إشكالية تنافسية الجزائر في ضوء تحديات بيئة الأعمال الراهنة: حتمية نظام الذكاء الاقتصادي (دراسة تطبيقية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الريادية في الجزائر) *

د. نسرين مغمولي **

* تاريخ التسليم: 14/ 7/ 2014م، تاريخ القبول: 13/ 9/ 2014م.
** أستاذ مساعد/ كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير/ جامعة محمد خيضر/ الجزائر.

ملخص:

إن الجزائر دولة نامية تسعى إلى تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة، إلا أنها تشهد ضعفاً في مختلف قطاعاتها الحيوية، و هذا بسبب تعقد التحولات التي يشهدها العالم من مستجدات محرضة على التنافس و التمّيز، و هو ما يؤثر على قدراتها التنافسية بالرغم من بعض الإنجازات المحققة في هذا المجال.

تطرقت الدراسة لدعم تنافسية المؤسسات الجزائرية في خضم المستجدات الراهنة باللجوء إلى إحدى الآليات الحديثة النشأة والمتمثلة في نظام الذكاء الاقتصادي الذي يعد المفتاح الأساس لتعزيز الموقف التنافسي للوحدة الاقتصادية عبر تطوير المنتجات و الخدمات، وزيادة فرص إدخال الجديد منها بالشكل الذي يؤدي إلى خفض التكاليف وزيادة الأرباح و معرفة الفرص و التهديدات المتواجدة في الأسواق سواء أكانت المحلية الإقليمية أم الدولية. وتتجلى هذه الدراسة إلى التعّرف على أثر تطبيق معايير نظام الذكاء الاقتصادي في دعم تنافسية المؤسسات الاقتصادية بالجزائر وتحقيقها، وطبقت الدراسة على عشرين مؤسسة رائدة في قطاع التصدير، حيث جمعت البيانات بصورة أساسية عن طريق استبانة أعدت لهذا الغرض مع بعض المقابلات المحدودة.

توصلت الدراسة إلى نتائج أقرت بوجود علاقة ارتباط قوية، وعلاقة تأثيرية بين معايير نظام الذكاء الاقتصادي، وأبعاد القدرة التنافسية، مما سمحت للباحثة الوصول إلى استنتاجات قابلة للتطبيق، والانتفاع منها سمحت لها بتقديم توصيات ترى أنها تسهم بكفاءة وفاعلية في تحسين تنافسية المؤسسات المبحوثة وتدعيمها، و كل المؤسسات المماثلة تنظيميا و تقنيا.

الكلمات المفتاحية: التنافسية الجزائرية، بيئة الأعمال، الذكاء الاقتصادي، اليقظة الاستراتيجية، التجارة الخارجية الجزائرية.

Algeria Problematic Competitiveness in light of the Challenges of Competitive Current Business Environment: Inevitability Competitive Intelligence (An Empirical Study on a Sample of Entrepreneurial Economic Institutions in Algeria)

Abstract:

Algeria as a developing country seeks to achieve sustainable economic development, but it is experiencing weakness in various vital sectors because of the complexity of the transformations taking place in the world and the developments on competition and excellence. To support competitiveness of Algerian institutions, it is important to resort to the mechanisms of modern upbringing and of competitive intelligence, which is the key to strengthening the competitive position of economic unity through the development of products and services. This increased opportunities for the introduction of new forms, which leads to reduce costs and increase profits and opportunities, both domestic and international. This study identifies the effect of applying the standard systems to support economic intelligence and the achievement of competitive economic institutions in Algeria. In this study I collected data from twenty leading institutions in export sector through a through a questionnaire prepared for this purpose, with some interviews. Findings acknowledged the existence of a high correlation and relationship between competitive intelligence and dimensions of competitiveness. Thus, the researcher recommends efficient methods to improve and strengthen competitiveness of enterprises and institutions.

Keywords : *Algerian competitiveness, business environment, competitive intelligence, vigilance strategic, Algerian foreign trade.*

مقدمة:

يتصف عصرنا الراهن بالتغيرات البيئية المتسارعة والتحديات الجسيمة التي تلقي بظلالها على أداء المؤسسات و الدول، وقدرتها على التنافس من أجل النمو والتطور في بيئة متغيرة بشكل مستمر، مما يستدعي تبني استراتيجيات خلاّقة ومتميّزة ونظم إدارية ومالية واقتصادية كفوءة وفاعلة تمكن من تعزيز القدرة التنافسية في ظل ظروف بيئية ودولية غاية في التعقيد، مصحوبة بانتشار مظاهر الفساد الإداري والمالي، وتطور أساليبه وتنوعها في المؤسسات الحديثة. و كون الاقتصاد الجزائري أحد المعني بكل هذه التغيرات و التطورات وكذا الطرف المتأثر منها، وجب عليه مواكبة التطور، و رفع تحديات العصر الحديث. هذا الأخير الذي تجتاحه التنافسية كحقيقة أساسية تحدد نجاح المؤسسات والدول أو فشلها.

مشكلة الدراسة:

إن مستجدات بيئة الأعمال الراهنة دفعت إلى بروز أنظمة و لعل أهمها الذكاء الاقتصادي الذي يعد من أكثر التطبيقات الإدارية الحديثة و الرائدة للمؤسسات و الدول، كونه أحد الوسائل المحورية التي لا يمكن الاستغناء عنه، أساس القوة الاقتصادية و آلية لتقوية الموقف التنافسي و دعم تنافسية المؤسسة و الاقتصاد ككل. **و في سياق ذي صلة حاولنا حصر مشكلة الدراسة بالتساؤلات الآتية:**

- ما مدى إدراك القيادات الإدارية في المؤسسات الجزائرية الرائدة و العاملة في قطاع التصدير لمفهوم نظام الذكاء الاقتصادي وأهميته وأثره على القدرة التنافسية؟
- كيف يمكن الاستفادة من استخدام عناصر نظام الذكاء الاقتصادي في دعم تنافسية المؤسسات و نشاطاتها الوظيفية عن طريق تحسين عملياتها الداخلية المتصلة بالجوانب التشغيلية (النمو و الإنتاجية، التكاليف، الجودة، التميّز و الإبداع، الشراكة) ؟
- كيف يمكن أن يكون الذكاء الاقتصادي نظاما حتميا، وحلا لإشكالية التنافسية الجزائرية في ظل بيئة الأعمال الراهنة؟
- كيف يمكن تجسيد العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والقدرة التنافسية للمؤسسات المبحوثة؟

أهمية الدراسة و أهدافها:

تكتسب الدراسة أهميتها من خلال:

- تناولها لموضوع الذكاء الاقتصادي بوصفه نهجا إداريا حديثا تسعى كل مؤسسة صناعية، تجارية أو خدماتية تبنيه باعتباره الطريق الأفضل الذي يتماشى مع التطورات الهائلة في مسار كل النواحي الحياتية، وفي المجتمعات المعاصرة.

- صلتها بموضوع التنافسية التي تندرج ضمن المفاهيم الدولية، التي أخذت و لا تزال تأخذ قسما كبيرا من الاهتمام من قبل الدول، الهيئات والمعاهد الدولية، وما زاد من أهمية الدراسة هو تناولها لتنافسية الجزائر و محاولة تحليل وضعها التنافسي في ظل المستجدات المعاصرة الشرسة. كما توخت هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- تشخيص الوضعية التنافسية لدولة الجزائر وإبراز الفوائد التي تجنيها مؤسساتها من تطبيق نظام الذكاء الاقتصادي كمدخل لتدعيم تنافسيتها، ومحاولة ربط ذلك بالآثار المرتبطة على موضوع التنافسية، و كذا الوقوف على ضرورة اهتمام المؤسسات و الدول ككل بالنظام ذاته و إدماجه ضمن استراتيجياته التنموية في ظل بيئة الأعمال المعاصرة.

- التوصل إلى نتائج محدودة حول أثر تطبيق معايير نظام الذكاء الاقتصادي على تنافسية المؤسسة، و محاولة التعرّف على متطلبات تطبيق تلك النتائج من قبل المؤسسات موضع الدراسة بقصد تعزيز قدراتها، وتحقيق أهدافها في الريادة، والإبداع و تأطير ذلك نظريا.

- تقديم التوصيات المناسبة في مجال الدراسة للاستفادة منها قصد تحسين العمل و الإنتاجية.

الدراسات السابقة:

مازالت الدراسات المنشورة في موضوع هذه الدراسة محدودة وبخاصة العربية منها. و في حدود بحثنا و من خلال المسح المكتبي لم نجد دراسات تناولت الذكاء الاقتصادي و التنافسية، فمعظم الدراسات الموجودة حول الذكاء الاقتصادي تركز على النواحي المفاهيمية و المنهجية باعتباره مازال رهينة الدول المتقدمة دون المتخلفة منها، و عليه نذكر الدراسات الآتية:

دراسة **(Saida, HABHAB, 2007)** بعنوان «الذكاء الاقتصادي و أداء المؤسسات:

دراسة حالة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة العاملة في مجال التكنولوجيا العالية» تطرقت الدراسة إلى تبيان العلاقة ما بين الذكاء الاقتصادي و أداء المؤسسات العاملة في مجال التكنولوجيا العالية، و اتبعت الباحثة منهجية دراسة مقارنة حيث إنها ركزّت على أربع مؤسسات صغيرة و متوسطة الأكثر أداء بتونس و العاملة في مجال التكنولوجيا الحديثة. من خلال الدراسة الميدانية هدفت الباحثة إلى التعرّف على أثر الذكاء الاقتصادي على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق تشخيص خصائص المؤسسات موضع الدراسة و كذا أبعاد نظام الذكاء الاقتصادي و المتمثلة في ثقافة الابتكار لدى مسيري المؤسسات، تقاسم المعلومات و الاتصال الداخلي و أخيرا أهمية شبكات المعلومات. هذه الأبعاد استخدمت للتحقق من العلاقة ما بين متغيرات الدراسة وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباط ما بينها. مما سمح للباحثة أن تتوصل إلى استنتاجات قابلة للتطبيق والانتفاع منها.

دراسة (**بخوش أحمد، 2007**) بعنوان «دور اليقظة في طرح المنتوجات الجديدة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة»، هدفت الدراسة إلى إظهار العلاقة بين زيادة القدرة التنافسية من جهة و اليقظة و طرح المنتوجات من جهة أخرى، تمت الدراسة الميدانية بمؤسسة فرنسية متخصصة في الأدوات و التجهيزات الرياضية، استخلص الباحث من خلال إسقاط مختلف مظاهر التنافسية (نموذج Porter للقوى الخمس) و اليقظة بأنواعها و كذا تطوير المنتوجات الجديدة و الخدمات. تبيّن الدور الكبير لليقظة وبخاصة يقظة المنتوج في دعم القدرة التنافسية للمؤسسة قيد الدراسة، وتجلت هذه النتائج من خلال زيادة رقم أعمالها من سنة لأخرى وتوسعها عبر العالم عن طريق فتح محلات ومركبات رياضية وهو ما يوحي بالعلاقة الطردية بين ارتفاع مستوى اليقظة ومستوى القدرة التنافسية للمؤسسة، وهذا خاصة في خضم انفتاح الأسواق أمام المنافسة الدولية.

دراسة (**غلاب نعيمة، زغيب مليكة، 2012**) بعنوان «واقع اليقظة الإستراتيجية و الذكاء الاقتصادي في منظمات الأعمال الجزائرية دراسة ميدانية»، هدفت الدراسة إلى التعرّف على الذكاء الاقتصادي و مختلف أنواع اليقظة المطبقة من قبل بعض المنظمات الجزائرية، ومدى مساهمتها في تحسين الوضعية التنافسية، و بغرض الوقوف على واقع الذكاء الاقتصادي في منظمات الجزائر اختار الباحث خمس مؤسسات متواجدة على مستواها خلايا اليقظة و سمحت نتائج الدراسة بإظهار قلة فعالية أغلب مكونات نظام

الذكاء الاقتصادي وبخاصة فيما يتعلق بمراحل جمع المعلومة وتخزينها، و أن المؤسسات المدروسة تهتم باليقظة و الذكاء الاقتصادي و لكن لا تتحكم في مراحلها و لا تمتلك الوسائل المادية و البشرية اللازمة لتطبيقه.

دراسة **(Serge, AMABILE and others, 2013)** بعنوان «ممارسات الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المصدرة»، هدفت الدراسة إلى تشخيص العلاقة ما بين النفوذ إلى الأسواق الدولية و تأثير مسيري المؤسسات لهيكلة ممارسات الذكاء الاقتصادي داخلها. طبقت الدراسة على عينة من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بكندا، و بينت النتائج بأن اقتحام الأسواق الدولية يتطلب من مسيري المؤسسات موضع الدراسة اللجوء إلى ممارسات الذكاء الاقتصادي كونه منهجاً منظّماً لخدمة الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة، حيث إنه يعمل على تحسين قدرتها التنافسية من خلال جمع، معالجة المعلومات و نشر المعارف المفيدة للتحكم في بيئتها الاقتصادية و التنافسية. و خلصت الدراسة إلى أن مستوى المشاركة الدولية للمؤسسات المدروسة تؤثر و تطوّر من حساسية مسيري المؤسسات. و عمّم باحثو الدراسة نتائجها على جميع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المصدرة سواء أكان في السياق الأوروبي أم الإفريقي.

