

تطبيقات الذكاء الاقتصادي في منظمة الأعمال المعاصرة

آيت محمد مراد

أستاذ محاضر قسم أ- كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير بجامعة الجزائر 3

أمزيان أنيسة

أستاذة مساعدة قسم أ- كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير بجامعة الجزائر 3

المخلص:

تقتضي مواجهة تحديات العصر الحالي و التغيرات السريعة في بيئة الأعمال وجود توجه جديد للعمل يستجيب و يواكب تلك التحديات و التغيرات. و لعل تبني مدخل الذكاء الاقتصادي يتيح للمنظمة إمكانية التفكير الشمولي في مستقبلها و مواجهة حالات اللاتأكد و ندرة المعلومات أو محدوديتها، مما يستوجب فهما واسعا لمتطلبات البيئة المحيطة و البحث عن أفضل السبل و الإمكانيات التي تهدف إلى تحقيق المكانة المرموقة و الموقع المتميز للتفوق على الآخرين و الوصول إلى الميزة التنافسية. و من المسلم به حاليا أن الذكاء الاقتصادي يعد الأداة الأكثر نجاعة لضمان فهم دقيق لبيئة المنظمة الاقتصادية و التنافسية من خلال تحديد و تحليل المعلومات الداخلية و الخارجية ذات القيمة و إنقائها و إستخدامها في العمليات التي يمكن لهذه الأخيرة الوصول إليها قصد إتخاذ القرار.

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاقتصادي، نظام المعلومات، العولمة، التطور التكنولوجي، تنافسية المنظمة.

تمهيد:

إن التحديات التي تواجه جميع المنظمات، أو تلك التي تنتقيها للتعامل معها فرصا و تهديدات، و قوة وضعفا تشكل إحدى السمات المميزة لإستمرارية تلك المنظمات و تكييفها ثم إنتقالها من مركز التابع إلى المتحدي ثم إلى القيادة، و تملئ عليها وجوب التفكير بمنطق إستيعاب المدخل الإستراتيجي (توظيف معطيات العقل الإستراتيجي) في مجابته، و إستخدام إستعداداتها لبلوغ النجاح في الأمدين القريب و البعيد، لا سيما حين تستحضر حالة التغير في منطق تفكير الإدارة من تقليدي إلى معاصر، و من محلي إلى دولي، و من أحادي البعد إلى متعدد الأبعاد، و حين تعي أن رصد و تحليل مصادر التحديات و أنواعها و قياس حدتها و التفكير بأساليب التعامل معها، تعد من المهام الأساسية لهذا العقل، و حين تؤمن أن التحديات عموما و الإستراتيجية بشكل خاص، أصبحت لغة تشغل تصور ذلك العقل و منطق تفكيره الحدسي و الإبداعي، و مجالا حيويا للتجديد.

و في إطار ما ذكر تولدت عدد من المواضيع الحديثة الجوهرية في الأدب الإستراتيجي، و التي تضمن

مجابة تلك التحديات، بتشخيص الظاهر منها و توقع المرتقب مستقبلا، و يعد الذكاء الاقتصادي من أهم

تلك الأدوات بوصفه أحد أنواع الذكاء الذي يتسم به القادة الناجحون. و في هذا السياق فإن مشكلة الدراسة

يمكن تحديدها من خلال التساؤل التالي:

ما هي سيرورة نظام الذكاء الاقتصادي في منظمات الأعمال المعاصرة ؟

و للإجابة على التساؤل أعلاه حاولنا من خلال هذه الورقة البحثية التطرق إلى العناصر التالية:

- تحديات منظمات الأعمال في القرن الحادي والعشرين؛
- دوافع و مبررات تبني منظمات الأعمال للذكاء الاقتصادي؛
- سيرورة نظام الذكاء الاقتصادي.

