

حماية المعلومة بالمؤسسات الاقتصادية في ظل التوجه نحو الذكاء الاقتصادي
- دراسة حالة مؤسسة (Lafarge) وهران -

د.دحماني عزيز

dahmani.aziz.univ@gmail.com

أستاذ محاضر صنف أ-

أ.العراي خديجة

khadijaamal028@gmail.com

أستاذة متعاقدة، طالبة دكتوراه سنة ثالثة

جامعة - طاهري محمد بشار- الجزائر

الملخص:	Résumé :
<p>في ظل بيئة تتميز بالمنافسة الشديدة والتغيرات التكنولوجية المتسارعة لم يعد التحدي بالنسبة للمؤسسات توفير المعلومة بل أصبح في سرعة الوصول إليها وتحليلها وإستغلالها والعمل على حمايتها. ومن ناحية أخرى أصبحت المؤسسات أكثر عرضة للممارسات الغير قانونية والغير أخلاقية فتوجب عليها إتخاذ جميع الإجراءات لحماية معلوماتها أو إرثها المعرفي. ومع هذا برز الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسيري حديث يضم حماية المعلومة كأحد أعمدته.</p> <p>تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مستوى حماية المؤسسات لمعلوماتها ضمن استراتيجية الذكاء الاقتصادي. ومن أجل تحقيق ذلك تم إتباع المنهج التحليلي الوصفي بإختيار عينة عشوائية تتمثل في عمال مؤسسة (Lafarge) وهران لإنتاج الخرسانة الجاهزة للبناء. حيث وزعت عليهم استمارات الإستبيان. كما تم الإعتماد في تحليل البيانات على أساليب الاحصاء الوصفي باستخدام برنامج (SPSS) الإصدار رقم 22.</p> <p>توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن مؤسسة (Lafarge) وهران لإنتاج الخرسانة</p>	<p>Dans un environnement caractérisé par une concurrence intense et des changements technologiques rapides, le défi pour les entreprises n'est plus de provider de l'information, mais plutôt d'être rapidement accessible, analysé, exploité et protégé. D'un autre côté, les institutions sont plus vulnérables aux pratiques illégales et immorales et doivent prendre toutes les mesures pour protéger leurs informations et leurs patrimoines de connaissances. Cependant, l'intelligence économique a émergé comme une méthode moderne de protection de l'information comme l'un de ses piliers.</p> <p>Cette étude vise à déterminer à quel point les entreprises protègent leurs informations dans le cadre de la stratégie d'intelligence économique. Pour vérifier ceci, la méthode analytique descriptive a été adoptée en sélectionnant un échantillon aléatoire constitué des travailleurs de l'entreprise de production</p>

<p>de ciment prêt à l'emploi pour la construction (Lafarge Oran). Des questionnaires ont été distribués aux travailleurs et dont les données seront ensuite analysé par les méthodes de statistique descriptive en utilisant le programme (SPSS version 22).</p> <p>L'étude a abouti à plusieurs résultats dont le plus important est que l'entreprise de production de ciment prêt à l'emploi pour la construction (Lafarge Oran) protège son savoir-faire et son patrimoine de connaissance dans le cadre de l'exercice de l'intelligence économique par l'interaction de ses différents piliers, la vigilance stratégique et l'influence en même temps.</p> <p>Mots-clés : Intelligence économique, l'information, protection de l'information, vigilance stratégique, l'influence, entreprise Lafarge Oran.</p> <p>JEL Classification : M15 - M20.</p>	<p>الجاهزة للبناء تعمل على حماية معلومتها وإرثها المعرفي بقوة من خلال إجراءات الحماية التي تتضمن حماية الموارد البشرية، حماية نظام المعلومات، حماية الممتلكات المادية والغير مادية، حماية المستندات، والحماية الطرفية. بالإضافة إلى ممارستها للذكاء الاقتصادي الذي يقوم على ثلاثة أعمدة اليقظة الاستراتيجية وحماية المعلومة والتأثير. وتكون هذه الممارسة بتفاعل أعمدته الثلاثة في آن واحد.</p> <p>أما النتيجة الرئيسية للدراسة تعمل مؤسسة (Lafarge) وهران على حماية معلومتها في إطار استراتيجية الذكاء الاقتصادي.</p> <p>الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، المعلومة، حماية المعلومة، اليقظة الاستراتيجية، التأثير، مؤسسة (Lafarge) وهران.</p> <p>تصنيف JEL : M20 - M15.</p>
--	--

مقدمة:

شهدت البيئة الخارجية للمؤسسات الاقتصادية عدة تحولات وتغيرات متلاحقة، مما وضعها أمام تحديات جمة تتمثل في البحث عن أساليب تسييرية جديدة تضمن لها تحقيق أهدافها وإلستمرارية في السوق وفرض وجودها على المستوى الإقليمي والعالمي. وفي نفس الوقت برز أسلوب الذكاء الاقتصادي بعد نجاح تجارب متميزة في مجال إدارة المعلومات والمعارف.

وبذلك نجد المؤسسات الاقتصادية تحاول تبني الذكاء الاقتصادي والذي يرتكز على ثلاثة أعمدة أساسية اليقظة الاستراتيجية، الحماية، والتأثير. هذه الأعمدة تتمحور حول المعلومة، التي تعتبر المحرك الرئيسي لأداء المؤسسات، فنجد تسابق الدول والمؤسسات للوصول إليها بسرعة وبأفضل طريقة قصد توقع الأسواق المستقبلية وإستراتيجيات المنافسين. ومن جهة أخرى محاولة حمايتها من أي تسرب وضياع أو قرصنة من الغير، واستخدامها كأداة للتأثير من أجل الوصول إلى الأهداف.

