

مساهمة إدارة المعرفة في تفعيل الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة

The contribution of knowledge management in activating economic intelligence in the institution

بوذن جميلة جامعة محمد خيضر بسكرة ، djamila.bouden@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام: 2019/ 10 /30 تاريخ القبول: 2020/ 02 / 01 تاريخ النشر: 2020/04/16

ملخص: تهدف الدراسة إلى التعرف على إدارة المعرفة كأداة من أدوات الذكاء الاقتصادي ودورها في تحسين الاستجابة التنافسية للمؤسسة ، وهذا بالوقوف على أهمية إدارة المعرفة في سعيها لخلق المعارف وتوفيرها وتبادلها في الوقت والمكان المناسبين ومدى مساهمتها في تفعيل الذكاء الاقتصادي للقيام بمهامه في تحليل هذه المعارف للاكتشاف الفرص والتهديدات وتقريب المؤسسة من بيئتها ومساعدتها في تحليلها والتكيف مع متغيراتها وتمكين أصحاب القرار بالمؤسسة من سرعة الاستجابة لمختلف التغيرات البيئية لاغتنام الفرص وتجنب التهديدات وتحقيق التميز للمؤسسة وضمان استمرارها وتحقيق أهدافها .

وتبين من خلال الدراسة أن إدارة المعرفة تساعد الذكاء الاقتصادي بتوفير أدوات تدفق المعلومات داخل المؤسسة، كما تعمل على دعم الذكاء الاقتصادي من خلال العمل كخزان أو ذاكرة داخلية للمعارف.

كما اتضح أن إدارة المعرفة والذكاء الاقتصادي مفهومان متكاملان حيث تعتبر إدارة المعرفة اليد المساعدة للذكاء الاقتصادي من خلال إمداده بالمعارف والمعلومات والخبرات جديدة التي تساهم في فهم محيط الأعمال.

كلمات مفتاحية: المعرفة، المعلومات، إدارة المعرفة، الذكاء الاقتصادي، الاستجابة التنافسية.

تصنيف JEL: B4, J53, M12

Abstract: The study aims at identifying knowledge Management as a Tool of economic intelligence and its role in improving the competitive Response of the Institution. Threats and bring the Institution closer to its Environment and assist in its Analysis and adapt to its variables, and enable decision-makers in the Institution to respond quickly to various environmental changes to seize opportunistes and avoid threats and achieve excellence for the Institution and ensure its continuity and achieve S Goals

It was found through the study that knowledge management helps economic intelligence by providing Tools for the flow of information within the institution, as it Works to support economic intelligence by acting as a réservoir or an internal Memory of knowledge.

Keywords: Knowledge, Information, Knowledge Management, Economic Intelligence, Competitive Response.

jel classification: m12, j53

1. مقدمة:

في ظل التحولات والتطورات الاقتصادية التي تعيشها المؤسسات اليوم والتي إشتدت فيها المنافسة بين الأفراد، المؤسسات والدول والتي جعلت الكل يعمل على تحقيق مكانة تنافسية جيدة في السوق الذي يعمل فيه وضمان بقائه وإستمراره، وهذا لا يتأتى إلا من خلال الإعتماد على أحدث وأفضل الممارسات والأنظمة الإدارية الحديثة التي تمكن وتساعد المؤسسة في معرفة وفهم كل ما يحدث أو يمكن أن يحدث من حولها من تغييرات وتحولات، ومن بين أهم هذه الأنظمة والعمليات نجد كل من الذكاء الإقتصادي وإدارة المعرفة اللذين يعملان جنبا إلى جنب لتقريب المؤسسة من بيئتها ومساعدتها في فهم مختلف جوانبها وهذا من خلال الإحاطة بكل المعلومات اللازمة لإتخاذ القرارات الصائبة وتجنب المؤسسة كل ما يمكن أن يلزمها من تهديدات يمكن أن تفرضها البيئة المحيطة، وعليه سنحاول في هذه الورقة البحثية الإحاطة بماديين المفهومين ومحاولة التعرف على مساهمة إدارة المعرفة في تفعيل الذكاء الإقتصادي بالمؤسسة، ودورهما في تعزيز القدرات التنافسية للمؤسسة .

وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف تساهم إدارة المعرفة في تفعيل الذكاء الإقتصادي بالمؤسسة؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في تناولها لمفهومين مهمين ألا وهما الذكاء الإقتصادي وإدارة المعرفة ودورهما في تقريب المؤسسة من بيئتها سواء الداخلية أو الخارجية من خلال ما يمكن أن يقدماه هذان الأسلوبان من معلومات ومعارف دقيقة تمكن المؤسسة من الإستعداد الجيد لما يمكن أن يحدث في بيئتها، وبالتالي القدرة على ضمان مكانتها في السوق الذي تنشط به.

أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- ✓ التعرف على إدارة المعرفة وأهميتها للمؤسسة، وأهم عملياتها.
- ✓ التعرف على الذكاء الإقتصادي كنظام معلومات وكيفية عمله والهدف منه.
- ✓ التعرف على مدى مساهمة إدارة المعرفة في الذكاء الإقتصادي للمؤسسة وأهميتها بالنسبة

للمؤسسة

ولإجابة على هذه الإشكالية تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى المحاور التالية :

- أولاً: إدارة المعرفة
- ثانياً: الذكاء الإقتصادي
- ثالثاً: العلاقة بين إدارة المعرفة والذكاء الإقتصادي .

2. إدارة المعرفة

1.2 مفهوم المعرفة وخصائصها:

— **مفهوم المعرفة:** حتى تتضح طبيعة وصورة المعرفة يجب التطرق إلى هرم المعرفة بالتمييز بين كل من البيانات، المعلومات والمعرفة.