أولاً: تحديات منظمات الأعمال في القرن الحادي والعشرين:

يوفر النظام الاقتصادي العالمي الجديد، المتمثل بتحرير قيود التجارة العالمية، تحدياً كبيراً و خطراً محتملاً لدول العالم، أو بالأحرى منظمات أعماله، و خاصة تلك الموجودة في الدول النامية. إلا أن هذا النظام في الوقت ذاته يشكل فرصة، للبلدان النامية كذلك، إن أمكن الإستفادة منه. فأهمية التنافسية تكمن في تعظيم الإستفادة ما أمكن من المميزات التي يفرها الاقتصاد العالمي و التقليل من سلبياته.

و يشير تقرير التنافسية العالمي إلى أن الدول الصغيرة أكثر قدرة على الإستفادة من مفهوم التنافسية من الدول الكبيرة، حيث تعطي التنافسية منظمات الأعمال في الدول الصغيرة فرصة للخروج من محدودية السوق الصغير إلى رحابة السوق العالمي. و سواء إتفقنا مع هذا القول أم لا، فإنه لا بد في نهاية المطاف من مواجهة هذا النظام، بصفته إحدى حتميات القرن الحادي والعشرين. و فيما يلي محاولة لتلخيص أهم الملامح التي ترسم شكل بيئة الأعمال الحالية:

1- ظاهرة العولمة: و هي تلك الظاهرة التي تسود العالم حالياً، و تتميز بمجموعة من العلاقات و العوامل و القوى، تتحرك بسهولة على المستوى الكوني متجاوزة الحدود الجغرافية للدول و يصعب السيطرة عليها، تساندها إلتزامات دولية أو دعم قانوني، مستخدمة لآليات متعددة، و منتجة لآثار و نتائج تتعدى نطاق الدولة الوطنية إلى المستوى العالمي، لتربط العالم في شكل كيان متشابك الأطراف يطلق عليه القرية الكونية¹.

2- التوجه نحو اقتصاد المعرفة و تكنولوجيا المعلومات: لقد تحوّل الاقتصاد العالمي بعد الثورة الصناعية من اقتصاد ذي كثافة عمالية إلى اقتصاد ذي كثافة رأسمالية، ثم جاءت الثورة التكنولوجية لتنتقل الاقتصاد إلى اقتصاد المعرفة، و بالتالي أصبحت الغلبة لمن يعرف، لا لمن يملك. و أصبحت المعرفة هي المبادرة الخام، و عاملاً من عوامل الإنتاج، و الناتج نفسه. كل منظمات الأعمال اليوم تعتمد بدرجة كبيرة على المعرفة في إستمرارها و نجاحها، و أصبح من المحتم عليها أن تتطور و تتحسن و إلا كان مصيرها الفناء².

حيث يمتاز اقتصاد المعرفة الذي تعمل في إطاره منظمات الأعمال حالياً بأمر عديده أهمها³:

✓ إمتلاك القدرة على الإبتكار و إبداع و توليد منتجات فكرية معرفية و غير معرفية جديدة تماماً، لم تكن تعرفها الأسواق من قبل، و المساهمة في خلق منتجات أكثر إقناعاً للزبون.

✓ المنافسة في ظل اقتصاد المعرفة ترتكز على المعرفة، فهي التي تصنع القوة، و توفر المال، و توجد المواد الخام، و تفتح الأسواق؛

✓ يتضمن اقتصاد المعرفة قوى إقتصادية جديدة، تدفع إلى الابتكار، و التحسين الدائم المستمر، و إيجاد منتجات جديدة، نظم إنتاج جديدة، نظم تسويق إبتكارية، طرق إشباع فعالة للزبون، أسواق و مناطق تسويقية جديدة؛

✓ في ظل اقتصاد المعرفة لا يؤخذ كل عنصر بشري على أنه رأسمال بشري يعتد به و إنما يراد برأس المال البشري العناصر المفكرة و القدرة على الإبتكار المستمر الذي يكون الميزة التنافسية الوحيدة لمنظمات الأعمال في صراعها من أجل البقاء، و يطلق على مثل هذه النوعية من العنصر البشري عمالة المعرفة.

