

تطبيق إستراتيجية الذكاء الاقتصادي وأمن المعلومات بالمؤسسات الجزائرية
Pratique d'une stratégie d'intelligence économiques et sécurité des informations dans les entreprises algériennes

نجاري فاطمة زهراء¹، رديف مصطفى²، بن عياد محمد سمير³

¹ أستاذ محاضر، جامعة جيلالي ليايس بسيدي بلعباس، الجزائر، الإيميل: nedjari.fatima@yahoo.fr

² أستاذ محاضر، جامعة جيلالي ليايس بسيدي بلعباس، الجزائر، الإيميل: redif.cur@gmail.com

³ أستاذ محاضر، جامعة جيلالي ليايس بسيدي بلعباس، الجزائر، الإيميل: benayadsamir@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2018-12-12

تاريخ القبول: 2018-12-04

تاريخ الاستلام: 2018-07-10

ملخص:

في الوقت الذي تجيب فيه اليقظة الاستراتيجية على متطلبات المنظمة فيما يخص ما تجهله عن بيئة أعمالها، أدخلت العولمة و موكب انعكاساتها ذكاء الأعمال في نهج جديد، فمع تطور تكنولوجيات الاعلام و الاتصال، انقلب العالم رأسا على عقب. في هذا البحث نحاول أن نبرز تطبيقات استراتيجية الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية.

توصلنا في الأخير أن المؤسسة الجزائرية تستجيب استجابة نظرية لتطبيقات استراتيجية الذكاء الاقتصادي من خلال استخدام طرق الحراسة و الحماية الخاصة بممتلكاتها المعلوماتية و السهر حول بيئتها، كما أن هذه المؤسسات تتكلم على السياسة العمومية الدفاعية للذكاء الاقتصادي.

كلمات مفتاحية: الذكاء الاقتصادي، اليقظة الاستراتيجية، تكنولوجيات الاعلام و الاتصال، الأمن المعلوماتي.

تصنيف JEL: O3.

Abstract:

As the strategic vigilance responds to the organization's requirements for what it does not know about its business environment, globalization has introduced business intelligence into a new approach. The development of information and communication technologies has changed the world. In this research we try to highlight the applications of economic intelligence strategy in Algerian companies.

Finally, we found that the Algerian institution responds in a theoretical manner to the applications of the economic intelligence strategy through the use of guarding methods and the protection of its information properties and guarding its environment. These institutions also rely on the general policy of defense of economic intelligence.

Keywords: Economic intelligence, strategic vigilance, information and communication technologies, information security.

JEL Classification: O3.

1. مقدمة:

انتشر استخدام مصطلح اليقظة الاستراتيجية و الذكاء الاقتصادي في كتابات الاقتصاديين المعاصرين في الحقبة الأخيرة ، و ذلك قبل أن يكتسب المصطلحين دلالات استراتيجية و ثقافية مهمة من خلال التطورات و التحولات الاقتصادية التي أصبح يعرفها العالم حاليا ، و المؤسسة غالبا ما تجد نفسها في وضعية حرجة أثناء تعرضها للصدمات ، فقد ترتب على ظهور العملة المالية و تحرير الأسواق و مختلف الخدمات تأثيرات واسعة النطاق على مناخ الأعمال خاصة في ظل المنافسة ما بين المنظمات .

و مع الظهور الأولي للذكاء الاقتصادي في الجزائر منذ حوالي سنة 2004 عند تنظيم ملتقى دار موضوعه حول اليقظة التكنولوجية في المنظمات الجزائرية المنظم من قبل مركز البحث عن المعلومة العلمية و التقنية بالجزائر، الذي كان بمثابة إجابة على مختلف الرهانات و التحديات التي ستواجهها المؤسسة الجزائرية في ظل المنافسة العالمية الشرسة ، كثفت الجزائر جهودها لبسط و تعميم ثقافة الذكاء الاقتصادي سواء بالنسبة للجامعة ، مختلف الفاعلين الاقتصاديين العموميين و الخواص على حد سواء من خلال التحفيز و الحث على تبني متطلبات هذا الأخير ، و تبنيها أسس و مبادئ السياسة العمومية لليقظة الاقتصادية .

لذلك أصبحت تتطلع الجزائر حاليا إلى مدى تبني و تطبيق آليات الذكاء الاقتصادي من قبل المؤسسة الاقتصادية ، خاصة مع ظهور الأزمة الاقتصادية و انهيار أسعار المحروقات ، و ذلك من خلال تقديمها لكافة التحفيزات المادية منها و حتى المعنوية للمؤسسات ، ما جعل المؤسسات الجزائرية تبحث عن آليات لتبني استراتيجية الذكاء الاقتصادي و البحث عن سبل حماية ممتلكاتها غير المادية .

