

واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

The reality of economic intelligence in the Algerian economic institutions

د. أحمد ميلي سمية¹Ahmed Mili Soumia¹

(1): جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، soumia.ahmedmili@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2020/12/31

تاريخ القبول: 2020/12/22

تاريخ الاستلام: 2020/08/05

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، حيث أن التحكم في التطور الحاصل على مستوى البحث والتطوير، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال يدفع بالمؤسسات إلى تطوير تنظيماتها من خلال التقنيات والمهارات البشرية لخلق الوضعيات التنافسية المناسبة والاستراتيجيات التي تسمح بالحصول على المعلومات الدقيقة على مستوى الأسواق المحلية والدولية. هذا ويلعب الذكاء الاقتصادي الدور الأهم في عملية التنمية بفضل تقديم الاستراتيجيات التي تسمح بالاستغلال الأمثل لقدراته وتوفير المعلومات الضرورية للمشاركين في العملية الاقتصادية، كما أنه يقوم بجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة هذا ما يدفع بالدول إلى السعي لتوفير البيئة الملائمة من توفير المعلومات، الهياكل القاعدية، والسياسات التنظيمية واستعمالها لاتخاذ القرار الأمثل في المؤسسة.

وتعاني المؤسسات الجزائرية من تأخر كبير مقارنة بالمؤسسات العالمية بمجال المعلومات والأنظمة المعلوماتية (الذكاء الاقتصادي)، ولكن رغم هذا التأخر لا يمكن القول أنه ليس هناك اهتمام بهذه الأنظمة، بل هناك جهود معتبرة تقوم الدولة بها من أجل دعم الذكاء الاقتصادي.

في الأخير توصلنا إلى النتائج التالية:

- تعتبر المعلومة الاستراتيجية المورد الأساسي في عملية الذكاء والمورد الاستراتيجي في دعم الاستراتيجية العامة للمؤسسة؛
- الذكاء الاقتصادي يعطي المؤسسة القدرة على اتخاذ القرارات المناسبة في ظروف مضطربة ويجعلها قادرة على الهجوم والدفاع في نفس الوقت؛
- تطبيق اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات الجزائرية ليس ظاهرا للعيان، فهو إما تلقائي غير منظم، أو يندرج تحت أحد الوظائف الأخرى كالتسويق.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، اليقظة الاستراتيجية، نظام المعلومات، المؤسسة الجزائرية.

Abstract: This study aims to know the reality of economic intelligence in the Algerian economic institutions, as controlling the development taking place at the level of research and development, and information and communication technology pushes the institutions to develop their organizations through techniques and human skills to create appropriate competitive situations and strategies that allow access to accurate information At the level of local and international markets. This economic intelligence plays the most important role in the development process thanks to the presentation of strategies that allow the optimal use of its capabilities and the provision of the necessary information to the participants in the economic process, as it attracts foreign direct investments, this is what drives countries to strive to provide the appropriate environment of providing information, basic structures, and organizational policies And use it to make the best decision in the organization.

Algerian institutions suffer from a significant delay compared to international institutions in the field of information and information systems (economic intelligence), but despite this delay it cannot be said that there is no interest in such systems, but there are significant efforts undertaken by the state to support economic intelligence.

Finally, we reached the following results:

- Strategic information is the primary resource in the intelligence process and the strategic resource in support of the organization's overall strategy;
- Economic intelligence gives the institution the ability to make appropriate decisions in turbulent conditions and makes it capable of attacking and defending at the same time;
- The application of strategic alertness and economic intelligence at the level of Algerian institutions is not visible, as it is either automatic, unorganized, or it falls under one of the other functions, such as marketing.

Key words: economic intelligence, strategic alertness, information system, the Algerian establishment.

Résumé: Cette étude vise à connaître la réalité de l'intelligence économique dans les institutions économiques algériennes, car le contrôle du développement qui se déroule au niveau de la recherche et du développement, et les technologies de l'information et de la communication poussent les institutions à développer leurs organisations à travers des techniques et des compétences humaines pour créer des situations compétitives appropriées et des stratégies qui permettent d'accéder à des informations précises Au niveau des marchés locaux et internationaux. Cette intelligence économique joue le rôle le plus important dans le processus de développement grâce à la présentation de stratégies qui permettent l'utilisation optimale de ses capacités et la fourniture des informations nécessaires aux participants au processus économique, car elle attire les investissements étrangers directs, c'est ce qui pousse les pays à s'efforcer de fournir l'environnement approprié pour fournir des informations, des structures de base et des politiques organisationnelles Et utilisez-le pour prendre la meilleure décision dans l'organisation.

Les institutions algériennes souffrent d'un retard important par rapport aux institutions internationales dans le domaine de l'information et des systèmes d'information (intelligence économique), mais malgré ce retard, on ne peut pas dire que ces systèmes ne suscitent aucun intérêt, mais l'État déploie des efforts importants pour soutenir l'intelligence économique.

Enfin, nous avons atteint les résultats suivants:

- L'information stratégique est la principale ressource dans le processus de renseignement et la ressource stratégique à l'appui de la stratégie globale de l'organisation;
- L'intelligence économique donne à l'institution la capacité de prendre des décisions appropriées dans des conditions turbulentes et la rend capable d'attaquer et de défendre en même temps;
- L'application de la vigilance stratégique et de l'intelligence économique au niveau des institutions algériennes n'est pas visible, car elle est soit automatique, soit inorganisée, soit relève de l'une des autres fonctions, comme le marketing.

Mots clés: intelligence économique, vigilance stratégique, système d'information, l'establishment algérien.

واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

1 - مقدمة: شهدت المؤسسات في السنوات الأخيرة تحولات هائلة في بيئتها الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية، فانفتاح الأسواق وظهور العولمة، وتعدد رغباته جعل من المؤسسة الاقتصادية أما تحديات قوية تعيق مسارها نحو تنفيذ مخططاتها وأهدافها الاستراتيجية.

في ظل هذه المعطيات وجدت المؤسسة نفسها مجبرة على القيام بقفزة نوعية من اقتصاد الكم إلى اقتصاد النوع لاسيما الاقتصاد المعتمد على المعرفة، والذي أصبح ضرورة حتمية لتطوير أداء وفاعلية المؤسسات، حيث تعتبر المعلومة فيه المورد الاستراتيجي. كل هذه الحتميات أدت إلى بروز فكرة الذكاء الاقتصادي الذي تتخذه المؤسسات المعاصرة كأسلوب ومنهج عمل يجعل المؤسسة في حالة يقظة تامة ومستمرة بما يجري حولها، إذ يعد الذكاء الاقتصادي من أهم وأحدث الأنظمة التي تضمن مكانته في سوق المنافسة.