3- التغير التقني: شهد العالم طفرات هائلة في المجال التقني أفرزت واقعا جديدا يقوم على الإتصال و التواصل المباشر من خلال الأقمار الصناعية و البث الفضائي و شبكات المعلومات، و ترتب على ذلك أن العالم يعيش اليوم عصر المعلومات و المعرفة. و أفرز ذلك تقنيات جديدة في التعلم و أساليبه و في بنوك المعلومات و مراكز البحوث، و ترتب عليها إزدهار التعلم عن بعد، و سهولة الحصول على المعلومات و الوصول إلى المعرفة دون عناء⁴.

4- رأس المال الفكري: يحضى العنصر البشري اليوم بأهمية كبرى في عالم الأعمال، بإعتبار أهم عامل من عوامل المنافسة، و بسبب هذه الأهمية أصبح ينظر للأفراد على أنهم هم الثروة يطلق عليهم مسمى رأس المال الفكري، و يعتمد هذا المفهوم على أن الإنسان هو أساس تكوين الأصول الفكرية و ليس المنظمة، فبواسطة الأفراد و ما يمتلكونه من معرفة متراكمة و مهارات تستطيع المنظمة تحقيق ميزة تنافسية تضمن لها النجاح و التميز في بيئة الأعمال الحالية⁵.

5- الأداء العالي في منظمات الأعمال: و الذي يتطلب التركيز على الزبائن و رفع مستوى الإنتاجية و تحسين الجودة، و إعطاء قيمة و أهمية عالية للموارد البشرية و زيادة صلاحيات العاملين، و إدراك التنوع في قوة العمل، الإلتزام بأخلاقيات العمل و المسؤولية الإجتماعية⁶.

مما سبق نجد أن بيئة الأعمال بملامحها الحالية تمثل تحديا كبيرا لمنظمات الأعمال الاقتصادية، كما يمكن إعتبار هذه التغيرات و التحولات الحاصلة فيها بمثابة خريطة سياسية، إقتصادية، تكنولوجية و سوقية جديدة تحتاج لمن يحسن قراءتها و التكيف معها بطريقة ذكية و مرنة، و كل هذا لا يأتي إلا بتبنيها لآلية الذكاء الاقتصادية.

ثانيا: دوافع تبني منظمات الأعمال للذكاء الإقتصادي:

من أهم و أبرز الأساليب الإدارية الحديثة نظام الذكاء الاقتصادي، هذا الأخير الذي أضحي ضرورة لمنظمات الأعمال و الدول في ظل تحديات العصر الحادي و العشرين، و من أهم دوافع تبني المنظمة الاقتصادية لذات النظام نذكر⁷:

1- الإنتقال إلى اقتصاد السوق: إن من أهم الأسباب التي دفعت المنظمات إلى إعتماها لأسلوب الذكاء الاقتصادي هو الإنتقال إلى اقتصاد السوق الذي يترجم إنفتاح السوق على المنتجات و

الإستثمارات الأجنبية، إرتقاء مؤسسة المعلومة و اقتصاد المعرفة. و يمكن إعتبار هذا السبب هو السبب الرئيسي الذي نجم عنه عدة أسباب أخرى.

2- سرعة التطورات التكنولوجية و العلمية و التقنية: إن الثورة التكنولوجية هي نقلة نوعية في إستخدام و تطبيق معطيات العلم في كل ميادين الصناعة، إذ خلقت قدرة غير محددة على إمتلاك العناصر التقنية الضرورية لمعالجة البيانات و توزيعها، و إسترجاع المعلومات و السيطرة عليها، و تخزينها بكميات هائلة و تحديثها و الإستفادة منها بإعتبارها من بين أهم موارد المنظمة.

