

الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الاقتصادية

أ/ زليخة تفرقنيت - جامعة باتنة..

الملخص:

تعرف المؤسسات تحولات كبيرة بفضل التطوير المتسارع لتكنولوجيات الاتصالات والمعلومات، فأصبح من الضروري البحث عن الأساليب المناسبة لاكتساب المزايا التنافسية، ومن هذه الأساليب الذكاء الاقتصادي الذي يعتمد على الاستغلال الأمثل والفعال للمعلومات والمعارف لتطوير أداء وفاعلية المؤسسات، وهذا ما تلخصه هذه الورقة.

Résumé:

Les organisations connaissent des changements grandes par le développement accéléré des technologies de l'information et de la communication, est devenu nécessaire de rechercher des méthodes appropriées pour obtenir des avantages concurrentiels, parmi ces méthodes d'intelligence économique, qui repose sur l'exploitation optimale et de l'information et de la connaissance efficace pour améliorer les performances et l'efficacité des organisations, et ce sont résumées dans le présent document .

مقدمة

إن التطور المذهل في العالم الآن والتقلبات المستمرة في السوق تحتم على المؤسسات والدول التحرك سريعا وبصفة دائمة لتوحيد استراتيجياتها للثورة المعلوماتية والتكنولوجية واستغلال الفرص الممكنة لذلك باستعمال المعلومات المتزايدة بطريقة صحيحة وفعالة من جمعها وتوزيعها واستغلالها، وهذا ما يسمى بالذكاء الاقتصادي الذي أصبح تحدي فعلي يحتم على المؤسسات تطبيقه ليمد للمؤسسات والدول كذلك مزايا تنافسية مستمرة، وهذا ما سنحاول الإحاطة به في هذا العمل من خلال طرح الإشكالية التالية :

ما هي أهمية الذكاء الاقتصادي في المؤسسة؟

وللإجابة على هذه الإشكالية يتم التطرق في هذه الورقة البحثية إلى العناصر التالية:

تعريف اليقضة والذكاء الاقتصادي ومراحله والتحديات التي تواجهه.
مستويات الذكاء الاقتصادي ومبادئه.
الذكاء الاقتصادي وتنافسية المؤسسة.

أولا: اليقضة في المؤسسة:

وعلى الرغم من تعدد التعاريف للذكاء الاقتصادي والعمل عليه، إلا أنه لم يجد مكانه حقا في المؤسسات إلا في السنوات الأخيرة، وكثيرا ما يخلط بينه وبين اليقضة.

1. تعريف اليقضة: عرف (1992) Francois Jakobiak اليقضة التكنولوجية على أنها "ملاحظة وتحليل المحيط العلمي، التقني، التكنولوجي، والتأثيرات الاقتصادية حاليا ومستقبلا لاستخلاص التطور من المخاطر والفرص ". فاليقضة تعرف كنظام ملاحظة ومراقبة تسمح للمؤسسة بالمساهمة على تطوير التكنولوجيات الجديدة المؤثرة على أنشطتها، اقتناص فرص السوق، وقياس الأخطار، وتحديد مجالات جديدة للنشاط، وتحديد منافسين غير معروفين، ومعرفة العراقيل القانونية والشرعية المرتبطة بأنشطتها، ومعرفة التقنيات والمنتجات والأساليب لحل المشاكل المتسببة من عرقلة الأنشطة....الخ.

2. أنواع اليقضة: تتكون اليقضة من أربعة أنواع هي:

اليقضة التكنولوجية: إن أولى تطبيقات اليقضة كانت في المجال التكنولوجي، فقد طور F. Jakobiak مقارنة نظامية لليقضة التكنولوجية تسمى مقارنة 5w-1H (where ؛when ؛who ؛why ؛what) ⁽¹⁾

اليقضة التكنولوجية تسمى عادة اليقضة العلمية والتكنولوجية بهدف تحديد المفاجآت المرتبطة بالتغيرات التكنولوجية وتراقب المعلومات العلمية (مثل: الأبحاث العلمية والتقنية المدرجة في المخابر)، التقنية (مثل: البراءات)، والتكنولوجية (مثل: إجراءات التصنيع).