تعتبر حماية المعلومة المركبة الثانية للذكاء الاقتصادي بالمؤسسة، فهي الوظيفة التي يوكل إليها حمايتها من مختلف المخاطر، والهجمات الإرادية والغير إرادية. لذا أصبح على المؤسسات في ظل هذه البيئة شديدة التنافس حماية إرثها المعرفي والمعلوماتي في ظل تكامل جميع العناصر الذكاء الاقتصادي.

وعليه تسعى هذه الورقة البحثية الإجابة على الإشكالية التالية :

ما مدى تطبيق حماية المعلومات أو الإرث المعرفي في المؤسسة الاقتصادية في إطار ممارسة الذكاء الاقتصادي؟

فرضيات البحث: اعتمادا على أدبيات الدراسة، تم تطوير الفرضيات الآتية التي سيتم إختبارها.

الفرضية الأولى: مستوى حماية المعلومة والإرث المعرفي قوي في مؤسسة (Lafarge) وهران.

الفرضية الثانية: تعمل مؤسسة (Lafarge) وهران على حماية المعلومات في إطار ممارسة الذكاء الاقتصادي بتكامل أعمدته.

أهداف الدراسة: تعددت أهداف الدراسة ويمكن ذكر بعض منها:

- ضبط مفهوم الذكاء الاقتصادي؛
- تبسيط مختلف المفاهيم المتعلقة بالمعلومة، وحماية المعلومة؛
- تسليط الضوء على واقع تبني المؤسسة الاقتصادية للذكاء الاقتصادي؛
- إبراز واقع حماية المعلومة في المؤسسة الاقتصادية؛
- معرفة مدى تبني المؤسسة الاقتصادية حماية المعلومة في إطار استراتيجية الذكاء الاقتصادي.

خطة الدراسة: تمت معالجة إشكالية البحث من خلال دراسة المحاور التالية:

المحور الأول: الإطار النظري للذكاء الاقتصادي والمعلومة.

المحور الثاني: الأدبيات النظرية لحماية المعلومة.

المحور الثالث: حماية المعلومة في ظل التوجه نحو الذكاء الاقتصادي بمؤسسة (Lafarge) وهران.

المحور الأول: الإطار النظري للذكاء الاقتصادي والمعلومة.

1-1 الإطار النظري للذكاء الاقتصادي.

1-1- تعريف الذكاء الاقتصادي: يعد الذكاء الاقتصادي من المفاهيم الحديثة بالنسبة لعلم الاقتصاد، فلقد حضي باهتمام كبير منذ أن بدأ يفرض نفسه كموضوع للبحث إلا أنه إتسم بلبس كبير نظرا لتعدد المصطلحات المقترحة من بقظة إستراتيجية وذكاء الاستراتيجي وذكاء الأعمال والذكاء الاقتصادي و الذكاء التنافسي.

لقد كان الاستخدام الأول لمصطلح نظام ذكاء الأعمال سنة 1958 من طرف أحد الباحثين العاملين في شركة (IBM) (HANS Peter Luhn) وعرفه في إحدى مقالاته: كل نظام الإتصال المستخدم المؤدي إلى قيادة الأعمال في المعنى الواسع يمكن إعتبره نظام الذكاء. وأعطى أهمية لنشاط البحث عن المعلومة والقدرة على فهم العلاقات بين الوقائع المتوفرة لقيادة العمل نحو الهدف المرجو.¹

وفي سنة 1967 صدر كتاب بعنوان (Organizational intelligence) الذكاء التنظيمي من طرف المؤلف (Harold Wilensky)، حيث عرفه على أنه: يخص جمع ومعالجة وتفسير ونشر المعلومة اللازمة لسيرورة أخذ القرار وطرح إشكاليتين وهما الإستراتيجية الجماعية والتعاون بين الحكومة والمنظمات في إنتاج المعارف المشتركة للدفاع عن المزايا التنافسية ثم أهمية المعرفة في الاقتصاد والصناعة كمحرك لتنمية الإستراتيجية.²

أما التعريف العملي الأول للذكاء الاقتصادي (Intelligence économique) قدم من طرف مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا سنة 1994 من طرف (Henry Martre) حيث عرفه: مجموع الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة، وبث المعلومة المفيدة³ للأعوان الاقتصاديين، مختلف هذه النشاطات موجهة بطريقة شرعية مع توفير كل ضمانات الحماية

الأساسية لممتلكات المؤسسة في ظل أحسن الظروف سواء من حيث الوقت، الجودة، أو التكلفة.⁴

أما المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا (Alain Juiellet) سنة 2005 عرفه على أنه ذلك النشاط الذي يشمل على السيطرة وحماية المعلومة الإستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الصناعي، الأمن الاقتصادي وأمن المؤسسات، وكذلك تعزيز سياسة التأثير والنفوذ في بلادنا.⁵

أما في سنة 2009 ألحت (S.LRIVET) على أن الذكاء الاقتصادي هو عبارة عن تركيبة لثلاث وظائف وهي الاستخبارات (اليقظة) تسيير الخطر المعلوماتي (الحماية) والتأثير.⁶

أما وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية عرفته سنة 2010: بمجموع عمليات مراقبة المحيط الداخلي والخارجي من أجل جمع ودراسة وتحليل وتوزيع المعلومات المفيدة للأطراف الاقتصادية. كما يشمل عملية حماية المعلومات المنتجة وإستعمالها في عمليات التأثير والعمل الضغطي.⁷

من خلال ما تطرقنا إليه من دراسات للباحثين، نستنتج مايلي:

- الذكاء الاقتصادي هو عملية البحث توجه نحو المعلومات النوعية والمفيدة من أجل اتخاذ القرارات؛

- الذكاء الاقتصادي نشاطاته تتم بطريقة قانونية للبحث عن المعلومات، وهنا نلمس الجانب الأخلاقي والقانوني؛