3- تغير طبيعة البيئة: و من أهم خصائص البيئة الجديدة نذكر ما يلي:

- ✓ تغير الطلب: إن إنتقال الطلب من الطلب المبني على المنتج إلى الطلب المبني على الوظائف المتعلقة بالمنتج، يفرض على الصناعات إيجاد مهارات و قدرات جديدة للمحافظة و التحكم في نشاطها الأساسي؛
 - ✓ إتفاقيات الشراكة مع الإتحاد الأوروبي؛
 - ✓ الدخول إلى المنظمة العالمية للتجارة؛
 - ✓ القوانين الجديدة لنشاط العولمة؛
 - ✓ الحاجة إلى التكيف مع قواعد السوق الجديدة؛
 - ✓ حماية المنظمة من التهديدات الخارجية الناتجة عن المنظمات المتضررة من الأزمة المالية و التي هي في بحث مستمر عن الفرص في البلدان النامية التي لم تتأثر بهذه الأزمة؛
 - ✓ البحث عن الفرص من أجل إستغلالها؛
 - ✓ توفير الحلول التقنية العملية التي تسمح للمنظمة بالتفاعل مع محيطها عن طريق القدرة على اليقظة، الضغط على السلطات العمومية مع إدراك المخاطر التي تترصد بها.
- كل هذه الخصائص التي تم عرضها أدت بمنظمة الأعمال إلى التفكير في تبني نظام الذكاء الاقتصادي الذي يضمن لها البقاء و الإستمرارية في ظل محيط التغير و عدم التأكد عن طريق رصد كافة التغيرات و التحولات الداخلية و الخارجية.

ثالثا: سيرة نظام الذكاء الإقتصادي:

يعد موضوع الذكاء الاقتصادي من أبرز التطبيقات الإدارية الحديثة التي ظهرت خلال السنوات الماضية، نظرا للإهتمام المتزايد بالمعلومات و تعاظم دور المعرفة في إقتصاديات الدول، و يعتبر من المصطلحات الحديثة و التي ظهرت كنتيجة لظهور اقتصاد المعرفة. و سوف نتطرق في هذا العنصر إلى أهم جوانب نظام الذكاء الاقتصادي من خلال مفهومه، أبعاده و مستوياته.

1- مفهوم الذكاء الإقتصادي: عرف الذكاء الاقتصادي تطورا منذ عشرات السنين ليشكل اليوم حقا منهجيا و معرفيا قائما بذاته، ففي الولايات المتحدة يبدو هذا المفهوم أكثر ديناميكية مقارنة بباقي دول العالم، فبالنسبة لـ **Christian Harbulot** فهو "القدرة على الحصول على إجابات غير متوقعة من خلال ربط و تحليل معلومات يتم تحديثها مسبقا على مستوى المنظمات و وضعها في خدمة القدرات التي تملكها من أجل إقتناص الفرص و تجنب التهديدات"⁸.

في حين يرى فريق عمل **Herni Marter** أن الذكاء الاقتصادي هو "مجموع الممارسات المتعلقة بالبحث و معالجة و إعادة نشر المعلومات المفيدة لصالح الأعوان الاقتصاديين"⁹.

و يضيف في نفس السياق **Carlo Ravelli** أن "سيرورة الذكاء الاقتصادي تهدف إلى تقليص دائرة عدم التأكد و إتخاذ القرارات الإستراتيجية و هذه الغاية تتطلب الأخذ بممارسات التأثير، حينئذ يمكن التحدث عن الذكاء الاقتصادي و ذلك بأفضل شروط التكلفة و الوقت"¹⁰.

لكن في نفس الوقت فإن التعريفات السابقة لا تعكس فقط رصد إستراتيجيات و أنشطة المنافسين بل المحيط السوسيو- إقتصادي الذي تنشط فيه المنظمة، و هذه التطبيقات المختلفة تكون في ظل شرعية تامة مع الحفاظ على أسبقية قيمة المعلومة الإستراتيجية، من خلال عدة مراحل:

✓ جمع المعلومات؛

✓ المعالجة؛

✓ النشر؛

✓ الإستراتيجيات و التكتيك المناسب لتحقيق الأهداف من خلال رؤية إبداعية تشاركية؛

و عليه نرى أن الذكاء الاقتصادي عبارة عن ترجمة نظمية لمحتوى المعلومات المحيطة بالبيئة، و هي تتضمن جميع عمليات مراقبة المحيط التنافسي (حماية، يقظة، تأثير) و تختلف عن الإستخبارات التقليدية بطبيعة مجال التطبيق، لأنها تخص مجال المعلومات المتاحة و المفتوحة، كما أنها تساهم في بناء ميزة معرفية تراكمية، و ثقافة جماعية للمعلومة.

