

الذكاء الاقتصادي بين المنافسة والتعاون وتأثيره على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية * دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية *

أ. رقامي محمد

أستاذ مساعد أ

جامعة باجي مختار - عنابة-

الملخص:

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.

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم عرض حول ماهية الذكاء الاقتصادي والدور الذي يلعبه في تحقيق التعاون واكتساب ميزة التنافسية، ومن ثم دراسة اثر الذكاء الاقتصادي على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية وإسقاط ذلك على عينة من المؤسسات الجزائرية.

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، وكذا المنهج الوصفي التحليلي لتغطية الجوانب النظرية المتعلقة بالدراسة.
الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، المؤسسات الاقتصادية، الأداء.

Résumé:

Au sein de l'évolution rapide des technologies de l'information et de la communication. Les entreprises économiques ont besoin d'un 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

Cette étude vise à fournir une présentation sur ce qu'est l'intelligence économique, et le rôle qu'elle joue dans la réalisation de la coopération et l'obtention d'un avantage concurrentiel, et de là, on étudie l'impact de

l'intelligence économique sur l'amélioration de la performance des entreprises économiques en le transposant sur un échantillon d'entreprises algériennes.

Une étude sur le terrain a été faite à travers un questionnaire sur un échantillon d'entreprise économiques algériennes et ce pour étudier l'impact de l'intelligence économique dans leur performance basé sur l'information et l'intrication et l'extraction, ainsi que l'utilisation de la méthode d'analyse descriptive de couvrir les aspects théoriques liés à cette étude.

Les mots clés:

L'intelligence économique, Les entreprises économiques, la performance.

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 أداءها؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية الرئيسية الإشكاليات الفرعية التالية:

❖ هل توجد إستراتيجية تتبعها المؤسسة أثناء القيام بنشاطاتها؟

- ❖ هل تعتبر المعلومات عامل رئيسي في تطوير أداء المؤسسة؟
- ❖ ما هي الوظائف التي تعتبر أنه يمكن تحقيقها بواسطة الذكاء الاقتصادية؟
- ❖ 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 لها؟

الفرضيات:

- ❖ تستعمل المؤسسة رؤية مستقبلية تعتبرها كإستراتيجية أساسية وذلك للقيام بنشاطاتها؛
- ❖ 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؛
- ❖ إنتاج المعارف الإستراتيجية ذات القيمة المضافة العالية تعتبر من أهم الوظائف التي يمكن الحصول عليها بواسطة الذكاء الاقتصادي؛
- ❖ تتفاعل المؤسسة مع محيطها الخارجي حيث تؤثر وتتأثر به لأجل تحسين أداءها؛
- ❖ 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.

الدراسات السابقة:

01- Chedia Dhaoui, (2008): Les Critères De Réussite D'un système D'intelligence économique pour un Meilleur Pilotage Stratégique, Thèse Doctorat, Faculté de sciences de l'information et de la communication, Université Nancy 2 -, France.

تطرقت الباحثة في رسالتها إلى دراسة معايير نجاح نظام الذكاء الاقتصادي ضمن واقع الاقتصاد التونسي، وذلك بالتركيز على رهانات نجاح نظام الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسات التونسية للوصول إلى إستراتيجية تنافسية.

توصلت الباحثة إلى دراسة وتقييم واقع نجاح نظام الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسات التونسية.

وتقديم نموذج لتقييم مدى نجاح نظام الذكاء الاقتصادي قائم على عوامل مفتاحية لتقدير إستراتيجية نجاح المؤسسة. و لكنها لم تحدد أسلوب العمل المناسب للذكاء الاقتصادية: هل تعاوني أو تنافسي، وهذا ما سيتم التعرض له في هذه المقالة.