1.1 إشكالية البحث:

ماهي آليات تطبيقات استراتيجية الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية، و كيف يمكنها تأمين ممتلكاتها المعلوماتية؟

2.1 أسئلة البحث:

انطلاقا مما سبق يمكننا طرح الأسئلة التالية:

- ما هو مفهوم تكنولوجيا المعلومات؟ و كيف يمكننا الوصول إلى نظام المعلومات الاستراتيجي؟
- ما هو مفهوم الذكاء الاقتصادي لدى منظمات الأعمال؟ و ما هي مراحلها؟
- ما هو مفهوم اليقظة الإستراتيجية؟ و ما أهميتها؟

3.1 فرضيات البحث:**الفرضية الأولى :**

هناك علاقة ذات دلالة معنوية بين الأمن الخاص بالممتلكات المعلوماتية للمؤسسة من خلال السهر حول بيئة المؤسسة و سرية المعلومات.

الفرضية الثانية :

تتبع المؤسسة استراتيجية هجومية للذكاء الاقتصادي لمواجهة منافسيها.

2. مفهوم تكنولوجيا المعلومات

تكنولوجيا المعلومات هي مصطلح عادة ما يطلق لوصف الاستخدام المرتبط بالالكترونيات، الاتصالات ، البرمجيات ومحطات عمل الكمبيوتر اللامركزية، و تكامل وسائط المعلومات (الصوت، النص، البيانات، الصورة)، وتمثل تكنولوجيا المعلومات أحد المكونات الهامة في التكنولوجيا المتقدمة أو العالية و هناك ارتباط بينها و بين التكنولوجيا المتقدمة الأخرى مثل :تكنولوجيا الالكترونيات الدقيقة،تكنولوجيا المواد،التكنولوجيا الضوئية،تكنولوجيا الخضراء و غيرها.

و تركز تكنولوجيا المعلومات على دعامتين أساسيتين هما:¹

- نظم الحسابات

- نظم الاتصالات.

1.2 المعلومة و مفاهيمها:

هي الأساس الذي يعتمد عليه المستثمرين في اتخاذ قراراتهم، و بأنها تقتصر على المعلومات التي تخص المنشأة ذاتها ، بل تمتد إلى المعلومات عن الصناعة وعن الاقتصاد القومي ، بل و ربما الاقتصاد العالمي من خلال الصحف و المجالات المتخصصة و التقارير التي تنشرها المنشآت و مطبوعات بيوت السمسة، و المطبوعات الحكومية و بنوك المعلومات.²

و يشير **ولتر رستون** في كتابه " أفول السيادة " بأنه في الوقت الذي غيرت فيه الثورة الصناعية مصدر الثروة التي كانت قد حولت أكوام الصخر و المواد الخام التي لم تكن لها قيمة تذكر إلى ثروات من الفولاذ و البخار تتحكم في مسيرة الافراد و المجتمعات، فانه في العقود القليلة الماضية أخذت ثورة المعلومات تغير ثانية مصدر الثروة ، و بأن مصدر الثروة الحديث هو ليس مادة بل معلومات ، " أي معرفة تطبق على عمل لخلق قيمة "³.

و كلمة العلم ذكرت عدة مرات في القرآن الكريم ، قال تعالى : " اقرأ و ربك الأكرم الذي علم بالقلم ، علم الإنسان ما لا يعلم " (سورة العلق)⁴.

كما قال تعالى " إني اعلم ما لا تعلمون " (سورة البقرة)⁵.

لهذا فان الحقيقة التي لا يختلف عليها اثنان هي أن المعلومات تمثل القوة و من يمتلك المعلومات يمتلك القوة ، فالحالة التي يمر بها العالم اليوم من أحادية القطب تمثل تجسيدا حيا لهذه الحقيقة ، فالولايات المتحدة الأمريكية لم تصل إلى هذه الغطرسة و التحكم إلا بفعل امتلاك المعلومات و توظيفها بشكل مثالي⁶.

2.2 مفهوم تكنولوجيا المعلومات :

