

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان -

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير

في علوم التسيير تخصص : الإدارة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي

بعنوان

واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

"مع دراسة حالة"

تحت إشراف:

أ.د تشوار خير الدين

من إعداد الطالبة :

بلحاج آمنة

أعضاء لجنة المناقشة :

رئيسة	جامعة تلمسان	أستاذة محاضرة قسم أ	د. بوشیخي عائشة
مشرفا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	أ.د تشوار خير الدين
مناقشا	جامعة تلمسان	أستاذ محاضر قسم أ	د. بن منصور عبد الله
مناقشا	جامعة تلمسان	أستاذ محاضر قسم أ	د. شليل عبد اللطيف

السنة الجامعية : 2014-2015

شكر وتقدير

(...رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا

ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين...) الآية 19 سورة النمل

الحمد والشكر والثناء لله العلي القدير على نعمه الظاهرة والباطنة وعلى توفيقى لانجاز

هذا العمل.

اعترافا بالفضل وتقديرا للجميل لا يسعني وأنا انتهى من إعداد هاته المذكرة إلا أن

أتوجه بجزيل شكري وعظيم امتناني إلى :

- الأستاذ الدكتور تشوار خير الدين على نصائحه القيمة التي مكنتني من إخراج هاته المذكرة

في شكلها النهائي.

- السادة أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة مذكرتي وتخصيصهم جزء من وقتهم

الثمين لأجل قراءتها.

- كما أتوجه بخالص شكري وتقديري إلى رئيسي في العمل السيد عبد القادر ماحي الذي كان

الساعد المعين في جميع مراحل دراستي مابعد التدرج .

والى كل من ساعدني في إعداد هذا البحث من قريب أو من بعيد

إهداء

إلى من سألت الله أن يرزقني بره في حياته، وأنا الآن أسأله تعالى أن يرزقني بره بعد وفاته.

إلى من فقدت بفقده أباً كريماً، وأخاً ناصحاً، ومُستشاراً مؤتمناً.

إلى النبع الطيب كطيبة الأرض إلى والذي رحمه الله.

إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي.

إلى ست الحبايب أُمي الغالية حفظها الله وأطال في عمرها.

إلى من يحملون في عيونهم ذكريات طفولتي وشبابي اخوتي وأخواتي.

إلى الأشعة المضيئة على البيت: أيوب، لوجين، ريتاج، إسرائ، ياسين، مصطفى ومحمد جباري

إلى من شجعوني في رحلتي إلى التميز والنجاح.

الدكتور نور الدين هادف والدكتورة بن يمينة خيرة .

إلى كل الأهل والأقارب ممن يحمل لقب بلحاج، نهاري، هادف وعلاوي.

إلى من ضاقت السطور من ذكرهم فوسعهم قلبي إلى كل أصدقائي وصديقاتي.

إلى كل موظفي مديرية التجارة لولاية البيض.

إلى زملائي طلبة ماجستير الإدارة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي دفعة 2012 .

والى كل أهل العلم وطلابه.

الفهرس المختصر

الصفحة

المقدمة العامة 1-6

الفصل الأول : مدخل إلى المعلومة والذكاء الاقتصادي

المبحث الأول: عموميات عن المعلومات ونظم المعلومات 08

المبحث الثاني: عموميات عن الذكاء الاقتصادي 29

المبحث الثالث: دعائم الذكاء الاقتصادي 42

الفصل الثاني : المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

المبحث الأول : عموميات حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة..... 55

المبحث الثاني : برنامج إعادة التأهيل كإجراء لتحسين القدرات التنافسية للمؤسسات

الصغيرة والمتوسطة..... 75

المبحث الثالث:مدى تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية 84

الفصل الثالث : الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

المبحث الأول : منهجية الدراسة الميدانية ووصف عينة الاستبيان 95

المبحث الثاني : تحليل نتائج الاستبيان والدراسة 97

المبحث الثالث : محور المعلومات الخاصة بالذكاء الاقتصادي 117

الخاتمة العامة 133

الأشكال والجداول

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
09	العلاقة بين المعلومات والبيانات والمعرفة	1-1
10	مصادر المعلومات	2-1
19	نظام المعلومات حسب رؤية لوكاس	3-1
32	مراحل الذكاء الاقتصادي	4-1
34	مكونات الذكاء الاقتصادي	5-1
51	نموذج 1 عن الذكاء الاقتصادي في المؤسسة	6-1
51	نموذج 2 عن الذكاء الاقتصادي في المؤسسة	7-1
72	تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة والعمومية لسنة 2013	1-2
74	مؤشر تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الخماسي 2010-2014	2-2
85	دور الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	3-2
96	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	1-3
97	توزيع أفراد العينة حسب السن	2-3
98	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة	3-3
99	توزيع أفراد العينة حسب التحصيل العلمي	4-3
100	مدى تدفق المعلومات في المؤسسة	5-3
101	الالتزام بالجانب الأخلاقي في جمع المعلومات	6-3

102	درجة امن المعلومات في المؤسسة	7-3
103	مدى مواكبة الابتكارات التكنولوجية الحديثة	8-3
104	درجة استعمال الانترنت في المؤسسة	9-3
105	درجة استعمال الانترنت في المؤسسة	10-3
106	درجة استعمال البرامج الخاصة لمعالجة المعلومات	11-3
107	درجة تكيف المؤسسة مع محيطها	12-3
108	درجة تكيف المؤسسة مع بيئتها العامة	13-3
109	درجة تأثير المؤسسة على محيطها	14-3
110	استخدام الاستراتيجيات المبتكرة	15-3
111	مدى معرفة المؤسسة للفرص والتهديدات	16-3
112	مدى معرفة المؤسسة لنقاط القوة والضعف	17-3
113	مدى تأثير المؤسسة على قرارات الحكومة	18-3
114	مدى تعاون المؤسسة مع مخابر البحث من أجل الحصول على المعلومات	19-3
115	مصادر المخاطر في المؤسسة	20-3
116	سماع أفراد العينة بمصطلح الذكاء الاقتصادي	21-3
117	مدى معرفة أفراد العينة لمصطلح الذكاء الاقتصادي	22-3
118	تقدير معرفة أفراد العينة بمفهوم الذكاء الاقتصادي	23-3
119	مصادر معرفة أفراد العينة بموضوع الذكاء الاقتصادي	24-3
120	مدى تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات محل الدراسة	25-3
122	تصور أفراد العينة عن أهداف الذكاء الاقتصادي	26-3

123	ترتيب مراحل الذكاء الاقتصادي	27-3
124	تداول مصطلح الذكاء الاقتصادي في الاجتماعات التنظيمية	28-3
125	مدى تعرض المؤسسات محل الدراسة للممارسات غير القانونية	29-3
126	مدى معرفة أفراد العينة للحدود القانونية لجمع ونشر المعلومات	30-3
127	مدى وجود تدابير للأمن المعلوماتي داخل المؤسسة	31-3
128	المكلفين بجمع ونشر المعلومات في المؤسسة	32-3
129	رأي أفراد العينة في أهمية الذكاء الاقتصادي لعملية اتخاذ القرار	33-3
130	رغبة أفراد العينة للحصول على نتائج هاته الدراسة	34-3

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
30	أهم تعاريف الذكاء الاقتصادي	1-1
57	تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب التشريع الجزائري	1-2
64	الاستثمارات الجديدة في إطار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر لسنة 2013	2-2
64	تطور الناتج الداخلي الخام للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية والخاصة 2008-2012 (خارج قطاع المحروقات) .	3-2
65	تطور مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية والخاصة في القيمة المضافة بين 2008-2012	4-2
67	تطور مناصب الشغل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين سنتي 2012- 2013	5-2
71	تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة والعمومية لسنة 2013	6-2
72	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع النشاط	7-2
73	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب الجهات الجغرافية	8-2
74	نيرة إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الخماسي 2010-2014	9-2
77	عدد ملفات العضوية لبرنامج إعادة التأهيل حسب إحصائيات 31-12- 2013	10-2
96	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	1-3
97	توزيع أفراد العينة حسب السن	2-3
98	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة	3-3

99	توزيع أفراد العينة حسب التحصيل العلمي	4-3
100	مدى تدفق المعلومات في المؤسسة	5-3
101	الالتزام بالجانب الأخلاقي في جمع المعلومات	6-3
102	درجة امن المعلومات في المؤسسة	7-3
103	مدى مواكبة الابتكارات التكنولوجية الحديثة	8-3
104	درجة استعمال الانترنت في المؤسسة	9-3
105	درجة استعمال الانترنت في المؤسسة	10-3
106	درجة استعمال البرامج الخاصة لمعالجة المعلومات	11-3
107	درجة تكيف المؤسسة مع محيطها	12-3
108	درجة تكيف المؤسسة مع بيئتها العامة	13-3
109	درجة تأثير المؤسسة على محيطها	14-3
110	استخدام الاستراتيجيات المبتكرة	15-3
111	مدى معرفة المؤسسة للفرص والتهديدات	16-3
112	مدى معرفة المؤسسة لنقاط القوة والضعف	17-3
113	مدى تأثير المؤسسة على قرارات الحكومة	18-3
114	مدى تعاون المؤسسة مع مخابر البحث من أجل الحصول على المعلومات	19-3
115	مصادر المخاطر في المؤسسة	20-3
116	سماع أفراد العينة بمصطلح الذكاء الاقتصادي	21-3
117	مدى معرفة أفراد العينة لمصطلح الذكاء الاقتصادي	22-3
118	تقدير معرفة أفراد العينة بمفهوم الذكاء الاقتصادي	23-3
119	مصادر معرفة أفراد العينة بموضوع الذكاء الاقتصادي	24-3

120	مدى تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات محل الدراسة	25-3
122	تصور أفراد العينة عن أهداف الذكاء الاقتصادي	26-3
123	ترتيب مراحل الذكاء الاقتصادي	27-3
124	تداول مصطلح الذكاء الاقتصادي في الاجتماعات التنظيمية	28-3
125	مدى تعرض المؤسسات محل الدراسة للممارسات غير القانونية	29-3
126	مدى معرفة أفراد العينة للحدود القانونية لجمع ونشر المعلومات	30-3
127	مدى وجود تدابير للأمن المعلوماتي داخل المؤسسة	31-3
128	المكلفين بجمع ونشر المعلومات في المؤسسة	32-3
129	رأي أفراد العينة في أهمية الذكاء الاقتصادي لعملية اتخاذ القرار	33-3
130	رغبة أفراد العينة للحصول على نتائج هاته الدراسة	34-3

الرموز والمصطلحات

قائمة الرموز

الرمز	المعنى
MITI	Ministry Of International Trade And Industry
JETRO	Japan External Trade Organisation
ADIT	Agence pour la Diffusion de l'Information Technologique
SGDN	Secrétariat Général De La Défense Nationale
UNIDO	United Nations Industrial Development Organization
PME	Petites Et Moyennes Entreprises
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
ANSEJ	Agence Nationale de Soutien a l'Emploi des Jeunes
ANGEM	Agence Nationale de Gestion du micro-crédit
FGAR	Fonds de garantie des crédits aux PME
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance Chômage

المقدمة العلمية

المقدمة العامة

تشهد الحياة الاقتصادية المعاصرة اهتماما بالغا بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة باعتبارها النواة الأولى لتكوين قاعدة اقتصادية متينة، وكونها أحد التيارات التي ستشكل مستقبل القرن الواحد والعشرين بتفكيك المؤسسات الكبرى، وتأسيس المؤسسات الصغرى للاستفادة من مزاياها والمتمثلة خاصة في تنمية التجارة الخارجية وتنويع سلة الصادرات من جهة ، وسهولة تكيف هذه المؤسسات مع التقلبات الاقتصادية المستمرة من جهة أخرى.

تكتسي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهميتها نظرا لدورها في تحقيق التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب الشغل وترقية الصادرات خارج المحروقات، إضافة إلى مرونتها وقدرتها على التكيف مع مختلف المتغيرات ، لذا فقد أصبح الاتجاه السائد اليوم بين دول العالم سواء المتقدمة منها أو النامية هو تحسين المناخ الاستثماري والدفع في اتجاه تشجيع قيامها والعمل على إيجاد جميع متطلبات نجاحها وهو ما جعلها تعد البنية الأساسية في بناء اقتصاد متماسك ومتكامل .

إن التحدي الكبير الذي يواجه كل المؤسسات وبالأخص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو مدى قدرتها على تبنى آلية مناسبة من اجل تقوية مركزها التنافسي خاصة أن التحولات الكبرى التي جرت في العالم جعلت هذا النوع من المؤسسات على المحك في مواجهة المنافسة الشديدة الداخلية و الخارجية ولا يتأتى لها ذلك إلا من خلال السبق المعلوماتي للظفر بالفرص المتاحة في السوق، وهذا ما يحتاج إلى أدوات وآليات الذكاء الاقتصادي من خلال البحث والتطوير ومعالجة وبث المعلومات المفيدة والحساسة لمختلف الفاعلين في العملية الاقتصادية وهو ما يمس جميع الهيئات الحكومية وغير الحكومية والمؤسسات بمختلف أنواعها وأحجامها وطبيعة نشاطها ونطاق تواجدها سواء على المستوى المحلي أو الدولي فكل هاته الهيئات صارت مطالبة أكثر من أي وقت مضى بخلق والتحكم في نظام متكامل للوصول إلى المعلومة الصادقة في الوقت المناسب لتوزيعها على الجهات المختصة من أجل المساعدة في اتخاذ القرار .

كل هاته الحتميات أدت إلى بروز فكرة الذكاء الاقتصادي الذي أصبح يحتل مكانة عالية في اهتمامات مختلف الدول والمؤسسات كشكل من أشكال الحس الاقتصادي الجيد أو كآلية للاقتصاد المفتوح الذي يشهد تغيرات جذرية من خلال تكنولوجيات الإعلام والاتصال .

ولكون الجزائر جزء لا يتجزأ من الخارطة الاقتصادية للعالم، شهدت هي الأخرى تحولا في بيئتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية مما جعلها تتبنى مختلف التغيرات الاقتصادية الحاصلة في العالم وفي مقدمتها القبول الأولي بمبادئ اقتصاد المعرفة وتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى مختلف أجهزتها ومؤسساتها .

إن كل هاته التغيرات أثرت بشكل كبير على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية فقد فقدت هاته الأخيرة مكانتها في السوق وأصبحت تواجه منافسة شرسة من قبل المؤسسات الأجنبية لذا بات من الضروري إدخال تغييرات والبحث عن الوسائل اللازمة لمواجهة المنافسة الحادة واكتساب مزايا تنافسية لتدعيم الحصة السوقية والذكاء الاقتصادي هو من بين هاته الحتميات كوسيلة فعالة وضرورية لتأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

وسعيا لتحقيق هذا الهدف، فان الذكاء الاقتصادي في الجزائر يعتبر من بين المحاور الأساسية الجدد حساسة بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية الكبرى والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على حد سواء، وذلك لتمكين الجزائر من امتطاء قطار التقدم والرقى على جميع الأصعدة والولوج في الأسواق العالمية في إطار التفتح الاقتصادي الذي يشهده العالم حاليا .

الإشكالية:

في ظل التحديات الكبيرة التي تشهدها بيئة أعمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واشتداد المنافسة المحلية والعالمية وكذا التطورات التكنولوجية المذهلة وفيض المعلومات وسرعة تقادمها . انطلاقاً من هنا فان إشكالية هذا البحث تدور حول التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وهل تستطيع هاته الأخيرة تهيئة أرضية لتبني آلياته؟

وتندرج تحت هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية؟

- ما هو مدلول الذكاء الاقتصادي؟
- ما هي وظائف الذكاء الاقتصادي؟
- ماهو واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية؟

فرضيات البحث :

وكإجابة مبدئية للأسئلة السابقة تم اعتماد الفرضيات التالية :

- هناك إرادة قوية من طرف السلطات الجزائرية لتطبيق الذكاء الاقتصادي
- تهتم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالذكاء الاقتصادي، ولا تملك الوسائل لا المادية ولا البشرية اللازمة لتطبيقه .
- إن طرح موضوع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية لا يتعدى إطاره النظري وهو ما يعيق عملية الابتكار في النشاط الاقتصادي.

أهمية الدراسة:

يستمد هذا البحث أهميته من حداثة موضوع الذكاء الاقتصادي، كما يستمد أهميته أيضاً من خلال تسليطه الضوء على مدى توافر الأرضية الجيدة لاستخدامه في بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على مدلول الذكاء الاقتصادي ومن ثم تحديد وظائفه وإبراز مدى ملائمة أرضية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة الجزائرية لتطبيق أدوات الذكاء الاقتصادي، كما يهدف إلى إبراز واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

أسباب اختيار الموضوع :

تعود أسباب اختيارنا لهذا الموضوع الى ما يلي :

- الميول الشخصي للمواضيع الحديثة حيث أنني تطرقت فيما مضى إلى موضوع اقتصاد المعرفة ودوره في تحسين الأداء .
- قلة الدراسات التي تناولت مثل هذه المواضيع، فمعظم الدراسات التي تناولت موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ركزت على جوانب التمويل، التأهيل، المشاكل وبذلك فالموضوع يعد إضافة جديدة تساهم في إثراء المكتبة الجامعية.
- محاولة التعرف على واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وذلك مقارنة بالنماذج الكبرى في الذكاء الاقتصادي .
- سعي العديد من الدول إلى تطبيق برامج لتأهيل مؤسساتها الاقتصادية وخاصة الصغيرة والمتوسطة يحتم على الجزائر التفكير جدياً بالاهتمام بالبرامج التي يمكن أن تأهلها لتحقيق الفعالية الاقتصادية المرجوة .

منهج البحث :

للإجابة على إشكالية هذا البحث وأثبتات او نفي صحة الفرضيات استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي في دراسة واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع تدعيم ذلك بدراسة حالة.

مصطلحات الدراسة :

الذكاء الاقتصادي ، اليقظة الإستراتيجية ، المعلومة ، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

صعوبات البحث :

- 1- قلة المراجع التي تطرقت إلى موضوع الذكاء الاقتصادي مما اضطررنا في غالب الأحيان الاعتماد على الملتقيات والندوات أو المراجع الالكترونية التي تتناسب وطبيعة الموضوع وذلك راجع لحدثة الموضوع في البلاد .
- 2- تهميش بعض المؤسسات استقبالننا لإجراء التربص نظرا لانشغالناهم اليومية الروتينية بالعمل أو لارتباطهم الشخصية .
- 3- صعوبة الدراسة التطبيقية وذلك لامتناع جل المدراء عن الإجابة على الاستبيان بحجة حداثة الموضوع مما قلل من حجم العينة المدروسة والتي تسمح بالحصول على النتائج المرجوة .

خطة البحث :

من اجل الإلمام بأهم الجوانب الرئيسية للدراسة وقصد الإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار فرضيات البحث تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول، منها فصلين نظريين وفصل آخر تطبيقي على النحو التالي :

الفصل الأول : يتناول هذا الفصل أهم الجوانب النظرية المتعلقة بالمعلومة وتحديد الإطار المفاهيمي للذكاء الاقتصادي بالإضافة إلى نظم المعلومات وتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

الفصل الثاني : تم التطرق من خلاله إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وإبراز مدى أهميتها في تحقيق التنمية الاقتصادية كما تم التطرق إلى أهمية الذكاء الاقتصادي في تنمية تنافسية هاته المؤسسات ومختلف الصعوبات التي تواجهها في تبنى آلياته .

الفصل الثالث : في هذا الفصل حاولنا إسقاط ما جاء في الدراسة النظرية على عينة الدراسة والمتكونة من مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مستوى ولاية تلمسان مستهدفين في ذلك المدراء والمدراء التنفيذيين على مستوى هاته المؤسسات وذلك من اجل معرفة مدى تطبيقها للذكاء الاقتصادي.

الدراسات السابقة :

إن الدراسات التي تطرقت إلى موضوع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكاد تكون منعدمة ماعدا دراسة حللمي لامية، دور اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، جامعة بومرداس، 2010/2009 والتي تناولت فيها الباحثة مفاهيم حول اليقظة والذكاء الاقتصادي في الجانب النظري للدراسة أما في الجانب التطبيقي فقد كانت دراسة الحالة في مؤسسة مقاولات صغيرة، ومن خلال هاته الدراسة توصلت إلى مايلي :

- أن المؤسسة محل الدراسة تطبق اليقظة والذكاء بشكل ضيق في مسار عملها من حيث الحصول على المعلومات، دراسة السوق، الزبائن، الموردون، التكنولوجيا، القوانين وبعدها تقوم بمعالجة هاته المعلومات لاتخاذ القرار المناسب .

الفصل الأول

مقدمة الفصل الأول :

يشهد العصر الحديث تزايد المعلومات بشكل كبير ، إذ تشير الدراسات الحديثة إلى أن العشر سنوات الأخيرة شهدت كما من المعلومات يعادل كمية المعلومات التي أنتجتها البشرية على مدى القرون المنصرمة ، كما أن مصادر الحصول على المعلومات هي في ازدياد و نماء ، حيث تركزت العديد من دراسات علم المعلومات على التحسين والتطوير في عملية فهم طبيعة المعلومات ومكوناتها وكيفية حصرها وتجميعها وتبويبها وتصنيفها وتحليلها بهدف الاستفادة منها بفعالية عالية ، ولهذا فقد تزايد اهتمام الدول باستثمار الثروة المعلوماتية والاتجاه نحو إدارة المعلومات والمعارف بوصفها موردا حيويا وركيزة أساسية للتقدم بمختلف جوانبه .

وعلى هذا الأساس فان منظمات الأعمال تعمل بصورة دائمة على تحقيق النجاح والمحافظة على بقائها وهذا ما يجعلها تسعى باستمرار إلى تطوير وتحسين وتعديل استراتيجياتها ، والى تطوير منتجاتها واستخدام أدوات ووسائل متجددة ، ويتم ذلك من خلال الاستفادة من المعارف والمعلومات والبحث عنها وإدارتها بذكاء بما يؤدي إلى تحقيق التقدم والتطور المستمر .

وأمام هذه التطورات فان الذكاء الاقتصادي يعتبر كشكل من أشكال الحس الاقتصادي، فحتى تستطيع المؤسسة أن تنتج، تسوق وتبدع فإنها تحتاج إلى معلومات دقيقة، كاملة وقابلة للاستغلال بصفة سريعة، فتحليل وتنظيم المعلومة أصبح أكثر أهمية من أي أمر آخر كمعرفة الأسواق، تقسيماتها، مدى تفتحها على العالم وظروف عملها، معرفة المنافسة، التكنولوجيات الحديثة والإبداعات. فأى منظمة تبحث عن طرق لمراقبة بيئتها وكشف الفرص والتهديدات الموجودة بها، ومختلف المعلومات المفيدة في اتخاذ القرارات التي تم المنظمة، كما تسعى لحماية موارثها المعرفي وتدعيم قدرتها على الدفاع عليه وهذا ما يستدعي توفر أنظمة معلوماتية توفر المعلومات المطلوبة .

في هذا الفصل نحاول توضيح أهمية المعلومات وتوضيح ماهية الذكاء الاقتصادي من خلال المباحث التالية :

المبحث الأول : عموميات عن المعلومات ونظم المعلومات

المبحث الثاني : عموميات عن الذكاء الاقتصادي

المبحث الثالث : دعائم الذكاء الاقتصادي

المبحث الأول: عموميات عن المعلومات ونظم المعلومات

إن تسارع التغيرات الاقتصادية واختلال موازين القوى أدى إلى زيادة الطلب على المعلومات ،ذلك أن المعلومة اليوم أصبحت رمزا للتفوق والتميز بين منظمات الأعمال فحياة المنتجات تتقلص والتقنيات الحديثة تتطور بسرعة أكبر والمنافسة تزداد حدة في إطار سوق عالمية أوسع ،وعليه ومن خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى ماهية المعلومات ونظم المعلومات وتكنولوجيات المعلومات والاتصال وذلك من خلال المطالب الموالية :

المطلب الأول: ماهية المعلومات

من خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى تعريف المعلومات ومصادرها وتوضيح علاقتها مع البيانات والمعرفة، هذا من خلال الفرع الأول، ثم توضيح خصائصها وأهميتها من خلال الفرع الثاني وفي الأخير نتطرق إلى المعلومة الإستراتيجية وأهميتها في اتخاذ القرار المناسب من خلال الفرع الثالث.

الفرع الأول: تعريف المعلومات

I - تعريف المعلومات :

لقد تعددت التعاريف التي تطرقت إلى مصطلح المعلومات لذلك سوف نحاول إعطاء جملة من التعاريف للإحاطة بالمعاني التي تتضمنها

يعرفها (M.PORTAT) " بأنها بيانات يتم تنظيمها وتبادلها"¹

وتعرف كذلك بأنها " نتائج عمليات النماذج ،التكوين ،التنظيم أو تحويل البيانات بطريقة تؤدي إلى زيادة مستوى المعرفة للمستقبل "²

ويعرفها (**CHIRSTEL ET ALL**) بأنها " حقائق وبيانات منظمة تشخص تهديدا ما أو فرصة محددة، وتبعاً لذلك فإن المعلومات هي نتيجة البيانات "³

¹-louis Quéré" Au juste, qu'est –ce que l'information ?"revue réseaux, volume 18, numéro 100 Hermès science publications, 2000,p.342.

²-سونيا محمد البكري ، نظم المعلومات الإدارية - المفاهيم الأساسية - ،الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع ، الإسكندرية ،1999، ص 106.

³-ربحي مصطفى عليان ،إدارة المعرفة، الطبعة الأولى،دار الصفاء للنشر والتوزيع ،عمان، 2008 ، ص. 43 .

من خلال هاته التعاريف نستنتج أهم العناصر التي تتضمنها المعلومات وهي :

- يتم الحصول على المعلومات من خلال معالجة البيانات.
- تقلل المعلومات من حالة عدم التأكد بشأن حدث أو موقف معين.
- تؤدي المعلومات إلى زيادة المعرفة لدى مستقبلها.
- تعد موردا استراتيجيا ، إذ تساعد على تشخيص وتحليل المواقف والظروف .
- تمكن المعلومات من زيادة مستوى المعرفة وتعطي قيمة مضافة لمتخذي القرار.

II – البيانات والمعلومات :

البيانات هي عبارة عن المادة الأولية التي سوف تدخل في العملية الإدارية والتي تجري عليها عمليات معالجة على ضوءها يتم تحويلها إلى معلومات يمكن الاستفادة منها في اتخاذ القرارات الإدارية الرشيدة، فهي تمثل حقائق مجردة تعبر عن أحداث معينة بهيئة رموز أو حروف أو أرقام أو رسوم بيانية يتم جمعها من مصادر مختلفة أي أنها المادة الخام اللازمة لإنتاج المعلومات ، إن المعيار الأساسي للفرقة بين البيانات والمعلومات ينحصر في الفائدة المحققة منها ومن الممكن اعتبار البيانات بمثابة معلومات إذا ما تم تنظيمها وإعادة ترتيبها بشكل يجعل لها معنى ودلالة وذات استخدام مفيد لمستخدميها¹

III – من المعلومة الى المعرفة : من المبادئ الأساسية لإدارة الأعمال الحصول على المعلومة الجيدة في الوقت المناسب ولكن ذلك لا يمكن أن يتم إلا من خلال إجراءات دائمة وضمن سياسة مقرر ومعمدة من الهيئات العليا .

إن جمع المعلومات يجب أن يستجيب لنوعين من الانشغالات بالنسبة للمؤسسة :

- الانشغال الأول : يتمثل في تقديم إجابات صحيحة لأهداف دقيقة ضمن إستراتيجية واضحة المعالم .

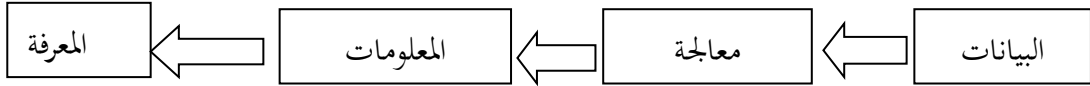
- الانشغال الثاني : يتمثل في تدعيم وإثراء الرصيد الوثائقي المعلوماتي في المؤسسة²

1 هاشم فوزي العبادي، جليل كاظم العارضي، نظم إدارة المعلومات ، منظور استراتيجي ، الطبعة الأولى ، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2012، ص48.

2 يحيوش حسين ،الذكاء الاقتصادي : مقارنة نظرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، عمان الأردن 23-26 افريل 2012 ص 233 .

إن طبيعة الأهداف هي التي تحدد نوعية المعلومات الضرورية الواجب توفرها، وتحديد مصادر الحصول على المعطيات الفعالة وهذه المصادر تتمثل في المصادر الرسمية، المصادر غير الرسمية، المصادر الأساسية، المصادر الثانوية .

الشكل رقم (01-01) العلاقة بين المعلومات والبيانات والمعرفة



المصدر: علاء عبد الرزاق، نظم إدارة المعلومات، منشورات المنظمة العربية الإدارية، مصر، 2003، ص08

IV - مصادر المعلومات :

أولاً/ مصادر المعلومات الرسمية :

-الكتب : يعتبر العيب الوحيد للمعلومة المتحصل عليها من خلال الكتب في أنها ليست حديثة ،إذا أخذنا بعين الاعتبار الزمن ، الكتابة والنشر .

-الجرائد ،المجلات والدوريات (مجلة دورية تعالج موضوعا معينا) وهذا المصدر يتميز بمعلومات حديثة نسبيا تتكون من :

- المطبوعات الجديدة

- المجالات المتخصصة في ميادين دراسية معينة أو بحوث.

- الندوات ، الملتقيات ، أعمال المؤتمرات وذلك في الميادين التي يكتشفونها فيما يتعلق باللقاءات العلمية التي تكون ذات إستراتيجية خاصة فيما يخص البحث والتطوير والاختراع .

- الوثائق التجارية : الوثائق الخاصة بالمعارض والصالونات ،التقارير، التحاليل وجرائد المؤسسات .

الأطروحات وتقارير الطلبة : التي تعالج موضوع معين ، وهذا المصدر يعتبر جد مهم خاصة إذا كان يتعلق بالبحث عن معلومات تتميز بالميزة العلمية .

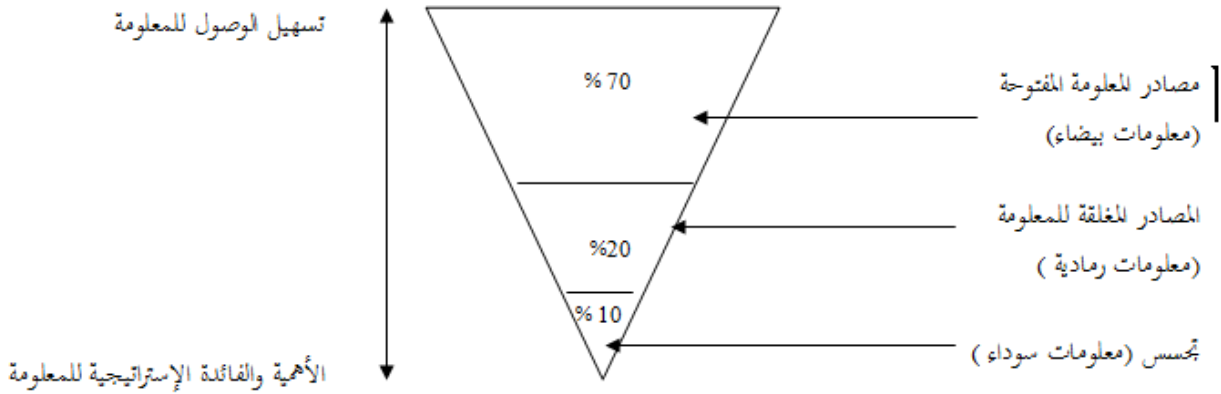
بنوك المعلومات : تغطي عمليا كل الميادين ، الواقع ، الأعمال ، الجوانب العلمية ، التقنية التكنولوجية ، الاقتصادية ، السوسيولوجية والقانونية الخ

- **المنظمات المتخصصة** : وهذه المنظمات عادة ما تقوم بالإجابة على الحاجيات المتطورة للمؤسسات من المعلومات .

ثانيا / **مصادر المعلومات غير الرسمية** : هي معلومات لا يمكن طبعها أو نشرها ويمكننا ذكرها فيما يلي :

- الزبائن
- الممونين أو الموردين
- المنافسين
- الصالونات
- المهمات والسفر والدراسة

الشكل رقم (01-02) : مصادر المعلومات



المصدر : عبدالرزاق خليل ، أحلام بوعبدلي ، الذكاء الاقتصادي في خدمة منظمة الأعمال .

الفرع الثاني : خصائص المعلومات وأهميتها

I - خصائص المعلومات :

- **الدقة:** حيث تكون المعلومات صحيحة وخالية من أخطاء التجميع والتسجيل والمعالجة التي تتم على البيانات ويمكن القول بان الدقة هي نسبة المعلومات الصحيحة إلى مجموع المعلومات الناتجة في خلال فترة زمنية معينة.

- **التوقيت :** بحيث يتم توفير المعلومات في الوقت المناسب وبالسرعة المناسبة حتى تكون فعالة وذات مردودية ومن أجل الوصول إلى خاصية التوقيت المناسب للمعلومات فانه من الضروري تخفيض الوقت اللازم لدورة المعالجة.

- **الوضوح :** أن تكون خالية من الغموض وسهلة الفهم ويكون عرضها بالشكل المناسب لاحتياجات المستفيدين.

- **المرونة :** وهي قدرتها على التكيف مع الاحتياجات المتغيرة لكافة المستخدمين.

- **الشمول:** يجب أن تكون شاملة وتغطي جميع جوانب الظاهرة، ولا يعنى هذا الأمر إغراق متخذ القرار بمعلومات كثيرة وإنما معلومات مختصرة وهادفة.

- **القابلية للمقارنة :** يجب أن تكون قابلة للمقارنة مع باقي المعلومات الأخرى في المشروعات التي تتعلق بنفس النشاط

- **الإيجاز :** بحيث تكون مختصرة دون الإكثار من التفاصيل .

- **الموضوعية :** حيث تكون محايدة وغير منحازة الى جهة معينة .

- **اقتصادية :** يجب أن تكون الفائدة المرجوة من وراء استخدام تلك المعلومات أكبر مما ينفق في سبيل الحصول عليها وبالتالي يجب مقارنة تكلفة المعلومة والمنفعة المنتظرة من استعمالها¹

ويضيف بعضهم خصائص أخرى للمعلومات منها ما يلي :

1 بودرامه مصطفى، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المشروعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية ، 23-24/04/2012، ص. 583.

- النمو والتجدد: تتميز المعلومات عن غيرها من السلع بأنها لا تفنى بل على العكس من ذلك فإنها تنمو وتتزايد وتتجدد نتيجة الاستعمال، فالمعلومات تولد المعلومات وتنمو مع زيادة استهلاكها.
- التشكل : فالمعلومات ذات قدرة هائلة على إعادة التشكل (إعادة الصياغة) فعلى سبيل المثال يمكن تمثيل المعلومات نفسها في صورة قوائم أو أشكال (رسومات) بيانية أو رسوم متحركة أو أصوات ناطقة .
- النقل: فالمعلومات لها قابلية النقل عبر مسارات محددة ووسائل معروفة (كتب، دوريات، واسطوانات مدجة .. الخ) والبث لمن يرغب من المستخدمين.
- الوفرة: فبينما تتسم العناصر الخام اللازمة للصناعة بالندرة وهي أساس اقتصادياتها، تتسم المعلومات بالوفرة فالمعلومات تنمو وتتجدد، وبذلك ظهر للمعلومات أغنيائها وفقراؤها وأباطرتها وسماسرتها ولصوصها.
- النسخ: إذ يستطيع المستفيد نسخ ما يتلقاه من معلومات بوسائل يسيرة للغاية ومن هنا ظهرت تشريعات الملكية الفكرية وقوانين حق المؤلف.
- التحقق : أي أن المعلومات المقدمة قابلة للمراجعة والفحص والتحقق من درجة صحتها ودقتها¹

¹ ربحي مصطفى عليان، اقتصاد المعلومات ، الطبعة الأولى ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، 2010، ص.114.

II / أهمية المعلومات :

أصبحت المعلومات سلاح العصر الحديث ، فمن يملك المعلومات ويستغلها الاستغلال الأمثل يملك بذلك القوة ويملك بذلك وسيلة ناجعة لاتخاذ القرار وعليه فان المعلومات مورد أساسي لأي نشاط بشري أيا كانت طبيعته وأيا كان مجاله فالمعلومات تعد عنصرا أساسيا في علاقة الإنسان بمجتمعه وبيئته وعلاقة المجتمعات فيما بينها في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية ولا مبالغة في القول بأن استثمار مورد المعلومات يعد معيار التميز حاليا في المجتمعات الغنية والمتقدمة ولا مجال للقول بأن هناك مجتمعات تفتقر للمعلومات ومجتمعات أخرى متخمة بها وإنما يمكن القول بأن هناك مجتمعات أو دول نجحت في استثمار ثروة المعلومات وأخرى لم تستثمر الثروة كما يجب وفيما يلي توضيح لهذه الأهمية على المستويات المختلفة¹ .

- على المستوى الدولي :

المعلومات تمثل القوة ومن يمتلك المعلومات يمتلك القوة والحالة التي يمر بها العالم في يومنا هذا من أحادية القطبية تجسيد حي لهذه الحقيقة فالولايات المتحدة الأمريكية لم تصل إلى هذه الدرجة إلا بفعل امتلاك المعلومات وتوظيفها بشكل مثالي ويمكن تجسيد أهمية المعلومات على المستوى الدولي من خلال الجوانب التالية² :

- المعلومات تعد المورد الاستراتيجي للمجتمعات الحديثة وليس رأس المال فقط وإنتاج المعرفة قد أصبح مفتاح الإنتاجية والتنافسية والأداء الاقتصادي .

- تتجسد أهمية المعلومات من خلال اعتبارها المعيار الأول لتصنيف الدول والشعوب ذلك لأن معامل القدرة على التعامل مع المعلومات وتشغيل شبكات متقدمة من وسائل الاتصال في عصرنا الحاضر يعد المؤشر الأكثر دلالة على التقدم النسبي للشعوب.

1 علاوي نصيرة، اليقظة الإستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة، مذكرة ماجستير تخصص تسيير الموارد البشرية، 2010-2011 ص.59.

2 محمد الطائي، اقتصاديات المعلومات - القوة الناعمة في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة ، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2007، ص.27.

- يؤكد أحد خبراء مؤسسة العمل الدولية على أن التقارب الرقمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أسهم في تذليل الصعوبات المترتبة على اثنين من أكبر المعوقات التي اعترضت تدفق البيانات والمعلومات بين الدول في الماضي والحاضر وهما مشكلة التأخير ومشكلة المسافة فوسائل الاتصال أصبحت أرخص وأسرع و أكثر تنوعا مما كانت عليه وأوجدت مزيدا من النفاذ الى المعلومات وبصورة أكثر تناسقا الأمر الذي انعكس ايجابيا بتغيرات عميقة في هيكلية الأسواق والمؤسسات وأنماط السلوك الاقتصادي .

على المستوى الوطني : يمكن تجسيد هذه الأهمية من خلال الجوانب الآتية ¹ :

- أصبحت المعلومات محور اقتصاديات الدول المتقدمة وأصبح قطاع المعلومات المصدر الرئيسي للدخل القومي فأكثر من 50 % من إجمالي الناتج القومي والقوة العاملة في بعض الدول المتقدمة يعملون على الأنشطة المعلوماتية .

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

- للمعلومات دور هام في إنجاح خطط التنمية ، سواء ما تعلق منها بالتنمية الاقتصادية أو الاجتماعية أو ما يرافقها من تغيرات ايجابية في حياة الفرد والمجتمع .

- على مستوى المؤسسة :

تسعى المؤسسة إلى استخدام كافة الموارد بالطريقة التي تمكنها من تحقيق مزايا تنافسية وأحد أهم هاته الموارد التي تمكن المؤسسة من الحصول على هاته المزايا التنافسية هي المعلومات وتمكنها من البقاء والاستمرار ولكي تحقق ذلك هي ملزمة بمتابعة مختلف المستجدات وهذا بتكيفها مع بيئتها ولا يحدث ذلك إلا بتوفر كم هائل من المعلومات الداخلية والخارجية والتي تضمن للمؤسسة التفوق على منافسيها .

¹ حسين علي، استثمار الإبداع في عالم الأعمال من الفكرة إلى المنتج - سلسلة الرضا للمعلومات، دار الرضا للنشر، سوريا، 2000، ص.ص 74-75.