- الحاجة إلى حماية وتأمين المعلومات ضد الإجراءات غير الشرعية؛

- استعمال المعلومة للتأثير في البيئة؛

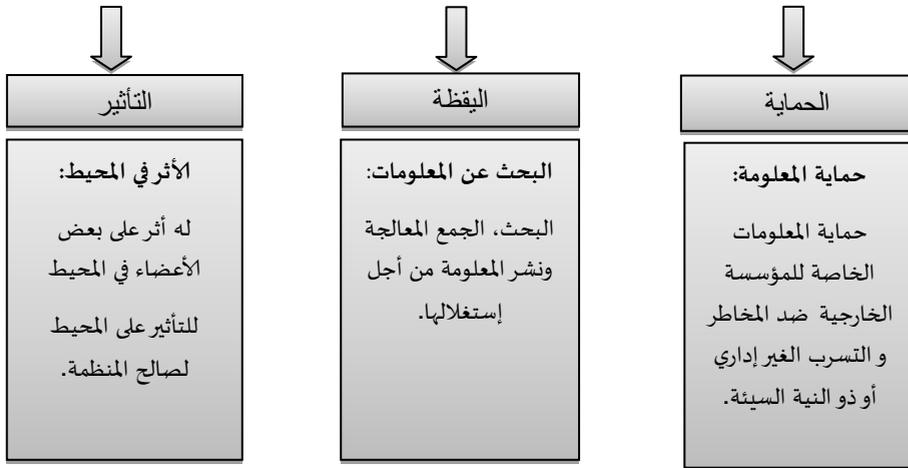
- تتم هذه العملية في ظل أفضل شروط الجودة، الأجال والتكلفة؛

- الذكاء الاقتصادي، هو منهج شامل يهتم على السواء المؤسسات، المتعاملين الاقتصاديين وكذلك المجتمع.

1-2- أعمدة الذكاء الاقتصادي: يقوم نظام الذكاء الاقتصادي على ثلاث أعمدة مترابطة ومتكاملة، كما هي موضحة في الشكل التالي:

شكل رقم (1): أعمدة الذكاء الاقتصادي.

الذكاء الاقتصادي



Source : M.Boudjemia. (2008) : *Intelligence économique : concept, définition et mode opératoire*, séminaire de sensibilisation à l'intelligence économique et à la veille stratégique, Alger, 23 décembre 2008, p:06.

1-2-1- اليقظة الإستراتيجية: هي نهج منظم للبحث، الجمع، المعالجة ونشر المعلومات، وتهتم بالأمور العلمية، التكنولوجية، القانونية، التنظيمية والبيئية...الخ. فهي تهدف إلى رصد البيئة التنافسية، والكشف عن الاشارات الضعيفة المحددة للاتجاهات الناشئة. تحت على الاستخدام الواسع لتكنولوجيات الجديدة للمعلومات من خلال شبكة الأنترنت، مع استخدام العنصر البشري والوثائق، هذا النهج يسمح لمسيرى المؤسسة بوضعها في موقع أفضل في بيتها أي ضمن أسواقها مقارنة بمنافسيها.

1-2-2- الحماية (*La Protection*): حيث تعرف بمجموعة من الوسائل أو الإمكانيات النشطة والدفاعية لضمان حماية التراث المعلوماتي للمؤسسة ونشاطاتها، ويمكن تحديد أهداف الحماية كالتالي:

- حماية الأصول الغير الملموسة للمؤسسة:
- تحديد المبادئ، التوجهات العامة والأولويات؛
- وضع وتنفيذ وصيانة مستودع حماية المعلومات (السياسات، الأدوار، المسؤوليات، العمليات والمعايير) ؛
- رفع الوعي وتثقيف الادارة الموظفين في جميع المستويات؛

- تحديد ومعالجة نقاط الضعف ذات الأولوية؛

- ضمان الامتثال والرقابة.

1-2-3- التآثير (*L'influence*):⁸ إن استراتيجية التآثير تشمل الأنشطة التي تنفذ بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من قبل الأفراد، المنظمات، المجتمعات المحلية و/أو الدول لتوجيه القرارات في الاتجاه المطلوب، وهي العملية التي نفذت عمليات الاتصال عن طريق العامل الاجتماعي، السياسي والاقتصادي من أجل التوصل إلى هيكله الأعمال والممارسات من الجهة الفاعلة المستهدفة. فعملية التآثير على البيئة تكون من خلال وسائل الضغط المعلوماتية، وأعمال الضغط تعتبر تطبيق للتآثير كلاسيكية التي تمارسه الشركات، فالضغط هو حالة خاصة من التآثير العملي لأنه يركز على البعد السياسي لاستراتيجية الشركة، ولكن هناك غيرها من السياسات التي يمكن تصنيفها إلى فئتين التنسيق، وإحباط (تثبيط).

وللتآثير عدة وسائل أهمها التآثير عن طريق حملات الاتصال وهذا للتآثير على المستهلك، التآثير باستخدام التفكير أو ما يسمى (Think tank) للتآثير على قادة الرأي، وأخير التآثير عن طريق الضغط أو ما يطلق عليه (Lobbying).

2- الأدبيات النظرية للمعلومة.