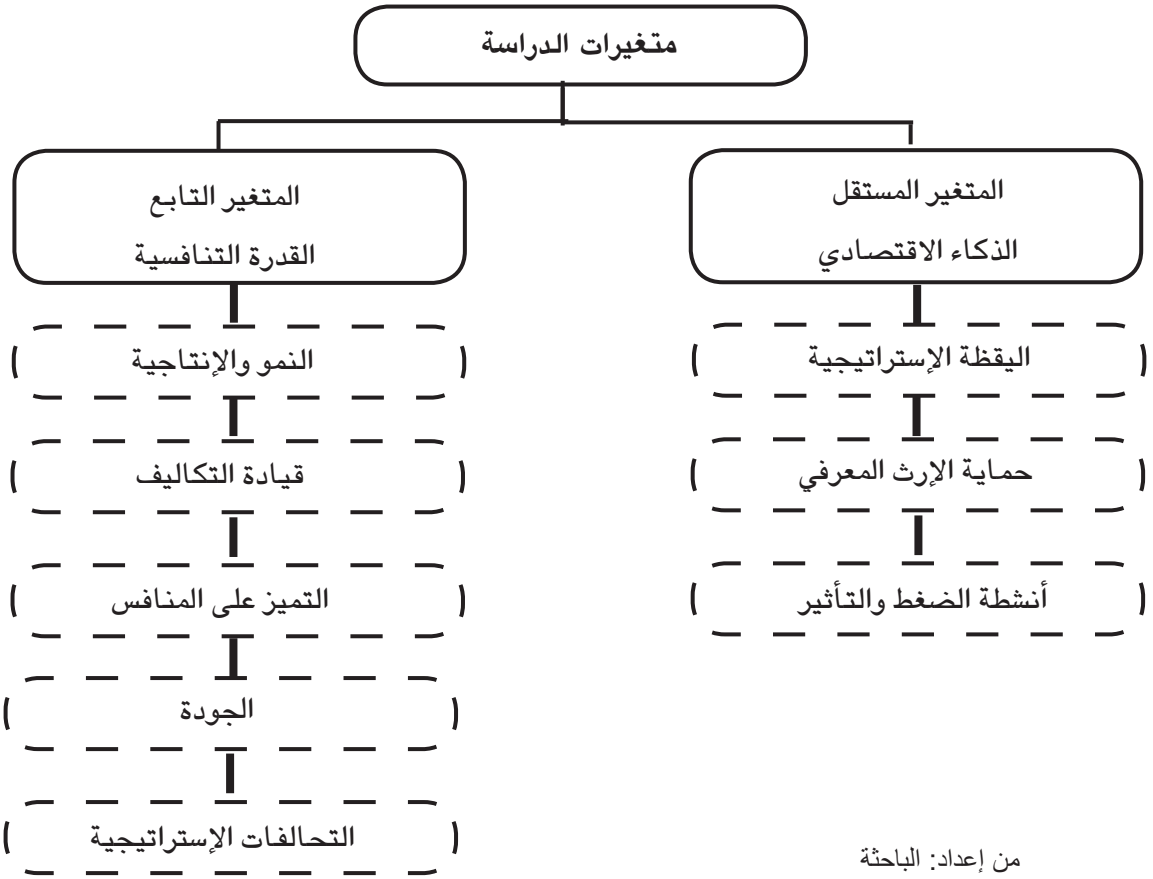
حدود الدراسة:

تحددت الدراسة بالمحددات الآتية:

- **الحد الزمني**: تنصب الدراسة على تحليل تنافسية الجزائر خلال الفترة (2008 – 2013) ، و ذلك بالاعتماد على مؤشرات المنتدى الاقتصادي العالمي دون غيرها من المؤشرات الصادرة عن جهات أخرى.
- **الحد المكاني**: طبقت الدراسة على المؤسسات الجزائرية الرائدة و العاملة بقطاع التصدير.
- **الحد البشري**: استهدفت الدراسة شريحة المديرين ورؤساء الدوائر و الأقسام العاملين في المؤسسات المبحوثة.

متغيرات الدراسة:

يمكن تمثيل متغيرات الدراسة في النموذج الآتي:



من إعداد: الباحثة

فرضيات الدراسة:

اعتماداً على أدبيات الدراسة حول الموضوع و من خلال متغيرات الدراسة، طوّرت الباحثة الفرضيات الآتية التي سيتم فحصها و اختبارها في الجانب التطبيقي للدراسة و المتمثلة في:

- الفرضية الأولى: تطبق المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير جميع معايير نظام الذكاء الاقتصادي.

- الفرضية الثانية: لا تحسّن المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير تنافسيتها من خلال تحقيقها للمزايا التنافسية و المتمثلة في (تحسين الإنتاجية، قيادة التكاليف، ترقية الجودة، التميّز و الإبداع، الشراكة) .

- الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين معايير نظام الذكاء الاقتصادي، وأبعاد القدرة التنافسية للمؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير.

- الفرضية الرابعة: تؤثر معايير نظام الذكاء الاقتصادي تأثيرا ذا دلالة إحصائية على أبعاد تنافسية المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير.

أسلوب الدراسة:

بناءً على طبيعة الدراسة و الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها فقد استخدمت الباحثة منهجا مختلطا يقوم على:

♦ **المنهج الوصفي التحليلي**: الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع و يهتم بوصفها وصفا دقيقا و يعبر عنها تعبيرا كيفيا و كمّيا، لأننا بصدد جمع و تلخيص بيانات و حقائق مرتبطة بالوضعية التنافسية في الجزائر، لكننا لم نعتمد على سرد المعلومات فقط بل استعملنا المنهج التحليلي لتحليل جوانب و مضمون مختلف المفاهيم الواردة في البحث، من خلال الاستعانة ببعض الإحصائيات المتعلقة بموضوع الدراسة عن طريق التواصل بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)، وكذا الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI) .

♦ **المنهج الاستقرائي**: المتمثل في الدراسة التطبيقية على الواقع العملي في الجزائر من أجل استقصاء مظاهر الظاهرة المدروسة و علاقاتها المختلفة، و قصد تحليل متغيرات الدراسة و ربطها و تفسيرها تم استخدام أسلوب قائمة الاستقصاء للوصول إلى استنتاجات يبنى عليها التصور المقترح و ذلك اعتمادا على أساليب التحليل الإحصائي الوصفي و الاستدلالي المتمثل في برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

الإطار النظري للدراسة:

أولا ـ ملامح و سمات بيئة الأعمال المعاصرة:

تتسم بيئة الأعمال الحالية بمجموعة من الملامح والسمات جعلتها تختلف عن أي بيئة أعمال سادت في فترة زمنية مضت، ولعل أهم ما يمكن قوله عن هذه البيئة اليوم أنها تشهد تغيرات سريعة ومتنوعة شملت كل المجالات والجوانب لهذه التغيرات وغيرها تشكل في مجموعها تحديا للمؤسسات الباحثة عن البقاء والنمو، وتحتم عليها العمل بشكل جاد ومستمر. **وفيما يأتي محاولة لتلخيص أهم الملامح والسمات التي ترسم شكل بيئة الأعمال الحالية**: [1]

1. ظاهرة العولمة: وهي تلك الظاهرة التي تسود العالم حاليا، وتتميز بمجموعة من العلاقات والعوامل والقوى، تتحرك بسهولة على المستوى الكوني متجاوزة الحدود الجغرافية للدول ويصعب السيطرة عليها، تساندها التزامات دولية أو دعم قانوني، مستخدمة لآليات متعددة، ومنتجة لآثار ونتائج تتعدى نطاق الدولة الوطنية إلى المستوى

العالمي، لتربط العالم في شكل كيان متشابك الأطراف يطلق عليه القرية الكونية. (بلالي، 2008، ص ص 97 – 98)

2. التوجه نحو اقتصاد المعرفة و تكنولوجيا المعلومات: لقد تحول الاقتصاد العالمي بعد الثورة الصناعية من اقتصاد ذي كثافة عمالية إلى اقتصاد ذي كثافة رأسمالية، ثم جاءت الثورة التكنولوجية لتنقل الاقتصاد إلى مرحلة اقتصاد المعرفة، وبالتالي أصبحت الغلبة لمن يعرف، لا لمن يملك. وأصبحت المعرفة هي المادة الخام، وعاملاً من عوامل الإنتاج، والناتج نفسه. وتعتمد كل المؤسسات اليوم بدرجة كبيرة على المعرفة في استمرارها ونجاحها، وأصبح من المحتم عليها أن تتطور وتتحسن وإلا كان مصيرها الفناء. (طايل، 2005، ص ص 310 – 311)

3. التغير التقني: شهد العالم طفرات هائلة في المجال التقني أفرزت واقعاً جديداً يقوم على الاتصال والتواصل المباشر من خلال الأقمار الصناعية، والبث الفضائي، وشبكات المعلومات. وترتب على ذلك أن العالم يعيش اليوم عصر المعلومات والمعرفة. وأفرز ذلك تقنيات جديدة في التعلم وأساليبه، وفي بنوك المعلومات ومراكز البحوث، وترتب عليها ازدهار التعليم عن بعد، وسهولة الحصول على المعلومات والوصول إلى المعرفة دون عناء. (الرشودي، 2007، ص 59)

4. رأس المال الفكري: يحظى العنصر البشري اليوم بأهمية كبرى في عالم الأعمال، باعتباره أهم عامل من عوامل المنافسة، وبسبب هذه الأهمية أصبح ينظر للأفراد على أنهم هم الثروة وأصبح يطلق عليهم مسمى رأس المال الفكري، ويعتمد هذا المفهوم على أن الإنسان هو أساس تكوين الأصول الفكرية وليس المؤسسة، فبواسطة الأفراد وما يمتلكونه من معرفة متراكمة ومهارات تستطيع المؤسسة تحقيق ميزة تنافسية تضمن لها النجاح والتميز في بيئة الأعمال الحالية.

5. الأداء العالي في المؤسسات: و الذي يتطلب التركيز على العملاء، ورفع مستوى الإنتاجية، وتحسين الجودة، وإعطاء قيمة وأهمية عالية للموارد البشرية وزيادة صلاحيات العاملين، وإدراك التنوع في قوة العمل، والالتزام بأخلاقيات العمل و المسؤولية الاجتماعية. (طايل، 2005، ص 311)

ثانيا ـ تنافسية الجزائر و مؤشرات قياسها:

أصبحت التنافسية مصطلحا يكتسي أهمية بالغة في عالم يتميز بسرعة التغيرات و تعقدها في مختلف المجالات، و أصبحت الدول تتسابق للوصول إلى أعلى مستويات

التنافسية التي تؤهلها لخلق مركز قوي مبني على أسس ثابتة، واحتلال مكانة رفيعة على المستوى العالمي.

1. مفهوم تنافسية الدولة

يعدّ مفهوم التنافسية من نتاج مدارس إدارة الأعمال، نتج عن هذا المفهوم عدد كبير من التفاسير و مؤشرات القياس، و تزايد الاهتمام بتطوير مفهوم التنافسية، منذ أن جذب الكاتب في إدارة الأعمال Michael Porter الانتباه لهذا المصطلح في التسعينات من القرن الماضي، بحيث أنه أشار إلى أن تنافسية الدولة مفهوم متعدد الجوانب، فقد تؤخذ على أنها ظاهرة كلية داخل الاقتصاد تتأثر ببعض المتغيرات مثل أسعار الصرف، وأسعار الفائدة وعجز الموازنة العامة للدولة، أو تعتمد على ملكية الموارد الطبيعية بوفرة، و هنا أوضح PORTER أن المفهوم الشامل للتنافسية الدولية هو إنتاجيتها، و أن رفع مستوى المعيشة داخلها يتوقف على قدرة المؤسسة على تحقيق مستوى مرتفع من هذه الإنتاجية عبر الزمن. (وديع، 2003، ص 5) و على الرغم من عدم اتفاق الباحثين على تعريف محدد و موحد للتنافسية سواء أكان ذلك من حيث المفهوم، **أم من حيث المحددات الخاصة بها إلا أنه يمكن إيضاح مجموعة من التعاريف من أهمها**:

- « قدرة الدولة على إنتاج سلع و خدمات تنافس في الأسواق العالمية وفي الوقت نفسه تحقق مستويات معيشة مطردة في الأجل الطويل». (مسعد، 2008، ص 235)

- « الجهود و الإجراءات و الابتكارات و الضغوط و كافة الفعاليات الإدارية و التسويقية و الإنتاجية و الابتكارية و التطويرية التي تمارسها المؤسسة من أجل الحصول على شريحة أكبر و رقعة أكثر اتساعا في الأسواق التي تهتم بها». (السلمي، 2001، ص 123)

- كما عرّف المعهد الدولي للتنمية الإدارية التنافسية بأنها: «مجال من مجالات اقتصاد المعرفة الذي يحلل الواقع و السياسات التي من شانها أن تسهم في قدرة البلد على خلق المناخ الذي يسهم في استدامة تحقيق القيمة المضافة و استقرار أكبر للمواطنين». (International Institute for Management Development, 2003, p 702)

- « القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الربحية، النمو، الاستقرار، التوسع، الابتكار و التجديد بالإضافة إلى الجاذبية في استقطاب رؤوس الأموال». (النجار، 2000، ص 11) .

من خلال التعاريف المستعرضة يمكن استنتاج تعريفا للتنافسية بحيث إنها قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تلبي احتياجات الأسواق العالمية، وتساعد في ذلك الوقت على تحقيق ارتفاع في متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني، والعمل على الحفاظ عليها و استمرارية هذا الارتفاع.

