

الذكاء الاقتصادي بين المنافسة والتعاون وتأثيره على تحسين أداء

المؤسسات الاقتصادية

* دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية *

أ/ رقامي محمد

جامعة عنابة

Abstract :

Pendant l'évolution rapide des technologies de l'information et de la communication Les entreprises économiques besoin de système d'information ouvert à l'environnement externe pour obtenir les informations d'intérêt pour ces entreprises, pour être utilisé dans le processus de prise de décision stratégique.

Il a été utilisé méthode d'étude sur le terrain grâce à la distribution des questionnaires sur un échantillon d'entreprises économiques algériennes et d'étudier l'impact de l'intelligence économique pour améliorer la performance de l'entreprises qui basé a l'information et de communiquer avec les entreprises économiques internes et externes, Ainsi que la méthode d'analyse descriptive de couvrir les aspects théoriques liés à l'étude.

Les mots clés:

L'intelligence économique, Les entreprises économiques, la

المخلص :

في ظل التطورات السريعة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، تحتاج المؤسسات الاقتصادية إلى نظام معلومات مفتوح على البيئة الخارجية لتحصل على المعلومات التي تهمها، لكي تستخدمها في عملية اتخاذ القرارات وخاصة منها الإستراتيجية.

وقد استخدم أسلوب الدراسة الميدانية وذلك عن طريق توزيع الاستبيانات على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وذلك لدراسة مدى تأثير الذكاء الاقتصادي على تحسين أداء المؤسسات القائم على المعلومة والتواصل الداخلي والخارجي مع المؤسسات الاقتصادية
الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، المؤسسات الاقتصادية، الأداء.

المقدمة:

تلعب التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال دور كبير في تفوق وتطور المؤسسات، كما أصبحت المعلومة مورد استراتيجي تعني كل شخص ومؤسسة وذلك لحل المشاكل واتخاذ القرار.

وأصبح الحديث اليوم في ظل متغيرات عديدة عن الذكاء الاقتصادي كمصطلح جد مهم، دفع بالمؤسسات إلى تغيير طريقة تفكيرها بحيث أصبحت تفكر استراتيجيا أكثر حين تتعامل مع محيطها الخارجي، كما طورت قدراتها في الحصول على المعلومة وذلك رغبة منها لتحسين أداءها الاقتصادي.

من خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية الآتية:

ما هو أثر استخدام الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على تحسين أداؤها؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية الرئيسية الإشكاليات الفرعية التالية:

- ❖ هل تعتبر المعلومات عامل رئيسي في تطوير أداء المؤسسة؟
- ❖ هل إنشاء ثقافة الانفتاح على الخارج تسمح للمؤسسة بالتفاعل مع محيطها ومن ثم تحسين أدائها؟
- ❖ كيف يتم حماية المؤسسة من التأثيرات الخارجية؟
- ❖ هل أداء المؤسسة الاقتصادية يرتبط طرديا مع التعاون أو التنافس مع المنافسين؟

الفرضيات:

- ❖ يمكن اعتبار المعلومات عامل أساسي ومهم وذلك لتطوير وتحسين أداء المؤسسة، حيث يقوم المسيرين بإجراءات لتقييم مصادر المعلومات وذلك رغبة في الحصول على معلومات متجددة؛
- ❖ تتفاعل المؤسسة مع محيطها الخارجي حيث تؤثر وتتأثر به لأجل تحسين أداؤها؛
- ❖ يقوم مسير المؤسسة بتغذية عكسية بالنسبة للمعلومات المنشورة لأجل حماية المؤسسة من التأثيرات الخارجية التي من الممكن أن تؤثر عليها؛
- ❖ يرتبط الأداء الاقتصادي عكسيا مع التعاون وذلك داخليا وخارجيا، والأداء الجيد

ينتج عن التنافس.