اليقضة التنافسية: إن اليقضة التنافسية تهتم خصوصا بالمنافسين الحاليين والمحتملين للمؤسسة، ولها هدف تقييم نقاط قوتها وضعفها لتمتلك القدرة على النقاط الفرص وكذا مواجهة الأخطار.

إن اليقضة التنافسية (مع اليقضة التكنولوجية) هي النوع الأكثر تطورا في المؤسسات، فهي تعطي الفرصة لإنشاء لوحة التحكم التنافسي التي تسمح للمؤسسة بأخذ موقف من المنافسين.

اليقضة التجارية: إن اليقضة التجارية تهتم بعنصرين هامين: السوق (أو العميل) والموردين، من خلال دراسات السوق والمتابعة على المدى الطويل لتغيرات احتياجات العملاء. إن المعلومات المتحصل عليها من خلال عمليات اليقضة التجارية تتقاطع غالبا مع المعلومات المتحصل عليها من اليقضة التنافسية.

اليقضة البيئية: إن اليقضة البيئية تجمع كل الأنواع الأخرى من اليقضة خارج اليقضة (التكنولوجية، التنافسية والتجارية). فهو يسمح للمؤسسة بمراقبة محيطها الثقافي، القانوني، الاجتماعي، السياسي،... الخ، وتسمى أيضا اليقضة الشاملة أو اليقضة الاجتماعية.

اليقضة الإستراتيجية: إن اليقضة الإستراتيجية تجمع بامتدادها في الوقت مختلف الأنشطة المقدمة من كل نوع من أنواع اليقضة (التنافسية، التكنولوجية، التجارية... الخ) وتضمن التنسيق بينها.

فقد عرف Maria SCHULER Humbert et LESCA (1995) اليقضة الإستراتيجية على أنها عرض معلوماتي تستطيع به المؤسسة الكشف والمعالجة لإشارات الأحداث المؤثرة على استمراريتها، فموضوعها يسمح بالحد من عدم التأكد، وخاصة ما تنتجه تغيرات محيطها الاقتصادي والتكنولوجي.⁽²⁾

3. الفرق بين اليقضة والذكاء الاقتصادي: لتوضيح الفرق نوضح خصائص كل منهما من خلال الجدول التالي بمقارنة بين المصطلحين (الذكاء واليقضة). لمعرفة مجال عمل كل منهما.

جدول(02): مقارنة بين اليقضة والذكاء الاقتصادي⁽³⁾:

اليقضة	الذكاء الاقتصادي
من المعلومة تأتي الإستراتيجية	من الإستراتيجية يأتي الحاجة للمعلومة
جمع أقصى كمية من المعلومات الممكنة	البحث عن أدنى المعلومات المهمة
امتلاك المعرفة	المساعدة على اتخاذ القرار
البحث عن الشمولية حول موضوع معطى	فحص عينة من المعلومات
تراكم المعلومات	تحضير المعلومات
المعطيات (كثير من المعلومات للبيضاء والمكررة)	استعلامات (معلومات رمادية ومتعددة)
المعلومات لها خصائص ثنائية	المعلومات لها خصائص حركية
تقنيات للملاحظة والمشاركة	وضعية إستراتيجية وهجومية قانونية
مقاربة مبعثرة ومركزية الجهود	مقاربة غير مباشرة وتقييم الجهد
تحدي المؤسسة	تحدي القطاع أو فائدة وطنية

إن اليقضة التكنولوجية هي الخطوة الأولى للذكاء الاقتصادي، إذ يركز الذكاء الاقتصادي على المعلومات التقنية: الملكية الصناعية والفكرية غير المادية، البحوث، المنتجات، المعايير،... بالإضافة إلى القطاعات المتأثرة مباشرة باليقضة التكنولوجية كالمعلومات حول المنافسين، المنتجات، الأسواق، الزبائن، الموردين، القوانين، تغيير أنماط التسيير والتنظيم، المسائل المالية والسياسة العامة. هذه كلها متضمنة في مفهوم الذكاء الاقتصادي.