2. مؤشرات قياس تنافسية الدول

تتعدد المناهج التي يمكن من خلالها قياس التنافسية على مستوى الدولة حيث تتسم هذه المناهج بتقديم مجموعة من المؤشرات الرئيسة التي تنقسم إلى عدة مؤشرات فرعية و من أهمها نذكر: [2] منهج المعهد الدولي لتنمية الإدارة (IMD) ، منهج البنك الدولي (WB) و منهج المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) . و هذا الأخير تم الاعتماد عليه في دراستنا، حيث صدر مؤخرا تقرير التنافسية العالمية 2013 – 2014 الذي يصدره المنتدى الاقتصادي العالمي بشكل سنوي بدراسة تنافسية اقتصاديات الدول المشاركة، ومقارنتها وفقا للمؤشرات والعوامل المحددة لتنافسية الاقتصاد وبيئة الأعمال، و يعتمد التقرير في تحليله للتنافسية على مستوى الاقتصاد الكلي بالنسبة للدول المشاركة و البالغ عددها 148 دولة لعام 2013، على بيانات كمية (هي البيانات المرتبطة بالأداء الاقتصادي و التقدم التكنولوجي، حيث يتم الحصول على هذا النوع من المعلومات عبر قاعدة البيانات الإحصائية المحلية و الدولية المنشورة، مثل البنك الدولي، صندوق النقد الدولي، اتحاد الاتصالات العالمي و منظمة الصحة العالمية.) و أخرى نوعية (هي البيانات التي يتم الحصول عليها من خلال المسح الميداني الذي يعتمد على تجميع معلومات فائقة القيمة من رجال الأعمال للدول المشاركة و في مختلف القطاعات الاقتصادية لمجموعة واسعة من المتغيرات تكاد تكون مصادرها معدومة في أغلب الأحوال، و توفر مصدرا فريدا مطّلعا على محركات النمو للاقتصاد، بحيث يتم اختيارهم بناءً على أسس معينة تحدد من قبل هيئة المنتدى.) . (Klaus Schwab, 2012, p p 3- 8) كما يرتكز التقرير في منهجيته على تصنيف الدول المشاركة بحسب وضعيتها في مراحل النمو و التطور الاقتصادي المختلفة حيث يفترض التقرير أن المحركات التي تؤدي للتنافسية تختلف باختلاف مراحل النمو، وهي: مرحلة الاقتصاد المبني على عوامل الإنتاج، ومرحلة الاقتصاد المبني على الكفاءة، و مرحلة الاقتصاد المبني على الابتكار، حيث تتميز كل مرحلة بمؤشرات خاصة تقيس أداء الدولة اقتصاديا. و تندرج المؤشرات الرئيسة ضمن ثلاثة مقاطع، و تأخذ أوزانا مختلفة

حسب مرحلة النمو الاقتصادي، ذلك أنه كلما تقدم البلد في مرحلة النمو الاقتصادي كلما تمت معاملته بشروط قاسية في حساب التنافسية الإجمالي، و ذلك كما يبينه الجدول رقم (01) التالي: (Klaus Schwab, 2010, p p 9- 10)

الجدول رقم (01) :

أوزان المؤشرات الرئيسية ضمن مراحل النمو

الوزن	مرحلة الاقتصاد المعتمد على عوامل الإنتاج (%)	مرحلة الاقتصاد المعتمد على الكفاءة (%)	مرحلة الاقتصاد المعتمد على الابتكار (%)
المتطلبات الأساسية	60	40	20
معززات الكفاءة	35	50	50
عوامل الابتكار	5	10	30

Source : Klaus Schwab, « The Global Competitiveness Report 2010-2011 », World Economic Forum, full data Edition, Geneve, 2010, p p 9- 10.

و تندرج البلدان ضمن المراحل الثلاثة للنمو الاقتصادي بالاستناد إلى معيارين اثنين و هما: حصة الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، وحصة صادرات السلع الأولية من إجمالي الصادرات.

3. الوضعية التنافسية للجزائر

بدأت الجزائر اليوم تسلك مسلك الإصلاح و التحديث، و شرعت في إجراء تغييرات عميقة تماشيا مع انفتاح السوق و احتدام المنافسة الدولية، سعيا منها نحو تحسين وضعها التنافسي، وتحسين المستوى المعيشي لمواطنيها. هذا إضافة إلى صياغة برامج لدعم النمو الاقتصادي بهدف تعزيز البنى التحتية، وإنعاش مختلف القطاعات الاقتصادية. و باعتبار الجزائر دولة نامية تسعى إلى تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة، إلا أنها تشهد ضعفا في مختلف قطاعاتها الحيوية، و هذا بسبب تعقد التحولات التي يشهدها العالم، و هو ما يؤثر على قدراتها التنافسية بالرغم من بعض الإنجازات المحققة في هذا المجال. و فيما يلي سيتم عرض مؤشرات تنافسية الاقتصاد الجزائري خلال الفترة (2008 – 2013) و هذا بنوع من التفصيل في الجدول (2) موضحا ترتيب الجزائر حسب مؤشرات المنتدى الاقتصادي العالمي.

الجدول (2)

ترتيب الجزائر في مؤشر التنافسية العالمي خلال الفترة (2008 - 2013)

المجموعات والمؤشرات الرئيسية	الترتيب لعام 2008 من أصل (134) دولة	الترتيب لعام 2009 من أصل (133) دولة	الترتيب لعام 2010 من أصل (139) دولة	الترتيب لعام 2011 من أصل (142) دولة	الترتيب لعام 2012 من أصل (144) دولة	الترتيب لعام 2013 من أصل (148) دولة
الترتيب العام	99	83	86	87	110	100
1) مجموعة المتطلبات الأساسية	61	90	80	75	89	92
1) مؤشر المؤسسات	102	87	98	127	141	135
2) مؤشر البنية التحتية	84	104	87	93	100	106
3) مؤشر استقرار الاقتصاد الكلي	5	95	57	19	23	34
4) مؤشر الصحة والتعليم الأساسي	76	66	77	82	93	92
2) مجموعة محفزات الكفاءة	113	93	107	122	136	133
5) مؤشر التعليم العالي والتدريب	102	90	98	101	108	101
6) مؤشر كفاءة سوق السلع	124	97	126	134	143	142
7) مؤشر كفاءة سوق العمل	132	65	123	137	144	147
8) مؤشر كفاءة الأسواق المالية	132	90	135	137	142	143
9) مؤشر الجاهزية التكنولوجية	114	89	106	120	133	136
10) مؤشر حجم السوق	51	106	50	47	49	48
3) مجموعة عوامل الابتكار والتطوير	126	121	108	136	144	143
11) مؤشر تطور بيئة الأعمال	132	109	108	135	144	144
12) مؤشر الابتكار	113	126	107	132	141	141

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على تقرير التنافسية العالمية من (2008-2013) من الموقع الالكتروني: www. weforum. org/ reports/ global- competitiveness- report بتاريخ 25/ 09/ 2013

يتضح من الجدول (2) أن الجزائر شهدت خلال الفترة (2008 – 2013) تذبذبا في مجال التنافسية الاقتصادية و كان ذلك ما بين الارتفاع و الانخفاض و في مجالات ضيقة نوعا ما، حيث يمكن القول بأن الجزائر تأتي في رتب متوسطة في مؤشرات التنافسية العالمي، وهذا حسب منهج المنتدى الاقتصادي العالمي، و نلاحظ أن الجزائر احتلت المرتبة 99 في عام 2008 و تقدمت بـ 16 مراتب لتحتل 83 مرتبة من بين 133 دولة مشاركة في عام 2009، و في السنة الموالية فقدت الجزائر 3 مراتب محتلة بذلك المرتبة 86، كما أنها فقدت مرتبة أخرى في عام 2011. و أفاد تقرير التنافسية العالمية لعام 2012 أن الجزائر احتلت المرتبة 110 عالميا من مجموع 144 دولة في مجال التنافسية الاقتصادية، فاقدة 23 مرتبة عما كانت عليه في العام الماضي، و الذي كانت تحتل خلاله المرتبة 87. كما أشار تقرير التنافسية العالمية لسنة 2013 – 2014 أنه بالرغم من تقدم الجزائر بعشر مراتب عما كانت عليه في العام الماضي و احتلت المرتبة 100 عالمياً من مجموع 148 دولة.

كما يتضح من الجدول (2) بأن الجزائر تأتي في رتب متوسطة خلال الفترة (2008 – 2013) في مؤشراتها التنافسية عن المنتدى الاقتصادي العالمي، والذي يتألف على اثنتي عشرة مؤشرا رئيسا، تنطوي تحته ثلاثة مقاطع رئيسة **والتي يتم عرضها كالآتي**:

- مقطع المتطلبات الرئيسية ذات الوزن 60%: نلاحظ أن الجزائر شهدت تراجعا خلال عامي 2008 و 2009 لتنتقل من الرتبة 61 إلى الرتبة 90، و بعدها شهدت تحسنا ملحوظا خلال سنتي 2010 و 2011 و سبب ذلك الخطوات الإصلاحية التي قامت بها آنذاك وبخاصة في ظل الوفرة المالية التي تعيشها من جراء ارتفاع أسعار البترول، و لكن بعدها تتراجع الجزائر خلال السنتين الأخيرتين لتسجل 89 رتبة عام 2012 و 92 رتبة عام 2013 و هذا راجع إلى تعقيدات محيط الأعمال في الجزائر، و قضايا الفساد التي تورطت فيها مؤسساتها العمومية و هذا ما يؤكده المؤشر رقم 1. و في سياق ذي صلة، تصنف الجزائر في المراتب الأخيرة فيما يتعلق بنوعية المؤسسات وفعاليتها، وبخاصة أنها احتلت المرتبة 141 عام 2011 من مجموع 144 دولة، أدّى ذلك إلى سيادة البيروقراطية الإدارية على مستوى أغلب الهيئات و المؤسسات الجزائرية.

- مقطع محفزات الكفاءة ذات الوزن 35%: خلال الفترة المدروسة كان ترتيب الجزائر ضعيفاً على العموم، و كما هو الحال في كل المؤشرات التي تندرج ضمن هذا المقطع، إلا أن هناك تحسناً في كل من سنة 2009 و 2013 أين احتلت الجزائر المرتبة 93 و 133 على الترتيب، و في ظل النتائج المسجلة يمكن استنتاج بأن الجزائر لم تحسن الاعتماد على الكفاءة في استخدام عوامل الإنتاج المتاحة.

- مقطع عوامل الابتكار و التطوير ذات الوزن 5%: حيث يقيس هذا المؤشر قدرة المنشآت على استيعاب التقنيات الحديثة من خلال الاعتماد على البحث والتطوير. فالجزائر شهدت رتباً متدنية خلال الفترة (2008 – 2013) مع تحسينات ملحوظة نوعا ما خلال سنتي 2009 و 2010 و ما يلفت النظر أن الجزائر احتلت المرتبة الأخيرة في هذا المقطع في عام 2011 و هذا ما يؤكده المؤشر رقم 11، مما يشير أن الجزائر لم تتوصل بعد إلى مرحلة متقدمة من التطور الاقتصادي الذي يعتمد على الإبداع و الابتكار بوصفها محركاً أساسياً للنمو.

و في ضوء النتائج الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي و بصورة عامة يمكن القول بأن الجزائر تواجه نقصاً واضحاً في أغلب مؤشراتها التنافسية مما يؤدي بالجزائر إلى بعدها عن الاقتصاديات الأكثر تنافسية عالميا، **و أن أسباب تراجع الجزائر تعود في المقام الأول إلى**: (Klaus Schwab, 2011, p 5)

- نوعية المنشآت القاعدية و البنى الأساسية التي لا تزال تعاني من التأخر و سوء التسيير، رغم الأغلفة المالية المرصودة لتطوير شبكات الطرق و النقل.
- التأخر الكبير المسجل في المنظومة البنكية والمصرفية، وبخاصة أن البنوك الجزائرية باتت تصنف ضمن المؤسسات المصرفية الأكثر تأخرا في المنطقة.
- ضعف في القدرة الابتكارية و الإبداعية التقنية و التكنولوجية.

4. التجارة الخارجية الجزائرية

حققت الجزائر خلال العام 2012، فائضا تجاريا قدر بـ 27.18 مليار دولار هذا الارتفاع الطفيف في الفائض التجاري يرجع إلى الاستقرار النسبي لتدفق الواردات و الصادرات للوطن.والجدول الآتي يوضح تطور التجارة الخارجية للجزائر خلال الفترة (2008 – 2012).

الجدول (3)

تطور التجارة الخارجية للجزائر في الفترة (2008 - 2012)

القيمة: مليون دولار أمريكي (USD)

	2012	2011	2010	2009	2008
الصادرات	73 981	73 489	57 053	45 194	79 298
الواردات	46 801	47 247	40 472	39 294	39 479
الميزان التجاري	27 180	26 242	16 581	5 900	39 819

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مصلحة الإحصاء بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)

و بلغت الصادرات الجزائرية خلال عام 2012 قيمة قدرها 73.98 مليار دولار أي بزيادة قدرها 0.67%، أما فيما يخص الواردات فقد وصلت إلى 46.80 مليار دولار أي بانخفاض طفيف يقدر بنسبة 0.94%.كما عرفت واردات الجزائر تراجعا بحوالي 1% مقارنة بعام 2011، وذلك من 47.24 مليار دولار إلى 46.80 مليار دولار.

أما فيما يخص الميزان التجاري الجزائري فقد شهد أيضا فائضا مستمرا باستثناء سنة 2009 و الذي بلغ حينها 5.9 مليار دولار و سبب انخفاضه هو الأثر السلبي للأزمة العالمية التي تجلت في الانخفاض الشديد في أسعار المحروقات، و ذلك بالموازاة مع دخول الاقتصاديات المتقدمة مرحلة الركود، وهو ما يؤكد مرة أخرى تنمية الاقتصاد الوطني لقطاع المحروقات.

هيكل الصادرات و الواردات الجزائرية

حسب إحصائيات الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لسنة 2012، بلغت نسبة الواردات 46.80 مليار دولار سنة 2012، أين وصلت إلى 47.24 مليار دولار بعام2011، حيث عرفت تراجعاً طفيفاً قدر بـ 0.94%. وقد شكلت المحروقات الجزء الأكبر من الصادرات الجزائرية بحصة تقدر بأكثر من 97% من الصادرات، أي بـ 71.79 مليار دولار عام 2012 مقارنة مع عام 2011 حيث بلغت قيمة قدرها 71.42 مليار دولار، أي بزيادة قدرها 0.51%، و سبب هذه الزيادة راجع إلى ارتفاع أسعار النفط في الأسواق الدولية حسب المصدر نفسه.