أهداف الدراسة:

- معرفة الإستراتيجية التي تعتمدها المؤسسة الاقتصادية للقيام بنشاطاتها، ومدى اعتمادها على المعلومات بغية تحسين أداءها.
- دراسة أثر الذكاء الاقتصادي على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية، وإسقاط ذلك على واقع المؤسسات الجزائرية.
- الإلمام بالقدرات التي يعتمد عليها متخذ القرار لأجل تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية.

خطة الدراسة:

أولاً: مفهوم الذكاء الاقتصادي

ثانياً: أبعاد الذكاء الاقتصادي

ثالثاً: الذكاء الاقتصادي والمنافسة

رابعاً: الذكاء الاقتصادي والتعاون

خامساً: تحسين الأداء

سادساً: الدراسة الميدانية

أولاً: مفهوم الذكاء الاقتصادي

لاحظ بيتر دراكر في سنة 2001 أنه على مدى القرن الماضي كانت مختلف المؤسسات الأمريكية تقترب من تناقص الغلة ووفقاً لذلك، يجب على مسيربيها أن يسعوا إلى وسائل أخرى للتنافس، واستسقاء المعلومات وتقديم أداة جديدة وقوية للمؤسسات، فكان تنفيذ برنامج الذكاء الاقتصادي بشكل فعال هو الأسلوب الذي يمنح ميزة تنافسية، ويمثل نقلة نوعية في كيفية استخدام المعلومات في المجال الاقتصادي، ولإحداث هذا التحول، يحتاج مسيرو المؤسسات إلى إعادة التفكير في كيفية استخدام المعلومات بشكل عام وعلى وجه الخصوص في الذكاء الاقتصادي حيث أن الأعمال التي تركز على طرق الذكاء الاقتصادي تتجاوز الأساليب التقليدية من خلال وضع الصرامة في تحديد آلية القيمة الاقتصادية لكل مشروع. وهذا يشمل التحديد المسبق لكيفية العمليات الاقتصادية وكما أن عمليات اتخاذ القرار يجب أن تتغير من أجل الاستفادة من استثمارات الذكاء الاقتصادي

التي تدار كمجموعة¹. وهناك عدة تعريفات للذكاء الاقتصادي من بينها ما يلي:

- هناك من يرى بأنه: " مزيج من القدرات التنظيمية والتكنولوجية التي تسمح لمسيري لمؤسسة باستخدام المعلومات لاتخاذ القرارات"².
- و يعرف ديبر DUPRE في سنة 2002 الذكاء الاقتصادي بأنه: " مفهوم جديد يشمل جميع القضايا المتعلقة بأمن المعلومة، والذي يتضمن خاصة الحماية والإدارة الإستراتيجية لصنع القرار أو التأثير على إجراءات الربح بالمؤسسات أو الدول. ويقدم غالبا على أنه جهد جماعي يهدف للبحث وتبادل المعلومات في إطار مؤسسة. فهو نظام لرصد بيئة المؤسسة وكذا الكشف عن التهديدات واستغلال الفرص"³.

والذكاء الاقتصادي يكون على أساس الإجراءات ذات الأولوية التالية:⁴

- من الضروري أن تشارك الإدارة العامة في أي مبادرة تتعلق بالذكاء الاقتصادي، حيث يتم وضع مبادئ توجيهية لتحديد الاحتياجات للمعلومات؛
- التوجه نحو معلومات مفيدة لصانعي القرار تساعد في تحديد وتنفيذ إستراتيجيتهم؛
- تحفيز جميع الموظفين بالمؤسسة من خلال اتخاذ إجراءات دائمة للتوعية؛
- فعالية جهاز الذكاء الاقتصادي تتعلق بتوزيع المعلومات المفيدة بشكل أسرع؛
- الذكاء الاقتصادي في المؤسسات يجب أن يطبق باحترام خصوصية المعلومات ضمن معايير واضحة ودقيقة.

ثانيا: أبعاد الذكاء الاقتصادي⁵

الذكاء الاقتصادي تطور في المؤسسات الكبيرة وكذلك في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك لمواجهة عولمة الأسواق، وتعدد الأطراف الفاعلة في الساحة الدولية حيث أصبحت الإدارة الهجومية للمعلومات الاقتصادية عاملا أساسيا في إدارة الاستراتيجيات الصناعية⁶.