02- مزغيش عبد الحليم، (2012): تحسين أداء المؤسسة في ظل إدارة الجودة الشاملة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

الباحث تطرق في مذكرة ماجستير هذه إلى دراسة مدى ارتباط تحسين الأداء داخل المؤسسة الاقتصادية بفلسفة الجودة الشاملة. والدور الذي تقدمه إدارة الجودة الشاملة في تحسين أداء المؤسسة و توضيح الشروط اللازم تحقيقها من أجل ضمان نجاح تبني هذه الفلسفة، كما توصل الباحث في الأخير إلى أن المؤسسة ذات المستوى الجيد هي تلك المؤسسة التي تنعكس تعهداتها والتزاماتها على العمل الجاد الذي يحقق الأهداف، كما أن ضرورة مراجعة مفهوم الأداء داخل المؤسسة، فالنظر إلى النتيجة الصافية والأرباح والضغط على التكاليف والاعتقاد بأن الأداء يتحسن بتحسين هذه المؤشرات فكرة خاطئة لظالما اعتمدهتها القيادة العليا في الحكم على أداء الوحدة، كما أنها لا تمكن أبدا من رسم سياسة طويلة الأجل. كما تم التوصل أيضاً أنّ إدارة الجودة الشاملة هي نظام يركز على العنصر البشري أساساً، لضمان التحسين المستمر وخدمة الزبون، وهي تتطلب أيضاً تجنيداً شاملاً للطاقات. في هذه المذكرة لم يتم التركيز بشكل دقيق على أحد الأساليب للتمكن من تحسين الأداء بل الجودة الشاملة بشكل عام. ففي هذه المقالة سيتم التركيز بشكل دقيق على الذكاء الاقتصادي كأحد الأساليب المؤثرة على تحين أداء المؤسسة الاقتصادية.

خطة الدراسة:

تم العرض في هذه البحث إلى دراسة مفهوم، أبعاد ووظائف الذكاء الاقتصادي، ثم تناول أهم ممثلو عملية اليقظة داخل المؤسسة الاقتصادية وبعد ذلك تم التطرق إلى تحليل الذكاء الاقتصادي في حالة المنافسة وفي حالة التعاون، وأخيراً عرض سبل تحسين الأداء داخل المؤسسة الاقتصادية. كل ما سبق كان ضمن الدراسة

النظرية للبحث، بعد ذلك تم تناول كل العناصر ضمن الدراسة الميدانية من خلال استمارة وتحليلها بواسطة نظام SPSS.

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 مسيرتها أن يسعوا إلى وسائل أخرى للتمكن من منافسة المؤسسات الأخرى في نفس قطاع النشاط⁶، 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 لمسيرتي لمؤسسة باستخدام المعلومات لاتخاذ القرارات"².

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

- 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".¹

والذكاء الاقتصادي يكون على أساس الإجراءات ذات الأولوية التالية:²

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

¹ شنشونة محمد، (2012): أهمية نظام المعلومات في دعم الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة، ملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في المنظمات الأعمال الحديثة المنعقد يومي 6 و7 نوفمبر 2012، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص 8.

² Henri Martre, (1994): rapport sur « Intelligence économique et stratégique des Entreprises », Commissariat général du Plan: Paris, France, p p 92-93.

- انتشار نظام الذكاء الاقتصادي في المؤسسة يجب أن يدمج جهاز مراقبة الكفاءة وربحية النظام منذ بداية مشروع إنشاء المؤسسة.

ثانيا: أبعاد الذكاء الاقتصادي¹

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 الصناعية².

حسب الكتابين 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).

- **فاليقظة**، هي نهج منظم للبحث، الجمع، المعالجة ونشر المعلومات، وتهتم بالأمور 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 لمسيري 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، تحسين

¹ idem, p 59.

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 مسيري 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 بمسري المؤسسة إلى التفاعل بشكل متأخر أو خاطئ مع الهجمات التي لم يتم التمكن من التنبؤ بها بشكل مسبق¹.
مما سبق يستنتج بأن:

الذكاء الاقتصادي = اليقظة + التأثير + الأمن(الحماية)

ويمكن إضافة بعد (عنصر) آخر للذكاء الاقتصادي وهو:

- **التنافسية**: التي تتركز أساسا على عمليات البحث والتطوير وتسمح للمؤسسات الاقتصادية باغتنام الفرص والحصول على الأسواق الجدد عن طريق تجميع الخبرات والمعلومات العامة والخاصة².

ثالثا: وظائف الذكاء الاقتصادي

هناك من يرى بأن للذكاء الاقتصادي ثلاثة جهات فاعلة في المؤسسات الاقتصادية يلعبون أدوار جد هامة ويقومون بوظائف أساسية وهم المراقبون،

¹ M. Jean-Pierre DUFAU, (2010) : rapport sur «L'intelligence économique », Commission de la coopération et du développement: Dakar, Sénégal, p p 3-5.