III- أنواع المعلومات التي تحتاج إليها المؤسسة:

لا يوجد نوع من المعلومات غير مفيد بالنسبة لمنظمات الأعمال إلا أن هناك أنواع قد يستفاد منها أكثر من غيرها وذلك لشدة ارتباطها بوظائف الأعمال وتمثل هذه المعلومات فيما يلي :

- المعلومات عن أوضاع المنظمة الحالية والماضية والمستقبلية وهذه المعلومات عادة ما تكون متوافرة في الأرشيف أو مراكز توثيق معلومات المنظمة.
- المعلومات عن العملاء والمنظمات التي تتعامل معها المنظمة.
- المعلومات عن الموارد والمنتجات والسلع نصف المصنعة.
- البيانات الكمية مثل المعلومات الإحصائية .
- المعلومات عن البحوث والتطورات المتلاحقة¹.

الفرع الثالث: المعلومات الإستراتيجية

مع التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات برزت أهمية المعلومات الإستراتيجية كمورد مهم في عالم الأعمال والتي يمكن أن تكون مصدرا مهما في تحقيق ميزة تنافسية إستراتيجية وسلاح تنافسي للمنظمة، فمن الضروري أن تفهم إدارة المنظمة كيفية الحصول على هذه المعلومات لإيجاد الفرص التنافسية التي تمكن المنظمة من تحقيق أهدافها قصيرة وبعيدة المدى .

I / تعريف المعلومات الإستراتيجية:

تعريف 1: تعرف المعلومات الإستراتيجية بأنها تلك المعلومات الضرورية لصنع قرارات إستراتيجية على مستوى المنظمة وتتميز بأنها تخص مجالات متعددة تحدد المنظمة من خلالها أنشطتها ومجالات توسعها (معلومات عن السوق، إمكانية التوغل فيه، تطورات المنتج ، التقنيات الجديدة) فعلى المنظمة أن تقوم بعملية تصفية للمعلومات التي تلتقطها وأن تحتفظ فقط بالمعلومات التي تفيدها كما عليها أن تتجنب الإغراق بالمعلومات الغزيرة وغير القابلة للاستعمال .

1 محمد الصيرفي ، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2009، ص 320 .

تعريف 2 : تعرف بأنها " تلك المعلومات ذات التوجه المستقبلي أي تلك المعلومات التي ترتبط بالقدرة على استشراف مستقبل المنظمة والتي تنطوي على درجة عالية من حالات عدم التأكد والمخاطرة والتي ترتبط بالخطط بعيدة الأمد التي تقع ضمن اهتمامات الإدارة العليا للمنظمة " .

مما سبق يمكننا أن نعرف المعلومة الإستراتيجية بأنها " المعلومة التي يحتاج إليها متخذ القرار في الوقت المناسب وبالشكل الذي يرغب فيه " .

II- أهمية المعلومات الإستراتيجية :

إن نجاح المؤسسات في تخطيط واتخاذ القرارات التسويقية والإنتاجية يتوقف إلى حد كبير على درجة توفر المعلومات الداخلية والخارجية التي تساعد في اتخاذ القرارات السليمة، فقد أصبحت المعلومات موردا جوهريا للمؤسسات في العصر الحالي بل أصبحت مادة أولية ضرورية لقيام المؤسسة بوظائفها على أحسن وجه، ويمكن القول أنها عامل من عوامل الإنتاج، ذلك لأنه إذا كانت عملية الإنتاج تتطلب المواد الأولية فان مادة متخذ القرار هي البيانات والمعلومات التي تتوافر لديه، ويتوقف نجاح القرار على مدى صحة هذه المادة دقتها وطريقة تنظيمها وتأمينها ، فمن أكبر المشاكل التي تواجه صانع القرار هي الحصول على معلومات ذات مصداقية كاملة وقابلة للاستغلال .

كما تفاعلت عدة عوامل أخرى جعلت من المعلومة تأخذ طابع استراتيجي تبني على أساسها جل أهداف وسياسات المؤسسة المستقبلية في ظل تحولات جوهرية مست عمق الأوضاع الاقتصادية المعاصرة ، الأمر الذي انعكس بدوره على ضرورة الاهتمام أكثر بالمعلومة وإعطائها بعد محوري في نشاط المؤسسة ، من بين جملة هذه العوامل نذكر مايلي :

- اتساع الأسواق سواء المحلية أو العالمية مما جعل من نشاط المؤسسة معقدا وأكثر تنوعا وهذا يتطلب ضرورة الموازنة مع متطلبات هذه الأسواق وهذا لا يتوافر إلا بالحصول على المعلومات الخاصة بهذه الأسواق وتحليلها والاستفادة منها.

- تحول الهدف من مجرد تلبية حاجات المشترين إلى محاولة تلبية رغباتهم، فالتزايد المستمر في دخول المستثمرين جعلهم أكثر إقبالا وطلبا على السلع وزادت قدرتهم على الاختيار وبالتالي أصبح من

الصعب على المنتجين التعرف على شعور المشتريين بالنسبة للمزايا المختلفة التي تقدمها منتجاتهم، لذا اتجه المنتجون لبحث ودراسة تفضيلات المستهلكين بناء على مختلف المعلومات التي يجمعونها.

- التحول في طبيعة المنافسة من المنافسة السعرية إلى المنافسة غير السعرية فبتزايد استخدام البائعين للأسلحة التنافسية ، العلاقات التجارية ، تنوع المنتجات ، الإعلان والترويج للمبيعات أصبحوا في حاجة إلى معلومات عن مدى فاعلية هذه الأدوات التسويقية .

- تناقص الموارد الطبيعية ، بسبب ندرة هذه الموارد يسعى كل من المسوقين والمنتجين للحصول على المعلومات الخاصة بمنتجاتهم لمعرفة البدائل المتاحة أمامهم واستغلالها بأفضل شكل ممكن .

- سرعة اتخاذ القرارات حيث أصبح لزاما على متخذ القرار أن يكون على استعداد دائم لاتخاذ القرارات الملائمة الخاصة بالمنتجات الحالية أو الجديدة وهذا يتطلب وجود نظام مستمر يمدّها بالمعلومات اللازمة عند الحاجة إليها.

- إن النمو المتسارع لحركة الاستيراد والتصدير بين الدول والاتفاقيات التجارية المختلفة والتي يتوقع لها التزايد مستقبلا جعل نجاح المنظمات اليوم ومستقبلا يعتمد على قدرتها على العمل في ظل هذه العالمية حيث زادت من قيمة المعلومات وأصبحت تقدم فرصا جديدة للأعمال ، فنظم المعلومات اليوم تعطي المنظمات قوة تحليلية واتصالية تحتاجها المنظمات وإدارة الأعمال على أسس تخطت حدودها القومية لذا يجب أن تستحوذ المنظمات على أنظمة معلومات واتصالات قوية تشارك بفعالية وتصبح أكثر ربحية في الأسواق العالمية والدولية .

- إن العالم يعيش ثورة المعلومات والمعرفة ولذا فان أنظمة المعلومات وتكنولوجيا المعلومات تلعبان دورا هاما في ربحية وبقاء المنظمات ونجاحها في الأسواق المختلفة نتيجة حدوث تغيرات في بيئة الأعمال فالمنظمات اليوم تسعى لخلق مزايا تنافسية لتحقيق الأرباح من خلال خلق القيمة وعبر نظام إنتاج السلع والخدمات اعتمادا على الموارد التي تخفض التكلفة من خلال إحداث تغيرات متعددة في المنظمات التي أصبحت أكثر اعتمادا على تكنولوجيا المعلومات .

- المساهمة في التعرف على مدى كفاءة المنظمة في أداء الأنشطة المختلفة ، وذلك من خلال مساهمتها في إنجاز خطوات الرقابة على الربحية والرقابة الدورية على الخطوط التسويقية وكذا الرقابة الإستراتيجية للبيئة الداخلية والخارجية .

- ترشيد القرارات التسويقية المتعلقة بالمنتج ، وتسعير المنتجات وتقسيم السوق واختيار منافذ التوزيع وكذا القرارات المتعلقة بتحديد المزيج التسويقي الأمثل¹ .

المطلب الثاني: نظم المعلومات

يعد نظام المعلومات وسيلة مساعدة في عملية اتخاذ القرارات وليس هدفا لها، إذ أن مهمته تقتصر على توفير المعلومات وتأمين العلاقة بين مصادر المعلومات والجهات التي يمكن أن تستفيد منها بالصيغة التي تساعدهم في اتخاذ القرارات المختلفة، لذا سوف نتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم نظام المعلومات من خلال الفرع الأول، ثم إلى خصائصه وأهميته من خلال الفرع الثاني أما الفرع الثالث فسوف نتطرق فيه إلى أنواع نظم المعلومات ومختلف المشاكل التي تواجه أمنها .

الفرع الأول : تعريف نظام المعلومات

يعرف نظام المعلومات على انه مجموعة من المدخلات والمخرجات وعمليات التشغيل فالمدخلات تمثل البيانات التاريخية أو التقديرية من عمليات المنظمة ككل أما المخرجات فهي المعلومات الناتجة عن النظام في الشكل والمضمون اللذين تحتاجهما الإدارة لاتخاذ القرارات في حين تمثل البيانات المادة الأولية بشكل أرقام ومواصفات تتعلق بحقائق معينة يتم معالجتها وتحويلها عن طريق التحليل باستخدام النماذج الرياضية والإحصائية والمحاسبية لتصبح معلومات لها دلالة تساعد الإدارة على اتخاذ قرارات سليمة ومناسبة .

كما يعرف بأنه النظام الذي يستخلص المعلومات من البيانات بكفاءة وفعالية ومن هذا التعريف يمكن القول بأن نظام المعلومات يتكون من عنصرين أساسيين هما:

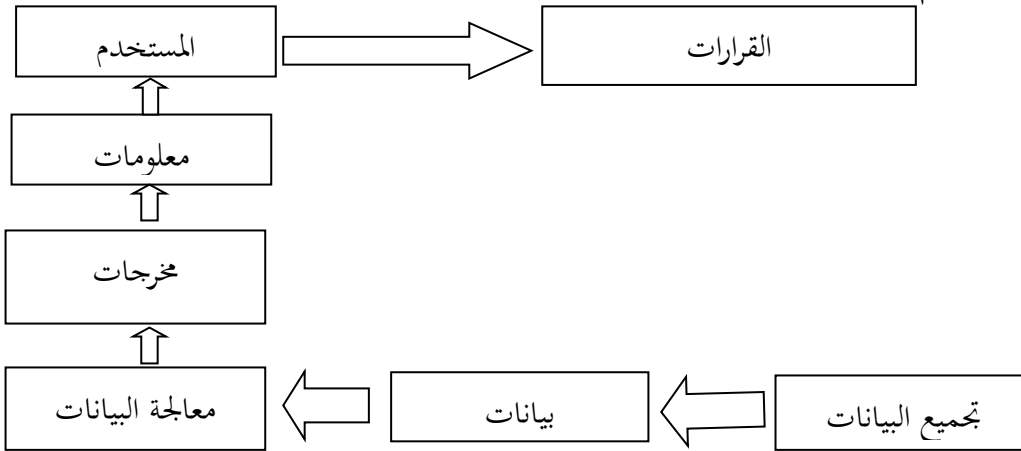
- الأفراد الذين يقومون بجمع وتحليل وخدمة البيانات والمعلومات والمفترض فيهم الإلمام بما يلي:

¹ عبد الله بلوناس، لمجد بوزيدي ، دور الذكاء الاقتصادي في دعم المعلومة الإستراتيجية ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة ، 23-24/04/2012 ، عمان الأردن ، ص.396.

- القدرة على تحليل المعلومات
- التعمق في تفهم مكونات نظم المعلومات
- فهم وتفسير وبناء النماذج للعمليات المختلفة التي تمثلها المعلومات الخاصة بالمنظمة.
- البيانات ومؤشراتها وتتكون من :
- الأدوات الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.
- نماذج التنبؤ المختلفة.
- البيانات الملائمة والمرتبطة ببيئة العمل المحددة.

وقد عرف **لوكاس LUCAS** أنظمة المعلومات " بأنها مجموعة من الإجراءات المنظمة التي يمكن من خلالها توفير معلومات تستخدم لدعم عمليات صنع القرار والرقابة في المنظمة"¹

الشكل رقم : (03-01) نظام المعلومات حسب رؤية لوكاس



المصدر : محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص 187-188.

¹ محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص 187-188

الفرع الثاني : خصائص وأهداف نظام المعلومات

I / خصائص نظام المعلومات :

يتميز نظام المعلومات بعدة خصائص نذكر منها :

- توازن النظام مع البيئة المحيطة به : إن تفاعل مكونات النظام مع بعضها البعض داخل حدود النظام ضروري حتى تتم عملية التشغيل اللازمة للوصول للمعلومات وتحقيق الهدف من النظام و لا يمكن حدوثه دون أن تكون هناك عناصر من النظام مرتبطة بالبيئة المحيطة به.

- خطوط الاتصال بين الأنظمة الفرعية : لكي يقوم النظام بوظائفه الأساسية وأنشطته بكفاءة من الضروري أن تتحد في نظام المعلومات خطوط الاتصال بين الأنظمة الفرعية التي تشمل حلقات الوصل والتي تتدفق عبرها المدخلات والمخرجات.

- التغذية العكسية (المرتدة): من الصفات التي يجب أن يتصف بها نظام المعلومات قدرته على التعديل وفقا للظروف المتغيرة ويتم عادة استخدام أسلوب التغذية العكسية وهذا عن طريق استرجاع المعلومات من مستخدميها الذين قدمت لهم مع أخذ آرائهم عن تلك المعلومات من حيث فعاليتها في اتخاذ القرار وإرجاعها إلى معديها مرة أخرى.

- التوجه السليم للمعلومات: إن المعلومات تمثل مخرجات النظام ويعتبر تعديلها وتوجيهها بالأسلوب السليم هو الهدف النهائي للنظام كما أن مفهوم القيمة المضافة للمعلومات ذات الجودة يرتبط بنظام المعلومات¹

- تفهم أسلوب الاستفادة من المعلومات: إن قيمة المعلومات ترتبط كليا بالقدرة على الاستفادة منها في عملية التسيير عموما واتخاذ القرار خصوصا ولذلك فان واضع النظام يجب أن يراعي فيه القدرة على إعداد المعلومات وفقا للأساليب المتطورة.

- المرونة والديناميكية : بحيث يمكن إدخال التعديلات اللازمة على النظام لمواجهة التغيرات الجديدة .

¹ Robert Reix, système d'information et management des organisations ,Vuibert ,paris,5eme Edition ,2004, p 63

- التكامل بين عناصر النظام: بمعنى أن النظام وحدة متماسكة وكذا التكامل مع وحدات المؤسسة الأخرى التي يخدمها النظام¹

II- أهمية نظم المعلومات :

هناك عدة مزايا تتحقق للمنظمة من جراء توفر نظام جيد للمعلومات بها من أهمها :

- تحقيق الكفاءة : تشير الكفاءة إلى أداء المهام بصورة أسرع أو بأقل تكلفة وذلك من خلال تقليل تكاليف العمالة من خلال إحلال الحاسب الآلي محل الأفراد وأيضا في مجال الرقابة على المخزون يمكن تخفيض تكاليف التخزين من خلال استخدام النماذج الرياضية التي تحدد المستويات المثلى للمخزون .

- الوصول إلى الفعالية : تشير الفعالية إلى مدى تحقق أهداف المنظمة وتتحقق الفعالية من خلال مساعدة المدراء على اتخاذ قرارات ذات جودة أفضل .

- تحسين أداء الخدمة : تهدف نظم المعلومات إلى تقديم خدمة ذات مستوى أفضل لعملاء المنظمة

- التعرف على الفرص واستغلالها: تعيش المنظمات اليوم في مناخ سريع التغير والذي يتطلب منها ضرورة التكيف مع هذا التغير وليس هناك وسيلة أفضل من نظم المعلومات للتعرف على التغيرات والاتجاهات غير المرئية في البيئة.

- ربط العملاء بالمنظمة : يمكن لكل من المنظمة وعملائها الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات وذلك يجعلهم أكثر قربا وارتباطا بها من خلال تحسين مستوى الخدمات التي تقدمها لهم ومن ثم كسب رضاؤهم عن خدماتها وبشكل يحقق الولاء لها²

¹ شلابي مصطفى، مستوى استخدام نظام المعلومات التسويقية في اتخاذ القرارات، المزيج التسويقي والتطبيقي على قطاع الصناعات الغذائية بالجزائر - أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة - الجزائر-2008، ص 64 .

² معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية الاسكندرية 2002، ص 36

الفرع الثالث : أنواع نظم المعلومات وبعض المشاكل التي تواجه أمنها

I / أنواع نظم المعلومات :

- نظم معالجة البيانات : هي النظم الموجهة لمعالجة البيانات اي تحويل الأرقام والحروف إلى معلومات بغرض زيادة منفعة استخدامها ، كما انها مبنية على استخدام الحاسب الآلي وتحليل البيئة الخارجية وبثها في شكل تقارير.

- نظم دعم القرار :هي نظم تعتمد على مجموعة من المصادر للوصول الى القرار الصائب ، كما تقوم بتجميع وتصنيف العديد من البيانات التي تتعلق بالمنظمة داخليا ومن ميزاته :

- تسهيل الاتصال .

- القدرة على مساندة الإدارة في حل المشاكل المعقدة.

- تمكن من تسهيل الرقابة وتقييم الأداء.

- النظم الخبيرة : بدأ رواد نظم المعلومات بالتأثر بمفاهيم الذكاء الاصطناعي الذي هو أحد اهتمامات علم الحاسوب التي تسعى لتطوير حواسيب يمكن أن تفكر وتسلك سلوكا ذكيا أي مشابها لأسلوب تفكير وذكاء الإنسان ويمكننا أن نعرف النظام الخبير بأنه " نظام معلومات يعتمد قاعدة معرفة ،يستخدم معرفته حول جانب معين ليعمل كمستشار خبير للمستفيدين "،هناك العديد من المجالات التي تستخدم النظم الخبيرة ،أهمها الطب ،الهندسة والعلوم الطبيعية وإدارة الأعمال¹

-نظم المعلومات الوظيفية :

1/نظم المعلومات التسويقية :

يرتبط احتياج مديري التسويق للمعلومات بمشاكل عدة والتي يجب عليهم مواجهتها وحلها ولذلك تختلف نظم المعلومات التسويقية من منظمة الى أخرى من ناحية السهولة والتعقيد والمرونة ومصادر الإحصاءات ونتائج المعلومات

¹ عماد الصباغ، نظم المعلومات ماهيتها ومكوناتها ، الطبعة الأولى ،دار الثقافة للنشر والتوزيع،الاردن، 2000 ، ص 40

2/ نظم معلومات الموارد البشرية :

هو عبارة عن نظام معلوماتي يقوم بجمع وتسجيل البيانات والمعلومات الخاصة بإدارة الموارد البشرية وفحصها ومعالجتها وتقديمها للإدارة العليا للمساعدة في اتخاذ القرارات وهو أيضا يضم :

- **معلومات علاقات العمل** : وهي تشير إلى المعلومات التي تصنف طبيعة العلاقات الموجودة بين العاملين والعاملات والمدبرين والجماعات النقابية المهنية وتحليلها ومعالجتها واتخاذ القرار الذي يؤدي إلى تحسين هذه العلاقات .

- **سجلات الأفراد** : وهي تبرز المعلومات الخاصة بشؤون الأفراد داخل المنظمة .

- **التدريب** : هو نشاط يقوم على أسس يجب أن يلم بها القائم على شؤونه فهو يعتمد على التخطيط في إعداد برنامج تدريبي ، كما يعتمد على الإحصاء في جمع وتحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين .

3/ **نظم معلومات الإنتاج** : هو ذلك النظام الذي يقوم بتزويد إدارة الإنتاج والإدارة العليا بالبيانات والمعلومات اللازمة وفي الوقت المناسب

4/ **نظم معلومات المحاسبة والمالية** : تهتم بتحليل كيفية تسجيل وتلخيص وتقرير الأحداث المالية والمحاسبية¹

II/ بعض المشاكل المعاصرة التي تواجه أمن أنظمة المعلومات:

تواجه أنظمة المعلومات بعض المشكلات الشائعة التي بدأت تغزوها وتساهم في تدميرها وتخريبها أو سرقة الخزين المعلوماتي المحفوظ في أجهزة الحاسوب ومن أهم هذه المشاكل :

- **الفيروسات "Virus"** : تعتبر الفيروسات من أهم جرائم الحاسوب وأكثرها انتشارا في الوقت الحاضر ويمكن تعريفها على أنها برنامج حاسوب له أهداف تدميرية يهدف إلى إحداث أضرار جسيمة بنظام الحاسوب سواء البرامج أو الأجهزة ويستطيع أن يعدل تركيب البرامج الأخرى حيث يرتبط بها ويعمل على تخريبها وهو برنامج مكتوب بإحدى لغات البرمجة من قبل المبرمجين وهو قادر

¹ معالي فهمي حيدر ، مرجع سابق ، ص 60

على التوالد والتناسخ ويستطيع الدخول إلى البرامج وله أفضلية أكبر من نظم التشغيل في فحص المكونات المادية مثل الذاكرة الرئيسية أو القرص المرن.

إن التطورات الحاصلة في مجال إعداد برامج الفيروسات جعلت من الصعوبة إيجاد طريقة مضمونة بدرجة كبيرة للوقاية من الفيروسات ولكن هناك بعض الأساليب الفعالة التي يمكن إتباعها للحماية وهي:

- تركيب برنامج مضاد للفيروسات ملائم لنظام التشغيل المستخدم في جهاز الحاسوب ويفضل أن يكون نسخة أصلية للاستفادة من الدعم الفني للشركات التي يتم شراء البرامج المضادة منها .

- عدم وضع برنامج جديد على جهاز الحاسوب إلا قبل اختباره والتأكد من خلوه من الفيروسات بواسطة برنامج مضاد للفيروسات

- عدم استقبال أية ملفات من أفراد مجهولي الهوية على الانترنت

- عمل نسخ احتياطية من الملفات الهامة وحفظها في مكان آمن.

- التأكد من نظافة أقراص الليزر التي يحمل منها نظام التشغيل الخاص بجهاز الحاسوب .

هذه الأساليب وأخرى من شأنها أن تساهم في ضمان حماية أجهزة الحاسوب ولكن يجب أن نضع نصب أعيننا ولا نتصور أن وجود برنامج مضاد للفيروسات يحدث دائما في أجهزة الحاسوب يعني أننا في مأمن من الفيروسات كما أن أي مشكلة في الأجهزة لا تعني دائما أن هناك فيروسا لذا يجب تحديد سبب المشكلة ومحاولة إيجاد العلاج لها

-قرصنة المعلومات : قد يسمع الكثير عن ما يسمى ب"الهاكرز" أو مخترقي الأجهزة "Hackers"

ونتساءل كيف يتم ذلك وهل الأمر بسيط إلى هذا الحد أم يحتاج لدراسة وجهد، في الحقيقة انه مع انتشار برامج القرصنة ووجودها في الكثير من المواقع أصبح من الممكن اختراق أي جهاز حاسوب وبدون عناء فور إنزال إحدى برامج القرصنة والمقصود بالقرصنة سرقة المعلومات من برامج وبيانات بصورة غير شرعية وهي مخزونة في ذاكرة الحاسوب أو نسخ برامج معلوماتية بصورة غير قانونية وتتم هذه العملية إما بالحصول على كلمة السر أو بواسطة التقاط موجات كهرومغناطيسية بحاسبة خاصة

ويمكن إجراء عملية القرصنة بواسطة رشوة العاملين في المنظمات المنافسة، أما عن الهدف من عمليات القرصنة فهو سرقة الأسرار أو المعلومات التجارية أو التسويقية أو التعرف على حسابات المنظمات أو أحيانا بهدف التلاعب بقيود المصارف أو المؤسسات المالية بهدف سرقة الأموال أو يكون الهدف الكشف عن أسرار صناعية (تصاميم، منتجات) بهدف إعادة تصنيعها دون إجازة قانونية أو لأهداف سياسية وعسكرية من أجل الحصول على الملفات والخطط السرية العسكرية أو الحكومية¹.

المطلب الثالث: تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تكتسي تكنولوجيا الإعلام والاتصال أهمية بالغة في تعزيز الميزة التنافسية داخل المؤسسة وهذا ما سوف نبرزه من خلال التطرق إلى مفهومها وأهدافها الإستراتيجية من خلال الفروع الموالية.

الفرع الأول : تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

هي مختلف أنواع الاكتشافات والمستجدات والاختراعات التي تعاملت وتتعامل مع البيانات والمعلومات، من حيث جمعها وتحليلها وتنظيمها وتخزينها واسترجاعها في الوقت السريع والمناسب وبالطريقة المناسبة والمتاحة وتكنولوجيا المعلومات هي واحدة من الأدوات الرئيسية التي يستثمرها مدراء المؤسسات والشركات لكي يواجهوا التغيرات والتطورات المحيطة بهم، ويتعايشوا معها، بل واستثمارها في تحسين الأداء وتقييم أفضل المنتجات والخدمات .

أما مكونات تكنولوجيا المعلومات وعناصرها فهي :

1/ المكونات المادية أو الأجهزة computer hardware : التي تستخدم في إجراءات إدخال البيانات ومعالجتها واستخراج المعلومات المطلوبة لصناعة القرارات وأداء الأعمال على الوجه المطلوب .

1 عبد الفتاح بوخمخم ، صالح محمد ، الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة عمان - الأردن 23-26 ابريل 2012

2/ المكونات البرمجية أو البرمجيات **Computer Softwar**: والتي تشمل كل على الايعازات والتعليمات التفصيلية المنظمة التي تسيطر على المكونات المادية للحاسوب في نظام المعلومات

3/ تكنولوجيا التخزين **Storage Technology** : التي تشمل على الوسائط المطلوبة لحزن الكم المتراكم والهائل من البيانات، كالأقراص والأشرطة الممغنطة¹

الفرع الثاني : أسباب التسارع في التوجه نحو تكنولوجيا الاعلام والاتصال

إن الهدف الرئيسي من وراء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال هو تعزيز الميزة التنافسية وذلك من خلال :

- تعزيز الكفاءة التشغيلية وجودة الخدمات وتعزيز القدرة على الابتكار
 - تطوير المعرفة والتعلم والمشاركة وتحسين العمليات وتخفيض التكلفة
 - كسر حواجز الوقت وزيادة الإنتاجية وإيجاد فرص جديدة
 - تقليل الوقت المستغرق في تسويق المنتج وتطوير سلسلة الخدمة .
- تتطلب هاته التكنولوجيات اتجاهات جديدة تعتمد على محركات ودوافع أهمها التنافس في أجواء الاقتصاد الجديد ، تحرير الأسواق وتطوير البنيات التحتية، تطوير مستوى التسويق وخفض التعريفات، زيادة الخدمات للحفاظ على وفاء الزبائن، تطوير الموارد البشرية الماهرة .

الفرع الثالث : الأهداف الإستراتيجية لتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال

لتكنولوجيا الإعلام والاتصال فوائد عديدة يمكن أن تحققها سواء للقطاع الحكومي أو الخاص على مختلف المجالات وأقسام المؤسسة وهي تهدف إلى :

- 1- خفض تكاليف الإنتاج وإزالة أثر الميزة التنافسية الناجمة عن اقتصاديات الحجم .
- 2- زيادة سرعة الاتصال وكفاءته وخفض تكاليفه.

1 عامر ابراهيم قندلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية دار المسيرة، عمان الأردن، 2009، ص 32.

- 3- توفير المعلومة الدقيقة والمتجددة وذلك قصد اتخاذ القرارات الصائبة .
- 4- تبسيط إجراءات وعمليات المؤسسة وجعلها أكثر وضوحا وفعالية.
- 5- الشفافية وتقليل التزوير ووقوع الأخطاء .
- 6- توفير وتقديم خدمات أكثر وأفضل للعمال وبالتالي تنظيم أحسن .
- 7- استغلال الوقت بطريقة أفضل وحسن استغلال الموارد والمخزون .

المبحث الثاني: عموميات عن الذكاء الاقتصادي

يعتبر مصطلح الذكاء الاقتصادي من المصطلحات والمفاهيم التي تطورت في السنوات الأخيرة نظرا للاهتمام المتزايد بالمعلومات وتعاضد دور المعرفة في اقتصاديات الدول، وقصد فهم الذكاء الاقتصادي سنتطرق إلى أهم التعاريف المقدمة له ثم مراحلها، الخصائص التي تميزه والعناصر المكونة له من خلال المطلب الأول، ثم نبرز علاقته مع الأخلاق القانون وأوجه الاختلاف بينه وبين التجسس في المطلب الثاني أما المطلب الثالث فسوف نبرز فيه النماذج الكبرى للذكاء الاقتصادي في العالم .

المطلب الأول : ماهية الذكاء الاقتصادي

يمكن الجزم انه لا يوجد تعريف كامل وشامل للذكاء الاقتصادي ولعل ذلك ما أدى إلى وجود تعريف كثيرة له وهو ما سوف نتطرق إليه من خلال الفرع الأول، أما الفرع الثاني فسوف نبرز فيه مراحلها وأهم الخصائص المميزة للذكاء الاقتصادي، كما نبرز أهم مكوناته من خلال الفرع الثالث .

الفرع الأول : تعريف وتطور الذكاء الاقتصادي

I - تعريف الذكاء اصطلاحا : هناك من يعرف الذكاء على انه جميع العمليات الذهنية من تنوع وابتكار وتحكم في الحركة والحواس والعواطف وهناك من يرى عدم إمكانية وصف الذكاء على أنه كمية محددة ثابتة يمكن قياسها وبناء على ذلك يمكن زيادة الذكاء وتنميته بالتدريب والتعلم بل أكثر من ذلك فهناك من يرى بان الذكاء متعدد وعلى أنواع مختلفة وأن كل نوع مستقل عن الأنواع الأخرى ويمكن أن ينمو ويزيد بمعزل عن الأنواع الأخرى وذلك باستخدامه واستعماله

كما أن هناك معايير محددة تشكل مهارات الذكاء وهي:

- القدرة على ابتكار طرق ووسائل جديدة في طرح المسائل وحلها
- القدرة على القيام بحل المسائل ومواجهة المواقف مع الاهتمام بالكيف وليس بالكم أي إمعان النظر وتفحص الطريقة المتبعة في حل المسائل.
- القدرة على ابتكار مسائل ومواقف جديدة تضيف شيئا جديدا أو معلومات جديدة.

أول تعريف للذكاء الاقتصادي سنة 1967 وهو للباحث هارولد ويلنسكي* : "الذكاء الاقتصادي يحدد النشاط الاقتصادي لإنتاج المعرفة في خدمة الأهداف الاقتصادية والإستراتيجية للمنظمة والمنتجة في سياق قانوني وذات مصادر مفتوحة"¹

وقد قدم تقرير مارتر Rapport Martre* "في سنة 1994 تعريفا للذكاء الاقتصادي وفقا لما يلي: "الذكاء الاقتصادي هو مجموعة من الإجراءات المنسقة للبحث، المعالجة والتوزيع بهدف استغلال المعلومة الضرورية للمتعاملين الاقتصاديين"²

يعرفه كل من "برناد بيسون وجون كلود" في مؤلفهما "التدقيق للذكاء الاقتصادي" على انه التحكم وحسن استعمال المعلومة ، ومن ثم إنتاج معارف جديدة ، فن الكشف عن الأخطار ، الفرص المجموعة ، حفظ ، تحليل ، تصحيح ، وإشاعة المعلومة الضرورية والإستراتيجية للذين هم بحاجة إليها.³

وقد عرفه Alain Juillet المسئول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا سنة 2005 على أنه:

« L'intelligence économique consiste en la maîtrise et la protection de l'information stratégique pour tout acteur économique. Elle a pour triple finalité la compétitivité du tissu industriel, la sécurité de l'économie et des entreprises et le renforcement de l'influence de notre pays »

أي أنه "يشتمل على السيطرة و حماية المعلومة الإستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى: المنافسة في المجال الاقتصادي، الأمن الاقتصادي أمن المؤسسات، تعزيز سياسة التأثير"⁴ ومما سبق نستخلص أن الذكاء الاقتصادي هو عملية تشمل جمع ،تحليل ،معالجة ونشر المعلومات المناسبة والمفيدة في اتخاذ القرارات وكل هاته الأعمال تمارس بطرق شرعية مع توفير كل الضمانات

¹ عبد الفتاح بوخمخم ،مرجع سابق .

² سهام عبد الكريم ، سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية ،المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة عمان -لأردن 23-26 ابريل 2012 ص 668

• هارولد ويلنسكي : كاتب واقتصادي انجليزي ، أول من أشار إلى إعطاء تعريف أولى للذكاء الاقتصادي حائز على جائزة نوبل في الاقتصاد .

• هنري مارتر رئيس لجنة الذكاء الاقتصادي وإستراتيجية المؤسسات للمفوضية العامة لمخطط 1994 .

³ Bernard Besson -jean claud possin – l'audite d'intelligence économique, maitre en place a optimiser dispositif coordonné d'intelligence économique – dunois paris 1998 ,p 03 .

⁴ http://www.medefparis.fr/Livre_Blanc.pdf

الضرورة للحفاظ على ذمة المؤسسة والمعلومة الضرورية التي يكون في حاجة إليها كل مستويات اتخاذ القرار المختلفة في المنظمة لإعداد وتنفيذ الإستراتيجية الضرورية لبلوغ الأهداف وتحسين مركزها التنافسي .

الجدول(01-01): أهم تعاريف الذكاء الاقتصادي

الكاتب	السنة	التعريف
Bloch	1996	عملية تبادل المعلومات بين المؤسسة وبيئتها
Rouach	1997	ثقافة وطريقة لتنفيذ العمل بالوسائل المتاحة، نظام مراقبة مرتبط و مترابط
Hassid et al	1997	نزعة جديدة في التفكير وإطار جديد في العمل
Jakobiak	1998	توسيع نطاق اليقظة الإستراتيجية من اجل الاستعمال الهجومي للمعلومات
Bournois et romani	2000	نهج منظم في خدمة إدارة الأعمال الإستراتيجية للمؤسسة لتحسين قدرتها التنافسية من خلال جمع ومعالجة المعلومات ونشر المعارف المفيدة للتحكم في محيط المؤسسة (الفرص والتهديدات) هذا الإجراء يساعد في اتخاذ القرار
Lointier	2000	نشاط استخباري في إطار قانوني وأخلاقي
Levet	2001	القدرة على فهم بيئتنا وتوقع التغيير لذا تستند على التحكم في المعلومات وإنتاج المعرفة الجديدة.
Hrie	2006	التحكم وحماية المعلومات الإستراتيجية لكل متعامل اقتصادي

المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا على المرجع المبين أدناه¹

II- التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي:

إن فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة لاسيما مع ظهور اقتصاد السوق وقد أوضح Fernand Braudel في العديد من الدراسات التي قام بها حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة من القرن 15 إلى 18 ، أن المنافسة بين المدن في شمال إيطاليا والمدن في فنلندا كانت بداية الهجمات التجارية والتجسس الاقتصادي وحتى التزوير ، كما ظهر أيضا مصطلح الذكاء

¹ Source: Sophie Larivet, Intelligence économique-Enquête dans 100 PME ,L'harmattan ,paris,2009,p42

الاقتصادي في الفكر العسكري الذي يعتمد على تحصيل المعلومة ثم تحليلها، فبريطانيا في الفترة الاستعمارية لها كانت تحصل على المعلومات عن منطقة البحر المتوسط وغير ذلك من أسراها من البندقية .

في عام 1950 طورت اليابان نظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية والصناعة (MITI) ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية (JITRO) حيث ساهم مساهمة كبيرة في إنعاش ودعم اقتصادها، وفي عام 1980 ومع عولمة الأسواق والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية اتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات وكان ميشال بوتر، أستاذ في جامعة هارفارد دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي حيث يعتبر أول من نادى بضرورة دمج هذا المفهوم في المنظمة ، وفي سنة 1992 أنشأت فرنسا وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) والتي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية وحماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية، بعدها ظهر الذكاء الاقتصادي في فرنسا من خلال تقرير " H. Martre " بعنوان¹:

" L'intelligence économique et stratégie des entreprises "

وفي عام 2003 عين رئيس الجمهورية السابق جاك شيراك بواسطة مرسوم قانوني Allain Juillet كمسؤول أعلى للذكاء الاقتصادي في السكرتارية العامة للدفاع الوطني SGDN².

الفرع الثاني : مراحل وخصائص الذكاء الاقتصادي

I – مراحل الذكاء الاقتصادي :

تتمثل مراحل الذكاء الاقتصادي في تحديد الحاجة إلى المعلومة، حيازة المعلومة، معالجتها وبنها من أجل استعمالها لاتخاذ القرار ويمكننا عرضها كالتالي:

¹ "L'intelligence économique et stratégie des entreprises" rapport du groupe présidé par HENRI MARTER rapporteur général philippe clerc, commissariat général du plan, la documentation française, février 1994

² عبد الله بلوناس ، مرجع سابق ، ص 389

1- تحديد الحاجة إلى المعلومة : أي ماهي المعلومات التي نرغب في الحصول عليها ، وهو ما يتطلب من المتخصصين في الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بتنظيم المؤسسة .

2- جمع المعلومة : وذلك من خلال مختلف مصادر المعلومات.

3- معالجة المعلومات : حيث أن معالجة المعلومات هي أساس الذكاء الاقتصادي فهذا الإجراء يعتمد أساسا على قيمة المعلومة بالنسبة للمستعمل ، وتعنى المعالجة تجميع كل المعطيات المحصل عليها من أجل تحليلها بشكل متجانس ، وتعتبر ترجمة المعلومة خطوة أساسية لإجراء المعالجة فهي تعطي صورة تحليلية ، غنية لكل المعلومات التي تكون محتفية دائما في سطور الوثائق .

4- نشر المعلومات من أجل اتخاذ القرار: أي إعطاء قيمة لهذه المعلومات بثها داخل المنظمة حتى تساهم في خلق قيمة مضافة من أجل اتخاذ القرار المناسب.

الشكل رقم (01-04) :مراحل الذكاء الاقتصادي



Source : zakaria diakité, Qu'est-ce que l'intelligence économique (IE) et quelle est son utilité pour l'Afrique, Séminaire de formation en intelligence Economique en Afrique francophone ,mars 2011 ,p.6

II- خصائص الذكاء الاقتصادي :

لقد صار مفهوم الذكاء الاقتصادي يشمل كل مجالات البحث الممكنة التي من شأنها أن تعزز القدرة التنافسية للمؤسسة في الوقت الذي تمثل فيه اليقظة الإستراتيجية ذلك النشاط المستمر والمتكرر الهادف إلى المراقبة الفعالة للمحيط من أجل التنبؤ بالتطور بما يسمح للمؤسسة برصد وضعية وتطور محيطها الخارجي للتصرف وفق تغيراته الحالية والمستقبلية، فجمع وتحليل واستغلال المعلومات يمثل جوهر اليقظة الإستراتيجية .

لذا فان حيازة المعلومة تمثل العنصر الأول للذكاء الاقتصادي ، إذ صار يعتبر كمجال مستقل للبحث والنشاط له نماذجه ووسائله الخاصة ويهتم بدراسة التفاعل التكتيكي والاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنية بدءا بالمنظمة ومرورا بالهيئات الرسمية المحلية وصولا إلى المستويات الوطنية من خلال الاستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز اتخاذ القرار في الدولة ومن ثم المستويات المتعددة الجنسيات أو الدولية واستراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة فمن بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي نذكر مايلي :

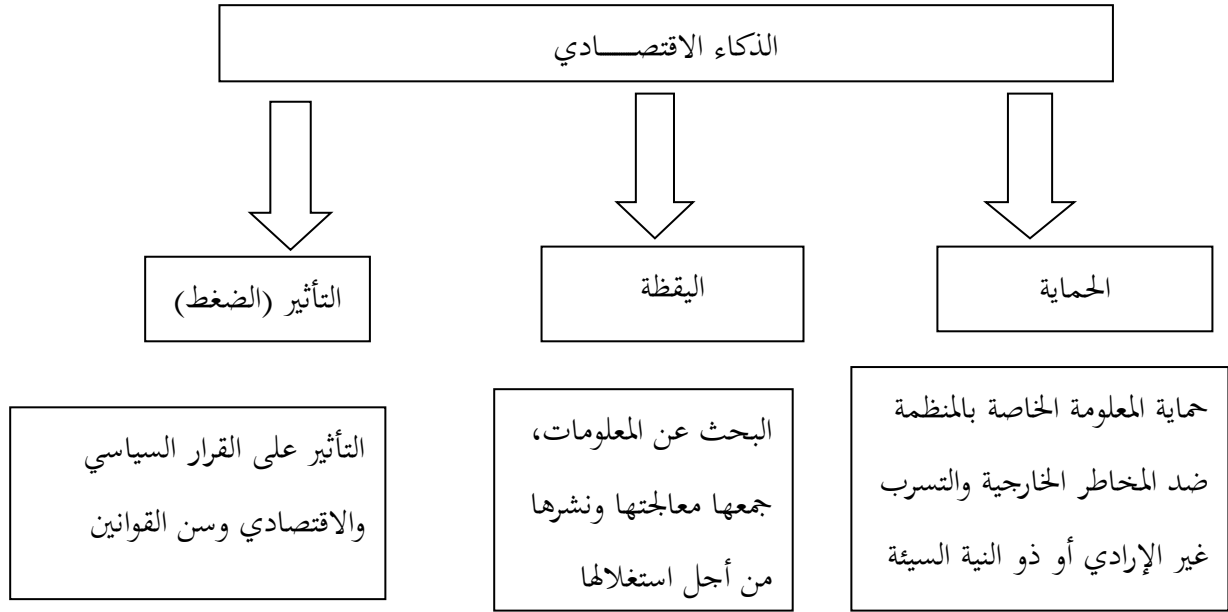
- الاستعمال الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات القيمة والكفيلة بإعطاء ميزة تنافسية في اتخاذ القرارات المختلفة
- التوفر على إدارة لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين
- وجود علاقات قوية بين المؤسسات، الجامعات ومختلف الإدارات المركزية والمحلية.
- الوصول الى تشكيل جماعات الضغط والتأثير
- ادماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية والجيوسياسية
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة قانونية.¹

الفرع الثالث : مكونات الذكاء الاقتصادي

يتألف نظام الذكاء الاقتصادي من ثلاث نظم مترابطة ومتكاملة وهي اليقظة ، الأمن والتأثير .

