

استراتيجية الذكاء الاقتصادي وآليات اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية
دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية « ENIE » - سيدي بلعباس-
The strategy of economic intelligence and the mechanisms of strategic vigilance in
economic institutions.

Case study of the National Corporation for Electronic Industries « ENIE »-Sidi Bel
Abbes-

نجاري فطيمة زهرة¹ 1 NEDJARI Fatima Zohra¹

¹ جامعة سيدي بلعباس (الجزائر)، nedjari.fatima@univ-sba.dz

تاريخ النشر: 2023/03/21

تاريخ القبول: 2023/01/03

تاريخ الاستلام: 2022/10/11

ملخص:

مع التطور غير المتناهي لتكنولوجيات المعلومات والاتصال، تسعى المؤسسات الاقتصادية الوطنية كغيرها من المؤسسات في العالم لتبني استراتيجية تفعيل عناصر الذكاء الاقتصادي و نظام اليقظة الاستراتيجية لمواجهة تغيرات البيئة الخارجية الخاصة بها. نحاول في هذه الورقة إبراز أهم متطلبات الذكاء الاقتصادي ونظام اليقظة الاستراتيجية وطرق تفعيلها في المؤسسات.

تهدف الدراسة لمحاكاة واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الوطنية مع محاولة استقراء وضعيته وأهم الأدوات المستعملة لتفعيله بالمؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية. ENIE

كلمات مفتاحية: الذكاء الاقتصادي، اليقظة الاستراتيجية، التكنولوجيا، المعلومة، المؤسسة الاقتصادية.

تصنيف JEL: O15, O40, C51, I30

Abstract:

The endless development of information and communication technologies ,national economic institutions like othr institutions in the world ,seek to adopt a strategy to activate the elements of business intelligence and the systeme of stategic vigilance to face changes in the external environement. The study aims is to simulate the reality of economic intelligence in the national economic institutions with an attemp to extrapolate its status and the most important tools used to activate in the national corporation for electronic industries ENIE.

Keywords: Business intelligence, Stategic vigilance , Technologie, Information , economic institution.

JEL Classification: C51, I30,O15, O40

يحتل الذكاء الاقتصادي حيزا كبيرا في حقل البحوث الاقتصادية الدولية؛ لذلك تولي اليوم العديد من المؤسسات الاقتصادية في العالم الاهتمام بهذه المسألة نظرا لدوره في تحقيق استمرارية المنظمة وارتقائها، في نفس الوقت تتسابق المنظمات الاقتصادية الوطنية في إيجاد أرضية مناسبة لإرساء نظام اليقظة الاستراتيجية من جهة و تفعيل متطلبات ذكاء الأعمال من جهة أخرى.

فالذكاء الاقتصادي كما يفضل البعض تسميته يعتبر الشغل الشاغل للعديد من الباحثين نجد من بينهم: المقال المنشور للباحث سعيد أوكيل حوالي سنة 1998 المعنون باليقظة التكنولوجية في البلدان النامية بين النظرية والتطبيق، أين تحدث فيه عن ضرورة اليقظة التكنولوجية في ضمان الاستقرار والازدهار المادي والحضاري، وفي مقال آخر منشور حول أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية للباحث حمداني محمد في عام 2012، تطرق فيه الباحث إلى أن الذكاء الاقتصادي يهتم بكل ما يحدث في الأسواق سواء المحلية منها أو الأجنبية، باعتباره نظام متكامل يشمل مجمل التقنيات والكفاءات البشرية ويسمح بالوصول إلى المعلومات الصحيحة والدقيقة في الوقت المناسب، بما يسمح باتخاذ القرارات المناسبة والتمكن من سبق المنافس، تطوير أساليب العمل والمنتوج في وقت ملائم؛

وفي ورقة أخرى مقدمة للباحثة سهام عبد الكريم في المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة بجامعة الزيتونة الأردنية في أبريل من سنة 2012، حول سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية، اعتبرت فيها ذكاء الأعمال طريقا للإبداع، من خلال ما أظهرته التطورات الحديثة للأعمال المرتبطة بالإبداع و الدور المهم للمعلومة و استغلالها الفعال في تطويره.

ترتكز دراستنا هذه حول ابراز أهم العناصر التي تساهم في تفعيل الذكاء الاقتصادي وتسيط الضوء على أهم الآليات التي تستعين بها المؤسسة الاقتصادية اليوم لإقامة نظام اليقظة الاستراتيجية.

1-1- إشكالية البحث

ماهي سياسة تفعيل الذكاء الاقتصادي ونظام اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية ؟

من هذه الاشكالية يمكن طرح الأسئلة التالية:

✓ ماهي عناصر تفعيل الذكاء الاقتصادي بالمؤسسات الاقتصادية؟

✓ فيم تتمثل آليات نظام اليقظة الاستراتيجية؟

2-1- فرضيات البحث

الفرضية الأولى: يعتمد الذكاء الاقتصادي على مجموعة من الآليات والعناصر لتفعيله بالمؤسسة .

الفرضية الثانية: البيقظة الاستراتيجية نظام تمارسه المؤسسة لمراقبة بيئتها.

2-أساسيات الذكاء الاقتصادي

اعتبر الذكاء الاقتصادي على أنه: توظيف تكنولوجيات الاعلام والاتصال لاستخدام معلومات دقيقة آنية وذات قيمة ونوعية عالية، متعلقة بمجال العمل وتلك البيانات ذات الموثوقية الكبيرة المتوفرة من عدة مصادر، ثم تطبيق ما تم اكتسابه من خبرات من أجل تحسين وتطوير جودة القرارات التي يجب اتخاذها بناء على هذه المعلومات. كما يمكن تعريفه بأنه تقنيات دعم القرار في المنظمات التي تهدف إلى تمكين عمال المعرفة مثل: المدراء التنفيذيون، المحللون ومدراء الأقسام من صناعة قرارات بجودة عالية، ولتحقيق هذا الدعم في صناعة القرار ودعم عمليات المنظمة ينبغي توفر بنية تقنية ديناميكية تمكن صانعي القرار من استثمار موارد المنظمة من بيانات ومعلومات⁽¹⁾ محمود بدر العبيدي 2012.