حسب الكتاب Delbeique و Gérard Pardini، فإن الذكاء الاقتصادي يشمل إجراءات اليقظة (الحصول على المعلومات الإستراتيجية ذات الصلة بالموضوع)، الأمن (لا يسمح بمعرفة أسرار المؤسسة)، التأثير (نشر معلومات أو معايير سلوكيات، وجعل إستراتيجيتها مفضلة)، وهي كما يلي:⁷

• **فاليقظة**، هي نهج منظم للبحث، الجمع، المعالجة ونشر المعلومات، وتهتم بالأمر العلمية، التكنولوجية، القانونية، التنظيمية والبيئية.. الخ. فهي تهدف إلى رصد البيئة التنافسية، والكشف عن الإشارات الضعيفة المحددة للاتجاهات الناشئة. تحث على الاستخدام الواسع لتكنولوجيات الجديدة للمعلومات من خلال شبكة الانترنت، مع استخدام العنصر البشري والوثائق، هذا النهج يسمح لمسيرى المؤسسة بوضعها في موقع أفضل في بيئتها أي ضمن أسواقها مقارنة بمنافسيها. الأمن، يضمن 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.

التأثير، هو تغيير في بيئة المؤسسة التي يرتبط بها القرارات. إتباع استراتيجيات التأثير يمكن مسيرى المؤسسة من وضعها في مركز أحسن في أسواقها، وكسب صورة أفضل، جلب انتباه المستهلكين إلى منتجاتها ولو لم تكن تلبي احتياجاتهم. وهو يشمل معظم تصرفات التواصل في المؤسسة، الدعاية وكسب التأييد، ويتضمن كذلك تعزيز الصورة والتحضير لعمليات التسويق، وطرح منتجات جديدة. عدم إتقان استراتيجيات التأثير يؤدي بمسرى المؤسسة إلى النفاصل بشكل متأخر أو خاطئ مع الهجمات التي لم يتم التمكن من التنبؤ بها بشكل مسبق. مما سبق يستنتج بأن:

الذكاء الاقتصادي = اليقظة + التأثير + الأمن (الحماية)

ويمكن إضافة بعد (عنصر) آخر للذكاء الاقتصادي وهو:

- التنافسية: التي تركز أساسا على عمليات البحث والتطوير وتسمح للمؤسسات الاقتصادية باغتنام الفرص والحصول على الأسواق الجدد عن طريق تجميع الخبرات والمعلومات العامة والخاصة⁸.

ثالثا: الذكاء الاقتصادي والمنافسة

تنوع الاقتصاديات والقضايا الإستراتيجية كان لهما أثر قوي على أشكال الذكاء الاقتصادي. فأصبح مرحلة تابعة لعملية صنع القرار وأداة للإدارة في حد ذاتها، فهو

التفاعل المباشر بين البيئة والمؤسسة، بحيث يقوم على السيطرة على المعلومات وإنتاج المعرفة في إطار أفضل فهم للبيئات الاقتصادية، وأفضل توقع للمتغيرات. والمساهمة الرئيسية للذكاء الاقتصادي هي دعم اتخاذ القرار، بالتمعن في المبهمات من خلال فهم المعلومات الداخلية والخارجية. ومعظم مسيرو المؤسسات يعتبرون أن الغرض الرئيسي للذكاء الاقتصادي هو تسهيل اتخاذ القرارات الإستراتيجية عن طريق تقديم سيناريوهات حقيقية لمختلف الخبرات الإستراتيجية لصانعي القرار، ويتم تحديد هذه السيناريوهات من خلال التعود على ممارسة الذكاء الاقتصادي. الذي من خلاله يتم تحليل البيئة بغية المساعدة في كشف عن الإجراءات ونوايا المنافسين. استعلامات الذكاء الاقتصادي تسمح بتطوير قدرة مسيرو المؤسسة على التأثير في محيطها، كمثال نشر شائعات تؤدي إلى عدم استقرار المنافسين وكذلك تطوير القدرة على التأثير في المنظمات المهنية أو السلطات العامة هو كذلك من أهم الأنشطة الرئيسية للذكاء الاقتصادي. هذا التعريف للذكاء الاقتصادي هو بالأساس ضمن علاقات تنافسية بين المؤسسات، فيجب على مسير المؤسسة أثناء جمع المعلومات الحذر والحرص من مناورات منافسيها الحاليين والمحتملين، وكذلك أثناء التلاعب بالمعلومات عليهم تطوير قدرتهم على إحداث ضرر لمنافسيها. وممارسة الذكاء الاقتصادي تزداد أهمية عندما تنشط المؤسسة في بيئة تتميز بشدة المنافسة. الذكاء الاقتصادي له أهمية في نظرية تكلفة الصفقات، ففي هذه النظرية فإن المنافسة تعتبر أمر مفيد⁹.