1-2- مفهوم المعلومة: هناك إجماع لدى الباحثين والمتخصصين في مجال المعلومات على صعوبة تحديد تعريف دقيق ومتفق عليه لهذا المصطلح، ونتيجة لذلك فقد تعددت التعريفات، ونذكر من بينها:

وفقا لتعريفات المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات هي: البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو لاستعمال محدد، لأغراض اتخاذ القرارات، أي البيانات التي أصبح لها قيمة بعد تحليلها، أو تفسيرها، أو تجميعها في شكل ذي معنى والتي يمكن تداولها وتسجيلها ونشرها وتوزيعها في صورة رسمية أو غير رسمية وفي أي شكل.⁹

المعلومات ما نحصل عليه نتيجة لمعالجة البيانات بطريقة تزيد من مستوى المعرفة لمن يحصل عليها، وهي ذات قيمة وفائدة في صناعة القرارات.¹⁰

وهي كذلك مجموعة بيانات تحمل (تنقل) معرفة حول حدث أو موضوع، وهي تسمح للفرد بالمعرفة الجيدة لمحيطه، لذا فإنه من الضروري الحصول على معلومات لاتخاذ قرارات جيدة.¹¹

نستنتج من التعاريف السابقة أن المعلومات هي عبارة عن بيانات يتم تقديمها لغرض محدد، ويتم تطويرها وترقي إمكانية المعرفة عندما تستخدم للقيام بالمقارنة، وتقييم نتائج مسابقة ومحددة، أو لغرض الاتصال أو المشاركة في حوار أو نقاش.

2-2- تصنيف المعلومات في الذكاء الاقتصادي:

في أي منظومة للذكاء الاقتصادي إنّه من الضروري المعرفة الجيدة والمسبقة لنوع المعلومة المرغوب فيها، درجة حساسيتها، المصادر التي يمكن استقاؤها منها، وكيفية الوصول والحصول عليها، وهو ما يسمى بتوفر المعلومة أي درجة السهولة أو الصعوبة في الحصول عليها.

هنا يمكن القول بأنّ المعلومة بهذا المنظور مصنفة تصنيفاً لُؤنيّاً إلى ثلاثة أنواع حسب معيار¹² AFNOR XPX50-53 لسنة 1998 وهي:

1-2-2- المعلومة البيضاء (Information blanche): وهي معلومة يمكن التحصّل عليها بكل سهولة طريق القنوات الإعلامية، المعارض والتظاهرات التجارية، دلائل الاستعمال، المنشورات العلمية، إلخ. هذه المعلومات هي في الغالب ذات قيمة استراتيجية ضعيفة ولكنها تمثل معظم المعلومات المتداولة، وأنّ الصعوبة التي تتلقاها منظومة الذكاء الاقتصادي بخصوصها تتمثل في تسهيل معالجتها التي تظهر مكلفة مقارنة مع قيمتها.

2-2-2- المعلومة الرمادية (Information grise): وهي المعلومة التي يمكن الحصول عليها بشرعية ولكنها تتميز بصعوبات في معرفة وجودها أو كيفية الحصول عليها (مثل المعلومات التي تتضمنها بنوك المعلومات، أطروحات الدكتوراه أو المحادثات مع الخبراء). وهي قيمة للمؤسسات وتتميّز بالتكلفة العالية للحصول عليها سواء من الناحية المادية أو من الناحية البشرية، وعادة ما يتمّ التحصّل عليها بفضل شبكة العلاقات غير الرسمية الداخلية أو الخارجية في المنظمات العمومية أو الخاصة.

2-2-3- المعلومة السوداء (Information noire): وهي معلومة محدودة الإطلاع عليها، إذ الحصول عليها أو استعمالها محمي، وهي تتطلب ترخيصاً صريحاً للحصول عليها بصفة شرعية. وبصفة عامة يتعلق الأمر بمعلومة محمية بصفة كبيرة وأنّ نشرها سواء داخلياً أو خارجياً - كما سبق وأن ذكرنا - محدود جداً.

إنّ الجدول التالي يوضّح هذه الأنواع الثلاثة ومميزاتها المختلفة.

الجدول رقم (01): التصنيف اللوني للمعلومة.

الاستعلام

المعلومة

لون المعلومة الخصائص	بيضاء	رمادية	سوداء
التصنيف	مفتوحة	حساسة	مغلقة
التحصل أو الولوج المبا	حر(للمعوم)	تحت القيد(محدود)	غير مسموح (محدود جدا)
طبيعة المخالفة المرتكية	لا توجد	حسب الاجتهاد القضائي	مخافة القوانين المدنية والتجارية
المصادر	مفتوحة (تتمثل في المنظمات العمومية والخاصة، وسائل الاعلام، الملتقيات والمحاضرات، التظاهرات، إلخ)	مرخصة أو مغلقة (تتمثل في الوثائق الداخلية، موظفي الدولة، شبكات العلاقات، إلخ.)	مصادر مشبوهة وغير قانونية (الاستعلام، التجسس، السرقة، القرصنة...المصادر الداخلية)
الحماية	غير محمية	نشر محدود	سرية
التوفر	80%	15%	5%
التكلفة	منخفضة	مرتفعة	عالية جدا

المصدر: سيواني عبد الوهاب، نحو إدماج الذكاء الاقتصادي في تسيير الاقتصاد الجزائري، أطروحة مقدمة
لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2014-
2015، ص: 152.

ولقد أوضح B. Warusfel بأنّ المعلومات المفتوحة التي تهتمّ الذكاء الاقتصادي ليست كلها حرة،
بل ترد على بعضها حقوق ملكية فكرية وصناعية لفائدة أصحابها، ومن هذا المنطلق وضع
مصنوفة تبيّن تصنيفا للمعلومات اعتمادا على معيارين هما: درجة سهولة أو صعوبة الحصول
على المعلومة وكذا حرية استعمالها، وهذا ما يوضّحه الجدول التالي:

الجدول رقم(02): مصفوفة تصنيف المعلومات بحسب معياري درجة سهولة الحصول عليها وحرية استعمالها.

محدود	حر	الحصول الاستعمال
معلومة ذات نشر محدود	معلومة حرة	حر
معلومات سرية	معلومة مقيدة	محدود

المصدر: سيواني عبد الوهاب، نحو إدماج الذكاء الاقتصادي في تسيير الاقتصاد الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2014-2015، ص: 153.