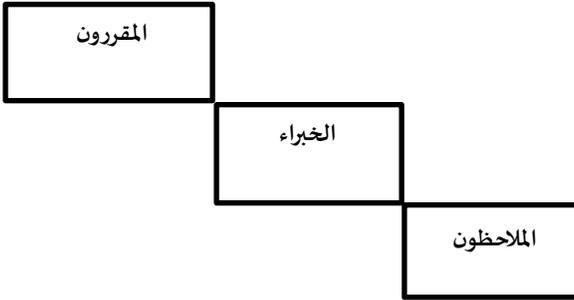
ويمكن فهمه أيضا على أنه: " أداة مساعدة على اتخاذ القرار تعتمد على معلومة القرار، بمعنى المعلومة التي تكون كمورد استراتيجي للمؤسسة ، وهدفه هو التقليل من اللاتيقين حتى لا يكون القرار عشوائيا"⁽²⁾ Nicolas Moinet 2010 .

أما بالنسبة لـ: "هنري مارتر" رئيس لجنة الذكاء الاقتصادي واستراتيجية المؤسسات للمفوضية العامة لمخطط 1994 بفرنسا ينظر للذكاء الاقتصادي على أنه: الانشغال بأمور الادارة، وتقنيات التسيير، مع رأسملة المعلومات الاستراتيجية والضرورية في المنظمة⁽³⁾ .

ERIC DELBECQUE 2007

وحسب بوجمعية كريم، فهو عبارة عن اتخاذ الدولة سياسة صناعية عنيفة والعمل لإيجاد هامش عمالة و التي تكون ذات تكنولوجية إبداعية، أين يمكن له الاجابة عن ذلك الغياب والضعف القوي لثقافة التحكم الاستراتيجي بالنسبة لكل من: (الدولة، الجماعات المحلية، غرف التجارة...) ⁽⁴⁾ . M.Boudjemia 2009 . ومعرفة أهم الفاعلين أو أعوان ذكاء الأعمال يمكننا ملاحظة الشكل الموالي :

الشكل رقم 01 : أعوان الذكاء الاقتصادي في المؤسسة



Source : François jakobiak, l'intelligence économique, la comprendre, implanter, l'utiliser, Edition organisation, paris, 2004, p88.

3-التدقيق للذكاء الاقتصادي في المؤسسة:

عندما قام فرنسوا جاكوبياك بطرح سؤاله الشهير: من هم الفاعلين للتدقيق من أجل

الذكاء الاقتصادي ؟

و ذلك في مؤلفه: الذكاء الاقتصادي الوسائل و التقنيات، حيث يحاول جاكوبياك

الإجابة على السؤال ذاته موضحاً بأن: المدقق هو شخص مكلف بالتدقيق يستطيع أن يكون

إما عضواً بالمؤسسة أو خارج المؤسسة، و من الأفضل اختيار رئيس مشروع الذكاء الاقتصادي

للمؤسسة أو ممثل له أو مدير للذكاء الاقتصادي، و الأشخاص الذين يتم التدقيق عليهم هم

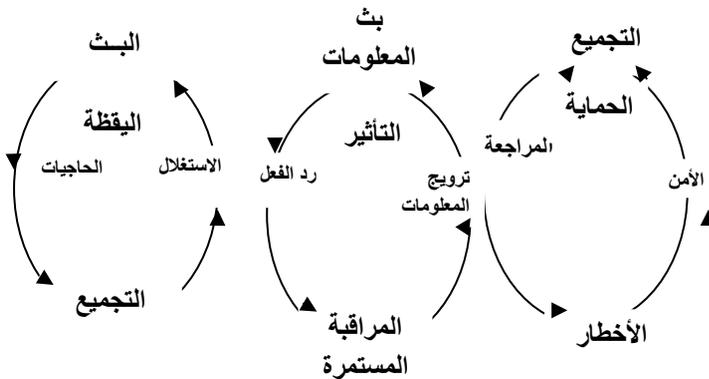
الفاعلين المباشرين للذكاء الاقتصادي وهم:

- أصحاب الأوامر بمعنى مسؤول المؤسسة؛
- المقررين : المديرية العامة ، المدراء العمليتين، أو الموظفين؛
- الوثائقيين اليقظين بمعنى الملاحظين؛
- المهندسين و مسؤولي مصالح الخبرات؛
- التجاريين المندمجين تحت شبكات الخبراء؛
- القانونيين؛
- أشخاص آخرون مثل: مديرية الموارد البشرية؛
- مسؤولي الأمن ؛
- أصحاب الاعلام الآلي⁽⁵⁾ Francios jakobiak 2009.

4-الأعمدة الثلاثة للذكاء الاقتصادي(الآليات الأساسية):

يعتبر الفاعلين العموميين المعرف الوحيد والكفؤ لوضع آلية تطوير لذكاء الأعمال بالنسبة للمؤسسات، لذلك فالذكاء الاقليمي يعتبر بديل للمؤسسات أحيانا لمواجهة بعض التهديدات، والمتكفل الوحيد بهذه الآلية هم الفاعلين العموميين. أما بالنسبة للأعمدة الأساسية لهذه الآلية الخاصة هي كل من: اليقظة و الحماية و التأثير، فحسب " أودري كنوف" فان ذكاء الأعمال = اليقظة+التأثير+الحماية، يمكننا ملاحظة ثلاثية اليقظة، التأثير و الحماية من خلال الشكل الآتي: ⁽⁶⁾ Véronique Coggia, 2009.

الشكل رقم 2 : الأعمدة الثلاثة، الآليات الثلاثة الأساسية للذكاء الاقتصادي



Source : Audrey Knauf , les dispositifs d'intelligence économique,p29.

