

## الذكاء الإقتصادي وأثره في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر Economic Intelligence And Its Impact On The Promotion Of Exports Outside Hydrocarbons In Algeria

أ.د. مخولفي عبد السلام

جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر  
ma\_abdessalem@yahoo.fr

ط.د. قادري عائشة

جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر  
kadriaicha08bechar@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/01/04

تاريخ الاستلام: 2018/05/31

### الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مساهمة نظام الذكاء الإقتصادي في ترقية وتطوير الصادرات خارج المحروقات في الجزائر من أجل نمو إقتصادي مستدام. وتم اتباع المنهج الوصفي والتحليلي لإستخلاص نتائج الدراسة، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة أن تحليل مكامن الضعف في مسيرة الإقتصاد الجزائري يجب أن لا يشكل نظرة تشاؤمية، بل دعامة لتصحيح الوضع الحالي، والبحث عن الفرص المتاحة لتطويرها ومضاعفتها وتحليل أهم العوائق التي تحد من نموها، من خلال تبني الذكاء الإقتصادي كنظام ووضع نموذج إقتصادي جديد.

**الكلمات المفتاحية:** إقتصاد جزائري، تجارة خارجية، ترقية صادرات، تنوع إقتصادي، ذكاء إقتصادي، معلومات.

### Abstract :

This study aims at identifying the contribution of the economic intelligence system to the promotion and development of extra-fuel exports in Algeria for sustainable economic growth. The analysis of the weaknesses in the Algerian economy should not be a pessimistic view but rather a pillar to correct the current situation, to look for opportunities to develop and multiply it and to analyze the most important obstacles to its growth. Through the adoption of economic intelligence as a system and the development of a new economic model.

**Key Words:** Algerian Economy, Foreign Trade, Export Promotion, Economic Diversification Economic Intelligence, Information

**JEL Classification :** E02, E23, F18, M38, O12.

\* مرسل المقال: قادري عائشة (kadriaicha08bechar@gmail.com)

**1. المقدمة:**

إن نجاح سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، يقتضي رفع الكفاءة الإقتصادية بخلق مناخ تنافسي بين المؤسسات الإقتصادية داخل البلد على إعتبار أن السوق المحلى الآن أصبح سوقا مفتوحا على العالم. وإقامة تحالفات فيما بين المؤسسات. فالجزائر تمتلك ميزة نسبية في قطاعات هامة مما يجعل أمر ترقية وتنمية الصادرات خارج المحروقات الوطنية ممكنا جدا بتظافر جهود الجميع ضمن نظام لبناء إقتصاد غير نفطي. والذكاء الإقتصادي هو من بين الإستراتيجيات لتنمية الصادرات خارج المحروقات، وتحقيق التنمية الإقتصادية في جميع المستويات، لذا أصبح الذكاء الإقتصادي من المواضيع التي تشغل اهتمام الدولة الجزائرية، من أجل البحث عن المعلومة الإستراتيجية المفيدة للفاعلين الإقتصاديين ومعالجتها وتوزيعها قصد إستغلالها الإستغلال الأحسن، وبحث عن الأسواق الخارجية.

**1.1. إشكالية الدراسة:**

يمكن صياغة الإشكالية الجوهرية التي تتمحور حولها الدراسة في:

ماهي آليات ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات في إطار تطبيق الذكاء الإقتصادي، لإعطاء نتائج فعلية وملموسة؟

**1.2. أهمية الدراسة:**

تكتسب الدراسة أهمية في كونها تكتسي أهمية قصوي خاصة وأنها تتناسب مع المرحلة الراهنة التي تمر بها الجزائر من إصلاحات عميقة، وفتح المجال أمامها لتصبح قوة تتمتع بالمبادرة وتتسم بفاعلية التحليل والإستشراف. ولذا فإن تبني نظام الذكاء الإقتصادي كحل من شأنه العمل على إعادة إتوازن المنشود للبلاد، وتجنبها للأزمات المحتملة.

أ. الأهمية العملية: تتمثل الأهمية العملية في الحصول على المعلومة الإستراتيجية المفيدة من خلال تطبيق آليات نظام الذكاء الإقتصادي فيما يتعلق بترقية وتنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات.

ب. الأهمية العلمية: تتمثل في توفير مادة علمية عن الذكاء الإقتصادي والصادرات الجزائرية خارج المحروقات يمكن استفادة الباحثين منها.

**1.3. أهداف الدراسة:**

الغرض الرئيسي لهذه الدراسة يتركز في التعرف على طبيعة الأثر المحتمل للذكاء الإقتصادي على ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات وذلك لتحقيق مجموعة من الأهداف، وهي على النحو الآتي:

- الإجابة على الإشكالية المطروحة مع التوسع في الدراسة بطريقة موضوعية علمية وكذا إظهار مساهمة الذكاء الإقتصادي في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر؛
- إلقاء الضوء على الذكاء الإقتصادي كمفهوم فرض نفسه جراء التغيرات السريعة في المحيط التنافسي للمؤسسات والدول، مع إبراز مكانة الصادرات خارج المحروقات في القطاع الإقتصادي.

#### 4.1. المنهج المستخدم:

اعتمدت الدراسة على تبني المنهج الوصفي والتحليلي، تم من خلاله طرح الجانب النظري عن طريق الإستعانة بعدد من المصادر العلمية والبحوث والدراسات والأبحاث المنشورة في الدوريات والمجلات العلمية، وذلك لغرض توضيح المفاهيم الأساسية حول موضوع الدراسة، مع الإستعانة بالمنهج التحليلي لإستخلاص نتائج الدراسة وتقديم التوصيات الضرورية حول الدراسة.

#### 2. الدراسات السابقة:

يعتبر تقديم وتحليل الدراسات السابقة المرتبطة بالموضوع من أهم معايير تحديد البناء البحثي السليم إذ تساهم في دعم الفهم الإيجابي حول الموضوع المدروس. ومن بين الدراسات التي تناولت الذكاء الإقتصادي والصادرات خارج المحروقات في الجزائر، نذكر منها:

1.2. دراسة بنغمة صونية (2017) بعنوان: « الذكاء الإقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الإستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية - دراسة حالة عينة من المؤسسات الإقتصادية » أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التجارية، جامعة محمد بوضياف المسيلة.

هدفت الدراسة إلى محاولة التعريف بالتحديات الإستراتيجية التي تواجهها المؤسسة الإقتصادية والتأكيد على أن المعلومة الإستراتيجية في حد ذاتها تعد ركيزة المؤسسة التنافسية. والوقوف على واقع ممارسة تقنيات الذكاء الإقتصادي على عينة المؤسسات الإقتصادية التي تم تحديدها ومدى معرفة ووعي متخذي القرار بهذه الآلية الإدارية الحديثة واستخدامها كآلية تحكم في المعلومة الإستراتيجية والمساهمة في صناعة مؤسسة تنافسية، ثم الإعتماد المنهج الوصفي والتحليلي في الجانب النظري أما الجانب التطبيقي على عينة من المؤسسات الإقتصادية وتمثلت أدوات الدراسة في الإستبانة، بالإضافة إلى المقابلة والملاحظة للإطلاع أكثر على مدى توافر وتطبيق آليات الذكاء الإقتصادي.

من بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن مستوى اهتمام المؤسسات الإقتصادية بدراسة التحديات الإستراتيجية وتحليلها يمكن اعتباره مقبولا، كما أن هذه المؤسسات لا تعي حقيقة مفهوم الذكاء الإقتصادي وأهميته ممارسته كأسلوب اداري مستحدث ضمن الإستراتيجية العامة لها. ولقد أثبتت الدراسة أن هناك علاقة بين تطبيق وممارسة تقنيات الذكاء الإقتصادي وعملية التحكم والسيطرة على المعلومة الإستراتيجية، الأمر الذي أثبت وجود علاقة بين التحكم في المعلومة الإستراتيجية ومسألة صناعة مؤسسة تنافسية.

2.2. دراسة خوالد أبوبكر، بوزرب خير الدين (2017) بعنوان: « الذكاء الإقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية الإقتصاديات والدول - قراءة في التجربة اليابانية »، مقال، مجلة البشائر الاقتصادية المجلد الثالث العدد 03.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح الدور الذي يلعبه الذكاء الإقتصادي في تعزيز تنافسية الإقتصاديات والدول، وأن تبني الذكاء الإقتصادي يمكن المؤسسات من معرفة ما تحتاج إليه من معلومات عن بيئتها (الأنشطة، المصادر

الزبائن، الأسواق، المنتجات، الخدمات، الأسعار)، هذا ما يمكنها من وضع تصور واضح لإزاء عملياتها الراهنة واستباق وإدارة التغيرات استعدادا للمستقبل من أجل تصميم الإستراتيجيات الملائمة لخلق القيمة للزبون وتحسين الربحية في الأسواق الحالية والمستقبلية. كما أن الذكاء الإقتصادي يساهم في تطوير منتجات وخدمات جديدة، زيادة كفاءة المؤسسات، تحسين المبيعات، حيازة المزايا التنافسية واستدامتها والمساعدة في اتخاذ القرارات العالية الجودة في ظل توفر المعلومات وانخفاض مستوى عدم التأكد. من بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- يلعب الذكاء الإقتصادي دورا بارزا في تعزيز تنافسية الدول إذ يمكنها من تطوير سوق العمل دعم أنشطة البحث والتطوير والإبداع والابتكار، التحكم في التكنولوجيا المتطورة، تشجيع الإستثمار المحلى والأجنبي، تحسين معدلات النمو الإقتصادي والتنمية، تحقيق رفاهية المجتمع، تحسين عملية إتخاذ القرارات على مستوى الدولة، وحماية الإرث المعرفي.

**3.2. دراسة علمي لزهري (2017) بعنوان: « أهمية الذكاء الإقتصادي في فهم بيئة المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية - دراسة حالة المؤسسات الإقتصادية الجزائرية »، أطروحة دكتوراه تخصص علوم التسيير، جامعة الجزائر3.**

حاولت هذه الدراسة تأكيد على أن إرساء الذكاء الإقتصادي مرتبط بشكل رئيسي بثمين الكفاءات والإستغلال العقلاني للموارد وتضافر جهود الجميع وأن الذكاء الإقتصادي هو من بين أهم عوامل التنافسية المبنية على المعرفة والابتكار وهذا بتوفره للمعلومات. وأن تحليل تجارب بعض الدول بهدف الإستفادة مما قد يكون ايجابيا ومراعاة خصوصيات الوطنية بإضافة إلى اكتشاف واقع ممارسة الذكاء الإقتصادي في المؤسسات الإقتصادية الجزائرية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي في الدراسة وتمثلت أدوات الدراسة في إستبانة وزعت على إطارات المسيرة للمؤسسات الإقتصادية لتبين مدى معرفتهم للذكاء الإقتصادي وممارسته لزيادة القدرة التنافسية للمؤسسة. من بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- مازالت المؤسسات الجزائرية تتخبط في صعوبات تحول دون تبنيتها لمنظومة الذكاء الإقتصادي ومن أهم هذه الصعوبات ضعف الوعي بمفهوم الذكاء الإقتصادي من طرف مسيري المؤسسات وهذا من خلال انتشار ثقافة احتكار المعلومة في مختلف هياكل المؤسسة وغياب ثقافة المشاركة في استغلال هذه المعلومات، وهذا لإقتناع معظم الإداريين بأن احتكار المعلومة والإحتفاظ بها هو مصدر الحصول على السلطة.

**4.2. دراسة قشرو فييحة (2017) بعنوان: « إستراتيجية ترقية وتنوع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر في ظل التحولات الإقتصادية العالمية-دراسة تحليلية للفترة 2000-2014 »، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية وبنوك، جامعة الدكتور يحي فارس المدية؛**

أشارت هذه الدراسة إلى تقييم مدى نجاعة الإستراتيجية المتبعة في الجزائر لترقية وتنوع الصادرات خارج المحروقات وتقديم السبل والآليات الضرورية لتفعيلها وإحرازها لنتائج إيجابية تظهر من خلال زيادة حجم الصادرات

خارج المحروقات وتنويعها وتقديم نمذجة قياسية لمحددات الصادرات خارج المحروقات في الجزائر من أجل تفعيل الإستراتيجية الكلية القائمة على ترقية وتنويع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

**5.2. دراسة إلهام أيت بن اعمر بن عجال (2017) بعنوان: « آليات تشجيع الصادرات خارج قطاع المحروقات - واقع وآفاق - دراسة تحليلية للفترة 2000-2014 »، أطروحة دكتوراه تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر3؛**

أشارت الدراسة إلى التعرف على مختلف القطاعات المعنية بتطوير الصادرات غير النفطية ومدى مساهمتها في تنويع الإقتصاد الوطني وحل المشكلات التي يعاني منها قطاع التصدير خارج المحروقات وإعطاء الحلول الممكنة. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

● عدم تنويع الصادرات راجع لغياب إستراتيجية وطنية للتصدير وانعكاسه على المؤسسات الجزائرية، حيث هُتمش القطاع لعدة سنوات بتوجه المتعاملين الإقتصاديين نحو الإستيراد والتخلي عن الإنتاج الوطني فالتوعية بالتصدير تبقى من مهام مؤسسات الدعم لعملية التصدير كألجكس والغرفة الوطنية للتجارة والصناعة، وهي الدافع نحو الإنتاج وتحسين النوعية لمواجهة التنافسية في الأسواق الخارجية.

**6.2. دراسة سليمان دحو (2016) بعنوان: « التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات - دراسة ميدانية لواقع تسويق التمور في عينة من المؤسسات المصدرة للتمور بالجنوب الشرقي »، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة؛**

أظهرت هذه الدراسة أنه يلاحظ على الإقتصاد الجزائري هيمنة المحروقات على الصادرات حيث وصلت نسبتها إلى 98% في السنوات الأخيرة وهذا له نتائج وخيمة في حال انهيار أسعار المحروقات والتي هي شديدة الحساسية للمتغيرات السياسية والإقتصادية والإجتماعية التي تحدث في العالم وأن المحروقات من المواد الآيلة للزوال. ويعتبر منتوج التمور من أهم المنتجات التي يمكن أن تساهم في تنمية الصادرات خارج المحروقات باعتبار أن الجزائر من أهم الدول المنتجة للتمور من حيث الكمية والنوعية. ومن النتائج التي توصلت إليها أنها يجب دفع الصادرات الزراعية وخاصة منتوج التمور حتى يكون إحدى الأدوات التي تسمح بتنويع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.

**7.2. دراسة عروش نصيرة (2014) بعنوان:**

**« Essai d'analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie: contraintes et résultats »**

رسالة ماجستير، تخصص إقتصاد ومالية الدولية، جامعة ملود معمري تيزي وزو.