حيث يقصد بالبيانات "مجموعة الحقائق والأرقام والخرائط والكلمات والإشارات التي تعبر عن فكرة يتم معالجتها وحفظها بواسطة الإنسان أو الآلة لتحويلها إلى إنتاج يمكن الاستفادة منها "

(السامرائي إيمان فاضل وآخرون، 2004، صفحة 24)

وهي "مواد وحقائق خام أولية، ليست ذات قيمة في شكلها الأولي هذا، ما لم تتحول إلى معلومة مفهومة ومفيدة " (فوزي ملوخية احمد، 2006، صفحة 43)، في حين أن المعلومات هي "بيانات منسقة ومرتبة، والتي يمكن التفاهم والتواصل بموجبها، أي أنها مجموعة من البيانات المنسقة بطريقة توليفية مناسبة بحيث يعطي معنى خاص، وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم تمكن الإنسان من الاستفادة منها في الوصول إلى المعرفة وإكتشافها " (عبد الستار العلي وآخرون، 2008، صفحة 113) وهي أيضاً "بيانات قد تم معالجتها بشكل أعطى لها معنى بالنسبة لمستقبلها أو استخدامها " (إسماعيل بلال محمد، 2005، صفحة 22).

أما المعرفة فهي "حصيلة إستخدام المعلومات والخبرة التي يتم الحصول عليها عن طريق التعلم والممارسة، وهي تمكن من يملكها من التجاوب مع المستجدات التي تواجهه وتجعله أكثر قدرة على الوصول إلى حلول أفضل للمشاكل التي تقع في مجال معرفته، ومن خلالها يستطيع الإنسان تشخيص المشكل، وتمثل الحكمة ذروة الهرم المعرفي بمواجهة أعقد العمليات التي يمارسها العقل البشري لتقطير المعرفة إلى حكمة مصفاة، وتجاوز المتاح من المعرفة وخرق السائد منها وزعزعة الراسخ من أجل فتح

أفاق معرفية جديدة وكسر القيود وإقتناص الفرص التي تؤدي إلى أفضل النتائج المتمثلة بالإبداع، والإستغلال الأمثل للموارد للوصول إلى أفضل النتائج بأقل التكاليف وإختصار الأزمان والمسافات "

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن المعرفة هي مزيج مركب من الخبرات والأفكار والتوجهات والمعلومات، والتي من خلال إكتشافها وإستثمارها وتطبيقها تصبح قيمة مضافة وقاعدة أساسية لتنافس ومن أهم موجودات المنظمة ككل وتحديد بدائل لها للوصول إلى حلول جيدة " (حسن الزعبي وآخرون ، 2007، صفحة 87) .

— **خصائص المعرفة :** لا توجد خصائص ثابتة للمعرفة في كل زمان ومكان، والرأي هنا هو أن

للمعرفة خصائص تكوينية مشتركة لكن مضمون المعرفة ومنظورها يختلف باختلاف السياق الإجتماعي والإقتصادي والفكري والثقافي الذي توجد فيه أو تنتج من خلاله، وعليه يمكن تحديد مجموعة من الخصائص الأساسية للمعرفة وهي (الملكاوي إبراهيم خلوف، 2007، صفحة 36):

إمكانية توليد المعرفة: وهذا من خلال عمليات البحث العلمي التي تتضمن الإستنباط والإستقراء والتحليل والتركيب التي تسهم بدرجة كبيرة في توليد المعرفة وإمكانية إبداعها من المستوى الفردي إلى المستوى الجماعي.

إمكانية موت المعرفة: وهذا يعني إن المعرفة إذا لم تستغل فسوف تموت، فالمعرفة الراكدة والموجودة بين طيات الكتب الموضوعية على رفوف المكتبة أو الموجودة في رؤوس من يمتلكونها ولم يعلموها لغيرهم فماتت بموتهم.

إمكانية امتلاك المعرفة: فهي ليست محصورة بفرد أو مقتصرة على جهة معينة دون غيرها، وأهم الطرق لإكتسابها هو التعلم ومن ثم يمكن تحويل هذه المعرفة إلى طرق عملية أو براءة إختراع أو أسرار تجارية تدر دخلا على المنظمات أو الأفراد الذين يمتلكونها.

إمكانية تخزين المعرفة: حيث يمكن أن تخزن المعرفة فيما يسمى بقواعد المعرفة وهي أوعية إلكترونية تحتوي على حقائق وقواعد محددة حول مجال خيرة معينة في موضوع ما، بصفة عامة قاعدة المعرفة هي المعرفة المخزنة وفق نماذج وشفرة معينة مأخوذة من الخبر الإنساني.

إمكانية تقاسم المعرفة: وهذا يعني إمكانية نشر المعرفة والإنتقال عبر العالم إذا توفرت السبل والوسائل اللازمة لذلك كالإنترنت.

إمكانية تصنيف المعرفة وذلك حسب مجالات متعددة.