يمثل الشكل أعلاه الأعمدة الثلاثة الرئيسية التي يعتمد عليها الذكاء الاقتصادي المتمثلة في الحماية، التأثير و كذا اليقظة، و تعتبر اليقظة العمود الأول لآلية الذكاء الاقتصادي، فهي جهاز للملاحظة من خلال الحراسة المنظمة، بهدف الوصول لمعرفة جيدة لبيئة المؤسسة و التي ترمي للوصول إلى اتخاذ القرار، أما التأثير فهو نشاط متخفي و مستمر الذي تتم ممارسته على شخص أو شيء و يعبر عنه على شكل الاقناع أو الردع، و العمود الثالث و هو الحماية و المقصود به الحفاظ و تأمين أنظمة المعلومات.

5-أهم التهديدات والمخاطر في المؤسسة:

1-5 : قرصنة المعلومات:

يتمثل التدمير المعلوماتي في تبادل المعلومات أو العنف الفيزيائي بواسطة بالقيام بمناورة مع بعض الأشخاص متابعة مراسل من داخل الهيكل المقصود، وهناك عدة وسائل للحصول على المعلومات سواء كان ذلك بطرق مشروعة أو بطرق غير مشروعة، تتمثل في الآتي :

- صرف (التحريض على ترك العمل) للمستخدمين المنافسين؛
- زيارة الصالونات ، حضور المؤتمرات والندوات؛
- القيام بعلاقات (اتصالات) مباشرة مع شركاء المنافسة؛
- استغلال بنوك المعطيات؛
- الاقتناء المشروع لمنتجات المنافسين؛
- الحصول على المعلومات من خلال العلاقات العمومية؛
- الحصول على محتوى النفايات الموجودة في الطرقات العامة؛
- الإصغاء أثناء المحادثات الملقاة عموماً؛
- الحراسة الالكترونية للأشخاص أو المؤسسات المحلية؛
- سرقة الوثائق أو اللوازم أو النماذج؛
- تسريبات المعلومات أثناء الاندماجات، الاتحادات، الانضمامات ؛
- إفشاء الأسرار من قبل المستخدمين المستعائين؛

الدخول غير المسموح على أجهزة معلومات المؤسسات .

2-5 الضبط بصورة المؤسسة:

تدهور صورة المؤسسة بسبب أحد المنافسين عن طريق الاتجاه المعاكس للمعلومات، كالأكاذيب، العمليات المأثرة، أو الضغط المنظم، ويتم ذلك من أجل الوصول إلى الأهداف التالية:

محاربة شهرة أو شرعية الخصم؛

الدفع لإسقاط الدعم المالي.

تعميم تعطيل القرار⁽⁷⁾ . ERIC DELBECQUE,2007

3-5 التجسس الاقتصادي والتجاري:

التبني لهوية خاطئة لتحصيل المعلومات؛

التهديد؛

إفساد الموظفين (رشوتهم)؛

السرقية (من طرف الموظفين أو أشخاص خارجين) ؛

توقيف الاتصالات الهاتفية أو الأحاديث الخاصة... الخ

6- آليات البيقظة الاستراتيجية:

1-6 مفهوم اليقظ :

تعرف الجمعية الفرنسية "أنفور" * اليقظة بأنها: النشاط المستمر للعمل المتكرر لمراقبة البيئة التكنولوجية والتجارية... الخ. بالتالي يمكن اعتباره جهازا للملاحظة من خلال الحراسة المنظمة، للوصول لمعرفة جيدة لبيئة المؤسسة (التنافسية، التكنولوجية، العلمية، الاقتصادية، لسياسية، القانونية، الاجتماعية...) بواسطة تحليل وإثبات مدى صحة المعلومات المجمعة، من أجل فهم وتوقع أهم التطورات التي تحرك المحيط أو البيئة الخاصة بالمؤسسة والهدف منها هو الوصول إلى اتخاذ القرار وتتجلى أهميتها في مايلي:

■ السماح بتجنب بعض الأخطاء الفادحة (معلومة خاطئة، عدم المعرفة لمعلومة رأسمالية)؛

■ تسهيل تحرير مقالات أساسية؛

■ السماح بالكشف عن الفرص (النظرة الاجمالية و الدولية لقطاع معين).

تضع المعلومات في الوقت الحقيقي حول المنافسين المستعلمين، قدراتهم في البحث، ميادين كفاءاتهم...).

هو أداة قوية لمعرفة تقريبا ماذا يقول أو يفكر الآخرون في الوقت المناسب، وكيف يمكن

الحصول على المعلومة⁽⁸⁾. Audrey Knauf , 2010

وتعرف اليقظة الاستراتيجية على أنها: عملية البحث عن المعلومة بصفة مستمرة متواصلة سواء كانت هذه المعلومة استراتيجية، اجتماعية، سياسية، علمية، تكنولوجية أو خاصة ببيئة المؤسسة و كل ما يتواجد فيها من متغيرات و أخطار، فهي تتمثل في جمع، معالجة و تخزين المعلومات و كل الاشارات القوية و الضعيفة الصادرة من البيئة الداخلية و الخارجية للمؤسسة⁽⁹⁾. نعيمة غلاب ، 2012

* L'ANFOR: Association Française de Normalisation

عرفها أيضا هنبرت ليسكا بأنها ذاك الاجراء الجماعي المستمر من خلال قيام مجموعة من الأفراد بجمع و استعمال المعلومات بشكل تطوعي و استباقي بما يتماشى و التغيرات المحتمل حدوثها في البيئة الخارجية بهدف خلق فرص أعمال و التخفيض من مخاطر عدم اليقين⁽¹⁰⁾.

