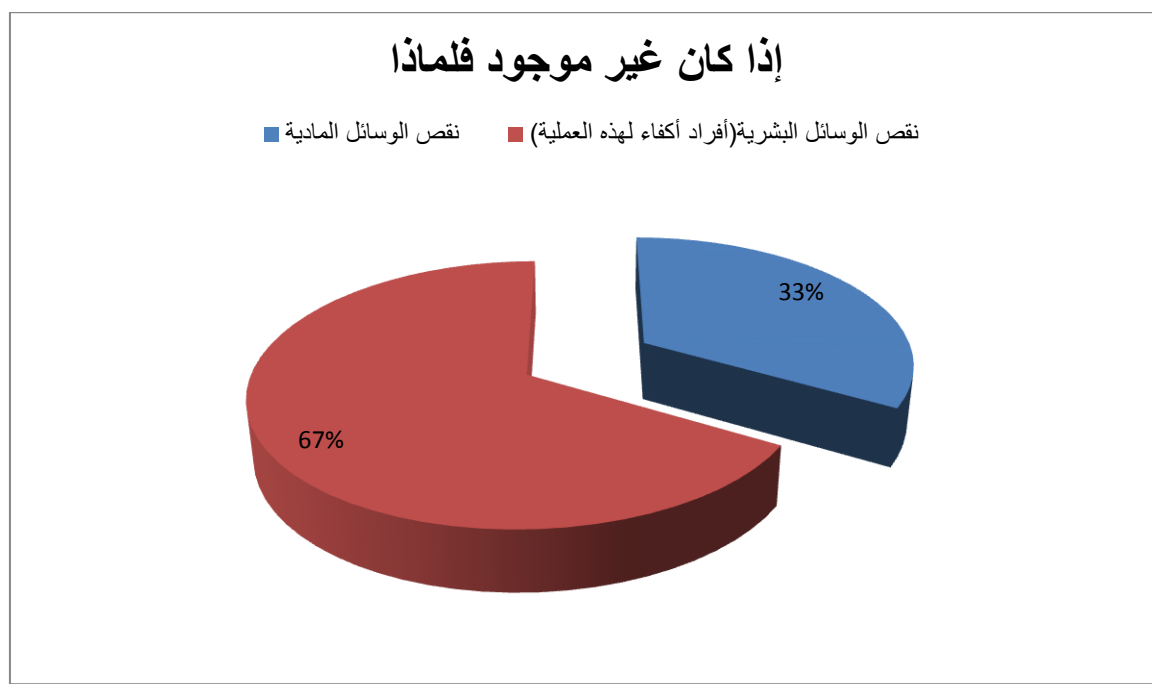
انطلاقاً من منظور و مفهوم هذا المصطلح لدى الفئة المستجوبة من العينة، و المتمثلة في أن تعريف الذكاء الاقتصادي على انها وسيلة تسييرية و هي أيضا اقتصاد ذكي فانها دائما حسب رأيهم موجود على مستوى مؤسساتهم.

-وبشكل عام فان اقتصاد الجزائر مرتبط بالدولة، و بالتالي فان استخدام أو وجود الذكاء الاقتصادي منحصر على المؤسسات الاستخبارية.

17-1- إذا كان غير موجود فلماذا؟

إذا كان غير موجود فلماذا؟

النسبة المئوية	التكرار	إذا كان غير موجود فلماذا؟
33.3	01	نقص الوسائل المادية
66.7	02	نقص الوسائل البشرية (أفراد أكفاء لهذه العملية)
%100	03	المجموع



التحليل:

أما فيما يخص الذين نفوا وجوده في مؤسساتهم فسروا غياب الذكاء الاقتصادي راجع الى نقص الوسائل البشرية و و تكلفة جمع المعلومة المرتفعة .