2- أبعاد الذكاء الإقتصادي: يقوم الذكاء الاقتصادي على مقاربة ديناميكية جماعية تحترم القانون، و تشمل جميع الأنشطة المتعلقة بإدارة المعلومات، و حمايتها و تقاسمها و إستغلالها في إتخاذ القرارات الإستراتيجية، دعماً لتنافسية المنظمة و لنفوذ الدول و الحكومات، حيث يرقى إلى سياسة عامة تهدف إلى دعم القرارات الاقتصادية الوطنية بفضل التحكم الجماعي في المعلومات، و يمكن حصر مفهوم الذكاء الاقتصادي في كونه سياسة عامة تحددها الدولة بمشاركة باقي المتدخلين و المتعاملين، لها محتواها و مجال تطبيقها¹¹.

و يبنى نظام الذكاء الاقتصادي على الأبعاد التالية¹²:

1-2/ أبعاد تنافسية: تعتمد هذه السياسة على عمليات البحث و التطوير و تسمح بمسايرة المنظمات في تعقب الفرص و الحصول على الأسواق في العالم. و تتم هذه المسايرة عن طريق التعرف المشترك على الرهانات الإستراتيجية و تجميع الخبرات و المعلومات العامة و الخاصة، و تهدف سياسة التنافسية إلى تشجيع المنافسة و خلق البيئة المناسبة للتنافسية في الأسواق المحلية و العالمية، و ذلك من خلال تعزيز مستوى المنافسة السوقية و تحقيق الفاعلية في توظيف الموارد و عدالة الدخول إلى الأسواق و الخروج منها، إضافة إلى حماية الزبون من الإحتكار.

2-2/ أبعاد الأمن الإقتصادي: تقوم سياسة الأمن الاقتصادي على توفير البيئة المناسبة للإستثمار و التنمية و توسيع فرص العمل و تيسير سبل التقدم و الرفاهية و تقليص و منع التهديد الاقتصادي و تعظيم التنافسية و تعزيز القدرة الاقتصادية للمجتمع، و السيطرة على معدل و إتجاه التنمية الاقتصادية و مقاومة و تحدي التداعيات السلبية للأزمات الاقتصادية الخارجية.

و أصبح التحدي الرئيسي للأمن الاقتصادي الوطني يتمثل في حماية "المصالح الأساسية للأمة" أي ترتيب العناصر الأساسية للطاقت الاقتصادية و العلمية للوطن، أصبحت الدولة تعترف و تقر بأنها ليست الوحيدة المسؤولة عن الأمن الجماعي، فالمنظمات هي أيضا يجب أن تشارك بصفتها عنصرأ أساسيا في الأمن الاقتصادي الوطني في حماية و متابعة مصالحها الخاصة المشروعة. و يمكن الحصول على حقوق أمن المعلومات من خلال: الملكية الصناعية (براءات الاختراع، العلامات التجارية، الرسومات و النماذج)، و حقوق الطبع و النشر (البرمجيات)، و السرية (بواسطة تنفيذ وسائل الأمن التقني، مراقبة الدخول و تحديد الهوية، التشفير المسموح به) و تطوير ثقافة الحذر في معظم الأحيان يتم تحديدها بالمنظمات الكبرى و ذلك بالتعاون مع الجهات المختصة في المجال.