ولكون الجزائر جزء لا يتجزأ من الخارطة الاقتصادية للعالم، شهدت هي الأخرى تحولات في بيئتها الاقتصادية والاجتماعية، والثقافية، مما يجعلها مطالبة بالبحث عن وسائل ملائمة من أجل تحقيق أداء متميز وتوجد فعال في سوق عالمي تزداد فيه المنافسة يوما بعد يوم. والذكاء الاقتصادي هو من بين أفضل الوسائل الحديثة التي تستطيع القيام بذلك مما يؤدي إلى النهوض بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية وتأهيلها، وتحقيق التنمية الاقتصادية في جميع المستويات، لذلك أصبح من المواضيع التي تشغل اهتمام الدولة الجزائرية من خلال سعيها لمساعدة المؤسسات على التكيف مع متطلبات الذكاء الاقتصادي.

1 1 المشكلة الرئيسية: إن ظهور مفهوم الذكاء الاقتصادي على مستوى العالم ووضعية المؤسسات الجزائرية المتدهورة والتي هي بحاجة إلى قفزة نوعية من أجل النهوض، كلها تدفعنا إلى طرح الإشكالية التالية: ما هو واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية؟

تتفرع هذه الإشكالية إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- ما علاقة الذكاء الاقتصادي باليقظة الاستراتيجية؟

- كيف تستطيع المؤسسة الجزائرية تحقيق التقدم في مجال الذكاء الاقتصادي؟

1 2 الفرضيات: للإجابة عن إشكالية الدراسة قمنا بوضع الفرضيات التالية:

- اليقظة الاستراتيجية هي جزء من الذكاء الاقتصادي.

- المؤسسة الجزائرية متأخرة في مجال الذكاء الاقتصادي، ولتحقيق التقدم في هذا المجال تسعى المؤسسة الجزائرية إلى القيام ببعض إجراءات الدعم الأساسية.

1 3 أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على الوضع الحقيقي الذي تعيشه المؤسسة الجزائرية في مجال أنظمة المعلومات؛

- معرفة تطلعات المؤسسة الجزائرية في مجال الذكاء الاقتصادي.

1 4 هيكل البحث: لقد تطرقنا في هذه الدراسة إلى ماهية الذكاء الاقتصادي، وفي الجزء الثاني تطرقنا إلى واقع نظام المعلومات في المؤسسة الجزائرية، وفي الأخير تطرقنا إلى واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية وأهم معوقات تطبيقها.

2 - ماهية الذكاء الاقتصادي:

يعتبر الذكاء الاقتصادي من أكثر المفاهيم الفكرية الرائدة الذي يحظى باهتمام واسع من طرف الإداريين والباحثين في مجال تطوير وتحسين الأداء الإنتاجي والخدمي في مختلف المؤسسات، وفي أوائل الثمانينات من القرن العشرين أدت الإدارة اليابانية دورا حاسما من خلال اعتماد الذكاء الاقتصادي الذي توسع استخدامه في كافة الميادين الإنتاجية والخدمية.

4 2 التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي: نشأت فكرة الذكاء الاقتصادي مع ظهور اقتصاد السوق، إذ بين Fernand Braudel أن المنافسة بين المدن في شمال إيطاليا والمدن في فنلندا كانت بداية الهجومات التجارية والتجسس الاقتصادي. ليقدم Harold Wilensky سنة 1967 أول تعريف للذكاء الاقتصادي في كتاب بعنوان " l'intelligence organisationnelle"، إذ عرف الذكاء الاقتصادي كنشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية الاستراتيجية للمنطقة، خزنت وأنتجت في إطار قانوني من مصادر مفتوحة. (Peguiron Frédérique , 2006, p 30)

-لتطور اليابان سنة 1950 نظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية والصناعة، ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية لإنعاش اقتصادها.

-الولايات المتحدة شهدت سنوات الثمانينات عولمة الأسواق والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات، مما جعلها تتخذ خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات وليساهم M.Porter في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي بشكل كبير.

-في سنوات التسعينات شهدت بداية ظهوره في فرنسا، أين أنشأت وكالة نشر المعلومات التكنولوجية التي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية وحماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية.

-في سنة 1994 نشر Martre تقرير بعنوان "l'intelligence économique et stratégie des entreprise" الذي يعتبر بمثابة أول الكتابات والقرارات التي تصدر حول مفهوم ضرورة الاعتماد على الذكاء الاقتصادي من أجل تطوير النشاط الاقتصادي وتنافسية المؤسسات الفرنسية.

-في سنة 2002 أدمج Minefi مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي.

2 2 تعريف الذكاء الاقتصادي: لقد تعددت تعريفات الذكاء الاقتصادي من اقتصادي لآخر باختلاف الرؤى والبيئة الاقتصادية من دولة إلى أخرى، حيث نجد:

-التعريف الأول: يعتبر تعريف MARTRE HENRI بمثابة أول ظهور لمفهوم الذكاء الاقتصادي في بيئة الأعمال الفرنسية وكان ذلك في سنة 1994، حيث ارتكز تقرير مارتر في تحديد مفهوم الذكاء الاقتصادي على البحث عن المعلومات ومعالجتها بالشكل الذي يجعلها مفيدة، ومن ثم تبليغها للأطراف المسؤولة عن اتخاذ القرار المتمثل أساسا في أرباب العمل. (Moinet N , 2010, p 27)

-التعريف الثاني: عرف BAUMARD أن الذكاء الاقتصادي ليس مجرد فن الملاحظة ولكنه ممارسة هجومية ودفاعية للمعلومات والدف منه يكمن في الربط بين العديد من المجالات لخدمة الأهداف الاستراتيجية والتكتيكية للمؤسسة، فهو أداة للربط بين سلوك المؤسسة ومعرفتها. (Baumard P , 1991, p 29)

واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

-التعريف الثالث: عرف ALAIN JUILET على أنه التحكم وحماية المعلومات الاستراتيجية الملائمة لمختلف المتعاملين الاقتصاديين وعلى اعتباره ممارسة تنظيمية، فهو منسق لليقظة الاستراتيجية وحماية المعلومات واستخدامها في عمليات التأثير على الغير. (Peguiron Frédérique , 2006, p 37)

-التعريف الرابع: يعرف BESSON B.PESSIN J.C الذكاء الاقتصادي بأنه القدرة على إيجاد أجوبة على التساؤلات المطروحة من طرف المؤسسة من خلال المعلومات المخزنة من طرفها.(حمداني محمد، 2012، ص 11)

من هذه التعاريف يتضح لنا أن الذكاء الاقتصادي هو عبارة عن مجموعة من الأنشطة المنسقة فيما بينها من أجل التحكم في المعلومات الاستراتيجية للمؤسسة والحفاظ على تنافسيتها.