18- من وجهة نظركم ما هو الذكاء الاقتصادي الموجود في المؤسسات الجزائرية؟

الجدول رقم (3-18): طبيعة الذكاء الاقتصادي الموجود في المؤسسة الجزائرية

النسبة المئوية	التكرار	ما هو الذكاء الاقتصادي الموجود في المؤسسات الجزائرية
78.9	15	حبر على ورق
10.5	02	تجسس اقتصادي
10.5	02	تطبيق فعال
%100	19	المجموع



التحليل:

استنادا على النتائج المدونة في الجدول أعلاه تبين أن نسبة كبيرة تقدر بـ 78.9% من الفئة المستجوبة ترى أن الذكاء الاقتصادي الموجود في المؤسسة الجزائرية هو مجرد حبر على ورق فيما رأيت وبنسبة متساوية قدرت بـ 10.5% تجسس اقتصادي أو أنه يطبق بشكل فعال، وهذا ما يوحي أن المؤسسة الجزائرية لازالت بعيدة عن التطبيق الفعلي للذكاء الاقتصادي، و المحاولات في تفعيله نسبة جد ضعيفة، فما جدوى الاتفاقيات و التكوينات، واهتمام الدولة الجزائرية بذلك اذا لم تؤخذ بعين الاعتبار.

خاتمة الفصل الثالث

يتميز العصر التكنولوجي الحالي بانتشار واسع للمعلومات وهيمنة كبيرة للمعلومات و في ظل عولمة الاقتصاد و ارتفاع معدلات التنافسية أصبح اتخاذ القرارات أمرا معقدا و صعبا مما جعل المؤسسات و الفاعلين الاقتصاديين أمام التحديات لتوفير و حماية المعلومة و ضمان الأمن الاقتصادي و تقفي انتشار الرائدین في هذا المجال .

و تمخض من كل هذه العوامل ظهور تكنولوجيا الذكاء الاقتصادي الذي يهدف إلى خلق ديناميكية جماعية بناءة تجعل من الفاعلين بالمؤسسة أداة لخدمة المعرفة وكشف الحجاب عن الفرص و المخاطر ،و التحكم في الكفاءة التنظيمية قصد اتخاذ القرارات السليمة لضمان الحصة السوقية و استمرارية المؤسسة. لهذا يتحتم على المؤسسة الجزائرية دخول كواليس العلاقات الاقتصادية،و ضرورة دمج الذكاء الاقتصادي في المناهج التعليمية في سن مبكرة.

الخاتمة العامة

الخاتمة

لقد أصبح الذكاء الاقتصادي اليوم سلاحا فتاكا في الحرب الاقتصادية، فلم يعد مجالا للمزايدة و المضاربة و لكن أصبح أداة مهمة يجب أن تسلح بها المؤسسات لمواجهة المنافسين من أجل رسمة مزايا حاسمة في ساحة المعركة الاقتصادية خاصة في ظل عولمة لا ترحم، تفرض على المؤسسات خلق القيمة المضافة من خلال التحكم في التكاليف، و لن يتأتى لها ذلك الا بالمحافظة على المواقع المكتسبة أو غزو أسواق جديدة.

كما أن المفهوم الاستراتيجي للأمن القومي لم يعد محصورا في الدائرة العسكرية بقر ما أصبح الاقتصاد يشكل أهم عامل في الجهد الأمني للدولة، فالجوسسة الاقتصادية أصبحت واقعا حقيقيا. لذلك أصبحت المعلومة تمثل العنصر الأساسي الذي تتمحور حوله أنشطة المنظمة خاصة م أننا في ظل مجتمع المعرفة، وكذا أصبحت قوة المؤسسة و قدرتها التنافسية مرهونة بمدى قدرتها على اكتساب المعلومة المفيدة في الوقت المناسب، وعلى هذا الأساس أصبح لزاما على المنظمات ممارسة الذكاء الاقتصادي الذي يعتبر الوسيلة الفعالة في الحصول على المعلومة، معالجتها و واتها لمتخذ القرار.