إنطلاقاً من الجدول توجد أربعة أنواع من المعلومات هي¹³:

- المعلومة الحرة (Information libre): وهي لا تخضع لأي قيد من حيث الحصول أو الاطلاع عليها، وحتى من حيث استعمالها.

- المعلومة ذات النشر المحدود (Information à diffusion limitée): وهي معلومة لا تخضع لأي قيد من حيث الاستعمال ولكنها صعبة الحصول عليها مثل الوثائق العلمية الموجودة بأعداد محدودة، والتي تسمى كذلك بالمراجع الرمادية.

- المعلومة المقيدة (Information privative): وهي معلومة يمكن الحصول عليها بحرية (بصفة مجانية أو بمقابل) ، ولكن ترد عليها حقوق تحد من استعمالها وتخضع استعمالها لموافقة أصحاب هذه الحقوق (حقوق الملكية الفكرية والصناعية).

- المعلومة السرية (Information secrète): وهي معلومة محمية ضد الاطلاع عليها واستعمالها في نفس الوقت، وتتمثل في المعلومات الحكومية المصنفة سرية أو المعلومات الخاصة بالأشخاص، والتي هي محمية باتفاقات سرية أو بقوة القانون والتنظيمات (السّر المهني، السّر الطبي، إلخ).

المحور الثاني: الأدبيات النظرية لحماية المعلومات.

1- حماية المعلومات مفاهيم: تعتبر حماية الأملاك المعلوماتية والتأمين عليها إحدى أعمدة الذكاء الإقتصادي، ويوكل إليها حماية المنظمات من مختلف المخاطر والهجمات الارادية والغير الادارية. سوف نتطرق لأهم التعاريف:

عرفها (Martinet et Marti) سنة 1995: حماية المعلومات، حماية المؤسسة من الذكاء الاقتصادي للأخرين.

عرفها (Besson et possin) سنة 1996: الدفاع، الأمن، حماية الممتلكات الصناعية والفكرية. أما في سنة 2000 عرفها (Bournois et Romani): ممارسات دفاعية، اجراءات خاصة أو دائمة لإبطال الهجمات المحتملة، سواء بالتجاوب معها، وبحماية المصالح على المدى المتوسط البعيد.

أما (Jakobiak) سنة 2001: أمن المعلومات، أجهزة الإعلام الآلي والوسائل والأجهزة الأخرى. وفي سنة 2006 قدم (HRIE) التعريف التالي: الحماية والدفاع عن الممتلكات المعلوماتية والمعرفية.

وعليه يمكن تعريف حماية المعلومة كل الإجراءات المتخذة لحماية الإرث المعرفي للمؤسسة من الذكاء الاقتصادي للمؤسسات الأخرى.

➤ وركز (Alain Juillet) على جانب التأمين على المعلومة في تعريفه للذكاء الاقتصادي وأشار إليه بأنه السيطرة وحماية المعلومة الإستراتيجية مما يبرز بأن من إحدى وظائف الذكاء الاقتصادي هو الحماية من التهديدات والحماية الأمنية للمعلومات. ممارسة الذكاء الاقتصادي تتطلب العمل على الجوانب الثلاثة وتخص الذكاء الاقتصادي الهجومي (مجال اليقظة أي رصد المعلومة) والذكاء الاقتصادي الدفاعي (حماية المعلومة مع ضمان الأملاك المادية والغير مادية أو التحسين لتأمين أنظمة المعلوماتية) وجانب التأثير (إستعمال المعلومة بغرض التأثير).

المحور الثالث: حماية المعلومة في ظل التوجه نحو الذكاء الاقتصادي بمؤسسة (Lafarge) وهران.

بعد تحديد الإطار النظري لمعرفة واقع حماية المعلومة أو الإرث المعلوماتي ضمن ممارسات الذكاء الاقتصادي إخترا مؤسسه رائدة عالميا (lafargeHolcim) والتي تملك العديد من الفروع في دول العالم ومن بينها الجزائر. وتحتل المؤسسة المراتب الأولى في نشاطات (الاسمنت، الخرسانة، الجبس.....). وبدورها أنشأت العديد من المراكز للإنتاج والتوزيع لمختلف مواد البناء في جميع أنحاء القطر الوطني.

تم إختيار مؤسسة (Lafarge) وهران المتخصصة بانتاج الخرسانة الجاهزة للبناء والذي يضم مركز السينا وأرزو لإنتاج الخرسانة الجاهزة للبناء.

1- مجتمع وعينة الدراسة:

شمل مجتمع الدراسة جميع العمال والموظفين في مؤسسة (Lafarge) وهران والذين بلغ عددهم 59 عامل دائم ومؤقت عند تاريخ 30 ماي 2017 .

أما إختيار العينة كان بطريقة عشوائية وزعت استمارات الاستبيان على 34 عامل في مركز السنيا ومركز أرزيو. حيث تم إسترداد 32 استبانة صالحة للإستعمال. هذه الاستبانات تمت معالجتها إحصائيا بإستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية SPSS الإصدار رقم 22.

والجدول التالي يبين توزيع عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية والوظيفية.
الجدول رقم (03): توزيع عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية والوظيفية.

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	31	96,9
	أنثى	1	3,1
العمر	أقل من 30 سنة	3	9,4
	من 30 إلى أقل 40 سنة	15	46,9
	من 40 إلى أقل 50 سنة	10	31,3
	50 سنة وما فوق	4	12,5
المستوى الدراسي	متوسط	11	34,4
	ثانوي	8	25,0
	جامعي	7	21,9
	ليسانس	1	3,1
	دراسات عليا	4	12,5
سنوات الخبرة	ما بعد التدرج	1	3,1
	أقل من سنة	1	3,1
	من سنة إلى أقل من 5 سنوات	8	25,0
	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	17	53,1
	من 10 إلى أقل من 15 سنة	6	18,8
	15 سنة وما فوق	0	0

62,5	20	موظف	المنصب الوظيفي
25,0	8	إطار	
0	0	رئيس مكتب	
0	0	رئيس مصلحة	
9,4	3	رئيس قسم	
3,1	1	نائب مدير	
0	0	مدير عام	
100	32	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSSV22.