3 2 خصائص الذكاء الاقتصادي: مع ظهور العولمة وانتشار المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بكيفية جمع المعلومات واستغلالها، وقع الكثير من الخلط بين هذه المصطلحات، لهذا كان من الضروري إبراز أهم خصائص الذكاء الاقتصادي من أجل تفرقة عن غيره، ومن بين أهم الخصائص نذكر العناصر التالية: (تيرضا، 2008)

-الاستغلال الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومات ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات؛

-إرادة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين؛

-وجود علاقات قوية بين المؤسسات، الجامعات، الإدارات المركزية والإقليمية؛

-إدماج ممارسات العمل الضغطي والتأثير؛

-إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية والقانونية؛

-السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطرق شرعية.

4 2 عناصر الذكاء الاقتصادي: يتكون نظام الذكاء الاقتصادي من ثلاث نظم مترابطة ومتكاملة، هذه العناصر متمثلة في: (la veille stratégique 2005,p3, voir : www.iaat)

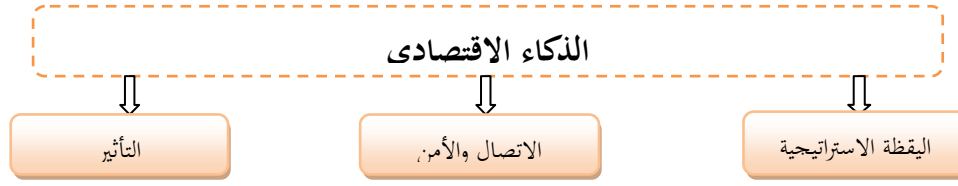
1 4 2 اليقظة الاستراتيجية: تكمن في ملاحظة وتحليل كل ما يحدث في محيط المؤسسة من أجل تسهيل عملية اتخاذ القرار وتفعيله.

2 4 2 الاتصال والأمن: يقصد به التحضير والتحسب ضد يقظة الآخرين، إضافة إلى تزويد العمال بالمعارف وتوضيح مضمون الحوارات الداخلية، خلق ردود أفعال ووضع بنود سرية في عقود العمل.

3 4 2 التأثير: معرفة المعلومات التي هي في محيط المؤسسة من أجل اتخاذ القرار الناجح الذي يكون له دور وتأثير على هذا المحيط.

هذه العناصر موضحة في الشكل رقم (01)

الشكل رقم (01): عناصر الذكاء الاقتصادي



المصدر: Bouadam Kamel, Hammadi Mourad, Veille stratégence économique comme perception d'une nouvelle approche pour la PME، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، 8-9 نوفمبر 2010، ص 14 [بتصرف]

2 5 مراحل الذكاء الاقتصادي: تتعدد مراحل الذكاء الاقتصادي انطلاقا بتحديد الحاجة للمعلومة، حيازة المعلومة، معالجتها، بثها واستعمالها، ونلخص هذه المراحل في الآتي: (B.Martinet, 2001, P 12)

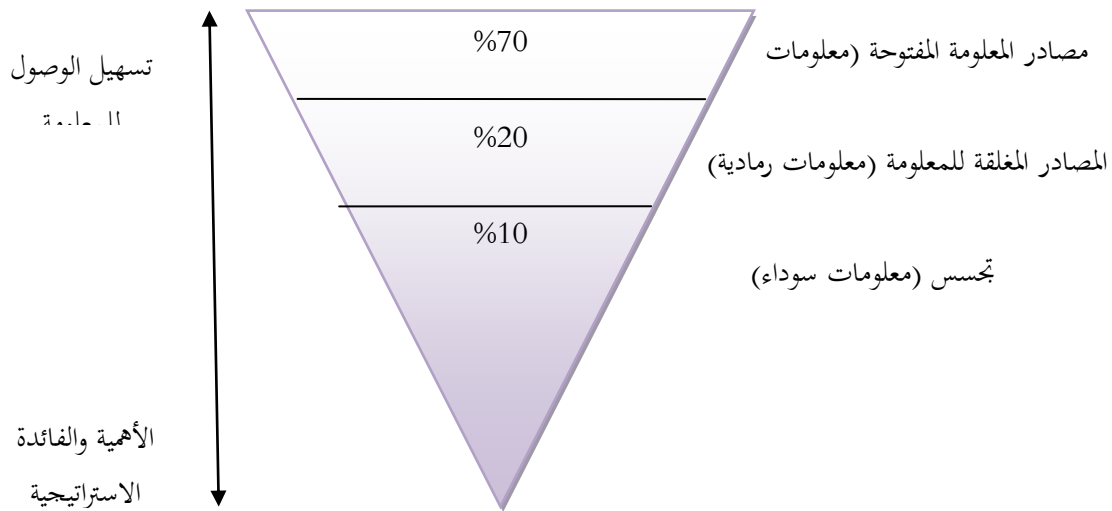
2 5 4 تحديد الحاجة للمعلومة: يتطلب بعض المهارات لتحديد المعلومات التي نرغب في الحصول عليها، مما يتطلب من المختصين في الذكاء الاقتصادي الدراية الجيدة بتنظيم المؤسسة واحتياجاتها.

2 5 2 جمع المعلومات: بعد تحديد الحاجة للمعلومة، يتم اختيار أشكال للبحث عن هذه المعلومة المتمثلة في:

- المصادر الرسمية: تكون فيها الثقة والدقة، وتحتوي أساس على: الصحافة بكل أنواعها المكتوبة والمسموعة والمرئية، كافة وسائل الإعلام والاتصال، الكتب والمجلات العلمية المحكمة، بنوك وقواعد المعطيات، والأقراص المضغوطة.
- المصادر غير الرسمية: إن أهم ما يميز هذه المصادر أن المعلومات التي تقدمها تتطلب مجهودا شخصيا من الفرد الذي يريد البحث عن المعلومة، ويجب أن يبقى على اتصال دائم وأن ينتقل وغيرها حتى يحصل على ذلك وتكون درجة دقتها أقل، وتمثل هذه المصادر في: منافسي المؤسسة في حد ذاتهم (في هذه الحالة يمكن الحصول على المعلومة المغلوطة)، كافة المتعاملين مع المؤسسة بما فيهم الموردون، مهمات العمل والأسفار، المعارض والرحلات العلمية، الأطراف المتعاملة في السوق.

كما يوضح الشكل رقم (02) التالي مختلف مصادر المعلومات التي تحصل عليها المؤسسة.

الشكل رقم (02): مختلف مصادر المعلومات التي تحصل عليها المؤسسة



المصدر: حمداني محمد: أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملاءمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2012، ص 16.

من الشكل رقم (02) نلاحظ بأن المصادر المفتوحة تتمثل في المنشورات الرسمية والصحف والبرامج الإذاعية والمنشورات التجارية، أما المصادر المغلقة للمعلومات فتتمثل في التقارير والبرقيات من السفارات والقنصليات، في حين المعلومات السوداء يتم الحصول عليها من دون موافقة من الحكومات الأجنبية تأتي من الأقمار الصناعية، من أسرار سرقت من أحد الرعايا الأجانب أو عبر الانترنت.