المعرفة لا تستهلك بالإستخدام : حيث أن المعرفة تتراد وتطور وتولد بالإستخدام

2.2 مصادر وأنواع المعرفة

1. مصادر المعرفة : للمعرفة مصدرين أساسيين هما (علاءفرحان طالب; اميرةالجناني، 2009،

صفحة 61)

– المصادر الداخلية: تتمثل في خبرات أفراد المنظمة المتراكمة حول مختلف الموضوعات وقدرتها على الإستفادة من تعلم الأفراد والجماعات والمنظمة ككل وعملياتها التكنولوجية المعتمدة،

– المصادر الخارجية : وهي تلك المصادر التي تظهر في بيئة المنظمة المحيطة والتي تتوقف على نوع العلاقة مع المنظمات الأخرى الرائدة في الميدان ،أو الإنتساب إلى المجتمعات التي تسهل عليها عملية إستنساخ المعرفة ،وتعد البيئة هي المصدر الخارجي للمعلومات والمعرفة ،ولكي تكون المنظمة أكثر فعالية في المحيط الذي تعمل فيه وأكثر قدرة على توقع التهديدات المحتملة أو الفرص المتاحة ينبغي أن تكون قادرة على أسر المعلومات والمعرفة من البيئة بالإعتماد على قسم المعلومات فيها الذي يراقب أحدث التطورات التكنولوجية المقدمة أو بإستئجار محترفين أو مخبرات السوق أو التجسس الصناعي

2- أنواع المعرفة : هناك العديد من التصنيفات للمعرفة و غالبية الباحثين يجمعون على تصنيف المعرفة إلى : (بوركو عبد المالك ، 2012، صفحة 5)

المعرفة الضمنية :وهي المعرفة المخفية ،وتشير إلى المهارات الموجودة في عقل كل فرد والتي من الصعب نقلها أو تحويلها إلى الآخرين ،وليس من السهل فهمها ،ولا نستطيع الإستيلاء عليها ولكن يمكن السيطرة عليها من خلال العمليات العقلية ،وتمثل المعرفة الضمنية العادات والتقاليد والثقافة وهذه المكتسبات غير مكتوبة وتنعكس على السلوك ،فهي حصيلة العمليات العقلية التي تتم داخل عقل الإنسان ،لذلك هذه المعرفة من الصعب إدارتها والتحكم فيها لأنها موجودة في رؤوس مالكيها فقط ولكن يمكن إستشارتها من خلال بعض الممارسات الخاصة .

المعرفة الظاهرية "الصريحة": تتعلق بالمعلومات الظاهرة الموجودة والمخزنة بالأرشفة مثل الكتب والأشرطة .. الخ .ويمكن تقاسمها من خلال الندوات والمؤتمرات واللقاءات والكتيبات، وهي أيضا

المعرفة التي يمكن التعبير عنها بالكلمات والأرقام والصوت والتشارك فيها من خلال البيانات، المحاولات العلمية ومواصفات المنتج والكتيبات، وعليه يمكن نقل المعرفة المعلنة إلى الأفراد بسهولة، أي يمكن تقاسمها بين الأفراد .

وعليه من الممكن تحويل المعرفة الضمنية إلى ظاهرة عن طريق الملاحظة والممارسة العملية وتدوينها بنشرات وكتيبات لتصبح معلومات، ولذلك تلجأ بعض المنظمات إلى إتباع نظام الحوافز تشجع به الأفراد على تقاسم المعرفة وإستخدام معرفة الآخرين .

2-3 إدارة المعرفة

• مفهوم إدارة المعرفة

إدارة المعرفة مصطلح لا يزال يعاني من الغموض في التعريف وهذا كونه مصطلح لازال في طور الظهور، لهذا فقد تناول الباحثون مفهوم إدارة المعرفة من زوايا مختلفة تبعا لخلفياتهم الفكرية وللدراسات التي تطرقوا فيها للموضوع، وعليه يمكن أن نعرف إدارة المعرفة بأنها " الجهد المنظم والواعي الموجه من قبل المنظمة من أجل إلتقاط وجمع وتصنيف وتنظيم وخزن كافة أنواع المعرفة ذات العلاقة بنشاط تلك المنظمة وجعلها جاهزة لتداول والمشاركة بين أفراد وأقسام ووحدات المنظمة بما يرفع من مستوى كفاءة إلتخاذ القرارات والأداء التنظيمي" (بوركو عبد المالك ، 2012، صفحة 8) كما عرفها wiig بأنها "تخطيط وتنظيم ورقابة وتنسيق وتوليف المعرفة والأصول المرتبطة برأس المال الفكري والعمليات والقدرات والإمكانات الشخصية والتنظيمية بحيث يجري تحقيق أكبر ما يمكن من التأثير الإيجابي في نتائج الميزة التنافسية " (عصام نور الدين، 2010، صفحة 32) أي أن إدارة المعرفة يجب أن تعمل على عملية الإدامة للمعرفة والرأس المال الفكري وإستغلالها وإستثمارها ونشرها وتوفير التسهيلات اللازمة لتحقيق مضامينها وعليه يمكن القول بأن إدارة المعرفة هي مجموعة العمليات التي تقوم بها المنظمة لتوليد والتشارك وخزن المعرفة لتقوم بتطبيقها وإستخدامها لتحسين الأداء وتحقيق ميزة تنافسية

أهمية إدارة المعرفة : تتضح أهمية إدارة المعرفة من خلال: (همشري عمر احمد، 2013، صفحة

113)

– الإستثمار في رأس المال الفكري.

– تعزيز القدرات الجوهرية.