الإشكالية العامة في هذه الدراسة تضمنت أنه إلى أي مدى يمكن للسياسة الخاصة بدعم الصادرات خارج المحروقات المطبقة من طرف الحكومة الجزائرية أن ترفع القيود المعيقة لعملية التصدير لمؤسسات التصديرية وتعزيز وجودها في الأسواق الدولية؟ توصلت الدراسة إلى مجموعة من نتائج:

• وجود فجوة بين خطابات الحكومة في تشجيع الصادرات خارج المحروقات، وبين ماهو موجود على أرض الواقع حيث أن الصادرات خارج المحروقات مازالت لا ترقى إلى الطموحات الموجودة ولا تترجم الإمكانيات الحقيقية الموجودة في الجزائر.

8.2. دراسة مصطفى بروبي (2011) بعنوان:

« L'intelligence économique etude du cadre théorique et démarche de mise en œuvre. Quelles pratique dans l'entreprise algérienne »

أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير، جامعة الجزائر3.

توصل الباحث بعد معالجة هذا الموضوع أن الذكاء الإقتصادي مصطلح جديد أنتج مهاماً جديدة ومعارف تتطور يوماً بعد آخر، كما أصبح يعتمد في مناهج علم التسيير تدريجاً وتطبيقاً خاصة في الدول المتقدمة. وخلصت الدراسة في النهاية إلى أن إسقاط هذا الموضوع على واقع الإقتصاد الجزائري ما زال في بدايته ويحتاج إلى تطوير واجتهاد لإعادة تأهيل المؤسسات من هذا المنظور.

9.2. دراسة Chedia Dhaoui (2008) بعنوان:

«Les Critères De Réussite Dun Système D'intelligence économique pour un Meilleur Pilotage Stratégique », Thèse Doctorat, Université Nancy2 France.

عالجت الدراسة آلية عمل الذكاء الإقتصادي من خلال اقتراحه كنظام قيادة استراتيجي للمؤسسات ودمجه بالممارسات الإدارية وجعله في خدمة إستراتيجية المؤسسة، وتم تنفيذ الدراسة على سبع مؤسسات تونسية كبرى تم من خلالها قياس قوة ارتباط استخدام نظام الذكاء الإقتصادي بتحسين تنافسية المؤسسات محل الدراسة من خلال محاور ثقافية، إستراتيجية، معلوماتية، فردية، تنظيمية وتكنولوجية. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

• تقييم واقع نجاح نظام الذكاء الإقتصادي داخل المؤسسات التونسية، وتقديم نموذج لتقييم مدى نجاح نظام الذكاء الإقتصادي قائم على عوامل مفتاحية لتقدير إستراتيجية نجاح المؤسسة.

من خلال الدراسات السابقة تبين لنا أن الدراسات سالفة الذكر تناولت متغير الذكاء الإقتصادي و ثم استخدامه بمتغيرات أخرى نذكر منها المعلومة الإستراتيجية، القدرة التنافسية... ومتغير الصادرات ثم عرضه مع متغيرات منها التسويق الدولي... وتضمنت الدراسة الحالية عن الدراسات سابقة بعداً جديداً، فاستخدمت الدراسة متغير الذكاء الإقتصادي مع متغير ترقية الصادرات.

3. الإطار النظري لمتغيرات الدراسة

1.3. الذكاء الإقتصادي

يعد الذكاء الإقتصادي من أهم وأحدث المفاهيم الإقتصادية التي توصل إليها المفكرون، فقد حظي باهتمام كبير من قبل الباحثين والمؤسسات. وهو يتركز على التحكم في المعلومة حمايتها واستعمالها كأداة للضغط من أجل تحكم المؤسسة في المحيط ويضمن للمؤسسات والدول الحفاظ على مكانتها.

أ. **تعريف الذكاء الإقتصادي:** رغم حداثة الدراسات المهمة بمفهوم الذكاء الإقتصادي إلا أنه حضي بحجم كبير من التعاريف. حيث عرف **Alice Guilhon** الذكاء الإقتصادي هو: سيورة جمع معالجة، حماية ونشر المعلومة لخلق في النهاية معارف ومنتجات جديدة. (Alice, 2004, p. 23)

في سنة 2005 عرف **Alain Juillet** الذكاء الإقتصادي على أنه: يشمل على السيطرة وحماية المعلومة الإستراتيجية لجميع الأعوان الإقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الصناعي، الأمن الإقتصادي وأمن المؤسسات وكذا تعزيز سياسة التأثير والنفوذ في البلاد. (بوقليغ، 2016، ص 15)

وفي تعريف للذكاء الإقتصادي: هو مفهوم جديد، يندرج في إطار النموذج الحديث للحرب الإقتصادية، حيث يقوم على مقارنة جماعية تحترم القانون، وتشمل جميع الأنشطة المتعلقة بإدارة المعلومات الناتجة عن ترصد البيئة التنافسية وحمايتها وتقاسمها واستغلالها في إتخاذ القرارات الإستراتيجية، وكذا لدعم النفوذ والتأثير لفائدة المؤسسات والحكومات، حيث يرقى إلى سياسة عامة تهدف إلى دعم القدرات الإقتصادية الوطنية بفضل التحكم الجماعي في المعلومات. (Marcon, Moinet, & Nicolas, 2006, pp. 30-36)

وفي سنة 2008، أشارت وزارة الصناعة وترقية الإستثمار إلى أن الذكاء الإقتصادي: إطار إستراتيجي لتكييف السلوكات بحيث سيتم توجيه الفاعلين الإقتصاديين والإشراف عليهم وهم يتابعون مصالحهم وهكذا سيصبحون فاعلي تحويل وضعهم وكذا محيطهم الإقتصادي والإجتماعي. كما اعتبره كآلية فعالة لتسيير المعارف ومسعى لضمان الدفاع عن طاقات المؤسسة والحفاظ عليها ورفع القدرات وحصص السوق من جهة ورفع طاقات التراث الوطني من جهة أخرى. (خلفلاوي، 2013، ص 241)

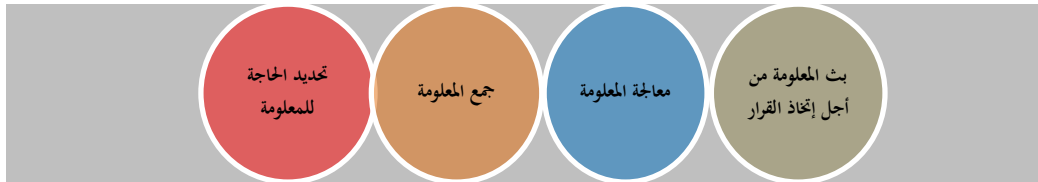
يمكن حوصلة ما سبق، في تعريف شامل أن الذكاء الإقتصادي عبارة عن نظام يستعمل ويجمع مختلف الممارسات واستراتيجيات استغلال وتطوير المعلومات القابلة للإستعمال على مستوى المؤسسة أو الدولة ومختلف مستوياتها، والغرض منه يكمن في إنتاج المعلومات الإستراتيجية والتكتيكية ذات القيمة المضافة العالية، بهدف تحقيق التنمية والأمن الإقتصادي للمؤسسات والدول على حد سواء ذلك عن طريق الإستغلال الأمثل لكل الإمكانيات المالية، المادية والبشرية، نهيك عن إنتهاج الطرق والمناهج التنظيمية والتسييرية،

ب. **أهداف الذكاء الإقتصادي:** ينطوي الذكاء الإقتصادي على جانب هام من الإستراتيجية الوطنية الصناعية التي ترمي إلى تحقيق أهداف هامة تتمثل فيما يلي: (غلاب وزغيب، 2012، ص 163 - 164)