² فيلالي أسماء، (2014): الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع والمجهودات "دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية "SNVI" روبية"، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، ص 25.

الخبراء وصانعو القرار. هذه الوظائف يتم تحقيقها من طرف الفاعلين الثلاث مهما كان حجم المؤسسة (كبيرة، متوسطة أو صغيرة)¹.

ويمكن تبيان أهم وظائف الذكاء الاقتصادي فيما يلي:²

1- وظيفة القراءة المتعلقة ببيئة المؤسسة والإدارة الإستراتيجية للمعلومات:

الذكاء الاقتصادي يسمح للمؤسسة بأن تكون جهاز فعال ودائم وظيفيا لقراءة متعلقة بالبيئة التنافسية، وفك قواعد المنافسة، وإدراك وفهم استراتيجيات المنافسين المخفية. فالذكاء الاقتصادي هو مهم ولا غنى عنه، والإدارة الإستراتيجية للمعلومات تتضمن بعد إستراتيجي وتشير إلى استخدام المعلومات لاتخاذ القرارات الإستراتيجية المناسبة والتي تسمح بأن تكون المؤسسة في أفضل وضعية ضمن بيئتها. فالإدارة الإستراتيجية للمعلومات لا يقتصر دورها على الجمع المنهجي للمعلومات لكن أيضا يجب التحليل، التحقق، النشر واستخدامها لأغراض إستراتيجية؛

2- وظيفة توقع التهديدات المحتملة الوقوع على المؤسسة والفرص المتاحة

لتطور نشاطها: مسيرو المؤسسات الاقتصادية يواجهون تغيرات مستمرة في بيئتها في مختلف المجالات الاقتصادية، الثقافية، التكنولوجية والاجتماعية، يكون لها تأثير كبير على مستقبل المؤسسة. لذلك فتوقع وتحديد مثل هذه التغيرات وبعدها وضع استراتيجيات كاستعداد لها أصبح أكثر من أي وقت سابق دليل على التكيف المستمر مع البيئة المتغيرة. ويمكن اعتبار الذكاء الاقتصادي كالقدرة على توقع وتحليل حالات عدم

¹ François JAKOBIAK, (2004): L'Intelligence économique, 1^{er} édition, Éditions d'organisation: Paris, France, p 88.

² Chedia DHAOU, (2008): Les Critères De Réussite D'un système D'intelligence économique pour un Meilleur Pilotage Stratégique, Thèse Doctorat, Faculté de sciences de l'information et de la communication, Université Nancy 2 - Nancy, France, pp 143-148.

اليقين، مما يسمح لمسير المؤسسة بإتباع تقنيات لإدارة التغيير في المستقبل؛

3- **وظيفة حسن اختيار الوقت لاتخاذ القرارات:** في سياق الذكاء الاقتصادي، فإن الوقت والمعلومة في الوقت الحقيقي، يعتبران المتغيرين الحاسمين في اقتناص الفرص أثناء اتخاذ القرارات وفي النشاط الاستراتيجي، لأن المؤسسة تلعب دور فاعل وليس فقط شاهد على تطور البيئة. الخبرات في المؤسسات تبين بأن المتنافسين هم كذلك لهم وعي بالتصرف وذلك بالتوازي مع الابتكارات التي تقوم بها المؤسسات الأخرى في السوق. فهناك نوع من السباق لأولئك الذين تحصلوا على الفرصة الأولى بين المتنافسين. بالرغم من المنافسة، فإن التعاون بين الشركاء الخارجيين والداخليين في المؤسسة هو ضروري؛

4- **وظيفة حماية التراث غير المادي للمؤسسة:** التراث غير المادي للمؤسسة يعتبر عامل محدد لتنافسيته، فيجب أن يتم حمايته من التهديدات. ويمكن التميز بين التهديدات الداخلية الكامنة والمتعلقة بتقادم تراث المعرفة نفسها وحسن التصرف والتهديدات الخارجية التي تأخذ أشكال أكثر تنوع؛

5- **وظيفة إنشاء وتحسين المهارات الإستراتيجية:** هذه الوظيفة تعتبر ضرورية لأنها تضمن الاستخدام السليم لموارد المؤسسة. والمهارات لا تقتصر فقط على توزيع المهام على الأشخاص المناسبين أكثر لتحقيق النجاح، ولكن أيضا تشخيص مهارات واحتياجات المؤسسة. فمهارات المؤسسة أصبحت كثرة تساعد أثناء السعي للتغلب على جميع الحالات، وللاستجابة بفعالية لضمان استدامة نشاط المؤسسة؛

6- **وظيفة تنفيذ أنشطة التأثير ومواجهة التأثير:** الذكاء الاقتصادي هو أداة تفاعلية واستباقية وهو مجموعة ممارسات للتأثير ومواجهة التأثير.