وخلاصة لذلك يمكن أن يتم تعريف اليقضة على أنها جمع المعلومات، وتحليلها، ونشرها داخل المؤسسة، أي بمعنى جمع المعلومات (البيضاء)، لوضعها تحت تصرف صناع القرار في المؤسسة، المعلومات البيضاء تعني معلومات عامة، ويمكن الوصول إليها، ولا تخضع لأي أمنية خاصة، وهي تختلف عن الرمادية التي لا يتم الإعلان عنها، وتوجد بطريقة غير مباشرة ولكنها قانونية، والمعلومات السوداء التي هي موضع إجراءات أمنية مشددة وتوجد عن طريق التجسس الصناعي، والعمل على تأثيرها وهذا يمثل الجانب الهجومي للذكاء الاقتصادي.

أما الذكاء الاقتصادي فيتجاوز هذا كله؛ فهو تقييم لمهارة عملية لحماية المعلومات، تسيير المعلومات، وتوجيه معاني المعلومات، وحماية الثروة المعلوماتية وعملية الأمن الاقتصادي التي تمثل الجانب الدفاعي لهذه العملية، وتكامل هاتين

العمليتين (الهجومية والدفاعية) هو ما سمح للذكاء الاقتصادي أن يتجاوز اليقضة ويصبح سلاحاً فعالاً في المؤسسة لمواجهة التحديات الاقتصادية الجديدة

ثانياً: تعريف الذكاء الاقتصادي:

استخدم مصطلح الذكاء الاقتصادي لأول مرة رسمياً في فرنسا في فيفري 1992، وهذا في تقرير "Martre" في إطار الذكاء الاقتصادي وإستراتيجية المؤسسات، وقد قدم التعريف التالي: «الذكاء الاقتصادي يعرف على أنه مجموعة الأنشطة المترابطة للبحث والمعالجة والتوزيع، ومن ثم الاستغلال المهم للمعلومات للمتعاملين الاقتصاديين»⁽⁴⁾.

وفي سنة (1994) قدم التقرير نفسه Martre التعريف التالي: الذكاء الاقتصادي هو مجموع الأنشطة المرتبطة من بحث، معالجة، توزيع، واستغلال المعلومات المفيدة للعاملين الاقتصاديين المتحصل عليها في الظروف المثلى من الجودة، الأجل والتكاليف.

هذا التعريف يسمح بتقديم الأنشطة الأساسية التالية: تحديد العاملين / متخذي القرار؛ تحديد الاحتياجات (الحقيقية والمحتملة)؛ تتبع المعلومات المتعلقة والمفيدة؛ توزيع المعلومات في الوقت المناسب.

ويعرف بارنارد بوسون وبون كلودبوسان (Bessonnet Pollin) 1996 الذكاء الاقتصادي على أنه: "القدرة على إيجاد الإجابات على الأسئلة بالكشف عن الذكاء بين المعلومات المخزنة ذات الأولوية، والمؤسسة تسخر بذلك كل الوسائل التي تخلق الفرص وتتجنب التهديدات"⁽⁵⁾.

من هذه التعاريف يمكن تعريف الذكاء الاقتصادي على أنه "مجموعة من المفاهيم، الأساليب، والأدوات، التي توحد كل الأنشطة المتناسقة للبحث، الاكتساب، المعالجة، تخزين، نشر المعلومات المتعلقة بالمؤسسات أو بالأفراد أو بالشبكات، من خلال إستراتيجية مشتركة." هذه العمليات المنسقة، الدائمة، والمتكررة والتي تؤدي إلى تغييرات مهمة في السلوك الفردي والجماعي ويؤدي إلى تحويل في آليات اتخاذ القرار.

ثالثاً: تحديات الذكاء الاقتصادي:

تتعلق العملية من مفهوم التساؤل عن ماذا يعود به الذكاء الاقتصادي للمؤسسة أو الدولة؟ والإجابة عليه تدور حول تحليل التحديات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية⁽⁶⁾.