2- إجراءات معالجة الاستبيان:

صمم الاستبيان حسب سلم ليكرت بيانات الخماسي (Likert scale) لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الإستبيان، كما هو موضح في الجدول التالي.
الجدول رقم (04): درجات مقياس ليكرت 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 الاحصاء الوصفي والاستدلالي، خوارزمية العلمية للنشر والتوزيع، جدة، السعودية، 2007، الطبعة الأولى، ص:540.

ومن أجل التأكد من أن الاستبيان يقيس العوامل المراد قياسها قبل تحليل البيانات واستخراج النتائج، قمنا بإجراء اختبار وصدق فقرات الاستبيان، حيث تم تقييم ثبات الاستبيان بحساب معامل ألفا كرونباخ. وكذلك صدقه بإستعمال الجذر التربيعي لنفس المعامل، والجدول الموالي يوضح معامل ثبات وصدق كل محور من محاور الدراسة:
الجدول رقم (05): معامل الصدق و الثبات لكل محور (ألفا كرونباخ).

معامل الصدق $\sqrt{\alpha}$	ألفا كرونباخ α	عدد الفقرات	محاور الاستبيان
0,804	0,6477	10	اليقظة الاستراتيجية
0,882	0,779	09	حماية المعلومة
0,832	0,693	4	التأثير
0,884	0,783	23	الذكاء الاقتصادي

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22.

يتضح من الجدول أعلاه أن معاملات الثبات ألفا كرونباخ للمحاور الثلاثة (اليقظة الاستراتيجية، حماية المعلومة، والتأثير) تتراوح ما بين قيم 0,647 و0,779، أما الاستبانة ككل فقد كان معامل الثبات 0,783، وهي تفوق نسبة 60% . أما معامل الصدق الذي هو عبارة عن الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ والذي يرتبط به طريا، فقد بلغ بالنسبة للاستبيان ككل 0,884. وعليه جميع معاملات الثبات والصدق للمحاور تمثل نسبة مقبولة تدل على صحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة وإختبار الفرضيات.

3- المقاييس الإحصائية المستعملة:

قصد بلوغ أهداف الدراسة إعتدنا على إجابات عمال المؤسسة على الاستبيان المقدم، ولتحليلها إستخدمنا مقاييس إحصائية التالية بالاعتماد على برنامج SPSS 22.

- المتوسط الحسابي: تم إستخدامه هذا المقياس لمعرفة مستوى متوسطات عبارات وأبعاد ومحاور الاستبيان، و نظرا لكون مقياس الاستبيان هو مقياس (likert) ليكرت الخماسي، فإن المتوسطات الدالة على مستوى قوي هي تلك التي تفوق المتوسط الفرضي والمقدر ب 3 نظرا لكونها الدرجة المحايدة في المقياس.

- الإنحراف المعياري: وهو واحد من أهم مقاييس التشتت والذي استخدمناه لمعرفة الفروق في إجابات العمال حول عبارات و أبعاد ومحاور الاستبيان، أو بعبارة أخرى مدى إجماعهم على المستويات الدالة.

- إختبار (T-Test (One-Sample Test): تم إستخدامه من أجل التأكد من وجود دلالة إحصائية في إجابات العمال حول محاور الإستبيان، والهدف الرئيسي منه هو التأكد من مدى صدق فروض الدارسة، وسبب الإعتدال على هذا المقياس هو كوننا نتعامل مع بيانات كمية لعينة واحدة.

3- نتائج التحليل الاحصائي وإختبار فرضيات الدراسة:

■ نتائج اختبار الفرضية الأولى:

- الفرضية العدمية H0: لا تعمل مؤسسة (Lafarge) وهران على حماية المعلومة بالقوة.
- الفرضية البديلة H1: تعمل مؤسسة (Lafarge) وهران على حماية المعلومة بالقوة.

الجدول رقم (06): أبعاد محور حماية المعلومة في المؤسسة.

الرقم	أبعاد محور حماية المعلومة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية (Sig)	المستوى بالنسبة للمتوسط الحسابي
01	حماية الموارد البشرية.	4,375	0,538	14,436	0,00	قوي
02	حماية نظام المعلومات.	4,203	0,693	9,807	0,00	قوي
03	حماية الممتلكات المادية والغير مادية	4,114	0,490	12,845	0,00	قوي
04	حماية المستندات	4,218	0,870	7,924	0,00	قوي
05	الحماية الطرفية ((تحسيس الموظفي بالحماية في التكوين-الملتقيات- التفاوض))	4,187	0,592	11,342	0,00	قوي
	حماية المعلومة	4,229	0,456	15,223	0,00	قوي

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22. المتوسط الفرضي: 3.

- البعد رقم (01) والذي يتمثل في حماية الموارد البشرية كان المتوسط الحسابي يساوي 4,375، وقدر الانحراف المعياري بـ 0,538 أي عدم وجود تباين بين آراء عمال مؤسسة وهذا يدل على قوة البعد، ولتأكيد ذلك تم حساب قيمة T فكانت تساوي 14,436 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1,684 (عند درجة الحرية 31 ومستوى الدلالة 0,05 وذلك حسب جدول توزيع student)، كما أن مستوى المعنوية 0,000 وهي أقل من 0,05، مما يعني أن مستوى حماية المؤسسة لمواردها البشرية قوي بإتخاذها جميع الإجراءات اللازمة.