موري م .الذليل و آخرون ، 2008

2-6 إقامة نظام اليقظة الاستراتيجية:

نستطيع أن نبي نظاما لليقظة الاستراتيجية من خلال التأمل في تجارب الدول التي سبقتنا، و لكن أيضا من خلال تحفيز الكوادر التي تمتلك قدرات في التفكير على محاكاة التجارب ليس من زاوية الاقتباس فقط و لكن الابداع أيضا، و في هذا الاتجاه يمكن الاشارة إلى التجربة الكندية في مجال مرصد الدراسات الاستراتيجية و إلى التجربة الكورية الجنوبية في معاهد دراسات التنمية⁽¹¹⁾. بشير مصيطفى ، 2013

3-6 من الذي يفعل اليقظة الاستراتيجية؟

تسيير اليقظة الاستراتيجية يتطلب مجموعة من المستخدمين العاملين في اطار شبكي يتمثل فيما يلي :

1-3-6 شبكة الملاحظين:

تجري الملاحظة بعدما يتم تعريف الحاجيات من المعلومات، و تعيين محيط الحراسة قصد التعريف بالمصادر و تجميع المعلومات الرسمية، فالملاحظين مطالبين بتمييز المعلومة الاستراتيجية الموجهة لتغذية السهر الاستراتيجي الذي يحتاج إليه المقررين.

2-3-6 شبكة الخبراء:

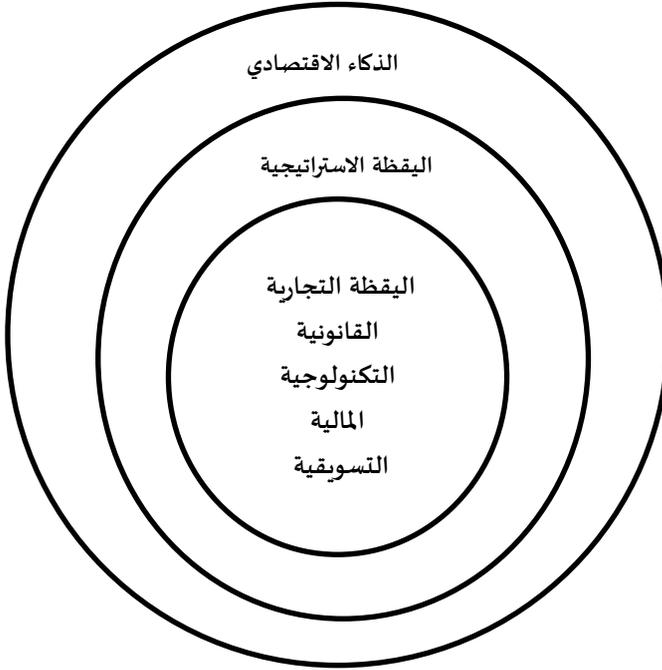
يقوم الخبراء بالمشاركة الفعالة، ذلك في ثاني مرحلة ضمن إطار اليقظة الاستراتيجية، فتحليلاتهم و أحكامهم يترجم توجههم إلى الملاحظين من أجل طلب مكملات المعلومة أو القيام بتهيئتها و معالجتها من خلال ادراجها إلى مستعملها، و دمجها في إطار الابداع، فالخبراء أيضا يشاركون في الجمع و اتقان المعلومة من خلال الاطلاع، البحث، متابعة الأحداث و مضاعفة الاتصالات مع الخارج .

3-3-6 شبكة المقررين :

"أعط المعلومة المناسبة للشخص المناسب، لإيجاد القرار المناسب" و الشخص المناسب هو مستعمل المنتج النهائي، فالمقررين في المؤسسة أو المنظمة يسعون إلى مفاخرة فعالية القرارات، و إذا ما تشكلت هذه الأجهزة الثلاث يمكن لجهاز اليقظة الاستراتيجية أن يندمج مع هذه الأجهزة و يمكن المؤسسة من مواجهة أي ضرر أو خطأ يحدث بها⁽¹²⁾. Abdelkader

Djeflat,2004

الشكل رقم 3: العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية و الذكاء الاقتصادي



المصدر: احمد ميلي سمية ، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة ، المجلد 05 / العدد 02 ، 2020 ، ص 8.

7-المجهودات المبذولة لتفعيل آليات الذكاء الاقتصادي في الجزائر

قامت الجزائر مؤخرا باطلاق سلسلة من الندوات و المؤتمرات برعاية المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي و البيئي من أجل الاستباق لمختلف التطورات الاقتصادية والاجتماعية القائمة على مختلف القطاعات. حيث أشار المجلس بتاريخ: 24 ماي 2021 إلى أنه إلى جانب وضع أجهزة للمراقبة و التحليل، تم تنصيب أنظمة مدمجة للمراقبة و أدوات رصد عبر العالم للتوقع، و ذلك من خلال وضع نظام يقظة استراتيجية لصانعي السياسات التي يمكنها [www.http://entv.dz](http://entv.dz) مساعدتهم في اتخاذالقرارات من أجل بروزاقتصاد جديد مستدام.

(13)

و حسب رأي بعض الخبراء المشاركين في الندوة الدولية الأولى حول اليقظة الاستراتيجية و ذكاء الأعمال، المقامة بتاريخ: 19 نوفمبر 2019 بالجزائر، فإن بلادنا ملزمة بوضع استراتيجية

يقظة خاصة بها لمواكبة مختلف التطورات التكنولوجية والعلمية التي يشهدها العالم مؤخرا، وحسب البروفسور بوروي مصطفي خبير في مجال الاستعلامات الاقتصادية فقد أكد على أن النسيج الاقتصادي الجزائري أصبح جاهزا للاندماج وتنفيذ اليقظة الاستراتيجية ابتداء من 2020، وذلك حسب رأيه بعد تمكن المؤسسات العمومية والخاصة من اكتساب القاطرة الأمامية لهذا التحول والتي تشكل أساسا من الخبراء والمختصين والمكونين في هذا المجال. أما بالنسبة للخبرة سيليا أيوب فان وضع استراتيجية للذكاء الاقتصادي أصبح أمر ضروري لتحسين تنافسية المؤسسات الجزائرية والاقتصاد الوطني على حد سواء. مضيئة بأنه لا بد من تأسيس هياكل موجهة خصيصا لممارسة هذا النشاط على مستوى المؤسسات والشركات⁽¹⁴⁾.