3 5 2 معالجة المعلومة: تعتبر هذه المرحلة أساس الذكاء الاقتصادي، فهذا الإجراء يعتمد أساسا على قيمة المعلومة بالنسبة للمستعمل، ويقصد بالمعالجة تجميع كل المعطيات المحصل عليها لتحليلها بشكل متجانس، وتعتبر ترجمة المعلومة خطوة أساسية لإجراء المعالجة، فهي تعطي صورة تحليلية غنية لكل المعلومات التي تكون مختفية دائما في سطور الوثائق.

4 5 2 بث المعلومة من أجل اتخاذ القرار: في هذه المرحلة يتم تثمين المعلومة بيثها داخل المؤسسة حتى تساهم في خلق قيمة مضافة منها: تحليلها وتحويلها إلى شكل مناسب يسمح باستعمالها، فعمليات تحديد، جمع ومعالجة المعلومة يكون من دون فائدة إذ لم يتم بث هذه المعلومة وإيصالها لمتخذي القرار. فالمعلومة لا تكون ذات قيمة إلا إذا جاءت في الوقت المناسب وبالشكل المراد للشخص الذي يستخدمها.

6 2 العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي: هناك خلط كبير بين الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية، حيث أن الخط الفاصل بينهما لا يزال غير محدد، هذا ما أدى إلى بروز مدخلين يتنازعان في تحديد العلاقة بينهما. فاليقظة الاستراتيجية هي عبارة عن المراقبة والملاحظة المستمرة لمحيط المؤسسة من أجل التوصل إلى المعلومات المطلوبة قبل الآخرين لاتخاذ أحسن القرارات. ولليقظة الاستراتيجية عدة أنواع أهمها: (فيلاي أسماء، 2014، ص ص 67-80)

1 6 2 اليقظة التكنولوجية: هي عبارة عن مراقبة وتحليل المحيط العلمي، التقني، التكنولوجي، والتأثيرات الاقتصادية الحالية والمستقبلية لتخفيض التهديدات وفرص التطور، كما أن ملاحظة وتحليل المحيط يجب أن تتبع بث جيد للمعلومات المجمعة والمعالجة والتي تفيد في اتخاذ القرار الإستراتيجي.

2 6 2 اليقظة التنافسية: تتعلق خاصة بالمنافسين الحاليين والمحتملين للمؤسسة.

3 6 2 اليقظة التسويقية والتجارية: هي البحث، معالجة وبث المعلومة المتعلقة بأسواق المؤسسة، وتهتم بالزبائن، الموردين.

4 6 2 اليقظة المحيطة: تتعلق بكل ما يحيط بالمؤسسة المعنية، وهي البحث، معالجة وبث المعلومة ذات العلاقة بالجوانب السوسيواقتصادية، السياسية، الثقافية للمؤسسة.

5 6 2 اليقظة القانونية: الهدف منها هو معرفة المشاريع القانونية، النصوص والمعايير المتماشية مع النظام.

6 6 2 اليقظة المالية: الهدف منها كشف التحركات على مستوى الأسواق المالية المحتملة التأثير على المؤسسة، وهذا ما يسمح بتقييم المحيط المالي مع توقع التغير فيه.

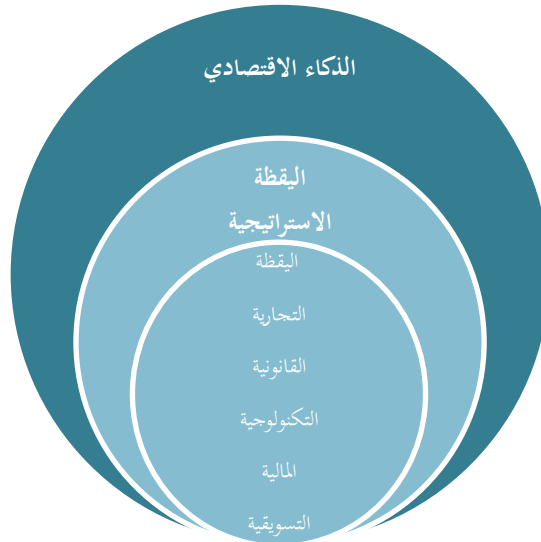
فاليقظة ليست فقط هدف وإنما طريق يؤدي نظريا إلى الذكاء الاقتصادي، فهذا الأخير يعتمد اعتمادا وثيقا على نتائج اليقظة والتي دورها جمع المعلومات (التكنولوجية، التنافسية، الثقافية، وغيرها) واستخدام كل هذه المعلومات لتحقيق أهداف إستراتيجية. إذ يقول Baumard اليقظة ليست إلا وسيلة في حين الذكاء الاقتصادي عبارة عن نظام متكامل (Odile).

الذكاء الاقتصادي، أو هو عنصر من عناصر الذكاء الاقتصادي. مما يؤدي إلى استنتاج أن اليقظة هي جزء من الكل الذي هو (Boizard, sur : isdm.univ-tln.fr/PDF/isdm 21.pdf, p 7)

بالإضافة إلى ذلك فإن اليقظة يمكن أن تتبناها المؤسسة بكل سهولة وبدون تعقيدات فهي لا تتطلب وسائل كبيرة، بينما الذكاء الاقتصادي هو نظام يكلف كثيرا ويستغرق مدة طويلة من أجل تفعيله. هذا الاختلاف يمكن تحديده من خلال تعريف خلايا اليقظة وخلايا الذكاء الاقتصادي. فخلية اليقظة تتكون من 5 إلى 15 شخص مكلفين بالتيقظ على مستوى محيط المؤسسة، وتنقسم هذه الخلية إلى اثنين:

- الخلايا العملية: هي مسخرة من أجل حراسة محيط خاص المتمثل في البحث والمنافسة، الثقافة وغيرها.
- الخلايا الاستراتيجية: مسخرة لتحقيق يقظة عامة وتأسيس روابط تحليل وتنسيق بين المحيطات الخاصة المحروسة. في حين حلية الذكاء يمكن أن تتكون من 5 إلى 30 شخص مكلفين بالتدخل في المحيط لحساب المؤسسة من خلال نشاطات الضغط والتأثير، وبالتالي علاقته بالمحيط هي علاقة تفاعل.

كما يوضح الشكل رقم (03) التالي العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي
الشكل رقم (03): العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي



المصدر: Odile Boizard, veille ou intelligence économique : faut il choisir ? Marseille p 5, article publié sur : isdms.univ-tln.fr/PDF/isdms21.pdf, p 7.

3 - واقع نظام المعلومات على مستوى المؤسسة الجزائرية:

تعاني مختلف المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من مشاكل المنافسة الناتجة عن تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال لذا أصبحت تسعى جاهدة في تحسين نظام معلوماتها، ولهذا سنحاول إعطاء نظرة تشخيصية على نظام معلومات المؤسسة الداخلي والخارجي.