¹ حمداني محمد ، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية ، مجلة آداء المؤسسات الجزائرية - العدد 2012/02

الشكل رقم (01-05) : مكونات الذكاء الاقتصادي



المصدر : سهام عبد الكريم ،مرجع سابق ،ص 669

أ- اليقظة الإستراتيجية : تلعب اليقظة الإستراتيجية دورا متكاملا في نظام الذكاء

الاقتصادي حيث يمكن تلخيص دورها في أربعة وظائف :

- التوقع : وهو توقعات لنشاط المنافسين أو تغيرات المحيط .

- الاكتشاف : اكتشاف منافسين جدد أو محتملين ،

- المراقبة : مراقبة تطورات عرض المنتجات في السوق ،التطورات التكنولوجية أو طرق الإنتاج التي تسمح أو تستهدف نشاط التنظيمات التي تغير في إطار النشاط .

- التعلم : تعلم خصائص الأسواق الجديدة ،أخطاء ونجاح الآخرين (المنافسين) مما يسهل تقدير المشاريع ،وضع أسلوب جديد للتسيير .

ب- الحماية : بالرغم من أن المبادرة تعد من أولويات معظم الأعمال المتعلقة بالذكاء الاقتصادي إلا أن الجانب الدفاعي للذكاء الاقتصادي لا يمكن تجاهله وذلك من خلال جميع ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على ارث المنظمة من الإهمال وعدم الكفاءة كحذف البيانات أو إتلافها¹

1 مصطفى بودرامة ،مرجع سابق ، ص 585

ج- التأثير : وبالأخص على مستوى الهيئات المعروفة بإعداد النظم والمعايير التي تدير الحياة الاقتصادية وهذا بفضل ما يعرف بالعمل الضغطي "loppyng" وهو التأثير على القرار السياسي والاقتصادي وسن القوانين ، العمل الضغطي صار يدرس في المدارس الكبرى والجامعات ، أين جعلته اللجنة الأوروبية ضرورة في العملية الديمقراطية ففعالية القوانين المصادق عليها لن تكون الا بأخذ آراء المتعاملين الفاعلين من المهنيين دون الحاق الضرر برأي الآخرين ومنه فان الذكاء الاقتصادي لم يعد يقتصر على الأسواق التي تعتبر مصدرا للقيمة المضافة ليصير مصدرا للتأثير والقوة كمشاريع الطيران ، التسليح ، الطاقة ، صناعة الأدوية تكنولوجيا المعلومات والاتصال والأمن ، المشاريع التي تتطلب الموافقة والمساندة السياسية¹

المطلب الثاني : الذكاء الاقتصادي ، التجسس ، الأخلاق والقانون

من خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى الفرق بين الذكاء الاقتصادي والتجسس الاقتصادي وذلك من خلال الفرع الأول ثم علاقته مع الأخلاق والقانون من خلال الفرعين الثاني والثالث .

الفرع الأول : الذكاء الاقتصادي والتجسس الاقتصادي

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 .

انطلاقا من هذا المفهوم نستنتج أن التجسس الاقتصادي هو عملية تدخل في إطار عمل وكالات الاستخبارات ، هذه الأخيرة التي تقوم بعملها بكامل السرية ، هذه السرية لا تمكننا من إعطاء مفهوم عام وشامل لهذه الظاهرة ، بحيث إن إختلاف الوسائل المستعملة والمناهج المطبقة تجعلنا أمام تأرجح تحديد المفهوم الدقيق والعلمي للتجسس الاقتصادي .

بصفة عامة يمكن اعتبار أن التجسس الاقتصادي هو كل الأساليب والمناهج والطرق والأنظمة التي تستعمل للحصول على المعلومات الاقتصادية التي تكون في ملكية الآخر كما يمكنه أن يأخذ شكلا آخر ، ليس فقط الحصول على المعلومة بل الترويج لمعلومات اقتصادية غير صحيحة

1 Alain juillet , modèle d'intelligence économique , Ed economica , Paris, 2004,p.56

لتسقط في أيادي الباحثين عن المعلومة إن التحسس الاقتصادي لا ينحصر في البحث عن المعلومة، بل أيضا في تحليل واستغلال المعلومة الاقتصادية وهنا يجب أن نفرق بين التحسس الاقتصادي والذكاء الاقتصادي .

الذكاء الاقتصادي هو كل المناهج الخاصة بتدبير وتقنيات جمع المعلومات وتحليلها بهدف إنعاش وتحسين عمل الدولة، شركات ، منظمات دولية، منظمات غير حكومية ، جمعيات الذين يعملون في المجال الاقتصادي ، وهذا الأخير هو إحدى التطورات العلمية في سياسة تسيير المؤسسات ، ويستعمل حسب مناهج وآليات متعارف عليها دوليا ، ويدرس في مراكز الأبحاث المختصة.

الذكاء الاقتصادي يتم عبر القنوات الاقتصادية التي توفر المعلومة للفاعلين الاقتصاديين (الوثائق العامة ، الإعلام ، الملتقيات الدولية ، مراكز الأبحاث...) وبعد جمع هذه المعلومات يتم تحليلها من طرف الخبراء الاقتصاديين ، ويتم ترجمتها في السياسة الاقتصادية، إذن نلاحظ أن الفرق بين التحسس الاقتصادي والذكاء الاقتصادي يكمن في شرعية الوسائل المستعملة للحصول على المعلومة¹

الفرع الثاني : الذكاء الاقتصادي و أخلاقيات المهنة

تعد الولايات المتحدة البلد السباق في مجال التفكير في أخلاقيات المهنة، ذلك أن الذكاء الاقتصادي يعد قديما نسبيا من حيث الظهور مقارنة بالدول الأخرى إضافة إلى كون المخاطر القانونية في هذا البلد أكثر من غيره و قد صدر دستور أخلاقيات مهنة الذكاء الاقتصادي في الولايات المتحدة سنة 1986 والذي يهدف إلى :

1-بذل العناية باستمرار من أجل زيادة احترام المهنة و الاعتراف بها على الصعيد المحلي الإقليمي و الوطني.

2- أداء الواجبات بعناية و سرعة مع ضمان مستوى عال من المهنية و تجنب كل الممارسات التي لا تتفق مع أخلاقيات المهنة .

¹ . <http://www.maghress.com/alittihad/88581>

- 3- الانتساب بشرف لمنظمة الأعمال و الالتزام بسياستها و أهدافها و تعليماتها
- 4- الخضوع لكل القوانين المحلية الجهوية و الفدرالية عن طريق تنفيذ التزاماتها.
- 5- أن يقدم المهني كل المعلومات الملائمة بما فيها التعريف بنفسه و المنظمة التي ينتمي إليها وذلك قبل المشروع في أي حوار .

6- الاحترام الكامل لكل الطلبات السرية .

- 7- ترقية و تشجيع الاحترام الكامل لهذه المعايير الأخلاقية من قبل المهني على مستوى المنظمة التي يعمل بها و على مستوى كل المهنة.

الفرع الثالث : الذكاء الاقتصادي والقانون

1/ الوسائل القانونية لحماية الإرث المعلوماتي :

يفترض أن يكون قانون الملكية الفكرية هو الذي يوفر للمؤسسات أهم الوسائل القانونية لحماية ارثها المعلوماتي سواء تعلق الأمر بالملكية الصناعية أو قواعد الملكية الأدبية والفنية .

- **الحماية عن طريق الملكية الصناعية:** تتمثل حقوق الملكية الصناعية في براءة الاختراع، علامات الصنع، العلامات التجارية والخدمية، الرسومات والنماذج حيث تتمثل الفائدة الأساسية منها على أنها تعبر عن حقوق ملكية حقيقية معترف بها وتميز بحماية على المستوى الدولي، مما يسمح للمؤسسة بالمطالبة بها عن طريق القانون في حالة القرصنة أو التزوير، إن الملكية الصناعية تعد سلاحا دفاعيا للمؤسسة ضد منافسيها (الذين يقومون بالتقليد والقرصنة).

إلا أنها يمكن أن تصبح أداة هجومية كلما كان الاحتكار الذي تتمتع به يفرض عليها التخلي عن بعض نشاطاتها (لتفادي التقليد) أو قبول شروط الاستغلال التي تفرضها على المنافسين) التخلي عن التراخيص أو بعض العقود).

إلا أن كل عناصر الإرث المعلوماتي لا ترتبط بالحماية عن طريق الملكية الصناعية بسبب إما طبيعتها أو عدم قبول المؤسسة الخضوع لصعوبة الإجراءات والإعلانات المرتبطة بالحصول على حقوق الملكية الصناعية .

- الحماية عن طريق حقوق التأليف : عندما يتعلق الأمر بمؤسسة ترغب في حماية بعض العناصر التي تعد كأحد عناصر الحماية الصناعية أو التي يجب أن تبقى سرية يمكن إيجاد بعض التدابير القانونية الخاصة بذلك ،أي باللجوء إلى الحماية عن طريق الملكية الأدبية والفنية (حقوق التأليف) التي تعد إحدى هذه التدابير ،فخلافًا للملكية الصناعية يشير المشرع الفرنسي إلى أن حق التأليف يسمح بتكوين حقوق "الملكية المعنوية الموجهة للجميع" وذلك بمجرد إنشائها وبمعزل عن كل نشر عام ،أي بدون تدابير مسبقة أو إشهار .

- الحماية عن طريق التكتم (السرية) :

خارج إطار الأدوات القانونية للملكية الصناعية ،الأدبية والفنية ،يعد الأسلوب السري من أبسط الأساليب لحماية المعلومة .

- سرية المصنع : أي التكتم على براءة الاختراع أو أية معلومة هامة تتعلق بالجانب الاقتصادي للمؤسسة فالقانون يعاقب على إفشاء أسرار الصنع المتعلقة بالمؤسسة من طرف سواء المدير أو الموظفين وتمثل هاته الأسرار في كافة وسائل الصنع التي تعود بالفائدة على المؤسسة من الناحيتين العملية والتجارية والتي إذا استعملت في العملية الصناعية تبقى خفية عن المنافسين .

2/ نحو إنشاء قانون الأمن الاقتصادي للمؤسسة : من خلال اللوحة الشاملة المتعلقة بالوسائل القانونية المتاحة لضمان حماية الإرث المعلوماتي للمؤسسة يتبين بان هذه الحماية ليست بمنأى عن أي اعتداء أو خرق وفي هذه الحالة يصبح من الصعب التحكم في الصيغ القانونية المعمول بها إذا كان أي عنصر لا يتمتع بالحماية الصناعية وعليه يجب على الدولة والمشرع التدخل من خلال تقوية الترسنة القانونية لحماية المؤسسة الاقتصادية من أي إخلال يخص ارثها المعلوماتي وذلك بتوفير آليات وأدوات قانونية جديدة لحماية الأمن الاقتصادي للمؤسسة وذلك على النحو التالي :

- تدعيم سرية المؤسسة وملائمة نظام الترميز : كذلك يبدو لنا هاما أن يكون فعليا أمن المؤسسة ما ارتبط بمنظومة قانونية وعقوبات جنائية تطبق على جميع أشكال المعلومات السرية ،إذ للمؤسسة مشروعية الحفاظ على أمنها وهذا مهما كانت وضعية الشخص الذي يتسبب في تسريب المعلومة بطريقة غير مرخصة فالمادة 39 من اتفاقيات مراكش والخاصة بالمنظمة العالمية للتجارة والتي تخص

التدابير المتعلقة بقوانين الملكية الفكرية توصى الدول المصادقة على الاتفاقية بتدعيم هذا النوع من الحماية الخاص بسرية أمن المؤسسة ،ويدخل هذا التصور في الإطار العام لمواجهة المنافسة غير المشروعة بدون تحديد إذا كان هذا يطبق في الجانب المدني أو تضاف إليه التدابير الجنائية .

- مراقبة السوق الجديد للأمن : في كل ميادين الأمن الخاص والذكاء الاقتصادي يتكون العديد من الوسطاء وملتقي الخدمات المتخصصة سواء تعلق الأمر بشركات متخصصة في الأمن أو وكالات خاصة بالاستعلامات أو مؤسسات أخرى هذه الأهمية الخاصة تتعلق بكل ميادين الأمن وهدفها هو الحفاظ على السمعة العامة للمؤسسات الاقتصادية في ظل التحديات الجديدة وعليه وجب على الوسطاء وملتقي الخدمات المتخصصة التحلي بروح المسؤولية العالية أثناء القيام بمهام الأمن في المؤسسة الاقتصادية بمفهومه العام مع خضوعهم إلى الإجراءات القانونية بصفة غير مطلقة ،كالمعلقة بواجبات السر المهني والشفافية مع أجهزة الأمن العام (مثلا مسألة تبييض الأموال والتقليد غير المرخص)

وفي الأخير فان هذه التطورات المرتقبة للمحيط القانوني ماهي إلا عبارة عن حق قانوني للأمن الاقتصادي في المؤسسة الذي من الواجب وضعه بغرض بناء إطار قانوني للمؤسسات بالنسبة لمتطلبات أمنها من جهة وللدور الذي تلعبه من جهة أخرى كلما تعلق الأمر بحماية المصالح الاقتصادية للوطن في السوق الدولية¹

المطلب الثالث : النماذج الكبرى في الذكاء الاقتصادي

من خلال هذا المطلب نتطرق إلى النماذج الكبرى للذكاء الاقتصادي وذلك من خلال الفروع الموالية .

الفرع الأول : النموذج الياباني

انتقل اليابانيون في كثير من القطاعات الصناعية من عملية التقليد إلى الابتكار عن طريق التكامل بين الذكاء الاقتصادي والمنافسة في مجال البحث والتطوير وفتح حصص في السوق الخارجي .

1 جمال الدين سحنون ،فاضل عبد القادر ،الذكاء الاقتصادي وأمن المؤسسة ،الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية يومي 17/18 افريل 2006

إن نظام الذكاء الاقتصادي الياباني يتسم بالاهتمام الكبير بالمعلومة كأداة إستراتيجية التي تتحقق من خلال حجم الاستثمارات في هذا القطاع حيث حوالي 1.5 % من رقم أعمال المؤسسات يستثمر في مجال الذكاء الاقتصادي ويستغرق 3 إلى 4 % من وقتها في هذا المجال وتعتمد المؤسسات اليابانية على الجامعات اليابانية " sogo shoshas " لإمدادها بالمعلومات وهذا ما يفسر الاستثمار المنظم للمنشورات وقواعد البيانات ، والتزام اليابان بالمعارض التجارية والاجتماعات والبعثات.

وفقا للنموذج الياباني فان الذكاء الاقتصادي يتمركز في وزارة التجارة الدولية والصناعة MITI والتي يتمثل دورها الأساسي في مساعدة المؤسسات اليابانية وتوجيهها وإعلامها ، حيث يرتبط بهذه الوزارة كل من الجامعات اليابانية الشركات التجارية العظمى التي تمول مراكز البحث والتطوير ، المنظمات المهنية والهيئات الإدارية ذات الطابع البحثي والعلمي . وقد اعد هذا النظام لفائدة المؤسسات وفقا لقاعدة أن الإدارة الجيدة للموارد التي تسمح بخلق القيمة تتبنى سياسة متكاملة لإيفاد المتربين والمتدربين اليابانيين إلى الخارج ، واستقبال المتدربين الأجانب ومطالبة هؤلاء بإعداد تقارير حول مهامهم.

ويحظى عنصر الثقافة أهمية كبيرة باعتبارها محرك لأداء النظام الذي يفسر نجاح اليابان التي تميل إلى الثقافة الجماعية .

إن إجراءات يقظة المؤسسات اليابانية تتمثل في ثلاث مميزات أساسية :

- تدفقات أفقية للمعلومات وهذا ما يعكس عدم مركزية الإبداع

- البحث عن الريادة في جمع المعلومة

- تخصيص استثمارات مهمة لجمع المعلومات ونشرها

إن نموذج الذكاء الاقتصادي الياباني يقوم على الوزارة الأولى والوزارات الاقتصادية وعالم الأعمال الذي يساهم في تحديد الإستراتيجية العامة والشاملة للبلاد وأخيرا هيئات التفكير Think Tanks التي تساهم في تطوير البحث وإدماج التطوير و الإبداع .

الفرع الثاني : النموذج الأمريكي

لقد عرف المشهد الأمريكي في مجال الذكاء الاقتصادي تحولا كبيرا في عقد التسعينات من القرن العشرين تبعا للعديد من التحولات الدولية من بينها حجم التنمية الاقتصادية التي حققها كل من اليابان وأوربا باعتبارهما منافسين رئيسيين للولايات المتحدة على سبيل المثال واجهت شركة "بوينغ" الأمريكية منافسة شديدة من طرف "أيرباص" ، وبهذا عمل الأمريكيون على إيجاد سوق رائجة للمعلومات والتي أصبحت رائدة فيما بعد.

إذ تضم هذه السوق أنواعا عديدة من متعاملي المعلومات كالسماسرة ، الجامعات ، هيئات البحث والتفكير، هيئات الأمن الخاصة . أما الهدف الأساسي لعملية الذكاء الاقتصادي في الولايات المتحدة فيتمثل في دعم التأثير وعمل جماعات الضغط لتحقيق أهداف المصلحة العامة في الداخل والخارج إضافة إلى ذلك تشترك كافة الهيئات والمؤسسات في إعداد الإستراتيجية الوطنية ذات الأولوية بالنسبة للبلد والتخطيط لتنفيذها وفقا لآليات عمل محكمة الدقة .

تعمل المؤسسات في أمريكا حول المركز الرئيسي لهذا النظام وهو البيت الأبيض ومجلس الأمن القومي حيث يتم تشكيل ما يسمى بغرفة الحرب " war room " خاصة بكل سوق يتم اعتبارها إستراتيجية وذلك لجمع وتركيز وتوزيع المعلومات الخاصة بها بين الأعوان الاقتصاديين العموميين والخواص . وتتميز شركات الذكاء الاقتصادي الأمريكية بحجمها الضخم والممتد إلى كافة أنحاء العالم وتستخدم طاقات بشرية هائلة ومثال ذلك مؤسسة KROLL INTERNATIONAL التي توظف ما بين 5000-6000 أجير موزعين على 60 مكتب حول العالم وتحقق رقم أعمال يقدر بحوالى 10 مليار دولار سنويا ، تعمل هذه المؤسسة على تحليل الخطر الاقتصادي والتجاري بناء على العوامل الستة التالية : الاستعلامات ، الأعمال ، التحقيقات ، التحقق من السوابق المهنية ، خدمات الأمن والحماية ، أمن شبكات المعلومات ، المساعدة القضائية والتحليل الاستراتيجي والتنافسي .

الفرع الثالث : النموذج الفرنسي

على عكس النظامين السابقين ، يتميز نظام الذكاء الاقتصادي 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 أساسيين هما :

- **العائق الدستوري** : بحكم وجود ثنائية الحكم في الجهاز التنفيذي " رئيس الجمهورية - وزير أول " خاصة في مرحلة التعايش السياسي كما يؤخذ على تركيبة الوزارات ضعفها في تجسيد آليات اليقظة والذكاء الاقتصادي وحتى في إبراز الإرادة في التغيير .

- **العائق الثقافي** : وقد نتج عن ظواهر الانتماء الحزبي والمرجعيات الثقافية والفكرية لمختلف أسلاك الموظفين وظاهرة إخفاء المعلومات والتحفيز عليها كما أن ثقافة الدبلومات الممنوحة في مختلف المدارس العليا والجامعات في فرنسا تركز نوعاً من عدم التجانس في الثقافات الإدارية، وبالتالي ضعف الثقافة المشتركة والرغبة في التحديث والتطوير ضف إلى ذلك عدم قدرة ما يسمى بالهيئات "fondations" على جلب الذكاء البشري الخارجي واستخدامه في إقامة آليات الذكاء الاقتصادي والاستفادة منه على نحو ما هو جاري العمل به في مؤسسات وهيئات التفكير في الولايات المتحدة واليابان¹

المبحث الثالث : دعائم الذكاء الاقتصادي

تجد المؤسسة صعوبة كبيرة في مواجهة ومواكبة كافة المستجدات والتطورات نتيجة كثرة المعلومات وتعدد مصادرها وسرعة تقادمها الأمر الذي جعلها بحاجة ماسة إلى ممارسة اليقظة للتقرب من بيئتها ومعرفة كل ما يحدث فيها ذلك ما سوف نتطرق إليه من خلال المطالب الموائية بحيث سوف نبرز ماهية اليقظة وسائلها ومراحلها من خلال المطلب الأول ثم مختلف أنواعها من خلال المطلب الثاني أما المطلب الثالث فيمثل في تنفيذ الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسة .

المطلب الأول : ماهية اليقظة

اليقظة ذات بعد استراتيجي تعني بتوقع التهديدات والفرص أي التقليل من حالة المخاطرة ذلك ما سوف نتناوله من خلال الفروع الموائية والتي نبرز فيها أهم التعاريف لليقظة ثم وسائلها ومراحلها .

الفرع الأول : تعريف اليقظة

تعني اليقظة في اللغة " أن تكون على تيقظ أي أن تكون في وضعية استقبال وجاهز لكشف شيء ما يمكن أن يحدث دون ما هو بالضبط وأين؟"

¹ عبد الفتاح بوخمحم، مرجع سابق، ص 359-360

وقد حظي مفهوم اليقظة بالعديد من التعاريف منها :

اليقظة هي "نشاط ملاحظة وتحليل التطور العلمي، التقني والتكنولوجي التجاري، التنافسي، الاجتماعي و الآثار الاقتصادية الحالية والمستقبلية المرافقة لها من أجل إظهار تهديدات وفرص تطوير المؤسسة التي يفترض أن تأخذ بعين الاعتبار الأنواع المختلفة للبيئة".

يمكن للمنظمة أن تطبق اليقظة بالمفهوم الصحيح ويتحقق ذلك بتحويل المعلومات إلى المعارف وبموجب هاته العملية تسعى المؤسسة لأن تكون على مستوى عال من الاستعلام عن المحيط مقارنة بالمؤسسات المنافسة وان تكون لديها المعلومات عن المنافسين حيث أن اليقظة تمر بدورة يطلق عليها دورة المعلومات والتي تتمثل مراحلها في تحديد الاحتياجات، تجميع المعلومات، معالجتها وبثها .

تعريف جاكوبياك (1989) jacobiak " اليقظة الإستراتيجية هي عملية ملاحظة وتحليل البيئة تساعد في نشر معالجة وانتقاء المعلومات لاتخاذ القرار الاستراتيجي " ¹

الفرع الثاني : وسائل اليقظة

إن قيام المؤسسة بعملية اليقظة يتطلب منها توفير وسائل وتقنيات حديثة وفعالة لتسهيل عملية البحث عن المعلومة بأيسر وفي أقصر وقت ومن بين هاته الوسائل لدينا :

- **الانترنت** : شبكة المعلومات الالكترونية وهي اسم لمجموعة عالمية من مصادر المعلومات استمدت فكرتها من شبكة حاسبات انشئت في الولايات المتحدة الأمريكية خلال السبعينات ومن أهم هذه الشبكات شبكة وكالة مشروعات البحوث المتقدمة **A.R.P.A.N** التي كان استخدامها يقتصر فقط على مكاتب وزارة الدفاع الأمريكية وللمهام الدفاعية الأمنية والعسكرية فقط .

ثم توسعت شبكة **A.R.P NET** وانتشرت في الكثير من الميادين وتطورت حتى أصبحت مايسمى اليوم بالانترنت ، وهاته الأخيرة تتمثل في مجموعة شبكات وحاسبات آلية عالمية ومتنوعة يجمع بينها أنظمة اتصالات الكترونية تستخدم لنقل البيانات .

تستمد الانترنت أهميتها لاعتبارات عدة منها :¹

¹ عامر عامر أحمد ، جميلة أحسن ، التسيير الاستراتيجي وصياغة الاستراتيجيات التنافسية ، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، ص 09 .

- شبكة الأنترنت فضاء رقمي وهي أداة للحصول على مكانة في الأسواق الالكترونية .

- تستخدم شبكة الأنترنت كوسيلة لتخطيط وتنفيذ الخطط التسويقية .

- تعتبر شبكة الأنترنت قاعدة للاتصال وذلك لتزايد حجم الأنشطة التجارية والمالية والذي تزامن ايضا مع التطور السريع باستخدام شبكة الويب العالمية .

- هي احد خيارات المؤسسة في ربط أنشطتها وعملياتها بالداخل من خلال شبكة الأنترنت وتكوين ارتباطات تفاعلية مع مستفيديها من خلال شبكة الاكسترنترنت .

تقدم الأنترنت مجموعة خدمات تتمثل في :

1/ خدمة البريد الالكتروني **Electronic Mail** : تسمح هذه الخدمة بإرسال واستقبال رسائل الكترونية من وإلى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم .

2/ خدمة بروتوكول نقل الملفات **File Transfer Protocol** : تسمح هذه الخدمة بنقل الملفات بالاتصال المؤقت بين حاسبين ، حيث يتم جلب وتحويل الملفات من حاسب لآخر عبر شبكة (Internet) وتتمثل الملفات في تقارير ، بحوث ، برامج،..... الخ .

3/ خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات (**world wide web**) : تمثل هذه الخدمة على حقل واسع من المعلومات في شتى الميادين ، حيث العديد من المؤسسات العلمية ، الصناعية ، الحكومية ، وحتى التجارية والثقافية وكذا الأفراد يقدمون خدماتهم ويعرفون بقدراتهم وتخصصاتهم من خلالها ، حيث تعتبر هاته الوسيلة من وسائل الدعاية والترويج والإعلان على كل المستويات من المحلي إلى العالمي ، حيث تشمل هذه الخدمة على كم هائل ولا متناهي من المعلومات .

4/ خدمة الربط عن بعد (**telnet**) : تمكن المستخدم من التنقل عبر مختلف الشبكات الجزئية المتصلة بالأنترنت للحصول على معلومات معينة في مجال محدد (كاستغلال الحواسيب ذات الطراز العلمي في تنفيذ بعض البرامج او القيام بحسابات معقدة يستحيل تنفيذها في الحواسيب الشخصية) بحيث الدخول الى هذه الشبكة الجزئية يكون عن طريق معرفة عناوين الدخول وشفرات الاستغلال .

¹ محمد زرقون ، زينب شطبية ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية الجزائرية ، مجلة آداء المؤسسات الجزائرية - العدد 2013/03 ، جامعة ورقلة. ص 76 .

بالإضافة إلى خدمات أخرى للأنترنت تمكن مستخدم الشبكة من الحصول على المعلومات المفيدة وفي أسرع وقت ممكن ، حيث استخدام الشبكة له العديد من المزايا في توفير المعلومات المتنوعة (الاقتصادية ، العلمية ، التكنولوجية ، الثقافية) للباحثين وخلق نوع من التكامل في تبادل المعلومات (في حالة الاشتراك) كما تمكن من التعريف بسلع وخدمات المؤسسة فهي وسيلة اشهارية ، بالإضافة أنها تبقي المؤسسة على اتصال مباشر ببيئتها (الخارجية خاصة) وعلى معرفة بالمستجدات في جميع الميادين¹

الفرع الثالث : مراحل اليقظة

وتتمثل في ثلاث مراحل كما يلي :

1 / البحث عن المعلومات : وذلك بمعرفة البيئة ، تحديد الاحتياجات من المعلومات في المستويات التنظيمية ، معرفة مصادر المعلومات وجمع المعلومات .

2/ تحليل المعلومات ومعالجتها : في هاته المرحلة يتم تصفية المعلومات وتحليلها بشكل ملائم يجعلها تحدد المعلومات المفيدة والتي يجب معالجتها بطرق ووسائل متطورة للحصول في الأخير على معلومات في شكل تقارير أو جداول أو أشكال بيانية .

3/ نشر المعلومات واتخاذ القرار : حيث يتم توزيع المعلومات حسب الجهات الخاصة بها وذلك يجب أن يتم في الوقت المناسب والى الشخص المناسب لاستغلالها في عملية اتخاذ القرار .

بعد ذلك يتم تقييم الآثار الناجمة عن القرار المتخذ باستعمال هذه المعلومات.

المطلب الثاني : مختلف أنواع اليقظة

الفرع الأول : اليقظة التكنولوجية

اليقظة التكنولوجية أداة فعالة لاتخاذ القرار الاستراتيجي المتعلق بالتطوير والإبداع التكنولوجي ومن ثم التفوق أمام المنافسة فهي نظام المساعدة على اتخاذ القرار والذي يقوم بملاحظة وتحليل البيئة

1 حلیمی لامية ، دور اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس 2008/2009 ، ص 33 .

العلمية، التقنية، التكنولوجية والآثار الاقتصادية الحالية والمستقبلية لاستنتاج تهديدات و فرص التطوير¹، ويكون ذلك إما خارجيا بنقل التكنولوجيا شراء التراخيص، إقامة تحالفات، أو داخليا بإدخال تكنولوجيا المعلومات، توظيف الخبراء والمختصين، التكوين التقني .

الفرع الثاني : اليقظة التنافسية

هي النشاط الذي يسمح للمؤسسة بالتعرف على منافسيها الحاليين والمرقبين والداخلين الجدد إلى السوق² وذلك من خلال المراقبة والرصد المستمرين لأنشطتهم والتنبأ بها هذا النشاط يعطي للمؤسسة نظرة واضحة عن منافسيها والتي على أساسها يتم وضع الاستراتيجيات والخطط لاغتنام فرص السوق وتجنب تهديداته الناتجة عن المنافسة، تعنى اليقظة التنافسية بالمعلومات الكمية والمعلومات النوعية .

الفرع الثالث : اليقظة التجارية

هي النشاط الذي يقوم بدراسة كل من الموردين والزبائن، لدى جمع المعلومات عن الزبائن يجب التركيز على درجة رضاهم عن المنتج المقدم، ظروف الطلب وسلوك الشراء لديهم، تطور علاقاتهم مع المؤسسة، وجود زبائن جدد ومدى فعالية الوسائل المستخدمة لجلبهم وكسب ثقتهم، مدى قدرة المؤسسة على التأثير في زبائنهم، تحليل آرائهم والشكاوى من طرفهم³

أما فيما يخص الموردين فالمؤسسة بحاجة إلى المتابعة المستمرة لعروض الموردين للمفاضلة بينها ومعرفة تطور منتجاتهم ونوعيتها ومزاياها والسعي لتطوير علاقاتهم بالموردين الرئيسيين، التعرف على الموردين الجدد ومنتجاتهم والاستفادة من خدمات ما بعد البيع والضمانات المعروضة من قبلهم،

¹ [François Jakobiak](#), Pratique de la veille technologique, Amazon ,paris,1991,p 102

²Michel Monereau , Management des organisations touristiques, [Editions Bréal](#) ,paris 2008,p72

³ Bertrand Duchéneaut , Enquête sur les PME françaises: identités, contextes, chiffres , [Editions Maxima](#) [paris](#) , 1995 , p304

وأهم وسيلة يمكن للمؤسسة الاعتماد عليها عند ممارسة اليقظة التجارية هي دراسة السوق سواء كانت كمية أو نوعية .

الفرع الرابع : أنواع أخرى لليقظة

- **اليقظة الاجتماعية :** كما أن المؤسسة بحاجة إلى التيقظ لبيئتها الخارجية ، فهي بحاجة إلى مراقبة وتتبع بيئتها الداخلية وهذا ما يطلق عليه باليقظة الاجتماعية وهي " نظام ملاحظة لحياة جماعة العمل وهي وسيلة استماع هدفها الضبط الاجتماعي لمختلف المتعاملين في المؤسسة ¹

- اليقظة البيئية :

هذا النوع من اليقظة يخص ما بقي من بيئة المؤسسة أي الإشارات الآتية من الخارج والتي يجب تفسيرها من أجل الحيازة على ميزة تنافسية فهي تعمل على دراسة المتغيرات التي لم تقم الأنواع السابقة من اليقظة برصدها وتحليلها فهي يهتم خاصة بالجوانب المختلفة للبيئة الخارجية العامة للمؤسسة (العوامل الاقتصادية ، الاجتماعية ، الثقافية ،... وحتى العوامل الدولية) لذا يطلق عليها الكثير من الاقتصاديين " باليقظة المجتمعية " ²

المطلب الثالث : تنفيذ الذكاء الاقتصادي في المؤسسة

الفرع الأول : تطبيقات الذكاء الاقتصادي في المؤسسة

تعد تطبيقات الذكاء الاقتصادي من الأدوات الأساسية للكثير من المؤسسات خاصة تلك التي تملك أحجاما كبيرة من البيانات وعملية تنظيمها تزود صناع القرار بمعلومات دقيقة .

ويطبق الذكاء الاقتصادي في المؤسسة عبر برامج حاسوبية تعمل على جلب البيانات من مصادرها المختلفة (قواعد بيانات ، ملفات Word ، ملفات Excel ، ملفات PDF..... الخ)

¹ Marie-Christine chalus –sauvannet ,Dynamisation du dispositif de veille stratégique pour la conduite de stratégie proactive dans les entreprise industrielles ,thèse pour le doctorat ,université lumière, lyone 2 , 2000 ,p 27

² عبد الفتاح بوخمحم ،مرجع سابق .

وتحليلها بغية تقديمها تقديمًا أفضل لمتخذي القرارات، إضافة إلى تقديم طريقة سهلة لمراقبة الأداء داخل المؤسسة .

وهناك أمثلة كثيرة لتطبيقات الذكاء الاقتصادي، منها على سبيل المثال لا الحصر :

- توليد تقارير تخطيط الموارد العامة
- مؤشرات الأداء الرئيسية
- معرفة أكثر المنتجات ربحية
- إدارة المخاطر
- معرفة تكلفة نشاطات العمل
- إدارة عمليات دعم المنتجات والخدمات
- تحليل المبيعات والتنبأ بها
- تقسيم المبيعات حسب فئات معينة
- تحليل أنظمة إدارة علاقات الزبائن
- التخطيط للحملات الدعائية في المكان والزمان المناسبين

الفرع الثاني : الشروط الضرورية لتطبيق نظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسة

إن وضع وتنفيذ نظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسة يمكن أن يتم عند عدة مستويات ومن أجل فعالية هذا النظام يجب أن يطبق على مراحل، لعل أهم مرحلة هي مرحلة تحديد الحاجات التنظيمية - المادية والمعنوية - بشكل مرن يساعد نظام الذكاء الاقتصادي على التكيف والتطور دون مشاكل وعراقيل .

إن الاعتبار والشروط الواجب توفرها لخلق مناخ ملائم لنظام الذكاء الاقتصادي يمكن تقسيمها إلى نوعين : شروط على مستوى كلي وشروط على المستوى الجزئي .

الشروط على المستوى الكلي تتمثل في :

- التحسيس بأهمية الذكاء الاقتصادي في أبعاده السياسية والاقتصادية والتكنولوجية بالنسبة للفرد والمجتمع .
- اعتماد الذكاء الاقتصادي في البرامج التعليمية وفي مختلف المستويات والتخصصات .
- دعم وتطوير البحث العلمي بوضع كل الإمكانيات المادية والمعنوية تحت تصرف الهيئات البحثية والعلمية .

ب/الشروط على المستوى الجزئي تتمثل في :

- دعم الإدارة المركزية
- تكوين ورسكلة الموظفين
- اعتماد مبدأ العمل الجماعي
- تدعيم الاتصال في المؤسسة
- تدعيم وتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة.
- إسناد مهمة الإشراف والمتابعة على النظام إلى ذوى الكفاءات العالية .

الفرع الثالث : نماذج للذكاء الاقتصادي في المؤسسة

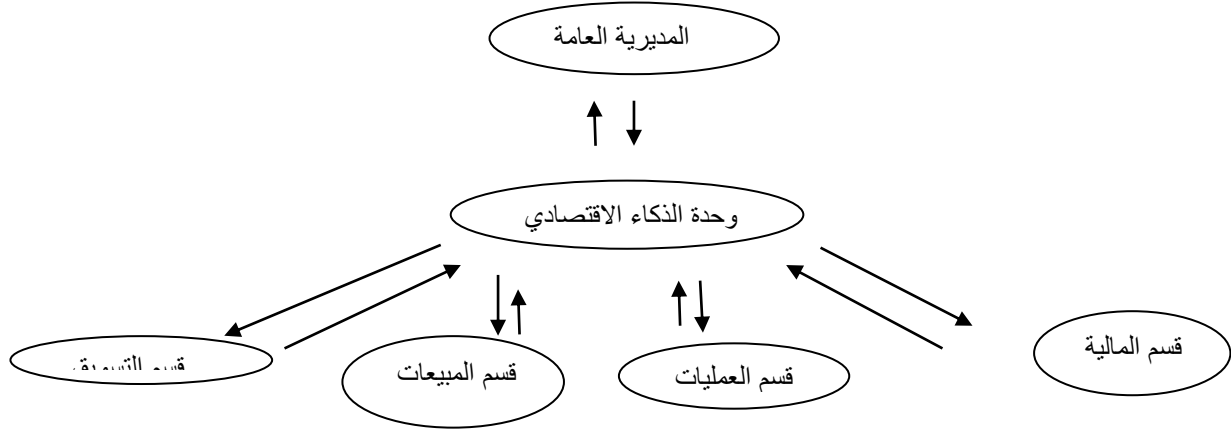
يمكن للمؤسسة أن تعتمد في تطبيقها للذكاء الاقتصادي على احد الأنماط التالية :

النمط الأول : يتمثل في وضع مصلحة الذكاء الاقتصادي تحت وصاية المديرية العامة.

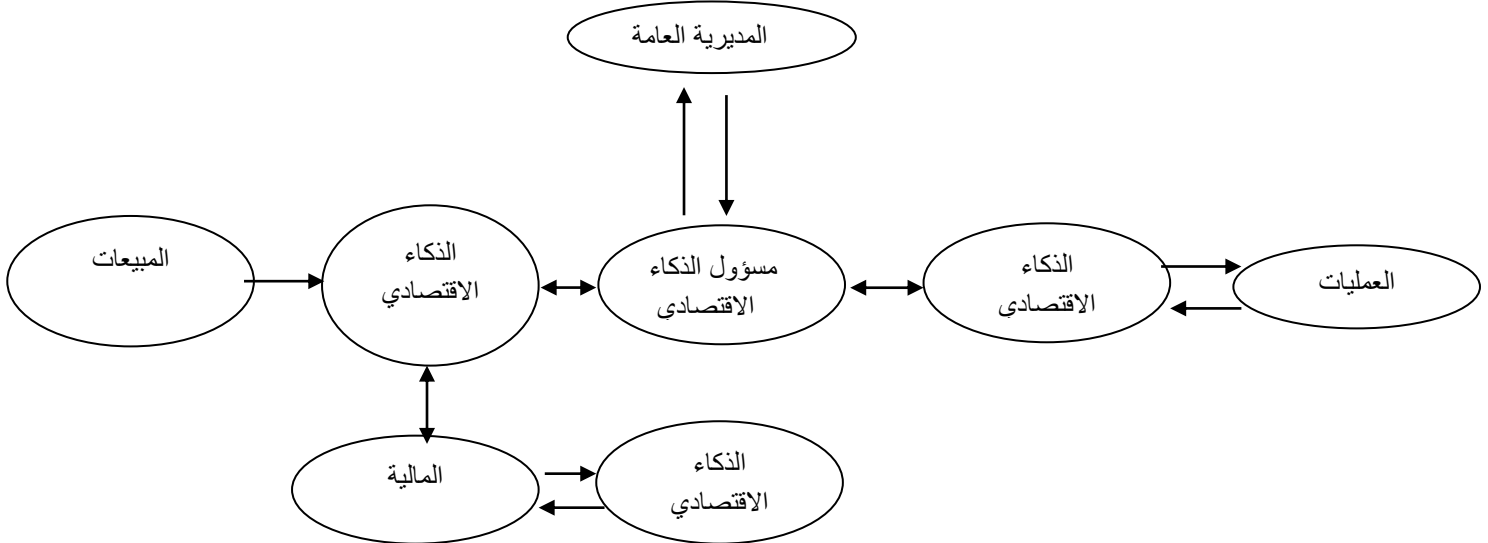
النمط الثاني : يتمثل في وضع مصلحة الذكاء الاقتصادي تحت وصاية الوحدة العملية ذات الصلة¹.