(الذكاء الاقتصادي/tag/https://aps.dz/ar/economie/)

8-استراتيجية الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية ENIE:

8-11الأدوات المستخدمة في جمع البيانات:

من خلال الدراسة قمنا بالاستعانة بعدة أدوات لجمع مختلف البيانات والمعلومات و من بين هذه الأدوات استخدمنا كل من: الملاحظة حيث من خلال زيارتنا للمؤسسة لاحظنا مدى محاولة المؤسسة تبني العمل وفق آليات الذكاء الاقتصادي من خلال استحداثها لقسم خاص به، ثم حاولنا الاستعانة بالمقابلة وذلك من أجل فتح باب المناقشة حول موضوع الدراسة مع بعض مسؤولي و موظفي المؤسسة، و عززنا بحثنا باعداد استبيان تم ملؤه من طرف عمال المؤسسة، ثم تم تفريغ مختلف البيانات والمعلومات في برنامج Excel .

8-2مجتمع وعينة الدراسة :

ترتكز دراستنا على اختيار عينة عشوائية، حيث تم توزيع 60 قائمة استبيان على العمال الموجودين بالمؤسسة أين تم استرجاع 55 منها والمتبقية كانت تحتوي على بعض النقائص في الإجابة.

أهم الأسئلة و المحاور المستعملة في البحث والتي تمت الإجابة عليها في نتائج ومخرجات الدراسة:

- ✓ فيم تتمثل أدوات تفعيل الذكاء الاقتصادي بمؤسستكم؟
- ✓ من هم الفاعلين الاقتصاديين للذكاء الاقتصادي بالمؤسسة؟
- ✓ ماهي أهم عوامل مراقبة البيئة الخارجية و آليات اليقظة الاستراتيجية بالنسبة اليكم؟

✓ ماهي معيقات تطبيق استراتيجية الذكاء الاقتصادي و اليقظة الاستراتيجية؟

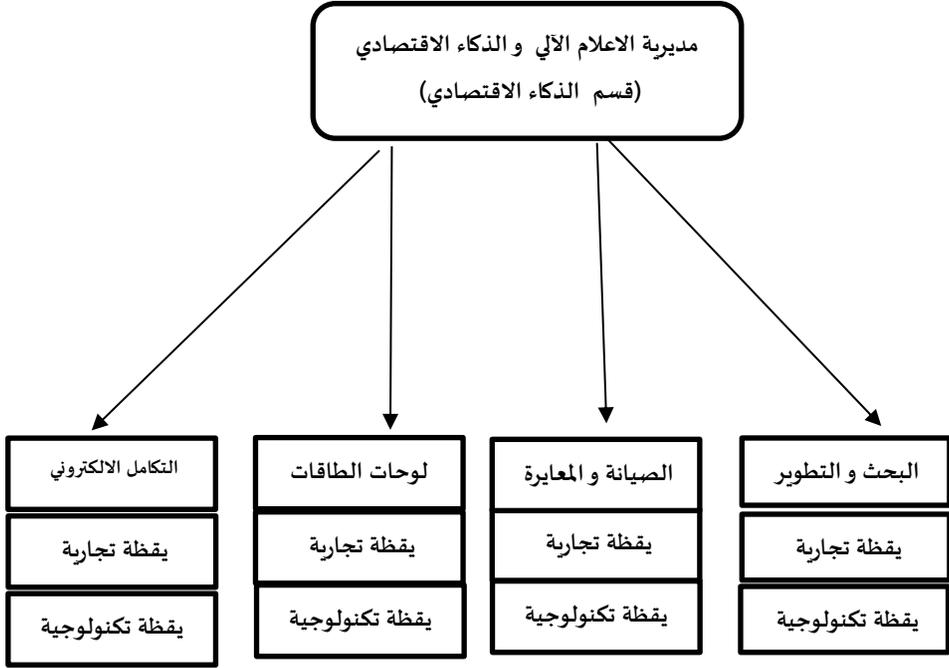
حيث ثم منح عدة خيارات للإجابة عن كل سؤال، في حين كانت هناك أسئلة مفتوحة أيضا لفسح المجال أكثر للمسؤولين و العمال لحرية التعبير أكثر حول آلية تفعيل نظام اليقظة والذكاء الاقتصادي بالمؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية ENIE.

8-3 تقديم حول مؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية ENIE:

تعتبر المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية من أهم المؤسسات الصناعية النشطة في انتاج المنتوجات ذات الطابع الالكتروني في البلاد مثل: أجهزة التلفاز، الهواتف... ولديها العديد من نقاط البيع، و التي كانت معروفة سابقا بـ سونيلاك. هي مؤسسة تسعى دائما لتكوين اطاراتها بشكل مستمر لضمان استمراريتها و بقائها في الأسواق لاسيما مع تزايد وتيرة المنافسة مع المنتوجات الأجنبية و كذا المحلية، كما أنها تمتص عدادا لا يستهان به من اليد العاملة (حوالي 1330 عامل) سنحاول في هذه الدراسة ابراز أهم عناصر تفعيل الذكاء الاقتصادي و اليقظة الاستراتيجية بها:

لقد اكتشفنا أن الشركة تحوز على قسم خاص موجود بهيكلها التنظيمي و هو الذكاء الاقتصادي، أين قامت المؤسسة ببسط استراتيجية خاصة بها تتمثل في تبني اليقظة و الذكاء الاقتصادي بطريقة ممنهجة و منظمة. و ذلك بالتنسيق مع مديرية الاعلام الآلي من خلال نظام معلوماتي مرتكز على جمع المعلومات و تحليلها و معالجتها بدقة عالية جدا. و الشكل الموالي يمكنه أن يوضح لنا ذلك:

الشكل رقم 4 : استراتيجية اليقظة و الذكاء الاقتصادي بمؤسسة ENIE



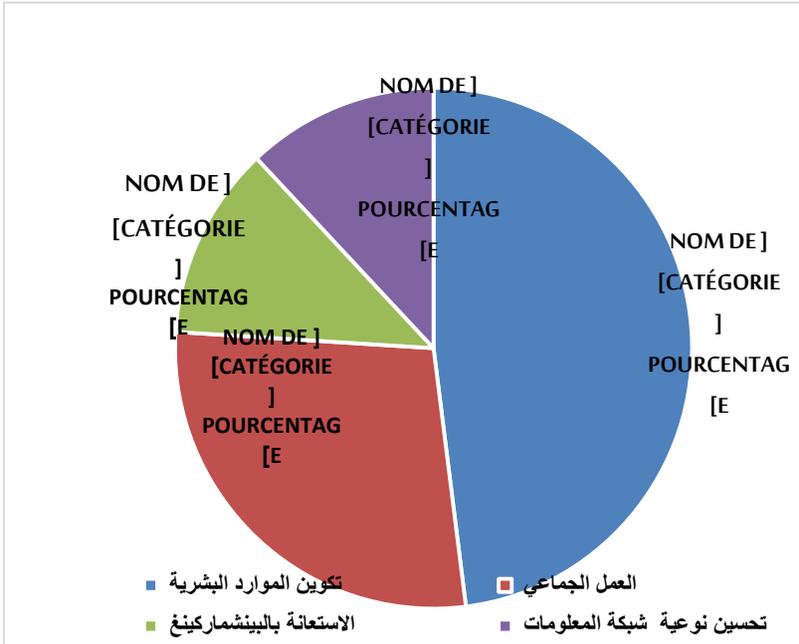
المصدر: مديرية الاعلام الاتي و الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة

و من خلال البحث و الدراسة و طرح مختلف الأسئلة على عينة البحث، توصلنا إلى فهم أهم الأدوات المتبناة من طرف المؤسسة لتفعيل استراتيجية الذكاء الاقتصادي و اليقظة بها، و ذلك من خلال عناصر تمثلت في كل من :

- تحسين وضعية شبكات المعلومات؛
- الاستعانة بالبينشماركينغ و الذي يعنى بمحاكاة طرق التسيير الفعالة من قبل مؤسسات أخرى؛
- تبني آلية العمل الجماعي بالمؤسسة؛
- تكوين الإطارات و مختلف العمال بها.

وفي الشكل الموالي يمكننا ملاحظة أهم الأدوات الأكثر تفعيلا للذكاء الاقتصادي و اليقظة بها.

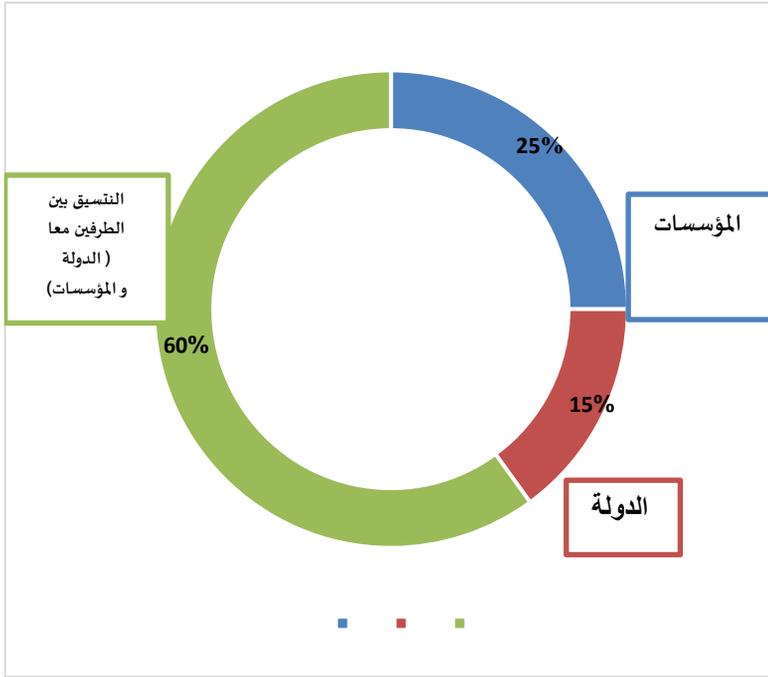
الشكل رقم 5 : أدوات تفعيل الذكاء الاقتصادي واليقظة بالمؤسسة



المصدر: من اعداد الباحثة استنادا لنتائج الاستبيان

يتبين لنا من خلال هذا الشكل أن أغلبية العينة المستهدفة في الدراسة تتفق على أن عنصر تكوين الموارد البشرية في مجال الذكاء الاقتصادي يساهم في تفعيل هذا الأخير وذلك ممثلا في الشكل بنسبة 48%، ثم تليها الإجابات بنسبة 28% بالنسبة لعنصر تبني آلية العمل الجماعي بالمؤسسة، في حين أن كل من عنصري تحسين نوعية شبكة المعلومات و كذا الاستعانة بالبينشماركينغ يتساويان في الإجابات بنسبة 12%، مما يؤكد على أن المؤسسة وكذا مستخدميها قادرين على تبني آلية إقامة استراتيجية بطريقة ما.

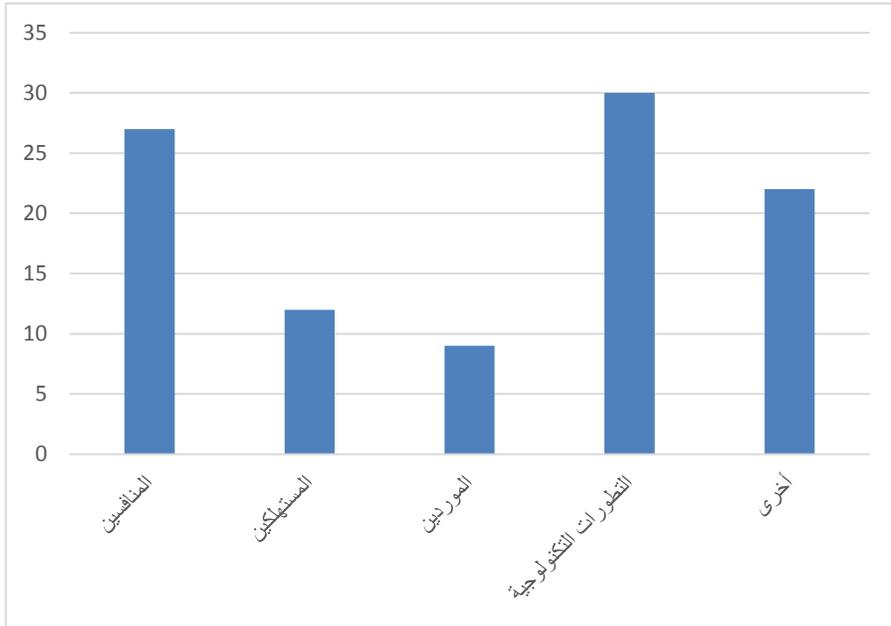
الشكل رقم 6 : الفاعلين العموميين والخواص للذكاء الاقتصادي