- تحسين والإرتقاء بالأداء التنظيمي من خلال العمل على توليد معرفة جديدة وتطبيقها.
 - إتاحة الفرصة للمنظمة لتجديد أصولها غير الملموسة وتوثيقها وتطويرها وتحديد المعرفة المطلوبة وسد الفجوة بينهما.
 - بناء ميزة تنافسية مستدامة للمنظمات من خلال تبني فريد للإبداعات المتمثلة في طرح أفكار و سلع وخدمات جديدة.
 - الإرتقاء برأس المال البشري بتشجيعه على التعلم وتطوير مهاراته في العمل.
 - تخفيض التكاليف ورفع موجودات المنظمة الداخلية لتوليد الإيرادات الجديدة.
 - دعم الجهود للإفادة من جميع الموجودات الملموسة و غير الملموسة بتوفير إطار عمل لتعزيز المعرفة التنظيمية.
 - تعظيم قيمة المعرفة ذاتها عبر التركيز على المحتوى.
- عمليات إدارة المعرفة:

يشير الباحثون في حقل إدارة المعرفة إلى أن المعرفة المشتقة من المعلومات ومن مصادرها الداخلية والخارجية لا تعني شيئا من دون تلك العمليات التي تغذيها وتمكن من الوصول إليها والمشاركة فيها وحزنها وتوزيعها والحفاظ عليها، ثم إسترجاعها لتطبيق أو إعادة التطبيق، لهذا فان عمليات إدارة المعرفة هي عمليات تنابعة متكاملة وهي: (عبد الستارعلي وآخرون، 2008، صفحة 42،43)

✓ توليد المعرفة: وهي إبداع المعرفة عند عدد من الكتاب ويتم ذلك من خلال مشاركة فرق العمل وجماعات العمل الداعمة لتوليد رأس مال معرفي جديد في قضايا وممارسات جديدة تساهم في تعريف المشكلات وإيجاد الحلول الجديدة لها بصورة إبتكارية مستمرة كما تزود المنظمة بالقدرة على التفوق في الإنجاز وتحقيق مكانة سوقية عالية في مساحات مختلفة مثل ممارسة الإستراتيجية وبدء خطوط عمل جديدة والتسريع في حل المشكلات ونقل الممارسات الفضلى وتطوير مهارات المهنيين ومساعدة الإدارة في توظيف المواهب والإحتفاظ بها، وهذا يعزز ضرورة فهم أن إدارة المعرفة والإبتكار عملية مزدوجة ذات إتجاهين فالمعرفة مصدر للإبتكارات، والإبتكار عندما يعود ويصبح مصدر لمعرفة جديدة .

✓ **خزن المعرفة:** إن عملية خزن المعرفة تعود إلى الذاكرة التنظيمية والتي تحتوي على المعرفة الموجودة في أشكال مختلفة بما فيها الوثائق المكتوبة والمعلومات المخزنة في قواعد البيانات الإلكترونية والمعرفة الإنسانية المخزنة في النظم الخبيرة والمعرفة الموجودة في الإجراءات والعمليات التنظيمية الموثقة، والمعرفة الضمنية المكتسبة من الأفراد وشبكات العمل، وتلعب تكنولوجيا المعلومات دورا مهما في تحسين توسيع الذاكرة التنظيمية وإسترجاع المعلومات والمعرفة المخزنة .

✓ **توزيع المعرفة:** المعرفة بوصفها موجودا تزداد بالإستخدام والمشاركة وتبادل الأفكار والخبرات والمهارات بين الأشخاص تنمو وتتعاظم لدى كل منهم، لذا سعت المنظمات إلى تشجيع المشاركة، وتشمل عملية توزيع المعرفة العمليات التي تضم النشر، المشاركة، التدفق، النقل، التحريك وإذا لم تقم المنظمة بتوزيع المعرفة بشكل كفاء فلن تولد عائدا، وأنه إذا كان من السهل توزيع المعرفة الواضحة من خلال إستخدام الأدوات الإلكترونية فإنه مازال يتطلع إلى توزيع المعرفة الضمنية الموجودة في عقول الأفراد وخبراتهم وهو ما يشكل التحدي الأكبر لإدارة المعرفة .

✓ **تطبيق المعرفة:** تكمن أهمية المعرفة في إمكانية تطبيقها ولاسيما من خلال العمل، فضلا عن أن التطبيق ذاته تتكثف فيه العمليات الثلاث المكملة الأخرى في حلقتها المغلقة وهي التوليد النشر والخزن، إذ تكون محكا عمليا لسلامة توجهها وتفاعلها الديناميكي، وبالتالي فإن التغذية العكسية تغدو من المؤشرات المهمة في تصويب مسار إدارة المعرفة والمنظمة ككل وتذليل العقبات والعوائق التي تواجهها بشكل مستمر وتلقائي نظرا لتفوق الإتصالات وتقنياتها الشبكية والحاسوبية الموظفة في إدارة المعرفة والتي تلغي أو تختزل الأبعاد الجغرافية والزمنية .

إن تطبيق المعرفة يؤدي إلى إبتكار معرفة جديدة ويسمح بعمليات التعلم الفردي والجماعي من خلال أساليب تطبيقية عدة منها مبادرات العمل والتدريب والخبر الداخلي. (عبد الستار العلي واخرون، 2008، صفحة 42،43)

3. الذكاء الاقتصادي

1.3 مفهوم الذكاء الاقتصادي

ظهر مصطلح الذكاء الاقتصادي أولا في الفكر العسكري الذي يعتمد على تحصيل المعلومة ثم تحليلها، ومن ثم إنتقل إلى المجال الإقتصادي حيث عرف من طرف **Harold Wilensky** على أنه "نشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الإقتصادية والإستراتيجية للمنظمة" أول تعريف عملي للذكاء الإقتصادي كان سنة 1994 من طرف **Martre** على أنه "مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة وبث المعلومة المفيدة للأعوان والمتدخلين الإقتصاديين لصياغة إستراتيجياتهم." (فرج شعبان، دباغي مريم، 2015، صفحة 09)، كما عرفه "بارناردسون وبون كلودوبوسان" على أنه "القدرة على إيجاد الإيجابيات على الأسئلة بالكشف عن الذكاء بين المعلومات المخزنة ذات الأولوية، والمؤسسة التي تضع في أولوياتها القدرات والمهارات والوسائل التي تخلق الفرص وتتجنب التهديدات"