1 3 نظام المعلومات الداخلية: المؤسسة عبارة عن نظام يتكون من أنظمة فرعية كالنظام التسويقي، النظام الفرعي المالي وغيرها من الأنظمة هذه النظم متفاعلة مع بعضها البعض، ومن خلال هذا التفاعل تتمكن المؤسسة من التزود بالمعلومات اللازمة لسير النشاط الداخلي. وبالتالي فإن نظام المعلومات الداخلي للمؤسسة هو عبارة عن الروابط والاتصالات بين مختلف مصالح المؤسسة والمعلومات المتبادلة بينها، وهذا حسب الهيكل التنظيمي لها والتدرج التسلسلي له.

إن نظام المعلومات على مستوى أغلب المؤسسات الجزائرية هو نظام تقليدي يعتمد على العمل التسلسلي للوظائف واحترام الهيكل التنظيمي، هذا التسلسل قد يعيق انجازات المؤسسة نتيجة ضياع الوقت في مرور المعلومة من مستوى لآخر، لذا أصبح ضروريا على مؤسساتنا تبني نوع آخر من الأنظمة أكثر نجاعة وأداء من خلال إلغاء كل الحواجز بين وظائف المؤسسة وبين أدنى وأعلى مستويات الهيكل التنظيمي، مما يخلق نوع من التشارك والثقافة الموحدة لاتخاذ الأهداف المشتركة في المؤسسة، وهذا يكون عن طريق العمل الجماعي والتشارك والإحساس بالانتماء.(بن عنتر عبد الرحمان، 2011، ص 10)

تشير الإحصائيات إلى أن 20 % فقط من المؤسسات تتوفر على أجهزة إعلام آلي ناجعة و15 % تتوفر على موقع انترنت خاص بها، و50 % تفتقر لنظام محاسبي مناسب.

2 3 نظام المعلومات الخارجية: إن المؤسسة الاقتصادية ليست وحدة منعزلة عن العالم فهي في تعامل مستمر مع بيئتها الخارجية، ولذا فهي بحاجة دائمة إلى جمع المعلومات عن البيئة التي تعمل فيها وتؤثر وتتأثر بها، ومتابعة ومراقبة كل ما يجري حولها، وأن تتصف بالمرونة. ويمكن تلخيص أهم مصادر المعلومات الخارجية في العناصر التالية:(رشيدة بن الشيخ الفقون، 2006، ص 22)

- موردي المعلومات: تقوم المؤسسات بشراء المعلومات من مراكز المعلومات، وأيضا من بنك المعلومات؛

- الحصول على المعلومات من المؤسسات الدولية والوطنية؛

- المتعاملون الاقتصاديون من الموردين والزبائن والنقابات المتخصصة، وغرف التجارة.

أما في ما يخص نظام المعلومات الخارجية للمؤسسة فهو معتمد أساسا على مجموعة من الشبكات الخاصة بالزبائن، الموردين، المؤسسات المتعامل معها، ولكن التراكم المعلوماتي ليس له قيمة ما لم يكتسي طابعا تحليليا لمختلف هذه المعلومات المجمعة، فالكم المعلوماتي يحتاج إلى الكيف المعلوماتي أي يحتاج إلى طريقة ذكية في دراسة المعلومات لاتخاذ قرارات فعالة.

كما يمكن إدماج الشبكة الداخلية مع الشبكة الخارجية للمؤسسة من خلال خلايا معالجة المعلومات، وهذا لا يتم إلا بانفتاح المؤسسة وهذا لا يعني إفشاء المعلومات السرية بل بإدراك ومعرفة كل المتغيرات البيئية في مختلف المجالات الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والتي يمكن أن تؤثر على قراراتها، ولهذا يجب التكيف مع أي تغير يمكن أن يحدث في أسواق المعلومات.

إلا أن هناك العديد من المؤسسات الجزائرية ما زالت تعيش في عزلة عن العالم الخارجي، والتي حان الوقت عليها لكي تواجه التغيير الحاصل في العالم من خلال تكوين عمالها في مثل هذه الميادين الخاصة بالذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية، وتشجيع البحث والتطوير بالمؤسسات والارتباط مع مراكز البحث، المعاهد والجامعات الأمر الذي نراه غائبا، فكلا من الجامعة والمؤسسة غير مشتركان في مشروع بحث يمكن أن يكون له مردوديته من جميع النواحي سواء بالنسبة للتجديد، الاختراع والإبداع وهي كلها أمور أصبحت تتطلبها العولمة والبقاء المستمر في مسرح المنافسة، ولكن لا يعني هذا أن المؤسسات كلها فاشلة ولا تقوم بمجهودات البحث والتطوير ولكنها تركز في مجال دون الآخر، لذلك لا يمكننا الحكم بعدم تواجد الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية ولكن يمكننا القول بأنه ضمني ويرتكز في مجال دون الآخر.

4 - الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسة الجزائرية:

أغلب المؤسسات الجزائرية خاصة الصغيرة والمتوسطة هي مطالبة اليوم فصاعدا بوضع نظام الذكاء الاقتصادي من أجل كفاءة أحسن وتواجد أكثر فعالية على مستوى السوق العالمي الذي تزيد تنافسيته أكثر فأكثر. فمن الضروري على المؤسسات الجزائرية مواكبة المنافسة العالمية عن طريق الاعتماد على الذكاء الاقتصادي الذي أصبح مرحلة يجب تعديها في المستقبل القريب جدا.

4 1 أسباب تبني المؤسسة الجزائرية للذكاء الاقتصادي: بدأت المؤسسات الجزائرية في الآونة الأخيرة تهتم بطرق جديدة في عملية التسيير معتمدة في ذلك على العوامل البشرية والمعلوماتية والمعرفية لتحسين كفاءتها وفعاليتها، من أحسن وأهم هذه الطرق تبنيها نظام الذكاء الاقتصادي، ومن الأسباب التي دفعها إلى تبني هذا النظام نذكر العناصر التالية: 4 1 4 الانتقال إلى اقتصاد السوق: إن من أهم الأسباب التي دفعت المؤسسات الجزائرية إلى اعتماد نظام الذكاء الاقتصادي هو انتقالها إلى اقتصاد السوق الذي يترجم بانفتاح السوق الجزائري على المنتجات والاستثمارات الأجنبية، ارتقاء مؤسسة المعلومة واقتصاد المعرفة، هذا ما يفرض على الاقتصاد الجزائري حراسة فعالة للمحيط الوطني والعالمي عن طريق جمع، استغلال وبث المعلومة.