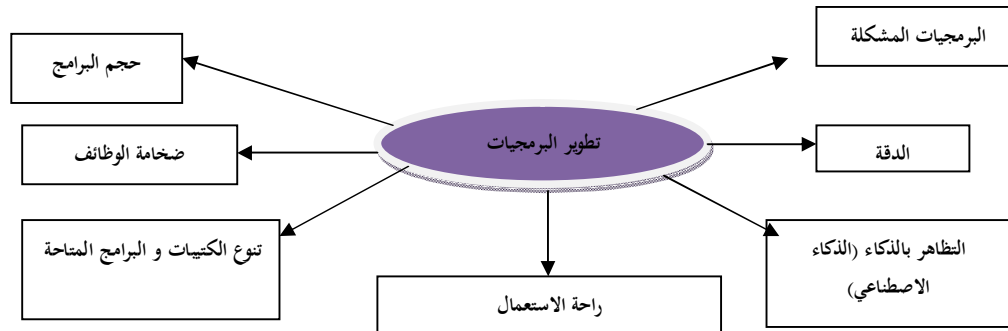
هي تلك الطرق و الأساليب و المعرفة الفنية المرتكزة على العلم التي تستخدم في جمع معالجة، تخزين ، إدارة و تأمين المعلومات و الوصول بها من نقطة لأخرى باستخدام وسائل إرسال و استقبال معينة ، لذلك هي دائما مصدر للصراع و نشوء الحرب بين طرفين ، الطرف المالك للمعلومة ، و الطرف المصدر لهذه المعلومة فإذا انتقلنا من المجال الاقتصادي إلى المجال العسكري فان سبب الحرب ربما يكون معلومة خاطئة أو صحيحة عن خصم أو صديق أو جار و بدء الحرب يتم بناؤه على معلومات⁷.

3.2 مكونات نظام المعلومات الاستراتيجي:

يجب أن يبنى نظام المعلومات الاستراتيجي على فهم كامل لعملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية ، و اتخذ نموذج **سايمون** في صنع القرار الاداري كأساس لتحديد هذه المكونات . و يتضمن نموذج **سايمون** مرحلة الذكاء التي تبحث في البيئة عن حالات تستدعي اتخاذ القرار مثل التهديدات و الفرص الموجودة أمام المنظمة ، و مرحلة التصميم التي تتضمن اختيار البدائل الاستراتيجية

و تقويمها و تحليلها للتعامل مع تلك الحالات ، ثم مرحلة الاختيار و المراجعة التي تتضمن اختيار البدائل الاستراتيجية و تقويمها . ونرى أن مراحل اتخاذ القرار حين وضع الخطة الاستراتيجية تكون قابلة للبرمجة في بعض أجزائها و بعض الأجزاء الأخرى لا يمكن برمجتها ، أي تكون شبه مبرمجة لأنها قرارات جديدة معقدة و مهمة ، تتعامل مع المستقبل المجهول⁸. حيث يمكننا من خلال ملاحظة الشكل الموالي مدى استغلال المعلومات و برمجتها للمساهمة في تحقيق نوع من الدقة و تسهيل الوظائف و نشر الذكاء الاصطناعي في المنظمة .

الشكل رقم 01 : تطور البرمجيات



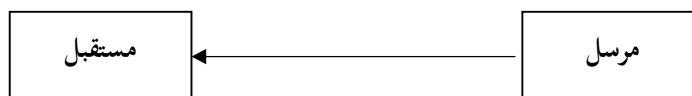
Source : Michel Darbelet, *L'essentiel sur le management*, Berti édition, Paris, 2006, p 115

4.2 الاتصالات و الشبكات :

تتعدد مفاهيم الاتصال بتعدد نوع وتخصص مواضيعها و حسب الهدف الاستعمالي حيث يعرف "ألبرت هنري" الاتصال بأنه : نقل المعنى من شخص لآخر من خلال العلامات أو الإشارات أو الرموز من نظام لغوي مفهوم ضمنا لكلا الطرفين ، و لدى " ميلر " الاتصال يحدث عندما توجد معلومات في مكان ما و لدى شخص ما و يريد إيصالها إلى مكان آخر أو شخص آخر⁹.

فالاتصالات بمعناها العام هي المشاركة و التبادل و النقل مع الآخرين ، و لا يمكن الاستغناء عنها في أي نشاط فردي أو جماعي، فالأفراد يمضون معظم أوقات عملهم بالاتصال سواء (بالقراءة أو الكتابة أو الاستماع أو الحديث أو المشاهدة). و يقصد بالشبكات الحاسوبية بأنها مجموعة من الحواسيب المرتبطة مع بعضها ، و المنتشرة في أماكن مختلفة (القريبة ، البعيدة) و تتيح لمستخدميها تبادل و مشاركة الموارد و المعلومات في أي وقت و أي مكان ، و تعرف أنها مجموعة الحواسيب المرتبطة مع بعضها البعض ، و تمكن من الاتصال بين الأفراد من مكان إلى آخر¹⁰.

الشكل رقم (2) : تحويل الرسائل بين مستقبل و مرسل



المصدر : ناصر دادي عدون، الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية-دراسة نظرية و تطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص 13.