1- **التحديات السياسية:** مراقبة البيئة الخاصة بالأعمال التجارية من أجل الحصول على استخدام المعلومات المتعلقة بالأحداث والاتجاهات في البيئة الخارجية لهذه المؤسسات ويتم ذلك بناء على قرارات قادة الأعمال التجارية بمساعدة منظماتهم مثلاً الذكاء الاقتصادي في اليابان مبني على تعبئة النخب اليابانية ووضع رؤية وقائية للحفاظ على استغلال اليابان لمواجهة الاحتياجات التجارية للسلطات الغربية، أما فرنسا فالذكاء الاقتصادي يستخدم من أجل تعزيز التنمية الاقتصادية حيث تتنافس فرنسا مع الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الديمقراطيات الغربية عن طريق استخدام الدوائر السرية من أجل تعزيز مصالحها الاقتصادية.

2- **التحديات الاقتصادية:** هو التمييز بين الذكاء الاقتصادي في شكل التكنولوجيا المباشرة وغير المباشرة، و يبدو ذلك من ترايد براءات الاختراع التي تظهر من زيادة معدلات نقل التكنولوجيا عن طريق سلسلة البحوث والتطوير والإنتاج.

واستخدام الذكاء الاقتصادي المكتسب خارج التعزيز الأمني يحد من القدرة التنافسية للمؤسسات العملية بشكل مستمر وفي الواقع فالأمن الاقتصادي هو جزء لا يتجزأ من الأمن القومي. إن الأمن يشجع الحكومات على دعم الشركات في سعيها للحصول على القدرة التنافسية والدفاع عن المصلحة الوطنية، كما يجب على الحكومات تقديم يد المساعدة في مجال التعليم، وتعليم مدراء الأعمال التجارية مع استخدام الذكاء الاقتصادي لتعزيز القوة الاقتصادية في مجال الإدارة مع دعم القطاع الخاص الذي لا يقل أهمية، للوصول إلى حجم المعلومات الكبيرة عن التجارة الدولية. مثلاً الولايات المتحدة تستخدم الذكاء الاقتصادي في تعزيز قدرة المؤسسات على المنافسة في السوق العالمية، مع مواجهة التحديات المتمثلة في مكافحة التجسس الذي يهدد المؤسسات ويعتبر السبب الرئيسي في الجهات الفاعلة في مجتمع الذكاء الاقتصادي للولايات المتحدة.

3 - **التحديات التكنولوجية:** يبدو واضحاً من خلال المنافسة الدولية المتزايدة ذات الشراسة في مجال الممتلكات في إطار الجوانب الصناعية (براءات الاختراع والعلامات التجارية، والتصميمات والإنسان، حقوق الطبع والنشر، والتكنولوجيا، برامج الحماية، نقل التكنولوجيا، براءات الترخيص، قانون المنافسة... الخ).

رابعاً: دورة الذكاء الاقتصادي:

إذا ما تم تحديد جميع الأهداف، تتوجه كل المهام إلى جمع، تخزين، تحليل المعلومات بمساعدة المستعمل لاتخاذ القرار النهائي. هذا يعني تحويل

كتلة من البيانات (المتاحة على عدة أشكال، وغالبا غير منظمة والتي تم جمعها من خلال قنوات مختلفة) إلى معلومات، ومن ثم إلى معرفة. فأساليب وأدوات الذكاء الاقتصادي تسمح بالتأكد من صحة البيانات التي تم جمعها (من مختلف المصادر والتي يعتقد بأنها موثوق بها) وتصنيفها إلى مجموعة مترابطة من المعلومات ثم تكييفها حسب حاجة المؤسسة واحتياجاتها. تتلخص أهم مراحل للذكاء الاقتصادي في أربعة (7) هي: الاحتياجات من المعلومات؛ البحث عن المعلومات؛ تحليل المعلومات؛ توزيع المعلومات.