ويجب الاشارة بوضوح الى أن ممارسة الذكاء الاقتصادي تبقى ممارسة أخلاقية في اطار قوانين و مبادئ أخلاقية، ولهذا يجب على المؤسسات التحلي بروح الأخلاق لأنها مادة بناء المؤسسات وأساس تقدمها ورمز ثقافتها، كما أن الالتزام بالأخلاقيات في ظل ممارستها يؤمن مصالح مختلف الأطراف الموجودة و لكن ضمن اطار المنافسة

بهدف تأمين المصالح الاقتصادية بين مختلف الاطراف و ضمن نفس الاطار على المؤسسة الالتزام بأخلاقيات الأعمال في ممارستها للذكاء الاقتصادي، و بما أن المعلومات و البيانات بمثابة المواد الحامة للذكاء الاقتصادي يجب أن يكون جمعها بأساليب مسموحة و من مصادر مشروعة حيث يجب على كل طرف يقوم بجمع المعلومات التحلي بمجموعة من الصفات أهمها :

- استخدام المعلومات الخاصة عند منح الإذن بذلك عند مؤسسات لأخرى.

- احترام طلب الجهات الأخرى بشأن خصوصية المعلومة .

- التعريف الواضح لنفس وجهة العمل عند إجراء المقابلة مع أي طرف آخر من المنظمات أو الأفراد لاستخلاص المعلومات.

وبالتالي من الضروري عند اعتماد الذكاء الاقتصادي المحافظة على السرية في جمع ومعالجة البيانات خاصة في حالة ارتباط المعلومات بزيائن المؤسسة والحساسية التي يواجهونها وتحديد خصائصهم ورغباتهم واتجاهاتهم.

إن ما سبق ذكره يتعلق بأعوان الذكاء الاقتصادي (المقرر، اليقظ، الزبون) أما بالنسبة للمؤسسة فعليها إتباع خطوات لتبني منهج أخلاقي للذكاء الاقتصادي و الذي يكون كالآتي:

-إنشاء مدونة أخلاقية معروفة لدي المطلعين والجهات الخارجية على حد سواء.

-وضع قانون وقواعد السلوك التي تتوقع الإدارة تطبيقها في جمع المعلومات الإستراتيجية وفي حماية أسرار المؤسسة.

- وضع قواعد ومبادئ توجيهية أخلاقية معروفة لكل من الإدارة والموظفين .

-وضع برنامج تدريبي يجعل هذه السياسات معروفة لموظفيها من خلال تقديم مشاريع بحث في إطار شبكي بين كل من الجامعة و المؤسسات الاقتصادية و الدولة ،عن طريق ربط المؤسسات بمختلف أنواعها و فروعها بالجامعة ، لتتمكن الجامعة من كسب الخبرة التي تكتسبها المؤسسة ، و لتمكين المؤسسة من التعرف على مختلف التغيرات و التخصصات الواجب على المؤسسة تبنيها .

-يجب على الإدارة أن تعترف بواجبها الأساسي المتمثل في إبقاء الأسرار الاقتصادية للمؤسسة الآمنة من خلال تنفيذ برنامج أمني فعال بتخصيص بنود تتعلق بالسرية وواجب حماية المعلومات في عقود التوظيف ونشر سلوك الحيطة والحذر لدى المتعاملين(عدم إفشاء أسرار وكواليس الاجتماعات الإستراتيجية) و كذا حماية نظم المعلومات واستخدامها بطريقة ناجعة و التحكم في الاتصال فيما يخص يتضمنه الموقع الإلكتروني ،و ما يتضمنه من محتويات الوثائق التي توضع في متناول الجميع وتنقيف الموظفين فيما يتعلق بواجباتهم في هذا الصدد.

- تبني سياسة محددة فيما يخص براءات الاختراع.

قائمة المراجع

المراجع:

اللغة العربية

-الكتب:

1. أحمد حسين علي حسين ،نظام المعلومات المحاسبية،دار الجامعة للنشر مصر 2003/2002
2. أمار تياسان، ترجمة نادر إدريس التل، في الأخلاق و علم الاقتصاد، طبعة أولى، دار الكتاب الحديث للنشر و التوزيع، عمان1996
3. ايمان فاضل السامرائي ،هيثم محمد الزغبى ،نظم المعلومات الإدارية،الطبعة الأولى ،دار صفاء للنشر والتوزيع،عمان ،الأردن2004
4. بلال خلف السكارنة، "أخلاقيات العمل"، دار النشر و التوزيع، الطبعة الأولى 2009-1430 هـ .
5. بيتر دراكر، الإدارة للمستقبل ،ترجمة صليب بطرس الدار الدولية للنشر والتوزيع القاهرة ،الطبعة الأولى . 1995
6. زكريا مطلق الدوري و احمد علي صالح "إدارة التمكين و إقتصاديات الثقة في منظمات اعمال الألفية الثالثة، دار اليازودي العلمية للنشر والتوزيع عمان، الطبعة العربية 2009.
7. سلوى أمين السامرائي وعبد الرحمن العبيد،نظم المعلومات الإدارية،الطبعة الأولى ،دار وائل للنشر عمان ،الأردن2005
8. سليم ابراهيم الحسنه،نظم المعلومات الإدارية،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى ،عمان الأردن،1998
9. سليم ابراهيم الحسينية ،نظم المعلومات الإدارية مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى ،عمان الأردن 1998