3. فحوى الذكاء الاقتصادي:

يمكن فهم ذكاء الأعمال بأنه توظيف تكنولوجيات الاعلام والاتصالات في استخدام معلومات دقيقة آنية ذات قيمة و نوعية عالية ، متعلقة بمجال العمل نفسه و بيانات ذات اعتمادية (موثوقية) كبيرة متوفرة من عدة مصادر و تطبيق ما تم اكتسابه من خبرات بهدف تحسين و تطوير جودة القرارات التي يجب اتخاذها بناء على هذه المعلومات.

1.3 مفاهيم حول الذكاء الاقتصادي:

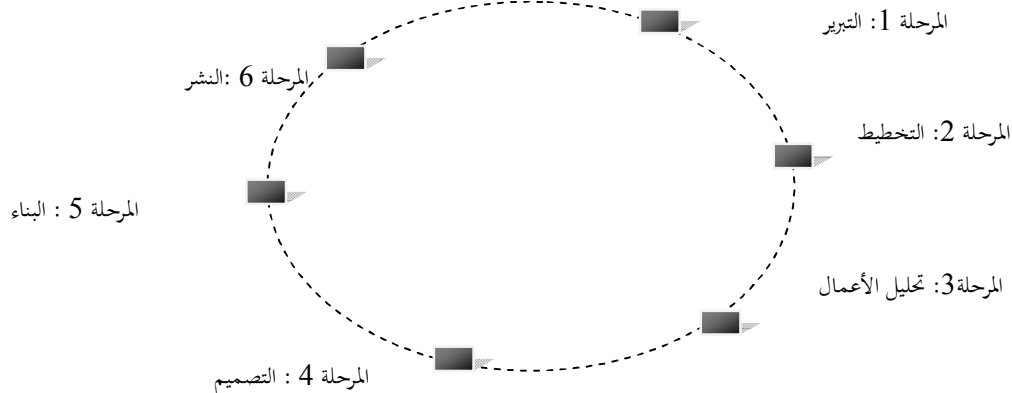
يمكن تعريف الذكاء الاقتصادي لدى منظمات الأعمال بأنه تقنيات دعم القرار في المنظمات التي تهدف إلى تمكين عمال المعرفة مثل : المدراء التنفيذيون ، المحللون و مدراء الأقسام من صناعة قرارات بجودة عالية ، و لتحقيق هذا الدعم في صناعة القرار و دعم عمليات المنظمة ينبغي توفر بنية تقنية ديناميكية تمكن صانعي القرار من استثمار موارد المنظمة من بيانات و المعلومات¹¹.

يعتبر ذكاء الأعمال بمثابة نظام يمكنه الكشف عن المخاطر الموجودة في بيئة المؤسسة و من خلاله يمكن للمؤسسة مواجهة تنافسية المؤسسات القوية من خلال استراتيجية مدروسة ، لذلك أعطى الاقتصادي الانجليزي "هارولد ويلنسكي" أول تعريف لذكاء الأعمال في مؤلفه " الذكاء التنظيمي " على أنه : النشاط الذي يقوم بانتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية و الاستراتيجية للمؤسسة أو المنظمة و التي تكون مجمعة و منتجة في إطار شرعي و انطلاقا من مصادر مفتوحة¹².

أما "هنري مارتز" رئيس لجنة الذكاء الاقتصادي واستراتيجية المؤسسات للمفوضية العامة لمخطط 1994 بفرنسا ينظر لذكاء الأعمال على أنه :الانشغال بأمور الادارة ، و بتقنيات التسيير ، رأسملة المعلومات الاستراتيجية و الضرورية في المنظمة¹³.

كما أن كل من آلان ديبير و ديار يعتبرانه : " أداة مساعدة على اتخاذ القرار تعتمد على معلومة القرار ، بمعنى المعلومة التي تكون كمورد استراتيجي للمؤسسة ، و هدفه هو التقليل من اللابيقن حتى لا يكون القرار عشوائيا"¹⁴ ، و يمثل لنا الشكل الموالي أهم مراحل دورة ذكاء الأعمال .

الشكل رقم 03 : مراحل دورة ذكاء الأعمال



المصدر : أحمد علي صالح، تصورات المديرين في الشركات حول الاطار المفاهيمي لذكاء الأعمال، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال و اقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن، أبريل 2012، ص 700.

يمر ذكاء الأعمال بخمس مراحل أساسية بداية هي كالاتي¹⁵ :

المرحلة الأولى : التبرير : و تقييم حاجة الأعمال إلى المشروع الجديد ، و تشمل هذه المرحلة خطوة واحدة هي تقييم حالة الأعمال.

المرحلة الثانية:مرحلة التخطيط (planing) ، و تعني تطوير الخطط الاستراتيجية و التكتيكية التي تحدد مديات اكتمال المشروع و نشره ، و تضم هذه المرحلة خطوتين و هي :

- تقويم البنية التحتية التقنية و غير التقنية .
- تخطيط المشروع .