¹ يحشوش حسين، مرجع سابق، ص 236

الشكل (01-06) : نموذج 1 عن الذكاء الاقتصادي في المؤسسة



الشكل (01-07) : نموذج 2 عن الذكاء الاقتصادي في المؤسسة



المصدر : يحشوش حسين ، مرجع سابق ، ص 238

خاتمة الفصل الأول :

أصبحت المعلومة في وقتنا الحاضر تشكل موردا أساسيا يتحكم في تسيير جميع النشاطات الحيوية لهذا فان مفهوم القوة اليوم أصبح مرتبط بالقدرة على اكتساب المعلومة وإنتاجها وعلى منظمة الأعمال التي تسعى للريادة أن تجتهد لتكون الأولى في حصولها على المعلومة المناسبة وفي الوقت المناسب.

ولكي تتمكن من البقاء والاستمرار في بيئة تتسم بالتغير السريع والمستمر وفي ظروف تنافسية معقدة يجب عليها التزود بنظام الذكاء الاقتصادي يساعدها على فهم ومعرفة مختلف القوى التنافسية، بغرض انتهاز الفرص وتجنب التهديدات وكذلك التخفيض من عدم التأكد في قراراتها بحيث تكون قريبة من الواقع بالإضافة إلى تمكينها من مراقبة وحماية مواردها اللامادية ومساعدتها على صياغة استراتيجياتها التأثيرية

وتساعد نظم المعلومات الحديثة في الرصد الاستراتيجي للبيئة التي تتطور فيها منظمات الأعمال المنافسة معتمدة في ذلك على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ،عن طريق توفير معلومات تتفق مع احتياجات متخذي القرارات من حيث الدقة ،التوقيت المناسب ،التكامل ،التركيز و الدلالة .

ولأجل التحكم في البيانات والمعلومات الخارجية وتوفيرها لمختلف المستويات الإدارية حتى تستطيع أداء مهامها بكل نجاعة ومساعدتها في اتخاذ القرار السليم في مجال الأعمال يجب على منظمة الأعمال اعتماد ما يسمى " بالذكاء الاقتصادي "والذي يركز على مجموعة من أدوات التحليل والعرض التي تشكل في مجموعها نظاما متكاملًا يعمل على تعظيم قيمة المعلومات من خلال تحويل البيانات إلى معلومات تساهم في المساعدة على اتخاذ القرار .

الفصل الثاني

مقدمة الفصل الثاني :

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إحدى الموضوعات الهامة التي تشغل متخذي القرار الاقتصادي، وذلك لما تتمتع به من أهمية وقدرة كبيرة على دعم التنمية الاقتصادية من جهة والنهوض بالأنشطة الإنتاجية من جهة أخرى وقد ثبت عمليا أن العديد من الدول بنت نهضتها الاقتصادية بالاعتماد أساسا على قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بخلاف بعض الدول الأخرى التي اعتمدت على الصناعات الثقيلة في بداية مراحلها التنموية، وهي التجربة التي أثبت الواقع فشلها في الكثير من الدول النامية ومنها بعض الدول العربية .

إن نجاح برامج التنمية المعتمدة أساسا على قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في بعض الدول، شجع الكثير من البلدان العربية على أن تعيد النظر في إستراتيجيتها التنموية بإعادة توجيهها من خلال الاعتماد على قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث أنها يمكن أن تكون محركا قويا للتنمية الاقتصادية .

والجزائر من بين هاته الدول التي عرفت مؤسساتها ولا زالت تعرف تغيرات جذرية بسبب فشل السياسة السابقة التي انتهت بتصفية العديد من المؤسسات وما انجر عن ذلك من انعكاسات على المجتمع بسبب عمليات التسريح الجماعي فكان لا بد من إعادة النظر في السياسة السابقة والبحث عن السبل الكفيلة بتحقيق التنمية الاقتصادية .

وقناعة منها بأهمية هذا القطاع سعت الدولة الجزائرية إلى رفع العراقيل عنه من خلال تجسيد سياسة لتأهيل مؤسساته وتعزيز مكانتها في الأسواق المحلية والدولية والخروج منها من دائرة التقليد إلى آفاق الاحتراف، من خلال هذا الفصل نحاول توضيح دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني من خلال ثلاث مباحث هي كالتالي :

- المبحث الأول : عموميات حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- المبحث الثاني: برنامج إعادة التأهيل كإجراء لتحسين القدرات التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

-المبحث الثالث: مدى تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

المبحث الأول : عموميات حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ظهرت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وتنامت أكثر في الفترة التي عرفت فيها الدولة انفتاح اقتصادي ، حيث أصبح ينظر إلى هذا النوع من المؤسسات كوسيلة لمكافحة الفقر وامتصاص البطالة بشكل خاص والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية على وجه عام ومن هذا المنطلق فقد تطرقنا في المطلبين الثاني والثالث إلى دور وواقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني، وذلك بعدما عرجنا على ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المطلب الأول.

المطلب الأول : ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من خلال الفروع الموالية سوف نتطرق إلى تعاريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، معايير تصنيفها نشأتها في الجزائر ومختلف الخصائص والمزايا التي تميزها عن غيرها من المؤسسات.

الفرع الأول : تعاريف حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لقد أصبح من الصعب إيجاد تعريف موحد لهذا النوع من المؤسسات إذ يختلف من دولة إلى أخرى ،اعتمادا على عدة معايير من بينها معياري عدد العمال أو رأس المال فما يبدو مؤسسة صغيرة أو متوسطة في بلد متطور قد يكون مصنف كمؤسسة كبيرة في بلد نام والعكس صحيح وفيما يلي أهم تعاريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

1/ تعريف البنك الدولي : يعرف البنك الدولي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باستخدام معيار عدد العمال والذي يعتبر معيارا مبدئيا (بأنها تلك المؤسسات التي توظف أقل من 100 عامل ويصنف المشروعات التي يعمل بها أقل من 10 عمال بالمشروعات متناهية الصغر والتي بها ما بين 10 – 50 عامل تعتبر مؤسسات صغيرة، وما بين 50 – 100 عامل فهي مصنفة كمؤسسات متوسطة)¹ .

1 آيت عيسى ، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر - آفاق وقيود ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا - العدد السادس ، ص 273

2/ تعريف الاتحاد الأوروبي: جاء هذا التعريف سنة 1996 ويرتكز على ثلاثة مقاييس: عدد المستخدمين، رقم الأعمال أو الميزانية السنوية ودرجة استقلالية المؤسسة حيث عرفها كما يلي: ¹

- المؤسسة المصغرة: هي مؤسسة تشغل أقل من 10 عمال.

- المؤسسة الصغيرة: هي تلك التي توافقت معايير الاستقلالية وتشغل أقل من 50 عامل وتنجز رقم أعمال سنوي لا يتجاوز 7 ملايين أورو أو لا تتعدى ميزانيتها السنوية 5 ملايين أورو.

- المؤسسة المتوسطة: هي تلك التي توافقت معايير الاستقلالية، وتشغل أقل من 250 عامل ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 40 مليون أورو، أو لا تتعدى ميزانيتها السنوية 27 مليون أورو.

3/ تعريف لجنة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO: عرفت لجنة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية المؤسسات الصغيرة في الدول النامية بأنها تلك المؤسسات التي يعمل بها من 15 إلى 19 عامل، أما المتوسطة فهي التي يعمل بها من 20 إلى 99 عاملا.

4/ تعريف المشرع الجزائري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: إدراكا منها بأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دفع قطاع التنمية، وضعت وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعريفا مفصلا رسميا من خلال القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصادر في 2001/12/12 حيث أعطى المشرع تعريفا يضع حدا للفراغ القانوني الحاصل، والجدل القائم حول هذا الموضوع

" تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع والخدمات والتي تشغل من 1 إلى 250 شخص ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي (2) مليار دينار، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دينار، كما تستوفي معيار الاستقلالية".

¹ Martin Christophe, Pratiques de prévention des risques professionnels dans les PME-

PMI,lavoisier,paris,2008,p 04

الجدول رقم (02-01) : تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب التشريع الجزائري

مجموع الحصيلة السنوية		رقم الأعمال		عدد العمال		المعيار
حدود دنيا	حدود قصوى	حدود دنيا	حدود قصوى	حدود دنيا	حدود قصوى	نوع المؤسسة
10 مليون دج	01 مليون دج	20 مليون دج	01 مليون دج	09	01	مؤسسة مصغرة
100 مليون دج	10 مليون دج	200 مليون دج	20 مليون دج	49	10	مؤسسة صغيرة
500 مليون دج	01 مليون دج	02 مليار دج	200 مليون دج	250	50	مؤسسة متوسطة

المصدر : المرسوم التشريعي رقم 18/01 المؤرخ في 2001/12/12 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 77 الصادر بتاريخ 2001/12/15 ص.ص 5-6

الفرع الثاني: نشأة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر

ظهرت المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر مباشرة بعد الاستقلال، بحيث كان تأسيس المؤسسة على أساس التجارة بالدرجة الأولى ثم بالدرجة الثانية على أساس الزراعة، و أصحاب المؤسسة هم مالكي الأموال.

و تطور هذا النوع من المؤسسات منذ الاستقلال بمرحلتين أساسيتين:

1/ المرحلة الأولى (1962-1982): في هاته الفترة تميز الاقتصاد الوطني بالاقتصاد المخطط من النوع الاشتراكي، و أعطت الحكومة الأهمية الكبرى إلى المشاريع الثقيلة و المؤسسات الوطنية كبيرة الحجم و خاصة في الصناعة على سبيل المثال : SONELEC, SN METAL , SONACOME.

و في هذا الإطار للمحيط الاقتصادي الثقيل، همشت المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، فالقطاع الخاص أو المؤسسات الخاصة كانت تمثل إلا المؤسسات العائلية ذو ملكية خاصة أو الحرفية.

و تأسست في هذه الفترة في المتوسط 600 وحدة خلال سنة واحدة، حيث أن هذه الأخيرة عرفت مجموعة من القيود أهمها:

- قيمة مشاريع الاستثمارات لا تتعدى 30 مليون دج في حالة إنشاء شركة ذات مسؤولية محدودة أو شركة ذات الأسهم ، و 10 ملايين دج في حالة إنشاء مؤسسات فردية أو ذات اسم جماعي .

- الصعوبة في تمويل المشاريع المعتمدة ، بحيث لا يتعدى تمويل البنك 30% من المبلغ المستثمر.

2/ المرحلة الثانية : (1982-2002) :

إن ثورة الاقتصاد العالمي ، و عولمة الأعمال و انخراط الدول في اقتصاد السوق أعاد النظر في الإطار القانوني و الإداري للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، بحيث مرت بمراحل عدة و هي كالتالي:

1982 خلق إطار قانوني جديد بقانون رقم 82-11 المؤرخ في 21/08/1982 المتعلق بالاستثمار الاقتصادي الوطني الخاص.

1983 إنشاء الديوان التوجيهي للمتابعة و التنسيق للاستثمار الخاص .

1987 فتح الغرفة الوطنية للتجارة خاصة بأصحاب المؤسسات الخاصة.

1988 الإصلاح الاقتصادي و الدخول إلى اقتصاد السوق

1990 قانون 10/90 المؤرخ في 14/04/1990 المتعلق بالنقد و القرض .

1991 مرسوم تنفيذي رقم 91-37 المؤرخ في 19/02/1991 المتعلق بتحرير التجارة الخارجية.

1993 مرسوم تنفيذي رقم 93-12 المؤرخ في 05/10/1993 المتعلق بترقية الاستثمارات و خلق مكتب وحيد APSI على المستوى الوطني و الذي سمي بوكالة الترقية و دعم الاستثمارات في سنة 1994.

1994 اختيار الإطار القانوني لخصوصية المؤسسات العمومية .

1995 إصدار قانون الخصوصية .

كل هذه الخطوات عدلت بإصدار قانون جديد للاستثمار و هذا في جوان 2001 الذي نص على :

- عدم تمركز نشاط الوكالة الوطنية لترقية و دعم و متابعة الاستثمار بخلق مكاتب جهوية.
- إنشاء مجلس وطني للاستثمارات .
- إمضاء الحكومة على عقود أجنبية بهدف الشراكة .

أخذت بعين الاعتبار هذه التعديلات الحرية في اختيار المشاريع الاستثمارية و المساواة ما بين المستثمرين الوطنيين و الأجانب، و كذلك تحديد أجال لدراسة ملف القرض ب 60 يوما.

ففي 2001/12/12 ، أصدر قانون رقم 01-18 و المتعلق بالقانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و هدفه كان :

- تشجيع ظهور مؤسسات جديدة.
- رفع من مستوى النسيج المؤسساتي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة ذات النشاط الإنتاجي .
- تشجيع الإبداع و الابتكار.
- تشجيع عملية التصدير للمنتوجات و الخدمات .
- تسهيل توزيع المعلومات على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .

أنشأت الحكومة الجزائرية صندوق لضمان القروض الممنوحة من طرف البنوك و التي خصصت للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و ذلك لعملية تجديد التجهيزات و التوسيع في المشاريع بحيث استفاد هذا الصندوق من غلاف مالي :

- 860 مليون دج لقانون المالية المتمم لسنة 2001 .

- 150 مليون دج من قانون المالية لسنة 2002 .

و كذلك تسهيل تمويل المشاريع الأجنبية .

و من جهة أخرى خصص هذا القانون إطار للمعلومات الاقتصادية و الإحصائية و قد دخل ذلك حيز التنفيذ لمراكز الدراسات و الأبحاث لفائدة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الذي برمج افتتاحه منذ 1998¹

¹ ضحاك نجية , المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الأمس واليوم آفاق ,الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية³ يومي 17 و 18 افريل 2006.

ثانيا : معايير تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

إن محاولة وضع تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تستند إلى معيار واحد فقط بل إلى مجموعة من المعايير منها ما يعتمد على حجم العمالة ، رقم الأعمال ، حجم رأس المال المستثمر، حصة المؤسسة في السوق ، طبيعة الملكية والمسؤولية وغيرها من المعايير والمؤشرات التي توضح الخصائص المميزة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتميزها عن باقي المؤسسات الأخرى ، وإجمالا يمكن تصنيف المعايير التي يستند إليها التعريف في مجموعتين رئيسيتين :

أ/ **المعايير الكمية** : تتمثل هاته المعايير في حجم العمالة ، رأس المال، رقم الأعمال ، قيمة الموجودات ، التركيب العضوي لرأس المال ، القيمة المضافة والطاقة المستعملة ويعتبر معيار حجم العمالة ورأس المال المستثمر الأكثر استخداما في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، نظرا لسهولة الحصول على المعلومات المتعلقة بهما وستناول كل منهما فيما يلي :

- **معييار العمالة** : حسب هذا المعيار يمكن تقسيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى مؤسسات مصغرة وهى التي لا يزيد عدد العمال الذين تشغلهم عن 10 عمال ، وتغطي هذه المؤسسات جميع مجالات النشاط الاقتصادي ، بالإضافة إلى الصناعات الحرفية والتقليدية والمنزلية ، إذن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي المؤسسات التي توظف عددا من العمال يتراوح بين 10 و 500 عامل .

- **المعيار المالي** : ويستند هذا المعيار إلى عدد من المؤشرات تتمثل في رأس المال المستثمر ، رقم الأعمال ، ويعترض تطبيق هذا المعيار انتقادات منها : اختلاف حجم رأس المال المستثمر ، واختلاف المبيعات من سنة لأخرى سواء بالزيادة أو النقصان بالإضافة إلى التأثير الذي يمارسه معدل التضخم على الأموال فما يعتبر مؤسسة صغيرة أو متوسطة في فترة ما قد لا يكون كذلك في فترة أخرى .

ب/ **المعايير النوعية** : نظرا لقصور المعايير الكمية وحدها عن وضع تعريف دقيق وموحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فانه عادة ما يتم اللجوء إلى المعايير النوعية التي تتمثل أساسا في :

نوع الملكية ، الاستقلالية ، محلية النشاط والحصة السوقية .

- **نوع الملكية** : فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتميز بأنها في معظمها مملوكة من طرف أفراد أو حواص وقد تكون ملكيتها تابعة لمؤسسات أو هيئات عمومية كما أنها قد تكون مختلطة .

- **الاستقلالية** : ونعني بها استقلالية الإدارة والعمل ، فقرارات المؤسسة تتخذ من طرف مديرها أو مالكيها دون أي تدخل من أطراف أو هيئات خارجية أخرى وصاحب أو أصحاب المؤسسة يتحملون مسؤوليتهم كاملة اتجاه الغير .

- **محلية النشاط** : ويقصد به النطاق المكاني الذي تمارس فيه المؤسسة نشاطها وخصوصا نشاط الإنتاج .

الفرع الثالث : خصائص ومزايا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتصف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالعديد من الخصائص والمزايا التي تميزها عن المشاريع الكبيرة وتجعلها أكثر ملائمة للحالة الاقتصادية لبعض الدول بل تكون أكثر ملائمة لطبيعة النشاط الاقتصادي يمكن إجمال هاته الخصائص كالتالي :

- **سهولة التأسيس** : تتميز هذه المؤسسات بانخفاض قيمة رأس المال المطلوب لتأسيسها وتشغيلها وبالتالي محدودية القروض اللازمة والمخاطر المنطوية عليها مما يساعد على سهولة تأسيسها وتشغيلها ، ومن ثم أداة فاعلة لجذب مدخرات الأفراد وتوظيفها في المجال الإنتاجي كما تتميز بسهولة إجراءات تكوينها وانخفاض تكاليف تأسيسها نظرا لبساطة وسهولة هيكلها التنظيمي .

- **استقلالية الإدارة ومرونتها** : تتركز إدارة معظم المشاريع الصغيرة والمتوسطة في شخص مالكيها أو مالكيها لذلك فهي تتسم بالمرونة والاهتمام الشخصي من قبل أصحابها لتحقيق أفضل نجاح ويترتب على ذلك :

- بساطة التنظيم المستخدم وسهولة التزود بالاستشارات والخبرات الجديدة

- انخفاض التكاليف الإدارية والتسويقية والتكلفة الثابتة (كالإيجار والاستهلاكات) وكذلك انخفاض الأجر المدفوع للعاملين ، فهي تؤدي تلقائيا إلى ميزة البيع بأسعار أقل نسبيا ، وبالتالي إغراق السوق بكميات كبيرة من السلع والخدمات من خلال سهولة الاتصال بالعملاء .

- إتباع المنشأة لخطط واضحة وسياسات مرنة وإجراءات عمل مبسطة وتتميز هذه المنشآت بارتفاع مستوى العلاقات الشخصية في النشاط الإداري اليومي سواء داخل المنشأة من خلال التقارب أو الاحتكاك المباشر بين أصحاب هذه المشاريع والعاملين بها ويكون لهذا التقارب أثر مباشر في زيادة إنتاجية العامل .

- إتاحة فرص العمل : بسبب استخدام هذه المشاريع أساليب إنتاج وتشغيل غير معقدة فإنها تساعد على توفير فرص العمل لأكثر عدد من العاملين كما تتيح التقارب والاحتكاك المباشر بين أصحابها والعاملين لديهم والإطلاع على أوضاع العاملين وتقريب العلاقات الشخصية والإنسانية مما ينعكس إيجاباً على إنتاجيتهم ، وذلك بسبب نشوء روح الفريق ، وتتيح هذه المشاريع فرصاً كبيرة للعمل بمستويات متدرجة من المهارات .

- القدرة على التكيف مع المتغيرات المستحدثة : يؤدي انخفاض التكاليف الإنتاجية ومرونة الإدارة والتشغيل إلى تسهيل عملية تكيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع متغيرات التحديث والنمو والتطور وبصفة خاصة فيما يتعلق بتلبية رغبات وأذواق المستهلكين بعكس المؤسسات الكبيرة التي يصعب عليها تغيير خطط وبرامج وخطوط إنتاجها وتمثل قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التكيف مع المتغيرات فيما يلي :¹

- القدرة على تغيير تركيبة القوى العاملة، سياسات الإنتاج و التسويق في مواجهة التغيرات السريعة

- زيادة القدرة على التجديد والابتكار خصوصاً في فنون تمييز السلعة والتعبئة والتغليف.

- سهولة وحرية الدخول والخروج من السوق .

- سهولة تحويل المشروع الصغير إلى سيولة دون خسارة كبيرة وفي مدة زمنية قصيرة، فهذه المشاريع تملك المرونة الكافية لتعديل السياسات وسرعة اتخاذ القرارات وتحقيق الاتصالات مقارنة مع المشاريع الكبيرة .

- أداة التدريب الذاتي : تعتبر هذه المؤسسات مراكز تدريب ذاتية لأصحابها والعاملين فيها بالنظر إلى ممارستهم أعمالهم باستمرار وسط عمليات الإنتاج وتحملهم المسؤوليات التقنية والتسويقية والمالية مما يحقق اكتسابهم المزيد من المعلومات والمعرفة والخبرات ، الأمر الذي يؤهلهم لقيادة عمليات استثمارية في المستقبل تفوق حجم مؤسساتهم الحالية .

¹ Oliver Torres, " les PME" Edition Flammarion , France, 1999, p 46.

- ارتفاع جودة الإنتاج : بالنظر لاعتماد المؤسسات على مجالات عمل متخصصة ومحددة ، فان إنتاجها يتسم في الغالب بالدقة والجودة لأن الجودة والدقة هما قرينة التخصص وتركيز العمل ذلك أن العمل في هذه المؤسسات يعتمد على المهارة الحرفية وتصميم الإنتاج وفقا لأذواق المستهلكين وتغيراتها في المدى القصير ، يساعد على ذلك وجود حوافز على العمل والابتكار والتجديد والاستعداد للتضحية وتحمل المخاطر .

- قصر فترة الاسترداد لرأس المال المستثمر : تتميز هذه المشاريع بارتفاع معدل دوران البضاعة والمبيعات وأرقام الأعمال مما يمكنها من التغلب على طول فترة الاسترداد لرأس المال المستثمر فيها ¹

المطلب الثاني : دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم الاقتصاد الوطني

من خلال هذا المطلب سوف نحاول ابراز الدور الاقتصادي والاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وذلك بالاعتماد على جملة من المعطيات والإحصائيات تتعلق أساسا بمدى مساهمة هاته المؤسسات في الناتج الوطني الخام،والرفع من القيمة المضافة ،وزيادة معدلات الاستثمار .

الفرع الأول : الدور الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

1/ دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الاستثمار :

تعتبر مشاركة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ترقية الاستثمار فعالة إلى حد كبير وذلك حسب الإحصائيات والأرقام التي سوف نوردتها في الجدول كالتالي:

¹ ربحان الشريف ،هوام لمياء،دور حاضنات الأعمال التقنية في دعم الابداع وتنمية القدرات التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (التجربة الجزائرية حول استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يومي 18-19 افريل 2012).

الجدول رقم (2-2) : الاستثمارات الجديدة في إطار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر لسنة 2013

الطبيعة القانونية	عدد المشاريع
شخص معنوي	39355
شخص طبيعي	12186
وحدات حرفية	15043
المجموع	66584

المصدر: Bulletin d'information statistique de LA PME Année 2013 N ° 24

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن ما مقداره 66584 مشروع جديد قد تم تجسيده في إطار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال سنة 2013 وهذا ما يدل على الديناميكية التي يتمتع بها هذا القطاع من خلال تماشيه مع التغيرات الاقتصادية الراهنة.

2/ مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج الداخلي الخام :

لاشك أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورا محوريا في زيادة الناتج الداخلي الخام وذلك من خلال المساهمة الفعالة في خلق الثروة وتحريك المدخرات ويمكن أن نوضح ذلك في الجدول التالي:

الجدول (02-03) تطور الناتج الداخلي الخام للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية والخاصة 2008-2012 (خارج قطاع المحروقات).

2012		2011		2010		2009		2008		الطبيعة القانونية
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
12.01	793.38	15.23	923.34	15.02	827.53	16.41	816.8	17.55	760.92	مساهمة القطاع العام
87.99	5813.02	84.77	5137.46	84.98	4681.68	83.59	4162	82.45	3574.1	مساهمة القطاع الخاص
100	6606.4	100	6060.8	100	5509.21	100	4978.8	100	4335	المجموع

الوحدة: مليار دج

Bulletin d'information Statistique de LA PME Année 2013 N : المصدر

° 24

من خلال المعطيات المبينة أعلاه ومن خلال مقارنة بسيطة بين القطاعين العام والخاص يتضح أن القطاع الخاص أكثر مردودية من القطاع العام وهو أكثر منه إقبالا على الاستثمار وأكثر مساهمة في التنمية الاقتصادية.

3/ مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القيمة المضافة :

تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا فعالا في ترقية القيمة المضافة في الاقتصاد الوطني ويمكن إبراز مساهمتها من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (02-04) يبين تطور مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية والخاصة في القيمة المضافة بين 2008-2012
الوحدة : مليار دينار

2012	2011	2010	2009	2008	الطبيعة القانونية
588.44	2012	340.56	432.05	406.37	مساهمة القطاع العام
5553.31	4895.64	4450.76	3954.5	3383.57	مساهمة القطاع الخاص

المصدر : Bulletin d'information Statistique de LA PME Année 2013 N

° 24

إن إلقاء نظرة بسيطة على معطيات هذا الجدول تعطي لنا صورة جيدة على مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القيمة المضافة في الاقتصاد الجزائري ففي عمومها تعتبر مؤشرات تتطور من سنة لأخرى، لكن تطور القطاع الخاص دائما يكون على حساب القطاع العام .

4/ دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية التجارة الخارجية : تساهم المؤسسات في الرفع من التجارة الخارجية وذلك من خلال إشباع الأسواق المحلية وبالتالي التوجه نحو التصدير وتحقيق ميزان تجاري موجب .

الفرع الثاني : الدور الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

كما رأينا الدور الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومدى فعالية هذا القطاع في الجانب الاقتصادي سوف نرى مساهمتها في التشغيل وتوفير مناصب الشغل وتقليص نسب البطالة وهذا ما يظهر في الجدول التالي :

الجدول رقم (02-05) يبين تطور مناصب الشغل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين سنتي
2013-2012

نسبة التطور	2013		2012		طبيعة م ص م	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
7.98	58.76	1176377	58.99	1089467	الأجراء	المؤسسات
9.28	38.83	777259	38.20	711275	أرباب العمل	الخاصة
8.49	97.59	1953636	97.21	1800742		المجموع 1
1.86	2.41	48256	2.79	47375		المؤسسات العمومية
8.32	100	2001892	100	1848117		المجموع

المصدر : Bulletin d'information statistique de LA PME Année 2013 N ° 24

من خلال الجدول أعلاه يتضح جليا أن دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاجتماعية لا يقل أهمية عن دورها في الجانب الاقتصادي حيث نلاحظ أن نسبة التطور في التشغيل بين سنتي 2012 و 2013 بلغت 8.32 % رغم تأثير المؤسسات العمومية السلبي لذلك نستطيع القول بأن الاهتمام بهذا القطاع من شأنه أن يحقق قفزة نوعية في مجال التشغيل ومنه الترقية الاجتماعية لكل فئات المجتمع .

الفرع الثالث : مشاكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن احتمالات فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخاصة في سنواتها الأولى تكون عالية وقد تعود أسباب ذلك لمحدودية مواردها ، الإدارة غير المتمرسة وافتقارها إلى الاستقرار :

1/ المشاكل الإدارية والتنظيمية :

- **عدم كفاءة الإدارة** : عدم توفر الخبرة الكافية أو عدم القدرة على اتخاذ القرار تعتبر من المشاكل الأساسية في فشل المشروع، فقد لا تتوفر لدى مالك المشروع القدرة على العمل بنجاح بحيث انه يفتقر إلى المواصفات القيادية والمعرفة الضرورية لانجاز العمل¹

- **الذهنيات التي لم تنهياً بعد لهضم وفهم خصوصية هذا النوع من المؤسسات**²

2/ **المشاكل التمويلية** : تعد مشكلة التمويل أمراً جوهرياً وحيوياً ومرحلة حاسمة في تجسيد المشاريع الاستثمارية خاصة في مرحلة الانطلاق.

ورغم ذلك فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل النظام المصرفي الحالي تعاني من العديد من الصعوبات والعراقيل والتي تعود أساساً إلى :

- **التسيير البيروقراطي للبنوك العمومية ومركزية اتخاذ القرار** المتعلق بمنح القروض كانت لها آثار سيئة على آجال معالجة طلبات تمويل المشاريع الاستثمارية.

- **صعوبة الحصول على القروض من القطاع البنكي** وهذا نظراً لكون عملية إقراض هذه المؤسسات ذات خطر مرتفع بالإضافة إلى عدم توفر الضمانات الكافية التي يطلبها البنك مقابل التمويل .

- **افتقار أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى الخبرة التنظيمية والإدارية** يؤدي إلى تقديم دراسات جدوى غير دقيقة وهذا ما يزيد من درجة مخاطرة البنوك في تمويل هذه المشاريع .

- **ارتفاع أسعار الفائدة المطبقة غير الملائمة** لظروف هذا النوع من المؤسسات التي تحتاج إلى عناية خاصة حتى تستطيع السداد .

- **تكاليف الخدمة أو المعاملة المصرفية** في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسبب المبلغ الصغير للقرض .

1 - أحمد الكردي، أسباب فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة متوفر على الرابط

<http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/241421>

تاريخ الاطلاع 2014/08/24

2 **قيادة سمية** ، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة قسنطينة ،2009-

3/ **المشاكل التسويقية** : تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من مشكلة التسويق في ظل منافسة قوية بين هذه المؤسسات مع بعضها البعض من ناحية وبينها وبين المؤسسات الكبرى من ناحية أخرى بالإضافة إلى شدة المنافسة على المستوى الخارجي من جهة ثالثة ويعود ذلك لعدة أسباب نذكر منها :

- عدم الإلمام بمبادئ التسويق، يؤدي إلى فشل المشروع بغض النظر عن أهمية وجودة السلع والخدمات التي ينتجها

- نقص الإمكانيات المادية للإنفاق على الترويج وتنشيط المبيعات، مثل الاشتراك في المعارض والإعلان في المجلات والجرائد والتلفزيون، وإقامة اتصالات وثيقة مع الأسواق ومنافذ التسويق البعيدة .

- الافتقار إلى الوعي التسويقي ونقص كفاءات رجال البيع والتسويق وقصور المعلومات عن أحوال السوق ومستويات الأسعار وطبيعة السلع والخدمات المنافسة .

- ضعف الحماية للمنتوج الوطني من التدفق الفوضوي للمنتجات المستوردة التي تحد من نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تدرعا بالحرية الاقتصادية وشروط تحرير التجارة في إطار التهيؤ لاستيفاء شروط (الجات) .

- ظاهرة عدم الثقة في الإنتاج الوطني مقارنة مع المنتجات الأجنبية المنافسة .

4/ **المشاكل المتعلقة بالعمارة الصناعي** : بالإضافة إلى المعوقات سالفة الذكر تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الوطنية من مشاكل العمارة الصناعي الذي وقع عاجزا في انجاز وتحقيق العديد من المشاريع الاستثمارية والصناعية ويبقى قطاعا معقدا تسيره العديد من النصوص والكثير من المتدخلين دون أن تبين الجهة التي يمكنها اتخاذ القرار .

5/ **المشاكل المتعلقة بالمعلومات** : تعاني معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من عدم توافرها على نظام معلومات يضمن لها الحصول على المعلومات المتعلقة بالمحيط الخارجي حيث أن :

- نقص المعلومات المتعلقة بمصادر التمويل وبالأخص الخارجية يجعلها تتحفظ مع البنوك والمؤسسات المالية وذلك خوفا من عدم قدرتها على تحمل المخاطر المترتبة على استخدام هذا النوع من التمويل وتفضيل الاعتماد على التمويل العائلي الذي يعتبر أكثر أمانا ولكن في نفس الوقت يحد من توسع نشاط المؤسسة وعدم قدرتها على منافسة المؤسسات الكبيرة نظرا لمحدودية حجم هذا النوع من التمويل في أغلب الأحيان.

- عدم وجود شبكة معلوماتية تربط المؤسسات الحكومية بأصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- انعدام المعلومات المتعلقة بحجم السوق وعدد المؤسسات الناشطة في مختلف القطاعات الاقتصادية وان وجدت هذه المعلومات فهي غير موثوق فيها .
- عدم وصول المعلومات في الوقت المناسب مما يجعلها تفقد قيمتها خصوصا في ظل التغيرات السريعة التي يعرفها المحيط الاقتصادي
- دفع بعض المؤسسات مبالغ معتبرة للحصول على المعلومات التي ترغب فيها خاصة إذا تعلق الأمر باستيراد معدات وتجهيزات تدخل في العملية الإنتاجية مما يؤثر على تكلفة المنتج وعلى مبيعاته خصوصا إذا كانت هناك منتجات منافسة بأسعار مناسبة¹

المطلب الثالث : واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني

الفرع الأول :تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

في نهاية 2013 بلغ العدد الإجمالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر 777818 مؤسسة منها 59.06 % مؤسسة (شخص معنوي) و 18.28 % (شخص طبيعي) و 22.59 % مؤسسة حرفية . وقد بلغ عدد المؤسسات المنشأة في سنة 2013 : 66584 مؤسسة

أما عن عدد المؤسسات المنشأة من 2010/01/01 إلى 2013/12/31 : 208183 مؤسسة²

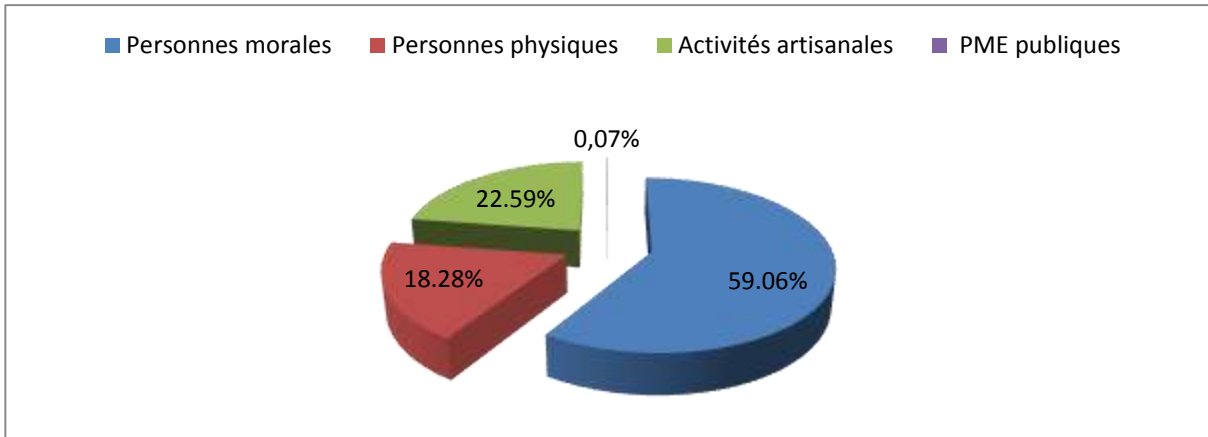
1 الحاج على حليلة ، إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، جامعة قسنطينة ، 2008-2009.ص27

2 نشرة المعلومات الإحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2013 عدد 24 .

الجدول (02-06) يبين تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة والعمومية لسنة 2013

النسبة	تعداد المؤسسات	طبيعة المؤسسة
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة		
59.06	459414	أشخاص معنوية
18.28	142169	أشخاص طبيعية
22.59	175676	النشاطات الحرفية
99.93	777259	مجموع 1
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية		
0.07	557	أشخاص معنوية
0.07	557	مجموع 2
777816	777816	المجموع

المصدر : Bulletin d'information statistique de LA PME Année 2013 N



الشكل رقم (02-01) : يبين تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة والعمومية لسنة 2013 .

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية تمثل نسبة ضئيلة من مجموع المؤسسات.

الفرع الثاني : توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع النشاط
الجدول (02-07) : يبين توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع النشاط

قطاع النشاط	2012	النسبة %	2013	النسبة %	نسبة التطور %
الفلاحة	4277	%1.02	4616	%1.00	%7.93
المحروقات، الطاقة، المناجم والخدمات المتصلة	2052	%0.49	2259	%0.49	%10.09
البناء والأشغال العمومية	142222	%33.85	150910	%32.85	%6.11
الصناعات التحويلية	67517	%16.07	73037	%15.9	%8.18
الخدمات	204049	%48.57	228592	%49.76	%12.03
المجموع	420117	%100	459414	%100	%9.35

المصدر : Bulletin d'information statistique de LA PME Année : 2013 N ° 24

من خلال الجدول أعلاه يظهر أن نسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتركز أساسا في قطاعي البناء والأشغال العمومية بينما تتباين النسب في باقي القطاعات وكذلك هو دليل على مساهمة هاته المؤسسات في ترقية الاستثمار بحيث تقدر نسبة زيادة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ما بين سنتي 2012 و 2013 ب % 9.35

الفرع الثاني : توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب الجهات الجغرافية

الجدول (02- 08) : يبين توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب الجهات الجغرافية

الجهة الجغرافية	2012	2013	العدد الإجمالي
الشمال	288259	28105	316364
الهضاب العليا	94383	8150	102533
الجنوب	37475	3042	40517
المجموع	420117	39297	459414

المصدر : Bulletin d'information statistique de LA PME Année

2013 N ° 24

تتوزع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بنسب غير متساوية حسب الطابع الجغرافي للبلاد حيث تتمركز أساسا في الشمال تليها الهضاب العليا بنسبة اقل.

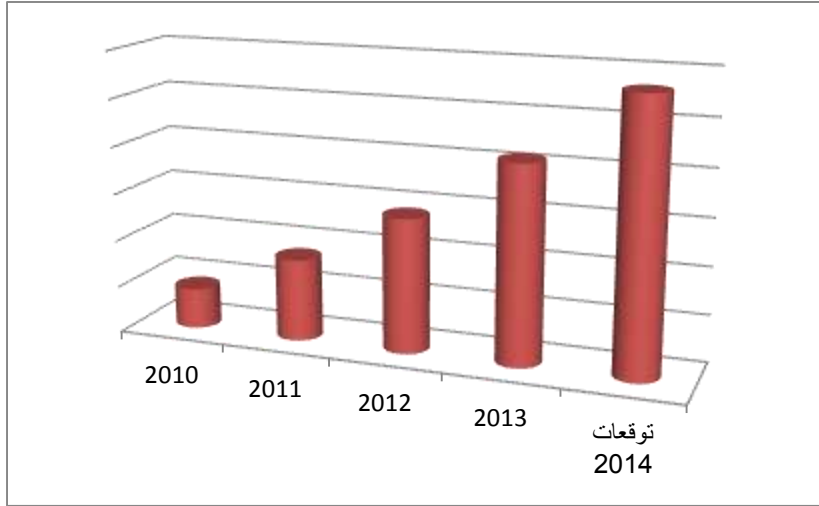
الفرع الثالث : مؤشر تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار البرنامج الخماسي 2010-2014

إن هدف الحكومة الجزائرية هو خلق 200.000 مؤسسة صغيرة و متوسطة في إطار البرنامج الخماسي 2010-2014، فمنذ عام 2010 ارتفعت وتطورت وتيرة إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على النحو التالي:

الجدول (02- 09) : يبين وتيرة إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الخماسي 2010-2014

2010	2011	2012	2013	توقعات 2014**
42665	44390	55144	65984	75221
42665	87055	142199	208183	283404

المصدر : Bulletin d'information statistique de LA PME Année 2013 N ° 24



الشكل رقم (02-02) : يبين مؤشر تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الخماسي 2014-2010

* عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجديدة دون المؤسسات التي توقفت عن النشاط أو المؤسسات التي أعيد تشغيلها .