2-3/ أبعاد التأثير: تركز سياسة التأثير على ممارسة الضغط للتأثير على القرار، و هي سياسة تدبر الحياة الاقتصادية عن طريق العمل الضغطي "Lobbying" من خلال مستوى الهيئات المعروفة بإعدادها للنظم و المعايير، حيث أن العمل الضغطي يقوم بالتأثير على القرار السياسي و الاقتصادي بشرح ضرورة و إيجابية قانون ما أو خطورته و سلبيته، و لقد أصبح العمل الضغطي يدرس في الدارس الكبرى و الجامعات، حيث قامت اللجنة الأوروبية بجعله ضروريا في العملية الديمقراطية، فساهم في فعالية القوانين المصادق عليها بعد أن تأخذ في الحسبان رأي المهنيين دون الضرر برأي الآخرين و تحديد الحكم السياسي. كما أن له جانب أخلاقي كونه ضمن شفافية مسار و مسؤولية الفاعلين الاقتصاديين و يختلف هذا العمل من دولة إلى أخرى¹³.

و يمكن أن نستنتج مما سبق أن نظام الذكاء الاقتصادي يرتكز على ثلاثة أبعاد رئيسية هي:

✓ تشجيع التنافسية عن طريق غزو الأسواق الدولية و العالمية؛

✓ دعم سياسة التأثير بالطرق الدبلوماسية؛

✓ ضمان الأمن الاقتصادي عن طريق سن القوانين و الأنظمة.

3- أهداف الذكاء الاقتصادي: إن للذكاء الاقتصادي أهدافا محددة هي كما يلي¹⁴:

✓ توفير تنبؤات و تحذيرات مبكرة بالتهديدات المحيطة بالمنظمة و إتخاذ الإجراءات الوقائية لذلك؛

✓ تمكين المنظمات من الإستجابة لتغيرات البيئة الحالية و المستقبلية و التخطيط و التنبؤ بالنتائج بالشكل الذي ينعكس إيجابيا عن صمعتها و موقعها؛

✓ تشكيل القناعات لدى صناع القرارات و صياغة السياسات بوجوب الوصول إلى القرارات و السياسات الإبداعية؛

✓ النهوض بمهمة جمع المعلومات و تحليلها عن البيئة الخارجية و جعل المنظمات تقيم تحالفات (شركات ذكية) في مجالات البحث و التطوير و غيرها؛

✓ تقديم الأفكار الهادفة إلى تحوّل الابتكارات و الإختراعات إلى سلع – خدمات قابلة للتداول؛

✓ تطوير آراء تخمينية بصدد الأحداث المستقبلية و إعتداد هذه الأحداث كأساس لحل المشكلات؛

✓ توفير معلومات إستراتيجية تمكن المنظمات من فهم التهديدات التي تحيط بها حاليا و مستقبلا.

4- عمليات الذكاء الاقتصادي: تنمو المنظمات في بيئة معقدة بشكل ملحوظ خاصة مع ظهور أنماط من العلاقات التي تحكمها الخيارات الإستراتيجية غير المعهودة و أشكال متنوعة من الاندماج و

الشراكة (خيارات مقاولاتية مبتكرة)، و هو ما يؤثر على سيرورة حيازة المعلومات و بالتالي ميكانيزمات القرار، كون تنافسية المنظمات ترتبط بقدرتها العالية على بناء رد فعل سريع على تغيّرات المحيط المعقد أصلا من خلال الرصد النظمي و العقلاني (اليقظة الإستراتيجية)، ثم معالجة إنقائية لتدفق المعلومات بإعتبار البيئة متغيّرا إستراتيجيا مستمرا. و العناصر التالية تلخص عمليات الذكاء الاقتصادي:

1-4/ سيرورة التسيير الإستراتيجي: إن وظيفة الذكاء الاقتصادي فضلا عن جمع المعلومات و معالجتها تتضمن خلق معارف ذات قيمة مضافة، و في هذا الشأن يعتبر **Dupre** الذكاء الاقتصادي مفهوما يجمع كل الإشكاليات المتعلقة بأمن المعلومة و التي تشمل حمايتها و تسييرها الإستراتيجي¹⁵، من أجل إتخاذ القرار و كذلك ممارسات التأثير لصالح المنظمات أو الدول بإعتباره سيرورة جماعية بحثة من خلال الشروع في تصنيف¹⁶:

أ- نظام دراسة بيئة المنظمة؛

ب- تفادي التهديدات و إستغلال الفرص.