- نشر ثقافة ذكاء الإقتصادي التي تطمح إلى تطوير السلوكات الفردية والجماعية للفاعلين الإقتصاديين والخواص في إطار رؤية جماعية ومتعددة الإختصاصات؛
- ضمان تعاون بين القطاع العمومي والقطاع الخاص وتطوير نظرة جديدة لعلاقتهما القائمة على الثقة المتبادلة الضرورية لتطوير الصناعة الوطنية؛
- ترقية التنمية وضمان أمن الأملاك التكنولوجية والصناعية الوطنية من خلال وضع ترتيب للرصود قادرة على مواجهة رهانات انفتاح السوق الوطنية للمنافسة والحد من الممارسات غير النزيهة للمنافسين؛

- تطوير الوظيفة الإستشرافية من خلال التنسيق بين الهيئات العمومية والمؤسسات والجامعات مراكز البحث والفاعلين الإقتصاديين من أجل ضبط التطور وتحديد الأعمال الإستراتيجية التي يجب القيام بها على المديين المتوسط والطويل في مجال الصناعة الوطنية؛
- الذكاء الإقتصادي له ثلاث دعائم تتمثل في: تشجيع تنافسية المؤسسات عن طريق غزوا الأسواق، ضمان الأمن الإقتصادي عن طريق سن القوانين والأنظمة، دعم سياسة التأثير على مستوى الهيئات المعروفة بإعدادها للنظم والمعايير التي تدير الحياة الإقتصادية. (خلفلاوي، 2013، ص 227)
- ت. **مراحل الذكاء الإقتصادي:** إن أول مرحلة لنشاط الذكاء الإقتصادي تتمثل في تحديد الحاجة للمعلومة، حيازة المعلومة، معالجتها، واستعمالها ويمكن عرض أهم مراحل الذكاء الإقتصادي فيمايلي: (عبد الرزاق وبوعبدلي، 2012، ص 11-12)
- **تحديد الحاجة للمعلومة:** أي ماهي المعلومات التي نرغب في الحصول عليها؟، وهو ما يتطلب من المتخصصين في الذكاء الإقتصادي معرفة جيدة بتنظيم المؤسسة؛
- **جمع المعلومة:** ذلك من خلال مختلف مصادر الحصول على المعلومات؛
- **معالجة المعلومة:** حيث أن معالجة المعلومة هي أساس الذكاء الإقتصادي، فهذا الإجراء يعتمد أساسا على قيمة المعلومة بالنسبة للمستعمل؛
- **بث المعلومة من أجل اتخاذ القرار:** أي إعطاء قيمة لهذه المعلومة ببثها داخل المؤسسة حتى تساهم في خلق قيمة مضافة. إن كل العمليات السابقة، تحديد، تجميع ومعالجة المعلومة تكون بدون فائدة إذا لم يتم بث هذه المعلومة وإيصالها لمتخذي القرار بالمؤسسة.

### الشكل 01: "مراحل الذكاء الإقتصادي"



Source : (Harroussi, S, 2004, P28).

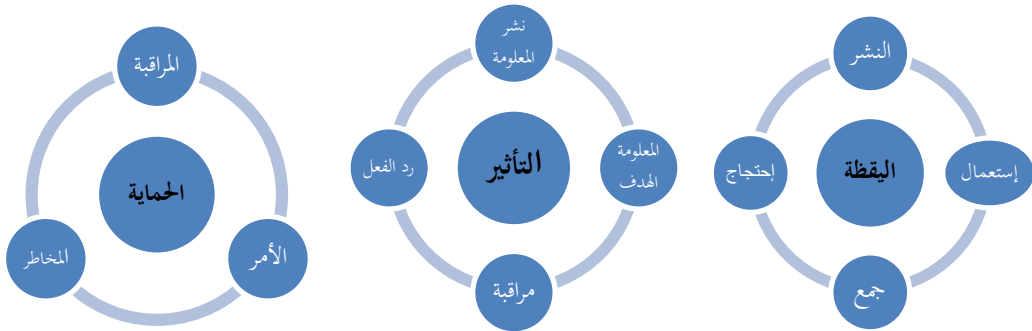
- ث. **عناصر الذكاء الإقتصادي:** يتألف نظام الذكاء الإقتصادي من ثلاث عناصر مترابطة ومتكاملة وتتمثل في اليقظة الإستراتيجية، الأمن والتأثير.
- **اليقظة الإستراتيجية:** تلعب اليقظة الإستراتيجية دورا متكاملا في نظام الذكاء الإقتصادي، ونظام اليقظة الإستراتيجية يجمع بين أسلوبين متكاملين (الإندار والمتابعة)، الأولى تنبه المسؤولين للظواهر الجديدة أو البارزة، أما الثانية تسمح بتتبع التطورات. حيث يمكن تلخيص دورها في أربعة وظائف وهي: (LESCA, 1997, p. 27)
- **التوقع:** توقعات لنشاط المنافسين أو تغيرات المحيط.



- **الإكتشاف:** إكتشاف منافسين جدد أو محتملين، مؤسسات التي يمكن شرائها أو التي يمكن إقامة شراكة معها من أجل التطور، وإكتشاف فرص في السوق.
- **المراقبة:** مراقبة تطورات عرض المنتجات في السوق، التطورات التكنولوجية أو طرق الإنتاج التي تسمح أو تستهدف النشاط.
- **التعلم:** تعلم خصائص الأسواق الجديدة، أخطاء ونجاح المنافسين، مما يسهل تقدير المشاريع، وضع أسلوب جديد للتسيير أو بناء نظرة موحدة للمسيرين.
- **الحماية (الأمن):** يتضمن الحماية المادية للمعلومات والتراث المعنوي للمؤسسة. على وجه التحديد هو التدقيق في التهديدات ونقاط الضعف، تحسيس الموظفين بالإجراءات الوقائية المنسجمة مع إستراتيجية المؤسسة، يحدد المخاطر التي تواجه أنظمة المعلومات وحمايتها وفقا لذلك. (رقامي، 2015، ص 20)
- **التأثير:** إستخدام المعلومة بطريقة تمكن المؤسسة من العمل على بيتنها لجعلها أكثر ملائمة لتحقيق أهدافها الإستراتيجية ومواجهة التيارات التي قد تكون ضارة. وللتأثير عدة وسائل أهمها التأثير عن طريق حملات الإتصال وهكذا التأثير على المستهلك، التأثير بإستخدام التفكير أو ما يسمى التأثير على قادة الرأي، وأخيرا التأثير عن طريق الضغط أو ما يطلق عليه (Lobbying). (عبد الكريم، 2012، ص 666-679).
- يمكن أن نستنتج أن نظام الذكاء الإقتصادي يتركز على ثلاثة عناصر رئيسية هي: (مغمولي، 2016، ص 20)

- تشجيع التنافسية عن طريق غزو الأسواق الدولية والعالمية؛
- دعم سياسة التأثير بالطرق الدبلوماسية؛
- ضمان الأمن الإقتصادي عن طريق سن القوانين والأنظمة.

### الشكل 02: "عناصر الذكاء الإقتصادي"



Source : (M.jean-Pierre DUFAU, 2010, P5).

## 2.3. واقع التصدير في الجزائر

تولي الدول النامية والدول المتقدمة على السواء أهمية بالغة لترقية الصادرات وتنويعها باعتبارها المنفذ الأكبر لتوفير النقد الأجنبي والمساهمة بالعائدات في تمويل البرامج التنموية الإقتصادية التي تمس مختلف القطاعات. إلا أن ما حدث في الجزائر هو العمل على الترقية دون التنوع في الصادرات ما جعل الإقتصاد الوطني يعتمد بشكل كبير على صادرات قطاع المحروقات.