رابعاً: 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. وهذا التحليل يساعد في وضع خطط هجومية أو دفاعية. هذا المعنى يختلف عن اليقظة التنافسية أو التكنولوجية التي في جوهرها هي نشاط جمع ومعالجة المعلومات. 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 تنتشط المؤسسة في بيئة تتميز بشدة المنافسة. الذكاء الاقتصادي له أهمية في نظرية تكلفة الصفقات، ففي هذه النظرية فإن المنافسة تعتبر أمر مفيد للسوق بينما التعاون هو مصدر إزعاج، وذلك لأن السوق لا يكون في الوضع الأمثل أثناء وجود التعاون، فالسلوكيات الانتهازية تشجع على قيام المنافسة وتثبط أنشطة التعاون، فهذه السلوكيات تزيد من قدرة المنافسين على استخدام الذكاء الاقتصادي لاستكشاف وتملك تكنولوجيا رئيسية وحسن التصرف¹.

خامسا: الذكاء الاقتصادي والتعاون

كل مؤسسة لديها مطالب للمعلومات وهذا الطلب هو متزايد باستمرار، خاصة للمعلومات الدقيقة والمتكاملة لدعم أنشطتها. ويمكن تقدير أهمية الذكاء الاقتصادي من خلال مراقبة الطلب على تطبيقاته، فهو يشمل التنسيق بين المعلومات الأساسية مع المعلومات القرينة للكشف عن الأحداث الهامة وتسليط الضوء على القضايا غير الواضحة. وهو يتضمن القدرة على تقييم الاتجاهات الاقتصادية في التطور والتكيف مع الأوضاع المتغيرة. ويهدف إلى اتخاذ قرارات ذكية استنادا إلى أحكام غير مؤكدة ومعلومات متناقضة، لأنه يعتمد على الاستكشاف وتحليل المعلومات، تحديد الاتجاهات واكتشاف الفرص².

يكون الذكاء الاقتصادي جماعي عندما ترصد الإشارات في البيئة، واختيارها ووضع علاقتها بهدف خلق معنى يكون هدفه العمل الجماعي، بحيث أعضاء

¹ Salvetat David Et Le Roy Frédéric, (2007): Coopétition et intelligence économique, Revue française de gestion (numéro°7, volume°176), p p 148-149.

² Deepak Pareek, (2007): Business Intelligence for Telecommunications, 1st edition, Auerbach Publications, New York, p 19.

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:¹

1. **صناع القرار:** وهم الفاعلون المعنيون بمنبع ومهبط عملية الذكاء الاقتصادي، فهم من يقوم بترجمة مشكلاتهم المتعلقة بالقرارات ضمن مجموعة أهداف هرمية، ويحولونهم إلى خلية اليقظة. بمجرد اكتساب معارف حول أهدافهم، فإنهم يشاركون في اختيار السيناريوهات والقرارات المتخذة؛

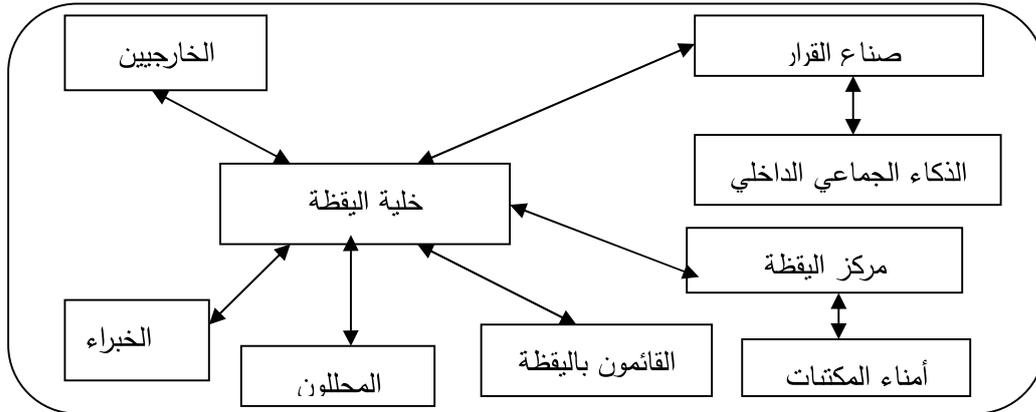
2. **خلية اليقظة:** هذه الخلية هي تحت مراقبة مسؤول اليقظة، والذي هو المخول بتنفيذ نظامها، وتنسيق تدفق المعلومات وإدارتها، وكذلك عن الجهات الفاعلة في الخلية والذين ينقسمون إلى ثلاثة أنواع:

- **القائمون باليقظة:** وهم الفاعلون الذين ينفذون المهام اليومية لعمليات البحث وجمع البيانات وذلك من خلال استخدام نظم المعلومات، ودورهم الرئيسي هو البحث عن المعلومات المفيدة والتحقق من صحتها. يقومون بدورهم بتعاون وثيق مع كل من خلية الوثائق والمحللون؛
- **المحللون:** وهم المسؤولون عن معالجة وتحليل البيانات التي تم جمعها من قبل القائمون باليقظة. عملهم يشمل تطبيق تقنيات استخلاص البيانات وكذلك إجراء تحليلات إحصائية تسمح بتحديد مؤشرات الاتجاه العام؛

¹ Ilhème Ghalamallah, (2009): Proposition d'un modèle d'analyse exploratoire multidimensionnelle dans un contexte d'intelligence économique , Thèse Doctorat non publiée, Faculté de l'Informatique, Université Toulouse III - Paul Sabatier - Toulouse, France, p p 49-51.

- **الخبراء:** هم الجهات الفاعلة الذين لديهم مهارات أو خبرات خاصة في أحد أو عدة مجالات، فهم يتدخلون لإعطاء خبرتهم المتعلقة بنوعية البيانات المحددة. فيمكنهم العمل بتعاون مع الخبراء الآخرين الخارجيين عن المؤسسة بشرط أن يكون لديهم مهارات مختلفة.
- هذا التعاون يتم ضمن بنية تنظيمية تسمى الشبكة الخارجية، والتي من خلالها يتم التشجيع على تبادل المعرفة بالإضافة لخلق المعرفة.
3. **مركز الوثائق:** مسؤولية مديره هي إدارة 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، ويشاركون أيضا في التحقق من صحة المعلومات وهيكل المعلومات غير الرسمية. كل المعلومات التي تم جمعها يتم تخزينها في قاعدة بيانات المؤسسة والتي تحتوي على المادة الأولية لعملية اليقظة.

الشكل رقم 1: الفاعلون في سيرورة الذكاء الاقتصادي



Source: Ilhème Ghalamallah, (2009): Proposition d'un modèle d'analyse exploratoire multidimensionnelle dans un contexte d'intelligence économique, Thèse Doctorat, Faculté de l'Informatique, Université Toulouse III - Paul Sabatier - Toulouse , France, p 49.

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 وضوحاً في حالة المناورات العدوانية، أكبر منها في حالة المناورات التعاونية. فوق هذا المنظور، فإن الذكاء الاقتصادي يمكن دمجه في نظرية الشبكات التي تقوم على ضرورة التعاون. فحسب هذا التصور، فإن تحليل البيئة من أجل العثور على شركاء يصبح واحد من أدوار 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 حالياً 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 يحرمها 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 التعاون. ومنه فإن نقل المعلومات والإمكانات التكنولوجية التي قدمتها المؤسسات هي العناصر المفتاح التي تشجع على العضوية في الشبكة. تنوع أنسق الجمعيات، الشبكات والخبرات يشكل قاعدة معلومات إضافية مقدمة للمؤسسات. قدرة مسير المؤسسة على الوصول والحصول على المعلومات تزداد عندما تكون جزء من شبكة المؤسسات، وهذا ما ينتج عنه حصولها على تحفيزات تنافسية حقيقية. لذلك فإن البحث عن نقاط التعاون مع المنافسين يزيد المعرفة التنافسية للمؤسسة، وذلك لأن المؤسسة تبحث عن معلومات عن المنافسين، مما يؤدي إلى إنشاء علاقة تنافس فيتحقق ذلك جذب تدفقات المعلومات الإضافية التي تم إنشائها بواسطة التعاون والتي تحفز مسيرو المؤسسات على ربط علاقات تعاون. وفق هذا المنظور، فإنه يمكن استنتاج بشكل عام بأن هناك علاقة طردية بين تطور تطبيق الذكاء الاقتصادي مع تطور إستراتيجية التعاون¹.