رابعاً: الذكاء الاقتصادي والتعاون

يمكن تقدير أهمية الذكاء الاقتصادي من خلال مراقبة الطلب على تطبيقاته، فهو يشمل التنسيق بين المعلومات الأساسية مع المعلومات القريبة للكشف عن الأحداث الهامة وتبسيط الضوء على القضايا غير الواضحة. وهو يتضمن القدرة على تقييم الاتجاهات الاقتصادية في التطور والتكيف مع الأوضاع المتغيرة. ويهدف إلى اتخاذ قرارات ذكية استناداً إلى أحكام غير مؤكدة ومعلومات متناقضة، لأنه يعتمد على الاستكشاف وتحليل المعلومات، تحديد الاتجاهات واكتشاف الفرص¹⁰.

يكون الذكاء الاقتصادي جماعي عندما ترصد الإشارات في البيئة، واختيارها ووضع علاقتها بهدف خلق معنى يكون هدفه العمل الجماعي، بحيث أعضاء المجموعة يتواصلون ويتفاعلون حسب مختلف الأشكال المناسبة. فالذكاء الجماعي هو نتيجة للتواصل والتفاعل

بين مختلف الجهات الفاعلة في المؤسسة وذلك وفقا لمهارتهم وخبراتهم، ويمكن تحديد أربعة جهات فاعلة في عملية الذكاء الاقتصادي وهم:¹¹

1. **صناع القرار:** هم من يقومون بترجمة مشكلاتهم المتعلقة بالقرارات؛
2. **خلية اليقظة:** هذه الخلية هي تحت مراقبة مسؤول اليقظة؛
3. **مركز الوثائق:** يدير استراتيجيات جمع المعلومات والتنسيق مع أمناء المكتبات؛
4. **أمناء المكتبات:** يقومون بجمع المعلومات الرسمية وغير الرسمية المتعلقة بالبيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة. هذا هو عملهم اليومي.