أما **Carlo Rveilli** فإعتبره "عمليات لجمع ومعالجة ونشر المعلومات بهدف تخفيف عدم التأكد لإتخاذ القرارات الإستراتيجية المؤثرة." (زليخة تفرقنيت، 2015، صفحة 93) كما يعرف على أنه "حالة ذهنية جديدة تعمل على إدماج وإحداث نماذج تنظيمية ووسائل جديدة لمعالجة المعلومات، بهدف تغيير نمط التفكير والتصرف لدى منظمة الأعمال"

(Laurent Hassid, 1997, p. 16)

2.3 أهداف الذكاء الاقتصادي:

تمثل أهداف الذكاء الاقتصادي في: (أسماء فيلاي، 2014، صفحة 38)
التحكم في المعلومة والمعرفة والحفاظ عليها نظرا لأهميتها في تطوير وترقية المؤسسة.
النشر الصحيح للمعلومات داخل المؤسسة.
التعرف على كيفية تسيير المعلومة وإنتقاء الأهم منها للخروج بما هو ضروري لفائدة المؤسسة
لاسيما في مجال إتخاذ القرارات الحاسمة.

ضمان توفير نظام يقطعة إستراتيجية تساعد في عملية إتخاذ القرارات الاقتصادية.

توقع الأسواق المستقبلية .

فهم إستراتيجيات المنافسين .

حماية الفرص المستقبلية.

3.3 المبادئ الأساسية للذكاء الاقتصادي:

يقوم الذكاء الاقتصادي على الأسس والمبادئ تتمثل في: (bulinge Franck, 2002, p. 240)

— القانونية: يعمل الذكاء الاقتصادي ضمن الإطار القانوني والتشريعي وباحترام آداب وخصوصيات المهنة.

— الثقافة الجماعية للمعلومات: فالمعلومات هي نشاط كل الأفراد، ولا توجد أي حالة تكون فيها المعلومات فردية أو ملك لشخص معين، فالذكاء الاقتصادي يتناسب مع إدارة حركية لثقافة تعتمد على التوزيع الكامل للمعلومات، وتلاقي العلاقات من خلال معارف الفاعلين الإقتصاديين.

— الإستمرارية: يعتبر الذكاء الاقتصادي نشاط مستمر ودائم للإجابة على إحتياجات المؤسسة من المعلومات والمعارف، بمعنى أن الذكاء الإقتصادي يدخل ضمن إستراتيجية المؤسسة الدائمة .

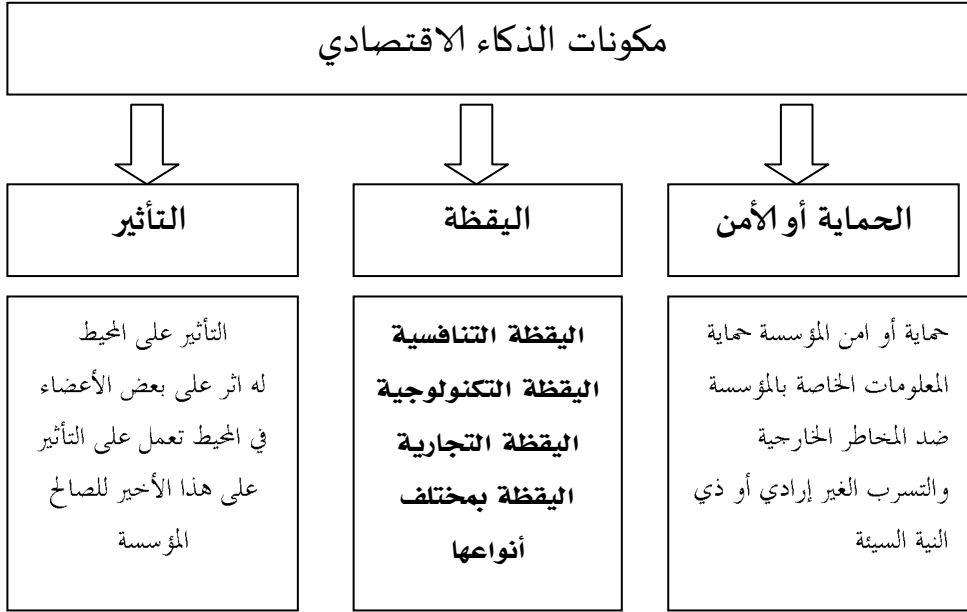
— التآزر: أي أن الذكاء الاقتصادي يعمل داخل وخارج المؤسسة وهذا بالتسيير العقلاني للمهارات الداخلية والخارجية للمؤسسة، وهذا ما يسمى بالذكاء الجماعي.

— الإستشراف والتفاعل: يقوم عمل الذكاء الاقتصادي على رصد ومتابعة البيئة المحيطة والعمل على تتبع وملاحقة كل الإشارات الضعيفة، وعلامات الإنذار المبكرة التي تظهر والتي من المحتمل أن تشكل فرصا وتهديدات، وهذا لتقليل من حالات عدم التأكد والإستعداد المبكر لها، كما يقوم الذكاء الاقتصادي على التفاعل والعمل الجماعي وروح المبادرة للإيجاد الحلول العملية وعلى التفاعل والتأثير على المحيط الاجتماعي والتنافسي .

- الحركية الدائمة: يعمل الذكاء الاقتصادي داخل منظومة تعليمية مستمرة تقبل الجديد، وتشجع الإلهام بالتقليد القانوني "مقارنة الأداء أو المقارنة المرجعية" والتكيف الثقافي .
- الإنتقاد: يحمل الذكاء الاقتصادي نظرة إنتقادية للمعلومات، وهذا بالشك الدائم والمستمر والتحليل النظامي للمعلومات لتأكد من ماهيتها وصحتها قبل إستغلالها .
- المراوغة القانونية: يعمل الذكاء الاقتصادي على تطوير شبكات تبادل المعلومات من خلال التسيير الديناميكي للثنائية "تعاون، منافسة" أو ضمن إستراتيجية التعاون التنافسي لضمان الحصول على المعلومات ضمن إطار التعاون بدل المواجهة المباشرة .