1. الاحتياجات من المعلومات: لتمكين المؤسسة من تقييم احتياجاتها من المعلومات ضمن عملية الذكاء الاقتصادي يجلب تحديد نوع المعلومات اللازمة والمتمثلة في المعلومات التي جمعها بشكل مستمر لأهميتها الكبيرة لتنمية استراتيجية المؤسسة، أو معلومات لتلبية احتياجات معينة لمواجهة مشكلة أو أمر ما في المؤسسة. فالمؤسسة يجب أن تفكر في كيفية توفير المعلومات الأساسية في الوقت المناسب للموظفين على كل مستويات الهيكل التنظيمي بدل الاعتماد على الصدفة أو الحصول عليها في وقت متأخر لاستخدامها (8).

ولأهمية هذه المرحلة في عملية الذكاء الاقتصادي تلجأ المؤسسة إلى تحديد حقل المراقبة (اليقظة) لمحيطها، فيؤكد F.Jakobiak (2006) هذه الفكرة حيث يقول: "بالنسبة لليقظة التكنولوجية والتنافسية والذكاء الاقتصادي، يعتبر من الوهم ومن المستحيل مراقبة كل شيء، ومعرفة كل شيء، وإدراك كل شيء، واستغلال كل شيء، بل يجب القيام بعملية تنقية واختيار للمعلومات (9).

ومن جهته يعتبر Medef (2005) أنه على المؤسسة أن تحدد الرهانات بشكل دقيق من أجل تحديد احتياجاتها من المعلومات بشكل أدق، فعليه من الضروري تحديد ما هو مهم حقيقة للمؤسسة، فالتعبير الواضح للاحتياجات يسمح بالتوجيه وبسهولة أكثر لمرحلتين الجمع والمعالجة (10).

2. البحث والجمع للمعلومات: يقترح في هذا الصدد Lesca (1995) مفهوم تعقب المعلومات ويعرفه على أنه: "عملية مستمرة مع الوقت تركز على البحث الحيوي للمعلومات ذات الطابع التنبؤي، يقوم بها "المتعقبون"؛ وهم أشخاص لهم مهمة المضي قدما نحو المعلومات التي توفرها اليقظة الاستراتيجية، والتعقب يركز أولا على اقتناص المعلومات، ثم ثانيا تعبئة المعلومات بفعالية، أي إرسال معلومات اليقظة الاستراتيجية إلى الشخص المكلف بتخزينها" (11).

وتكمن المعلومات في المصادر الرسمية كالانترنت وقواعد البيانات، ومصادر تقليدية كالكتب والدراسات والمؤتمرات... الخ.

3. تحليل المعلومات: ترتبط عملية التحليل بالمستعمل النهائي الذي يلبي احتياجات محددة، فصناع القرار يرغبون بتقديم تحليل هادف ودلائل وتوصيات بدلا من كمية كبيرة من المعلومات وهي غير معالجة، فإذا كان التحليل مرحلة مهمة جدا من عملية الذكاء الاقتصادي فهو أيضا عملية حساسة جدا، فعادة ما تقضي المؤسسات القليل من الوقت في التحليل لأن الكثير من الأحيان لا يعرفون كيف يتم ذلك، وعموما فإن عملية التحليل تخضع لمرحلتين: مرحلة التحقق من صحة المعلومات وهي ضمان ملائمة ودقة البيانات، فيجب أن تكون متطابقة مع الاحتياجات من المعلومات، وتقدم قيمة عند تفعيلها، ومرحلة استخدام المعلومات لإنتاج المعرف (تطوير المعلومات) فبعد تحديد نوعية المعلومات يجب تحديد قيمة الاستغلال بالأساليب التحليلية التي تهدف إلى تحويل حجم المعلومات الخام المجمعة إلى معارف ثم إلى ذكاء، وأهم أساليب التحليل؛ تحليل القوى الخمس لبورتر، وتحليل swot (القوى، الضعف، الفرص، والتهديدات) التي تساعد على تحديد استراتيجية المؤسسة.