## أ. دراسة الصادرات خارج المحروقات في الجزائر

الجدول 01: بنية الصادرات الجزائرية خلال الفترة (2006 - 2016)

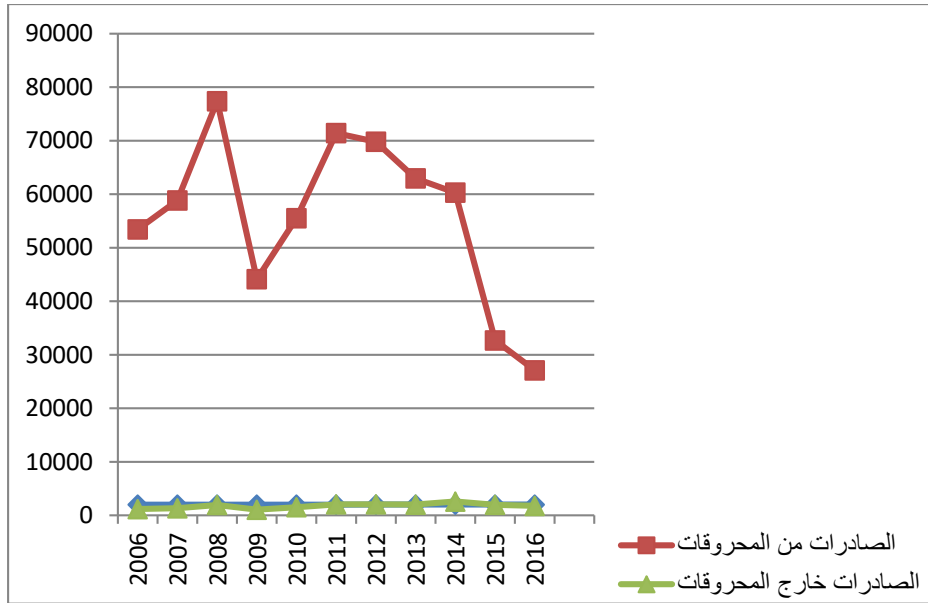
الوحدة: مليون دولار أمريكي

إجمالي الصادرات	الصادرات خارج المحروقات	الصادرات من المحروقات	البيان السنوات
54613	1184	53429	2006
60163	1332	58831	2007
79298	1937	77391	2008
45194	1066	44128	2009
57053	1526	55527	2010
73489	2062	71427	2011
71866	2062	69804	2012
64974	2014	62960	2013
62886	2582	60304	2014
34668	1969	32699	2015
28883	1781	27102	2016

المصدر: إحصائيات المركز الوطني للإعلام والإحصائيات CNIS للسنوات (2006-2016)/

يتبين لنا من الجدول أعلاه أن هيكل الصادرات الجزائرية يعتمد بالدرجة الأولى على قطاع المحروقات، طوال فترة الدراسة بنسبة أكثر من 97% من إجمالي الصادرات، حيث تتراوح نسبتها في الفترة (2006 - 2016) ما بين 97.88% و 93.83% على التوالي. والرسم البياني التالي يبين تطور حصيلة صادرات المحروقات والصادرات خارج المحروقات خلال الفترة المدروسة.

## الشكل 03: تطور حصيلة صادرات المحروقات وخارج المحروقات للجزائر (2006 - 2016)



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على معطيات الجدول (01).

سجلت سنة 2006 ما قيمته 53429 مليون دولار أمريكي في حين وصلت الحصيلة في 2016 إلى 27102 مليون دولار أمريكي، لكن في سنة 2016 عرفت حصيلة الصادرات تسجيل أدنى قيمة بنسبة 93.83% من إجمالي الصادرات بسبب تراجع أسعار البترول، بعد ذلك عرفت الحصيلة تزايد لتصل إلى ما قيمته 77391 مليون دولار أمريكي عام 2008 بنسبة 97.59% حيث بلغ سعر البرميل في 2006 قيمة 66.2 دولار. في 2009 انخفضت الحصيلة مرة أخرى إلى 44128 مليون دولار أمريكي لكن ما لبث أن انتعشت الحصيلة بحلول 2010 لتسجل ما قيمته 55527 أي بنسبة زيادة قدرها 24% مقارنة بالسنة السابقة. ثم تراجعت حصيلة الصادرات في 2015-2016 مرة أخرى إلى 32699 - 27102 مليون دولار أمريكي بسبب تراجع سعر البترول.

أما بالنسبة للمنتجات خارج المحروقات فنسبة مساهمتها في الصادرات الجزائرية لا تتعدى 4% هذا ما أكد فشل السلطات العمومية في بلوغ الهدف المرسوم والمتمثل في الوصول إلى حصيلة صادرات خارج المحروقات ما قيمته 02 مليون دولار أمريكي.

عرفت الصادرات انتعاش وتزايد ملحوظ حيث سجلت أعلى حصيلة في سنة 2014 بقيمة 2582 مليون دولار أمريكي بنسبة مساهمة 4.10% في إجمالي الصادرات الجزائرية وذلك راجع إلى الجهود المبذولة من طرف الدولة لتنمية الصادرات خارج المحروقات عن طريق الدعم والحوافز والبرامج التنموية الخاصة بالقطاع الصناعي والفلاحي كالمساعدات الفلاحية المقدمة والبحث عن البدائل الإقتصادية والحلول الفعالة لقطاع المحروقات.

لكن رغم هذا تبقى الجهود المبذولة، ضئيلة لا تلبى الحاجة الحقيقية للإقتصاد الوطني للتخلص من التبعية لقطاع المحروقات وتنويع موارد الخزينة.

ب. التحديات والعقبات التي تواجه إستراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات: تعتمد الدولة الجزائرية بشكل أولي وأساسي على صادرات قطاع المحروقات في تمويل إحتياجاتها من العملة الصعبة (وصاف، 2002، ص11)، ولم تكن إجراءات وتدابير دعم وتشجيع الصادرات خارج المحروقات التي شرع فيها بداية من 1996 لترفع من مستوى نجاعة المؤسسات الجزائرية في قطاع التصدير إذ ظلت لا تتعدى 3% في أحسن الظروف.

وفي هذا الغضون، وبعد تسليط الضوء على واقع التصدير خارج المحروقات في الجزائر، يمكن ذكر بعض الإختلالات التي تحول دون وصول المنتج الجزائري إلى الأسواق الدولية: (قاسمي وفندوز، 2010، ص 7-8)

- سوء التسيير من منظور مؤشرات الكفاءة والفعالية والمرونة والمتمثلة في عدم تنوع القاعدة الفلاحية والصناعية للإقتصاد الجزائري، حيث أن القدرة التنافسية للإقتصاد ضعيفة باعتبار أن عمق الإشكالية في ضعف تسيير المؤسسات سواء الكبيرة أو الصغيرة والمتوسطة على حد سواء، فإن أغلب المؤسسات ما زال تسييرها ضعيف جدا؛
- التباطؤ في إدراج نصوص تشريعية وتنظيمية جديدة تحكم آليات التصدير والمنافسة والمعاملات التجارية وشروط ممارسة الأنشطة الإستغلالية، بالرغم من إبداء مجموعة من الخبراء تفاقؤا بإعادة تنشيط صادرات الجزائر خارج المحروقات، بإصدار مراسيم وأوامر جديدة محفزة من شأنها زيادة حجم الصادرات، من خلال تخفيف التنظيم الجبائي والجمركي وإعادة تنشيط دور الصندوق الخاص بترقية الصادرات؛