إن الذكاء الاقتصادي بمثابة منهج كامل في التفكير و إتخاذ القرارات و الدفاع عن المصالح المشتركة و الفرص التنافسية المتاحة، كونه يعتمد إلى إدارة كفاءة للمعلومات ما يشجع إكتساب قوى تنافسية من خلال حرص الدول خاصة منها النامية للعمل على تشجيع التنمية و خلق الوظائف، و هو قبل كل شيء شبكة تحليل و قيادة ضرورية لقراءة كافة التحديات الراهنة و التي تشمل كيفية تعزيز تنافسية الاقتصاد، و المنظمة مع التأكيد على الحرص على الأمن الاقتصادي الذي أصبح لا يقل أهمية عن الأمن السيادي¹⁷.

و الشكل الموالي يلخص سيرورة التسيير الإستراتيجي للذكاء الاقتصادي:

شكل رقم (01): مهام الذكاء الاقتصادي.

اليقظة الإستراتيجية (العملية تسيير المعارف) إدارة الإحترازية لرصد المعارف
الإستراتيجية المنظومة المعرفية غير العلمية و التقنية و التكنولوجية (الملموسة
للمعارف الضمنية و الظاهرة

المعلومة الإستراتيجية

**الذكاء الاقتصادي: اليقظة و إدارة للمعارف و حماية للمعلومة
(دعم الأداء الاقتصادي)**

Source: Monica Christian, Intelligence économique et territoriale au service d'une stratégie de développement régionale, la délicate question de la formation des acteurs , INRCR, Volume 33, 2013, P152.

4-2/ مستويات نظام الذكاء الإقتصادي: يحدد الشكل الموالي المستويات الستة الواجب أخذها بالحسبان عند تصنيف درجة تعقيد سيرورة الذكاء الاقتصادي و الأطراف المتدخلة فيها و هي: المنظمات، المستوى القطاعي، المستوى الإقليمي، المستوى الوطني، المستوى الجهوي و المستوى الدولي.

شكل رقم (02): مستويات الذكاء الاقتصادي.



Source: Delbecq Elbert, les politiques d'intelligence économiques, PUF, Paris, 2008, P27.

و لهذا تهتم السلطات العمومية لإرساء منظومة وطنية للذكاء الاقتصادي من خلال وضع الإستراتيجيات الكفيلة بإخترق الأسواق الخارجية بجميع الوسائل المشروعة و الممكنة، إقتصادية كانت أو سياسية أو إعلامية أو ثقافية، و ذلك من خلال التنسيق و تبادل المعلومات بين المراكز العليا للقرار مع ضمان التواصل بين فروع المنظمات الكبرى و مراكز البحث العلمي و الخبراء و غرف التجارة و الصناعة.

الخاتمة:

إن منظمات القرن الواحد والعشرون مطالبة أكثر من أي وقت مضى بخلق و التحكم في نظام متكامل، يشمل التقنيات و المهارات البشرية التي تضمن الوصول إلى المعلومة الصادقة و الحرجة في الوقت المناسب، للتمكن من إقامة الإستراتيجيات الكفيلة بإكتساب وضعيات تنافسية مثالية أمام المنظمات المنافسة في نفس قطاع النشاط سواءا كان ذلك على المستوى المحلي أو الدولي. فالذكاء الاقتصادي يعد عملية محددة في الوقوف أمام المنافسة بالنسبة للمنظمات و الحال نفسه بالنسبة للدول التي تطمح في تحقيق التنمية، و التي لن يتأتى إلا بفضل الذكاء الاقتصادي الذي يسمح بالمساهمة في تطوير السياسات التنموية المناسبة بفضل القدرات المادية و البشرية و إمتلاك و توفير المعلومات الضرورية لجميع الأعوان الاقتصاديين. و لتفعيل نظام الذكاء الاقتصادي لا بد من التركيز على العناصر التالية:

- ✓ قراءة الواقع (الإستشراف): هو درجة تحليل الظروف الحالية و تحريكها عبر الزمن و درجة تحليل حالة المستقبل المرغوب فيما يتعلق بالظروف التي تحت السيطرة و المقدرة على تحليل الأنشطة المستقبلية للوصول إلى المستقبل المراد.
- ✓ التفكير النظامي: و هو القدرة على توليف مجموعة من المتغيرات ذات العلاقة و دمجها معاً، ثم تحليلها بشكل دقيق و بيان تفاعلها بعضها البعض و تكوين صورة كلية عن الموضوع.
- ✓ التحالفات الإستراتيجية: و تعني مقدرة المنظمة في إيجاد تحالفات إستراتيجية مع منظمات أخرى في نفس مستوى الصناعة الواحد أو المجال الواحد.
- ✓ التحفيز: و هو قدرة القائد الذكي على تشجيع العاملين لتنفيذ الرؤى و التصورات التي وضعها و توجيههم نحو هدف معين لتعزيز الأهداف الإستراتيجية للمنظمة.
- ✓ الرؤية الإستراتيجية للمنظمة: و هي التوصل إلى مضمون رسالة مستهدفة توضح الأعمال و الأنشطة التي تقوم بها المنظمة حالياً، و توضح كيان المنظمة و مكانتها أو وضعها في الوقت الحالي و المستقبلي و تخطيط المسار الإستراتيجي الذي يجب على المنظمة أن تتبناه.

الهوامش و الإحالات:

- 1- بلالي أحمد، "الأهمية الإستراتيجية للتسويق في ظل تحديات بيئة الأعمال الراهنة"، مجلة الباحث، العدد 06، 2008، ص ص 97-98.
- 2- بلالي أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 101.
- 3- طایل مجدي، محمود محمد، "التسويق الإبتكاري كمدخل للتغيير و التطوير بمنظمات الأعمال"، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الإداري الثالث حول إدارة التغيير في العمل الإداري نحو إدارة متغيرة فعالة، السعودية، جدة، 2005، ص ص 310-311.
- 4- طایل مجدي، محمود محمد، مرجع سبق ذكره، ص 311.
- 5- عامر سعيد، "إدارة القرن الواحد و العشرين"، مركز وايت سرفيس للإستشارات و التطوير الإداري، مصر، القاهرة، 1995، ص 278.
- 6- طایل مجدي، محمود محمد، مرجع سبق ذكره، ص 312.
- 7- غالب ياسين سعد، "نظم المعلومات الإدارية"، دار اليازوري العلمية، الأردن، 1998، ص 48.

- 8- Christian Harbulot, « Une nouvelle approche de l'action offensive », école de la guerre économique, revue histoire des armées, 2009, P05.
- 9- Martre Henry, « Intelligence économique et stratégies des entreprises », commissariat général du plan, la documentation française, 1994, P 36.
- 10 - Martre Henry, OP-Cit, P37.
- 11- Marcan Christian, Moinet Nicolas, "L'intelligence économique 4eme édition, Dunod, Paris, 2010, P23.
- 12- Clerc Philippe, « L'intelligence économique : enjeux et perspectives débats et tendance », université Pantheon – Assas, Paris II, 2003, PP324-337.
- 13- زرزار العياشي، مداحي محمد، " واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر و إمكانية دمجه في البرامج التعليمية " كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة سكيكدة، 2015، ص216.
- 14- مزمل علي عثمان، "إختبار أثر عناصر الذكاء الإستراتيجي على فاعلية إتخاذ القرارات- دراسة حالة مؤسسة الشرق للصحافة و النشر المملكة العربية السعودية"، المجلة العربية للعلوم و نشر الأبحاث، مجلة العلوم الاقتصادية و الإدارية و القانونية، العدد01، المجلد 01، مارس 2017، ص 166.
- 15- Revelli Christian, « L'intelligence stratégique sur internet : comment développer des activités de veille et d'intelligence économique sur le web », 4eme édition Dunod, Paris, 2009, P71.
- 16- Marcan Christian, Moinet Nicolas, OP-Cit, P 23.
- 17- Kadri Amina, « Gouvernance et la dimension sociale et culturelle de l'intelligence économique », université d'Alger, CREAD, 2008, P112.