أما فيما يخص الصادرات غير النفطية (خارج المحروقات) ، فلا تزال محتشمة، حيث تقدر بـ 2.96% من القيمة الإجمالية للصادرات (2.18 مليار دولار) . ويمكن استنتاج أن هناك هيمنة قطاع المحروقات على الصادرات الجزائرية رغم محاولة الدولة المتكررة لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات.

إن أهم المنتوجات الرئيسة غير النفطية التي يتم تصديرها تتمثل في المواد النصف مصنعة بـ 1.66 مليار دولار و المسجلة بذلك ارتفاعا قدره 10.96% خلال عام 2012، تليها السلع الغذائية بقيمة 313 مليون دولار، أي انخفاض يقدر بـ 11.83% وفي المقابل، عرفت الواردات تراجعا بنسبة 0.94% عام 2012.

ومن أهم المنتجات الأساسية المستوردة من طرف الجزائر نجد في المقام الأول معدات التجهيزات الصناعية و ذلك بقيمة 13.45 مليار دولار لعام 2012 و قد سجلت هذه المنتجات انخفاضاً قدر بـ 16.18% مقارنة بالسنة الماضية، و تليها نصف المنتجات التي قدرت قيمتها بـ 10.37 مليار دولار لعام 2012 كما سجلت انخفاضا مقارنة لعام

2011 و قدر هذا الانخفاض بـ 2.95% و الجدول الآتي يوضح ذلك بنوع من التفصيل.

الجدول (4)

هيكل الصادرات والواردات في الجزائر لعامي -2011 2012

القيمة: مليون دولا أمريكي (USD)

مجموعة المستخدمين	الصادرات			الواردات		
	التطور %	السنة		التطور %	السنة	
		2012	2011		2012	2011
المواد الغذائية	0,42 -	313	355	8,8 -	8 983	9 850
الطاقة و زيوت التشحيم	3,67	71 794	427 71	62,11	1 887	1 164
المواد الخام	0,06	167	161	2,3	1 824	1 783
نصف المنتجات	1,64	1 660	1 496	2,95 -	10 370	10 685
معدات التجهيز الفلاحية	0,01	1	-	14,99 -	329	387
معدات التجهيز الصناعية	0,05 -	30	35	16,18 -	13 453	16 050
السلع الاستهلاكية	0,01	16	15	35,85	9 955	7 328
المجموع	4,92	73 981	489 73	0,94 -	46 801	47 247

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مصلحة الإحصاء بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)

من خلال كل ما سبق يمكن استنتاج أن هيكل الصادرات الجزائرية يقع تحت هيمنة قطاع المحروقات حيث تمثل نسبة هذا القطاع ما يزيد عن 97 % من إجمالي قيمة السلع المصدرة خلال الفترة المبحوثة، و ظلت الصادرات من المنتجات الأخرى بعيدة عن المأمول و لا تمثل إلا قيمة هامشية من مجموع الصادرات.

و شهدت الصادرات الجزائرية خلال الفترة (2008 – 2012) تزايدا ملحوظا حيث وصل إلى ما يقارب 73.98 مليار دولار و هو ما لم تحققه الجزائر منذ الاستقلال، و يعود السبب في ذلك إلى الأرقام التاريخية التي وصلت إليها أسعار البترول في الأسواق العالمية خلال السدس الأول من السنة نفسها، هذه الطفرة البترولية قابلها في الجهة الأخرى انخفاض في الواردات الجزائرية قدر بـــ 0.94% خلال الفترة نفسها، و هذا نتيجة برنامج الإنعاش الاقتصادي الذي بدأت الجزائر تطبيقه بداية الألفية الثالثة و الذي كان يحتاج أموالاً ضخمة وبخاصة فيما يتعلق بالسلع التجهيزية من أجل تطوير البنية التحتية

الجزائرية، وتحقيق التنمية المرجوة من قبل السلطات.

ثالثا ـ الذكاء الاقتصادي كنظام حتمي لدعم تنافسية الجزائر:

يعد موضوع الذكاء الاقتصادي من الموضوعات الحديثة بل الأكثر حداثة في مجال المال و الأعمال و الاقتصاد و تكنولوجيا المعلومات التي لازالت الكتابات فيه تتراوح بين الندرة و المحدودية، ويعدّ مصطلحه مصدر نقاش و بحث منذ زمن بعيد بناءً على دراسات مكثفة و نقاشات حادة، و من خلال الاطلاع على بعض المراجع التي تطرقت إلى موضوعه نجد جملة من التعاريف التي تحمل نوعاً من الاختلاف في تحديدها لتعريفه، وقصد فهم الذكاء الاقتصادي **سنورد أهم التعاريف المقدمة له فيما يأتي**:

- أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي كان سنة 1994 من طرف Henry Martre، حيث تم تعريفه على أنه: «مجموعة الأعمال المنسقة والمرتبطة بالبحث، المعالجة، وتوزيع ونشر المعلومات المفيدة للأعوان الاقتصاديين، مع الإشارة إلى أن هذه الإجراءات تتم بطريقة شرعية قانونية، مع توفر كل ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على الإرث اللامادي للمؤسسة، في ظل أحسن شروط الجودة والتكلفة».(Martre, 1994, p 11)

- عرّف معهد الدراسات العليا للدفاع الوطني (IHEDN) في عام 2000 الذكاء الاقتصادي بأنه: «منهج منظّم لخدمة الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة، لتحسين قدرتها التنافسية من خلال جمع، معالجة المعلومات ونشر المعارف المفيدة للتحكم في بيئتها (الفرص و التهديدات) : و هو كذلك عملية مساعدة لدعم القرارات باستخدام أدوات خاصة، و تعبئة الموظفين و التركيز على حركية الشبكات الداخلية و الخارجية». (Bournois et Romani, 2000, p62)

- وعرّفت الجمعية الفرنسية لتطوير الذكاء الاقتصادي (AFDIE) عام 2001: «الذكاء الاقتصادي هو جميع الوسائل المنظمة ضمن نظام لإدارة المعرفة، إنتاج المعلومات المفيدة لاتخاذ القرار من منظور الأداء و خلق قيمة لجميع أصحاب المصلحة». (Merland et autres, 2005, p 06)

من خلال ما تطرقنا له من تعاريف لمختلف الكتّاب، وفي ضوء المعطيات الواردة نستنتج بأن الذكاء الاقتصادي هو عملية البحث و التحليل و نشر و إثراء المعلومات القائمة على نظام المعلومات بالمؤسسة، و هذه الأخيرة تلعب حلقة وصل بين المؤسسة و المحيط الذي تتواجد فيه، فالمؤسسات تستجيب لأدنى تغييرات في البيئة مع المحافظة على المعلومات، و عليه يمكن وضع استراتيجيات للحفاظ على قدرتها التنافسية، وضمان استمراريتها.

1. الذكاء الاقتصادي كسياسة عامة في خدمة البلد

يعد الذكاء الاقتصادي أحد الإبداعات الجديدة، والأدوات الحديثة للتفوق، ورفع القدرات التنافسية للمؤسسة و الاقتصاد ككل، فهو مفهوم جديد يقوم على مقاربة ديناميكية جماعية تحترم القانون، تشمل جميع الأنشطة المتعلقة بإدارة المعلومات، و حمايتها و تقاسمها و استغلالها في اتخاذ القرارات الإستراتيجية، دعما لتنافسية المؤسسة، و لنفوذ الدول و الحكومات، حيث يرقى إلى سياسة عامة تهدف إلى دعم القرارات الاقتصادية الوطنية بفضل التحكم الجماعي في المعلومات، **هذه السياسة العامة تشمل العناصر التالية**: [3]

1 – 1 سياسة التنافسية: و تعتمد على عمليات البحث و التطوير و تسمح بمسايرة المؤسسات في تعقب الفرص، والحصول على الأسواق في العالم.و تتم هذه المسايرة عن طريق التعرف المشترك على الرهانات الإستراتيجية و تجميع الخبرات و المعلومات العامة و الخاصة.

2 – 1 سياسة الأمن الاقتصادي: تقوم هذه السياسة على توفير البيئة المناسبة للاستثمار والتنمية، وتوسيع فرص العمل، وتيسير سبل التقدم والرفاهية، وتقليص الانكشاف، ومنع التهديد الاقتصادي، وتعظيم التنافسية، وتعزيز القدرة الاقتصادية للمجتمع، و الخ...من المصالح الأساسية للأمة أي حماية العناصر الأساسية للطاقات الاقتصادية و العلمية للوطن.

3 – 1 سياسة التأثير: وترتكز على ممارسة الضغط للتأثير على القرار، من خلال تقديم تحاليل مفتوحة عن المشكلات الرئيسة، و لو كانت تحمل دلالات سلبية في بعض الأحيان، وبخاصة على مستوى الهيآت المعروفة بإعدادها للنظم و المعايير التي تدير الحياة الاقتصادية من خلال العمل الضغطي (LOBBYING) .

2. الذكاء الاقتصادي كنظام متعدد المستويات

يمثل الذكاء الاقتصادي مفهوما جديدا نشأ في ظل الاقتصاد القائم على المعرفة، يشمل كافة العمليات المرتبطة بإدارة المعلومات و المعارف، أيا كان مجالها، و الاستفادة منها كأسلحة إستراتيجية في الصراع التنافسي المحموم بين المؤسسة ومنافسيها.فهو يطبق على المستوى الكلي للدولة أو على المستوى الجزئي، **و فيما يأتي سيتم التطرق إلى هذين المستويين**: (Chell, 2003, p04)

1 – 1 على المستوى الجزئي: الذكاء الاقتصادي عملية تتجاوز إطار المؤسسة ليغطي البعد المحلي، الوطني أو الدولي، إذ إن المؤسسة تمثل المجال الطبيعي لتطبيق الذكاء الاقتصادي، لأنه قبل كل شيء يعد منهجا اقتصاديا يعمل على تحديد التهديدات والفرص التي تواجهها، عبر توريد المعلومة الإستراتيجية والمفيدة لمتخذي القرار فيها،

وفقا لمقاربتين لتسيير المعلومة، إحداهما دفاعية والمتعلقة بحماية الإرث المعلوماتي، والثانية هجومية تهدف إلى دعم المركز التنافسي.(ميقاويب، 2009، ص 153)

2 – 1 على المستوى الكلي: يسمح استعمال الذكاء الاقتصادي في السياسة العامة بتطوير سوق العمل في المستقبل وخلق التنافس في ميدان البحث والتطوير.والحث على النباهة بالاعتماد على الذكاء الاقتصادي يكون من خلال ممارسة اليقظة التكنولوجية ومراقبة وحراسة المنافس بتحسيس إطارات الشركات بالحذر من تسرب المعلومات الخطيرة والمهمة وسرقتها، لأن العولمة لا تعني نهاية الصراعات الاقتصادية بين الدول، بل هي في تسابق مستمر وحاد للحصول على الموارد الطبيعية والتحكم فيها كمصادر الطاقة، وللوصول إلى الأسواق الإستراتيجية، ومراقبتها، والتحكم في التكنولوجيات المتطورة، وسدّ الطريق في وجه المنافسين الجدد في كل القطاعات.(ديلمي، 2008، ص 18)

لهذا تضطلع السلطات العمومية لإرساء منظومة وطنية للذكاء الاقتصادي، من خلال وضع الاستراتجيات الكفيلة باختراق الأسواق الخارجية بجميع الوسائل المشروعة والممكنة، اقتصادية كانت أو سياسية أو إعلامية أو ثقافية، وذلك من خلال التنسيق وتبادل المعلومات بين المراكز العليا للقرار، مع ضمان التواصل بين فروع المؤسسات الكبرى ومراكز البحث العلمي والخبراء وغرف التجارة والصناعة.ومن خلال الشكل الموالي سيتم إبراز أهم مستويات الذكاء الاقتصادي كالآتي:

الشكل (1)

مستويات الذكاء الاقتصادي

Source : François Jakobiak, L'intelligence économique en pratique avec l'apport d'interne et des NTIC : comment bâtir son propre système d'intelligence économique, édition d'organisation, 2ème édition, paris, 2001, p13.

إن تطبيق الذكاء الاقتصادي على مستوى الدولة لا يعني بالضرورة تطبيق إجراءات حمائية للاقتصاد فيمكن اعتباره دعماً لمعرفة الأسواق الدولية وبخاصة فيما يتعلق بانتقال المعلومات و توفير المعلومة الاقتصادية.و فيما يتعلق بتطبيق الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات فهو قابل للتطبيق نظريا في كل المؤسسات و لكن ليس كذلك على المستوى العملي، فالذكاء الاقتصادي يكون أكثر تطورا على مستوى المؤسسات التي تطبق الاستراتيجيات الآتية: (Larivet, 2002, p 404)

- العمل على المستوى الدولي أو مواجهة منافسين دوليين في السوق الوطنية: إن هذه الظاهرة يمكن تفسيرها من خلال تعقيدات البيئة الدولية و التي تتطلب تطبيق مفهوم اليقظة و حماية المعلومات من المنافسين.

- إستراتيجية التميز: إن المؤسسات التي تعتمد على هذه الإستراتيجية تكون في حاجة إلى تطبيق اليقظة ذلك يسهل لها مثلا عملية تتبع المستهلكين بهدف الكشف عن حالات التميز الممكنة، وتقدير مدى ملاءمتها.

- إستراتيجية التركيز: تتطلب إستراتيجية التركيز، معرفة دقيقة للسوق التي يجب أن تخضع للتجزئة.فنظام المعلومات أساس لانتهاج إستراتيجية التركيز و بصورة خاصة اليقظة التسويقية و التجارية.