¹ Salvetat David Et Le Roy Frédéric , op-cit, p p 149-150.

سادسا: 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 لأنشطتها¹. والتحسين يدل 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:²

- لماذا التحسين: ينبغي تفسير لماذا تحسين الأداء، وما هو الغرض من الجهد المطلوب بذله.
- 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. والقيام بالتحسين في وقت الأزمات فإن حينها لن تكون هناك

¹ عريوة محاد، (2011): 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، ص 4.

² Christian Hohmann, (2009): Techniques de Productivité comment gagner des points de performance, 1^{er} édition, éditions d'organisation: Paris, France, pp 139-142.

منافسة حول الحاجة للقيام بتحسين الوضع، ولكن في كثير من الأحيان لا يتوفر الوقت والموارد بشكل كافي، ومنه الحلول المنفذة غالبا ما تكون أقل كفاءة في مقابل المشاكل، لأنها لم يتم إعدادها في الوقت الملائم وتحت الضغوط العالية.

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.

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 البسيطة.
- بناء الاستمارة: بناء الاستمارة 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 الكترونيا ثم إرسال الاستبيان الإلكتروني إلى العناوين الإلكترونية الخاصة بالمؤسسات المستهدفة.

جدول رقم 1: يبين توزيع استمارات الاستبيان على الشرائح الأربعة المستهدفة ومدى التجاوب معها

الاستمارات المستوفاة لجميع الشروط	الاستمارات المقصاة	نسبة الاستمارات المعادة	عدد الاستمارات المعادة بعد الإجابة عليها	عدد الاستمارات الموزعة	طبيعة الاستثمار	الشريحة المستجوبة
18	/	% 46.66	14	30	ورقية	مسيرو مؤسسات من مدينة عنابة
	/	% 66.66	4	6	الالكترونية	
24	/	% 85	17	20	ورقية	مسيرو مؤسسات من مدينة الطارف
	01	% 40	8	20	الالكترونية	

المصدر: من إعداد الباحث

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

الجدول رقم 2: مقياس ليكارت الخماسي

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

المصدر: عز حسين عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي، خوارزمية العلمية للنشر والتوزيع،

جدة، السعودية، 2007.

س1: هل توجد إستراتيجية تتبعها المؤسسة أثناء القيام بنشاطاتها؟

المؤشرات الإحصائية		إتباع إستراتيجية
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
الاتجاه العام للعينة		

تستعمل المؤسسة إستراتيجية متجددة مقارنة مع ما تعتمده المؤسسات المنافسة	3.59	0.58	موافق
تستعمل المؤسسة إستراتيجية و يتم شرحها للإطارات العاملة بها	2.70	0.77	محايد
تستعمل المؤسسة رؤية مستقبلية للقيام بنشاطاتها لا تتغير بسرعة	2.25	0.51	معارض

المصدر: من إعداد الباحث استنادا على نتائج SPSS

بعد التمعن في الاتجاه العام لعينة الدراسة، فإنه يظهر أن المؤسسة الاقتصادية تستعمل إستراتيجية متجددة بالمقارنة مع منافساتها وذلك بوسط حسابي قدره 3.59 الذي يندرج ضمن الفئة الرابعة من مقياس ليكارت الخماسي، و بشكل متوسط يتم شرحها للإطارات العاملة بها أي ضمن الفئة الثالثة، فحين تم نفي أن رؤيتها المستقبلية لا تتغير بسرعة أي الفئة الثانية، و بانحراف معياري يتراوح بين 0.51 و 0.77 والذي معناه عدم وجود اختلاف بين أفراد العينة المستجوبة. ما يمكن استنتاجه انه يتم الاعتماد على إستراتيجية و يشارك فيها للإطارات و لكن هذه الإستراتيجية غالبا ما يتم تغييرها بسرعة.