المرحلة الثالثة : مرحلة التحليل ، و مهمتها إجراء تحليل مفصل عن مشكلة العمل أو فرصة العمل ، للوصول إلى فهم واضح لمتطلبات الأعمال اللازمة للحل المحتمل :

و تشمل هذه المرحلة أربع خطوات ، هي :

- تحديد متطلبات المشروع.
- تحليل البيانات.
- التطبيق الأولي .
- تحليل مستودع ما وراء البيانات.

المرحلة الرابعة : مرحلة التصميم (Desing) المسؤولة عن تحديد المنتج الذي يحل المشكلة أو يقتنص الفرصة.

و تضم هذه المرحلة ثلاث خطوات :

- تصميم قاعدة البيانات.
- تصميم التحويل.
- تصميم مستودع ما وراء البيانات.

المرحلة الخامسة :

مرحلة البناء ، و تركز على بناء المنتج الذي يجب أن يحسن العائد على الاستثمار خلال مدة زمنية محددة و معروفة و تشمل هذه المرحلة أربع خطوات :

- تطوير التحميل .
- تطوير التطبيق.
- تنقيب البيانات.
- تطوير مستودع ما وراء البيانات.

المرحلة السادسة:مرحلة النشر و تهتم بتطبيق أو بيع المنتج التام الصنع و قياس الفاعلية ، و تضم مرحلتين اثنتين هما :

- التطبيق.
- التقويم.

2.3 الذكاء الاقتصادي أداة للتطوير و الإبداع و التميز:

تقود إستراتيجيات التميز في المنظمة إلى طرح منتجات ذات تنافسية عالية في الأسواق، معتمدة في ذلك على المعلومة التي تعد سلعة غير مادية ، و بذلك تعد المعلومة مصدرا للأرباح ، و ضمانا لإستمرار و بقاء المنظمة ، فللحفاظ على الميزة التنافسية بين منافسيها ينبغي على المنظمة أن تكون سباقة في الحصول على المعلومات و الإشارات التي تسمح لها بالتنبؤ بالاحتياجات ، ورد فعل السوق مثلا : إطلاق منتج جديد، التغير في التشريعات و القوانين ، اكتشاف بعض التطورات و التكنولوجيات الجديدة ، و من هنا يبدو الدور المركزي للمعلومة في حركية الإبداع ، و ذلك من خلال مساهمتها في تكوين ذكاء الأعمال في المنظمة و استخدامها لأغراض التخطيط الاستراتيجي¹⁶.

4. إقامة نظام اليقظة الاستراتيجية:

في ظل تزايد المخاطر التي تهدد مكانة المؤسسات، وحب تبني اليقظة الإستراتيجية كضرورة حتمية و ليست اختيارا، و مفهوم اليقظة الإستراتيجية مفهوم مرتبط بإدارة الأعمال و المجتمعات المهتمة بالمعلومة وتسييرها.

1.4 تعريف اليقظة الاستراتيجية :

هي عملية الحث عن المعلومة بصفة مستمرة متواصلة سواء كانت هذه المعلومة استراتيجية ، اجتماعية ، سياسية ، علمية ، تكنولوجية أو خاصة ببيئة المؤسسة و كل ما يتواجد فيه من متغيرات ، و أخطار ، فهي تتمثل في جمع ، معالجة و تخزين المعلومات و كل الاشارات القوية و الضعيفة الصادرة من البيئة الداخلية و الخارجية للمؤسسة¹⁷.

2.4 إقامة نظام اليقظة الاستراتيجية :

نستطيع أن نبني 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 الإشارة إلى التجربة الكندية في مجال مرصد الدراسات الاستراتيجية و إلى التجربة الكورية الجنوبية في معاهد دراسات التنمية.¹⁸

3.4 من الذي يفعل اليقظة الاستراتيجية ؟

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

شبكة الملاحظين :

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

شبكة الخبراء :

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

شبكة المقررين :