- البعد رقم (02) والذي يتمثل في حماية نظام المعلومات كان المتوسط الحسابي يساوي 4,203، وقدر الانحراف المعياري بـ 0,693، أما قيمة T المحسوبة فكانت تساوي 9,807 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1,684، كما أن مستوى المعنوية 0,000 وهي أقل من 0,05، مما يدل أن عمال المؤسسة مدركون لكل الإجراءات المتعلقة بحماية ممتلكات المعلوماتية، وكذا درايتهم بكل الإجراءات الأمنية لحماية نظام المعلومات (التشفير، مراقبة تدفق المعلومات، مكافحة التجسس- جدار الحماية)، وهذا يؤكد قوة بعد حماية نظام المعلومات.

- البعد رقم (03) والذي يتمثل في حماية الممتلكات المادية والغير مادية كان المتوسط الحسابي يساوي 4,114، وقدر الانحراف المعياري بـ 0,490، أما قيمة T المحسوبة فكانت 12,845 تساوي وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1,684 كما أن مستوى المعنوية 0,000 وهي أقل من 0,05 مما يدل موافقة أفراد العينة على أن مؤسستهم تعمل على حماية الممتلكات المادية و الغير مادية من خلال الإجراءات المتخذة لحماية البنايات والمكاتب، بالإضافة إلى التدابير الأمنية حماية الأماكن الحساسة، وكذلك مختلف التدابير القانونية لدعم السرية داخل المؤسسة، وهذا ما يؤكد قوة البعد رقم 3.

- البعد رقم (04) والذي يتمثل في حماية المستندات كان المتوسط الحسابي يساوي 4,218 أي الموافقة التامة، وقدر الانحراف المعياري بـ 0,870، أما قيمة T المحسوبة فكانت تساوي 7,924 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1,684 كما أن مستوى المعنوية 0,000 وهي أقل من 0,05، مما يعني الموافقة لأفراد العينة على أن مؤسستهم تعمل حماية المستندات بتوفير جميع الظروف لحماية مستنداتها التي تضم المعلومات والمعطيات التي تمثل ذاكرة المؤسسة، وهذا ما يؤكد قوة البعد رقم 4.

- البعد رقم (05) والذي يتمثل في الحماية الطرفية كان المتوسط الحسابي يساوي 4,187 أي الموافقة، وقدر الانحراف المعياري بـ 0,592، أما قيمة T المحسوبة فكانت تساوي 11,342 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1,684 كما أن مستوى المعنوية 0,000 وهي أقل من 0,05، مما يعني الموافقة العمال المؤسسة أنهم يتخذون كل الإجراءات الوقائية الطرفية حسب خصوصية التظاهرات كالمعارض والصالونات، السفر والتنقلات الخارجية، في المفاوضات، وفي الفنادق والمطاعم، وهذا ما يؤكد قوة البعد رقم 5.

الملاحظة العامة أن حماية الموارد البشرية احتلت المرتبة الأولى وهذا يدل على أن حماية معلومات المؤسسة يكون انطلاقاً من حماية مواردها البشرية.

ولتأكيد هذه النتائج وإختبار فرضية الأولى للدراسة، حاولنا توضيحها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (07): نتائج اختبار الفرضية العدمية.

رقم الفقرة	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	القيم الاحتمالية* (sig)	المتوسط الحسابي
الفرضية العدمية الأولى	15,223	1,684	0,00	4,229

المتوسط الفرضي: 3.

*دالة احصائية عند مستوى $\alpha = 0,05$

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22.

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه فإن قيمة T المحسوبة الكلية لحماية المعلومة تساوي 15,223 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1,684 (عند درجة الحرية 31 ومستوى الدلالة 0,05 وذلك حسب جدول توزيع student) وأن قيمة الاحتمالية ل(sig) أقل من 0,05، وبالتالي نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة تعمل مؤسسة (Lafarge) وهران على حماية معلوماتها أو إرثها المعرفي بالقوة.

نتائج اختبار الفرضية الثانية:

- الفرضية العدمية H0: لا تمارس مؤسسة (Lafarge) وهران الذكاء الاقتصادي بأعمدته الثلاثة.

- الفرضية البديلة H1: تمارس مؤسسة (Lafarge) وهران الذكاء الاقتصادي بأعمدته الثلاثة.

الجدول رقم (08): الذكاء الاقتصادي في مؤسسة.

رقم المحور	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة	القرار
01	اليقظة الاستراتيجية	4,121	0,395	16,037	0,00	قوي
02	حماية المعلومة	4,229	0,456	15,223	0,00	قوي
03	التأثير	3,510	0,871	3,313	0,02	قوي
	الذكاء الاقتصادي	4,082	0,355	17,248	0,00	قوي

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22.

- المحور رقم (01) اليقظة الاستراتيجية كان المتوسط الحسابي 4,121 ولقد سجل المرتبة الثانية، وقدر الانحراف المعياري بـ 0,395 أي عدم وجود تباين بين آراء العمال المستجوبين، أما قيمة T المحسوبة فكانت تساوي 16,037 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1,684 (عند درجة الحرية 31 ومستوى الدلالة 0,05 وذلك حسب جدول توزيع student) كما أن مستوى

المعنوية 0,000 وهي أقل من 0,05، وهذا يدل على قوة محور اليقظة الاستراتيجية أي أن المؤسسة تمارسها.

-المحور رقم (02) حماية المعلومة كان المتوسط الحسابي 4,229 بانحراف المعياري 0,456 وبذلك إحتل المتوسط الحسابي لهذا المحور المرتبة الأولى، أما قيمة T المحسوبة فكانت تساوي 15,223 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1,684 كما أن مستوى المعنوية 0,000 وهي أقل من 0,05، مما يدل على قوة محور أي أن المؤسسة تعمل على حماية المعلومة بتوفير جميع الظروف اللازمة لذلك، وهذا ما تم إثباته في الفرضية الأولى.