المصدر: من اعداد الباحثة استنادا لمخرجات الاستبانة

من خلال هذا الشكل و الإجابة على مختلف الأسئلة من طرف العينة يتوضح لنا أن الفاعلين العموميين ممثلين في المؤسسات و هيئات الدولة لهم درجة كبيرة في تفعيل آليات الذكاء الاقتصادي و اليقظة الاستراتيجية، و على العكس الإجابات القصوى ممثلة بنسبة 80% حسب رأي العينة هو أن التنسيق بين كل من الدولة و المؤسسات ينتج عنه فاعلية لتطبيق استراتيجية الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة، بالتالي نستنتج بأنه عبارة عن تنسيق بين الطرفين.

الشكل رقم 7 : عوامل مراقبة البيئة الخارجية للمؤسسة



المصدر: من اعداد الباحثة استنادا على مخرجات بيانات الاستبانة

تعتبر مراقبة البيئة الخارجية عنصرا فعلا لمعرفة مختلف البيانات و المعطيات التي تحتاجها المؤسسة حول منافسيها، الزبائن، آخر التطورات التكنولوجية و غيرها من المعلومات المتاحة، حيث أن و من خلال هذا الشكل يتبين لنا أن عامل التطورات التكنولوجية له تأثير بشكل مباشر على مراقبة البيئة الخارجية للمؤسسة، فغالبا ما يتم ترويج و تسويق منتج من خلال ما يتميز به من خواص تكنولوجية جديدة تطراً على المنتج ذاته في المؤسسات، ثم يليها عامل المنافسين لأن علاقتهم وطيدة مع عنصر التكنولوجيات الجديدة البارزة في الأسواق، في حين أن كل من عاملي المستهلكين و الموردين لا توليهم المؤسسة أي أهمية إلا نادرا.

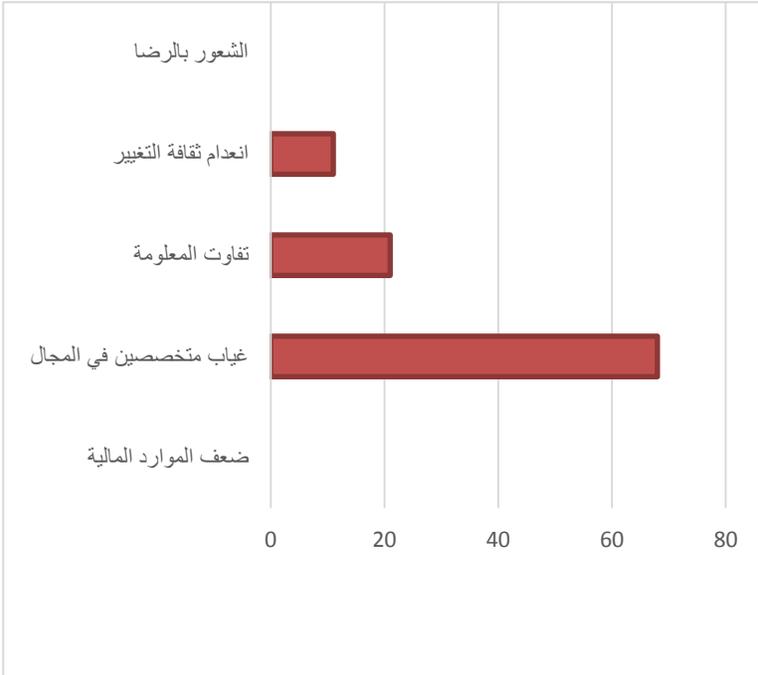
8- واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية و أهم معيقاته:

تسعى المؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية إلى تفعيل استراتيجية الذكاء الاقتصادي بها، لكن في الواقع يتطلب ذلك منها مجهودا نظرا للمعوقات التي تواجهها من أجل اقامته على أرض الواقع، في الشكل الموالي نلاحظ أن : واقلا اقتصادي في المؤسسة هو في حيز التنفيذ من خلال تبني آليات لتفعيله رغم كل المعوقات التي تواجهه، حيث تمثلت أهم المعوقات في مايلي:

- نقص الموارد المالية:

- غياب المتخصصين وخبراء في المجال؛
- تفاوت المعلومة بين أفراد المؤسسة؛
- انعدام ثقافة التغيير من قبل العمال؛
- الشعور بالرضى من قبل المؤسسة.