في الأبحاث الحديثة، فإن الذكاء الاقتصادي يدمج أكثر فأكثر التعاون، ففي الواقع فإن المساهمة في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، من خلال زيادة كفاءة عملية صنع القرار يعتبر من أهم أدوار الذكاء الاقتصادي. مع ذلك فإن هذه الميزة تكون أكثر وضوحا في حالة المناورات العدوانية، أكبر منها في حالة المناورات التعاونية. فوفق هذا المنظور، فإن الذكاء الاقتصادي يمكن دمجها في نظرية الشبكات التي تقوم على ضرورة التعاون. فحسب هذا التصور، فإن تحليل البيئة من أجل العثور على شركاء يصبح واحد من ادوار الذكاء الاقتصادي. هذا البحث عن التكامل يهدف إلى اكتساب المؤسسة قوة أكبر لتصبح قادرة على المنافسة في السوق. حيث التعرف على الشركاء المحتملين وكذلك التعرف على منافسيها المحتملين بالإضافة إلى إمكانيات التعاون. فمسيرو المؤسسات حاليا يجدون أنفسهم في مفترق طرق بين اثنين من التوجهات، عدم التعاون مع منافسيها، مما يسمح بتجنب أخذهم لجزء أو كل قدرتها على حسن التصرف، ولكنه يحرما من مكاسب التعاون. وعلى العكس فإن التعاون مع منافسيها يسمح بالاستفادة من مزايا مهمة، ولكن يعرض المؤسسة لهجمات محتملة من حلفائها. وفي الواقع فإن التعاون بين المنافسين يشمل تبادل المعلومات أو مشاركة المتنافسين لتحقيق مشروع مشترك يوفر لكل واحد منهم وصول بشكل مباشر للمعلومات الخاصة بالمؤسسات المنافسة. حيث بالرغم من مختلف طرق حماية المعلومات التي يقوم بها مسيرو المؤسسات، فإن بعض التسريبات للمعلومات لا مفر منها. ضمن هذا السياق، التعاون يخفي الذكاء التنافسي بأكثر دقة التعاون بين المؤسسات المتنافسة هو أرضية مهمة جدا للذكاء الاقتصادي. التعاون يسمح بجمع المعلومات من مختلف الشركاء الذين اختاروا هذه العلاقة التعاونية، وكذلك اكتشاف الابتكارات التكنولوجية، السيناريوهات الإستراتيجية، الأدوات الاقتصادية والإجراءات،

المهارات والمعارف الضمنية المستخدمة والتي تعتبر خطر متكبد خلال مرحلة التعاون¹².

خامسا: تحسين الأداء

الأداء هو مدى قدرة تحقيق مسير المؤسسة لأهدافها على المدى البعيد من خلال الرشد في استغلال وتوظيف مختلف مواردها في إطار الأخذ بالاعتبار تأثيرات البيئة الداخلية والخارجية لأنشطتها¹³. في حين يدل التحسين على التغيير للأفضل، التغيير في كثير من الأحيان مخيف لأنه يرتبط بالخطر. من خلال التغيير، فإن مسيرو المؤسسات يغادرون منطقة الارتياح ويكسرون الروتين فيتقنون أشياء غير مؤكدة. وكذلك فإن هدف الأداء يعني أن المستوى الحالي ليس مرضي، فيسود شعور بإمكانية التمتع الأفضل. ضمن هذه الظروف، فإن إطلاق برنامج تحسين الأداء يمكن أن يفهم كإنكار للجهود التي بذلت ولنتائج التي تحققت بالفعل. ومنه يجب تتبع مقاربة بداعوجية لتحسين الأداء. وذلك بالتعرض للأسئلة التالية:¹⁴

- لماذا التحسين: ينبغي تفسير لماذا تحسين الأداء، وما هو الغرض من الجهد المطلوب.
- ماذا يحسن: التجربة تبين أن في البيئات الصناعية هناك أكثر كسب للعمل في العمليات ذات القيمة المضافة العالية.
- متى يتم التحسين: عندما تكون الأمور جيدة، تكون هناك راحة نسبية في الوضع وهذا يعيق التصور، ونادرا ما يتم الكشف عن المشاكل سواء كانت حقيقة أو محتملة، ذلك لأن في هذه الحالات لا يتم سوى تعبئة الموارد الأكثر سهولة.
- ومنه فإن التحسين المستمر والذي ليس له علاقة بالظروف الخاصة بل هو موقف يعتمد بشكل مستمر، والذي يسمح بتطوير حلول قوية في الحالات أقل توترا وذلك للاستجابة بسرعة في حالت الأزمات.
- كيف يتم التحسين: تحسين الأداء من خلال الاعتماد على معظم تقنيات حل المشكلات. المشكلة تعرف بأنها انحراف عن الوضع المطلوب. فينبغي معالجة الفجوة بين الأداء الحالي و الأداء المستهدف.

سادسا: الدراسة الميدانية:

- مجتمع الدراسة: للتمكن من الاعتماد على عينة، يمكن من خلال أجوبتها على الأسئلة المطروحة الحكم على الفرضيات المطروحة، فقد تم التركيز على مسيرو مؤسسات اقتصادية من مدينتي عنابة والطارف من الجزائر وذلك بأسلوب العينة العشوائية.