10. صالح العامري ، طاهر الغالبي ، المسؤولية الاجتماعية و اخلاقيات الأعمال و المجتمع، الطبعة الأولى 2008، دار وائل للنشر و التوزيع
11. صلاح الدين عبد المنعم، اقتصادات نظم المعلومات الحاسوبية ،دار الجامعة الجديدة للنشر،الإسكندرية 2002
12. صونيا البكري،نظم المعلومات الإدارية ،المفاهيم الأساسية،الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع،الإسكندرية 1999
13. طارق السويديان ،صناعة الذكاء شركة الإبداع الفكري للنشر والتوزيع،الكويت ،الطبعة الأولى ،2008
14. طارق سليمان جواد سالم حميد سالم، اخلاقيات الخدمة السياحية في ضوء متغيرات العضون مجلة كلية بغداد الإدارة و الاقتصاد، الجامعة بغداد 2010
15. طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، تباين الأهداف المتوخاة من تبني المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الحكومية و الخاصة الأردن، جامعة زيتونة،2006،
16. طاهر محسن منصور الغالبي، نعمة عباس الخفاجي، قراءات في الفكر الاداري المعاصر، طبعة غير مذكورة، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، .
17. طاهر محسن منصور الغالي، غدارة و إستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة و الصغيرة، الطبعة الأولى، دار النشر و التوزيع عمان الأردن 2009
18. عامر ابراهيم قندلجي ،ايمان فاضل السامرائي،
19. فهد بن سعد العثيمين،أخلاقيات الإدارة في الوظيفة العامة،الطبعة الثالثة البلد غير مذكور 2004
20. كمال الدين مصطفى الدهراوي،سمير كمال محمد،نظم المعلومات المحاسبة،دار النشر الجديدة،الإسكندرية مصر 2002 .
21. محفوظ علي عزام، الاخلاق في الإسلام بين النظرية و التطبيق، دار الهداية للطباعة للنشر و

التوزيع، الطبعة الأولى 1986

22. نادية العارف، الإدارة الإستراتيجية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر 2000.
- i. نادية العارف، الإدارة الاستراتيجية، ط3، الدار الجامعية الاسكندرية، 2005.
23. نبيل محمد موسى، المهارات و الوظائف الغدارية، كيف تنمي مهاراتك الادارية، الطبعة غير مذكورة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006
24. نعمة عباس الخفاجي، الادارة الاستراتيجية، المداخل المفاهيم و العمليات ، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان 2004،

أطروحات الدكتوراه:

1. عبد الله بن منصور ،اشكالية العلاقة بين الذكاء والاقتصاد، رسالة دكتوراه في العلوم اقتصادية ،جامعة تلمسان،سنة2008.

2. محمد نعمة ، محمد زيبيدي، الذكاء الاقتصادي، مشروع عراقي مقترح و امكانية مساهمته في تنمية الاقتصاد العراقي، رسالة دكتوراه، جامعة القادسية ، العراق، سنة 2017.