- إستراتيجية التنويع: التنويع يعني ممارسة أنشطة جديدة مع الابتعاد عن القاعدة الأساسية للإنتاج أو القاعدة التجارية يترتب عن هذا تغيير المهنة حيث أن المؤسسة تكون مطالبة باستخدام تكنولوجيات جديدة، أو مواد أولية، أو قنوات توزيع، أو أنها تتوجه إلى زبائن جدد، معنى هذا أن المؤسسة ستواجه بيئة جديدة و هذا يتطلب زيادة عن الحاجة إلى المعلومات مخاطر إدارة المعلومات.وتلجأ المؤسسة إلى الاعتماد على إستراتيجية التأثير لتتمكن من الولوج في هذا القطاع.

فتطبيق الذكاء الاقتصادي غير مخصص بنوع معين من المؤسسات لكنه يكون مطبقاً بوضوح عندما تتبع المؤسسة بعض أنواع الاستراتيجيات، فكلما كانت الإستراتيجية تتعلق بوضع المؤسسة مع بيئة شديدة التعقيد أو جديدة تكون بحاجة ماسة إلى تطبيق مفهوم الذكاء الاقتصادي، و عليه لا توجد في النهاية مؤسسات كبيرة غير معنية بتطبيقه.

3. الذكاء الاقتصادي في خدمة المؤسسات الذكية

إن ظهور حقل الذكاء الاقتصادي كان بسبب الحاجة إلى تحسين جودة القرارات، ودعم مهمات عمال المعرفة، وتعزيز القدرات التنافسية في ميدان الابتكار والإبداع الإداري التنظيمي والتكنولوجي.

1 – 1 وظائف الذكاء الاقتصادي

إن الذكاء الاقتصادي مكون من مجموعة نشاطات اليقظة و الإنذار المبكر، الدراسة و التلخيص، التأثير و التأثير المضاد، و يعد كنظام لرصد و مراقبة بيئة المؤسسة لاكتشاف الفرص و التهديدات، كما أنه مبني على البحث، التجميع المنسق، المنظم و المستمر للمعلومات بمختلف أنواعها (علمية، تقنية، اجتماعية، تجارية، نظامية، مالية و اقتصادية، ...) من مصادر مختلفة، غرضه الأساس إنتاج المعلومات الإستراتيجية والتكتيكية ذات القيمة المضافة العالية لتسمح في النهاية بخلق و الحفاظ على المزايا التنافسية للمؤسسة، وبذلك تعد المعلومات جوهر نظام المعلومات وعصبها.ويمكن إيجاز وظائف الذكاء الاقتصادي في العناصر التالية:

- وظيفة توليد المعرفة و الخبرة: إن كل من المعرفة والخبرة يشكلان رأس مال المؤسسة، إذ أنها تتغذى منهما من خلال الجمع، الاستعمال والتقييم، أما الخبرة فتشير إلى المعرفة الواسعة بشيء محدد تم اكتسابها من خلال التعليم، التدريب والممارسة العملية. (معالي، 2002، ص 162) إذن فالمعرفة والخبرة تمثلان العناصر المهمة لقدرة المؤسسة على إنجاز أي شيء، بمعنى أوسع ما يسمى بالجدارة والأهلية.

أول وظيفة للذكاء الاقتصادي تتمثل في البحث والتحكم في المعرفة والدراية في المؤسسة المعنية، **وتتطلب هذه الوظيفة الإلمام بالعناصر الآتية**: (Levet, 2001, p 60)

- تحديد المعرفة وحمايتها (المكتسبات) ؛
- يقظة إجمالية بالنسبة للموجودين؛
- الاغتناء بالمعرفة يسمح بالتطور الداخلي والكسب الخارجي.

في هذا الصدد، إن أسس هذه الوظيفة التي يؤديها الذكاء الاقتصادي تستلزم البطء مع التحكم في المعرفة والدراية، وكذلك توضح أن الذاكرة التنظيمية للمؤسسة تكون ورقة رابحة ذات ميزة تنافسية ممكنة.

- وظيفة الكشف عن المخاطر، الفرص و التهديدات: إن الذكاء الاقتصادي عملية إعلامية تسمح بتوقع الفرص، وتقليل المخاطر و التهديدات التي تتعرض لها في حالة عدم اليقين.إذ يقوم بجمع البيانات و المعلومات عن البيئة الخارجية و الداخلية بشكل مستمر حيث من خلاله تستطيع المؤسسة أن تحدد فرصها و التهديدات المحيطة بها، و التي تتولد من التغيرات الحاصلة في عوامل تلك البيئة التي تعيش في كنفها المؤسسات المعنية، لهذا يتوجب عليها أن تقوم بالبحث عن الفرص و السعي لاغتنامها قبل فقدانها، و أن تحدد

التهديدات التي يمكن أن تعرقل وصولها إلى الأهداف المرجوة و أن تتخذ وسائل الوقاية تجاه التهديدات.

- وظيفة التنسيق بين الأعوان و الأنشطة: تعدّ هذه الوظيفة القلب النابض للذكاء الاقتصادي بصفتها تسمح بالتنسيق بين مختلف الإجراءات التي قامت بها الجهات الفاعلة الفردية من خلال مقاربة جماعية و متضافرة.و وفقا لـ Levet، النهج الجماعي يمكن أن يتسم بمعنيين متكاملين كالآتي:

الأولى تتعلق بتوزيع المعرفة: داخل المجتمع العلمي و/ أو التكنولوجي يحدث نشر وتوزيع المعرفة.و الثانية تتعلق بقدرة الجهات الفاعلة على بناء معرفة ومهارات جديدة، تنسيق الاستراتيجيات، حيث إن دمج النهج الأول يتطلب بطبيعة الحال تنفيذ النهج الثاني.

2 – 1 الذكاء الاقتصادي كنمط لتحسين أداء المؤسسة

يعكس الأداء قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها ولاسيما طويلة الأمد منها التي تتمثل في أهداف الربح والبقاء والنمو والتكيف باستخدام الموارد المادية والبشرية بالكفاءة والفاعلية العاليتين، وفي ظل الظروف البيئية المتغيرة.

فالأداء مرآة المؤسسة في تحقيق الإنتاجية العالية بشرط أن يكون ذلك مقروناً برضى الزبائن، والاستئثار بحصة سوقية جيدة تستطيع توفير عائد مالي مناسب، والقيام بالمسؤوليات الأخلاقية والاجتماعية تجاه البيئة التي تعمل فيها وتجاه المجتمع.

مادامت منظمات الأعمال تعمل في بيئة غير مستقرة تتصف بالتقلب وعدم الاستقرار ولاسيما في مجال تقنية المعلومات والاتصالات فضلاً على أن أغلبها تتجه حالياً نحو الاقتصاد المعرفي، فإن كل ذلك يستوجب وقوف المؤسسة على مستوى أدائها للكشف عن إمكاناتها وقدراتها وقيمتها التنافسية وموقعها في السوق.

إن ناتج الأداء يعد معلومات راجعة لاتخاذ القرارات وإجراء التعديلات التي يمكن أن تقود مرة أخرى إلى الزيادة في فاعلية الأداء وفي التفوق و الريادة.

كما أن نتائج الأداء تساعد في الكشف عن مدى ملاءمة الخطط والأهداف والسياسات والبرامج للمتاح من الموارد، وكذلك الكشف عن مستوى التنسيق بين مختلف الوظائف، النشاطات والعمليات، وعلى مدى قدرة الموارد البشرية على القيام بالمهمات المنوطة بها على النحو اللازم.

أما دور الذكاء الاقتصادي في الوصول إلى مستوى أداء جيد فيتمثل

بالنقاط الآتية:

- إن توليد المعرفة الجديدة والمفيدة وخزنها وتوزيعها وتطبيقها تسهل العمل داخل المنظمة، كما أن وجود فريق متخصص في التقاط المعرفة والتشجيع على استثمارها، فضلاً عن مشاركة العاملين وتفاعلهم، ووجود قيادة فعالة تقود تلك العمليات لإحداث التناسق والتناغم فيما بينها؛ **وهذا يؤدي إلى**:

- تقليل التكاليف الإجمالية للعمل عن طريق تقليل تكاليف الهدر والإنتاج المعيب، ومردودات المبيعات، وتكاليف سوء التعامل مع التقنيات ووسائل العمل.

- زيادة العوائد المالية للمنظمة عن طريق إنتاج منتجات متقنة، وأخرى مبتكرة وسريعة البيع.

- إن تحقيق الإنتاجية العالية يدل على الاستخدام الكفء للمدخلات، وإن تطبيق الذكاء الاقتصادي في مجالات الأداء المختلفة يؤدي إلى ابتكار طرق أكثر فاعلية.

- يقود الذكاء الاقتصادي إلى تحقيق الإبداع والابتكار، والإتيان بأشياء جديدة، وزيادة الوعي الثقافي لدى العاملين من خلال التدريب والتعلم والحوار.

في هذا الصدد أجريت دراسة عالمية على تطبيق نظام الذكاء الاقتصادي على الشركات الكبرى، ومن خلالها تم استخلاص المنافع التالية للذكاء الاقتصادي: (Sewdass, 2009, p 32)

- تحسنت نوعية وجودة المعلومات المستلمة.
- تعجيل اتخاذ القرارات.
- تحسن بشكل منظم، جمع المعلومات وتحليلها وكذلك نشرها.
- تعزز التأثير وزاد الوعي.
- تحسين عملية تحديد الفرص والتهديدات.
- توفير الوقت والتكلفة.

4. دور الذكاء الاقتصادي في تدعيم تنافسية المؤسسة الاقتصادية

يسهم الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية من خلال التأثير على مؤشرات القدرة التنافسية و التي تتمثل في الربحية، الحصة السوقية، الإنتاجية و التكاليف، حيث إن تحسين الجودة يؤدي إلى تخفيض الخطأ و يحول الفاقد من ساعات العمل بالنسبة للعمال و بالنسبة للآلات إلى تصنيع السلع و تقديم الخدمات بشكل أحسن،

مما يؤدي إلى تخفيض التكاليف و بالتالي زيادة الإنتاجية و الذي يعكس على تخفيض الأسعار، و يعمل على تحسين الحصة السوقية للمؤسسة و كذلك الربحية و بالتالي تحسين تنافسية المؤسسة، **و يمكن توضيح مساهمة و دور الذكاء الاقتصادي في تدعيم تنافسية المؤسسة الاقتصادية من خلال العناصر التالية**: (سيد احمد، 2001، ص 124)

1 – 1 المساهمة في تحسين الإنتاجية: إن تأثير نظام الذكاء الاقتصادي على إنتاجية المؤسسة الاقتصادية يظهر من خلال التغيرات المستمرة في طريقة أداء المؤسسة في إنتاج معين، هذا التأثير يشمل أيضا العلاقات بين المؤسسة والموردين والعملاء والمنافسين باعتبارهم عوامل مؤثرة في الإنتاجية، وهذا ما يسمح للمؤسسة بالتعرف أكثر على نتيجة استعمال نظام الذكاء الاقتصادي في تحسين الإنتاجية من خلال تأثيره على مجموعة من العوامل الفرعية للإنتاجية.

2 – 1 المساهمة في تخفيض التكاليف: تعد التكلفة إحدى محددات القدرة التنافسية، كما أنها تلعب دورا مهماً كسلاح تنافسي فلا يمكن تحديد أسعار تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف، حتى إن كثيراً من المؤسسات المتميّزة تنافسيا تستهدف أن تكون الرائدة في خفض عناصر التكلفة بين منافسيها في النشاط نفسه، فتحليل عناصر التكلفة بهدف ترشيدها يسهم في تحسين الكفاءة، وتحديد أسعار تنافسية، و تقوم المراقبة الفاعلة على استخدام معايير معينة كأدوات تخطيطية باعتبارها أهدافا، وكذلك باعتبارها أدوات رقابية تستخدم في القياس و التقييم، و هنا يكمن دور نظام الذكاء الاقتصادي الذي يتولى الرقابة على التكاليف و الإنتاجية إذ يعمل على تحديد الانحرافات بالإضافة إلى اكتشاف فرص تخفيض هذه التكاليف مما ينشئ قيمة مضافة.ونشير في هذا المجال إلى أهمية نظام الذكاء الاقتصادي في خفض التكاليف من خلال جمعه للبيانات عن الموردين و تحليلها للوصول إلى المعلومات الكفيلة باختيار أحسنهم، بالإضافة إلى ما يسهم به هذا النظام في قياس أداء هذه التكاليف مما يسهم بدوره في ترشيدها أو تخفيضها، و بالتالي تكون المؤسسة قد حققت قيمة مضافة تضمن بها مواجهة المنافسة و الاستمرار و البقاء.

3 – 1 المساهمة في ترقية الجودة: تتحقق الجودة عندما ينجح المنتج في تصميم و تنفيذ و تقديم منتج يشبع حاجات العملاء ورغباتهم وإرضائهم، و تعد الجودة بلا شك سلاحا تنافسيا فاعلا فهي تمكن من كسب ولاء العملاء و تحويلهم من المنتجات المنافسة إلى منتجات المؤسسة، كما أن الجودة تمثل شرطا جوهريا لقبول المنتجات بشكل عام سواء أكان في السوق المحلية أم الخارجية، و يستلزم تحقيق الجودة تصميم نظام للذكاء الاقتصادي في إطار نظام معلومات المؤسسة يعمل على توفير المعلومات المتعلقة بحاجات

العملاء ورغباتهم ودرجة رضاهم عن المنتجات، ويقيس جودة هذه المنتجات من خلال عدة معايير، و بالتالي يؤثر تأثيرا إيجابيا على جودة منتجات المؤسسة مما يسهم في ترقية قدراتها التنافسية.