4 1 4 سرعة التطورات التكنولوجية والعلمية والتقنية: التي تفرض على المؤسسة استعمال التكنولوجيات الجديدة التي أهمها تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تشمل الانترنت، الحواسيب السريعة إضافة إلى تطور استخدام الإعلام الآلي وغيرها من التقنيات الحديثة. (سعد غالب ياسين، 1998، ص 48)

-تغير طبيعة البيئة: من أهم خصائص البيئة الجديدة العناصر التالية:(بلعوز بن علي، 2010، ص ص 15-16)

-تغير الطلب: إن انتقال الطلب من الطلب المبني على المنتج إلى الطلب المبني على الوظائف المتعلقة بالمنتج يفرض على الصناعات إيجاد مهارات وقدرات جديدة للمحافظة على التحكم في نشاطها الأساسي.

-اتفاقيات الشراكة مع الاتحاد الأوروبي.

-الدخول إلى المنظمة العالمية للتجارة.

-حماية المؤسسة من التهديدات الخارجية الناتجة عن المؤسسات المتضررة من الأزمة المالية والتي هي في بحث مستمر عن الفرص في البلدان النامية التي لم تتأثر بهذه الأزمة.

-البحث عن الفرص من أجل استغلالها.

4 2 شروط فعالية الذكاء الاقتصادي: قبل الشروع في تطبيق الذكاء الاقتصادي هناك عدة شروط يجب توفيره والتأكد من جودتها من أجل ضمان الفعالية والاستمرارية، وهذه الشروط متمثلة في العناصر التالية:(10-11 p p 2010,

(Bouadam Kamel, Hammadi Mourad,

4 2 4 إرادة مسيري المؤسسات: من أجل فعالية النظام يجب أن يكون المسيرين مقتنعين بفائدة المشروع وأهميته للمؤسسة من أجل تفعيل كل طاقاتهم فيه.

4 2 4 وجود رؤية واضحة حول إستراتيجية المؤسسة: بدون رؤية إستراتيجية لن يكون مفيدا الرغبة في وضع ذكاء اقتصادي، لأن الذكاء الاقتصادي هو نظام مرتكز أساسا على مصلحة إستراتيجية المؤسسة.

كما أنه من بين الشروط والأدوات العناصر التالية:(عبد الفتاح بوخمخم، 2010، ص ص 11-12)

واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

- الوسائل البشرية: معظم المعلومات التي تستقبلها المؤسسة ويتبادلها العمال في ما بينهم تكون بشكل غير رسمي، لذا فمن الواجب تطوير ثقافة الذكاء الاقتصادي عن طريق تعريف وظائفه في مدونة المؤسسة والإعداد المستمر للتقارير داخل المؤسسة، وهذا ما يسمح بانتقال المعلومة عبر مختلف المستويات التنظيمية دون احتكارها من قبل فئة معينة، إضافة إلى وجود مختصين في المعلومات والوثائق.
 - شبكات الاتصال: هي أهم شيء بالنسبة للذكاء الاقتصادي، فمن الضروري تغذية التبادلات القائمة في الشبكات ومعرفة المفيدة منها وتطبيقها، وتحسين الاتصال بين الموظفين. فبنية الذكاء الاقتصادي عليها أن ترتبط مباشرة بمديرية الممثلين لكل قسم لتكريس الوقت الملائم له.
 - مديرية المؤسسة: يجب أن تشارك مديرية المؤسسة بقوة في وضع نظام الذكاء الاقتصادي، حيث تعد من المستفيدين الأوائل من امتيازاته، كما أن عليها اعتبار الذكاء كوظيفة إدارية يجب الالتزام بها.
 - مصادر المعلومات والوثائق: يجب على كل مؤسسة أن تضع أشخاصا مؤهلين ومختصين في جمع المعلومات، يتقنون التعامل مع الكم الهائل من المعطيات، واختيار أحدثها والتي تكون في علاقة مباشرة مع إستراتيجية المؤسسة وأهدافها.
 - المصادر المنهجية والتقنية: جمع المعلومات الاستراتيجية يتطلب تبني منهجية خاصة والاعتماد على وسائل منهجية محددة كالتنظيم وإدارة المعارف ووسائل تكنولوجية كهندسة معالجة المعلومات، ووسائل البحث عبر الإنترنت وغيرها.
 - التحكم في الوقت: حيث يجب القبول بتسخير الوقت، والتحكم الجيد فيه لأن السرعة أو التماطل في التعامل مع المعلومات يمكن أن يؤدي إلى نتائج غير مرغوب فيها.
- 3 4 مدى تطبيق المؤسسة الجزائرية للذكاء الاقتصادي: إن المؤسسة بصفة عامة تستعمل المعلومات بشكل أو بآخر في عملية اتخاذ قراراتها، ولكن طريقة الاستعمال هي التي تصنع الفارق، فعلى مستوى المؤسسة الجزائرية يكون استعمال المعلومات عامة كما يلي:(فيلاي أسماء، 2014، ص ص 96-96)
- في مرحلة جمع المعلومات، هناك غياب ديمقراطية المعلومة نتيجة صعوبة الوصول إلى المصادر الخاصة بها، وهذا راجع لنقص المعلومة الاقتصادية والاجتماعية الموثوقة، فالإشكالات الجديدة للإدارة عن طريق الذكاء الاقتصادي لم تستعمل بعد في الجزائر رغم تواجد الكفاءات المحلية، حيث أن جمع المعلومة يتم على مستوى مجمل المؤسسات ولكن لا تتم في إطار رؤية عامة للذكاء الاقتصادي، وبالتالي يكون هناك ضياع نسبة مهمة في استغلال هذه المعلومة.
 - في مرحلة المعالجة والتحليل للمعلومات المجمعة من مختلف المصادر، فإنها تتعامل مع هذه المعلومات بطريقة عشوائية نظرا لنقص الوسائل والأنظمة الخاصة بمعالجة المعلومات.
 - أما في مرحلة استغلال المعلومة من أجل اتخاذ القرار فإن تحليل المصادر المهمة للمعطيات المجمعة ضروري للمؤسسة الجزائرية، أين يكون استغلال هذه المعلومات ذو علاقة مع اتجاهات السوق المحلي والعالمي، ونشاطات المؤسسة ولكن بالمؤسسة الجزائرية استعمال المعلومة يبقى جد ضعيف، بدون تنظيم وتنسيق وهذا ما يؤدي إلى ضعف الوضعية الاستراتيجية.
- ولتطبيق الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسة الجزائرية يجب أولا الإشارة إلى أن هناك ثلاثة أنواع من المؤسسات الجزائرية، هناك المؤسسة الوطنية، المؤسسة الكبيرة، المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، والشيء الأكيد هو غياب المنافسة في المؤسسات الوطنية وبالتالي ليس لها حس بالمخاطر المحتملة، ولا ترى ضرورة في وضع الذكاء الاقتصادي، في حين أن مسيري المؤسسات الكبيرة الخاصة بصفة عامة يحسون بالأهمية والفائدة التي تجنيها من خلال وضع نظام الذكاء

الاقتصادي بشرط أن يكون هناك شرح لأساسياته وتطبيقه مرحلة بمرحلة، أما بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فلا يمكن القول أنها لا تهتم بهذا المجال ولكن للأسف هناك غياب في التحسيس والعروض الملائمة، حيث أن مسيري المؤسسات الصغيرة الجزائرية يجهلون الانعكاسات الناجمة عن وضع نظام اليقظة الاستراتيجية على نشاطات مؤسساتهم ولا تطلب إلا المساعدة من أجل تطور أحسن.