3. وسام داي،الذكاء الإقتصادي في خدمة تنافسية الأقاليم،أطروحة دكتوراه ،جامعة باتنة 2015-
2016

أطروحات الماجستير:

1. اسماعيل مناصرية ،دور نظام المعلومات الإدارية في الرفع من فعالية عملية اتخاذ القرارات الإدارية،مذكرة ماجستير ،جامعة مسيلة 2004
2. بو هلاله سعاد، تأثير الاخلاق على إستراتيجية المؤسسة، مذكرة ماجستير، جامعة تلمسان 2010-
2011،

قائمة المراجع

3. بوريش أحمد، تأثير الذكاء الاقتصادي على عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، دراسة حالة موبليس و جازي، مذكرة ماجستير جامعة تلمسان. 2014-2015
4. جامعة الشرق الأوسط 2011-2012
5. -حليمي لامية، دور اليقظة الاستراتيجية والذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات ا
6. خدير نسيمه أخلاقيات الأعمال و تأثيرها على رضا الزبون دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية، مذكرة ماجستير في علوم التسيير فرع ادارة الأعمال جامعة محمد بو قره بومرداس .
7. دحيمان لويزة، مذكرة ماجستير، تأثير اخلاقيات الإدارة على عملية توظيف، الموارد البشرية في الجزائر.... 2011-2012/1422-1433 هـ.
8. رائدة هاني محمود العرايفية، مستوى القيادة لمديري المدارس الثانوية الحكومية في عمان و علاقته بمستوى و ممارسة سلوك المواطنة التنظيمية من وجهة نظر المعلمين، مذكرة ماجستير
9. سعاد حرب قاسم، أثر الذكاء الاستراتيجي على عملية اتخاذالقرارات(دراسة تطبيقية على المدراء في مكتب غزةالإقليمي التابع للأنروا)،مذكرة ماجستير ،جامعة غزة الإسلامية 2010-2011
10. سليمان بن سلام بن خليل الرومي، درجة التزام المشرفين التربويين في محافظات غزة بأخلاقيات المهنة من وجهة نظرهم و سبل تطورها، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة 1430-2009
11. علاوي نصيرة،اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة،دراسة حالة موبليس،مذكرة ماجستير 2011،2010
12. فيلالي أسماء،الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية:الواقع والمجهودات،رسالة ماجستير تخصص ادارة استراتيجية وذكاء اقتصادي،جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان 2013/2012
13. قوجيل زين العابدين،دور اليقظة الاستراتيجية في ترشيد الاتصال بين المؤسسة ومحيطها،مذكرة ماجستير جامعة باجي مختار عنابة،2011-2012

14. لصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير ،جامعة بومرداس 2009-2010

المجلات:

1. أحمد علي ،مفهوم المعلومات وإدارة المعرفة،مجلة دمشق العدد الأول 2012
2. بومدين يوسف، أخلاقيات الأعمال لارتباطها بالممارسات السالمة للحكومة في منظمات الأعمال المعاصرة بالمنظور الإداري و الاسلامي، مجلة الاقتصاد و المالية، جامعة الجزائر، 2015.
3. خلفاوي شمس ضيات،الذكاء الإقتصادي رهان تسيير المؤسسات الحديثة ،مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية،جامعة عنابة العدد العاشر،مارس 2013
4. الداوي الشيخ، الاصلاحات الاقتصادية في الجزائر و اشكالية البحث عن كفاءة المؤسسات العامة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية ، المجلد 25، العدد02،
5. الريح حمد النيل الليث، السلوك الأخلاقي للداعية و أثره على نجاح الدعوة، مجلة آفاق تربوية، السنة الأولى العدد الأول1432 هـ.
6. عبد الله حمود سراج ،أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيارات قرارات المنظمة،مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير العدد 2005/4،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة سطيف
7. ليتيم فتيحة، ليتيم نادية، الأمن المعلوماتي للحكومة الالكترونية و إرهاب القرصنة، مجلة المفكر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سنة 2012
8. وافية شراد، مسالمة أخلاقيات الأعمال في مكافحة الفساد الإداري، مجلة الأبحاث الاقتصادية و الإدارية، جامعة بسكرة، العدد14، ديسمبر 2013
9. وسام داي ،تطبيق السياسات الإقليمية للذكاء الإقتصادي في الجزائر واقع وفاق،مجلة العلوم الاقتصادية ،المجلد التاسع ،العدد الخامس والثلاثون آذار 2014 جامعة باتنة ص 05

الملتقيات

1. عنابي بن عيسى، فاطمة الزهرة قسول، إدارة السلوك الأخلاقي و المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الثالث، منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية ، 2012.