4 – 1 المساهمة في التميّز عن المنافسين: يسهم نظام الذكاء الاقتصادي في تميّز المؤسسة عن منافسيها من خلال التفوق في مجال معين بالميزة التنافسية والتي تتمثل في ذلك الاختلاف والتميّز الذي تحوزه المؤسسة عن منافسيها، و الذي يقودها إلى الحصول على هوامش ربح مرتفعة و تطبيق أسعار تنافسية و الحصول على حصة سوقية أكبر و بالتالي تحقيق النمو و البقاء.وهناك عدة مجالات للتميّز من أهمها التكنولوجيا، المنتج خصائص العاملين، قنوات التوزيع والخدمات المقدمة للعميل.

الإطار التطبيقي للدراسة

لم تكن نهاية الجانب النظري إلّا بداية للجانب التطبيقي و الذي خصص لمعالجة أثر تطبيق معايير نظام الذكاء الاقتصادي على تنافسية مؤسسات الجزائر الرائدة و العاملة في قطاع التصدير، هذا ما جعل تحقيق هذا الهدف يرتبط بتكوين الاستبانة اللازم للحصول على البيانات الأولية لهذه الدراسة، و الذي تم تحويلها إلى معلومات عبر البرنامج الإحصائي SPSS 20.0 عن طريق استخدام الأساليب الإحصائية التالية: معامل الارتباط سبيرمان، معامل الثبات ألفا كرونباج، اختبار للعينة الواحدة One simple T test، معامل الارتباط بيرسون، اختبار T- Test.

أولا: منهجية و أسلوب الدراسة

لقد تبّنت الدراسة أسلوب البحث الوصفي وأسلوب البحث الميداني التحليلي وصممّت الباحثة استبانة متخصصة بغرض الحصول على البيانات الأولية المتعلقة بمشكلة الدراسة، كما تمت مقابلات مع بعض مديري المؤسسات المبحوثة، وقد تم استخدام القياس الترتيبي (Ordinal scale) ذي الخمس نقاط وذلك باللجوء إلى سلم ليكرت الخماسي لقياس مدى التوافق و التي تقع بين غير موافق تماما (1) و موافق تماما (5) .

1. مجتمع الدراسة: استهدفت الباحثة المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير و يعود ذلك إلى الرغبة في دراسة المؤسسات الاقتصادية الناشطة في بيئة تنافسية، و بناءً على دليل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، تم إحصاء 504 مؤسسة مصدرة لعام 2013 منها 50 مؤسسة مصدرة رائدة، هذه الأخيرة تمثل المجتمع الأصلي لدراستنا.

2. عينة الدراسة: تفرض طبيعة الدراسة على الباحثة انتهاج أسلوب العينات غير الاحتمالية، و العينة الأنسب للاستخدام في هذه الحالة متمثلة في العينة الميسرة (Convenience Sample) . و تقتضي المعاينة وفق هذا الأسلوب اختيار مفردات العينة على أساس سهولة ووصول الباحث إليها و جمع البيانات منها.وقد بلغ حجم عينة الدراسة بـ 20 مؤسسة من مجتمع إحصائي قدر بـ 50 مؤسسة أي بنسبة تمثيل تقدر بـ 40%، و هي نسبة معتبرة تزيد من الجودة الإحصائية المطلوبة لنتائج الاستقصاء.مع العلم أن الدراسة استقصت المديرين العامّين و مديري الإدارات و رؤساء الأقسام و عدد من ذوي الاختصاص في المؤسسات محل الدراسة.و الجدول الموالي يوضح أهم المؤسسات الرائدة بالجزائر في قطاع التصدير.

الجدول (5)

مؤسسات محل الدراسة (المؤسسات الرائدة بالجزائر في قطاع التصدير)

الرتبة	المؤسسة المصدرة	النشاط الاقتصادي	الرتبة	المؤسسة المصدرة	النشاط الاقتصادي
1	SONATRACH	الصناعة النفطية	11	KAPACHIM ALGERIE	المواد الهيدروكربونية
2	FERTIAL	الأسمدة الفوسفاتية و الامونياك	12	CUIRS PLEINS FLEURS	صناعة تقليدية
3	CEVITAL	منتجات غذائية	13	KNAUF PLATRES FLEURUS	مواد البناء
4	SOMIPHOS	منتجات فوسفاتية	14	SEMOULERIE INDUSTRIELLE DE LA MITIDJA	منتجات غذائية
5	ARCELOR MITTAL	الحديد و الصلب	15	HELISON PRODUCT	منتجات غازية الهيليوم
6	ALZINC	صناعة الزنك	16	SOPI	منتجات غذائية
7	HELIOS	منتجات غازية الهيليوم	17	TANNERIE MITIDJA	صناعة تقليدية
8	MFG	صناعة الزجاج	18	EL AHLIA IMPORT EXPORT	منتجات غذائية
9	FRUITAL	منتجات غذائية	19	SMCP	صناعة تقليدية

الرتبة	المؤسسة المصدرة	النشاط الاقتصادي	الرتبة	المؤسسة المصدرة	النشاط الاقتصادي
10	MICHELIN	صناعة الإطارات المطاطية	20	BOUKELLAL MOHAMED TAHAR	منتجات غذائية (تمور)

3. أداة الدراسة الميدانية: لقد ساعد المنهج الوصفي التحليلي الذي استخدم في الجانب النظري على تحديد متغيرات الدراسة التطبيقية، مما أسهم في تطوير قائمة الاستبانة **وفيما يلي توضيح لأهم محاوره**:

- المحور الأول: يحتوي على البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة (العمر، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، المنصب الوظيفي، سنوات الخبرة) .
- المحور الثاني: يقيس مدى تطبيق معايير نظام الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة محل الدراسة حيث تضمن 17 فقرة موزعة على 3 أبعاد.
- المحور الثالث: تناول تنافسية المؤسسة و مدى تحقيقها للمزايا التنافسية و تضمن 20 فقرة موزعة على 5 أبعاد.

قامت الباحثة بتوزيع 160 استبانة بواقع 8 لكل مؤسسة، استعيد منها 120 و كانت الصالحة منها للتحليل بعد استبعاد الاستبانات غير المكتملة الإجابة 110 استبانة أي بمعدل 91.66% من الاستبانات الموزّعة.

ثانيا: قياس صدق أداة الدراسة و ثباتها (Reliability and Validity)

يعدّ الصدق و الثبات من الخصائص المطلوبة لأداة الدراسة **لذلك تم تقنين الفقرات الأساسية للتأكد من صدق فقراتها وثباتها كما يأتي**:

1. صدق تحكم الاستبانة: تم عرضها على خمسة محكمين متخصصين في مجال الإدارة و البحث العلمي، و قد استجابت الباحثة لآرائهم بحيث تم استبعاد العبارات غير ملائمة، وتم إجراء التعديلات المناسبة بناء على المقترحات المقدمة، و بذلك كانت الاستبانة في صورتها النهائية.

2. صدق الاتساق البنائي: يعدّ الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، حيث قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط سبيرمان بين كل بعد من محاور الاستبانة مع الدرجة الكلية لكل محور.

الجدول (6)

نتائج اختبار ارتباط كل بعد مع الدرجة الكلية لمحاور الاستبانة

المحور الثاني: مدى تطبيق المؤسسة لمعايير نظام الذكاء الاقتصادي			المحور الثالث: تنافسية المؤسسة ومدى تحقيقها للمزايا التنافسية		
الأبعاد	R معامل الارتباط	القيم الاحتمالية (Sig)	الأبعاد	R معامل الارتباط	القيم الاحتمالية (Sig)
اليقظة الإستراتيجية	0,672	0,000	نمو و إنتاجية المؤسسة	0,952	0,000
			قيادة التكاليف	0,957	0,000
حماية الإرث المعرفي	0,954	0,000	ترقية الجودة	0,925	0,000
			تميز و إبداع المؤسسة	0,951	0,000
أنشطة الضغط و التأثير	0,866	0,000	الشراكة	0,947	0,000

من إعداد: الباحثة اعتمادا على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق spss 20.0

(مع العلم بأن قيمة R الجدولية تقدر بـ 0.194 عند درجة حرية ن- 2=108 و مستوى دلالة 0.05)

يبيّن الجدول أعلاه أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الاستبانة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 =a، حيث إن القيم الاحتمالية (Sig) لكل بعد أقل من 0.05 و قيمة R المحسوبة أكبر من قيمة R الجدولية البالغة (0.194) وهذا ما يؤكد أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي، وبذلك تعدّ جميع مجالات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه و بالأخص معاملات ارتباط أبعاد المحور الثالث.

3. ثبات الاستبانة: يقصد بالثبات الدرجة التي يحقق فيها مقياس البحث (الاستبانة) النتائج نفسها في حال تكرار الاختبار، و يقيس مدى تناسق فقرات الاستبانة و انسجامها (عدس، توق، 1998) ، و قد استخدمت الباحثة اختبار ألفا كرونباج لقياس مدى ثبات أداة القياس، و كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

الجدول (7)

نتائج اختبار ثبات الاستبيان لكل محور (ألفا كرونباخ)

المحور الثاني: مدى تطبيق المؤسسة لمعايير نظام الذكاء الاقتصادي				المحور الثالث: تنافسية المؤسسة ومدى تحقيقها للمزايا التنافسية			
الأبعاد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباج	الصدق ×	الأبعاد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباج	الصدق ×
اليقظة الإستراتيجية	6	0,93	0,964	نمو و إنتاجية المؤسسة	4	0,925	0,961
				قيادة التكاليف	3	0,929	0,963

المحور الثاني: مدى تطبيق المؤسسة لمعايير نظام الذكاء الاقتصادي				المحور الثالث: تنافسية المؤسسة ومدى تحقيقها للمزايا التنافسية			
الأبعاد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباج	الصدق ×	الأبعاد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباج	الصدق ×
حماية الإرث المعرفي	6	0,891	0,943	ترقية الجودة	4	0,968	0,983
				تميز و إبداع المؤسسة	5	0,954	0,977
أنشطة الضغط و التأثير	5	0,943	0,971	الشراكة	4	0,958	0,979
إجمالي المحور الثاني	17	0,921	0,960	إجمالي المحور الثالث	20	0,947	0,972
إجمالي محاور الاستبانة					37	0,982	0,991

* الصدق: الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباج

من إعداد: الباحثة اعتمادا على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق spss 20.0

يتضح من النتائج الموضحة في الجدول رقم (07) أعلاه أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لكل بعد من محاور الاستبانة حيث تراوحت ما بين (0.891 – 0.968) ، كما بلغت القيمة الكلية لألفا كرونباخ 0.982 وتعدّ نسبة جيدة تصلح لأغراض البحث العلمي كونها أعلى من النسبة المقبولة و البالغة 60%. و صفوة القول إن نتائج اختبارنا لمعامل ألفا كرونباخ تشير إلى إمكانية اعتماد الباحثة على قائمة الاستبانة في إجراء التحليل الإحصائي و اختبار فرضيات الدراسة.

ثالثا ـ نتائج التحليل الإحصائي و اختبار فرضيات الدراسة:

سيتم استعراض النتائج التي توصلت إليها الدراسة و التي هدفت إلى تبيان أثر تطبيق معايير نظام الذكاء الاقتصادي على أبعاد تنافسية المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير.و من ثم الإجابة عن أسئلة الدراسة بعد اختبار فرضياتها التي وضعت موضع الاختبار من خلال الأساليب الإحصائية المختلفة (الإحصاء الوصفي و تحليل الانحدار البسيط و المتعدد). كما تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل بعد من محاور الاستبانة، قصد معرفة قيمتها و تحديد مدى موافقة أو عدم موافقة المبحوثين على أسئلة الاستبانة.

◄ **نتائج اختبار الفرضية الأولى:**

- الفرضية العدمية H0: تطبق المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير جميع

معايير نظام الذكاء الاقتصادي.

- الفرضية البديلة H1: لا تطبق المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير جميع معايير نظام الذكاء الاقتصادي.

جدول (8)

المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين عن مدى تطبيق معايير نظام الذكاء الاقتصادي بالمؤسسات الجزائرية الرائدة في القطاع التصديري

أبعاد المحور الثاني	المتوسط الحسابي×	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	القيم الاحتمالية (Sig)	قيمة T	المستوى بالنسبة للمتوسط الحسابي (مدى التطبيق)
اليقظة الإستراتيجية	3,54	0,84	0,70	0,000	43,75	مرتفع
حماية الإرث المعرفي	3,42	0,83	0,68	0,000	43,15	متوسط
أنشطة الضغط و التأثير	2,44	0,99	0,68	0,000	25,83	منخفض
الإجمالي	13,3	88,0	0,68	0,000	57,37	متوسط

من إعداد: الباحثة اعتمادا على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق spss 20.0

* مرتفع (3.5 فأكثر) ، متوسط (2.5- 3.49) ، منخفض (اقل من 2.5)

بينّت نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الواردة في الجدول رقم (08) أعلاه بأن المتوسط الحسابي الكلي لأبعاد المتغير المستقل (معايير نظام الذكاء الاقتصادي) قدرت بـ3.13 و بأهمية نسبية بلغت 68%، في حين تراوحت المتوسطات الحسابية الجزئية لأبعاد المتغير المستقل (يقظة، حماية، تأثير و ضغط) على حدى ما بين (2.44 – 3.54) و كان أدناه لمعيار أنشطة الضغط و التأثير، مما يدل على عدم موافقة المبحوثين لتطبيق و توفر هذا المعيار من قبل المؤسسات موضع الدراسة.كما يمكن القول بأن مدى تطبيق معيار اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات محل الدراسة مرتفع و متوسط لمعيار حماية الإرث المعرفي للمؤسسة كونه بعد دفاعي لنظام الذكاء الاقتصادي.و بمقارنة المتوسط الحسابي الكلي بالمتوسط الاختباري (3) نجد أن المتوسط الحسابي المحسوب أكبر من المتوسط الاختباري، مما يدعو إلى رفض الفرضية العدمية و قبول الفرضية البديلة.و للتأكد من صحة النتيجة التي توصلت إليها الباحثة، تم إجراء اختبار T و الجدول الموالي يوضح نتيجة اختبار الفرضية العدمية الأولى.