مما سبق يتضح أن الذكاء الاقتصادي في الجزائر يختلف حسب طبيعة المؤسسة، فكلما زادت التنافسية زادت الحاجة إليه، كما أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تمثل أساس اقتصاد الوطن تحتاج إلى النوعية والتحسيس في هذا المجال ومعرفة آثار الذكاء الاقتصادي على نشاطها.

4 4 مقومات التقدم في مجال الذكاء الاقتصادي: حسب المجلس الوطني والاجتماعي فإن من أهم المقومات المعتمدة عليها في تحقيق التقدم والتي تعتبر كمقومات للذكاء الاقتصادي ما يلي: (تيررضا، 2008، ص ص 13-15)

1 4 4 دعم الشفافية والنشر: حيث يجب على الإدارات العامة والمؤسسات الاقتصادية معالجة كميات البيانات الهائلة المتوفرة لديها معالجة ذكية، ومن واجب هذه الهيئات نشر المعلومات بصفة هادفة تشجع التعاون بين المؤسسات والقضاء على حالات حجب المعلومات، وتقع هذه المسؤولية أساسا على مشرفي المؤسسات الكبرى والمستثمرين والمساهمين والقادة الإداريين.

2 4 4 تطوير البرامج البيداغوجية: فمن واجب الجامعات ومؤسسات التعليم العالي والتكوين المهني تطوير البرامج البيداغوجي وفقا لما يتطلبه محيط المؤسسات، والهدف من ذلك هو تكريس سلوك البحث عن المعلومات وتقييمها واستخدامها أحسن استخدام، ويكون ذلك باستغلال كافة فرص التعاون المتاحة بين الجامعات ومراكز التكوين.

3 4 4 تفعيل دور الغرف التجارية والمصالح الاقتصادية للدولة والجمعيات المهنية والنقابية: حيث تحوز هذه الهيئات على كميات هامة من المعلومات الاقتصادية والاجتماعية والجغرافية، إلا أنه يجب تحديد إستراتيجية لتنسيق نشاط هذه الهيئات ودعم تدخلاتها على المستوى الوطني والعالمي.

4 4 4 تفعيل دور شبكات البنوك والمؤسسات المالية والدولية: فهي تساعد بالتكفل باحتياجات الجمهور المتعددة وتقييم الخدمات المختلفة وبناء قواعد وبنوك بيانات هائلة يمكن استخدامها في تحديد الإستراتيجيات التسويقية، كما أن لها القدرة على تمويل مشاريع الذكاء الاقتصادي والشراكة فيها ودعمها ماديا، الأمر الذي يسهل دخول أسواق جديدة.

5 4 4 تفعيل دور المصالح الاقتصادية للدولة: تتمثل المهمة الأساسية لهذه المصالح في القيام بحملات إعلامية تتميز بالجدية والاستمرارية اتجاه مستخدمي المعلومات الاقتصادية والاجتماعية.

5 4 الأهداف المرجوة في مجال الذكاء الاقتصادي: تسعى الدولة والمؤسسة الجزائرية إلى تحقيق الأهداف في مجال الذكاء الاقتصادي وإلى أي مدى تطمح في تطوير هذا النظام وتفعيله، والتحكم في مختلف آلياته لضمان التواجد على المستوى المحلي والعالمي. (فيلالي أسماء، 2014، ص 124)

1 5 4 الأهداف على مستوى المؤسسات: تسعى المؤسسة إلى التنافسية العالمية عن طريق نظام الذكاء الاقتصادي فبالرغم من أنها ما زالت متأخرة في هذا المجال إلا أن لها أهدافا تسعى إلى تحقيقها فيه من أجل الوصول إلى مسعاها، ففي مجال الذكاء الاقتصادي تهدف إلى:

- تفعيل نظام المعلومات:

- إلغاء حواجز مرور المعلومة:

واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

- بث ثقافة تبادل المعلومات والذكاء الاقتصادي داخل المؤسسة:

- تخفيض مستويات الهيكل التنظيمي لتسرع الاتصال:

- تفعيل نظام اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الحماية والتأثير.

2 5 4 الأهداف على مستوى الدولة: إن إستراتيجية الدولة تهدف إلى تحقيق أربع أهداف رئيسية في هذا المجال:

- بث ثقافة الذكاء الاقتصادي في الجزائر، والتي تطمح إلى تطوير السلوكيات الفردية والجماعية للأعوان الاقتصادية

العمومية والخاصة من خلال رؤية جماعية:

- خلق علاقة بين القطاع العام والخاص:

- تطوير المفهوم الجديد للعلاقات معتمدة على الثقة المتبادلة والتي تعتبر ضرورية لانطلاق الصناعة الوطنية:

- ترقية التطوير وضمان حماية الإرث التكنولوجي والصناعي الوطني عن طريق آليات يقظة فعالة قادرة على مواجهة

رهانات انفتاح السوق المحلي.

6 4 معوقات الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية: تعاني المؤسسات الجزائرية من عدم توفر أنظمة الحماية بالقدر

الكافي بسبب فقدانها لعنصر المعلومة وآليات معالجتها، وبالتالي عدم قدرتها على استغلالها في الوقت المناسب وعجزها

عن مراقبة التطورات الاقتصادية ومواكبتها، فهي بذلك تفتقد إلى سيولة المعلومات التي تمكنها من البحث والتطوير

واتخاذ مختلف القرارات اللازمة، ولهذا فإن أغلب المؤسسات الجزائرية تفتقر إلى أنظمة اليقظة الاستراتيجية والذكاء

الاقتصادي. ويتمثل هذا الضعف في العناصر التالية:

1 6 4 ضعف التناسق بين المؤسسة والمحيط العلمي: يعتبر ضعف التكامل بين قطاعي الصناعة والبحث العلمي الذي

يشهده العالم العربي بصفة عامة، والجزائر بصفة خاصة من أهم معوقات التنمية والتقدم في مجال الذكاء

الاقتصادي، ويتمثل هذا الضعف في العناصر التالية: (Mustapha Bouroubi, 2008, voir : www.veille.ma)

- غياب التحسيس: فبعض الملتقيات واللقاءات التي نظمت توصلت إلى توصيات بقيت بدون متابعة.