الشكل رقم 8: معوقات آلية الذكاء الاقتصادي في المؤسسة



المصدر: من اعداد الباحثة استنادا لمخرجات الاستبانة

يتبين لنا من خلال هذا الشكل أن أهم العراقيل التي تواجهها المؤسسة لبسط سياسة الذكاء الاقتصادي هو عدم وجود متخصصين في المجال، وكذلك نقص تدفق المعلومات بين أفراد المؤسسة، ثم تليها مشكلة انعدام ثقافة التغيير، مما يبين أن المؤسسة بحاجة لدعم من قبل المتخصصين في المجال من خلال الاستعانة بهم أو طلب الاستشارة، وكذلك بالنسبة للمعلومات فهي بحاجة ماسة لتفعيل نظام اليقظة الاستراتيجية بصفة محكمة لتجاوز مشكل تفاوت المعلومات، أما بالنسبة لأفرادها فهم مطالبين بمحاولة التكيف والتأقلم مع متغيرات بيئتها الخارجية وتقبل ثقافة التغيير بغية تبني سياسة ذات نوعية في مجال الذكاء الاقتصادي

9-الخاتمة و نتائج الدراسة:

1-9 الخاتمة

لقد تمثل هدف الدراسة في تسليط الضوء على أهمية الذكاء الاقتصادي ودوره في الارتقاء بالمؤسسة وتمكينها من مواجهة تغيرات بيئتها الخارجية من خلال تفعيل سياسة الذكاء الاقتصادي وإقامة نظام اليقظة الاستراتيجية بها، حيث قمنا بابرار أهم عناصر تفعيل هذا الأخير وأهم متطلباته بالنسبة للمؤسسة، دون أن ننسى الإحاطة بكيفية تفعيل نظام اليقظة المتكامل.

حيث يكشف الوصف الفلسفي للذكاء الاقتصادي بالمؤسسات الاقتصادية الوطنية على ذلك الواقع الذي تحاول فيه هذه المؤسسات تفعيل عناصر الذكاء الاقتصادي وإقامة نظام اليقظة من خلال عدة اجتهادات، فخلال محادثاتنا لتجربة المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية ENIE، وجدنا أن المؤسسة تتبنى مديريةية تحتوي على قسم للذكاء الاقتصادي في هيكلها التنظيمي يتم من خلاله محاولة إقامة نظام اليقظة الاستراتيجية متمثلا في كل من: اليقظة التكنولوجية، التجارية و التنافسية.

2-9 نتائج الدراسة:

من خلال هذه الدراسة توصلنا لنتائج البحث التالية:

تمثلت استراتيجية الذكاء الاقتصادي و آليات اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية ENIE في:

- اتخاذ نظام معلوماتي مرتكز على جمع المعلومات وتحليلها ومعالجتها بدقة عالية جدا؛
- تتبنى المؤسسة عدة أدوات للذكاء الاقتصادي مثل: تكوين الموارد البشرية، تبني تقنية العمل الجماعي و الاستعانة بالبينشماركينغ لإدارة مشاريعها؛
- الفاعلين الوحيدين للذكاء الاقتصادي هم: المؤسسات و الدولة معا و التنسيق فيما بينهما؛
- تمثلت آليات اليقظة الاستراتيجية في الاعتماد على التطور التكنولوجي لمواجهة ومراقبة البيئة وهذا من خلال اليقظة التكنولوجية؛
- أهم المعوقات التي تحول دون تفعيل استراتيجية الذكاء الاقتصادي و نظام اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية ENIE هي:
- تفاوت المعلومة بين أفراد المؤسسة؛
- غياب متخصصين في مجال الذكاء الاقتصادي؛
- و انعدام ثقافة التغيير من قبل أفراد المؤسسة.

- (1) محمود بدر العبيدي ، أثر ذكاء الأعمال و الموجودات المعرفية في تحقيق الميزة التنافسية . ورقة بحثية ، بحوث المؤتمر العلمي الدولي السنوي الحادي عشر، ذكاء الأعمال و اقتصاد المعرفة ، ابريل 2012، ص825
- (2) Nicolas Moinet, petite histoire de l'intelligence économique une innovation à la France, l'Harmattan , Paris 2010 p31.
- (3) ERIC DELBECQUE, L'intelligence économique question judiciaires —l'institut d'étude et de recherche pour la sécurité des entreprises (puf) imprimé en France par md impression-Avril 2007-presses universitaires de France 51.
- (4) M. BOUDJEMIA, Chef d'Etudes / MIPI, l'intelligence économique, concept , définition et mode opératoire, Séminaire de sensibilisation à l'intelligence économique et à la veille stratégique Oran – Hôtel El MOUAHIDINE, Ministère de l'Industrie et de la Promotion des Investissements, Direction Générale de l'Intelligence Économique des Études et de la Prospective , le 19 Janvier 2009 ,p1et 3.
- (5) François jakobiak 2009), l'intelligence économique technique et outils, EYROLLS Edition d'organisation 101 ,2009. France, Paris.
- (6) Véronique coggia,l'intelligence économique et prise de décision dans les PME , l'harmattan ,Paris 2009,p62.
- (7) ERIC DELBECQUE, p 76 op cit.
- (8) Audrey Knauf, les dispositifs d'intelligence économique, compétences et fonctions, l'Hrmattan, paris, 2010,p 35.
- (9) نعيمة غلاب، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الحادي عشر ، ذكاء الأعمال و اقتصاد المعرفة. واقع البيضة الإستراتيجية و ذكاء الاعمال في منظمات الأعمال الجزائرية، ورقة مقدمة من طرف الى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ، ذكاء الأعمال و اقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية ، كلية الاقتصاد و العلوم الادارية، ابريل 2012، عمان الأردن ، ص 158.
- (10) موري م. دالزيل، ستيفن سكوتوفر، أساليب التغيير: أداة عملية لتطبيق التغيير في المؤسسات، ترجمة محمد وحيد المنطاوي، مؤسسة رؤية للطباعة و النشر و التوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2008 ، ص 181 .
- (11) بشير مصيطفى، صناعة الغد، مقالات في الاستشراف، جسور للنشر و التوزيع، المحمدية ، الجزائر، الطبعة الأولى 2013، ص 37.
- (12) Abdelkader Djeflat ,Gouvernance Locale Et Economie De La Connaissance Au MAGHTECH 2004-Edition,DAR ELADIB,p 398.
- (13) تاريخ الاطلاع : 2022/08/25 .[www.http://entv.dz](http://entv.dz) 13
- (14) تاريخ الاطلاع : 2022 /06/20 ، الذكاء الاقتصادي /<https://aps.dz/ar/economie/tag>