** التوقعات المقدرة على أساس معدل نمو قدره 14٪.

المبحث الثاني : برنامج إعادة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تزايد اهتمام دول العالم المختلفة وخاصة في السنوات الأخيرة ومنها الجزائر بوجه عام بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة وذلك نتيجة للدور الاقتصادي الهام الذي تؤديه هذه المؤسسات في الاقتصاد الوطني, كما تزايد اهتمام المنظمات الدولية المتخصصة، ومنها منظمة العمل الدولية ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية وغيرها من المؤسسات، بتأهيل وتنمية المؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة لزيادة قدرتها على الاندماج في الاقتصاد العالمي مما سبق سوف نتطرق الى مفهوم التأهيل وماهي دوافعه وأهدافه وماهي أهم المؤسسات الداعمة له كل هذا سوف نتطرق له من خلال المطالب التالية :

المطلب الأول : ماهية وأهداف برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يندرج هذا البرنامج في إطار القانون التوجيهي المتضمن ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاسيما المادة رقم 18 التي تنص على قيام وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار تأهيل هذه المؤسسات بوضع برامج التأهيل المناسبة من أجل تطوير تنافسية هاته المؤسسات وكذا ترقية المنتج المحلي ليستجيب للمقاييس العالمية وفيما يلي سوف نحاول إعطاء مفهوم لبرنامج التأهيل، دوافعه وأهدافه من خلال الفروع الموالية :

الفرع الأول : ماهية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يعبر برنامج التأهيل عن مجموعة من الإجراءات المادية وغير المادية التي تتخذ بهدف تحسين موقع المؤسسة في السوق ورفع أدائها الاقتصادي حتى تضمن شروط البقاء في ظل المنافسة الدولية المتزايدة وتتمثل أهم أسباب انتهاج برامج لتأهيل المؤسسات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة فيما يلي :

- تحديات المنافسة الخارجية

- الصعوبات التمويلية والإدارية وارتفاع أسعار الفائدة على القروض إضافة إلى قصر فترة سدادها وتعقد إجراءاتها الإدارية .

- ضعف التسيير وعدم إتباع الأساليب الحديثة في الإدارة والتنظيم وعدم ملائمة نظم التعليم والتدريب لمتطلبات التنمية.

تمر عملية إعادة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عبر عدة خطوات، ولكن كل مؤسسة لها طريقها الخاصة في التطور، وفقا لخصوصياتها و في هذا السياق تحدد أربع خطوات رئيسية:

الخطوة 1 : الاستفاقة هي خطوة تمهيدية تهدف إلى رفع مستوى وعي صاحب المشروع للتعرف على نقائصه.

و نقائص مؤسسته، وتحقق من خلال التشخيص القبلي الذي يعد خطوة أولية يتم من خلالها التشخيص.

و المصادقة على مشاكل المؤسسة.

الخطوة 2 : تتمثل في اعتماد أفضل الممارسات الإدارية ، وإنشاء تنظيم فعال ، من خلال هاته المرحلة تتمكن المؤسسة من تحسين وظائف العمل.

الخطوة 3 : مرحلة التطوير الوظيفي في هذا المستوى تبدأ المؤسسة في تأهيل نفسها وترتيب إجراءات محددة استنادا إلى الإنجازات التي حققتها في الخطوات السابقة.

هذه الإجراءات تشمل ما يلي:

- تعزيز الموارد البشرية على مختلف المستويات ،بحيث يقوم رئيس المؤسسة بتحديد المسؤوليات، العمل في إطار جماعي و زرع الثقة حسب الكفاءات.

- فهم عميق للسوق و لتموقع المؤسسة الصغيرة والمتوسطة فيه .

- تنفيذ أدوات التسيير وأساليب العمل في مجالات مختلفة حسب القطاع.

الخطوة 4 : التوقع والمطابقة للمعايير الدولية في هذه المرحلة يضع رئيس المؤسسة نفسه في حالة ترقب حول مستقبل مؤسسته ويلتزم بالإجراءات الملائمة وهي :

تطبيق أنظمة الجودة حسب المعايير الدولية مثل الإيزو 9001 ، برنامج الرصد العالمي ، آيزو 22000 ، الخ.

- تأشير اللجنة الأوروبية ، ومخططات نشاط التصدير.
- إعداد إستراتيجية للمؤسسة ، ومشاريع الشراكة.
- البحث والتطوير، واليقظة التكنولوجية¹

الجدول (02-10): يمثل عدد ملفات العضوية لبرنامج إعادة التأهيل حسب إحصائيات 31-2013-12

عدد ملفات العضوية	عدد المؤسسات المؤهلة	عدد المؤسسات غير المؤهلة	عدد الملفات المرفوضة	عدد الملفات قيد الدراسة
3511	1646	1299	536	32

المصدر: Bulletin d'information statistique de LA PME Année 2013 N ° 24

الفرع الثاني : دوافع برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

كيف يمكن للمؤسسة أن تندمج في المنافسة الدولية إذا لم يكن هناك إعادة تأهيل لنظامها الإنتاجي ومحيط نشاطها؟

فهو يمثل أداة لتطوير المنافسة ودفع الإنتاج الصناعي والاستثمارات وإعادة تنظيم القطاعات البنكية والمالية في إطار عولمة المبادلات واستقلالية السياسات الصناعية والوطنية والتحول التي تشهدها الصناعة في العالم²

1 متوفر على الرابط : تاريخ الاطلاع 2014/09/19

http://www.andpme.org.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=80&Itemid=396&lang=ar

2 مباركي سمرة ، تطور المؤسسة الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل التغيرات البيئية الجديدة ،مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية،جامعة سيدي بلعباس، 2012-2013 ص 168.

عند تحليل مشاكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تظهر لنا إشكالية الانتقال من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق حيث كفاءة القطاع الصناعي الخاص والعام لا يمكنها منافسة المنتج الأجنبي لا على السوق المحلي ولا على السوق الأجنبي لهذا السبب يجب تعميق وتكملة برامج إعادة الهيكلة الصناعية بإعادة تأهيل المؤسسات ومحيطها .

هذا بالإضافة إلى دوافع أخرى نذكر أهمها فيما يلي :

- ضعف كفاءة ونجاعة النسيج الصناعي خلال العشرية السابقة والذي ساهم بمعدلات ضعيفة في النمو الاقتصادي وهذا بسبب غياب استراتيجيات للتسيير والى أن أغلب مؤسساتنا تواجه مشاكل مرتبطة بالكفاءة ثم التنظيم بالإضافة إلى غياب التسيير الجيد للإدارة على مستوى المؤسسة ، إذ عليها أن تقوم بتحسين هذه الوضعية من خلال تكوين الأشخاص .

- الاستثمارات الأجنبية المباشرة المنتظرة خارج قطاع المحروقات لم تتحقق بعد .

- انفتاح الاقتصاد الجزائري والاستعداد للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة OMC والى منظمة التبادل الحر مع الاتحاد الأوروبي ، فالانفتاح الكبير للأسواق الوطنية على المنتوجات الأجنبية سيخلق منافسة شرسة على منتوجاتنا الوطنية ومؤسساتنا خاصة الصغيرة والمتوسطة وبالتالي فالعديد منها سينزل بحكم عدم القدرة على منافسة نظيراتها الأجنبية .

هذه الأسباب تجعل كل مؤسسة ترغب في البقاء وتعزيز قدراتها التنافسية تتبنى هذا البرنامج ولكن تحقيقه على أرض الواقع يتطلب الإرادة التامة للمؤسسة والمساهمة الفعلية والفعالة لكل هياكل الدعم وتقديم كل المساعدات اللازمة للمؤسسات وبهذا تكون الجزائر مهياًة للدخول إلى النظام العالمي الجديد في إطار العولمة والتكيف مع المحيط التنافسي والشروط الجديدة للسوق الدولي .

الفرع الثالث: أهداف برنامج إعادة التأهيل

إن برنامج إعادة التأهيل لا يتعلق فقط بالجانب الخاص بالمؤسسة الذي يتمثل في الإدارة وتسيير الموارد بل يتعداه إلى مجموعة الهيئات المؤسساتية المحيطة والمتعاملة مع المؤسسة إذ يمكن تجسيد أهداف هذا البرنامج من خلال المستويات التالية :

1/ **على المستوى الكلي** : يتعلق الأمر على هذا المستوى بإعداد برنامج إعادة تأهيل وعصرنة المحيط المباشر للمؤسسة، هذا المحيط الذي يجب أن يلعب دور المنشط والمحفز لنشاط المؤسسة وفي هذا الإطار تسهر السلطات الاقتصادية على تحقيق مجموعة من الأهداف المتمثلة في تكييف دور ومهام الإدارة مع مقتضيات اقتصاد السوق وكذا تعديل النصوص القانونية والتشريعية المتعلقة بالقطاع الصناعي حتى تكون أكثر توافقاً مع اقتصاد السوق بالإضافة إلى وضع آليات تسمح للمؤسسات والهيئات الحكومية بالقيام بإجراءات على المستوى القطاعي والجزئي مع إعادة تنشيط وعصرنة المناطق الصناعية ومناطق النشاط .

2/ **على مستوى القطاعات** : إن نجاح أي برنامج لإعادة التأهيل مرهون بمدى قوة هياكل الأطراف المشاركة في تنفيذه ، لذا وضع هذا البرنامج لهدف التعريف بالهيئات المرافقة للمؤسسة والعمل على مساعدتها وترقيتها وهذه الهيئات تتمثل في كل من جمعية أرباب العمل ، الهيئات العمومية ، مراكز الموارد التكنولوجية ، هيئات التكوين المتخصص ، البنوك والمؤسسات المالية والمناطق الصناعية فالهدف من برنامج إعادة التأهيل على هذا المستوى هو دعم الهيئات المساعدة التي تساهم في تحسين المنافسة الصناعية للمؤسسة وتنمية الاقتصاد التنافسي .

3/ **على المستوى الجزئي** : إن برنامج إعادة التأهيل هو عبارة عن مجموعة من الإجراءات التي تحت على تنافسية المؤسسة فهذا البرنامج متميز وهو تكميلي لسياسات ترقية الاستثمارات وحماية المؤسسات التي تواجه صعوبات، ومن جهة المؤسسة يعتبر هذا البرنامج مسار تحسين دائم يسمح بالتنبؤ بأهم النقائص والصعوبات التي تواجه المؤسسة فهو ليس بإجراء قانوني تفرضه الدولة على المؤسسة بل على هذه الأخيرة المبادرة والتطوع لتنفيذه وتبقى الأهداف الرئيسية التي تسعى لتحقيقها من خلال تطبيقه هي رفع الإنتاج ، تحسين الإنتاجية، تحسين جودة المنتوجات، تخفيض التكاليف، وبهذا تكون مستعدة لخوض معركة المنافسة الوطنية والدولية¹.

ولتحقيق هذه الأهداف قامت الوزارة بإعداد برنامج وطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بقيمة 1 مليار دج يمتد إلى غاية 2013 ويهدف إلى :

- تحسين القدرات التنافسية ووسائل الإنتاج

- تحليل فروع النشاط وضبط إجراءات التأهيل للولايات بحسب الأولويات عن طريق إعداد دراسات عامة تكون كفيلة بالتعرف عن قرب على خصوصيات كل ولاية وكل نشاط ودعمها من خلال استغلال الإمكانيات المتاحة لديها لإنجاح عملية التأهيل .
- تأهيل المحيط المجاور للمؤسسة عن طريق انجاز عمليات تهدف إلى إيجاد تنسيق ذكي وفعال بين المؤسسة ومكونات المحيط المجاور لها .
- إعداد تشخيص استراتيجي عام للمؤسسة ومخطط تأهيلها¹

المطلب الثاني: أهم الهيئات الداعمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن التحول الذي عرفته السياسة الاقتصادية في الجزائر في بداية التسعينات من القرن العشرين قد أعطى مجالاً أوسع ودعماً أكبر لنمو وترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، ويظهر ذلك من خلال إعطائها حيزاً هاماً في السياسة الاقتصادية بظهور عدد من الهياكل والآليات أعدت خصيصاً لدعم هاته المؤسسات والتي سوف نتطرق إليها من خلال الفروع الموالية :

الفرع الأول : الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :

تأسست الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-165 الصادر في 2005/05/03، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع باستقلالية مالية وتحت وصاية الوزارة المكلفة بالصناعات الصغيرة والمتوسطة والتي ترأس مجلس التوجيه والمراقبة كما هو محدد في المرسوم التنفيذي سابق الذكر.

مهامها :

هي مؤسسة دولة لتنفيذ السياسة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ولذا فان للوكالة مهام أهمها :

- تنفيذ الإستراتيجية القطاعية الخاصة بترقية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- تنفيذ البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وضمان المتابعة

1 بن موسى بشير ، زواري فرحات سليمان ، إستراتيجية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر كآلية لدعم التنمية المستدامة على مستوى التشغيل والبيئة ، الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ، جامعة الوادي،

- متابعة ديمغرافية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يخص إنشاء وإنهاء وتغيير نشاط المؤسسات

- إنجاز دراسات وملاحظات دورية

- جمع استغلال ونشر المعلومات الخاصة لكل مجال نشاط 1

الفرع الثاني : الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ENSEJ)

عملا بأحكام المادة 16 من الأمر 96-14 المؤرخ في 24/06/1996 ، انشئت الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب حيث توضع تحت سلطة رئيس الحكومة ويتولى الوزير المكلف بالتشغيل المتابعة العملية لجميع نشاطاتها وتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي .

فالوكالة جهاز يخضع لقرارات وزارية تساهم في رفع المستوى الاقتصادي وتنمية البلاد ، الحد من البطالة ، دمج فعاليات المجتمع والاستفادة من طاقات الشباب بحيث تساعد في دفع وتنمية الاستثمار وإيجاد نوع من العمل الجماعي والفردى عن طريق توطيد العلاقات مع البنوك والمؤسسات المالية من اجل اتمام الإطار المالي وتطبيق خطة التمويل .

الفرع الثالث : الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM)

أعطيت إشارة انطلاق منظومة القرض المصغر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 04-13 المتعلق بجهاز القرض المصغر والمرسوم التنفيذي رقم 04-14 المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر وتحديد قانونها الأساسي المؤرخان في 22/01/2004 .

يوجه القرض المصغر للفئات بدون دخل كالنساء الماكثات بالبيت، أو تلك التي لها مداخيل غير مستقرة أو غير منتظمة ، بإحداث أنشطة منتجة للسلع والخدمات ، إذ يسمح باقتناء عتاد صغير ومواد أولية للانطلاق في ممارسة نشاط أو حرفة ما ، ويحدد مبلغ هذا القرض ب50000 دج كحد أدنى ، ولا يمكن أن يفوق 400.000 دج تتمتع الوكالة بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي .

1 متوفر على الرابط :

http://www.elmouwatin.dz/spip.php?page=imprimer&id_article=5132

تاريخ الاطلاع 2014/09/21

الفرع الرابع : الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC)

نظرا لعمليات التسريح الجماعي الناجمة عن إعادة الهيكلة وخصوصة المؤسسات العمومية ، فقد وضع المشرع الجزائري جهازا للتأمين عن البطالة والإحالة على التقاعد المسبق ، حيث صدر المرسوم التشريعي رقم 94-09 المؤرخ في 26/05/1994 المتضمن الحفاظ على الشغل وحماية الأجراء الذين قد يفقدون عملهم بصفة لا إرادية ، والمرسوم التنفيذي رقم 94-11 المؤرخ في 26/05/1994 المتعلق بإحداث نظام التأمين على البطالة لفائدة الأجراء الذين قد يفقدون عملهم بصفة لا إرادية ولأسباب اقتصادية ، بالإضافة إلى المرسوم التنفيذي رقم 94-188 المؤرخ في 06/07/1994 الذي يتضمن القانون الأساسي للصندوق الوطني للتأمين على البطالة .

المطلب الثالث : مؤسسات الدعم المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

احتلت مسألة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مكانة كبيرة لدى السلطات الجزائرية في الآونة الأخيرة ، ومن أجل إيجاد مصادر التمويل الملائمة تم إنشاء هياكل تعمل على تدعيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجانب المالي ومن أهمها ما يلي :

الفرع الأول : صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (FGAR) :

أنشئ صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-373 المؤرخ في 11/11/2002 المتعلق بتطبيق القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتضمن القانون الأساسي لصندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تحت وصاية وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية يقوم بإدارته مدير عام ويسيره مجلس إدارة يتكون من ممثلي الوزارات وممثلي عن الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة ، من مهام هذا الصندوق تقديم المساعدات للمؤسسات التي تستوفي معايير الأهلية للقروض البنكية .

الفرع الثاني : صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (CGCI)

أنشئ الصندوق بموجب المرسوم الرئاسي رقم 134/04 المؤرخ في 19/04/2004 برأسمال يقدر ب30 مليار دولار وهو عبارة عن شركة ذات أسهم ، حيث بدأ نشاطه الفعلي في سنة 2006 .
يهدف الصندوق إلى تحقيق ما يلي :

- ضمان تسديد القروض البنكية التي تستفيد منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتمويل الاستثمارات المنتجة للسلع والخدمات المتعلقة بإنشاء تجهيزات المؤسسات وتوسيعها حيث يكون المستوى الأقصى للقروض القابلة للضمان 50 مليون دينار .
- لا تستفيد من ضمان الصندوق القروض المنجزة في قطاع الفلاحة والقروض الخاصة بالنشاطات التجارية، وكذا القروض الموجهة للاستهلاك .
- تستفيد من ضمان الصندوق القروض الممنوحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من طرف البنوك والمؤسسات المالية المساهمة في الصندوق للإشارة فانه يمكن للبنوك والمؤسسات المالية أن تساهم في رأس مال الصندوق بواسطة الحقوق والممتلكات التي تحوزها في شركات التأمين وضمان قروض الاستثمار .

الفرع الثالث: علاقة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالذكاء الاقتصادي

إن من أهم أهداف برنامج إعادة التأهيل هو تأهيل قدرات الابتكار والمعرفة لدى المسيرين وذلك لتطوير قدرات استقطاب التكنولوجيات إنشاء مخبر البحث والتطوير وإنشاء بنوك للمعلومات ووحدات اليقظة التكنولوجية ومراقبة الأسواق ، فقد تم إدراج برنامج اليقظة الاقتصادية ضمن برنامج إعادة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي أطلقته وزارة الصناعة إذ أكد المختصون أن الحلول الأساسية التي يمكن إتباعها لتحسين تنافسية مختلف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تكمن في إتباع منهج الذكاء الاقتصادي وكذا اليقظة .

وتبقى الأشغال جارية لتوطين خلايا اليقظة الاقتصادية على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تبنتها ، إذ تعمل هيئة اليقظة الاقتصادية والاستشراف والتخطيط على مستوى وزارة الصناعة، على مساعدة المؤسسات لتبني خلايا اليقظة، بهدف تحسين إنتاجيتها وذلك من خلال تحليل الإمكانيات التي تتوفر عليها الشركة لاقتحام سوق التنافسية والإبداع بحيث يتم تنصيب خلايا اليقظة من خلال اتفاقيات تعاون ذات مفعول تبادلي بين وزارة الصناعة والموارد البشرية للمؤسسات.

المبحث الثالث : تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

تسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل التغيرات والتطورات الاقتصادية والتكنولوجية الراهنة إلى تفعيل وتحسين قراراتها وضممان اتخاذ قرارات سليمة في التوقيت المناسب تسمح لها بتحسين أدائها الاقتصادي والمالي وحصولها على ميزة تنافسية هامة هذا ما أردنا إبرازه من خلال المطلب الأول والمطلب الثاني أما المطلب الثالث فقد تطرقنا فيه إجراءات دعم الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المطلب الأول : دور وأهمية الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يعتبر الذكاء الاقتصادي من أهم الوسائل الفعالة لتأهيل المشروعات الصغيرة وهو ما سوف نلمسه من خلال الفروع الموالية التي سنبرز فيها مساهمة الذكاء الاقتصادي في توليد الأفكار الريادية وتنمية روح المقاول، كما نوضح جليا دوره في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنمية تنافسياتها.

الفرع الأول : مساهمة الذكاء الاقتصادي في توليد الأفكار الريادية

أصبحت المقاولية موضع اهتمام مختلف دول العالم، نظرا لدورها الفعال في رفع مستوى تطور الأمم ورفاهيتها، وتعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أكثر المؤسسات تعدادا في مختلف الاقتصاديات، لذلك تمثل نواة المقاولية ومركزا للتدريب وصقل المهارات.

تعتبر المقاولية حسب FORTIN P.A من أندر الخصائص المتوفرة في العنصر البشري، إلى جانب بعض الخصائص الأخرى كالرغبة في الإبداع، روح المبادرة والابتكار واتخاذ القرارات الحاسمة، إلا أن استخدام الذكاء الاقتصادي يساعد على تحقيق العديد من خصائص الشخصية المقاولية نبينها في ما يأتي:

– **اتخاذ القرار:** غالبا ما تتميز الشخصية الريادية بالحماسية وهي عبارة عن مجموعة معقدة من الأنشطة والسلوكيات التي يمكن ملاحظتها على الأشخاص الذين يرغبون في تحقيق هدف معين ، وهناك العديد من الدراسات التي بينت الأثر الإيجابي للذكاء الاقتصادي على توفير المناخ المناسب لاتخاذ القرارات، كونه يتضمن عدة مراحل هي نفسها المراحل التي تتضمنها عملية اتخاذ القرار، كتحديد الاحتياجات، البحث وانتقاء المعلومات، المعالجة، التحليل والاستخلاص، ومن هنا نلاحظ أن هناك ارتباط وثيق بين اتخاذ القرار

ومفهوم الذكاء الاقتصادي، فلا يمكن تصور قرار من شخصية مقاولية يفتقر إلى البحث الدقيق عن المعلومات وتكييفها لخدمة أهداف المؤسسة.

- القدرة على إقناع المحيط الداخلي للمؤسسة: فالمقاول لديه القدرة على توجيه المجموعة العاملة معه من عمال ومسيرين، لخدمة الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، وذلك بواسطة أفكاره، سلوكه والتزاماته تجاههم، وتتأتى هذه القدرة بالدرجة الأولى من خلال ممارسته لوظيفة التأثير، حيث بينا سابقا أن هذه الوظيفة تهدف إلى تغيير المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة وهي من أبرز عناصر الذكاء الاقتصادي .

- ترجمة الأهداف إلى إجراءات: تتميز الشخصية المقاولية بالتحديد الدقيق للأهداف الأساسية والثانوية، ثم ترجمتها إلى إجراءات عملية، عن طريق الاتصال الفعال بالمجموعة، مما يساعد على خلق التناسق والوحدة في تجسيد أفكار المقاول، كما يساعد الاتصال من هذا النوع على التماس فرص النجاح لدى الأطراف العاملة تحت سلطة المقاول.

- حسن الاستماع للغير: إذ يقوم المقاول بالاستماع إلى كافة أعضاء المجموعة العاملة معه دون إهمال أي طرف، شرط أن يضع أسس وضوابط لتقييم الآراء و التحقق من صحتها، وذلك بهدف قياس مدى تماثل المعلومات بينه وبين الأطراف الداخلية للمؤسسة.

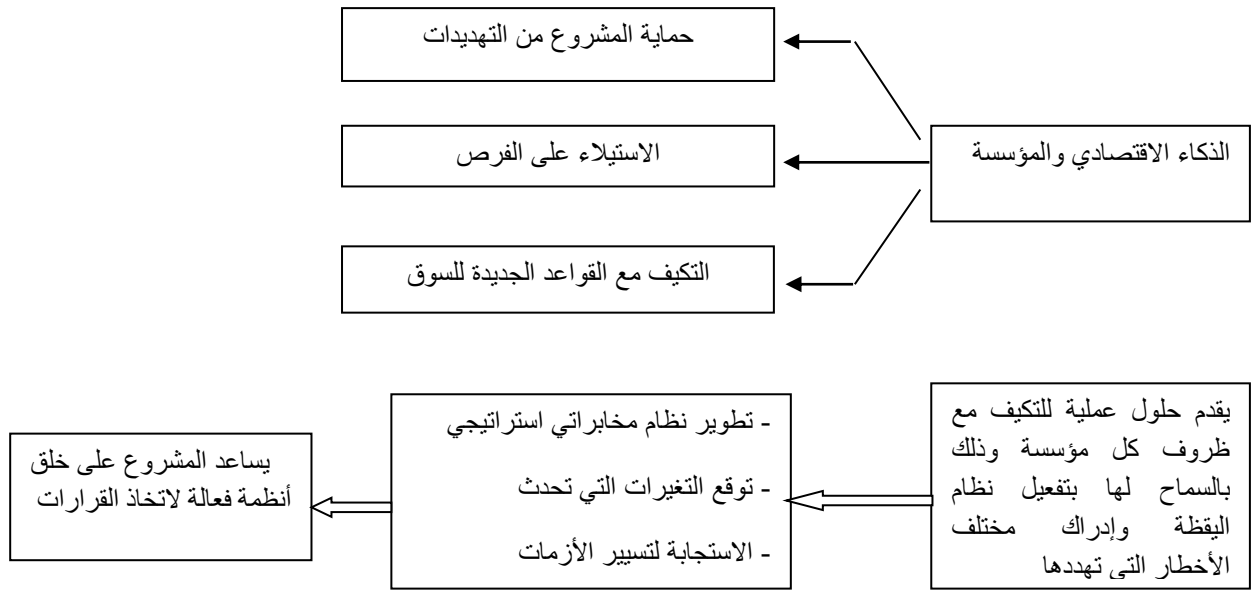
- التحفيز : لعل أهم خاصية من خصائص الشخصية المقاولية هي التحفيز والتي ينظر إليها من جانبين: حيث يعبر الجانب الأول عن محفزات المقاول (كالربحية، تحقيق الذات، اكتساب مهارة)، أما الجانب الثاني من التحفيز فيبرز من خلال قدرة المقاول على تحريك المجموعة للعمل على تحقيق أهدافه المقاولية، كرفع أجور العمال، نشر طرق الترقية، تحسيس العمال والمسيرين بالثقة والأمان.

- القدرة على التشخيص: ومن خلالها يتمكن الفرد من تحديد نقاط القوة وتعزيزها وتحديد نقاط الضعف لتجنب آثارها¹

الفرع الثاني: دور الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن للذكاء الاقتصادي أهمية كبيرة في بقاء وتوسع نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل اشتداد حدة المنافسة وسرعة التطور التكنولوجي وبالتالي فهو يوفر للمؤسسة الحماية من التهديدات الخارجية واستغلال الفرص والتكيف مع مختلف التغيرات الخارجية كما يوضحه الشكل التالي :

الشكل: (02-03) دور الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة



المصدر : مصطفى بودرامة ، مرجع سابق ، ص 585

ضف لما سبق فان الذكاء الاقتصادي له دور فعال في تحقيق ما يلي :

- يستعمل الذكاء الاقتصادي في تطوير منتج جديد وتحسين الأداء واتخاذ القرارات والحصول على ميزة تنافسية

- خلق التعاون بين المتعاملين الاقتصاديين

- خلق روابط بين مختلف المشروعات الصغيرة والمتوسطة والجامعات

- استغلال المعلومة من طرف المشروعات الصغيرة والمتوسطة من أجل ضمان حماية الممتلكات التكنولوجية

وحسب الدراسة التي قامت بها الباحثة الفرنسية Sophie Larivet على عينة مكونة من 100 مؤسسة صغيرة ومتوسطة التي توظف اقل من 200 عامل فتوصلت إلى النتائج التالية:

- مشروعات صغيرة تطبق الذكاء الاقتصادي بنسبة 21 %

- مشروعات صغيرة تطبق اليقظة بنسبة 37 %

- مشروعات صغيرة غير مدركة بنسبة 42 %

والمشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تطبق الذكاء الاقتصادي وجد أنها :

- هي الأكثر استعمالاً لأنظمة المعلومات وخاصة الانترنت وبرامج الاعلام الآلي الخاصة

- هي التي تطبق المنهج الاستراتيجي الأكثر تشاركي من أجل تنفيذ أهدافها

- تلك المشروعات الأكثر نجاحاً وبالتالي الأكثر استمرارية

- وان استعمالها للذكاء الاقتصادي ليس مرتبطاً لا بحجمها ولا بطبيعة نشاطها 1

الفرع الثالث: دور الذكاء الاقتصادي في تنمية تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يساهم الذكاء الاقتصادي في تحسين القدرة التنافسية للمنظمات من خلال التأثير على مؤشرات القدرة التنافسية والتي تتمثل في الربحية، الحصة السوقية، الإنتاجية والتكاليف، حيث أن تحسين الجودة يؤدي إلى تخفيض الخطأ وتخفيض التكاليف وبالتالي زيادة الإنتاجية والذي ينعكس على تخفيض الأسعار ويعمل على تحسين الحصة السوقية للمنظمة وكذلك الربحية وبالتالي تحسين القدرة التنافسية للمنظمة وفي هذا المجال يترتب على الذكاء الاقتصادي عدة مزايا تتمثل فيما يلي :

- زيادة جودة الإنتاج والخدمات والذي يؤدي إلى كسب رضا العميل وبالتالي زيادة كمية المبيعات ومن ثم تزداد الربحية .

- زيادة الفعالية التنظيمية بحيث يعزز ذكاء الاقتصادي قدرة العمل الجماعي وتحسين الاتصالات .

- الاستعانة بالتقنيات الحديثة ، فالعامل يرغب دائما في الاستعانة بكل ماهو جديد للتجديد في المواصفات والتصميم والإنتاج .
- تقليل الخسائر حيث أن تطبيق الذكاء الاقتصادي يؤدي إلى الحد من الخسائر والتي تتمثل أساسا في تكلفة الأجزاء التالفة ،تكلفة الإصلاح وتقليل الغرامات .
- بالإضافة إلى ذلك يعمل الذكاء الاقتصادي على مايلي :
- تحقيق قدرة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة على مواجهة المتغيرات التي تواجهها .
- الحصول على حصة سوقية أكبر وتحقيق الأرباح من خلال توسيع نشاطاتها
- تعزيز القدرات التنافسية من خلال تحسين جودة الإنتاج والخدمات والسيطرة على التكاليف والأسعار و توفيرها للمستهلكين في الوقت والمكان والكمية والنوعية المناسبة.
- تفعيل دور العاملين وزيادة اهتمامهم بمختلف شؤون المنظمة ورفع معنوياتهم من خلال تحسين جوانب المناخ التنظيمي .
- مواكبة التطورات التكنولوجية لبناء السمعة والصورة الجيدة للمنظمة
- ومن أهم المزايا التنافسية التي يحققها الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مايلي:
- المعرفة المعمقة للأسواق
- اكتساب موقع قوة من أجل طرح سلعها وخدماتها المبتكرة في السوق
- الزيادة من أثر التآزر في المنظمة
- الحصول على مورد وافر من المعلومات والمعارف .
- التحسين الدائم في العلاقات مع الموردين والعملاء¹

1 مراد ناصر ، ذكاء الأعمال محرك تنافسية المنظمة - دراسة حالة الجزائر - ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ، ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، عمان - الأردن 23-24 ابريل 2012 .

المطلب الثاني: تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

يتسم موضوع الذكاء الاقتصادي في الجزائر بالحدثة، وبالرغم من ذلك فإننا نلمس جهود حثيثة من طرف السلطات الجزائرية لتبني آلياته خاصة في بعض المؤسسات العمومية التي بدأت بالفعل تدرج الذكاء الاقتصادي في آدائها، رغم ذلك تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة صعوبات في تطبيقه هذا ما سنتناوله من خلال الفروع الموالية.

الفرع الأول : واقع تطبيق الذكاء الاقتصادي في الجزائر

سعت الجزائر من خلال الجلسات الرابعة للذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية لسنة 2009 وبمشاركة عديد من الخبراء الجزائريين والأجانب لمناقشة وإبراز أهمية الذكاء الاقتصادي في تطوير أداء المؤسسات الاقتصادية وذلك بالاعتماد على الكفاءات من أجل تسهيل الحصول على المعلومات الكافية لوضع استراتيجيات لمراجعة المنافسة والتموقع في الأسواق الوطنية والدولية

كما تحاول وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة توفير هذه الوسائل لمديري المؤسسات الوطنية عن طريق المعلومات والإحصاءات اللازمة للنهوض باقتصاد البلاد ، كما أوضحه مدير الذكاء الاقتصادي بوزارة الصناعة ،مؤكدًا على ضرورة تطوير عمل المؤسسات المتخصصة في جمع المعلومات بصفة دورية حول نتائج النشاطات الاقتصادية لمؤسسات القطاع العام .

وقد بدأت تتجسد إرادة الدولة في هذا الميدان من خلال صدور تقرير حول النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية والاجتماعية وتحولاته شهر جوان 2004 الذي تمت مناقشته في الجلسة العلنية رقم 24 للمجلس الوطني الاقتصادي، وقد أوصى المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي في التقرير السابق بجملة من الاقتراحات تضمنت تامين مقومات الذكاء الاقتصادي في الجزائر ومن بين هاته التوصيات ما يلي :

- دعم الشفافية والنشر

- تطوير البرامج البيداغوجية

- تفعيل دور الغرف التجارية والمصالح الاقتصادية للدولة والجمعيات المهنية والنقابية

- تفعيل شبكات البنوك والمؤسسات المالية الدولية

- تطوير هيئات دعم وتنمية الاستثمار

- تفعيل المصالح الاقتصادية للدولة .

أما في سنة 2008 فقد تم عقد ملتقى دولي حول "الحاكمية في المؤسسات والذكاء الاقتصادي" أشار فيه وزير الصناعة وترقية الاستثمار عبد الحميد تمار إلى أن الذكاء الاقتصادي إطار استراتيجي لتكييف السلوكيات بحيث سيتم توجيه الفاعلين الاقتصاديين والإشراف عليهم .

وقد طرحت في إطار هذا الملتقى فكرة إنشاء مجلس أعلى للذكاء الاقتصادي بغرض فتح سبل تجريبية جديدة لفائدة صناع القرار الحكوميين والخواص كما ذكر الوزير أن الحكومة استحدثت مديرية عامة للذكاء الاقتصادي وللدراسات الاقتصادية ستتولى إنضاج مجموعة أفكار بشأن هيكلية المجلس المذكور الذي سيوضع تحت الإشراف المباشر لرئيس الجمهورية أو رئيس الحكومة¹

الفرع الثاني : الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال تطبيق الذكاء الاقتصادي

تتمثل أهم الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ميدان الذكاء الاقتصادي فيما يلي:

- عدم تمكن مسؤولي هذه المشروعات من فهم أهمية الذكاء الاقتصادي نظرا لعدم وجود مراكز متخصصة في التكوين .
- اهتمام الكثير من المشروعات بالربح العاجل على حساب التكوين والتطوير
- الكثير من المؤسسات لا تملك نظام معلومات وتنشط في حيز ضيق.
- عدم معرفة المستهلكين لبعض منتجات المشروعات الصغيرة والمتوسطة بسبب قلة الترويج .
- صعوبة تخفيض تكاليف إنتاج بعض المنتجات وهذا ينعكس سلبا على بقاء المشروع في السوق.
- غياب ثقافة تسييرية لأصحاب الكثير من المشروعات .

1 كمال رزيق ، أهمية ذكاء الأعمال في تطوير وتحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ،المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة ، افريل 2012 عمان، الأردن .

إن الكثير من المشروعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية لا تملك ثقافة اليقظة الإستراتيجية كوظيفة أساسية تعتمد عليها في صنع القرارات أو تساعدها في الرفع من تنافسيتها¹

المطلب الثالث: إجراءات دعم الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لتبني المشروعات الصغيرة والمتوسطة ثقافة الذكاء الاقتصادي لابد لها من أن تهتم بمواردها البشرية لأنها العمود الفقري للمعرفة وذلك بتسطير برامج للبحث والتطوير والاهتمام بالإبداع والابتكار بالإضافة إلى الاهتمام بتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

الفرع الأول : دعم جهود البحث والتطوير

إن عمليات البحث والتطوير هي السبيل الأنجع الذي من خلاله يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحصول على الأساليب التكنولوجية الحديثة في مجال الإنتاج العصري ،فالبحث والتطوير لابد أن يتم بصورة مخطط لها ومنظمة وفق مناهج متعارف عليها إذ ينعكس ذلك من خلال الميزانية المخصصة لها .

فالبحث والتطوير يتطلب مجهودات فكرية معتبرة من أجل إعداد بحوث تفضي في الأخير إلى اختراعات وتجديدات وابتكارات وعادة ما يتم تقسيم البحث والتطوير إلى بحوث أساسية وبحوث تطبيقية ودراسات تجريبية فلاشك إذن في أن جهود البحث والتطوير لا يمكن الاستغناء عنها من طرف المؤسسات في عالمنا هذا خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي أصبح يشكل فيها عامل التكنولوجيا الرأسمال الأساسي فكلما توفرت المؤسسة على تكنولوجيا عصرية بفضل R&D كلما مكنها هذا من التحكم في تكاليفها وبالتالي دخولها الأسواق بأسعار تنافسية

الفرع الثاني : الاهتمام بعنصر الإبداع وتسييره

نظرا للدور الأساسي الذي يلعبه الإبداع داخل المؤسسة فانه لابد من اعتماد سياسات دقيقة في مجال تنظيم وتخطيط نشاطات الإبداع باعتباره العنصر الأساسي الذي يصنع الفارق بين أداء المؤسسات الاقتصادية وفي هذا الصدد لابد على المؤسسة تحديد برامج دقيقة للابتكار والتجديد تكون مبنية على أسس منها :

¹ مصطفى بودرامة ، مرجع سابق ، ص 587

- تنشيط درجة الذكاء وتشجيع القدرات الفكرية الخاصة، حيث توجد أساليب أثبتت نجاعتها في هذا الإطار مثل عمليات العصف الذهني التي ينتج عنها أفكار وتصورات جديدة، كما يمكن استخدام ما يسمى النقاش الفني أو الحوار الفكري الفعال الذي يؤدي إلى الوصول إلى أفكار محددة ودقيقة تشكل مراجع لعدة حلول وذلك بمشاركة مختصين في مجالات المعرفة المختلفة .

- تحديد الكفاءات البشرية القادرة على الابتكار وإعطائها كافة الظروف الملائمة والسهر على تكوينها ورسكلتها دوريا .

- خلق الجو المناسب لنمو وتطوير الابتكار والتي تعتبر من برنامج الابتكار، فلا يكفي وجود الكفاءات المبتكرة فقط بل ينبغي وجود مناخ ملائم يساعد هذه الكفاءات على الأداء والإنتاج والتطوير وعليه يمكن النظر لعملية الابتكار داخل المؤسسة انطلاقا من نظرية النظم باعتبارها نظاما حيث يتم تحديد مدخلات النظام، كيفية تشغيله والرقابة عليه مع الأخذ بعين الاعتبار متغيرات المحيط .

الفرع الثالث : دعم استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تعرف الجزائر تأخرا نسبيا في مجال الذكاء الاقتصادي ويظهر ذلك في ثقافة الإطارات المسيرين وفي سلوكياتهم وكذا في ثقافة المؤسسات الجزائرية وخاصة المشروعات الصغيرة والمتوسطة وانطلاقا من ذلك سعت الدولة الجزائرية إلى تشجيع استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مختلف نشاطات المؤسسات الجزائرية من أجل الاستفادة من المزايا التي توفرها فقد قامت الجزائر بتجسيد برنامج الجزائر الالكترونية وخصصت فيه محورا يتعلق بضرورة تسريع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المنظمات الجزائرية، كما قامت بتصميم برنامج لتأهيل ودعم المؤسسات الجزائرية وتمكينها من التحكم بتكنولوجيا الاعلام والاتصال¹

¹ سهام عبد الكريم، مرجع سابق، ص 673

خاتمة الفصل الثاني :

الجزائر كمثيلا لها من الدول التي سعت ومنذ استقلالها إلى دفع عجلة النمو وتحقيق تنمية متوازنة وشاملة تتكيف مع الإمكانيات المتوفرة لديها بدءا بإعطاء الأولوية للمؤسسات الكبرى التي عجزت عن تحقيق الأهداف المرجوة منها وصولا إلى ضرورة إعادة النظر في أسلوب التنمية ، وذلك من خلال الاهتمام بذلك النوع من المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة وخاصة بعد التطور الملحوظ الذي عرفته هذه المؤسسات في الفترة التي عرفت فيها الدولة انفتاح اقتصادي ، حيث أصبح ينظر إلى هذا النوع من المؤسسات كوسيلة لمكافحة الفقر ، وامتصاص البطالة بشكل خاص والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية على وجه عام.

وقد ظهرت حاجة ملحة لتأهيل هذا النوع من المؤسسات من اجل مواكبة التطورات الاقتصادية والتكنولوجية الراهنة من اجل تفعيل وتحسين قراراتها وضمن اتخاذ قرارات سليمة في الوقت المناسب تسمح لها باكتساب ميزة تنافسية

إن الذكاء الاقتصادي هو من بين الوسائل الضرورية لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحقيق التنمية الاقتصادية في جميع المستويات حيث أن تنافسية هاته المؤسسات وبقائها وتطورها يرتبط ارتباطا وثيقا بقدرتها على التفاعل مع مستجدات بيئتها تأثيرا وتأثرا ولا يتأتى لها ذلك إلا من خلال إرساء أنظمة المعلومات الذكية التي يتجاوز دورها القيام بعملية جمع المعلومات ومعالجتها إلى التحكم المنظم للمعلومات وكيفية أمنها لاستعمالها في عملية التخطيط، الرقابة واتخاذ القرار .