- غياب المحيط الجامعي: ففي أغلب الملتقيات واللقاءات نلاحظ أنه قليلا ما يدعى المحيط الجامعي والبحث العلمي مع

العلم أن مشاركتهم هي جد مهمة من أجل إعطاء قاعدة علمية لمعالجة الموضوع.

- غياب الاهتمام من طرف المحيط الأكاديمي مع نقص البحوث العلمية التي تدرس تطور مفهوم في هذا المجال في

كل الجامعات والمدارس العليا ومعاهد التعليم العالي، ما عدا جامعة التكوين المتواصل التي تضمن تكوين في الذكاء

الاقتصادي.

- ضعف وعدم كفاية التعريفات المقدمة للذكاء الاقتصادي التي تبين عدم القدرة على وضع وتطوير الذكاء

الاقتصادي بفعل غياب سياسة حول الموضوع.

- اليقظة التكنولوجية المنتشرة حاليا في المؤسسات الجزائرية هي غير منظمة في إطار إجراءات محددة وأهداف دقيقة.

إضافة إلى هذه المعوقات فقد بين التقرير الصادر بخصوص النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية والاجتماعية أم

هناك خمسة عوامل معيقة لإقامة نظام الذكاء الاقتصادي هي: (تبررضا، 2008، ص 13)

- العوامل الوسائلية والفنية:

- العوامل الخاصة بالسياسات العامة:

- العوامل المرتبطة بنظام الحاكمة في أجهزة الدولة والمؤسسات؛

- العوامل الثقافية؛

- العوامل المرتبطة بالموارد البشرية.

4 6 2 نقص المعلومات على مختلف المستويات: تعاني المؤسسات الجزائرية من عدة صعوبات، منها ما يتعلق بنقص

المعلومات اللازمة والمفيدة في اتخاذ القرارات وذلك على عدة مستويات ومن عدة أوجه، ونبين ذلك فيما يلي: (رحيم

حسين، دريس يحيى، 2006، ص ص 577-578)

- نقص المعلومات المتعلقة بسوق العمل؛

- نقص المعلومات المتعلقة بفرص الاستثمار؛

- نقص المعلومات المتعلقة بالخدمات التسويقية؛

- عدم وجود هيئات متخصصة في تحليل المعلومات ونشرها.

5 - الخاتمة: يكتسي الذكاء الاقتصادي أهمية بالغة كونه يساهم في حماية المؤسسة من التهديدات ويمكنها من معرفة

الفرص واقتناصها، كما تستطيع بواسطته أن تتكيف مع قواعد السوق الأمر الذي ينعكس إيجابا على تنافسيتها وتحقيق أهدافها، كما يعتبر أداة للتطوير والإبداع، فالذكاء الاقتصادي يعتبر أقوى وسيلة معرفية متاحة تحت تصرف المؤسسة.

تعاني الجزائر من تأخر مستواها التكنولوجي والتنافسي، حيث تعرف تأخرا نسبيا في مجال الذكاء الاقتصادي، إضافة إلى تدني المستوى التكنولوجي وغياب الثقافة المعلوماتية ونقص البحث والتطوير لدى أغلي المؤسسات الجزائرية، كما تعاني من مشكل نقص المعلومات في مختلف المجالات.

من خلال ما تم التطرق إليه يمكن استنتاج النتائج التالية:

- الذكاء الاقتصادي نظام يشمل مجموعة من التطبيقات والتكنولوجيات التي من شأنها جمع المعلومات وتحليلها، ونشرها لاتخاذ القرارات، وهو يتكون من ثلاث عناصر أساسية تتمثل في اليقظة الاستراتيجية، الاتصال والأمن، التأثير؛
- تعتبر المعلومة الاستراتيجية المورد الأساسي في عملية الذكاء والمورد الاستراتيجي في دعم الاستراتيجية العامة للمؤسسة؛
- الذكاء الاقتصادي يعطي المؤسسة القدرة على اتخاذ القرارات المناسبة في ظروف مضطربة ويجعلها قادرة على الهجوم والدفاع في نفس الوقت؛
- تطبيق اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات الجزائرية ليس ظاهرا للعيان، فهو إما تلقائي غير منظم، أو يندرج تحت أحد الوظائف الأخرى كالتسويق.

قائمة المراجع:

- 1 - حمداني محمد، (2012)، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر.
- 2 - تير رضا، (2008)، دور اذكاء الاقتصادي في إرساء آليات احكم الراشد من خلال البحث والتطوير واقعه وأفاقه في الجزائر، جامعة الجزائر.
- 3 - فيلاي أسماء، (2014)، الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية (الواقع والمجهودات)-دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية SNI روية، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير تخصص: الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.
- 4 - بن عنتر عبد الرحمان، (2011)، دور الدولة في تفعيل استراتيجية الذكاء الاقتصادي في الجزائر، المؤتمر العربي الخامس للمعلومات الصناعية والشبكات، الرباط، المملكة المغربية.
- 5 - رشيدة بن الشيخ الفقون، (2006)، دور نظام المعلومات التسويقية في اتخاذ القرار التسويقي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير تخصص: تسيير المؤسسات، جامعة المنتوري، قسنطينة، الجزائر.
- 6 - سعد غالب ياسين، (1998)، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن.
- 7 - بلعوز بن علي، (2010)، دور اليقظة الاستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة وواقعها في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف.
- 8 - عبد الفتاح بوخمخم، عائشة مصباح، (2010)، دور اليقظة الاستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف.
- 9 - رحيم حسين، دريس يحي، (2006)، أهمية إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية في دعم وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - حالة الجزائر، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، الجزائر.
- 10- Peguiron Frédérique , application de l'intelligence économique dans un système d'information
- 11- stratégique universitaire , (2006), les apports de la modélisation des acteurs, thèse de doctorat, université Nancy 2.
- 12- Moinet N , petite histoire de l'intelligence économique , (2010), une innovation à la française, harmattane.
- 13- Baumard P , (1991), stratégie et surveillance des environnements concurrentiels, Masson.
- 14- B .Martinet , (2001), L'intelligence économique , deuxième édition , Editions d'organisation , Paris.

- 15- :Bouadam Kamel, Hammadi Mourad, Veille stratégence économique comme perception d'une nouvelle approche pour la PME ، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، 8-9 نوفمبر 2010.
- 16- Odile Boizard, veille ou intelligence économique , faut il choisir ? Marseille p 5, article publié sur : isdm.univ-tln.fr/PDF/isdm_21.pdf.
- 17- la veille stratégique « du concept a la pratique », LAAT « institut atlantique d'aménagement des territoires », note de synthèse, juin 2005,p3, voir : www.iaat.
- 18- Mustapha Bouroubi, va-t-on déclarer l'absence de la pratique de l'intelligence économique en algérie ? veille magazine, novembre/décembre 2008, voir : www.veille.ma