4. توزيع المعلومات: يتم في هذه المرحلة معالجة التساؤل الكبير حول توزيع المعلومات ليتم عرض أفضل الحلول للمؤسسات لإدماج الذكاء الاقتصادي، بتجاوز المشكلة المرتبطة بانفتاح المؤسسة على محيطها وتقديم أفضل الطرق لإدارة حماية الأفكار، فالمهم في المعلومات والمعارف أنها تكون متاحة ومتوفرة لكل من يحتاجها في الوقت الذي يحتاجها فيه.

وهذا ما يقودنا إلى عنصر مهم يجمع كل هذه المراحل وهو أمن المعلومات.

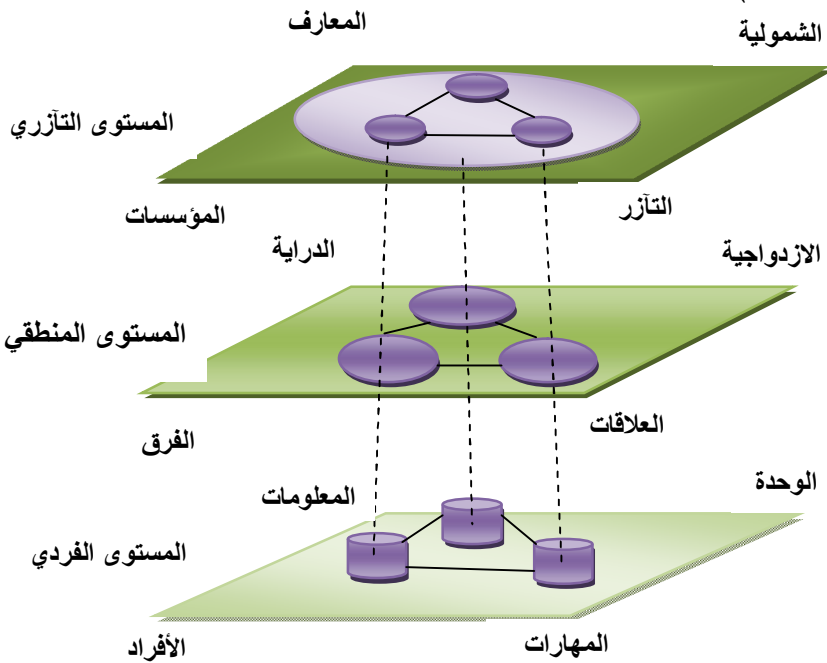
أمن المعلومات: إن أمن المعلومات يعني الإجراءات المتخذة لضمان وصول المعلومات للأشخاص المصرح لهم فقط (ومنهم من يستطيع الاطلاع عليها فقط، ومنهم من له صلاحية تعديلها أو حذفها) وذلك يتطلب إجراءات معينة وخبرة ومهارات ومعرفة بطرق حماية المعلومات، فأمن المعلومات له ثلاثة أبعاد وهي سرية المعلومات، وسلامتها، وتوفرها ⁽¹²⁾. فسرية المعلومات تشمل كل التدابير اللازمة لمنع اطلاع غير المصرح لهم على المعلومات الحساسة أو السرية، كالموقف المالي قبل إعلانه؛ وسلامة المعلومات، فخلافا للبعد الأول فهي لا تعني المحافظة على سرية المعلومات، بل تهتم باتخاذ التدابير اللازمة لحماية المعلومات من التغيير، أما البعد الثالث المتمثل في توفر المعلومات (ضمان وصول المعلومات) وبالرغم من أهمية سرية المعلومات

وسلامتها، ولكن تبقى المعلومات غير ذات قيمة إذا كان من يحق له الاطلاع عليها لا يمكنه الوصول إليها، أو الوصول إليها يحتاج إلى وقت طويل

خامسا: النموذج الفوقي (مستويات) للذكاء الاقتصادي:

إن نموذج الذكاء الاقتصادي كنظام معقد يمثل النموذج المقدم من طرف Schwartz (1994) ويتمثل في ثلاثة مستويات يلخصها الرسم (02):

الشكل (2): النموذج الفوقي للذكاء الاقتصادي (من نموذج Schwartz)⁽¹³⁾



فالمستوى الفردي يضع في المقدمة الجانب البشري والتقني؛ فالأفراد يظهرون بمهاراتهم من خلال الاستغلال الأمثل للمناهج والوسائل التي تنتج بها المعلومات داخل المؤسسة؛ وفي هذه المرحلة الذكاء الاقتصادي يبرز على أنه عامل تطوير مجالات المهارات الفردية.