الفصل الثالث

مقدمة الفصل الثالث :

بعدها تم التطرق للإطار النظري لموضوع الذكاء الاقتصادي وعرض كل المفاهيم المرتبطة به وبموضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كونها من بين القطاعات الهامة التي تشهد نموا كبيرا ومنافسة شديدة خاصة بعد انفتاح الأسواق وتوحيدها، سيخصص هذا الفصل لمعرفة وتحديد واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وذلك لان الاهتمام بهذا الموضوع يعتبر جديد بالنسبة للمؤسسات الجزائرية سواء الكبرى أو الصغيرة والمتوسطة ولهذا الغرض سنقوم من خلال هذا الفصل بدراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مستوى ولاية تلمسان لمعرفة مدى تطبيقها لآليات الذكاء الاقتصادي.

المبحث الأول : منهجية الدراسة الميدانية ووصف عينة الاستبيان

المطلب الأول : منهجية الدراسة الميدانية

الفرع الأول : أدوات جمع و تحليل 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 مديري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المختارة للدراسة وهو ما سح بتوضيح وشرح الأسئلة الواردة في الاستبيان واختبار ملائمتها من جهة ، والتأكد من صحة البيانات التي تم جمعها والحصول على بيانات إضافية مفيدة للدراسة من جهة أخرى.

- **الاستبيان :** وهو الأداة الأكثر أهمية واستعمالا في هذا البحث وقد تضمن هذا الأخير مجموعة مكونة من 40 سؤالاً مقسمة إلى أربعة أجزاء (انظر الملحق رقم 01) ، حيث تم تخصيصها كالتالي :

- **الجزء الأول :** تضمن معلومات شخصية تتعلق بالمستجوب وذلك فيما يخص الجنس ، السن ، الخبرة والتحصيل العلمي .

- **الجزء الثاني :** يتمثل في بطاقة تحليلية عن المؤسسة تتضمن أساسا التسمية تاريخ الإنشاء ، قطاع النشاط الرئيسي عدد العمال ، طبيعة ملكية راس المال والصفة القانونية للمؤسسة .

- **الجزء الثالث :** اشتمل على 16 سؤال تعلق بتسيير المعلومات في المؤسسة والإطار الأخلاقي لجمعها واستعمال نظم المعلومات و تكنولوجيات الإعلام والاتصال وكذلك مدى يقظة المؤسسة في محيطها .

- **الجزء الرابع :** اشتمل هذا الجزء على 15 سؤال تكشف الإطار المفاهيمي للذكاء الاقتصادي وأخلاقياته ومدى تطبيقه في المؤسسات محل الدراسة .

الفرع الثاني : أساليب التحليل المستخدمة

- الأسلوب الكمي : عن طريق استخدام المعطيات الرقمية من أجل إحصاء الإجابات وقد تم تفرغ بيانات الاستبانة وتحليلها من خلال برنامج (SPSS Statistical Package For The Social Sciences) نسخة 19 لمعرفة التكرارات والنسب المؤوية فضلا عن الأشكال البيانية التوضيحية .

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

المطلب الثاني : مجتمع الدراسة وحجم العينة

الفرع الأول : مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة هو عدد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية تلمسان .

الفرع الثاني : عينة الدراسة

نظرا لصعوبات البحث في الجانب التطبيقي ولعدم استرجاع العديد من الاستبيانات الموزعة قمنا بإجراء الدراسة على 08 مؤسسات مختلفة من حيث النشاط وهذا من أجل خلق نوع من التوازن بين عدد أفراد العينة في هاته المؤسسات التي تنتمي إلى قطاعات مختلفة ، ولقد تم استبعاد المؤسسات صغيرة الحجم من الدراسة والتي تقوم بأنشطتها دون وجود هيكل تنظيمي محدد بل أن عملية اتخاذ القرار فيها يتم من خلال شخص واحد يكون في الغالب هو المالك و قد تم اختيار عينة من مديري المؤسسات المبحوثة ونواجهم وشملت الدراسة كلا من إدارة المؤسسة، إدارة التسويق، إدارة الإنتاج ، الإدارة المالية وإدارة الموارد البشرية كون تلك الإدارات هي أكثر ارتباطا وتأثرا بقرارات المؤسسة حول موضوع الذكاء الاقتصادي ، تم اختيار هاته المؤسسات بصفة عشوائية من مجتمع الدراسة .

تم توزيع 80 استمارة استبيان على 16 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، استرجع 25 منها فقط من 08 مؤسسات .

الفرع الثالث : الحدود الزمانية والمكانية للاستبيان

اشتمل الاستبيان والمقابلة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية تلمسان أما زمنيا فقد تم في الثلاثي الثالث من سنة 2014 .

المبحث الثاني : تحليل نتائج الاستبيان والدراسة

المطلب الأول: محور المعلومات الشخصية

1/ توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس :

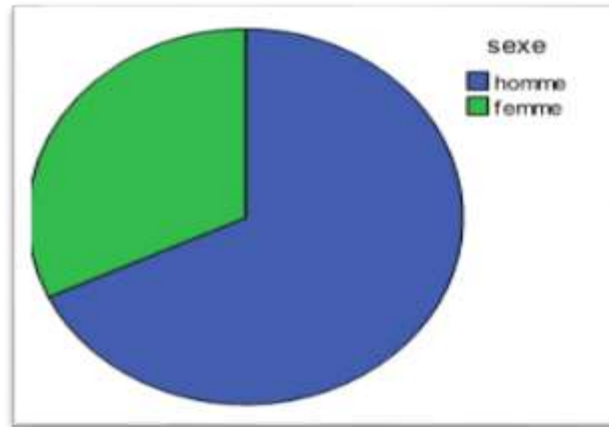
الجدول رقم (3-1) : توزيع العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
68%	17	ذكر
32%	08	أنثى
100%	25	المجموع

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

تتكون عينة الدراسة من 25 فرد من بينهم 17 ذكر و08 إناث حيث يمثل فيها الذكور نسبة 68 % أما الإناث فيمثلون نسبة 32 %.

الشكل رقم (03-01) :توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

2/ توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن :

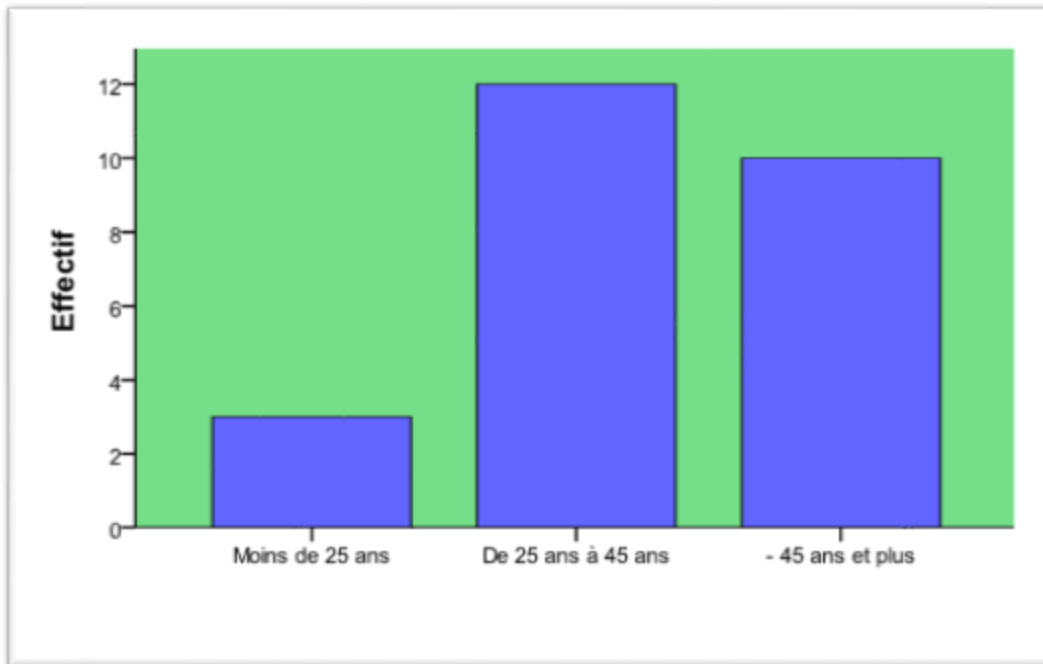
الجدول رقم (3-2) : توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة	التكرار	السن
% 12	03	أقل من 25 سنة
%48	12	من 25 سنة إلى 45 سنة
% 40	10	45 سنة فأكثر
%100	25	المجموع

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

يتضح من الجدول أعلاه أن 12 من أفراد عينة الدراسة أعمارهم تتراوح ما بين 25 سنة إلى 45 سنة وهم يشكلون نسبة 48 % أما 10 من أفراد عينة الدراسة تتجاوز أعمارهم 45 سنة أي ما يمثل نسبة 40 % من حجم عينة الدراسة أما 03 من أفراد العينة وهم يمثلون نسبة 12 % أعمارهم أقل من 25 سنة.

الشكل رقم (03-02) : توزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

3/توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة :

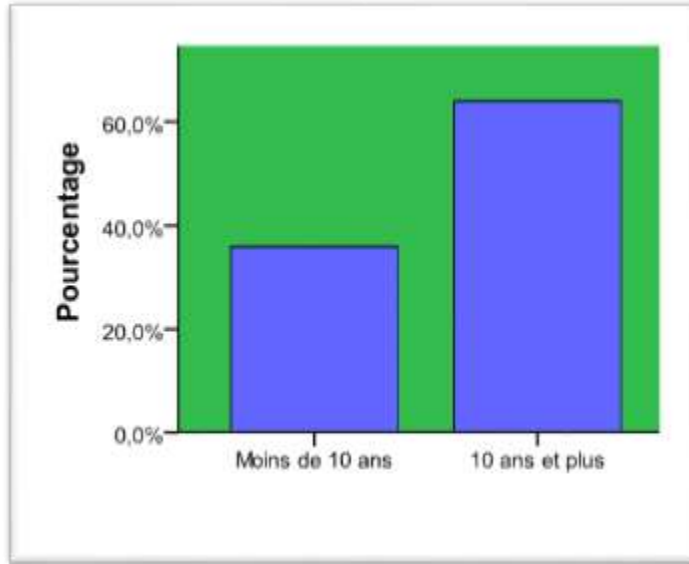
الجدول رقم (3-3) : توزيع أفراد العينة حسب الخبرة

النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
% 36	09	أقل من 10 سنوات
% 64	16	10 سنوات فأكثر
%100	25	المجموع

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

يتضح من الجدول أعلاه أن عدد 16 من أفراد عينة الدراسة لديهم سنوات خبرة تتعدى 10 سنوات وهو ما يمثل نسبة 64 % من حجم عينة الدراسة ، بينما عدد 09 من أفراد عينة الدراسة لديهم سنوات خبرة اقل من 10 سنوات أي ما يمثل نسبة 36 % .

الشكل رقم (03-03): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

4/ توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التحصيل العلمي :

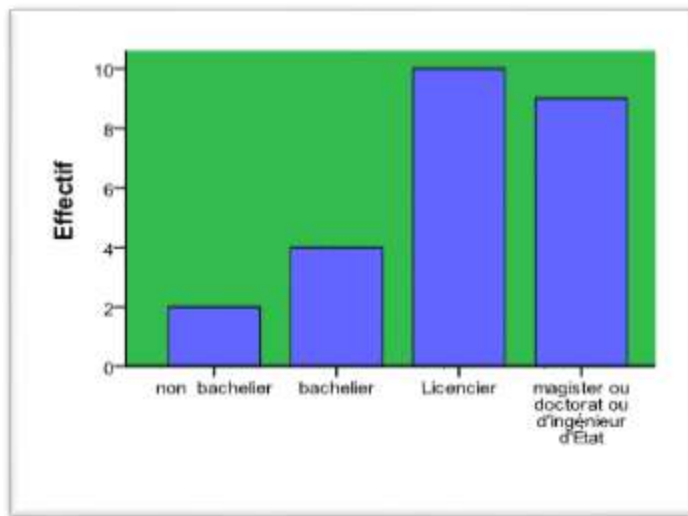
الجدول رقم (3-4) : توزيع العينة حسب التحصيل العلمي

التحصيل العلمي	التكرار	النسبة
لا يحوز على شهادة البكالوريا	02	% 08
شهادة البكالوريا	04	% 16
شهادة ليسانس	10	% 40
شهادة ماجستير او دكتوراه	09	% 36
المجموع	25	%100

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

يتضح من الجدول أعلاه أن 10 من أفراد العينة متحصلين على شهادة ليسانس وهم يمثلون نسبة 40 % فيما أن 09 من أفراد العينة أي نسبة 36 % متحصلين على شهادات ما بعد التدرج (ماجستير ،دكتوراه) والتي تعتبر نسب مهمة نظرا لاقتران الدراسة على الإطارات فقط ،أما نسبة 16 % وهم 04 من أفراد العينة يحوزون على شهادة بكالوريا و فقط اثنين من أفراد العينة أي ما يمثل نسبة 08 % ليس لديهم مؤهل علمي وهم يمثلون الفئة الأقل .

الشكل رقم (03-04):توزيع أفراد العينة حسب التحصيل العلمي



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

المطلب الثاني: محور المعلومات الخاصة بتسيير المعلومات في المؤسسة

السؤال رقم 01 : في مؤسستكم تتدفق المعلومات بسرعة ؟

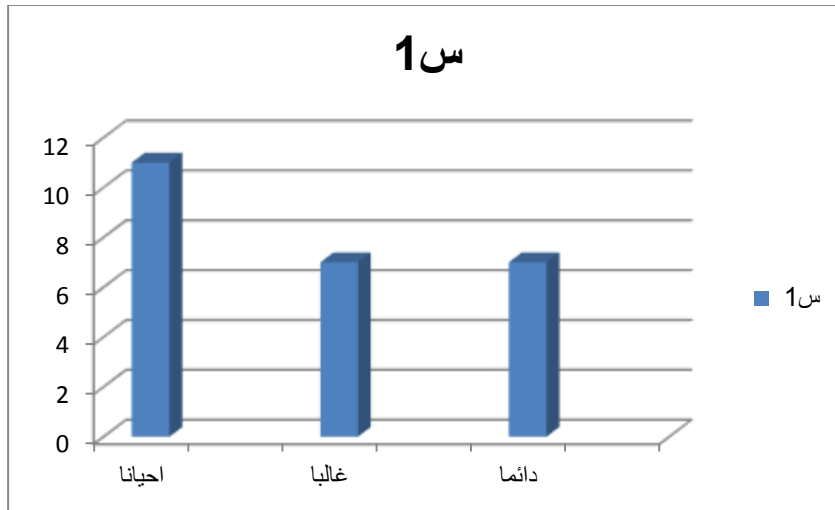
الجدول رقم (03-05) : مدى تدفق المعلومات في المؤسسة

المجموع		دائما		غالبا		احيانا		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%28	07	%28	07	%44	11	س1

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من الجدول اعلاه يتضح ان غالبية افراد العينة وعددهم 11 فردا من افراد عينة الدراسة يمثلون نسبة %44 اجابو ب (أحيانا) اما عدد 07 من أفراد العينة اي ما يمثلون % 28 من حجم العينة اجابو ب (غالبا) وبنفس النسبة أجابت ب (دائما) وهي نسب توحى ببطء وصعوبة تدفق المعلومات داخل مؤسساتهم و نقص وسائل الاتصال فيها .

الشكل رقم (03-05): يبين مدى تدفق المعلومات في المؤسسة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 02 : تقومون بالحصول على المعلومات في إطار أخلاقي بعيدا عن التجسس

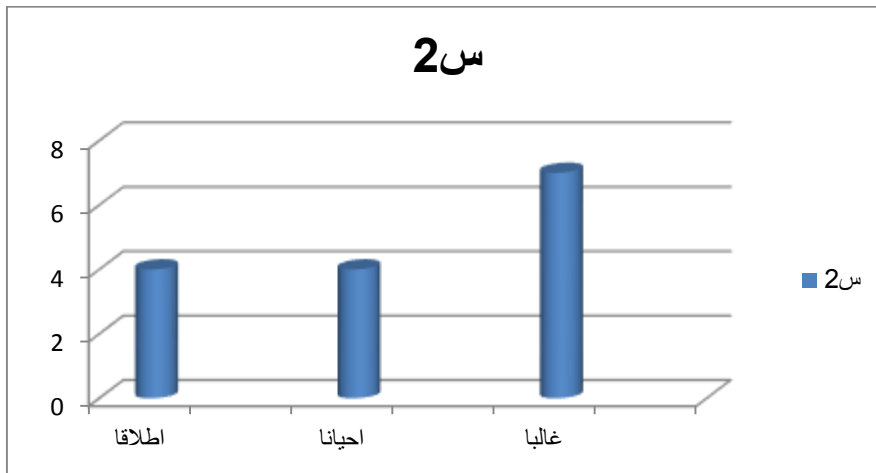
الجدول رقم (03-06) : الالتزام بالجانب الأخلاقي في جمع المعلومات

المجموع		دائما		غالبا		احيانا		اطلاقا		س2
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%40	10	%28	07	%16	04	%16	04	

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

يعكس هذا السؤال مدى الالتزام بالجانب الأخلاقي في الحصول على المعلومات ومن خلال تفريغ بيانات الاستبيان اتضح أن أغلبية أفراد العينة اجابو ب (دائما) وعددهم 10 أفراد يشكلون نسبة 40% من حجم العينة أما 07 أفراد من عينة الدراسة وهم يشكلون نسبة 28% اجابو ب(غالبا) وهذا ما يوحي بان أغلبية أفراد العينة يدركون الجانب الأخلاقي في الحصول على المعلومات بعيدا عن التجسس ،أما باقي العينة أي ما يمثل نسبة 16 % أجابت ب (إطلاقا) ومثلها أجابت ب(غالبا).

الشكل رقم (03-06): الالتزام بالجانب الأخلاقي في جمع المعلومات



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 03 : تعاني مؤسستكم من مشكلة أمن المعلومات؟

الجدول رقم (03-07) : درجة امن المعلومات في المؤسسة

المجموع	دائما		غالبا		احيانا		نادرا		اطلاقا		س 3
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%12	03	%32	08	%28	07	%12	03	%16	04

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

جاء هذا السؤال لمعرفة درجة امن المعلومات داخل المؤسسة فقد تراوحت الإجابات ما بين غالبا بنسبة 32% وأحيانا بنسبة 28% ودائما بنسبة 12%، وهذا ما يوحي بان أغلبية المؤسسات محل الدراسة ليس لديها إجراءات وقائية وتدابير أمنية لتفادي سرقة وقرصنة ارثها المعلوماتي بينما باقي أفراد العينة فقد اجابو ب (إطلاقا) وهم يمثلون 16% ونادرا بنسبة 12% .

الشكل رقم (03-07): درجة امن المعلومات في المؤسسة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 04: هل توابون أحدث الابتكارات التكنولوجية؟

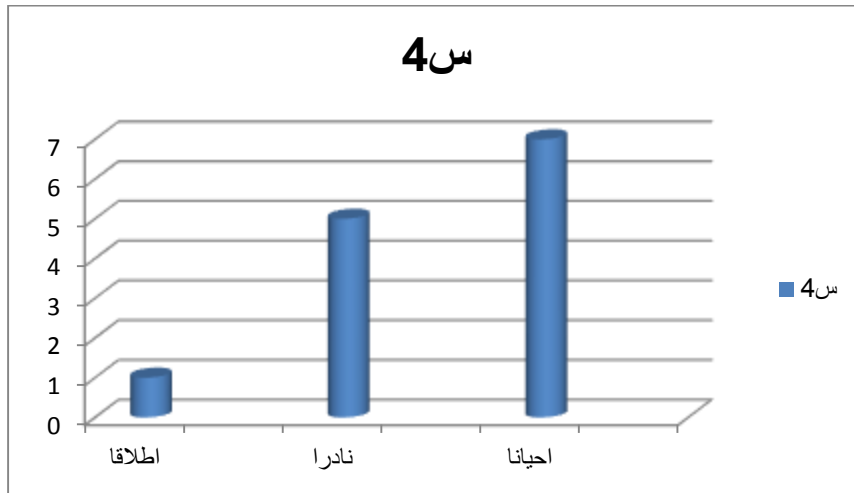
الجدول رقم (03-08) : مدى مواكبة الابتكارات التكنولوجية الحديثة

المجموع	دائما		غالبا		احيانا		نادرا		اطلاقا		س4
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%08	02	%40	10	%28	07	%20	05	%04	01

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

هذا السؤال مفاده يتمثل في مدى مواكبة أحدث التكنولوجيات في المؤسسة ،تراوحت إجابات أفراد العينة ما بين غالبا وأحيانا بنسبة 40 % و 28 % على التوالي وهي نسب توحى بمدى تطبيق اليقظة التكنولوجية نوعا ما في المؤسسات محل الدراسة أما باقي أفراد العينة فقد تراوحت إجاباتهم ما بين نادرا بنسبة 20 % ودائما بنسبة 08 % وإطلاقا بنسبة 04 % .

الشكل رقم (03-08): مدى مواكبة الابتكارات التكنولوجية الحديثة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 05 : في مؤسستكم يعتمد البحث عن المعلومات على الانترنت ؟

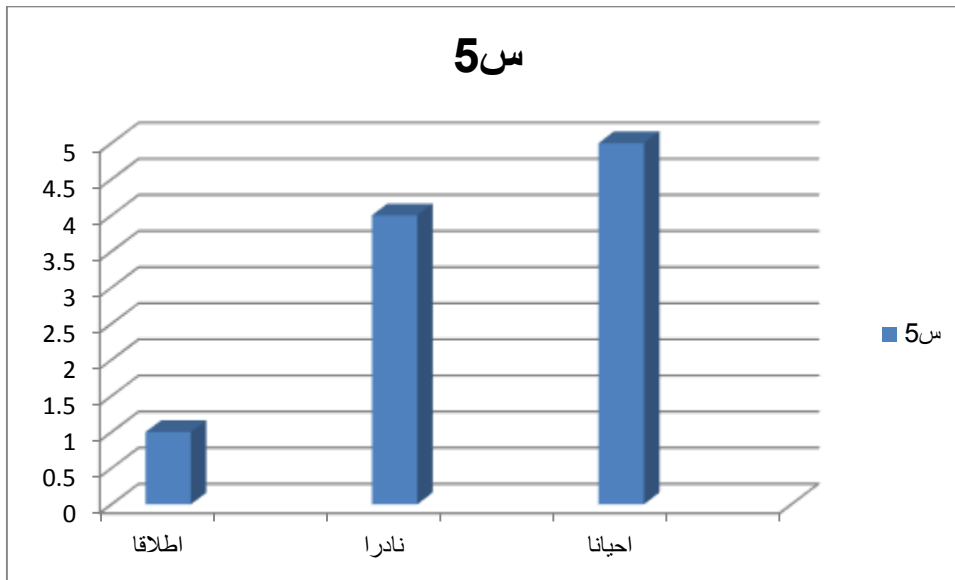
الجدول رقم (03-09) : درجة استعمال الانترنت في المؤسسة

المجموع	دائما		غالبا		احيانا		نادرا		اطلاقا		س5
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100 %	25	32%	08	28%	07	20%	05	16 %	04	04 %	01

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية الإجابات تراوحت ما بين دائما بنسبة 32 % وغالبا بنسبة 28 % وهي نسب توحى بمدى استخدام هاته المؤسسات لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في مجال البحث والوصول إلى المعلومات بينما باقي أفراد العينة فقد تراوحت إجاباتهم ما بين أحيانا بنسبة 20 % ونادرا بنسبة 16 % وإطلاقا بنسبة 04 %.

الشكل رقم (03-09) : درجة استعمال الانترنت في المؤسسة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 06: في مؤسستكم تعتمدون الشبكة الداخلية لنشر المعلومات ؟

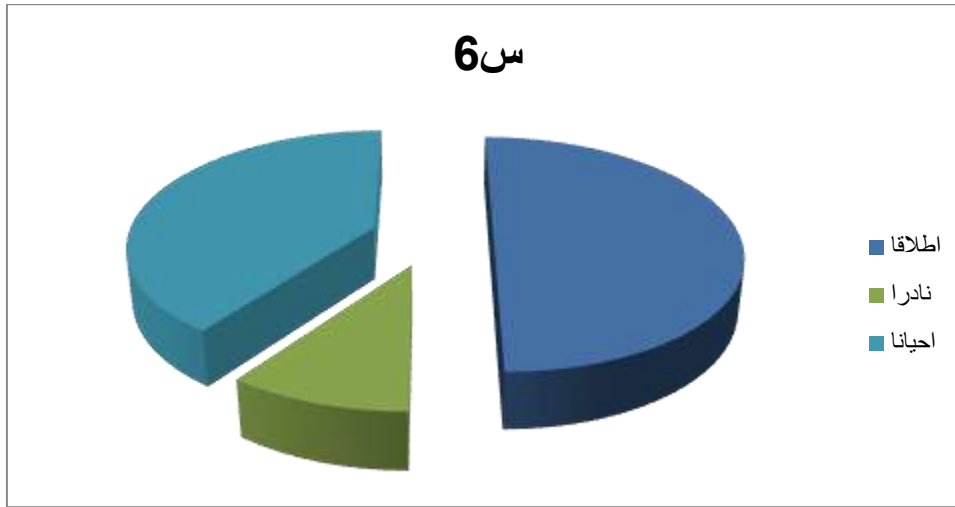
الجدول رقم (03-10) : درجة استعمال الانترانت في المؤسسة

المجموع		دائما		غالبا		احيانا		نادرا		اطلاقا		س6
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%40	10	%20	05	%16	04	%04	01	%20	05	

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية الإجابات تراوحت ما بين دائما بنسبة 40 % وغالبا بنسبة 20 % وهي نسب توحى بمدى استخدام هاته المؤسسات لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في نشر المعلومات وسرعة وصولها إلى العمال داخل المؤسسة من خلال استخدام الشبكة الداخلية (الانترانت) .

الشكل رقم (03-10) : درجة استعمال الانترانت في المؤسسة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 07 : في مؤسستكم تعتمدون برامج خاصة لإدارة المعلومات (جمع، معالجة و تخزين)

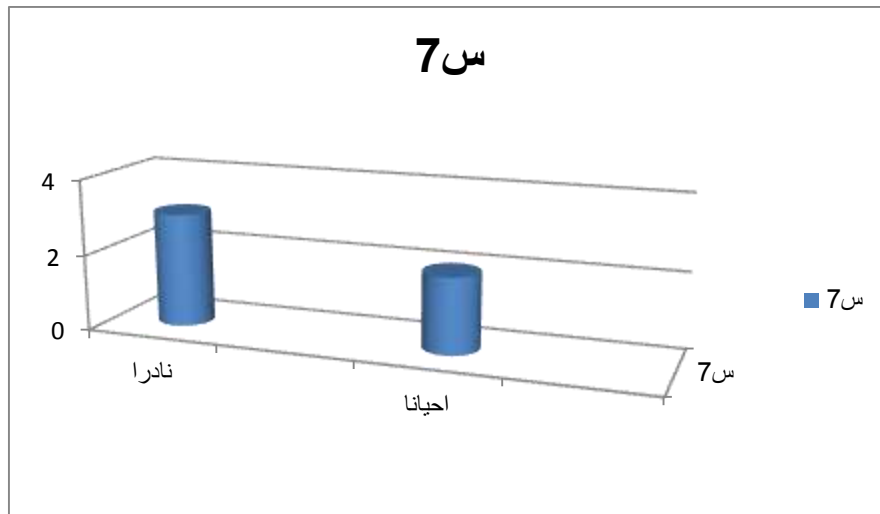
الجدول رقم (03-11) : درجة استعمال البرامج الخاصة لمعالجة المعلومات

المجموع		دائما		غالبا		احيانا		نادرا		اطلاقا		س7
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%42	12	%28	07	%08	02	%12	03	%04	01	

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

كذلك هذا السؤال فحواه مدى استعمال المؤسسة لأحدث البرامج من اجل معالجة البيانات وحفظها وهو يوحى باستعمال احدث التكنولوجيات ، في هذا السؤال ومن خلال تفريغ نتائج الاستبيان يظهر جليا أن أغلبية الإجابات كانت ب (دائما) بنسبة 42 % من حجم عينة الدراسة وغالبا بنسبة 28 % وهذا ما يظهر ان غالبية هاته المؤسسات تستخدم برامج خاصة لمعالجة البيانات وإدارة المعلومات

الشكل رقم (03-11) : درجة استعمال البرامج الخاصة لمعالجة المعلومات



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 08: مؤسستكم تتكيف مع ما يجري في محيطها (العملاء،الموردين والمنافسين)

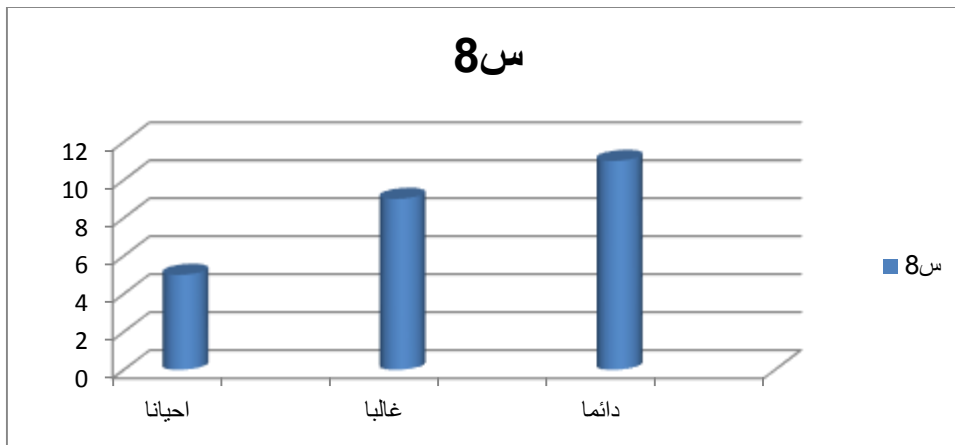
الجدول رقم (03-12) : درجة تكيف المؤسسة مع محيطها

المجموع		دائما		غالبا		احيانا		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%44	11	%36	09	%20	05	س8

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه يظهر أن 44 % من حجم عينة الدراسة وعددهم 11 فرد اجابو ب (دائما) و36 % من حجم العينة وعددهم 09 من أفراد العينة اجابو ب (غالبا) وهذا ما يوحي بان المؤسسة يقظة في مجال بيئتها الخارجية الخاصة والتي تتمثل أساسا في (العملاء ، الموردين والمنافسين) ، أما نسبة 20 % وعددهم 05 من أفراد عينة الدراسة اجابو ب (أحيانا) .

الشكل رقم (03-12) : درجة تكيف المؤسسة مع محيطها



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 09 : مؤسستكم تتكيف مع ما يجري في بيئتها العامة (الاجتماعية ،القانونية و الاقتصادية)؟

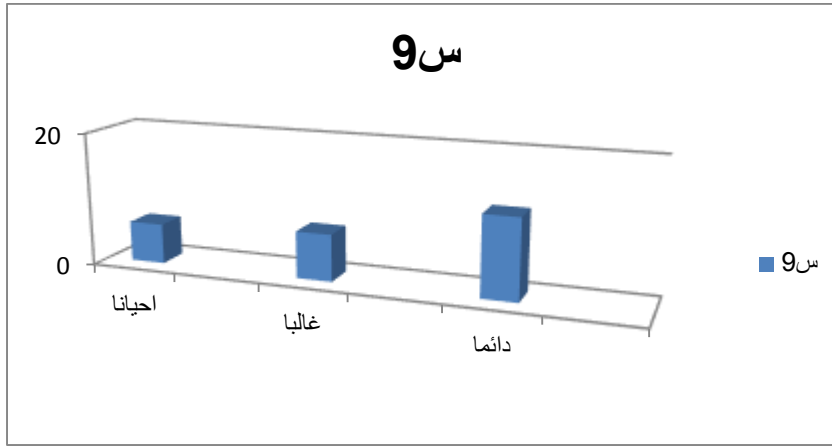
الجدول رقم (03-13) : درجة تكيف المؤسسة مع بيئتها العامة

المجموع		دائما		غالبا		احيانا		س9
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%48	12	%28	07	%24	06	

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه يظهر أن 48 % من حجم عينة الدراسة وعددهم 12 فرد اجابو ب (دائما) و 28 % من حجم العينة وعددهم 07 من أفراد العينة اجابو ب (غالبا) وهذا ما يوحي بان المؤسسة يقظة في مجال بيئتها الخارجية العامة والتي تتمثل أساسا في (البيعة الاجتماعية ، القانونية والاقتصادية) ، أما نسبة 24 % وعددهم 06 من أفراد عينة الدراسة اجابو ب(أحيانا) .

الشكل رقم (03-13) : درجة تكيف المؤسسة مع بيئتها العامة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 10: هل تستطيع مؤسستكم التأثير في محيطها ؟

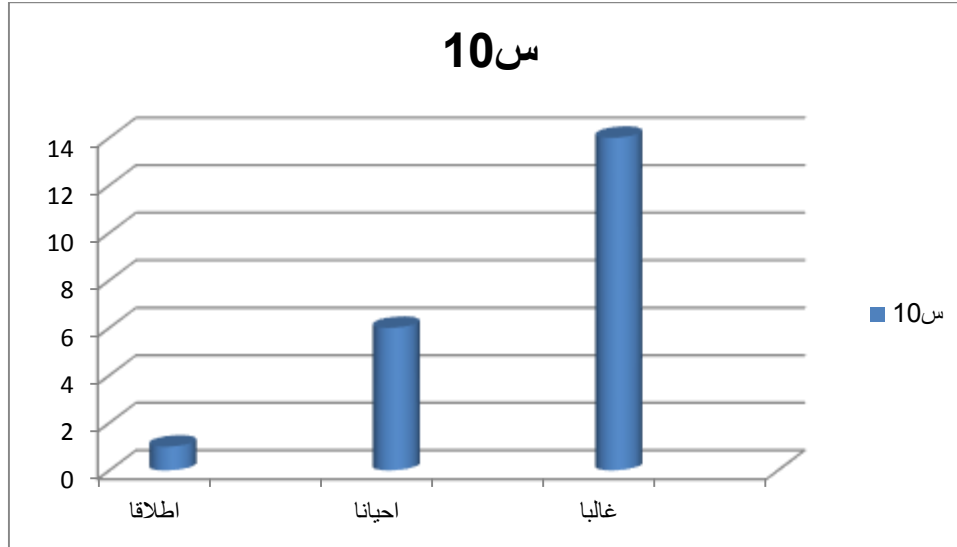
الجدول رقم (03-14) : درجة تأثير المؤسسة على محيطها

المجموع		دائما		غالبا		احيانا		اطلاقا		س10
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%16	04	%56	14	%24	06	%04	01	

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه نستنتج ان المؤسسات محل الدراسة تأثر في محيطها حيث أجاب أفراد العينة ب (غالبا) بنسبة 56 % و (دائما) بنسبة 16 % وهذا ما يدل على أن المؤسسات محل الدراسة تأثر في محيطها وتتفاعل مع مكوناته و ذلك عن طريق ما تطرحه لهذا المجتمع من خدمات و سلع.

الشكل رقم (03-14) : درجة تأثير المؤسسة على محيطها



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 11: هل مؤسستكم تستخدم استراتيجيات مبتكرة مقارنة بالمنافسين ؟

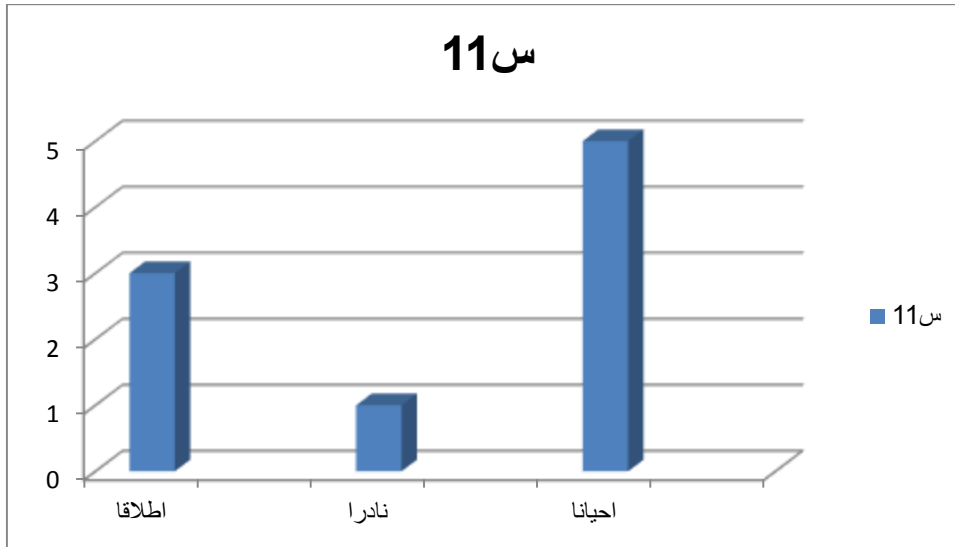
الجدول رقم (03-15) : استخدام الاستراتيجيات المبتكرة

المجموع		دائما		غالبا		أحيانا		نادرا		إطلاقا		س11
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%28	07	%36	09	%20	05	%04	01	%12	03	

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، نرى أن غالبية المؤسسات أجابت ب غالبا حيث كانت النسبة 36% اما دائما فقد كانت النسبة 28% و احيانا ب 20% وهذا ما يدل على ان غالبية المؤسسات محل الدراسة تسعى الى تحقيق الميزة التنافسية من خلال استعمال الاستراتيجيات المبتكرة والوصول اليها قبل منافسيها .

الشكل رقم (03-15) : استخدام الاستراتيجيات المبتكرة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 12: هل تعرفون الفرص والتهديدات التي تواجه مؤسستكم؟

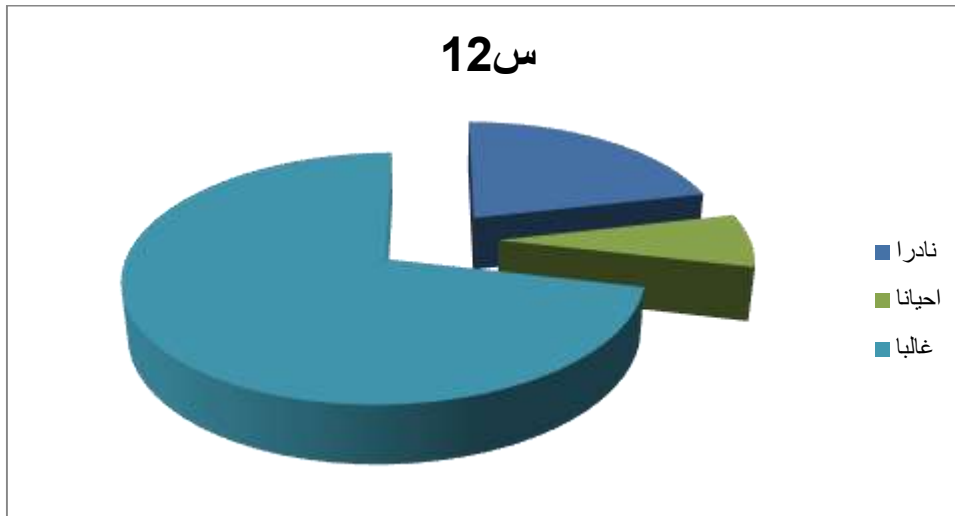
الجدول رقم (03-16) : مدى معرفة المؤسسة للفرص والتهديدات

المجموع		دائما		غالبا		احيانا		نادرا		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%44	11	%40	10	%04	01	%12	03	س12

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول اعلاه يظهر أن نسبة 44 % من حجم عينة الدراسة وعددهم 11 فرد اجابو ب (دائما) و 40 % من حجم العينة وعددهم 10 من أفراد العينة اجابو ب (غالبا) وهذا ما يوحي بان المؤسسة تستخدم آليات التسيير الاستراتيجي من اجل معرفة الفرص والتهديدات التي تواجهها ، أما باقي النسب فقد كانت نسب ضئيلة والتي اجابت ب (نادرا) و (أحيانا).