المؤتمرات:

1. سهام عبد الكريم ،دعم الذكاء الإقتصادي في المنظمات الجزائرية،المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ،ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة ،جامعة الزيتونة الأردنية ،عمان الأردن 23-26 أبريل 2013
2. مرادناصر ذكاء الأعمال،محرك تنافسية المنظمة دراسة حالة الجزائر،المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة،جامعة الزيتونة الأردنية،عمان الأردن 26،23 أبريل 2012 .
3. نعيمة غلاب ،زغيب مليكة ،واقع اليقظة الاستراتيجية وذكاء الأعمال في منظمات الأعمال الجزائرية ،المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ،ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة جامعة الزيتونة الأردنية 23-26 أبريل 2012
4. ياسر شاهين،ذكاء الأعمال من خلال التركيز على البعد الأخلاقي، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة،جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية،نيسان إبريل 2012 ،عمان - الأردن

ورشات عمل على الأنترنت:

- 1- التجسس الاقتصادي، 2009/04/10، متاح على موقع الاتحاد الاشتراكي:

<http://www.maghress.com/alittihad/88581>

Economic espionage definition

http : www.investtopedia.com/tom

- 2- القرصة تمن باهظ، يدفع مستخدمو الأنترنت، إيلاف تاريخ التصفح:

htm.486426/9/2009/technology/wab/http : elaph.com

3- عامر أبو الفتوح، أكثر من 10 دول تصدر هجمات إلكترونية حول العالم

<http://www.ARAGEEK.COM/2013/07/25/TOP.10.CONTRES.HAKERS.ATTACKS>

4- محسن حيدر نور الدين الموساوي، التجسس الصناعي على

[imoh semousawi.info/ ?p=1](http://imoh.semousawi.info/?p=1).

الجرائد

1- محمد حيان الحافظ، تجسس الاقتصادي، جريدة الأمن و الحياة، العدد 200، محرم 1420هـ

2- يونس بلفلاح، الذكاء الإقتصادي لزيادة التنافسية، مقال نشر في العربي الجديد بتاريخ: 30/

2014/12/ على موقع

<http://alaraby.co.uk>

المراجع باللغة الفرنسية:

1- Alain Bloch, **l'intelligence économique**, 2ème édition, Economica, Paris,

1999.

2- Alain Juillet, **modèle d'intelligence économique**, édition Economica,

Paris, 2004.

3- Bruno Martinet, Yves-Michel Marti, **intelligence économique : les**

yeux et les oreilles de l'entreprise, édition organisation, Paris, 1995.

4- Christian Coutenceau, **guide pratique de l'intelligence économique**,

Eyrolles, édition d'organisation, Paris, 2010.

5- Corine Cohen, **veille et intelligence stratégique**, édition la voisier,

France, 2004.

- 6- François Jakobiak, **l'intelligence économique En pratique « comment bâtir son propre système d'intelligence économique**, 2ème édition, édition d'organisation, 2001.
- 7- François Jakobiak, **l'intelligence économique : la comprendre, l'implanter, l'utiliser**, édition d'organisation, Paris, 2004.
- 8- Guy Massé, François Thibaut, **intelligence économique, un guide pour une économie de l'intelligence économique**, édition de Boeck, université Bruxelles, 1ère édition, 2001.
- 9- Humbert Lesca, **la veille stratégique : concept et démarche de mise en place dans l'entreprise**, édition Dunod, Paris, 2004.
- 10- Laurent Hermel, **maitriser et pratiquer la veille stratégique et intelligence économique**, 2ème édition, Afnor, France, 2007.
- 11- Michel Porter, **l'avantage concurrentiel : comment devancer ses concurrents et maintenir son avance**, inter-édition, France, 1986.
- 12- Michel Porter, **l'avantage concurrentiels des nations**, inter-édition ; France, 1993.
- 13- Pateyron Emmanuel, **la veille stratégique**, édition Economica, Paris, 1998.
- 14- Pierre Pastor, **gestion du changement**, édition liaisons, Paris , 2005