والمستوى المنطقي (العلائقي) يتميز بازدواجية التفاعل بين الأفراد أو فرق العمل، هذه التفاعلات التي تعالج تدفقات المعلومات لنتج معارف خاصة بالمؤسسة، أين الذكاء الاقتصادي في هذا المستوى يكشف نظام هيكلي يقدر ويقيم ذاتية المؤسسة في بناء معارفها.

أما المستوى التآزري (synergique) الذي يُظهر ذكاء شامل داخل المؤسسة، أين المعلومات لها قيمة في إنتاج المعارف، هذه المعارف متضمنة في عملية تطور المؤسسة، والتآزر يبرز من المهارات ومن الثقافة الجماعية، فالذكاء الاقتصادي في هذه المرحلة هو عامل تطور لتعريف المؤسسة وثقافتها.

سادسا: المبادئ الأساسية للذكاء الاقتصادي.

يعتمد الذكاء الاقتصادي على المبادئ التالية⁽¹⁴⁾:

القانونية: الذكاء الاقتصادي يعمل في إطار قانوني ويستعمل آداب 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 الاقتصاديين؛

الاستمرارية: الذكاء الاقتصادي هو نشاط مستمر، دائم ومستديم فهو يجيب التساؤل الجذري لاحتياجات المؤسسة من المعلومات، وفي هذا الإطار الذكاء الاقتصادي يعني الاستراتيجية الدائمة للمؤسسة؛

التآزر: فهو يعني التسيير الشامل والعقلاني للمهارات الداخلية وكذا الخارجية للمؤسسة، وهذا ما يسمى بالذكاء الجماعي؛

الإستشراف والتفاعل: إن الذكاء الاقتصادي يأخذ بالحسبان بالإشارات الضعيفة وكل المؤشرات للكشف عن الفرص والتهديدات، فهو يقلل من حالات عدم التأكد، ويشجع التفاعلات المثلى، إذ يسمح بإيجاد الحلول العملية بالمشاركة (روح المبادرة السباقية)، ويؤثر على المحيط الاجتماعي والتنافسي (التفاعل).

الحركية الدائمة: يتموقع الذكاء الاقتصادي داخل منظومة تعليمية مستمرة تقبل الجديد، وتشجع الإلهام بالتقليد القانوني (مقارنة الأداء) والتكيف الثقافي، فهذه الحركة الدائمة تعزز من التخلص من متلازمة (لم تخرع هنا) التي أطلقها (Achard et Bernard 1998)⁽¹⁵⁾؛

الانتقاد: الذكاء الاقتصادي يحمل نظرة انتقادية للمعلومات، وهذا بالشك المستمر والتحليل النظامي للتأكد من صحة المعلومات وماهيتها قبل استغلالها لأهداف عملية؛

المراوغة القانونية: إذ هو يفضل تطوير شبكات تبادل المعلومات من خلال تسيير ديناميكي للثنائية (تعاون، منافسة)، فهو يفضل الاستراتيجية الالتفافية على استراتيجية المواجهة.

سابعاً: دور الذكاء الاقتصادي في تنافسية المؤسسة:

إن قدرة المؤسسة على فهم محيطها، وتوقع التغيرات المحتملة، هي بلا شك عوامل للقدرة التنافسية والنمو للمؤسسات.