- المحور رقم (03) التأثير كان متوسطه الحسابي أقل من متوسطات المحاور الأخرى حيث كان يساوي 3,510 والانحراف المعياري ب 0,871، ورغم ذلك فهو كذلك يدل على الموافقة . أما قيمة T المحسوبة فكانت تساوي 3,313 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1,668 كما أن مستوى المعنوية 0,000 وهي أقل من 0,05، وهذا يدل على قوة محور التأثير أي أن المؤسسة تمارس نشاط التأثير.

ونعمل على توضيح هذه النتائج من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (09): نتائج اختبار الفرضية العدمية.

رقم الفقرة	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	القيم الاحتمالية (sig)	المتوسط الحسابي
الفرضية العدمية الثانية	17,248	1,684	0,00	4,082

*دالة احصائية عند مستوى $\alpha = 0,05$. المتوسط الفرضي = 3.

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V22.

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه فإن قيمة T المحسوبة الكلية للذكاء الاقتصادي تساوي 15,223 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1,628 (عند درجة الحرية 31 ومستوى الدلالة 0,05 وذلك حسب جدول توزيع student) و أن قيمة الاحتمالية ل(sig) أقل من 0,05 وبالتالي نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة تمارس مؤسسة (Lafarge) وهران الذكاء الاقتصادي بتكامل أعمده الثلاثة.

خاتمة:

إن نجاح المؤسسة في بيئة الأعمال المتميزة بتعدد المنافسة وعودة الاقتصاد يعتمد على مدى تبنها للأساليب التسييرية الجديدة. وفي هذا الإطار نجد الذكاء الاقتصادي كنظام يعمل على البحث المستمر عن المعلومات من خلال اليقظة الاستراتيجية، ويعمل على التأثير في البيئة الخارجية. وكذا حماية معلومات المؤسسات.

وتعتبر حماية المعلومة بالنسبة للمؤسسات جزءاً لا يتجزأ من قوتها، خاصة إذا كان ممارساً في إطار الذكاء الاقتصادي.

مما سبق توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

1- يقوم الذكاء الاقتصادي على ثلاثة أعمدة رئيسية اليقظة الاستراتيجية، حماية المعلومة، والتأثير هذه العناصر تكون ممارسة في آن واحد؛

2- تصنف المعلومة في إطار ممارسة الذكاء الاقتصادي إلى مفتوحة أو (حرة)، حساسة أو (مقيدة)، ومغلقة أو (سرية)؛

3- تشمل حماية المعلومات كل الإجراءات المتخذة لحماية المؤسسة من الذكاء الاقتصادي للمؤسسات الأخرى؛

4- أكدت النتائج قوة حماية المعلومة بمؤسسة (Lafarge) وهران، وهذا انطلاقاً من تحليل الأبعاد الخمسة: حماية الموارد البشرية، حماية نظام المعلومات، حماية الممتلكات المادية والغير مادية، حماية المستندات، والحماية الظرفية؛

5- تحتل حماية الموارد البشرية المرتبة الأولى في حماية المعلومة بمؤسسة (Lafarge) وهران؛

6- تحليل النتائج يؤكد قوة اليقظة الاستراتيجية والتأثير بمؤسسة (Lafarge) وهران؛

7- تمارس مؤسسة الذكاء الاقتصادي بتفاعل أعمده الثلاثة في آن واحد؛

8- حماية المعلومة بمؤسسة ممارسة في إطار استراتيجية الذكاء الاقتصادي؛

9- مؤسسة (lafargeHolcim) رائدة عالمياً تعتمد الأساليب التسييرية العالمية الحديثة وتعمل على نقلها لمختلف فروعها المتواجدة في العالم ومنها الجزائر، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة.

¹ Sophie Larivet, **intelligence économique : acceptation française et multidimensionnalité**, Xième conférence de l'association internationale de management stratégique, 13,14 et 15 juin 2001, Faculté des sciences de l'administration, Université de Laval, Québec, Canada , p: 4.

² Wilensky Harold, **organizational intelligence: knowledge and policy in government and industry**, Basic books, 1967.

³ المعلومة المفيدة: هي التي تلي حاجيات مختلف المستويات التي لها القدرة على اتخاذ القرار في المؤسسة أو الجماعة، من أجل التطوير ووضع حيز التشغيل إستراتيجية متماسكة من الأساليب اللازمة لتحقيق الأهداف المؤسسة من أجل تحسين موقعها في بيئتها التنافسية.

⁴ **Intelligence économique et stratégie des entreprises**, rapport du Commissariat général du plan, p:11.

⁵ N.LEBRUMENT, **Intelligence économique et management stratégique : le cas des pratiques d'intelligence économique des PME** , ed :L' Harmattan, p :89.

⁶ مرابط سليمان، الذكاء الاقتصادي والقيمة التنافسية للمعلومة دراسة حالة قطاع النسيج والملابس في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة تلمسان، 2015، ص: 20.

⁷ **Manuel de formation en Intelligence économique en Algérie** , Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, p:12.

⁸ مغمولي نسرين، دور الذكاء الاقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة فرتيال عنابة، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص: 18-19.

⁹ حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين، **تكنولوجيات المعلومات والاتصال**، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص: 18.

¹⁰ ربيعي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي، **تسويق المعلومات**، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص: 20.

¹¹ Jean-François Dhénin, Brigitte Fournie. **50 thèmes d'initiation à l'économie d'entreprise**. Ed. Breal. Paris. 1998,p 116.

¹² HERMEL (L), **Maîtriser et pratiquer la veille stratégique**, AFNOR, Paris, 2001: حسب

¹³ سيواني عبد الوهاب، نحو إدماج الذكاء الاقتصادي في تسيير الاقتصاد الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2014-2015، ص: 152-153.