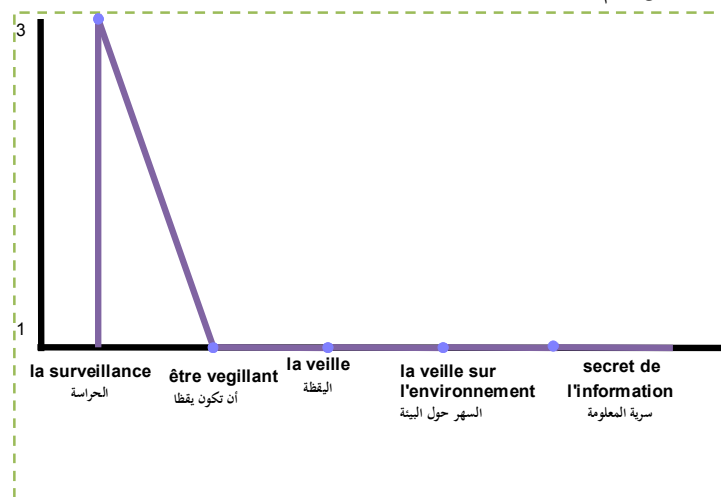
"أعط المعلومة المناسبة للشخص المناسب ، لإيجاد القرار المناسب " و الشخص المناسب هو مستعمل المنتج النهائي، فالمقررين في المؤسسة أو المنظمة يسعون إلى مفاومة فعالية القرارات، و إذا ما تشكلت هذه الأجهزة الثلاث يمكن لجهاز اليقظة الاستراتيجية أن يندمج مع هذه الأجهزة و يمكن المؤسسة من مواجهة أي ضرر أو خطأ يحدث بها ¹⁹.

5. تحليل النتائج:

1.5 أمن المعلومات في المؤسسات الجزائرية :

لمعرفة ما مدى تطبيق استراتيجية الذكاء الاقتصادي بالمؤسسات الجزائرية و المغزى من تأمين الممتلكات المعلوماتية حاولنا التقرب من هذه الأخيرة عن كثب و من خلال من الدراسة التي أجريناها تبين بأن أمن الممتلكات المعلوماتية الخاصة بها تمثل بالدرجة الأولى في حمايتها من خلال الحراسة و الاستعانة في بعض الأحيان بأجهزة الكاميرا ، بحيث تعتبر هذه الطريقة جد تقليدية ، فالأمن يرتبط إلى حد كبير بالتحكم في المعلومات الواردة و الصادرة من و إلى المؤسسات،دراسة البيئة الداخلية و الخارجية للمؤسسة و الاستعانة بمستخدمين مؤهلين لحماية جهاز معلومات المؤسسة من التجسس و القرصنة ، و بتنصيب الشبكات الأكثر أمانا مثل : الأنترانيت و الأكسترانيت عوضا عن الأنترنت ، و كذا استعمال مضادات الفيروسات المتطورة التي تحمي من تهديدات و تدمير الملفات و البرامج الالكترونية للمؤسسة ، و الشكل المبين أدناه يبين لنا أهم الوسائل و الطرق المعتمدة في حماية و أمن الممتلكات المعلوماتية من قبل المؤسسات عينة الدراسة :

شكل رقم 4 : طرق أمن و حماية الممتلكات المعلوماتية للمؤسسة



المصدر : من إعداد الباحثين استنادا لنتائج الدراسة باستعمال برنامج "سفانكس"

2.5 تطبيق استراتيجية الذكاء الاقتصادي بالنسبة للمؤسسات المدروسة

تباينت الإجابة عن مدى تطبيق استراتيجية الذكاء الاقتصادي من مؤسسة لأخرى ، حيث أن تكرار الاجابات ب 85% من إجابات المؤسسات المدروسة ترى بأن تطبيق استراتيجية الذكاء الاقتصادي تكمن في حماية المؤسسة من المخاطر الخارجية التي يمكن أن تتعرض لها ، في حين أن 70 % من تكرارات الاجابات كانت حول تبني أسواق أخرى و عادت نسبة 20 % للحفاظ على استمرارية المؤسسة .

و تعتمد حوالي 65% من المؤسسات المدروسة على الحراسة الخارجية لها ، و 55% منها تعتمد على الحراسة الداخلية ، و تستعين 35% من المؤسسات بآلية اليقظة الاستراتيجية .

الأمر الذي يوضح لنا الاستراتيجية المطبقة بالنسبة للذكاء الاقتصادي في المؤسسات عينة الدراسة تتمثل في اتباع استراتيجية دفاعية و الحماية و كذا السهر حول البيئتين الداخلية و الخارجية الخاصة بها ، ما ينفي اتباع تطبيق لأي استراتيجية هجومية للذكاء الاقتصادي.

3.5 اختبار فرضيات الدراسة

قصد اختبار فرضيات الدراسة و التأكد من صحتها ، تم اعتماد مجموعة من المتغيرات الفئوية و الاستعانة باختبار khidex ، لدراسة مدى الارتباط بينها .

H0 : تمثل X و Y متغيرين مستقلين .

H1 : تمثل X و Y متغيرين غير مستقلين .

لتكن α (α في الغالب تأخذ قيمة 5%) احتمال الخطأ من النوع الأول أي :
 $\alpha = P (H1 / H0)$ ، بمعنى آخر α هو احتمال أن الاختبار يؤدي إلى وجود علاقة بين X و Y ، مع أنه في الواقع العلاقة غير موجودة (أي احتمال وجود علاقة وهمية) .