- **بناء الاستثمار:** بناء الاستثمارة كان بهدف التمكن من التعرف على آراء أفراد الشرائح المستهدفة، وقد تم بناءها وفق شكلين:

- 1- **إستبيان عادي:** محمول على ورق عادي، أعده الباحث باللغة العربية؛
- 2- **استبيان إلكتروني:** تم كتابة أسئلة الاستبيان العادي إلكترونياً ثم إرسال الاستبيان الإلكتروني إلى العناوين الإلكترونية الخاصة بالمؤسسات المستهدفة.

جدول رقم 01: يبين توزيع استمارات الاستبيان على الشرائح الأربعة المستهدفة ومدى التجاوب معها

الاستثمارات المستوفاة الشروط	الاستثمارات المقصاة	نسبة الاستثمارات المعادة	عدد الاستثمارات المعادة بعد الإجابة عليها	عدد الاستثمارات الموزعة	طبيعة الاستثمارة	الشريحة المستجوبة
18	/	% 46.66	14	30	ورقية	مسيرو مؤسسات من مدينة عناية
	/	% 66.66	4	6	الكترونية	
24	/	% 85	17	20	ورقية	مسيرو مؤسسات من مدينة الطارف
	01	% 40	8	20	الكترونية	

المصدر: من إعداد الباحث

- **تحليل وحوصلة نتائج الاستثمارة:** تم الاعتماد على spss مع تحديد الفئة التي ينتمي إليها المتوسط الحسابي من مقياس ليكارت الموضح أدناه.

الجدول رقم 02: مقياس ليكارت الخماسي

الرأي	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
المستوى	1	2	3	4	5
المتوسط الحسابي	1-1.79	-1.80	-2.60	-3.40	4.20-5
		2.59	3.39	4.19	

المصدر: عز حسين عبد الفتاح: مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي، خوارزمية العلمية للنشر والتوزيع، جدة، السعودية، 2007، الطبعة الأولى، ص 540.

س1: هل تعتبر المعلومات عامل رئيسي في تطوير أداء المؤسسة؟

الجدول رقم 03: توزيع المشاركين حول الاهتمام بالمعلومات

المؤشرات الإحصائية			
الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الاهتمام بالمعلومات
محايد	1.15	2.85	يقوم مسير المؤسسة بالتحين المنتظم للاحتياج للمعلومات
معارض	0.87	1.88	يقوم مسير المؤسسة بترجمة المشاكل التي تحتاج لاتخاذ قرارات إلى طلب المعلومات
محايد	0.71	2.74	يقوم مسير المؤسسة بمراقبة بيئة المؤسسة بشكل منظم ومستمر
معارض بشدة	0.95	1.26	يقوم مسير المؤسسة بإجراءات لتقييم مصادر المعلومات

المصدر: من إعداد الباحث استنادا على نتائج SPSS

من الجدول أعلاه يتضح أن رأي العينة فيما يخص أن مسير المؤسسة الاقتصادية يقوم بتحسين المعلومات ينطوي ضمن الفئة الثالثة أي محايد ولكن بانحراف معياري قدره 1.15 وهذا ما يدل على وجود اختلاف بين أفراد العينة بشكل فردي بين موافق ورافض. أما مراقبة بيئة المؤسسة بشكل منظم و مستمرة، فكانت في الفئة الثالثة كذلك وانحراف معياري قدره 0.71 أي توافق بين أفراد العينة، أما فيما يتعلق بترجمة المشاكل التي تحتاج لاتخاذ قرارات إلى طلب المعلومات والقيام بإجراءات لتقييم مصادر المعلومات، فإنه تم رفض ذلك بمتوسطات حسابية 1.88 و 1.26.