الجدول (9)

نتائج اختبار للفرضية العدمية

	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	القيم الاحتمالية (Sig)	المتوسط الحسابي
الفرضية العدمية الأولى	57,37	1.984	0.000	3.13

* دالة إحصائيا عند مستوى a= 0,05

من إعداد: الباحثة اعتمادا على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق spss 20.0

(مع العلم بان قيمة T الجدولية تقدر بـ1.984- عند درجة حرية ن- 2=108 و مستوى دلالة 0.05 و ذلك حسب جدول توزيع student)

تظهر نتائج الجدول (9) إلى أن قيمة T المحسوبة الكلية (57،37) أكبر من قيمة T الجدولية (1.984) و أن القيمة الاحتمالية (Sig) أقل من a=0.05 مما يؤدي بنا إلى رفض الفرضية العدمية و قبول الفرضية البديلة و التي تنص على: «لا تطبق المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير جميع معايير نظام الذكاء الاقتصادي».

◄ **نتائج اختبار الفرضية الثانية**:

- الفرضية العدمية H0: لا تحسّن المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير تنافسيتها من خلال تحقيقها للمزايا التنافسية و المتمثلة في (تحسين الإنتاجية، قيادة التكاليف، ترقية الجودة، التميّز و الإبداع، الشراكة) .
- الفرضية البديلة H1: تحسّن المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير تنافسيتها من خلال تحقيقها للمزايا التنافسية و المتمثلة في (تحسين الإنتاجية، قيادة التكاليف، ترقية الجودة، التميّز و الإبداع، الشراكة) .

الجدول (10)

المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين عن تنافسية المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير و مدى تحقيقها للمزايا التنافسية

أبعاد المحور الثالث	المتوسط الحسابي×	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	القيم الاحتمالية (Sig)	قيمة T	المستوى بالنسبة للمتوسط الحسابي (مدى تحقيق)
نمو و إنتاجية المؤسسة	3,72	1,02	0,74	0,000	38,14	مرتفع
قيادة التكاليف	3,23	1,17	0,64	0,000	28,85	متوسط
ترقية الجودة	2,50	1,24	0,50	0,000	21,18	متوسط
التميز و الإبداع	2,83	1,18	0,56	0,000	24,97	متوسط

أبعاد المحور الثالث	المتوسط الحسابي×	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	القيم الاحتمالية (Sig)	قيمة T	المستوى بالنسبة للمتوسط الحسابي (مدى تحقيق)
الشراكة	2,90	1,16	0,58	0,000	26,13	متوسط
الإجمالي	3,04	15,1	0,60	0,000	27,85	متوسط

من إعداد: الباحثة اعتمادا على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق spss 20.0

* مرتفع (3.5 فأكثر) ، متوسط (2.5 - 3.49) ، منخفض (اقل من 2.5)

من خلال نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الواردة في الجدول (10) أعلاه يتضح لنا بأن المتوسط الحسابي الكلي لأبعاد المتغير التابع (أبعاد التنافسية) قدرت بـ 3.04 و بأهمية نسبية بلغت 60%، في حين تراوحت المتوسطات الحسابية الجزئية لأبعاد المتغير التابع (تحسين الإنتاجية، قيادة التكاليف، ترقية الجودة، التميّز و الإبداع، الشراكة) على حدى ما بين (2.50 – 3.72) و كان أدناه لبعد الجودة، مما يدل على عدم موافقة المبحوثين لتحقيق مستوى جودة عال من قبل المؤسسات الجزائرية الرائدة في مجال التصدير.كما يمكن القول بأن مدى تحقيق التحسن في النمو و الإنتاجية بالمؤسسات محل الدراسة مرتفع، بينما متوسط بالنسبة لكل من الأبعاد التالية: قيادة التكاليف، ترقية الجودة، التميّز و الإبداع و أخيرا الشراكة.و بمقارنة المتوسط الحسابي الكلي بالمتوسط الاختباري (3) نجد أن المتوسط الحسابي المحسوب أكبر من المتوسط الاختباري، مما يدعو إلى رفض الفرضية العدمية الثانية و القائلة: « لا تحسّن المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير تنافسيتها من خلال تحقيقها للمزايا التنافسية و المتمثلة في (تحسين الإنتاجية، قيادة التكاليف، ترقية الجودة، التميّز و الإبداع، الشراكة) ».و قبول الفرضية البديلة و للتأكد من صحة النتيجة التي توصلت إليها الباحثة، تم إجراء اختبار T و الجدول الآتي يوضح نتيجة اختبار الفرضية العدمية الثانية.

الجدول (11)

نتائج اختبار للفرضية العدمية

	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	القيم الاحتمالية (Sig) ×	المتوسط الحسابي
الفرضية العدمية الثانية	85,27	1.984	0.000	3.04

* دالة إحصائيا عند مستوى a= 0,05

من إعداد: الباحثة اعتمادا على نتائج المعالجة الإحصائية عن طريق spss 20.0

(مع العلم بأن قيمة T الجدولية تقدر بـ1.984 عند درجة حرية ن- 2=108 و مستوى دلالة 0.05 و ذلك حسب جدول توزيع student)

نتائج الجدول (11) تؤول إلى أن قيمة T المحسوبة الكلية (27.85) أكبر من قيمة T الجدولية (1.984) و أن القيمة الاحتمالية (Sig) أقل من a=0.05، مما يؤدي بنا إلى رفض الفرضية العدمية الثانية و قبول الفرضية البديلة و التي تنص على: « تحسّن المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير تنافسيتها من خلال تحقيقها للمزايا التنافسية و المتمثلة في (تحسين الإنتاجية، قيادة التكاليف، ترقية الجودة، التميّز و الإبداع، الشراكة) ».

◄ **نتائج اختبار الفرضية الثالثة:**

- الفرضية العدمية H0: لا توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين معايير نظام الذكاء الاقتصادي و أبعاد القدرة التنافسية للمؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير.
- الفرضية البديلة H1: توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين معايير نظام الذكاء الاقتصادي و أبعاد القدرة التنافسية للمؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير.

لقد تم استخدام اختبار معامل ارتباط بيرسون لاختبار الفرضية الثالثة، بين كل المتغيرات المستقلة و التابعة للدارسة، حيث تتحقق العلاقة عندما تكون القيم الاحتمالية (Sig) أقل من 0.05، و أن معامل الارتباط R أكبر من قيمة R الجدولية، و يوضح الجدول التالي العلاقة بين كل أبعاد محاور الاستبانة و ذلك عند مستوى دلالة (a= 0.05) .

الجدول (12)

يبين العلاقة بين نظام الذكاء الاقتصادي في دعم و تحقيق تنافسية المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير (مصفوفة معامل ارتباط بيرسون Pearson)

أبعاد محاور الاستبانة	نمو و إنتاجية المؤسسة		قيادة التكاليف		ترقية الجودة		التميز و الإبداع		الشراكة		الإجمالي
	معامل ارتباط R	القيم الاحتمالية (Sig)	معامل ارتباط R	القيم الاحتمالية (Sig)	معامل ارتباط R	القيم الاحتمالية (Sig)	معامل ارتباط R	القيم الاحتمالية (Sig)	معامل ارتباط R	القيم الاحتمالية (Sig)	
اليقظة الإستراتيجية	0,971	0,000	0,978	0,000	0,913	0,000	0,976	0,000	0,977	0,000	0,963
حماية الإرث المعرفي	0,960	0,000	0,986	0,000	0,959	0,000	0,986	0,000	0,975	0,000	0,973

أبعاد محاور الاستبانة	نمو و إنتاجية المؤسسة		قيادة التكاليف		ترقية الجودة		التميز و الإبداع		الشراكة		الإجمالي
	معامل ارتباط R	القيم الاحتمالية (Sig)	معامل ارتباط R	القيم الاحتمالية (Sig)	معامل ارتباط R	القيم الاحتمالية (Sig)	معامل ارتباط R	القيم الاحتمالية (Sig)	معامل ارتباط R	القيم الاحتمالية (Sig)	
أنشطة الضغط والتأثير	0,945	0,000	0,976	0,000	0,957	0,000	0,967	0,000	0,956	0,000	0,960
الإجمالي	0,959	0,000	0,980	0,000	0,943	0,000	0,976	0,000	0,969	0,000	0,965

المصدر: من واقع نتائج التحليل الإحصائي باستخدام spss 20.0

(مع العلم بان قيمة R الجدولية تقدر بـ 0.194 عند درجة حرية ن - 2=108 و مستوى دلالة 0.05)

استكمالا للعمليات الوصفية و التشخيصية القائمة على معطيات التحليل الوصفي تم تحديد علاقة الارتباط بين متغيري الدراسة، و نتائج الجدول (12) أعلاه تشير إلى أن هناك علاقات ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين المتغيرات المستقلة (معايير نظام الذكاء الاقتصادي) و المتغيرات التابعة (أبعاد التنافسية) ، و الدليل على ذلك معامل الارتباط R الكلي و البالغ (0.965) و هي نسبة مرتفعة تعبر على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية مهمة، كما تراوحت معاملات الارتباط الجزئية ما بين (0.943 – 0.980) .و بما أن القيم الاحتمالية (Sig) للمتغيرات المستقلة و التابعة أقل من α=0.05 و أن قيمة R المحسوبة أكبر من قيمة R الجدولية (0.194) مما يدعو الباحثة إلى رفض الفرضية العدمية و قبول الفرضية البديلة و التي تنص على: « توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين معايير نظام الذكاء الاقتصادي و أبعاد القدرة التنافسية للمؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير».

◄ **نتائج اختبار الفرضية الرابعة:**

- الفرضية العدمية H_0: لا تؤثر معايير نظام الذكاء الاقتصادي تأثيرا ذا دلالة إحصائية على أبعاد تنافسية المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير.
- الفرضية البديلة H_1: تؤثر معايير نظام الذكاء الاقتصادي تأثيرا ذا دلالة إحصائية على أبعاد تنافسية المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير.

بهدف اختبار الفرضية الرابعة استخدمت الباحثة اختبار الانحدار الخطي المتعدد الذي يعد من الأساليب الإحصائية المتقدمة والتي تضمن دقة الاستدلال من أجل تحسين

نتائج البحث عن طريق الاستخدام الأمثل للبيانات في إيجاد علاقات سببية بين الظواهر موضوع الدراسة.و من خلال موضوع دراستنا سيتم تبيان علاقة الانحدار بين كل بعد من أبعاد القدرة التنافسية (Y) المتغير التابع و كل معايير نظام الذكاء الاقتصادي (Xi) المتغيرات المستقلة، و هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول (13)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار اثر نظام الذكاء الاقتصادي
في دعم و تحقيق تنافسية المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	قيمة t المحسوبة	القيم الاحتمالية (Sig)	R	R^2
اثر معايير نظام الذكاء الاقتصادي على النمو و الإنتاجية						
اليقظة الإستراتيجية	0,971	0,24	4.21	0.000	%95.8	%91.8
حماية الإرث المعرفي	0,960	0,28	2.74	0.007		
أنشطة الضغط و التأثير	0,940	0,33	15.70	0.000		
اثر معايير نظام الذكاء الاقتصادي على قيادة التكاليف						
اليقظة الإستراتيجية	0,978	0,24	15.26	0.000	%98.1	%96.2
حماية الإرث المعرفي	0,986	0,19	19.21	0.000		
أنشطة الضغط و التأثير	0,976	0,25	6.20	0.000		
اثر معايير نظام الذكاء الاقتصادي على ترقية الجودة						
اليقظة الإستراتيجية	0,913	0,50	10.59	0.000	%94.3	%88.9
حماية الإرث المعرفي	0,959	0,35	16.06	0.000		
أنشطة الضغط و التأثير	0,957	0,36	4.55	0.000		
اثر معايير نظام الذكاء الاقتصادي على التميّز و الإبداع						
اليقظة الإستراتيجية	0,976	0,26	18.66	0.000	%97.6	%95.3
حماية الإرث المعرفي	0,986	0,19	24.94	0.000		
أنشطة الضغط و التأثير	0,967	0,30	2.14	0.009		

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	قيمة t المحسوبة	القيم الاحتمالية (Sig)	R	R^2
اثر معايير نظام الذكاء الاقتصادي على الشراكة						
اليقظة الإستراتيجية	0,977	0,24	18.04	0.000	%96.3	%92.8
حماية الإرث المعرفي	0,975	0,26	16.74	0.000		
أنشطة الضغط و التأثير	0,956	0,34	2.28	0.007		

المصدر: من واقع نتائج التحليل الإحصائي باستخدام spss 20.0

توضح لنا نتائج الجدول (13) أن هناك تأثيراً إيجابياً لمعايير نظام الذكاء الاقتصادي في دعم التنافسية وتحقيقها، حيث بلغ أقصى أثر لمعايير نظام الذكاء الاقتصادي في تحقيق بعد قيادة التكاليف بمعامل التحديد R^2 حوالي 0.96، مما يعني أن المتغيرات المستقلة التفسيرية (معايير نظام الذكاء الاقتصادي: يقظة إستراتيجية، حماية الإرث المعرفي، الضغط و التأثير) استطاعت أن تفسر 96.2% من التغير الحاصل في قدرة معايير النظام على تحقيق قيادة تكاليف المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير و أن النسبة المتبقية ترجع للأخطاء العشوائية.يليه أثر نظام معايير نظام الذكاء الاقتصادي في دعم و تحقيق التميّز و الإبداع لدى المؤسسات محل الدراسة، حيث بلغ معامل التحديد R^2 حوالي 95.3%، يليه أثر معايير النظام في تحقيق الشراكة (التحالفات الإستراتيجية) بمعامل التحديد 92.8% R^2، فأثر معايير النظام في دعم وتحقيق نمو و إنتاجية المؤسسات حيث بلغ معامل التحديد R^2 بـــ 91.8%. بينما يأتي في المرتبة الأخيرة أثر معايير نظام الذكاء الاقتصادي في تحقيق ترقية الجودة في المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير و هذا ما فسّره معامل التحديد نسبته 88.9% من التغير الحاصل في قدرة معايير النظام على ترقية الجودة.