مكونات الذكاء الإقتصادي : للذكاء الإقتصادي ثلاث مكونات أساسية مترابطة ومتكاملة وهي (كنوش محمد، صفحة 94)

- اليقظة الإستراتيجية : حيث إعتبر اليقظة الإستراتيجية أهم مكون للذكاء الإقتصادي، وتعرف على أنها "نظام للمساعدة على اتخاذ القرارات من خلال ملاحظة وتحليل البيئة والآثار الاقتصادية الحالية والمستقبلية من أجل تجنب المخاطر وإستغلال الفرص المتاحة للمؤسسة .
- حماية وأمن المؤسسة : بالرغم من أن المبادرة تعد من أولويات معظم الأعمال المتعلقة بالذكاء الإقتصادي "الحصول وإستغلال المعلومات النافعة للمؤسسة" إلا أن الجانب الدفاعي للذكاء الإقتصادي لا يمكن تجاهله، وفي ذات السياق يعرف أمن المعلومات على أنه "مجموعة من الوسائل أو الإمكانيات النشطة والدفاعية لضمان حماية التراث المعلوماتي للمؤسسة ونشاطها .
- التأثير على المحيط : وهو إستخدام المعلومة بطريقة تمكن المؤسسة من العمل على بيئتها لجعلها أكثر ملائمة لتحقيق أهدافها، ومواجهة التيارات التي قد تكون ضارة، وللتأثير عدة وسائل أهمها التأثير عن طريق حملات الإتصال وهذا للتأثير على قادة الرأي



المصدر : محمد كنوش ، ص 94

4.3 مراحل الذكاء الاقتصادي:

للذكاء الاقتصادي مجموعة من المراحل يمكن أن نوجزها فيما يلي: (مراد زايد ، مزوار

أمال، 2018، صفحة 5)

— تحديد الحاجة للمعلومة :إن نقطة البداية لمختص الذكاء الاقتصادي هي تحديد المعلومات التي

تحتاجها المؤسسة وذلك من كل الجوانب ،حين أنه كلما كان تعريف المشكل دقيقا كلما

سهل عملية إعداد خطة البحث والدراسة ،كما أن تحديد المشكل بصورة جيدة يتيح تركيز

الجهود والإمكانيات بدلا من تشتتها على مشكلات فرعية تغطي على المشكل الرئيسي

، وهذه العملية تسمح بتشخيص المشكلة وتحديد الأسباب التي أدت إلى حدوثها .

— تحديد مصادر المعلومات : تختلف المعلومات من حيث تصنيفها لذا فمن الصعب وضع نظام

قياسي لتصنيف المعلومات لتعطي كافة الأغراض وتكون مناسبة لكافة المواقف وتختلف

كذلك من حيث محتواها في المؤسسة الواحدة فنجد معلومات عن السوق المنافسة، البيئة،

البورصة ، التجارة ، وغيرها وهذا ما يفسر التعدد في أنواعها ومصادرها .

- البحث عن المعلومة :معنى العمل على استقطاب اكبر عدد ممكن من المعطيات غير المعالجة وذلك باستعمال مختلف الوسائل قبل المبادرة بحجزها وتخزينها .
- معالجة البيانات والمعلومات :إن معالجة المعلومة هي أساس الذكاء الإقتصادي فهذا الإجراء يعتمد أساسا على قيمة المعلومة بالنسبة للمستعمل وعملية المعالجة هذه تمر بمجموعة من الخطوات،التي قد تكون بسيطة جدا أو معقدة جدا و أي عملية من عمليات المعالجة أو مزيج منهم يمكن أن تنتج معلومات من البيانات ،وتتمثل هذه العمليات فيما يلي الحصول على البيانات ،التأكد من صحتها ،التصنيف ،الفرز والترتيب ،التلخيص ،العمليات الحسابية — التخزين، الإسترجاع ، إعادة الإنتاج .
- التوزيع ونشر المعلومات :يعني إرسالها عبر قنوات مختلفة ،فعلى المؤسسة أن تملك هذه القنوات بصورة كافية ومفتوحة لمحيطها وذلك بالإعتماد على تدفقاتها ولقد أخذت عملية توزيع المعلومات أهمية بالغة ،خاصة إذا جاءت في الوقت المناسب وبالشكل المراد للشخص الذي يستخدمها ،ويعتبر توزيع المعلومة غير كافي إذا لم يتم تحويل هذه المعلومات الى فعل حتى يكونوا قادرين على إقناع الآخرين بهذه الخطوة .
- مرحلة رجع الصدى :يعتمد في سيرورة المعلومات على مبدأ الأخذ والرد أي التبادل المستمر للمعلومات ولهذا عند تقديم المعلومات والتأكد من وصولها وإستخدامها في سياقها المناسب من مختلف الأطراف الفاعلة في المؤسسة فان هناك رد فعل أو رجع للصدى يؤكد هذه الأخيرة .