س2: هل تعتبر المعلومات عامل رئيسي في تطوير أداء المؤسسة؟

الاتجاه العام للعينة	المؤشرات الإحصائية		الاهتمام بالمعلومات
	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
محايد	1.15	2.85	يقوم مسير المؤسسة بالتحنين 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 و رافض. 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 للاتخاذ قرارات إلى طلب المعلومات والقيام بإجراءات لتقييم مصادر المعلومات، فإنه تم رفض ذلك بمتوسطات حسابية 1.88 و 1.26 أي ضمن الفئة الثانية والأولى على التوالي وانحرافات معيارية اقل من الواحد أي هناك توافق نوع ما بين أفراد العينة. من كل ما سبق يستنتج أن مسير المؤسسة الاقتصادية لا يعتبر أن المعلومات تعتبر عامل رئيسي في تطوير أداء المؤسسة.

س3: ما هي الوظائف التي تعتبر أنه يمكن تحقيقها بواسطة الذكاء الاقتصادية؟

المؤشرات الإحصائية			الوظائف المحققة
الاتجاه العام للعينة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
معارض بشدة	1.04	1.56	القراءة المتعلقة ببيئة المؤسسة والإدارة الإستراتيجية للمعلومات
معارض	0.83	2.35	إنتاج المعارف الإستراتيجية ذات القيمة المضافة العالية
موافق بشدة	0.18	4.27	توقع التهديدات المحتملة الوقوع على المؤسسة والفرص المتاحة لتطور نشاطها
معارض	0.48	2.47	حسن اختيار الوقت لاتخاذ القرارات
موافق	0.19	3.49	تسيير المخاطر المعلوماتية

إنشاء وتحسين المهارات الإستراتيجية	2.94	1.13	محايد
تنفيذ أنشطة التأثير ومواجهة التأثير	2.97	0.52	محايد

المصدر: من إعداد الباحث استنادا على نتائج SPSS

من الاتجاه العام للعينة يلاحظ أن وظيفتي توقع التهديدات المحتملة الوقوع على المؤسسة والفرص المتاحة لتطور نشاطها وتسيير المخاطر المعلوماتية تم الموافقة عليها بينما إنشاء وتحسين المهارات الإستراتيجية وتنفيذ أنشطة التأثير ومواجهة التأثير فهما ضمن الفئة الثالثة أي محايد ولكن بالنسبة للأولى بالانحراف المعياري قدره 1.13 أي هناك اختلاف بين أفراد العينة، فحين كل من إنتاج المعارف الإستراتيجية ذات القيمة المضافة العالية وحسن اختيار الوقت لاتخاذ القرارات فقد تم معارضتهما وأخيرا توقع التهديدات المحتملة الوقوع على المؤسسة والفرص المتاحة لتطور نشاطها بالمعارضة بشدة.

س4: هل إنشاء ثقافة الانفتاح على الخارج تسمح للمؤسسة بالتفاعل مع محيطها ومن ثم تحسين أدائها؟

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

المصدر: من إعداد الباحث استنادا على نتائج SPSS

من الملاحظ انه تم الموافقة على كل من يمكن لأنظمة الذكاء الاقتصادي أن تأثر على أداء المؤسسة الاقتصادية و تعتبر أن هناك مصلحة للمؤسسة عند اكتساب ثقافة التعامل مع البيئية بينما القبول بتبادل المعلومات مع محيط المؤسسة. أي إنشاء ثقافة الانفتاح على الخارج تسمح للمؤسسة بالتفاعل مع محيطها ومن ثم تحسين أدائها ولكن ذلك يكون بشكل حذر من استفادة الآخرين من المؤسسة اكبر من استفادتها هيا منهم.

س5: كيف يتم حماية المؤسسة من التأثيرات الخارجية؟

الاتجاه العام 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، فكانا في الفئة الثالثة أي محايد وفيما يخص يقوم مسير المؤسسة بتغذية عكسية بالنسبة للمعلومات المنشورة، فكان الرأي حولها هو

معارض بشدة ومنه فالحماية المعزومة تكون بطرق غير المعروفة وبطريقة ارتجالية أكثر منها علميا.