- إنتشار ظاهرة الفساد الإداري، رغم أن الحكومة تعلن محاربتها للفساد بشكل مفتوح بإعتباره عائقا رئيسيا أمام جهود التنمية وإستقطاب الاستثمارات الأجنبية، وكان بالإمكان تنويع مصادر الإقتصاد الوطني لولا غياب الرقابة والمتابعة؛

- البنوك تمنح قروضا وتسهيلات للإستيراد عوضا عن تشجيع وتقوية الطاقة التصديرية للمؤسسات الجزائرية، ما أدى إلى إستنزاف المدخرات الوطنية نحو تمويل قطاع الإستيراد على حساب المشروعات الإستثمارية المنتجة والموجهة نحو التصدير، ومنه فإن غياب التنسيق بين البنوك والمصدرين المحليين وإفتقار المؤسسات المنتجة سواء كانت عمومية أو خاصة إلى المرافقة البنكية الدائمة ساهم بشكل كبير في تراجع حجم الصادرات خارج قطاع المحروقات؛

- إقتصار نشاط التصدير على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي لا تتحكم في مانجمنت ومعايير الإنتاج، مما نتج عنه عرض سلع لا تتوافق والمواصفات الدولية، بما في ذلك المنتوجات الفلاحية والتي بالرغم من الطلب الكبير عليها في الخارج إلا أنها تبقى غير متوفرة على المواصفات الدقيقة التي تمكنها من منافسة المنتوجات الأجنبية المتواجدة في الأسواق الأوروبية والعربية. وذلك على العكس في المؤسسات الكورية أو حتى المغربية حيث تساهم حصيلة صادراتها في تمويل دورتها الإنتاجية؛

- عدم تطابق المنتج الوطني مع المعايير الدولية خاصة في مجال الجودة والتنوعية وقيود البيئة، وهذا راجع لكونها عملت لسنوات طويلة في غياب المنافسة مما جعلها تبقى سلعا ضمن مقاييس وطنية بحثة موجهة لسوق واحد، حيث تعاني المنتجات الجزائرية من الجودة المنخفضة والتنوعية الرديئة مقارنة مع نوعية نفس المنتجات في السوق الخارجية، وبالنسبة للقطاع العام فالمؤسسات تقوم بعرض منتجاتها دون إجراء دراسات وأبحاث تسويقية

لإحتياجات ورغبات الزبون، إلى جانب غياب الرقابة في مرحلة الإنتاج وقلة الضوابط والشعور بالمسؤولية المهنية، أما القطاع الخاص فداءة منتجاته تعود في غالب الأحيان إلى تحسين الكفاءة الإنتاجية من خلال زيادة المخرجات بإستعمال نفس المدخلات (كما ونوعا). لذلك فإنّ التموّج الجيد للصادرات الجزائرية يتطلب وجود وعي بمعطيات المرحلة، وما يرافق عملية التكيف مع متطلبات السوق الخارجية؛

■ عدم إمتلاك المصدرين الجزائريين السيولة المعلوماتية الكافية عن الأسواق العالمية، والتي يمكن أن تشكل فرصا تسويقية بالنسبة إليهم، فمثلا أبدى أرباب منتدى رؤساء المؤسسات مخاوفهم من دخول الجزائر للمنطقة العربية للتبادل الحر بسبب نقص المعلومات حول دراسة الجدوى منها. وهنا نطرح مسألة في منتهى الأهمية تتضمن نجاعة منظومة المعلومات في ترشيد وتجويد القرارات الوظيفية والتسييرية المتخذة، بإعتبار أن المعلومة في بيئة الأعمال الراهنة من أثمان الأصول المفضية إلى تحقيق الميزة التنافسية. طالما أنّ تحقيق النجاح لا يتأتى دون فهم أفضل لراهن أسواق التصدير ورهاناتها، من شأنها أن تمكّن المصدرين من إستغلال الفرص المتوافرة على مستوى الأسواق الخارجية، ومن هنا فالضرورة ضاغطة لإنشاء نظام معلومات وطني (اليقظة والترصد: *Système de Veille*)؛

■ نقص الدعم اللوجيستي للمصدرين الجزائريين من حيث التخزين والنقل والمناولة، حيث يشكو مصدرين من مشكلات عديدة تعترضهم على غرار محدودية طاقات الشحن؛

■ إرتفاع أسعار السلع الجزائرية والذي ترجع أسبابه إلى عدم الإستفادة من إقتصاديات الحجم، إلى جانب عدم الإستخدام العقلاني للطاقات الإنتاجية المتوفرة، على غرار تبعية مدخلاتها للخارج. وبالرغم من الإعانات المقدمة من طرف الدولة فإن أسعار الصادرات الصناعية تشهد إرتفاعا بالمقارنة مع نظيرتها في الدول الأجنبية التي تفرض منافسة شرسة في هذا المجال، ويمكن القول أن إرتفاع أسعار المنتجات الجزائرية المصدرة إنما هو نتيجة ضعف التكامل الصناعي ما بين الوحدات الإنتاجية. وفي هذا السياق فإن دخول إتفاق الشراكة مع الإتحاد الأوروبي حيز التطبيق والإنضمام المرتقب إلى المنظمة العالمية للتجارة يمكن أن يشكل فرصة للمؤسسة الجزائرية التي تحسن إستغلالها عن طريق الإستفادة من الإعفاءات الجمركية على المواد الأولية التي تدخل كمكون أساسي في الصناعات الوطنية، خاصة إذا علمنا بأن جل هذه الصناعات لازالت تعتمد على الإتحاد الأوروبي في تمويل مدخلاتها، بل إن مرونة الإنتاج بالنسبة للواردات مرتفعة وتقدر بـ 1.9% ما يسمح بتخفيض تكلفة المنتج وعرضه بأسعار تنافسية على الصعيدين المحلي والدولي؛

#### 4. آليات ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات في إطار تطبيق الذكاء الإقتصادي

إن تطوير التصدير خارج المحروقات يجب أن يكون بمثابة حتمية مستمرة وليست ظرفية خاصة وأن الجزائر تزخر بالقدرات والطاقات الهائلة التي تمكنها من ذلك. خاصة وأن السلطات العمومية تتجه بإرادة قوية لتشجيع ودعم وتطوير التصدير من خلال البحث عن أدوات محفزة على ذلك، خاصة وأن الإرادة موجودة سواء من جانب الدولة والمؤسسات الإقتصادية المصدرة لتنويع الصادرات الجزائرية وترقيتها، وتطوير التصدير خارج المحروقات. والبديل لدعم حل هذه الإشكالية العمل على تفعيل وتطوير آلية الذكاء الإقتصادي في ترقية الصادرات

الجزائرية خارج المحروقات. ويتم ذلك من خلال:

#### 1.4. الترقية عن طريق ضرورة إنشاء شبكة معلوماتية وطنية حول التصدير والأسواق الخارجية

في إطار ترقية وتنويع الصادرات خارج المحروقات، على السلطات الجزائرية الإسراع في إنشاء شبكة معلوماتية وطنية، تكون بمثابة قاعدة معطيات تزود المؤسسات الجزائرية بالفرص المتاحة عن طريق البحث عن فرص التصدير، وإعادة توزيع واختيار المناطق الاقتصادية للصادرات، حيث يقصد بالمعلومة الخاصة بالتصدير "جميع المعلومات المطلوبة من جانب المؤسسات المصدرة بهدف الإعتماد عليها في عمليات التخطيط والتنظيم والتنفيذ والرقابة للأنشطة الخاصة بعملية التصدير". ويمكن أن تشمل هذه المعلومات مايلي:

أ. معلومات عامة المتعلقة بنشاط التصدير: هناك جملة من المعلومات تخص نشاط التصدير وتمثل في: (محمود، 2011، ص 51-53)

- معلومات ذات طابع عام كالمعلومات عن المؤشرات الاقتصادية العامة في السوق المستهدف التصدير إليه، وذلك بهدف تحديد قدرة هذه الأسواق على تحقيق أرباح للمصدر في المدى الطويل؛
- معلومات عن المنتج المراد تصديره أو معرفة تطوراتها في الأسواق المختلفة ولدى الجهات المنافسة؛
- معلومات تشمل إحصائيات حول التجارة الخارجية حتى يمكن اختيار السوق من خلال وضع رؤية عن قيمة وكمية الواردات التي تستوعبها تلك السوق حسب الدول المختلفة المستوردة لهذا المنتج؛
- معلومات مرتبطة بالتسعير وسياساته، والقواعد المنظمة له في الأسواق المستوردة؛
- المعلومات المرتبطة بالإطار التنظيمي أي مؤسسات التصدير التي ازدادت اليوم أهميتها خاصة بعد تحرير التجارة الخارجية وإلغاء الكثير من القيود سواء التعريفية أو غير التعريفية؛
- معلومات الإتصال التجاري اللازمة لإقامة علاقات تجارية، بالإعتماد على القوائم التجارية التي تتضمن الأدلة وقواعد البيانات عن المؤسسات التجارية، التي ترغب المؤسسات العامة أو الخاصة في الحصول عليها من خلال بناء روابط مع الشركاء التجاريين.

ب. المعلومات المرتبطة باتخاذ قرار التصدير: هناك بعض المعلومات المرتبطة بالتصدير، والتي يجب على متخذ القرار الإلمام به، لأنها تمثل عناصر دعم له في اتخاذ قرار التصدير، وأهم هذه المعلومات:

- معلومات عن أهم الدول المستوردة، والتي يمكن تصريف السلع المصدرة في أسواقها؛
- معلومات عن أهم الدول المصدرة الأخرى المنافسة؛
- معلومات عن الكميات وعدد الصفقات التي يمكن تصديرها، من خلال معرفة الحجم الكلي للأسواق المستهدفة أي الطاقة الاستيعابية للأسواق الخارجية؛
- معلومات عن أنواع وأشكال وأصناف المنتجات في الأسواق الأجنبية، وذلك لمسايرة أذواق ورغبات المستهلكين والمنافسة الموجودة داخل أسواق التصدير؛
- معلومات حول السياسات السعرية التي يمكن من خلالها عرض المنتج التصديري في الأسواق المختلفة، ومدى انعكاس ذلك على هوامش الربح المختلفة؛

● معلومات عن كيفية وأسلوب العرض والوسائل والأدوات المستخدمة في ذلك، وهل سيتم العرض مباشرة أو من خلال وسطاء أو عن طريق الإشتراك في المعارض الدولية.

ت. معلومات مرتبطة بالأجهزة الحكومية المعنية بالتصدير: هناك مجموعة من المعلومات يجب توفرها وهي تخدم عملية التصدير بطريقة غير مباشرة وغالبا ما ترتبط بالمعلومات التي لا بد من توفرها للأجهزة الحكومية المعنية بالتصدير، هذه المعلومات تتمثل في:

- معلومات عن ماهية الوحدات الإنتاجية التي من المتوقع أن تعرض إنتاجها لأسواق التصدير؛
- معلومات عن التوزيع الجغرافي للأسواق التي ينبغي توجيه برامج تنمية الصادرات إليها؛
- معلومات عن طبيعة المساعدات التسويقية التي يحتاجها المصدرون وذلك حتى تتمكن الأجهزة المعنية بدراساتها ومحاولة توفيرها؛
- معلومات وافية عن أهم وسيلة من وسائل النقل الدولي للسلع، وهي وسيلة النقل البحري وذلك على أساس أن ثلاثة أرباع التجارة العالمية يتم نقلها بحرا؛
- معلوما دقيقة عن التأمين الدولي على الصادرات، تشمل معلومات عن الجهات المختلفة المقدمة لتأمين الصادرات وكيفية إبرام وثائق التأمين وتطورات سوق التأمين العالمية؛
- معلومات عن ضمانات وائتمان الصادرات، والأجهزة الداخلية والخارجية التي تقدم مثل هذه الضمانات المختلفة لتشجيع عمليات التجارة الخارجية؛
- معلومات مرتبطة بعقود التجارة الدولية بأنواعها المختلفة؛
- معلومات عن تجارة العابرة، ومدى انعكاساتها على الدولة المصدرة لأنه يترتب عليها عملية توجيه البضائع والسلع إلى الأسواق المختلفة.

#### 2.4. الترقية عن طريق تعزيز دور الدبلوماسية التجارية لخدمة سيورة التصدير

إن مرافقة عملية التصدير من خلال الشبكة القنصلية أصبح أمرا ملحا، وفي هذا الصدد يجب تفعيل دور الممثلين الدبلوماسيين في الخارج، حيث تم وضع حيز التنفيذ ملحق تجاري في بعض السفارات بالخارج، كإجراء يهدف إلى تنظيم تواجد تجاري له طابع مهني، في أسواق بعض الدول الشريكة. هذا التواجد هدفه الحقيقي، تطوير تدفقات المنتجات الجزائرية نحو الخارج، وإعطاء المساعدات المادية والتقنية الضرورية التي ترافق مجهودات لتطوير الصادرات (بن منصور وجلطي، 2012، ص 49) وذلك من خلال:

- ضرورة إعادة التفكير في دور الذي يمكن أن تلعبه السفارات الجزائرية في الخارج فيما يخص ترقية الصادرات خارج المحروقات بهدف تعزيز القدرات التصديرية، وذلك من خلال استغلال التعامل مع الملحقين التجاريين واعتبارهم بمثابة أعوان الذكاء الإقتصادي
- ويمكن من خلالهم تجميع المعلومات حول محيط الأعمال في الخارج. وبالتالي اكتشاف الفرص التصديرية الممكنة؛

- وضع الشباك الوحيد على مستوى وزارة الشؤون الخارجية من أجل تسهيل المعاملات الإدارية الشكلية للمصدرين.

#### 3.4. الترقية عن طريق تفعيل وظيفة الإستشراف:

تكمن أهمية الإستشراف في رسم وتوجيه السياسات الحكومية الحالية والمستقبلية في مختلف المجالات لإتخاذ القرارات الآنية والمستقبلية، والأخذ بعين الإعتبار متغيرات المستقبل. وأن الاستشراف أصبح "حتمية يلزم استخدام الرقم والمعلومة الاقتصادية، باعتبارها منتوجا اقتصاديا واجتماعيا في التخطيط للتنمية الشاملة وتحقيق نمو مستقر قائم على أساس معرفة واحتواء "الإشارات الضعيفة في المستقبل وتحويلها إلى إشارات واضحة". (مصيطفي، 2014)

مع العمل على تحيين وتفعيل بنوك المعلومات الموجودة، والتركيز على إنشاء بنك متطور يمكن أن تلجأ إليه التنظيمات والمؤسسات الجزائرية عند الحاجة، يركز على توفير المعلومات الضرورية في المجالات الصناعية والإقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية، ويحرص على تشكيل تقارير دورية والقيام بدراسات استشرافية، ويعمل على تسهيل تبادل المعلومات وتقاسمها بين المؤسسات والهيئات المختلفة؛

الذكاء الإقتصادي له أهمية كبيرة في ترقية الصادرات للنهوض بالإقتصاد الجزائري وتحرره من التبعية لعائدات المحروقات المهددة بالنضوب، وهذا بتوفر المعلومة الإستراتيجية والمفيدة واستخدامها في الوقت المناسب من طرف متخذ القرار من أجل المساهمة في دعم الصادرات، إضافة إلى مرافقة الدولة في ذلك بتوفر الإطار القانوني والتنظيمي الملائم، تسهيل دخول المنتجات الجزائرية على الأسواق، مع إنشاء هيئات مكلفة بدعم وترقية الصادرات خارج المحروقات.