4. التكامل بين إدارة المعرفة و الذكاء الإقتصادي :

تتضح العلاقة بين إدارة المعرفة والذكاء الإقتصادي من خلال إعتبار إدارة المعرفة على أنها مفهوم يهتم بتوفير المعلومات وإتاحتها لجميع العاملين في المنظمة ،والمستفيدين من خارجها حيث تركز على الإستفادة القصوى من المعلومات المتوفرة في المنظمة ،والخبرات الفردية الكامنة في عقول موظفيها ،لذا فإن أهم مميزات تطبيق هذا المفهوم هو الإستثمار الأمثل للرأس المال الفكري ، وتحويله إلى قوة إنتاجية تساهم في تنمية الفرد ورفع كفاءة المنظمة .وبالتالي فان الذكاء الإقتصادي

وإدارة المعرفة لهما نفس العمليات التي تقوم على تحويل المعلومات إلى معارف قابلة للتنفيذ، ويضيف إلى ذلك أن الذكاء الاقتصادي يعمل على ترجمة المعلومات والمعارف إلى مؤشرات تساعد المنظمة على الاستيعاب الجيد للوضع الراهن، وهذا لضمان الإستجابة السريعة لمختلف المتغيرات والضغوط التي تفرضها البيئة المحيطة لإتخاذ القرارات الإستراتيجية التي تتعلق بمستقبل المؤسسة وبما يخدم أهدافها. وبالتالي يمكن اعتبار أن إدارة المعرفة هي اليد المساعدة للذكاء الاقتصادي، حيث يعمل الذكاء الاقتصادي على تحويل البيانات والمعلومات المجمعة عن البيئة المحيطة إلى معرفة يمكن الاستفادة منها، بينما إدارة المعرفة مهمتها تسهيل وتبسيط عملية تبادل وخلق معرفة جديدة وبالتالي تزويد الذكاء الاقتصادي بمعارف وخبرات جديدة تساعد في فهم محيط الأعمال الذي يتسم بالحركة و التغير الدائم، وبالتالي القدرة على التقدير الجيد لكل التغيرات التي يمكن أن تحصل سواء أكانت فرصا يجب إقتناصها وتهديداتها تفرضها البيئة المحيطة يجب العمل على تخطينها أو التقليل من وطئتها.

1.4 مساهمة إدارة المعرفة في دعم الذكاء الاقتصادي: (زليخة تفرقيت، 2015، صفحة 179)

صممت إدارة المعرفة لتحسين وتقييم العمل الجماعي من خلال تحسين التواصل بين أفراد المؤسسة، فهي عبارة عن مجموعة أدوات لتسيير المعرفة التي تستخدم لدعم أنشطة المؤسسة عندما تتطلب الحصول على المعلومات، وبالتالي تشجع الذكاء الاقتصادي بتوفير أدوات تدفق المعلومات بين الخبراء داخل المؤسسة حيث يعتبر الذكاء الاقتصادي كمستخدم هام لهذه التقنيات للاستفادة من المعلومات الإستراتيجية التي تسهل إتخاذ قرارات للمسيرين، ويعمل إدارة المعرفة كذاكرة داخلية عملاقة للمؤسسة فهي تعمل كدعم منهجي وكخزان للمعارف بالنسبة للذكاء الاقتصادي الذي يختار تلك التي هي مفيدة لأنشطتها بهدف "إعادة إكتشاف ما نعرفه بالفعل"، وهذا هو الأكثر أهمية من المعلومات الخارجية التي سبق وأن تم جمعها من المؤسسة، مخزنة في الداخل ولم يتم رسمتها أو نشرها.

وباعتبار أن مسؤولي الذكاء الاقتصادي هم بحاجة إلى قاعدة معرفة مشتركة للحفاظ على معلوماتهم الإستراتيجية، فإن إدارة المعرفة يمكن أن تساعد في رسملة ونشر هذه المعلومات للأفراد المعنيين، فيمكن تعبئة جميع أدوات إدارة المعرفة من أجل ذلك "تدفق العمل، جماعات العمل،

مستودع البيانات ... "، ويمكن للعاملين في الذكاء الإقتصادي إستعمال تقنيات إدارة المعرفة بهدف الإستخدام الأمثل للمعلومات سواء كانت داخلية أو خارجية، رسمية أو غير رسمية، وعليه يمكن القول أن الذكاء الإقتصادي يعتمد على إدارة المعرفة لإنشاء الشبكات وللكشف عن المؤشرات المفتاحية للمعلومات .

ويعتمد الذكاء الإقتصادي على المعارف الداخلية المرسمة من قبل إدارة المعرفة ، عند الكشف عن إستراتيجية مهمة للمؤسسة ، أي أنه يسمح للمؤسسة بدمج إستراتيجياتها للمعلومات الجديدة في محيطها ، ومن ثم تعزيز أنشطتها بالمعارف الداخلية المرسمة ، و بالتالي فالذكاء الإقتصادي يحدد الجليل الجديد من المعرفة التي سيكون على المؤسسة إدارته .

وفي الأخير يمكن القول أن إدارة المعرفة تسير المعرفة السابقة والحالية للمؤسسة، في حين الذكاء الإقتصادي يكشف المعلومات الإستراتيجية الحيوية لمستقبل المؤسسة، هذه المعلومات التي من شأنها أن تكون مصدرا لإدارة المعرفة مستقبلا ،فهو بمثابة الدفة لإدارة المعرفة للحد من مخاطر تقادم المعارف الموجودة في حين يوفر الذكاء الاقتصادي إطارا معرفيا لاكتشاف معارف جديدة أكثر ملائمة مع التوجهات المتنوعة للمؤسسة .