س2: هل إنشاء ثقافة الانفتاح على الخارج تسمح للمؤسسة بالتفاعل مع محيطها ومن ثم تحسين أدائها؟

الجدول رقم 04: توزيع المشاركين حول مدى تفاعلهم مع المحيط

المؤشرات الإحصائية		التفاعل مع المحيط	
الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
موافق	0.34	4.12	يمكن لأنظمة الذكاء الاقتصادي أن تؤثر على أداء المؤسسة الاقتصادية
موافق	0.65	3.84	تعتبر أن هناك مصلحة للمؤسسة عند اكتساب ثقافة التعامل مع البيئية
محايد	0.48	2.85	تقبل بتبادل المعلومات مع محيط المؤسسة (عملاء، موردون، منافسين...)

المصدر: من إعداد الباحث استنادا على نتائج SPSS

من الملاحظ أنه تم الموافقة على كل من يمكن لأنظمة الذكاء الاقتصادي أن تؤثر على أداء المؤسسة الاقتصادية و تعتبر أن هناك مصلحة للمؤسسة عند اكتساب ثقافة التعامل مع البيئية بينما القبول بتبادل المعلومات مع محيط المؤسسة.

س3: كيف يتم حماية المؤسسة من التأثيرات الخارجية؟

الجدول رقم 05: توزيع المشاركين حول كيفية حماية المؤسسة من التأثيرات الخارجية

العام	الاتجاه للعينة	المؤشرات الإحصائية		الحماية من التأثيرات الخارجية
		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
	محايد	0.79	2.74	يقوم مسير المؤسسة بوضع إجراءات ضد التأثير، وذلك لأجل حماية المؤسسة
	موافق	0.28	4.15	المعلومات المخزنة بذاكرة أو أرشيف المؤسسة هي محمية
	محايد	0.64	2.96	يقوم مسير المؤسسة بتطوير نفسه ضد التضليل الإعلامي
	معارض بشدة	0.48	1.54	يقوم مسير المؤسسة بتغذية عكسية بالنسبة للمعلومات المنشورة

المصدر: من إعداد الباحث استنادا على نتائج SPSS

هناك حكم من طرف أفراد العينة على أن المعلومات المخزنة بذاكرة أو أرشيف المؤسسة هي محمية بينما كل من يقوم مسير المؤسسة بوضع إجراءات ضد التأثير، وذلك لأجل حماية المؤسسة ويقوم مسير المؤسسة بتطوير نفسه ضد التضليل الإعلامي.

س4: هل أداء المؤسسة الاقتصادية يرتبط طرديا مع التعاون أو التنافس مع المنافسين؟
الجدول رقم 06: توزيع المشاركين حول ارتباط الأداء الاقتصادي بالتعاون أو التنافس

المؤشرات الإحصائية			
الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	ارتباط الأداء الاقتصادي بالتعاون أو التنافس
موافق	0.85	3.84	الأداء الجيد ينتج عن التعاون بين مختلف العاملين بالمؤسسة
معارض	0.25	1.87	بالإمكان وضع نظام معلومات خاص بالمؤسسة ذو شكل تعاوني
معارض بشدة	0.67	1.41	الأداء الجيد ينتج عن التعاون مع المؤسسات المنافسة
معارض بشدة	0.84	1.27	الأداء الجيد ينتج عن التنافس بين مختلف العاملين بالمؤسسة
موافق	0.64	3.74	بالإمكان وضع نظام معلومات خاص بالمؤسسة ذو شكل تنافسي
موافق بشدة	0.17	4.32	الأداء الجيد ينتج عن التنافس مع المؤسسات المنافسة

المصدر: من إعداد الباحث استنادا على نتائج SPSS

من الجدول فانه تم الموافقة والموافقة بشدة على التوالي بالنسبة الأداء الجيد ينتج عن التعاون بين مختلف العاملين بالمؤسسة والأداء الجيد ينتج عن التنافس مع المؤسسات المنافسة بانحراف معياري اقل من الواحد أي هناك توافق بين أفراد العينة، تم اختيار بالإمكان وضع نظام معلومات خاص بالمؤسسة ذو شكل تنافسي وليس تنافسي، وأخيرا معارض بشدة لكل من الأداء الجيد ينتج عن التعاون مع المؤسسات المنافسة والأداء الجيد ينتج عن التنافس بين مختلف العاملين بالمؤسسة.