الشكل رقم (03-16) : مدى معرفة المؤسسة للفرص والتهديدات



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 13: هل تعرفون نقاط القوة والضعف في مؤسستكم؟

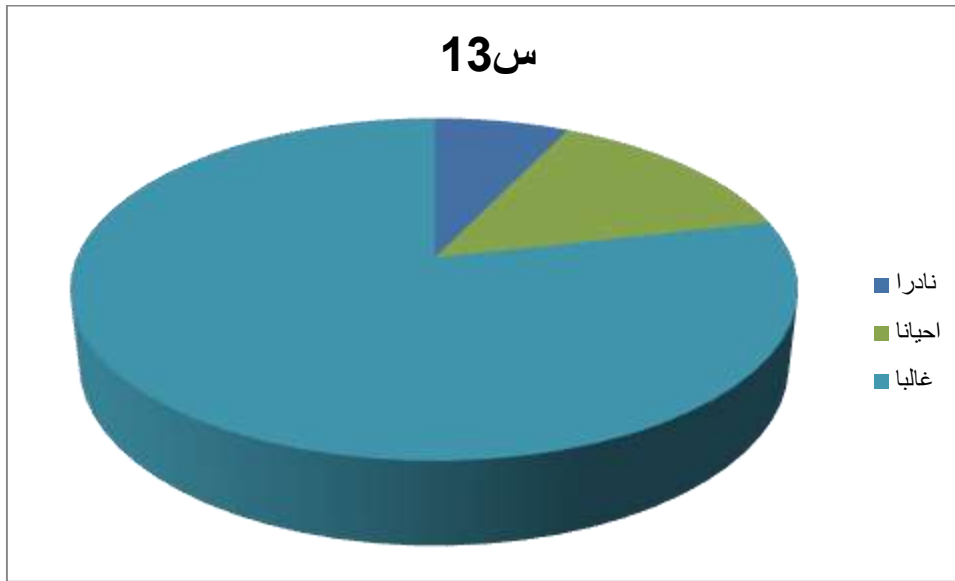
الجدول رقم (03-17) : مدى معرفة المؤسسة للنقاط القوة والضعف

المجموع		دائما		غالبا		احيانا		نادرا		س13
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%44	11	%44	11	%08	02	%04	01	

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول اعلاه يظهر أن نسبة 44 % من حجم عينة الدراسة وعددهم 11 فرد اجابو ب (دائما) و 44 % من حجم العينة وعددهم 11 من أفراد العينة اجابو ب (غالبا) وهذا ما يوحي بان المؤسسة تستخدم آليات التسيير الاستراتيجي من اجل معرفة نقاط القوة والضعف فيما يخص بيئتها الداخلية ، أما باقي النسب فقد كانت نسب ضئيلة والتي أجابت ب (نادرا) و (أحيانا)

الشكل رقم (03-17) : مدى معرفة المؤسسة لنقاط القوة والضعف



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 14: هل مؤسستكم لديها وسيلة للتأثير على قرارات الحكومة (قوانين، التنظيمات واللوائح)

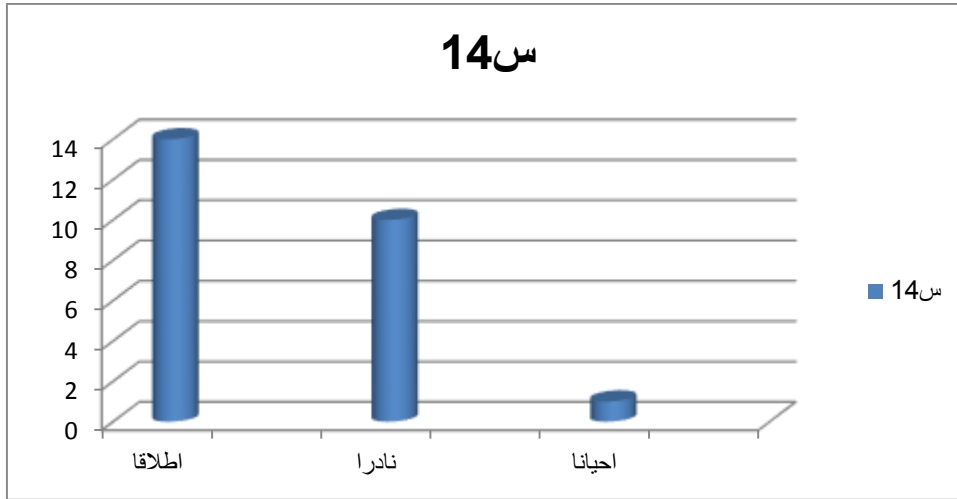
الجدول رقم (03-18) : مدى تأثير المؤسسة على قرارات الحكومة

المجموع		احيانا		نادرا		اطلاقا		س14
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%04	01	%40	10	%56	14	

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من خلال هذا السؤال ارتأينا معرفة ما إذا كانت لدى المؤسسات محل الدراسة وسيلة للتأثير على القرارات والتشريعات الحكومية أي يمكن اعتبارها من الجماعات الضاغطة *lopping* وقد كانت الإجابات بالسلب حيث أن نسبة 56% أجابت ب (إطلاقا) ونسبة 40% من حجم عينة الدراسة أجابت ب (نادرا) وبالتالي فان هاته المؤسسات ليس لها وزن يؤهلها للتأثير على قرارات الحكومة .

الشكل رقم (03-18) : مدى تأثير المؤسسة على قرارات الحكومة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 15: تلجأ مؤسستكم إلى التعاون مع مختبر البحث والجهات الاستشارية العلمية للحصول على المعلومات؟

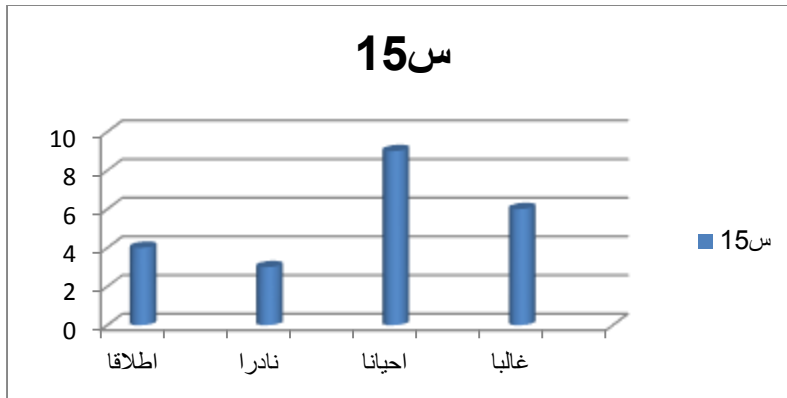
الجدول رقم (03-19) : مدى تعاون المؤسسة مع مختبر البحث من أجل الحصول على المعلومات

المجموع	دائما		غالبا		أحيانا		نادرا		إطلاقا		س 15
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%12	03	%24	06	%36	09	%12	03	%16	04

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من الجدول أعلاه يظهر أن غالبية أفراد العينة أجابت ب (أحيانا) بنسبة 36 % ، و 24 % أجابت ب (غالبا) بينما 16 % أجابت ب (إطلاقا) و 12 % أجابت ب (نادرا) و 12 % أجابت ب (دائما) وهذا ما يدل على عدم وعي أغلبية المؤسسات محل الدراسة بأهمية الدراسات والبحوث والاستشارات العلمية كمصدر هام من مصادر الحصول على المعلومات.

الشكل رقم (03-19) : مدى تعاون المؤسسة مع مختبر البحث من أجل الحصول على المعلومات



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 16: مؤسستكم تحدد مصادر المخاطر التي تعترضها؟

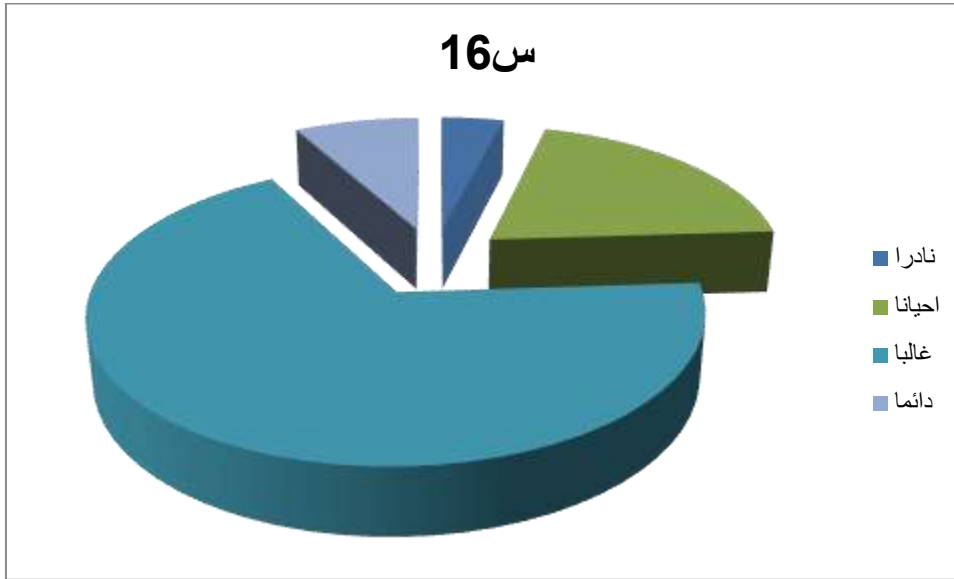
الجدول رقم (03-20) : مصادر المخاطر في المؤسسة

المجموع		دائما		غالبا		احيانا		نادرا		س16
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	25	%08	02	%68	17	%20	05	%04	01	

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 68 % أجابت ب (غالبا) أي أن غالبية المؤسسات محل الدراسة تتنبأ بالمخاطر التي يمكن أن تعترضها في المستقبل ما نعتبره دليل على الإستراتيجية بعيدة المدى التي تنتهجها أما نسبة 20 % من هاته المؤسسات أجابت ب (أحيانا) و 08 % أجابت ب (دائما) .

الشكل رقم (03-20) : مصادر المخاطر في المؤسسة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

المبحث الثالث : محور المعلومات الخاصة بالذكاء الاقتصادي

السؤال رقم 01 : هل سمعتم بمصطلح الذكاء الاقتصادي

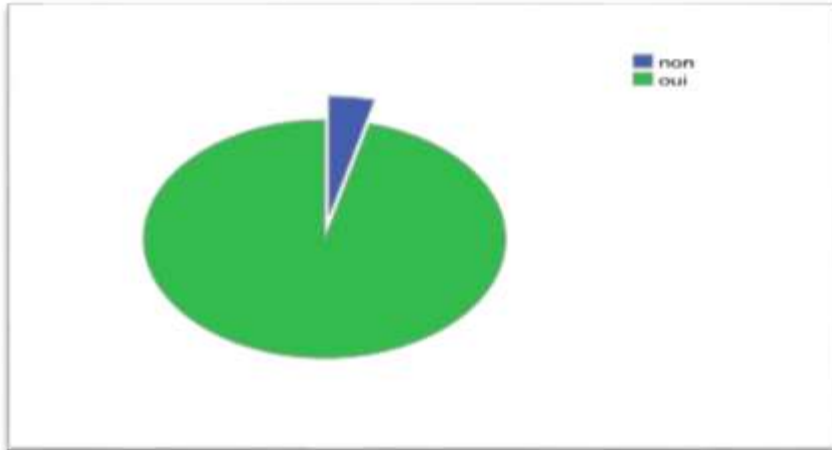
الجدول رقم (03-21) : سماع أفراد العينة بمصطلح الذكاء الاقتصادي

المجموع		لا		نعم		رقم السؤال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 100	25	%04	01	% 96	24	س1

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

يظهر من خلال نتائج الجدول أن عدد الذين لم يسمعو بمصطلح الذكاء الاقتصادي هو واحد فقط ما يشكل نسبة 04 % من مجموع العينة مقابل العدد الأكبر الذين سمعوا بهذا المصطلح حيث بلغوا 24 فردا يشكلون نسبة 96 % وتشير هذه النسبة إلى مدى اطلاع وثقافة أفراد العينة ودرايتهم بهذا الموضوع وتأسيسا على هذه النتيجة سنستمر في تحليل بقية الأسئلة على أساس العينة 24 فقط .

الشكل (03-21) : سماع أفراد العينة بمصطلح الذكاء الاقتصادي



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 02 : هل سماعكم بمصطلح الذكاء الاقتصادي هو:

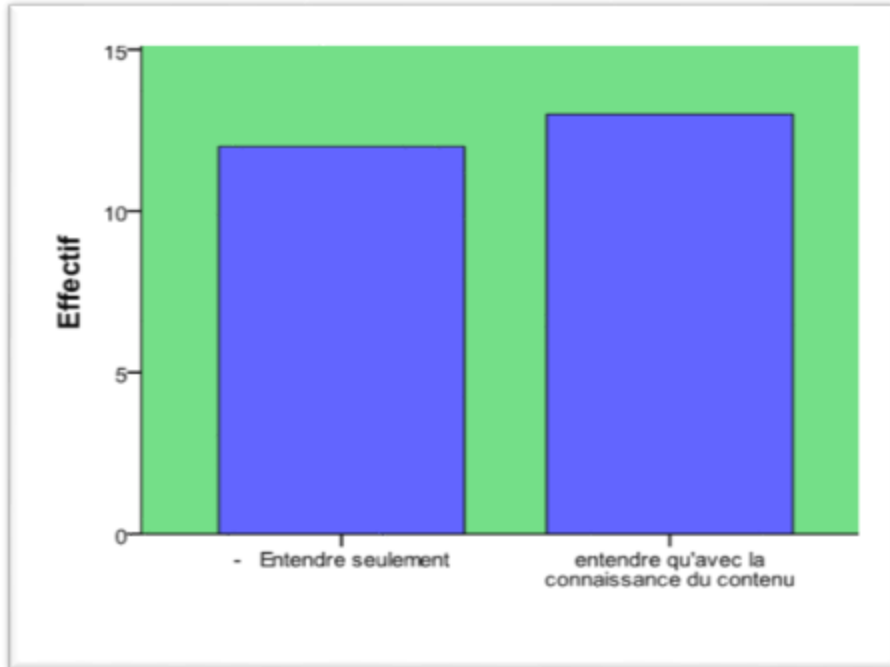
الجدول رقم (03-22) : مدى معرفة أفراد العينة لمصطلح الذكاء الاقتصادي

رقم السؤال	سماع فقط		سماع مع معرفة المضمون		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
س2	11	48%	13	52%	24	100%

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن 11 فردا من أفراد العينة أي ما يشكل نسبة 48% كان سماعهم بمصطلح الذكاء الاقتصادي سماع فقط دون معرفة المضمون فيما أن 13 فردا أي ما يمثل نسبة 52% يعرفون بمصطلح الذكاء الاقتصادي وهي نسبة متوسطة تبين محدودة الثقافة في معرفة مضمون الذكاء الاقتصادي وعليه وحسب نتائج هذا السؤال فان العينة التي ستستمر في الإجابة هي 13 فردا فقط .

الشكل رقم (03-22) : مدى معرفة أفراد العينة لمصطلح الذكاء الاقتصادي



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

- السؤال رقم 03 : ماهو تقدير معرفتكم بالذكاء الاقتصادي ؟

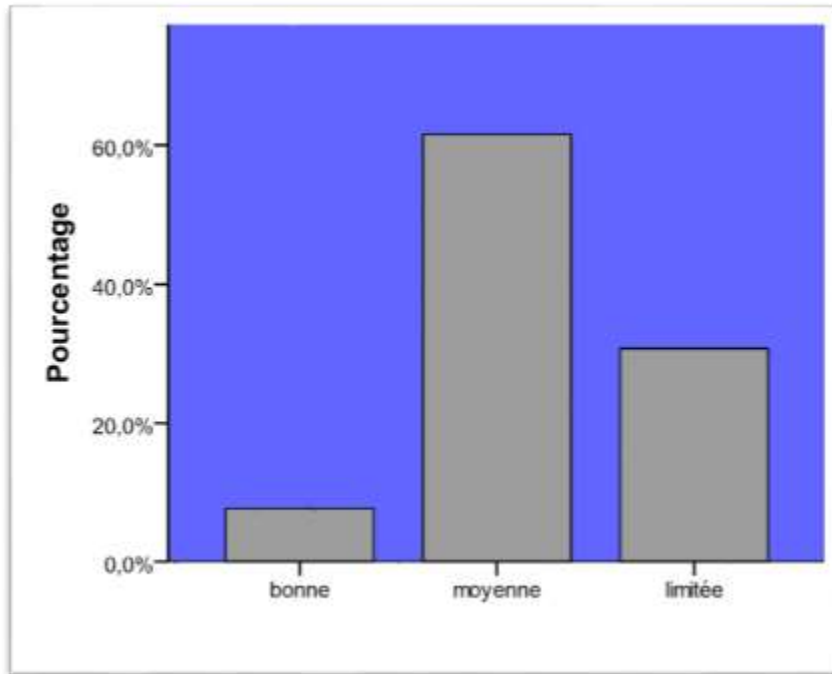
الجدول رقم (03-23): تقدير معرفة أفراد العينة بمفهوم الذكاء الاقتصادي

رقم السؤال	محدودة		متوسطة		جيدة		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
س3	31%	04	61%	08	08%	01	100%	13

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

يلاحظ من خلال الجدول ان 08 من المدراء اي ما يشكلون نسبة 61% كانت معرفتهم بموضوع الذكاء الاقتصادي متوسطة بينما 04 منهم اي ما يشكل نسبة 31% كانت معرفتهم محدودة ، مقابل مدير واحد فقط ويشكل نسبة 08% كانت معرفته جيدة ، ومن خلال هاته النتائج يظهر جليا العوز الكبير في معرفة مدلول الذكاء الاقتصادي .

الشكل (03-23): تقدير معرفة أفراد العينة بمفهوم الذكاء الاقتصادي



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 04 : من أي المصادر الآتية تكونت معرفتكم بالذكاء الاقتصادي؟

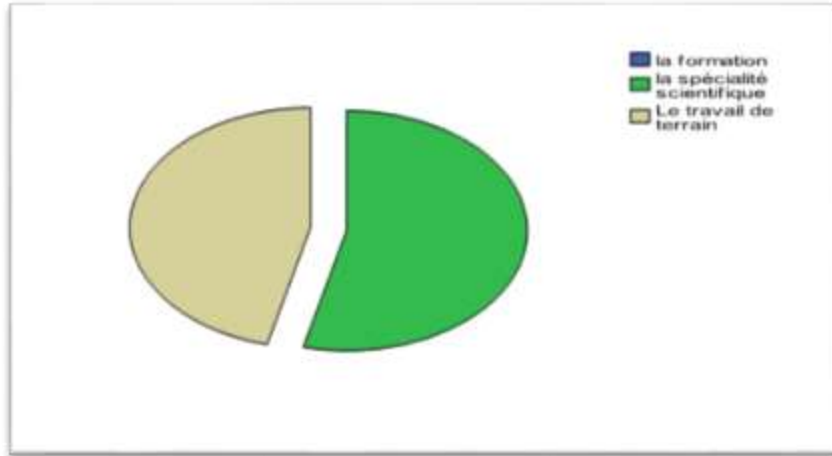
الجدول رقم (03-24) : مصادر معرفة أفراد العينة بموضوع الذكاء الاقتصادي

رقم السؤال	الاختصاص العلمي		ميدان العمل		دورات تكوينية		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
س04	07	% 53	06	% 47	00	%00	13	% 100

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

يظهر من الجدول اعلاه ان 07 من المدراء اي ما يشكلون نسبة 53 % تولدت معرفتهم بموضوع الذكاء الاقتصادي من خلال الاختصاص العلمي بينما 06 من المدراء ما يشكلون 47 % تكونت معرفتهم من خلال ميدان العمل بينما هناك نقص كبير في مجال التكوين في هذا الموضوع وهو ما يؤكد الحاجة إلى تعميق وتحذير المعرفة بهذا الموضوع من خلال العديد من القنوات التدريبية.

الشكل رقم (03-24) : مصادر معرفة أفراد العينة بموضوع الذكاء الاقتصادي



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

- السؤال رقم 05 : هل تطبق مؤسستكم الذكاء الاقتصادي ؟

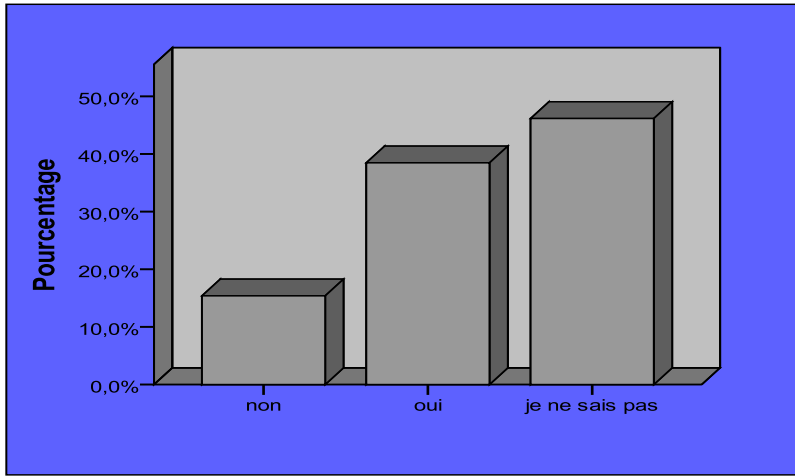
الجدول رقم (03-25) :مدى تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات محل الدراسة

رقم السؤال	نعم		لا		لا ادري		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
س05	05	38%	02	16%	06	46%	13
							100%

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

حسب الجدول ، أجاب 05 مدراء يشكلون نسبة 38% بنعم بينما أجاب مديرين ما يشكلون نسبة 16% ب لا بينما العدد الأكبر وهو 06 مدراء ما يشكلون نسبة 46% أجاب بلا ادري وتشير هاته النتائج الى محدودية تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات محل الدراسة .

الشكل رقم (03-25): مدى تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات محل الدراسة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

- السؤال رقم 06 : ما تصوركم عن مفهوم الذكاء الاقتصادي

كان هذا سؤال مفتوح ارتأيت أن استقصي تصورات المدراء حول الموضوع ، فلم ترد سوى 05 إجابات فقط بخصوص هذا السؤال فهناك من عرفه على انه نظام متكامل لليقظة داخل المؤسسة وهناك من عرفه على انه وسيلة لاتخاذ القرار وانه وسيلة لاكتساب الميزة التنافسية ونظرا لامتناع أغلبية أفراد العينة عن الإجابة فهذا يظهر جليا العوز في فهم الذكاء الاقتصادي .

السؤال رقم 07 : ما تصوركم عن أهداف الذكاء الاقتصادي ؟

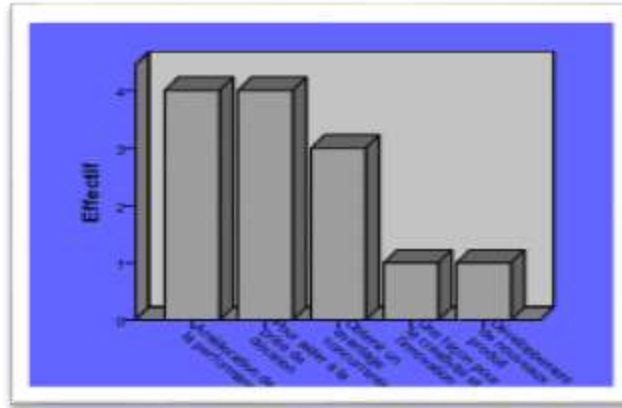
الجدول رقم (03-26) : تصور أفراد العينة عن أهداف الذكاء الاقتصادي

المجموع	وسيلة للإبداع والابتكار		الحصول على الميزة التنافسية		المساعدة في اتخاذ القرارات		تحسين الأداء		تطوير منتج جديد		رقم السؤال	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
% 100	13	% 08	01	%24	03	%30	04	% 30	04	% 08	01	س07

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

هذا السؤال تضمن ستة بدائل إلا أن الإجابات المتحصل عليها انحصرت في 05 بدائل فقط ، فقد أجاب 04 مدراء وهو ما يشكل نسبة 30 % على انه وسيلة لتحسين الأداء و04 آخرين بأنه وسيلة مساعدة في اتخاذ القرار بينما أجاب 03 مدراء من أفراد العينة وهو ما يشكل نسبة 24 % بأنه وسيلة للحصول على الميزة التنافسية بينما أجاب مدير واحد على انه وسيلة لتطوير منتج جديد وآخر على انه وسيلة للإبداع والابتكار بينما امتنع أفراد العينة على انه وسيلة لمعرفة الفرص والتحديات في المؤسسة والتي تعتبر الهدف الأساسي من وراء الذكاء الاقتصادي .

الشكل رقم (03-26): تصور أفراد العينة عن أهداف الذكاء الاقتصادي



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

- السؤال رقم 08 : رتب حسب تصوركم مراحل الذكاء الاقتصادي

الجدول رقم (03-27) : ترتيب مراحل الذكاء الاقتصادي

رقم السؤال	ترتيب صحيح		ترتيب خاطئ		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
س08	04	% 30	09	% 70	13	% 100

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

تم طرح في هذا السؤال مراحل الذكاء الاقتصادي والمتمثلة في أربع مراحل وقد طلب من المستجيبين ترتيبها حسب التسلسل المنطقي، وعند تفريغ الإجابات وجد ان 04 مدراء وهو ما يشكل نسبة 30 % رتبوها بشكل صحيح اما 09 منهم وهو ما يشكل نسبة 70 % رتبوها بشكل خاطئ وهذا ما يشير إلى العوز الكبير في هذا الموضوع.

الشكل رقم (03-27) : ترتيب مراحل الذكاء الاقتصادي



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

- السؤال رقم 09 : هل يتم تداول مصطلح الذكاء الاقتصادي في الاجتماعات التنظيمية وعلى جميع المستويات في مؤسستكم ؟

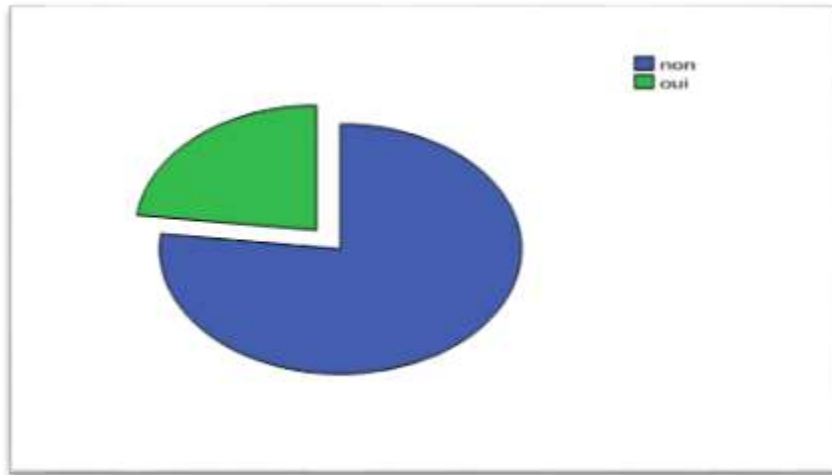
الجدول رقم (03-28): تداول مصطلح الذكاء الاقتصادي في الاجتماعات التنظيمية

رقم السؤال	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
س09	03	% 33	10	% 77	13	% 100

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

من الجدول أعلاه يتضح أن 03 من المدراء فقط وهو ما يمثل نسبة 33 % اجابو بنعم أما 10 مدراء من أفراد العينة وهو ما يشكل 77 % اجابو ب لا أي أن الغالبية منهم اجابو بعدم تداول مصطلح الذكاء الاقتصادي في الاجتماعات التنظيمية مع الموظفين وهذا ما يؤكد بمحدودية تطبيق الذكاء الاقتصادي .

الشكل رقم (03-28): تداول مصطلح الذكاء الاقتصادي في الاجتماعات التنظيمية



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

- السؤال رقم 10 : هل سبق لمؤسستكم أن كانت ضحية لممارسات غير قانونية (استنزاف الإطارات ، القرصنة ، سرقة المعلومات الإستراتيجية) ؟

الجدول رقم (03-29) : مدى تعرض المؤسسات محل الدراسة للممارسات غير القانونية

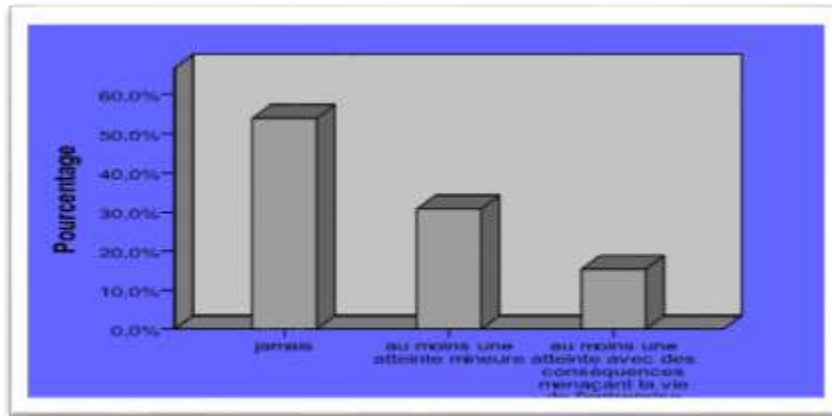
المجموع	انتهاك خطير مع عواقب وخيمة على المؤسسة		مخالفة طفيفة		إطلاقا		رقم السؤال
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
	% 100	13	% 15	02	%31	04	س10

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

طرحنا هذا السؤال من اجل معرفة درجة امن المعلومات في المؤسسة ،فقد أجاب معظم أفراد العينة والذين يشكلون نسبة 54 % بعدم وجود انتهاكات غير قانونية داخل مؤسساتهم اما 04 منهم وهو ما يشكل 31 % اجابو بوجود مخالفات طفيفة اما 02 منهم وهو ما يشكل نسبة 15 % اجابو بوجود انتهاكات خطيرة ذات عواقب وخيمة على المؤسسة وهو ما يوحي بنقص وسائل حماية وامن المعلومات داخل المؤسسة .

الشكل رقم (03-29) : مدى تعرض المؤسسات محل الدراسة للممارسات غير

القانونية



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 11 : هل تعرفون الحدود القانونية لجمع ونشر المعلومات ؟

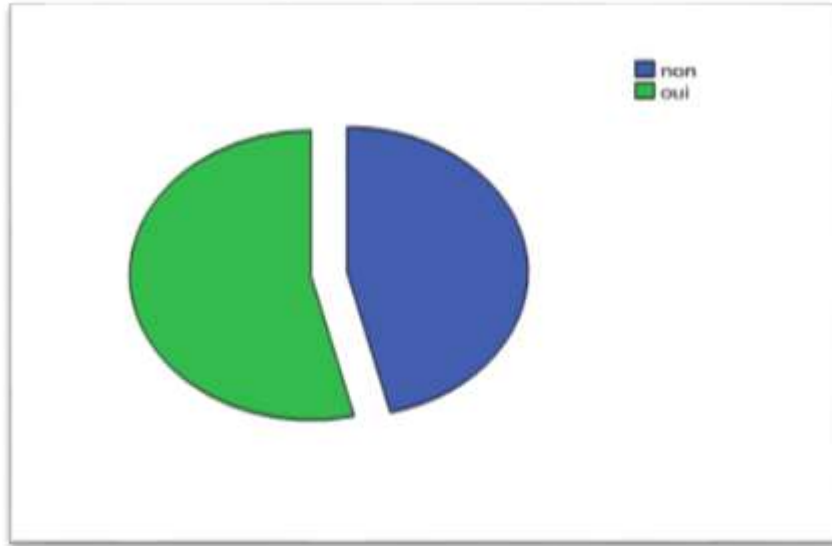
الجدول رقم (03-30) : مدى معرفة أفراد العينة للحدود القانونية لجمع ونشر المعلومات

رقم السؤال	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
س11	07	54%	06	46%	13	100%

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

تم استجواب افراد العينة حول هذا السؤال لغرض معرفة مدى تفريقهم بين الذكاء الاقتصادي والتجسس الاقتصادي ،فقد اجاب 07 مدراء بنعم وهو ما يشكل نسبة 54 % بينما اجاب 06 منهم بلا وهذا معناه ان نسبة 46 % من افراد العينة غير واعية بالحدود القانونية للحصول على المعلومات وبالتالي غير واعية بالفرق ما بين الذكاء الاقتصادي والتجسس الاقتصادي .

الشكل رقم (03-30) : مدى معرفة أفراد العينة للحدود القانونية لجمع ونشر المعلومات



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 12 : هل لديكم تدابير لحماية (أمن) المعلومات في مؤسستكم ؟

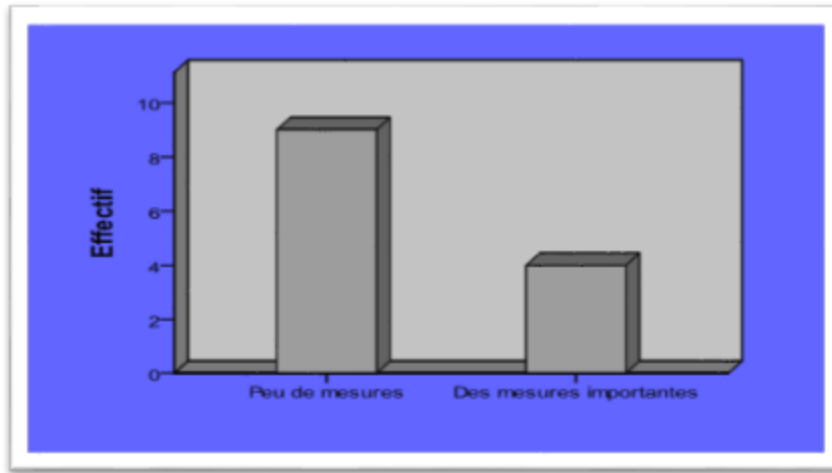
الجدول رقم (03-31): مدى وجود تدابير للأمن المعلوماتي داخل المؤسسة

رقم السؤال	لا يوجد أي إجراء		إجراءات قليلة		إجراءات مهمة		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
س10	07	28%	12	48%	06	24%	25	100%

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

يتضح من خلال الجدول اعلاه ان 12 مدير من افراد العينة ما يشكل 48 % و 06 آخريين يشكلون نسبة 24 % يقرون بوجود تدابير لحماية الإرث المعلوماتي في مؤسساتهم بينما 07 منهم وهو ما يشكل نسبة 28 % اجابو بعدم وجود أي إجراء حمائي للإرث المعلوماتي داخل مؤسساتهم.

الشكل رقم (03-31) : مدى وجود تدابير للأمن المعلوماتي داخل المؤسسة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 13 : من يشارك في جمع ونشر المعلومات في مؤسستكم ؟

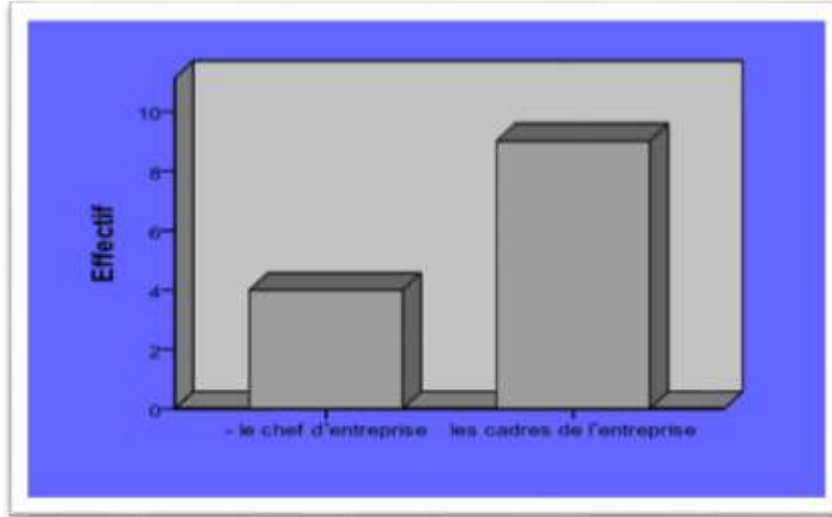
الجدول رقم (03-32) : المكلفين بجمع ونشر المعلومات في المؤسسة

المجموع		الاطارات		المسير		رقم السؤال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 100	13	%70	09	%30	04	س13

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

حسب نتائج تفرغ الاستبيان فان 09 مدراء اي ما يشكل نسبة 70 % اجابو بان إطارات المؤسسة هم الذين توكل اليهم مهمة جمع ونشر المعلومات بينما 04 منهم وهو ما يشكل نسبة 30 % اجابو بان المسير هو من يقوم بهاته المهمة بينما لم ترد اي اجابة فيما يخص الاختيارات الاخرى (الموظفين، أشخاص آخريين) وهو ما يؤكد الطابع اللاتعاووني و لا جماعي في الحصول على المعلومات بينما هو حكر فقط على المسير والمدراء التنفيذيين .

الشكل رقم (03-32): المكلفين بجمع ونشر المعلومات في المؤسسة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

-السؤال رقم 14: هل ترون أن الذكاء الاقتصادي ضروري لعملية اتخاذ القرار؟

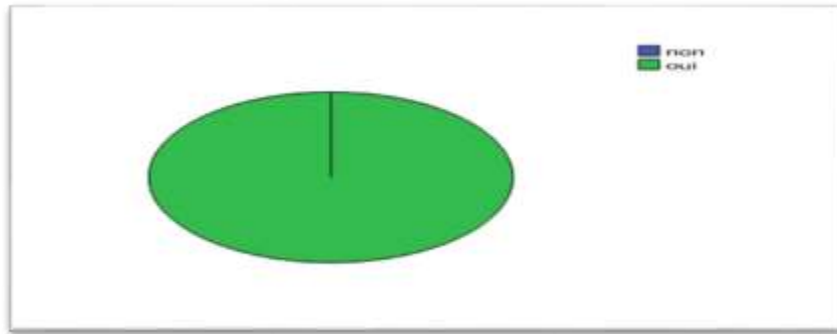
الجدول رقم (03-33): رأي أفراد العينة في أهمية الذكاء الاقتصادي لعملية اتخاذ القرار

رقم السؤال	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
س14	13	%100	00	%00	13	% 100

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

حسب الجدول أعلاه فان كل أفراد العينة اقرروا أن الذكاء الاقتصادي ضروري لعملية اتخاذ القرار وبالتالي فان هناك وعي تام بأهمية الموضوع لكن يظل هناك عوز وحاجة لتعميق المعرفة به.

الشكل رقم (03-33): رأي أفراد العينة في أهمية الذكاء الاقتصادي لعملية اتخاذ القرار



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

السؤال رقم 15: هل ترغبون في الحصول على نتائج هاته الدراسة ؟

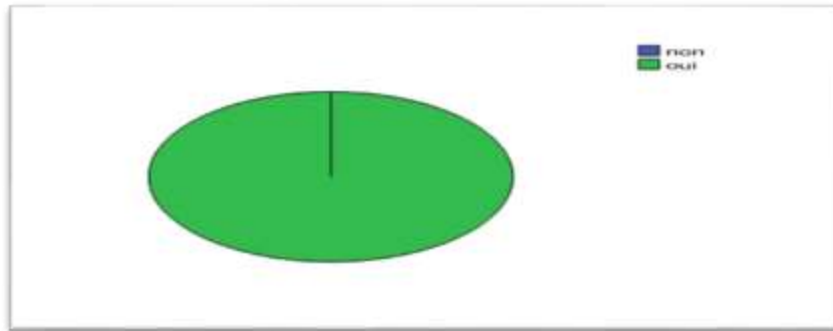
الجدول رقم (03-34) : رغبة أفراد العينة للحصول على نتائج هاته الدراسة

المجموع		لا		نعم		رقم السؤال
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 100	13	%00	00	%100	13	س15

المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

كانت غايتي من هذا السؤال معرفة مدى وعي أفراد العينة بأهمية البحوث والدراسات الأكاديمية كمصدر من مصادر الحصول على المعلومات وقد تحقق ذلك من خلال إجابة أفراد العينة بنسبة 100 % ب (نعم).

الشكل رقم (03-34): رغبة أفراد العينة للحصول على نتائج هاته الدراسة



المصدر : من إعداد الباحثة حسب نتائج الاستبيان

خاتمة الفصل الثالث :

من خلال هذا الفصل المتمثل في الدراسة الميدانية أسقطنا موضوع بحثنا " واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة " على مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية تلمسان قصد دراسة واقع الذكاء الاقتصادي فيها وقد لاحظنا أن هناك تأخرا نسبيا في تطبيق هذا المفهوم، إلا أن هناك بعض المؤشرات التي توحى ببداية الاهتمام به, و قد توصلنا أيضا إلى أن المؤسسات المدروسة لديها ثقافة البحث عن المعلومة وذلك من خلال استعمالها للانترنت والانترانت و حمايتها من خلال استخدام البرامج المتخصصة، كما أنها تقوم بتتبع ما يحدث في بيئتها الخارجية الخاصة والعامة، لكن تبقى الحاجة الملحة إلى استعمال الذكاء الاقتصادي وضبط مفهومه على مستوى الإدارة العليا في هاته المؤسسات واستعمال آلياته من اجل ضمان الميزة التنافسية ومواجهة المنافسة الشرسة على كافة الأصعدة .

الخبائمه العلمه

الخاتمة :

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية بالغة في اقتصاديات الدول، تستمدّها من خصائصها التي تجعلها قادرة على دفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية، لكن نموها واستمرارها تعيقه الكثير من المشاكل التي يجب الوقوف عندها ومعالجتها حتى تتمكن هاته المؤسسات من تحقيق الآفاق المرجوة منها وتفعيل مساهمتها في دفع عجلة التنمية وذلك من خلال توفير مناصب الشغل، المساهمة في زيادة الناتج الداخلي الخام والقيمة المضافة، ترقية الاستثمار وتنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات .

إن فعالية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونجاحها في تحقيق الآفاق المرجوة منها مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بكيفية تكيفها وتفاعلها مع المتغيرات المتسارعة في بيئتها، التي يجب التفاعل معها من أجل اقتناص الفرص واجتنباب التهديدات وذلك لأجل ضمان بقائها واستمراريتها، وإكسابها ميزة تنافسية تؤهلها لمزاومة المؤسسات المنافسة، ولا يتأتى لها ذلك إلا من خلال توفر المعلومة الضرورية في الوقت المناسب والتي يتم الحصول عليها من خلال الذكاء الاقتصادي باعتباره آلية تسمح برصد وتتبع كل ما يحدث في بيئة المؤسسة من أجل توفير المعلومات والبدائل لاتخاذ القرار الصائب، ومعرفة الفرص والتهديدات في ظل بيئة تتسم بالتعقيد وعدم التأكد .

إن انفتاح العالم على مصراعيه وما واكبه من تطور في تكنولوجيات الإعلام والاتصال جعل التحدي الأكبر للمؤسسة ليس في الحصول على المعلومة وإنما في سرعة الوصول إليها قبل منافسيها، بل في كيفية هيكلتها وتحليلها وإثرائها من أجل استعمالها في حل المشاكل والوقاية منها، وتطوير أساليب عمل فعالة قادرة على تأهيل المؤسسة وإعطائها الأسبقية والريادة في مجال النشاط الذي تمارسه وهو ما منح المعلومة طابعها الاستراتيجي الشبيء الذي أملى ضرورة تفعيل دور الذكاء الاقتصادي من أجل تحقيق الاستفادة القصوى من هاته المعلومات وتوظيفها توظيفاً يخدم الأهداف المستقبلية للمنظمة، ومساعدة متخذي القرار على اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب وبالشكل المناسب، فالسرعة، والمرونة، والتفاعل أصبحت من العوامل المحددة لحصول أي مؤسسة على الميزة التنافسية كما أصبحت قدرة متخذي القرار للوصول وبصفة سريعة إلى نتائج جيدة تعتبر الحد الفاصل بين بقاء وزوال المنظمة ففي جميع القطاعات تبحث المؤسسات عن طرق للكشف عن

بيئتها وتبحث عن الوسائل لتدعيم معرفتها وحماية ارثها المعلوماتي وتدعيم قدرتها على الدفاع والهجوم وهو السبيل لاكتساح وامتلاك أكبر حصة في السوق .

لذا فتحليل المؤسسة لبيئتها بواسطة الذكاء الاقتصادي هو أمر ضروري لاتخاذ إجراءات الحيلة والحذر والتفطن للمتغيرات الحاصلة مما يؤهل المؤسسة للتأثير في بيئتها .

أولا /نتائج الدراسة :

1/ النتائج النظرية : من خلال تطرقنا الى موضوع " واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" في الجانب النظري نستخلص عدد من النتائج هي كالتالي :

- إن قيمة المعلومة تعتمد على مدى منفعتها في دعم واتخاذ القرارات المرتبطة مباشرة بتحسين المستويات التنافسية للمؤسسة وتعزيز الموقع التنافسي في نطاق السوق الذي تستهدفه من خلال تطوير أساليب التوقع والتنبؤ بالتغيرات المتسارعة في الأسواق الحاضرة والمستقبلية .

- أن نظام المعلومات هو مجموعة من الأجزاء المترابطة والمتكاملة فيما بينها والتي تعمل على معالجة البيانات وتخزينها بشكل ذكي لإنتاج المعلومات والمعرفة.

- أن الهدف الرئيسي من وراء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال هو تعزيز الميزة التنافسية وذلك من خلال :

- تعزيز الكفاءة التشغيلية وجودة الخدمات وتعزيز القدرة على الابتكار، تطوير المعرفة والتعلم والمشاركة وتحسين العمليات وتخفيض التكلفة ، كسر حواجز الوقت وزيادة الإنتاجية وإيجاد فرص جديدة ، تقليل الوقت المستغرق في تسويق المنتج وتطوير سلسلة الخدمة .

- أن الذكاء الاقتصادي هو ضرورة حتمية في ظل تطورات البيئة وازدياد حدة المنافسة لكل المؤسسات الاقتصادية مهما كان حجمها صغيرة أو كبيرة وهو مفهوم يتعلق بالتسيير الاستراتيجي للمعلومات ، كما انه توليفة لوظائف الاستعلام ، حماية المعلومات و التأثير على البيئة .

- أن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة دور هام وفعال في دفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية من خلال مساهمتها في توفير مناصب الشغل وزيادة الناتج الداخلي الخام والقيمة المضافة وترقية الاستثمار .
- أن الذكاء الاقتصادي ضروري للمؤسسات مهما كان حجمها من خلال التأثير على مؤشرات القدرة التنافسية والتي تتمثل في الربحية، الحصة السوقية، الإنتاجية والتكاليف.
- أن نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتوقف على مدى قدرتها على التكيف مع متغيرات بيئتها ولا يتأتى لها ذلك إلا من خلال التحكم في آليات الذكاء الاقتصادي .
- أن تطبيق الذكاء الاقتصادي في الجزائر متأخرا نوعا ما بالرغم من المساعي الحثيثة إلى تطبيقه على المستويين الكلي والجزئي وذلك بإعطاء أهمية لنظام المعلومات الاقتصادية والتفكير في إنشاء المجلس الأعلى للذكاء الاقتصادي .

2- النتائج الميدانية :

- حاولنا إسقاط دراستنا النظرية على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقد توصلنا إلى النتائج التالية :
- أن تدفق المعلومات في المؤسسات محل الدراسة يتم بصفة بطيئة.
 - أن غالبية المؤسسات تعي الإطار القانوني والأخلاقي في جمع ونشر المعلومات كما أنها لم تكن ضحية لممارسات غير قانونية أو تجسس على ارثها المعلوماتي، وأخرى وجدت بها مخالفات طفيفة فقط، يجدر بنا القول أن المؤسسات محل الدراسة بعيدة تماما عن محاولات التجسس غير أنها وفي سؤال آخر تجيب أغلبية أفراد العينة بتعرضها لمشكلة امن المعلومات مما يوحي بعدم وجود تدابير أمنية للأمن المعلوماتي داخل هاته المؤسسات من هنا نستنتج أن أفراد العينة لا يدركون بعض المصطلحات الخاصة بتسيير المعلومات وأمنها .

- أن جل المؤسسات محل الدراسة تستعمل تكنولوجيايات الاعلام والاتصال (الانترنت،الانترانت،البرامج الخاصة) لادارة المعلومات و إيصالها إلى مختلف هياكل التنظيم، كما أنها تمارس اليقظة التكنولوجية باطلاعها على احدث الابتكارات التكنولوجية.
- أن غالبية المؤسسات محل الدراسة تتكيف مع ما يجري في بيئتها العامة والخاصة تأثراً وتأثيراً.
- أن غالبية المؤسسات محل الدراسة سباقة في استخدام الاستراتيجيات المبتكرة مقارنة بمنافسيها .
- أن غالبية المؤسسات لها رؤية مستقبلية حول مستقبلها وبالتحديد حول الفرص والتهديدات التي تواجهها في بيئتها وتشخيصها لنقاط القوة ونقاط الضعف بها .
- عدم وعي أفراد العينة بأهمية الدراسات والأبحاث العلمية كوسيلة للاستقطاب المعلومات .
- أن جل المؤسسات محل الدراسة لا تستطيع التأثير في القرارات واللوائح الحكومية.
- أن هناك عوز ونقص كبير في ثقافة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات محل الدراسة وذلك لان قرابة 50 % من أفراد العينة لا يدركون مفهوم الذكاء الاقتصادي، وان وجدت فهي ثقافة ناتجة عن المعارف الأكاديمية حسب الاختصاص العلمي لأفراد العينة .
- تأكد أن مستوى المعرفة في الإطار المفاهيمي للذكاء الاقتصادي يتراوح بين (محدود ومتوسط) مع مستوى (جيد) قليل جدا .
- اتضح وجود قصور وتباين في تصورات أفراد العينة حول الذكاء الاقتصادي ولا دقة في ترتيب مراحلها واختلاف في تقدير أهميته.
- أن جمع ونشر المعلومات داخل المؤسسات محل الدراسة يرتكز على المسير والإطارات فقط، غير أنها مهمة حيوية يشترك فيها جميع أفراد المؤسسة أو ممكن أن توكل إلى أفراد متخصصين في هذا المجال خاصة ما يتعلق بجمع المعلومات.
- أن كل أفراد العينة يوافقون على أن الذكاء الاقتصادي ضروري لعملية اتخاذ القرار في المؤسسة.

- أن كل أفراد العينة يرغبون في الحصول على نتائج هاته الدراسة لإدراكهم بأنها مصدرا من مصادر المعلومات في المؤسسة.

- أن المؤسسات محل الدراسة لم تتبنى منهج الذكاء الاقتصادي لكن البعض منها تمارس بعض آلياته بطريقة غير مباشرة وضمنية وبدون معرفتها له.

- هناك إجابات ارتجالية من طرف بعض أفراد العينة محل الدراسة خاصة فيما يتعلق بالجزء الخاص بتسيير المعلومات داخل المؤسسة لمستها من خلال إجراء مقابلات معهم بحيث أنها لا تعكس الواقع.

2/ نتائج اختبار الفرضيات :

من أجل الإجابة على الإشكالية قمنا في بداية الدراسة بصياغة مجموعة من الفرضيات وفيما يلي سنقوم باختبار صحتها أو خطئها وفقا للنتائج المتحصل عليها من خلال الدراسة

- بالنسبة للفرضية الأولى والتي تم صياغتها كالتالي "هناك إرادة قوية من طرف السلطات الجزائرية لتطبيق الذكاء الاقتصادي " فقد تم إثبات صحة هذه الفرضية حيث تبين أن هناك جهود حثيثة ومسعى متواصلة من طرف السلطات الجزائرية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية، وذلك بعدما أدركت حتمية تطبيقه للولوج إلى العصر الجديد المبني على المعلومات والمعرفة .

- بالنسبة للفرضية الثانية والتي تم صياغتها كالتالي " تهتم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالذكاء الاقتصادي ولكنها لا تملك الوسائل المادية ولا البشرية اللازمة لتطبيقه " فقد تم نفي الشرط الأول منها وإثبات صحة شرطها الثاني، وذلك من خلال نتائج الدراسة الميدانية حيث تبين أن هناك قصور في تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات محل الدراسة بل حتى في فهم إطاره المفاهيمي ويعود ذلك أساسا إلى عدم تمكن مسؤولي هاته المؤسسات من فهم أهمية الذكاء الاقتصادي، وهذا ما ينفي الشرط الأول من الفرضية، أما الشرط الثاني منها فقد ثبتت صحته وذلك أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تفتقر إلى الكوادر البشرية المؤهلة التي تستجيب فعلا لحيثيات الذكاء الاقتصادي بالإضافة إلى نقص الوسائل المادية اللازمة .

- بالنسبة للفرضية الثالثة والتي تم صياغتها كالتالي " إن طرح موضوع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية لا يتعدى إطاره النظري وهو ما يعيق عملية الابتكار في النشاط

الاقتصادي " فقد تم إثبات صحة هاته الفرضية من خلال الدراسة الميدانية التي أظهرت عدم تبني الذكاء الاقتصادي من طرف المشروعات الصغيرة والمتوسطة مما يقف حاجزا أمام عملية الإبداع والابتكار فيها.

3/ التوصيات :

على ضوء ما ورد في البحث ، والنتائج المتوصل إليها من خلال دراستنا نقترح جملة من المقترحات نأمل أن تساعد متخذي القرار على الاهتمام أكثر بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطبيق الذكاء الاقتصادي بها لما له من أهمية بالغة في تحقيق البقاء والتميز وهي :

- ✓ ضرورة تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للذكاء الاقتصادي كنظام لتدعيم قراراتها والرفع من تنافسيتها من أجل تحقيق البقاء والاستمرارية .
- ✓ يجب على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرض ثقافة الذكاء الاقتصادي والاهتمام بالموارد البشرية وذلك بتكوينها في هذا التخصص عن طريق المشاركة في الندوات واللقاءات العامة والخاصة.
- ✓ ضرورة تطوير منظومة الإعلام الاقتصادي حيث أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعاني من غياب وجود جهاز إعلامي متخصص يسمح بتوفير المعلومة الاقتصادية الضرورية لنشاطها .
- ✓ تفعيل بنك المعلومات الذي انشأ تبعا للمرسوم التنفيذي رقم 09-05 المؤرخ في 2009/01/04 والمؤسس لبنك المعلومات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- ✓ إنشاء مدارس متخصصة والقيام بالندوات والملتقيات حول أهمية موضوع الذكاء الاقتصادي
- ✓ تعزيز التكوين في موضوع الذكاء الاقتصادي واستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال .
- ✓ تفعيل دور النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية لضمان تدفق المعلومات لمختلف المتعاملين الاقتصاديين .
- ✓ توطيد وتدعيم العلاقة بين الجامعة و المؤسسات .
- ✓ تشجيع البحث والتطوير وتخصيص ميزانيات معتبرة له وذلك من اجل دعم الابتكار والإبداع في المؤسسة

4/ آفاق البحث :

إن تطرقنا لهذا الموضوع جعلنا نكتشف إمكانية المواصلة فيه وذلك من خلال دراسة المواضيع

التالية:

- دور الذكاء الاقتصادي في دعم المعلومة الإستراتيجية.
- الذكاء الاقتصادي واقتصاد المعرفة .
- دور الذكاء الاقتصادي في تدعيم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

الملاحق

استبيان

يهدف هذا الاستبيان إلى دراسة "واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية" ، باعتبار أن تطبيق الذكاء الاقتصادي يعتبر ضرورة حتمية لمواكبة التغيرات التكنولوجية والاقتصادية في العالم بالنسبة للمؤسسات الكبيرة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على حد سواء، هاته الأخيرة التي تمثل أحد أقطاب التنمية الشاملة ومدخلا هاما من مداخل النمو الاقتصادي نظرا لما تتمتع به من مزايا و خصائص تمكنها من المساهمة الكبيرة في تحقيق الأهداف التنموية بشقيها الاقتصادي والاجتماعي.

لذلك فإننا نرجو من سيادتكم الموقرة الرد على مختلف فقرات الاستبيان بكل دقة وموضوعية لما لها من تأثير على مصداقية هذه الدراسة.

نشكركم على تعاونكم معنا ونؤكد لكم التزامنا بالحفاظ على سرية المعلومات المقدمة وعلى استخدامها لأغراض البحث العلمي.

الآنسة : بلحاج

الجزء الأول : معلومات عن المسيرين :

- 1_الجنس : ذكر أنثى
- 2_العمر : أقل من 25 سنة من 25 سنة الى 45 سنة
- 3_الخبرة : أقل من 10 سنوات 10 سنوات فأكثر
- 4_التحصيل العلمي : لا تحوز على شهادة بكالوريا شهادة البكالوريا
- شهادة ليسانس شهادة ماجيستير أو دكتوراه أو مهندس دولة

الجزء الثاني : بطاقة تحليلية عن المؤسسة

- 1- اسم المؤسسة :
- 2- قطاع النشاط الرئيسي :
- 3- عدد العمال :
- 4- طبيعة ملكية رأس المال :
- 5- الصفة القانونية للمؤسسة :

الجزء الثالث : معلومات عامة عن تسيير المعلومات في المؤسسة

يرجى من سيادتكم المحترمة التفضل بالإجابة عن الأسئلة الواردة في هذا الجدول بوضع اشارة (X) في الخانة المناسبة

دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	إطلاقا	الفقرات	
					1 في مؤسستكم تتدفق المعلومات بسرعة	
					2 تقومون بالحصول على المعلومات في إطار أخلاقي بعيدا عن التجسس	
					3 تعاني مؤسستكم من مشكلة أمن المعلومات	
					4 هل توابون أحدث الابتكارات التكنولوجية	
					5 في مؤسستكم يعتمد البحث عن المعلومات على الانترنت	
					6 في مؤسستكم تعتمدون الشبكة الداخلية لنشر المعلومات	
					7 في مؤسستكم تعتمدون برامج خاصة لإدارة المعلومات (جمع، معالجة و تخزين)	
					08 مؤسستكم تتكيف مع ما يجري في محيطها (العملاء،الموردين والمنافسين)	
					09 مؤسستكم تتكيف مع ما يجري في بيئتها العامة (الاجتماعية،القانونية و الاقتصادية)	
					10 هل تستطيع مؤسستكم التأثير في محيطها	
					11 هل مؤسستكم تستخدم استراتيجيات مبتكرة مقارنة بالمنافسين	
					12 هل تعرفون الفرص والتهديدات التي تواجه مؤسستكم	
					13 هل تعرفون نقاط القوة والضعف في مؤسستكم	
					14 هل مؤسستكم لديها وسيلة للتأثير على قرارات الحكومة (قوانين،التنظيمات واللوائح)	
					15 تلجأ مؤسستكم إلى التعاون مع مخابر البحث والجهات الاستشارية العلمية للحصول على المعلومات	
					16 مؤسستكم تحدد مصادر المخاطر التي تعترضها	

الجزء الرابع : معلومات خاصة بالذكاء الاقتصادي

- 1- هل سمعتم بمصطلح الذكاء الاقتصادي : نعم لا
- 2- هل سماعكم بمصطلح الذكاء الاقتصادي هو :
سماع فقط سماع مع معرفة المضمون
- 3- ما هو تقدير معرفتكم بالذكاء الاقتصادي ؟
محدودة متوسطة جيدة
- 4- من أي المصادر الآتية تكونت معرفتكم بالذكاء الاقتصادي :
دورات تدريبية الاختصاص العلمي ميدان العمل
- 5- هل تطبق مؤسستكم الذكاء الاقتصادي ؟
نعم لا لا أدري
- 6- ما تصوركم عن مفهوم الذكاء الاقتصادي :
.....
- 7- ما تصوركم عن أهداف الذكاء الاقتصادي ؟
- تطوير منتج جديد - تحسين الأداء
- المساعدة في اتخاذ القرارات - الحصول على الميزة التنافسية
- اقتناص الفرص ومعرفة التهديدات - وسيلة للإبداع والابتكار
- 8- رتب حسب تصوركم مراحل الذكاء الاقتصادي :

الترتيب	الفقرات
	معالجة وتحليل البيانات
	اتخاذ الإجراء المناسب
	تحديد الاحتياجات
	جمع المعلومات والبيانات

9- هل يتم تداول مصطلح الذكاء الاقتصادي في الاجتماعات التنظيمية وعلى جميع المستويات في مؤسستكم ؟

نعم لا

10- هل سبق لمؤسستكم أن كانت ضحية لممارسات غير قانونية (استنزاف الإطارات ، القرصنة ، سرقة المعلومات الإستراتيجية) ؟

- لا أدري - مخالفة طفيفة

- انتهاك خطير مع عواقب وخيمة على المؤسسة

11- هل تعرفون الحدود القانونية لجمع ونشر المعلومات ؟

نعم لا

12- هل لديكم تدابير لحماية (أمن) المعلومات في مؤسستكم ؟

- لا يوجد أي إجراءات

- إجراءات قليلة

- إجراءات مهمة

13- من يشارك في جمع ونشر المعلومات في مؤسستكم ؟

- المسير - الإطارات

- الموظفين - أشخاص آخريين

14- هل ترون أن الذكاء الاقتصادي ضروري لعملية اتخاذ القرار؟

نعم لا

15- هل ترغبون في الحصول على النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ؟

نعم لا

الرجاء إبداء رأيكم حول الموضوع في بضعة أسطر :

.....
.....
.....

شكرا لتفهمكم وتعاونكم

Questionnaire

Ce questionnaire a pour objectif de reconnaître la réalité de l'intelligence économique dans les petites et moyennes entreprises.

Je vous prie de bien vouloir répondre aux différents paragraphes du questionnaire avec précision et objectivité .la précision de vos réponses aux paragraphes aura un impact significatif sur la crédibilité de l'information fournie par cette thèse et sa qualité.

Nous vous remercions de votre collaboration et nous vous assurons notre engagement par rapport à la confidentialité des renseignements que vous nous fournirez et leur emploi pour les besoins de la recherche scientifique.

Nous vous remercions de votre collaboration

Melle Belhadj

PARTIE I : RENSEIGNEMENTS POUR LES GESTIONNAIRES

- Indiquer votre sexe :
 - Homme femme
- Quelle est votre tranche d'âge :
 - Moins de 25 ans De 25 ans à 45 ans
 - 45 ans et plus
- Quelle est votre expérience:
 - Moins de 10 ans - 10 ans et plus
- Quel est votre niveau d'instruction :
 - non bachelier - bachelier
 - Licencié - magister ou doctorat ou d'ingénieur d'État

PARTIE II : FICHE SIGNALÉTIQUE

- 1- Nom de votre entreprise :.....
- 2- Secteur d'activité principale :.....
- 3- Nombre de salariés de l'entreprise :.....
- 4- La nature de la propriété du capital :.....
- 5- Le statut juridique de l'entreprise :.....

PARTIE III : Gestion de l'information dans l'entreprise

Nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions suivantes en mettant une croix (x) à la case correspondante

N°	Paragraphes	Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	dans votre entreprise, l'information circule vite					
2	Vous accédez à l'information dans un cadre éthique loin de l'espionnage					
3	vous entreprise est sensibilisée au problème de sécurité de l'information					
4	vous vous tenez au courant des dernières innovations technologiques					
5	Dans votre entreprise la recherche de l'information s'appuie sur l'internet					
6	Dans votre entreprise la diffusion de l'information s'appuie sur l'intranet					
7	vous entreprise utilise des logiciels spécifiques pour la gestion de l'information (collecte ,traitement ,stockage					
08	vous vous tenez au courant de ce qui se passe dans votre secteur d'activité (fournisseurs , clients ,concurrents					
09	vous vous tenez au courant de ce qui se passe dans l'environnement global de l'entreprise (tendance sociale ,juridique ,économique					
10	vous entreprise a t-elle la capacité d'influencé son environnement					
11	vous utilisez des stratégies novatrices par rapport à celle de vos concurrents					
12	vous connaissez les opportunités et les menaces propres à votre entreprise					
13	vous connaissez les forces et les faiblesses propres à votre entreprise					
14	vous entreprise se donne les moyens d'influencer les décisions des pouvoirs publics (lois ,normes ,règlements)					
15	vous entreprise de collaborer avec les laboratoires de recherche et les organismes consultatifs scientifiques pour obtenir des informations					
16	Vous entreprise identifie les sources des risques auxquels ils sont confrontés					

Partie IV : Information pour l' intelligence économique

- 1 - Avez-vous entendu parler de l'intelligence économique :
 - Oui - Non
- 2 - Avez-vous entendu le terme de l' intelligence économique :
 - Entendre seulement - entendre avec la connaissance du contenu
- 3- Quelle est votre connaissance de l'estimation de l'intelligence économique?
 - Bonne - moyenne - limitée
- 4- l'une des sources suivantes sur l'intelligence économique repose sur :
 - la formation la spécialité scientifique Le travail de terrain
- 5- Est-ce que votre entreprise applique l' intelligence économique?
 Oui Non Je ne sais pas
- 6- Quelle est votre vision sur le concept de l'intelligence économique ?

- 7- Quels sont vos objectifs de l'intelligence en appliquant l'intelligence économique?
 - Développement de nouveaux produit - Amélioration de la performance
 - Pour aider à la prise de décision - Obtenir un avantage concurrentiel
 - Saisir les opportunités et les menaces
 - Une façon pour la créativité et l'innovation

8 - Trier les étapes de l'intelligence économique:

Paragraphes	Classement
Traitement et analyse des données	
Prendre les mesures appropriées	
identifier les besoins	
Information et collecte de données	

9- lors des réunions d'organisation , est ce que l'intelligence économique est abordée?

- Oui - Non

10 - avez vous déjà été victime d'une pratique illégale (débauchage des cadres , piratage informatique , vol d'information stratégiques)

- jamais - au moins une atteinte mineure
- au moins une atteinte avec des conséquences menaçant la vie de l'entreprise

11- Connaissez-vous les limites légales pour la collecte et la diffusion de l'information?

- Oui - Non

12- Existe-t-il des mesures de sécurité de l'information dans votre entreprise?

- Aucune mesure - Peu de mesures

- Des mesures importantes

13- dans votre entreprise, qui participent à la collecte et de la diffusion de l'information?

- le chef d'entreprise - les cadres de l'entreprise

- les employés de l'entreprise -autres personnes

14 - Pensez-vous que l'intelligence économique est nécessaire pour la prise de décision ?

- Oui - Non

15 - Souhaitez-vous recevoir les conclusions de cette étude : Oui - Non

- Prière de vouloir proposer votre avis sur le sujet en quelques lignes :

.....
.....
.....

Merci de votre aide et votre compréhension

المراجع

أولا : الكتب

أ – باللغة العربية :

- هاشم فوزي العبادي، جليل كاظم العارضي، نظم إدارة المعلومات ، منظور استراتيجي ،دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن،2012 .
- ربحي مصطفى عليان ،اقتصاد المعلومات ،دار الصفاء للنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى، الإسكندرية ،2010 .
- حمد الصيرفي ، إدارة تكنولوجيا المعلومات دار الفكر الجامعي ،الطبعة الأولى، الإسكندرية 2009
- عامر ابراهيم قندلجي ،علاء الدين عبد القادر الجنابي ،نظم المعلومات الادارية دار المسيرة ،عمان، الاردن . 2009
- ربحي مصطفى عليان ،إدارة المعرفة ،دار الصفاء للنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى، عمان،الأردن ،2008.
- محمد الطائي ،اقتصاديات المعلومات –القوة الناعمة في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،الطبعة الأولى ،عمان، الأردن ،2007 .
- معالي فهمي حيدر ،نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية ،الدار الجامعية ،الإسكندرية 2002 .
- حسين علي، استثمار الإبداع في عالم الأعمال من الفكرة إلى المنتج - سلسلة الرضا للمعلومات ،دار الرضا للنشر ،الطبعة الأولى ،سوريا ،2000.
- عماد الصباغ، نظم المعلومات ماهيتها ومكوناتها ، الطبعة الأولى ،دار الثقافة للنشر والتوزيع،الأردن،2000 .
- سونيا محمد البكري ، نظم المعلومات الإدارية - المفاهيم الأساسية - ،الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع ، الإسكندرية ،مصر، 1999 .

ب- باللغة الفرنسية :

- Sophie Larivet, Intelligence économique-Enquête dans 100PME ,L'harmattan ,paris,2009.
- Michel Monereau , Management des organisations touristiques, Editions Bréal ,paris 2008.
- Martin Christophe, Pratiques de prévention des risques professionnels dans les PME-PMI,lavoisier,paris,2008.
- Alain juillet , modèle d'intelligence économique , Economica , Paris, 2004.
- Robert Reix, système d'information et management des organisations ,Vuibert ,paris,5eme Edition ,2004
- Oliver Torres," les PME" Edition Flammarion , France, 1999.
- Bernard Besson –jean claud possin - l'audite d'intelligence économique, maitre en place a optimiser dispositif coordonné d'intelligence économique – dunois paris 1998 .
- Bertrand Duchéneaut , Enquête sur les PME françaises: identités, contextes, chiffres , Editions Maxima paris , 1995 .
- François Jakobiak, Pratique de la veille technologique, Amazon ,paris,1991.

ثانيا : المذكرات والأطروحات

1/ المذكرات :

أ – باللغة العربية :

- 1- حلیمی لامية ، دور اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، جامعة محمد بوقرة بومرداس 2009/2008.
- 2- الحاج على حليلة ، إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، جامعة قسنطينة ، 2008-2009.
- 3- قنيدرة سمية ، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة ، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة قسنطينة ، 2009-2010 .
- 4- علاوي نصيرة ، اليقظة الإستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة ، مذكرة ماجستير تخصص تسيير الموارد البشرية ، 2010-2011 .

2/ الأطروحات :

- 1- شلابي مصطفى، مستوى استخدام نظام المعلومات التسويقية في اتخاذ القرارات ، المزيج التسويقي والتطبيقي على قطاع الصناعات الغذائية بالجزائر – أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة – الجزائر-2008 .
- 2- مباركى سمرة ، تطور المؤسسة الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل التغيرات البيئية الجديدة ، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سيدي بلعباس ، 2012-2013 .

ب – باللغة الفرنسية :

- Marie-Christine, Dynamisation du dispositif de veille stratégique pour la conduite de stratégie proactive dans les entreprise industrielles ,thèse pour le doctorat, université lumière, lyone 2 , 2000

ثالثا : الملتقيات والمؤتمرات

1/ الملتقيات :

- 1- جمال الدين سحنون ،فاضل عبد القادر ،الذكاء الاقتصادي وأمن المؤسسة ،الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية يومي 17/18 افريل 2006
- 2- عامر عامر أحمد ،جميلة أحسن ،التسيير الاستراتيجي وصياغة الاستراتيجيات التنافسية ،الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية .
- 3- ضحاك نجية , المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الأمس واليوم آفاق ,الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية 'يومي 17 و18 افريل 2006.
- 4- بن موسى بشير ، زواري فرحات سليمان ، إستراتيجية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر كآلية لدعم التنمية المستدامة على مستوى التشغيل والبيئة ، الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ، جامعة الوادي، 05-2013/05/06

2-المؤتمرات

أ-باللغة العربية :

1. عبد الرزاق خليل ،احلام بوعبدلي ،الذكاء الاقتصادي في خدمة منظمات الأعمال المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الادارية،جامعة الزيتونة،الاردن ، 27-28-افريل 2005.
2. مصطفى بودرامة ، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المشروعات الصغيرة والمتوسطة ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة ،عمان الأردن 23-26 افريل 2012

3. سهام عبد الكريم ، سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، عمان الأردن 23-26 افريل 2012
4. عبد الفتاح بوخمحم، صالح محمد، الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، عمان الأردن 23-26 افريل 2012.
5. يحشوش حسين ، الذكاء الاقتصادي : مقارنة نظرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، عمان الأردن 23-26 افريل 2012 .
6. كمال رزيق ، اهمية ذكاء الأعمال في تطوير وتحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، عمان الأردن 23-26 افريل 2012 .
7. عبد الله بلوناس، لمجد بوزيدي، دور الذكاء الاقتصادي في دعم المعلومة الاستراتيجية (مع الاشارة الى حالة الجزائر)، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، عمان الأردن 23-26 افريل 2012 .

ب - باللغة الفرنسية :

-zakaria diakité , Qu'est-ce que l'intelligence économique (IE) et quelle est son utilité pour l'Afrique, Séminaire de formation en intelligence Economique en Afrique francophone ,mars 2011 .

رابعا : التقارير

باللغة الفرنسية :

-L'intelligence Economique Et Strategie Des Entreprises" Rapport Du Groupe Preside Par Henri Marter Fevrier 1994

خامسا : المجالات والجرائد

أ-باللغة العربية :

1- حمداني محمد ، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية ، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية - العدد 2012/02

2- محمد زرقون ، زينب شطبية ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية الجزائرية ، مجلة آداء المؤسسات الجزائرية – العدد 2013/03 ، جامعة ورقلة.

3- آيت عيسى ، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر – آفاق وقيود ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا – العدد السادس .

ب- باللغة الفرنسية :

-louis Quéré" Au juste, qu'est –ce que l'information ?" revue réseaux, volume 18, numéro 100 Hermès science publications, 2000.

سادسا :المواقع الالكترونية

-http://www.medefparis.fr/Livre_Blanc.pdf

-<http://www.maghress.com/alittihad/88581>

- <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/241421>

http://www.andpme.org.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=80&Itemid=396&lang=ar

- http://www.elmouwatin.dz/spip.php?page=imprimer&id_article=5132

سابعا : المراسيم والقوانين

- المرسوم التشريعي رقم 18/01 المؤرخ في 2001/12/12 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 77 الصادر بتاريخ 2001/12/15 .

ثامنا : النشرات الإعلامية

- نشرة المعلومات الإحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2013 عدد 24 وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة .

الفهرس العام

الفهرس العام

الصفحة

.....	شكر وتقدير
.....	الفهرس المختصر
.....	قائمة الجداول والأشكال
.....	قائمة الرموز والمصطلحات
06 -01	المقدمة العامة
	الفصل الأول : مدخل إلى المعلومة والذكاء الاقتصادي
07	مقدمة الفصل
08	-المبحث الأول : عموميات عن المعلومات ونظم المعلومات
08	- المطلب الأول : ماهية المعلومات
08	- الفرع الأول :تعريف المعلومات
12	- الفرع الثاني : خصائص المعلومات وأهميتها
16	- الفرع الثالث :المعلومات الإستراتيجية
19	- المطلب الثاني : نظم المعلومات
19	- الفرع الأول :تعريف نظام المعلومات
21	- الفرع الثاني : خصائص وأهداف نظم المعلومات
23	- الفرع الثالث :أنواع نظم المعلومات وبعض المشاكل التي تواجه أمنها ...
26	- المطلب الثالث : تكنولوجيا المعلومات والاتصال
26	- الفرع الأول :تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال
27	- الفرع الثاني :أسباب التسارع في التوجه نحو تكنولوجيا المعلومات والاتصال
27	- الفرع الثالث : الأهداف الإستراتيجية لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال
29	- المبحث الثاني :عموميات عن الذكاء الاقتصادي
29	- المطلب الأول : ماهية الذكاء الاقتصادي
29	-الفرع الأول :تعريف الذكاء الاقتصادي

32	- الفرع الثاني :مراحل وخصائص الذكاء الاقتصادي
34	- الفرع الثالث : مكونات الذكاء الاقتصادي
36	- المطلب الثاني :الذكاء الاقتصادي ،التحسس ،الأخلاق والقانون.....
36	- الفرع الأول : الذكاء الاقتصادي والتحسس الاقتصادي
37	- الفرع الثاني :الذكاء الاقتصادي والأخلاق
38	- الفرع الثالث : الذكاء الاقتصادي والقانون
40	- المطلب الثالث : النماذج الكبرى في الذكاء الاقتصادي
40	- الفرع الاول :النموذج الياباني
41	- الفرع الثاني :النموذج الامريكى
41	- الفرع الثالث : النموذج الفرنسي
43	- المبحث الثالث : دعائم الذكاء الاقتصادي
43	- المطلب الأول : ماهية اليقظة
43	- الفرع الأول : تعريف اليقظة
44	- الفرع الثاني : وسائل اليقظة
46	- الفرع الثالث : مراحل اليقظة
46	- المطلب الثاني : مختلف أنواع اليقظة
46	- الفرع الأول :اليقظة التكنولوجية
47	- الفرع الثاني : اليقظة التنافسية
47	- الفرع الثالث :اليقظة التجارية
48	-الفرع الرابع : أنواع أخرى لليقظة
48	- المطلب الثالث : تنفيذ الذكاء الاقتصادي في المؤسسة
48	- الفرع الأول : تطبيقات الذكاء الاقتصادي في المؤسسة
49	- الفرع الثاني:الشروط الضرورية لتطبيق نظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسة
50	- الفرع الثالث : نماذج الذكاء الاقتصادي في المؤسسة
52	خاتمة الفصل

الفصل الثاني : المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

- 53 مقدمة الفصل
- 54 - المبحث الأول : عموميات حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 54 - المطلب الأول : ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 54 - الفرع الأول : تعاريف عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 56 - الفرع الثاني: نشأة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.....
- 60 - الفرع الثالث: خصائص ومزايا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 62 - المطلب الثاني: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم الاقتصاد الوطني
- 62 - الفرع الأول : الدور الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر
- 65 - الفرع الثاني : الدور الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر
- 66 - الفرع الثالث : مشاكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 69 - المطلب الثالث : واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر
- 69 - الفرع الأول : تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.....
- 71 - الفرع الثاني :توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع النشاط
- 72 - الفرع الثالث: توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب الجهات الجغرافية
- 74 المبحث الثاني : برنامج إعادة التأهيل كإجراء لتحسين القدرات التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 74 المطلب الأول: ماهية برنامج إعادة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 74 - الفرع الأول: مفهوم إعادة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 76 - الفرع الثاني: دوافع برنامج إعادة التأهيل
- 77 - الفرع الثالث:أهداف برنامج إعادة التأهيل.....
- 79 - المطلب الثاني:آليات الدعم وأنظمة التحفيز على الاستثمار
- 79 - الفرع الأول : الوكالة الوطنية لتسيير القروض الصغيرة
- 80 - الفرع الثاني : الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب
- 80 - الفرع الثالث : الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر

- 81 - الفرع الرابع : الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة
- 81 - المطلب الثالث : مؤسسات الدعم المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 81 - الفرع الأول :صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 81 - الفرع الثاني: صندوق ضمان قروض الاستثمار
- 82 - الفرع الثالث:علاقة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالذكاء الاقتصادي
- 83 - المبحث الثالث: مدى تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية
- 83 - المطلب الأول: دور واهمية الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 83 - الفرع الأول: كيفية مساهمة الذكاء الاقتصادي في توليد الأفكار الريادية
- 85 - الفرع الثاني : دور الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 86 - الفرع الثالث : دور الذكاء الاقتصادي في تنمية تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 88 - المطلب الثاني: واقع تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية
- 88 - الفرع الأول : واقع تطبيق الذكاء الاقتصادي في الجزائر
- 89 - الفرع الثاني: الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال تطبيق الذكاء الاقتصادي
- 90 - المطلب الثالث : إجراءات دعم الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- 90 - الفرع الأول : تركيز جهود البحث والتطوير
- 90 - الفرع الثاني : الاهتمام بعنصر الإبداع وتسييره
- 91 - الفرع الثالث : دعم استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال
- 92 خاتمة الفصل

الفصل الثالث : الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

93	مقدمة الفصل :
94	المبحث الاول : منهجية الدراسة الميدانية ووصف عينة الاستبيان
94	- المطلب الأول : منهجية الدراسة الميدانية
94	-الفرع الاول : أدوات جمع وتحليل البيانات
95	- الفرع الثاني: أساليب التحليل المستخدمة
95	المطلب الثاني : مجتمع الدراسة وحجم العينة
95	-الفرع الأول : مجتمع الدراسة
95	-الفرع الثاني : حجم العينة
95	-الفرع الثالث : الحدود الزمانية والمكانية للاستبيان
96	المبحث الثاني : تحليل نتائج الاستبيان والدراسة
96	-المطلب الأول: محور المعلومات الشخصية
100	-المطلب الثاني: محور المعلومات الخاصة بتسيير المعلومات في المؤسسة
116	المبحث الثالث : محور المعلومات الخاصة بالذكاء الاقتصادي
131	خاتمة الفصل
132	الخاتمة العامة

الملخص :

من اجل تحسين الأداء وزيادة الفعالية تسعى المؤسسات الجزائرية إلى مواكبة آخر التطورات التي تفرضها المتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية في العالم لاسيما ما تعلق منها بالسبق المعلوماتي الذي يمكن المؤسسة من اتخاذ قرارات ذات جودة في الوقت المناسب اعتمادا على ما بحوزتها من معلومات ومعارف

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور وأهمية الذكاء الاقتصادي في تفعيل تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وواقع تطبيقه فيها والجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية من اجل إرساء آلياته حتى تتمكن هاته الأخيرة من تحسين تنافسيته في الأسواق العالمية.

الكلمات المفتاحية : الذكاء الاقتصادي ،اليقظة الإستراتيجية ، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

Résumé:

Afin d'améliorer les performances et d'accroître l'efficacité, les institutions algériennes cherchent à se tenir au courant des derniers développements imposés par les changements économiques et technologiques dans le monde, en particulier ceux relatifs à la priorité d'information qui favorise l'institution à prendre des décisions de qualité en temps opportun en fonction de sa possession de l'information et de la connaissance.

Cette étude vise à mettre en évidence le rôle et l'importance de l'intelligence économique dans la compétitivité des petites et moyennes entreprises Algériennes , son application réelle ainsi que les efforts de l'État algérien en vue d'établir des mécanismes qui puissent améliorer leur compétitivité dans les marchés mondiaux.

Mots clés: L' intelligence économique, la veille stratégique, les petites et moyennes entreprises.

Abstract :

In order to improve performance and increase the effectiveness of the Algerian institutions seeking to keep abreast of the latest developments imposed by the economic and technological changes on the world , especially what is related to the pioneering informatics that enable the institution, relying on its information and knowledge, to make timely qualitative decisions

This study aims at showing the role and the importance of economic intelligence in making the competition between Algerian small and Medium-sized enterprises, its actual implementation within these enterprises, and the efforts made by the Algerian state more effective in the sake of establishing its mechanics, in order for this later, to improve its competitiveness in the global markets.

Key words: economic intelligence, strategic surveillance, small and medium enterprises.