#### الخاتمة:

يبقى الإقتصاد الجزائري يعاني من الأحادية في التصدير مما يجعله عرضة لأي اختلالات هيكلية مسببة أزمات إقتصادية. وعمدت الجزائر إلى تبنى استراتيجية وطنية لتنمية الصادرات خارج المحروقات والرفع من تنافسيتها خاصة مع برامج الإنعاش الإقتصادي، ومن أجل تحرير اقتصاد الوطني من التبعية المستمرة والمتزايدة لقطاع المحروقات وجب على الدولة الجزائرية تطبيق أدوات الذكاء الإقتصادي بصفته سلاحًا تنافسيًا هامًا في يد من يدرك قيمته ويحسن إستغلاله. ومن أهم النتائج المتوصل إليها نذكر:

- قصور أداء هيئات ووكالات وشبكات البنوك في دعمها لمشاريع الذكاء الإقتصادي وتقديم البيانات والمعلومات، ناهيك عن ضعف الأفراد المؤهلين في هذا المجال؛



- غياب الشفافية وثقافة نشر المعلومة، حيث تركز معظم المؤسسات الكبرى والإدارات العامة والمستثمرين والمساهمين على معالجة كميات هائلة من البيانات والمعلومات، لكنها لا تعمل على نشرها بالطريقة الهادفة للجمهور والأعوان الإقتصاديين؛
- عدم التنسيق بين هيآت الدولة كالغرف التجارية، مديرية الجمارك، وزارة الصناعة وترقية الإستثمار، ووزارة التجارة والمصالح الإقتصادية للدولة والجمعيات التي تحوز على كميات هامة من المعلومات الإقتصادية؛
- غياب التعاون والشراكة بين الجامعات ومراكز التكوين في مجال تكوين وفقا لما يتطلبه الذكاء الإقتصادي.

#### توصيات الدراسة:

- بعد الدراسة لهذا الموضوع أنه لا بد من تطبيق نظام الذكاء الإقتصادي لترقية ودعم الصادرات غير نفطية وتحضير لمرحلة ما بعد البترول، لضمان أولى هذه الإجراءات منها:
- بذل مزيد من الجهود في نشر ثقافة الذكاء الإقتصادي لدى المسيرين الجزائريين وإتباع أسلوب الإقناع مع المعارضين، المتخوفين والرافضين للتغيير؛
  - إيجاد إستراتيجية وطنية لتطوير الذكاء الإقتصادي؛
  - العمل على تنسيق الجهود بين القطاع العام والخاص وتعزيز الشراكة بينهما؛
  - التركيز على السفارات وممثلي التجارة والطلبة الجزائريين المقيمين بالخارج وإعطاء لهم مهام البحث عن معلومات في البلد المتواجدين فيه من أجل إفادة الإقتصاد الوطني؛
  - نحو تفعيل آليات الذكاء الإقتصادي وإبراز دورها في دعم وترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات انطلاقا من معرفة المعلومة الإستراتيجية المفيدة؛
  - الإستفادة من التجارب الناجحة لبعض الدول في مجال الذكاء الإقتصادي ومحاولة إستغلالها والإقتداء بها وممارسة الذكاء الإقتصادي بأفضل الأساليب التي تناسب البيئة الجزائرية.

#### المراجع المستعملة:

- عبد الرزاق. خليل ويوعبدلي. أحلام، (2012)، الذكاء الإقتصادي في خدمة منظمة الأعمال. المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول الإقتصاد والمعرفة والتنمية الإقتصادية، جامعة الزيتونة، الأردن.
- داي. وسام، (2014)، تطبيق السياسات الإقليمية للذكاء الإقتصادي في الجزائر: واقع وآفاق، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة
- محمود. عبد الرزاق، (2011)، الإقتصاد المعرفي والتصدير (المجلد الطبعة الأولى)، الدار الإسكندرية.
- بن منصور. عبد الله وجلطي غانم، (2012)، الصادرات خارج المحروقات: الوجه الآخر لتنافسية وأداء الإقتصاد الجزائري المراهنة على أي قطاع، مجلة دفاتر بودكس (01).

- بوقليع. محمد، (2016)، أهمية الذكاء الإقتصادي في تدعيم المركز التنافسي في المؤسسات الجزائرية" دراسة حالة مجمع صيدال"، أطروحة دكتوراه. جامعة الجزائر3.
- غلاب. نعيمة وزغيب مليكة، (2012)، واقع اليقظة الإستراتيجية وذكاء الأعمال في منظمات الأعمال الجزائرية -دراسة ميدانية، جامعة المسيلة.
- خلفلاوي. شمس ضيات، (2013)، الذكاء الإقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية العدد (10).
- قاسمي. السعيد وقندوز. طارق، (2010)، تحديات ورهانات استراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات. مقارنة وصفية تحليلية، جامعة المسيلة.
- مصيطفي. بشير، (2014)، <http://www.elmoudjahid.com/ar/flash-actu/2708>، تاريخ الاسترداد 28 /05 /2018.
- سعيدي. وصاب، (2002)، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الإقتصادي في البلدان النامية: الحوافز والعوائق أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر3.
- عبد الكريم. سهام، (2012)، سياسة دعم الذكاء الإقتصادي في المنظمات الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال وإقتصاد المعرفة، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، عمان، الأردن.
- بتغة. صونية، (2016-2017). الذكاء الإقتصادي كآلية للتحكم في المعلومة الإستراتيجية ودوره في صناعة مؤسسة تنافسية. دراسة حالة عينة من المؤسسات الإقتصادية. أطروحة دكتوراه . جامعة محمد بوضياف المسيلة.
- علمي، لزهرة. (2016-2017). أهمية الذكاء الإقتصادي في فهم بيئة المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية. دراسة حالة المؤسسات الإقتصادية الجزائرية . أطروحة دكتوراه . جامعة الجزائر3.
- قشرو. فتيحة، (2016-2017). استراتيجية ترقية وتنويع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر في ظل التحولات الإقتصادية العالمية. دراسة تحليلية تقييمية للفترة 2000-2014 . أطروحة دكتوراه جامعة الدكتور يحي فارس المدية.
- Alice, G. (2004), *L'intelligence économique dans la PME:vision éparses,paradoxes et manifestation*,ed l'harmattan,Paris.
- Marcon, Christien. Moinet,Nicolat, (2006). *L'intelligence économique*,Paris
- Alice, G. (2004), *L'intelligence économique dans la PME:vision*
- M.Jean-Pierre, D. (2010), *L'intelligence économique,Commission de la coopération et du développement:Dakar,Sénégal*.
- Marcon, Moinet, C., & Nicolas. (2006), *L'intelligence économique*,Paris.
- Steve, W. N. (2007), *The Profit Impact of Busines Intelligence*.