س6: هل أداء المؤسسة الاقتصادية يرتبط طرديا مع التعاون أو التنافس مع المنافسين لها؟

الاتجاه العام للعيينة	المؤشرات الإحصائية		ارتباط الأداء الاقتصادي بالتعاون أو التنافس
	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
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:

- المؤسسات الاقتصادية المدروسة لها إستراتيجية تعتمد عليها أثناء القيام بنشاطاتها ولكن غالبًا ما تغيرها بسرعة؛
- مسيرو المؤسسات الاقتصادية لا يعتبرون أن المعلومات هي عامل رئيسي في تطوير أداء المؤسسة؛
- أهم الوظائف التي يقوم بها الذكاء الاقتصادي هي توقع التهديدات المحتملة الوقوع على المؤسسة والفرص المتاحة لتطور نشاطها، بالإضافة إلى تسيير المخاطر المعلوماتية؛
- إنشاء ثقافة الانفتاح على الخارج تسمح للمؤسسة بالتفاعل مع محيطها ومن ثم تحسين أدائها؛
- يتم حماية المؤسسة من التأثيرات الخارجية بطريقة ارتجالية أكثر منها علمية؛
- الأداء الجيد ينتج عن التعاون بين مختلف العاملين بالمؤسسة والتنافس مع المؤسسات المنافسة.

توصيات الدراسة:

- تعزيز روح الانفتاح أكثر بالنسبة لمسؤولي المؤسسات الاقتصادية، لكن ذلك تحت مبدأ الاستفادة من كل معلومة قد تتيح امتلاك المؤسسة ميزة تنافسية أو تقلل اثر وقوع خطر عليها
- على مسؤولي المؤسسات الاقتصادية تطوير فكرة المنافسة بين مختلف العاملين بها، وذلك لتزويد قوتهم كأفراد فيزيد أداء المؤسسة ككل، فنتمكن المؤسسة من منافسة المؤسسات المنافسة لها.

أفاق الدراسة:

من بين المواضيع التي يمكن مواصلة البحث فيها في هذا الميدان يمكن ذكر من بينها:

- تأثير الانتقال من اليقظة الاستراتيجية إلى الذكاء الاقتصادي على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية؛
- تأثير الذكاء الاقتصادية على تنافسية المؤسسات الاقتصادية؛
- كيفية تحسين أداء العاملين بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال الاعتماد على الذكاء الاقتصادي الداخلي.

قائمة المصادر والمراجع

أولا: باللغة العربية

- 1- بومعزة سهيلة، (2009): دور اليقظة في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - موبليس، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة، الجزائر.
- 2- عريوة محاد، (2011): 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.
- 3- عز حسين عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي، خوارزمية العلمية للنشر والتوزيع، جدة، السعودية.
- 4- شنشونة محمد، (2012): أهمية نظام المعلومات في دعم الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة، ملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في المنظمات الأعمال الحديثة المنعقد يومي 6 و7 نوفمبر 2012، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.

5- فيلالي أسماء، (2014): الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع والمجهودات "دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية "SNVI" روية"، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.

ثانيا: باللغة الأجنبية

- 1- Chedia DHAOUI, (2008): Les Critères De Réussite D'un système D'intelligence économique pour un Meilleur Pilotage Stratégique, Thèse Doctorat, Faculté de sciences de l'information et de la communication, Université Nancy 2 - Nancy, France.
- 2- Christian Hohmann, (2009): Techniques de Productivité comment gagner des points de performance, 1^{er} édition, éditions d'organisation: Paris, France.
- 3- François JAKOBIAK, (2004): L'Intelligence économique, 1^{er} édition, Éditions d'organisation: Paris, France.
- 4- Henri Martre, (1994) : rapport sur « Intelligence économique et stratégique des Entreprises », Commissariat général du Plan: Paris, France.
- 5- Ilhème Ghalamallah, (2009): 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.
- 6- LEWIS C CHASALOW, (2009): A model of organizational competencies for Business Intelligence Success, doctoral thesis, Virginia Commonwealth University Richmond, Virginia, United States of America.
- 7- M. Jean-Pierre DUFAU, (2010) : rapport sur «L'intelligence économique », Commission de la coopération et du développement: Dakar, Sénégal.
- 8- Salvétat David Et Le Roy Frédéric , (2007): Coopétition et intelligence économique, Revue française de gestion (numéro°7, volume°176).
- 9- Steve Williams And Nancy Williams, (2007): The Profit Impact of Business Intelligence, 1st edition, Elsevier, San Francisco.