الخاتمة:

- مما سبق يمكن القول بأن النتائج المتوصل إليها من خلال اختبار صحة الفرضيات:
- مسيرو المؤسسات لا يعتبرون أن المعلومات هي عامل رئيسي في تطوير أداءها؛
 - إنشاء ثقافة الانفتاح على الخارج تسمح للمؤسسة بالتفاعل مع محيطها وتحسين أدائها؛
 - يتم حماية المؤسسة من التأثيرات الخارجية بطريقة ارتجالية أكثر منها علمياً؛
 - الأداء الجيد ينتج عن التعاون بين مختلف العاملين بالمؤسسة والتنافس مع المؤسسات.

توصيات الدراسة:

- تعزيز روح الانفتاح أكثر بالنسبة لمسؤولي المؤسسات الاقتصادية، لكن ذلك تحت مبدأ الاستفادة من كل معلومة قد تتيح امتلاك المؤسسة ميزة تنافسية؛
- على مسؤولي المؤسسات الاقتصادية تطوير فكرة المنافسة بين مختلف العاملين بها، وذلك لتزيد قوتهم كأفراد فيزيد أداء المؤسسة ككل، فنتمكن المؤسسة من المنافسة.
- **أفاق الدراسة:** من بين المواضيع التي يمكن مواصلة البحث فيها في هذا الميدان:
- تأثير الانتقال من اليقظة الإستراتيجية إلى الذكاء الاقتصادي على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية؛
- تأثير الذكاء الاقتصادي على تنافسية المؤسسات الاقتصادية؛
- كيفية تحسين أداء العاملين بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال الاعتماد على الذكاء الاقتصادي الداخلي.

الهوامش:

¹ Steve Williams And Nancy Williams, (2007): The Profit Impact of Business Intelligence, Elsevier, San Francisco, 1st edition, pp 11-12.

² LEWIS C CHASALOW, (2009): A model of organizational competencies for Business Intelligence Success, doctoral thesis, Virginia Commonwealth University Richmond, Virginia, United States of America, p 2.

³ شنشونة محمد: أهمية نظام المعلومات في دعم الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة، ملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في المنظمات الأعمال الحديثة المنعقد يومي 6 و 7 نوفمبر 2012، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2012، ص 8.

⁴ Henri Martre: rapport sur « Intelligence économique et stratégique des Entreprises », Commissariat général du Plan: Paris, France, 1994, p p 92-93.

⁵ idem, p 59.

⁷ M. Jean-Pierre DUFAU: rapport sur « L'intelligence économique », Commission de la coopération et du développement: Dakar, Sénégal, 2010, p p 3-5.

⁸ فيلاي أسماء: الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع والمجهودات "دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية "SNVI" رويبة"، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2014، ص 25.

⁹ Salvétat David Et Le Roy Frédéric: Coopétition et intelligence économique, Revue française de gestion (numéro°7, volume°176), 2007, p p 148-149.

¹⁰ Deepak Pareek: Business Intelligence for Telecommunications, 1st edition, Auerbach Publications, New York, 2007, 1st edition, p 19.

¹¹ Ilhème Ghalamallah: Proposition d'un modèle d'analyse exploratoire multidimensionnelle dans un contexte d'intelligence économique, Thèse Doctorat no publier, Faculté de l'Informatique, Université Toulouse III - Paul Sabatier - Toulouse, France, 2009, p p 49-51.

¹² Salvétat David Et Le Roy Frédéric, op-cit, p p 149-150.

¹³ عريوة محاد: دور بطاقة الأداء المتوازن في قياس وتقييم الأداء المستدام بالمؤسسات الصناعية الغذائية دراسة مقارنة بين: ملبنة الحضنة بالمسيلة وملبنة التل بسطيف، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس- سطيف، الجزائر، 2011، ص 4.

¹⁴ Christian Hohmann: Techniques de Productivité comment gagner des points de performance, éditions d'organisation: Paris, France, 2009, 1^{er} édition, pp 139-142.