البرامج الاحصائية و من بينها برنامج "سفانكس" يمدنا بالقيمة P (p-value)

فاذا كانت : $P \leq 5\%$ ، فاننا نرفض H0 (وجود علاقة) .

و إذا كانت : $P > 5\%$ ، فاننا لا نرفض H0 (عدم وجود علاقة) .

اختبار الفرضية الأولى :

H1 : هناك علاقة ذات دلالة معنوية بين الأمن الخاص بالممتلكات المعلوماتية للمؤسسة من خلال السهر حول بيئة المؤسسة و سرية المعلومات ، حيث تبين النتائج أن P لديها قيمة أصغر من 5% ، حيث تمثلت في : ($P=3.2\%$) مما يبين صحة هذه الفرضية ، و هذا ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول الموالي :

اختبار الفرضية الثانية :

H1 : تستعمل المؤسسة استراتيجية هجومية للذكاء الاقتصادي لمواجهة منافسيها ، حيث تم نفي هذه الفرضية ، أين لم تأكد مخرجات نتائج الدراسة على وجود أي ارتباط بين استراتيجية الذكاء الاقتصادي مع استعمال سياسة تنافسية هجومية من قبل المؤسسة ، و هذا ما يبدو لنا جليا في الجدول رقم "03" ، بالتالي هذه الفرضية غير صحيحة .

و أخيرا و من خلال التحليل النظري و دراستنا للعينة و كذلك اختبارنا و تحليلنا للفرضيات، قمنا بتلخيص النقاط التالية كنتائج لهذه الورقة البحثية:

✓ يتعلق الأمن الخاص بالممتلكات المعلوماتية للمؤسسة بالسهر حول بيئة المؤسسة و سرية المعلومات .

✓ تستجيب المؤسسة الجزائية استجابة نظرية لتطبيقات استراتيجية الذكاء الاقتصادي من خلال استخدام طرق الحراسة و الحماية الخاصة بممتلكاتها المعلوماتية و السهر حول بيئتها .

✓ انعدام تطبيق استراتيجية هجومية للذكاء الاقتصادي ، حيث أثبتت الدراسة أن المؤسسات المدروسة لم تتمكن من تبني استعمال سياسة المنافسة الهجومية من قبلها قصد مواجهة المنافسة .

✓ اتكال المؤسسة على السياسة العمومية الدفاعية للذكاء الاقتصادي ، و الحماية الأمر الذي يعقد توضيح متطلبات إقامة نظام اليقظة الاستراتيجية بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية .

6. خلاصة:

تسعى المؤسسة الجزائرية مؤخرًا للأخذ بعين الاعتبار مسألة مواجهة المنافسة العالمية و محاولة الاحتواء في اقتصاد المعلومات ، فمنها من بدأ يهتم و يبحث عن حثيات اليقظة الاستراتيجية و محاولة التأقلم مع متطلبات الذكاء الاقتصادي من خلال إرساء حماية معلوماتها و ممتلكاتها المادية ، ما يفسر تبني سياسة ضمنية لتطبيقات الذكاء الاقتصادي تتمثل في الاستراتيجية الدفاعية بالنسبة للمؤسسات الجزائرية ، و لعل الذي لعب الدور كاملاً هو السياسة العمومية للذكاء الاقتصادي في الجزائر الذي تبنته الحكومة مؤخرًا .

في حين أن تطبيقات استراتيجية الذكاء الاقتصادي بالنسبة للمؤسسات الجزائرية يتطلب أيضاً الاستخدام العنيف و المكثف لاستراتيجية هجومية تواجه بها المؤسسة منافسيها بغية الحفاظ على الاستمرارية و الخلود في سوق عالمية تسودها المنافسة الشرسة و الخدمة التي أصبحت تسمح بسهولة مؤسسة من السوق بمجرد معلومة .

7. الهوامش والإحالات:

- ¹ عبد المطلب عبد المجيد، الاقتصاد المعرفي، الدار الجامعية ، الاسكندرية، 2011، ص 35.
- ² منير إبراهيم هندي، الأوراق المالية و أسواق رأس المال، توزيع منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002، ص 704.
- ³ عامر إبراهيم قنديلجي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها - عمان عاصمة الثقافة العربية، الوراق للنشر و التوزيع، 2002 ، ص 76.
- ⁴ سورة العلق الآية رقم 3، 4، 5.
- ⁵ سورة البقرة الآية رقم 30.
- ⁶ محمد الطائي، اقتصاديات المعلومات، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، اليمن ، 2007، ص 15.
- ⁷ جمال محمد غيطاس، الحرب وتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، النهضة مصدر الطباعة للنشر و التوزيع، 2006، ص 57 .
- ⁸ عيد أحمد أبو بكر، دور نظم المعلومات الاستراتيجية في دعم و تحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين المصرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال و اقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن، أبريل 2012، ص 613.
- ⁹ ناصر دادي عدون، الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية-دراسة نظرية و تطبيقية، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2004 ، ص 13.
- ¹⁰ سعيد عبد الله، دور تكنولوجيا الاعلام و الاتصالات في تعزيز الذكاء الاستراتيجي، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال و اقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن، أبريل 2012، ص 513.
- ¹¹ محمود بدر العبيدي، أثر ذكاء الأعمال و الموجودات المعرفية في تحقيق الميزة التنافسية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال و اقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن، أبريل 2012، ص 825.