2.4 أهمية إدارة المعرفة والذكاء الإقتصادي في تعزيز سرعة الإستجابة التنافسية للمؤسسات

— يعمل الذكاء الإقتصادي على تحليل المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة ومعرفة كل جوانب القوة والضعف داخليا وكل الفرص والتهديدات خارجيا ،وبالتالي القدرة على الولوج إلى كل المعلومات التي تحتاجها المؤسسة عن بيئتها ،سواء تعلق الأمر بالزبائن ،الموردين أو مختلف المتعاملين الاقتصاديين أو المنافسين ومعالجتها بطريقة فعالة تمكن المؤسسة من الإستجابة السريعة لكل طارئ أو تغيير يمكن أن يحدث ،بينما يظهر دور إدارة المعرفة في قدرتها على معالجة وتحليل المعلومات المجمعة وتحويلها إلى معرفة مرسمة يمكن الإعتماد عليها في إتخاذ القرارات ذات البعد الإستراتيجي .

— فمثلا عن حصول نظام الذكاء الإقتصادي عن معلومات أو إشارات حول سلوكيات المنافسين فيما يتعلق بمنتجات جديدة مثلا فسوف يكون من الصعب التعامل مع هذه المعلومات والتنبؤ بمدى نجاح أو فشل هذا المنتج ودرجة تهديده للمنافسين ،ولضمان الإستجابة التنافسية المناسبة لها

خاصة وأنها قد تكون مغلوطة أو أنها تتضمن تحذيرا أو غيرها من الأمور فإن المؤسسة ملزمة بالانتظار للتأكد أكثر من صحة ودقة المعلومات المتحصل عليها ، وهذا ما يؤثر على سرعة استجابتها وردة فعلها .، وهنا تظهر الحاجة إلى إدارة المعرفة التي تكون مهمتها معالجة وتحليل وفهم المعلومات المجمعة وتحويلها إلى معرفة تمكن المؤسسة من اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب ،بالإضافة إلى الاستفادة منها في صناعة وبناء معرفة جديدة يمكن الاستفادة منها في قرارات لاحقة . وعليه يمكن القول أن كل من الذكاء الإقتصادي وإدارة المعرفة نظامان يعملان جنب إلى جنب فكل منهما يعمل على مساعدة الآخر في عمله لمساعدة المؤسسة من ضمان مكانة تنافسية جيدة.

خاتمة:

وفي الأخير يمكن القول أن كل من الذكاء الإقتصادي وإدارة المعرفة هي آليات تمكن المؤسسة من توليد الفرص وتجنب التهديدات وبالتالي إكتساب مزايا تنافسية تساعد في النمو والبقاء للمؤسسة، وهذا من خلال عمل إدارة المعرفة على الإلمام وإستغلال كل المعلومات والمعارف الداخلية للمؤسسة ومن ثما إستغلالها من طرف الذكاء الإقتصادي إلى جانب المعلومات والمعارف المستقاة من المحيط الخارجي لإكتشاف معارف جديدة تساهم في تحسين الإستجابة التنافسية للمؤسسة وبالتالي إكتساب مزايا تنافسية تمكنها من النمو والبقاء.

5. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

- لسامرائي إيمان فاضل وآخرون، نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار صفاء لنشر و التوزيع، عمان، 2004
- ملوخية احمد فوزي نظم المعلومات الإدارية، دارس حورس الدولية لنشر، الإسكندرية، 2006،

- الستار العلي وآخرون، المدخل إلى إدارة المعرفة، ط1، دار المسيرة لنشر، عمان، 2008
- محمد إسماعيل بلال، نظم المعلومات الإدارية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005
- الزعبي حسن وآخرون، نظم المعلومات الإدارية، وزارة التربية، عمان، 2007
- إبراهيم خلوف الملكاوي، إدارة المعرفة، الممارسات والمفاهيم، دار الوراق، الأردن، 2007
- علاء فرحان طالب وأميرة الجنابي، إدارة المعرفة "إدارة معرفة الزبون، ط1، دار صفاء لنشر، 2009

- نور الدين ، إدارة المعرفة والتكنولوجيا الحديثة، ط1، دار أسامة لنشر، الأردن، 2010
- عمر احمد همشري ، إدارة المعرفة الطريق إلى التميز والريادة، ط1، دار صفاء لنشر والتوزيع، عمان، 2013،

● الأطروحات:

- بوركو عبد المالك ،إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية لشركة نجمة للاتصالات ،رسالة ماجستير في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة منتوري ،قسنطينة ،2012
- تفرقنت زليخة ، تفاعل إدارة المعرفة والذكاء الاقتصادي لتحقيق المزايا التنافسية للمؤسسة ،دراسة حالة شركة سوناطراك ،أطروحة دكتوراه في علوم التسيير،جامعة بسكرة ،الجزائر ، 2015

- فيلاي أسماء،الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الجزائرية ،الواقع والمجهودات ،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في الإدارة الإستراتيجية ،جامعة تلمسان ،2014

● المقالات:

- محمد كنوش ، دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ،العدد 13.

— المدخلات:

- فرج شعبان ، دباغي مريم ،الذكاء الاقتصادي واليقظة الإستراتيجية كآلية للوقاية من الأزمات في منظمات الأعمال، مداخلة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الدولي "أدوات التسيير الحديثة في منظمات الأعمال ودورها في الوقاية من الأزمات،الجزائر، 2015
- مراد زايد ، مزوار أمال ،الذكاء الاقتصادي كوسيلة لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الفندقية الجزائرية من وجهة نظر العاملين ،دراسة حالة فندق المطار، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول واقع نظام الذكاء الاقتصادي كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية يومي 5 و 6 ديسمبر 2018،جامعة الجزائر 03

• المراجع باللغة الاجنبية :

- Laurent Hassid, Pascal Jacques GUSTANE et Nicolas Moinet , Les PME face au déft de L'intelligence économique, edition dunod Paris,1997.
- Franck bulinge,bour une culture de l'information dans les petites et moyennes, thèse de doctorat, université de toulon,2002