و تؤكد معنوية هذه العلاقة كل من قيم T المحسوبة حيث كانت أكبر من قيمة T الجدولية البالغة (1.984) والقيم الاحتمالية (Sig) التي كانت أقل من a=0.05، مما يدل على وجود علاقة تأثيرية بين المتغيرات المستقلة مجتمعة و المتغير التابع.و بناء على نتائج اختباراتنا سيتم رفض الفرضية العدمية الرابعة و قبول الفرضية البديلة القائلة: « تؤثر معايير نظام الذكاء الاقتصادي تأثيرا ذا دلالة إحصائية على أبعاد تنافسية المؤسسات الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير».

رابعا ـ الاستنتاجات و التوصيات:

تعاني مؤسسات الجزائر الاقتصادية كغيرها من دول العالم الثالث، من الضعف في الأداء، و من رداءة المنتج في اغلب الأحيان، و من التكاليف المرتفعة، و من غياب ثقة المستهلك في تلك المنتجات و التفكير في إستراتيجية صناعية و زراعية من طرف الدولة ليس بإمكانه تحقيق الأهداف ما لم يتم الالتزام بمبدأ الذكاء الاقتصادي، الذي يعد حقلا علميا حديثا و لاسيما جانبه التطبيقي الذي يعمل على توفير قدرات واسعة لمنظمات الأعمال في التميّز و التفوق و الريادة و الإبداع في ظل بيئة الأعمال الراهنة، و ذلك من خلال معاييره المتمثلة في اليقظة الإستراتيجية كبعد استعلامي للنظام، حماية الإرث المعرفي كبعد حمائي و دفاعي و أنشطة الضغط و التأثير كبعد هجومي.و من خلال الإطار النظري و الدراسة الميدانية يمكن أن نقدم النتائج الآتية:

1. أفرزت إجابات الأفراد المبحوثة عدم تطبيق نظام الذكاء الاقتصادي بشكل كلي من طرف المؤسسات الجزائرية الرائدة و الناشطة في قطاع التصدير، حيث إن مدى تطبيقها لمعيار نشاط الضغط و التأثير منخفض و متوسط بالنسبة لمعيار حماية الإرث المعرفي، مما يؤكد أن المؤسسات محل الدراسة لا تنتهج منهجا منظّما و استراتيجيا لمعرفة مضامين بيئتها الداخلية و الخارجية تضمن لها رؤيا واضحة للولوج إلى الأسواق الدولية و العالمية.

2. أظهرت إجابات الأفراد المبحوثة تحقيق المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الرائدة والناشطة في قطاع التصدير لميزة النمو، والإنتاجية بدرجة مرتفعة بينما تحقق مستوى متوسط لباقي مزاياها التنافسية والمتمثلة في قيادة التكاليف، الشراكة، التمّيز و الإبداع و أخيرا ترقية الجودة.

3. كشفت نتائج الدراسة بوجود علاقة ارتباط معنوية موجبة قوية بين متغيرات معايير نظام الذكاء الاقتصادي (اليقظة الإستراتيجية، حماية الإرث المعرفي، أنشطة التأثير و الضغط) و أبعاد القدرة التنافسية (النمو والإنتاجية، قيادة التكاليف، ترقية الجودة، التميّز و الإبداع، الشراكة) .إذ إن أي تحسين في تطبيق معايير الذكاء الاقتصادي و مبادئه لابد أن ينعكس إيجابا على رفع تنافسية المؤسسات.

4. توصلت الدراسة العملية إلى وجود علاقة تأثير إيجابية معنوية ذات دلالة إحصائية بين معايير الذكاء الاقتصادي و كل بعد من أبعاد القدرة التنافسية للمؤسسات موضع الدراسة.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة كان لابد من تقديم مجموعة من التوصيات التي يكون لها تأثير إيجابي على تنافسية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الرائدة في قطاع التصدير.**و من بين أهم التوصيات نذكر ما يأتي:**

1. إعطاء الإدارات العليا في المؤسسات الجزائرية أهمية أكبر في التعامل مع المعلومات على أنها مورد رئيس مهم من بين الموارد المختلفة في المؤسسات، حيث إن المعلومات الإستراتيجية للمؤسسة أصبحت في وقتنا الحاضر مطمعا لحلفائها و منافسيها على حد سواء، وهو ما يتطلب توفير الضمانات الكافية لحمايتها.

2. ضرورة تغطية أنشطة ترصد البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسات الجزائرية، بغية تشخيص نقاط القوة و الضعف، وكشف التهديدات واستغلال الفرص و استباق التغيرات المختلفة، وكذا حماية الإرث المعلوماتي وبخاصة في المجالات العلمية و التكنولوجية، إضافة إلى ممارسة أنشطة الضغط و التأثير لصالح الجهات الخاصة أو العامة.

3. فهم وإدراك الأهمية القصوى للذكاء الاقتصادي من خلال دعوة الإدارة العليا في المؤسسات الجزائرية إلى عقد مؤتمرات علمية وملتقيات تطويرية وندوات تعريفية للنظام ذاته بأطره العامة بما يسمح بتوفير بنية نظرية لدى العاملين، وحتمية تبنيه من طرف مؤسسات الجزائر التي تبحث عن البقاء والاستمرار في سوق تتسم بنمو المنافسة المحلية والدولية، وتبنيه كفلسفة جديدة لإحداث التغيير الحقيقي في نمط تسييرها وقصد دعم تنافسيتها.

4. إيلاء النظام الذكاء الاقتصادي اهتمامات بحثية أكبر بوصفه من المواضيع المهمة والحديثة في حقل العمل الإداري والتي تساعد في نجاح منظمات الأعمال.والبدء بإنشاء وحدات لنظام الذكاء الاقتصادي وخلايا بحثية علمية في كل مؤسسة جزائرية.

5. استخدام برمجيات اليقظة الإستراتيجية الأكثر تطورا من أجل إحداث تكامل بينها وبين أمن المعلومات قصد التأثير على البيئة المحيطة، بما يتيح لها صنع الفرص بدل انتظارها.والتركيز على اتخاذ الإجراءات و القوانين الكفيلة بإدماج تقنية المعلومات و الاتصالات في جميع الوظائف و العمليات ضمن كل المؤسسات الجزائرية.

6. إحداث تكامل بين مؤسسات البحث العلمي وبيئتها الاقتصادية، من أجل تفعيل دور الذكاء الاقتصادي و العمل على تطويره.

7. نشر ثقافة تقاسم المعلومات داخل المؤسسات الجزائرية، قصد الاستغلال الأمثل لها من خلال التركيز على تنمية المورد البشري بما يخدم الذكاء الاقتصادي، من خلال تدريبه على استخدام التكنولوجيات الحديثة للمعلومات.

8. ضرورة قيام الدولة بدور أساس في نشر ثقافة الذكاء الاقتصادي على مستوى المجتمع من خلال إنشاء مؤسسات متخصصة في جمع المعلومات وتحليلها ونشرها لتكون بمثابة نظام خارجي للذكاء الاقتصادي.

9. وضع استراتيجية وطنية لتشجيع الابتكار والإبداع وتبنيها باستحداث هيئات خاصة بمتابعة و تنفيذ الأفكار الابتكارية.

10.تشجيع تحالفات إستراتيجية متكاملة ومرنة وتفعيلها في إيجاد شراكات مع منظمات عالمية و إقليمية و محلية بما يعطي للمؤسسات الجزائرية فرصة تبادل الخبرات و المعلومات و المبادرات.

الهوامش:

1. استخلصت الباحثة خصائص وملامح بيئة الأعمال الراهنة من خلال الاطلاع على المراجع التالية:

- سعيد يس عامر، إدارة القرن الواحد و العشرين، مركز التميز لعلم الإدارة و الحاسب، 1998، ص 278.

- علي السلمي، تطوير أداء وتجديد المنظمات، دار قباء للطباعة، مصر، 1998، ص 06.

- سيد الهواري، منظمة القرن الواحد والعشرين، دار الجيل للطباعة، مصر، 1999، ص 14.

2. للاستزادة حول هذه المعلومة و التفصيل فيها انظر إلى المراجع الآتية:

- طارق نوير، «مركز المعلومات و دعم اتخاذ القرار»، مجلس الوزراء المصري، القاهرة، 2003، ص 4.

- نيفين حسين محمود شمت، «القدرة التنافسية للصادرات الصناعية المصرية في ظل آليات الاقتصاد العالمي الجديد مع التطبيق على بعض الصناعات التحويلية»، رسالة دكتوراه فلسفة في الاقتصاد، كلية التجارة، جامعة عين شمس، جمهورية مصر العربية، 2004، ص 10.

- بلقاسم العباس، «المؤشرات المركبة لقياس تنافسية الدول»، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد الخامس و السبعون، جويلية 2008، ص ص 16 – 18.

3. تم استخلاص عناصر الذكاء الاقتصادي من خلال المراجع التالية :

- Bressy Gilles, Konkuyt Christian, « Economie d'entreprise », Sirey, France : Paris, 2006, p 126.

- CLERC. P, « intelligence économique : enjeux et perspectives », débats et tendances, 2003, pp 324- 337.

المصادر والمراجع:

اولاً: المراجع العربية:

1. الرشودي، محمد بن علي، (2007) ، «بناء أنموذج للمنظمة المتعلمة كمدخل لتطوير الأجهزة الأمنية بالمملكة العربية السعودية»، أطروحة دكتوراه الفلسفة في العلوم الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الإدارية، الرياض– السعودية.
2. السلمي، علي، (2001) ، «إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية»، دار غريب للنشر، القاهرة.
3. النجار، فريد، (2000) ، «المنافسة و الترويج التطبيقي: آليات الشركات لتحسين المراكز التنافسية مدخل المقارنات التطويرية المستمرة»، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.
4. بلالي، أحمد، (2008) ، «الأهمية الإستراتيجية للتسويق في ظل تحديات بيئة الأعمال الراهنة»، مجلة الباحث، العدد: 06.
5. ديلمي، مسعود، (2008) ، »الذكاء الاقتصادي والعمل الضغطي: الحروب الخفية»، جريدة القدس العربي، السنة العشرون، العدد6061.
6. سيد احمد، مصطفى، (2001) ، "التغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمنظمات العربية"، دار غريب للنشر، القاهرة.
7. طايل مجدي، محمد محمود، (2005) ، "التسويق الابتكاري كمدخل للتغيير والتطوير بمنظمات الأعمال"، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الإداري الثالث: إدارة التغيير ومتطلبات التغيير في العمل الإداري– نحو إدارة متغيرة فاعلة– ، جدة– السعودية، 29 – 30 مارس2005.
8. عدس، عبد الرحمن و توق، محي الدين، (1998) ، 'المدخل الى علم النفس'، دار الفكر للطباعة و النشر، عمان.

9. مسعد، محي محمد، (2008) ، "عولمة الاقتصاد في الميزان: الايجابيات و السلبيات"، الكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.

10. معالي، فهمي حيدر، (2002) ، "نظم المعلومات: مدخل لتحقيق ميزة تنافسية"، الدار الجامعية للنشر و التوزيع، الإسكندرية.

11. مقاويب، منصف، (2009) ، "الذكاء الاقتصادي و دور أنظمة المعلومات في اتخاذ القرار: مقاربة جديدة لقرار ذكي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 21، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، ديسمبر 2009.

12. وديع، محمد عدنان، (2003) ، "القدرة التنافسية و قياسها"، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط الكويت، العدد الرابع

13. و العشرون، ديسمبر 2003، السنة الثانية.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

1. *BOURNOIS, François et Romani, Pierre-Jacquelin, (2000), « l'Intelligence Economique et Stratégique dans les Entreprises Françaises », édition economica, paris.*
2. *CHELL, Amine, (2003) L'intelligence économique au service de L'identification d'opportunités entrepreneuriales , XII ème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique (AMIS) , Les Côtes de Carthage, 3, 4, 5 et 6 juin 2003.*
3. *International Institute for Management Development, (2003) , « World Competitiveness Yearbook ».*
4. *KLAUS, Schwab, (2010) , « The Global Competitiveness Report 2010-2011 », World Economic Forum, full data Edition, Geneve.*
5. *KLAUS, Schwab, (2001) , « The Global competitiveness Report 2011-2012 », World Economic Forum, full data Edition, Geneve.*
6. *KLAUS, Schwab, (2012) , « The Global competitiveness Report 2012-2013 », World Economic Forum, full data Edition, Geneve.*

7. *LARIVET, Sophie, (2002) , « les réalités de l'intelligence économiques en PME », Thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Toulon.*
8. *LEVET, Jean- Louis, (2001) , « l'intelligence économique: mode de pensée, mode d'action », édition Economica, Paris.*
9. *MARTRE, Henri, (1994) , "Intelligence économique et stratégie des enterprises", Rapport du Groupe Commissariat général du Plan, La Documentation Française, France, Février, 1994.*
10. *MERLAND, Jean- Pierre et d'autres, (2005) , « L'Intelligence Economique appliquée à la Direction des Systèmes d'Information Démarche et Fiches Pratiques », publication CIGREF, paris.*
11. *SEWDASS, Nisha, (2009) , "The implementation of Competitive Intelligence tools and techniques in Public Service departments in South Africa to improve service delivery: a case study of the Department of Home Affairs", University of Pretoria, April 2009.*