¹² Norbert Lubrument, *L'intelligence économique et management stratégique, les cas pratiques d'intelligence économique des PME*, L'Harmattan, 2012, p 86.

¹³ Eric Delbecque, *L'intelligence économique question judiciaires*, l'institut d'étude et de recherche pour la sécurité des entreprises (PUF), 2007, p51.

¹⁴ Nicolas Moinet, *Petite histoire de l'intelligence économique une innovation à la France*, l'Harmattan, Paris, 2010, p31.

- ¹⁵ أحمد علي صالح، تصورات المديرين في الشركات حول الاطار المفاهيمي لذكاء الأعمال، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال و اقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن، أبريل 2012، ص 700.
- ¹⁶ سهام عبد الكريم، سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال و اقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن، أبريل 2012، ص 5.
- ¹⁷ نعيمة غلاب ، واقع اليقظة الإستراتيجية و ذكاء الاعمال في منظمات الأعمال الجزائرية ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال و اقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن، أبريل 2012، ص 158.
- ¹⁸ بشير مصيطفي، صناعة الغد، مقالات في الاستشراف، الطبعة الأولى، جسور للنشر و التوزيع، المحمدية، الجزائر، 2013، ص 37.
- ¹⁹ Abdelkader Djeflat, **gouvernance locale et économie de la connaissance au Maghreb : actes de conférence Maghtech 2004**, Ed DAR ELADIB, 2005, p 398.

8. الملاحق

جدول رقم 01 : اختبار khieux الخاصة بحماية الممتلكات المعلوماتية للمؤسسة

Groupe n°14																								
	la surveillance			etre vigilant			la vegillance			la veille concurrentielle			la veille sur l'environnemt de l'entreprise			oui			secret de l'information			Total		
	N	% cit.	Eth	N	% cit.	Eth	N	% cit.	Eth	N	% cit.	Eth	N	% cit.	Eth	N	% cit.	Eth	N	% cit.	Eth	N	% cit.	Eth
la surveillance	3	100,0%	2,29	0	0,0%	0,43	0	0,0%	0,43	0	0,0%	0,00	0	0,0%	0,43	0	0,0%	0,00	0	0,0%	0,43	3	100,0%	
Total	3	42,9%		1	14,3%		1	14,3%		0	0,0%		1	14,3%		0	0,0%		1	14,3%		7	100,0%	

p = 3,2% ; chi2 = 28,00 ; ddl = 16 (S)
La relation est significative.

	la surveillance	etre vigilant	la vigilance	la veille concurrentielle	la veille sur l'environnement de l'entreprise	oui	secret de l'information
la surveillance	100%						
Total	42,9%	14,3%	14,3%	14,3%	14,3%		

المصدر : من إعداد الباحثين استنادا لنتائج الدراسة باستعمال برنامج "سفانكس"

جدول رقم 02 : اختبار khieux الخاص باستعمال استراتيجية هجومية للذكاء الاقتصادي من قبل المؤسسة

Groupe n°2						
	opéra tion de reche rche et de dévelo ppement	collecte des expert ises, des informa tions généra les et spécif iques	reche rche des occas ions	trouver des nouv eaux parts de marchés a exporter	création des nouv eaux modèles des produits	Comp
politique offensif	0	0	0	0	0	0
protection de l'entreprise contre les menaces extérieures	2	1	1	3	0	7
l'adaptation avec d'autres marchés	1	1	1	3	0	6
profiter des nouveaux occasions	2	1	1	3	0	7
autres ?	0	0	0	0	0	0
le sauvegarde de la société	0	0	0	0	0	0
la mise a jour de l'entreprise	0	0	0	0	0	0
IE (intelligence economique)	5	3	3	9	0	20

politique offensif / Compétitivité p = 100,0% ; chi2 = 0,00 ; ddl = 1 (NS)
IE (intelligence economique) / Compétitivité p = 99,9% ; chi2 = 0,32 ; ddl = 6 (NS)

المصدر : من إعداد الباحثين استنادا لنتائج الدراسة من مستخرجات برنامج "سفانكس"