الاستبيان

الجنس 1 :

أنثى ذكر

العمر 2 :

سنة 45 من أكبر سنة 25 إلى سنة 25 من سنة 25 من أقل

الخبرة: 3

فأكثر سنوات 10 سنوات 10 من أقل

المؤهل :

4العلمي

البكالوريا شهادة البكالوريا شهادة على لاتحوز
دولة مهندس أو دكتوراه أو ماجستير شهادة
ليسانس شهادة

5مستوى التوافق :

هل وظيفتك تتناسب مع مؤهلك العلمي ؟

لا نعم

6 هل تلعب المعلومات دورا في نشاط مؤسستكم ؟

لا نعم

7 ما مدى تقييمكم لسيرورة انتقال المعلومات بين الموظفين و مصالح المؤسسة ؟

منعدمة متوسطة جيدة

8 ما هي الوسائل المعتمدة في حصول مؤسساتكم على المعلومات

الملتقيات و المعارض المكتب

المنافسين الزبائن

الاقتصادية الأخبار الإنترنت

أخرى مصادر

9 هل تقومون بالحصول على المعلومات في إطار أخلاقي بعيد عن التجسس ؟

نعم

لا

10 ماهي المصادر المعتمدة لديكم في الاستعلام عن وضعية منافسيكم (السوق)؟

المؤتمرات الملتقيات،

الاقتصادية الأخبار

الإنترنت

المنافسين

....هي ما أخرى مصادر لموردون

11 هل سبق لمؤسستكم أن كانت ضحية لممارسات غير أخلاقية (استنزاف الإطارات، سرقة المعلومات الاستراتيجية ، تجسس، قرصنة)؟

لا

أدري لا

.....خطيرة مخالفات

.....المؤسسة على وخيمة عواقب مع خطير انتهاك

12 هل تعرفون الضوابط الأخلاقية لجمع ونشر المعلومات واتخاذ القرار

نعم

لا

13 هل المعلومات تدور بتلقائية و سهولة بين الأشخاص الذين يحتاجون إليها ؟

نعم

لا

14 هل سبق وأن سمعت بمصطلحي الذكاء الاقتصادي و اليقظة الاستراتيجية ؟

نعم

لا

15 ماذا يعني لك مصطلح الذكاء الاقتصادي و اليقظة الاستراتيجية ؟

ذكي اقتصاد

المعلومات جمع

تسييرية وسيلة

بهما أسمع لم

16 هل تؤثر مؤسستكم في محيطها

لا

نعم

17 هل ترى أن الذكاء الاقتصادي موجود في مؤسساتكم؟

لا نعم

* موجودا كان إذا :

فيما ترى وجوده.....:

* إذا كان غير موجود فلماذا؟

المادية الوسائل نقص

(العملية لهذه أكفاء أفراد) البشرية الوسائل نقص

الخارجية المعلومات إلى حاجتكم عدم

تحليلها و المعلومات جمع تكلفة

بهذا معنية غير المؤسسة

18 من وجهة نظركم ما هو الذكاء الاقتصادي الموجود في المؤسسات الجزائرية؟

ورق على حبر

اقتصادي تجسس

فعال تطبيق

الملخص:

تعتبر حدة المنافسة من أهم مظاهر اتجاهات الأعمال اليوم وأصبحت المؤسسات بحاجة أكثر للمعرفة كمفتاح للحصول على الميزة التنافسية ويعتبر الذكاء الإقتصادي من الحلول التي يلجأ إليها في إدارة المعرفة والتي يقتضي البحث، جمع، تقييم، معالجة، تحليل المعلومات واتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب.

في هذا البحث نركز على المظاهر الإبداعية للذكاء الإقتصادي في محاولة لإيجاد إطار أخلاقي لممارسته بعيدا عن التجسس والقرصنة مبيينين أهمية وضرورة التزام المؤسسة بالسلوك الأخلاقي لتعزيز دعائم الذكاء الإقتصادي

الكلمات المفتاحية: الذكاء الإقتصادي، المعلومات اتخاذ القرارات، السلوك الأخلاقي، التجسس، القرصنة