وهذه المقاربة الجديدة للمنافسة الاقتصادية تتطلب إدارة للمعرفة بشكل شامل، والذكاء الاقتصادي يعتبر طريقة جديدة للإدارة تعتمد على التسيير الأمثل للمعلومات، ويمكن أن تلخص فائدة الذكاء الاقتصادي على مستوى التنافسية في العناصر التالية⁽¹⁶⁾:

التسيير الأمثل للمعلومات: إن التنافسية تعتمد حالياً على إدارة المعلومات لتسهيل المواجهة لمعوقات السوق، حيث المعلومات تحتاج إلى تخزين ومعالجة وتحليل وتوزيع إلى أصحابها، فكل هذه العمليات إذا ما سيرت بطريقة مثلى قدمت نتائج مهمة لتحسين وضعية المؤسسة وجعلها في مستوى المؤسسات الرائدة.

التكيف مع التغيير: في الاقتصاد التقليدي تكون التغيرات نادرة وبوتيرة بطيئة، ولكن العولمة دفعت بكل الفاعلين الاقتصاديين إلى التساؤل وباستمرار حول عملياتهم لتظل في مستوى المنافسة. والحاجة للتغيير مستمرة وترافق جميع أوجه نشاط المؤسسة، وتزداد بنمو وتعقيد المؤسسة لا سيما وأنها تتعامل مع بيئة وأنظمة مفتوحة، مما يتطلب منها ضرورة التكيف المستمر، والمؤسسة القوية هي التي تأخذ بالحسبان أثرها على المحيط أيضاً، حتى لا تصبح مستجيبة فقط، من أجل أن تحقق بهذا التغيير هدف الاستمرار والبقاء وهدف التكيف والتأقلم، وبالتالي تحقيق مزايا تنافسية متجددة ومستدامة.

نقل المهارات: بالرغم من أن التكنولوجيات الجديدة للاتصالات والمعلومات تسمح باستخراج كمية كبيرة من المعلومات، لكن نقلها إلى معرفة ودراية يكون من خلال التدريب أو التعاون مع الخبراء والمختصين، فنقل المهارات يمثل عامل رئيسي للقدرة التنافسية للمؤسسة. وهو عملية نشطة تغير كثيراً استراتيجية الوحدة المستقبلية أو عملياتها. ويجب أن يكون مستقبل التغيير محدداً وقابلاً للتمييز⁽¹⁷⁾. غير أن نقل المهارات لا يحدث عن طريق الصدفة. فعلى المؤسسة إعادة تعيين موظفين على مستوى عال، كما أن مشاركة الإدارة العليا ومساندتها في نقل المهارات تعتبر أمراً أساسياً. فقد فشلت العديد من المؤسسات في مجال نقل المهارات لأنها لم توفر أي حافز لوحدات مشاريعها للمشاركة.

خاتمة:

بعد بيان ماهية الذكاء الاقتصادي وأهميته ومبادئه ودوره في تحقيق مزايا تنافسية، في محيط يتسم بالتطورات التكنولوجية الهائلة، فمن الضروري على المؤسسات (الجزائرية خصوصا) التفكير الجدي في طرق وأنماط ووسائل لوضع خلايا ووحدات للذكاء الاقتصادي مع تبني ثقافة التغيير والإبداع، مما يعطي للمتعاملين الاقتصاديين والمسيرين دراية كاملة بكل ما هو ذكاء اقتصادي، للحد من اتخاذ القرارات العشوائية بفضل رؤية أوضح، والتحكم الفعال في المؤسسة واستقطاب المزايا التنافسية، لضمان تموقع أفضل على المستوى العالمي.

الهوامش:

- 1.François Jakobiak: l'intelligence économique;la comprendre;l'implanter; l'utiliser, éd organisation;France; 2006;p82.
- 2.Eric David : de la veille à l'intelligence économique; (www.megalis.fr.st2009).
- 3.Chitih Abdelkader: Le rôle de L'intelligence économique dans le développement stratégique d' une entreprise , Mangement , université de Laghouat ,2005, p 36
- 4.P. Guicharday: l'infoguerre, stratégie- intelligence économique pour les entreprises, Dunod, 1999, p 7.
- 5.Frédérique Peguiron : Thèse application délit-élans un système d'information, thèse pour d'obtention du Doctorat, l'université Nancy2, directeur : Odile Thierry, 2006, p27
- 6.P. Guicharday: l'infoguerre, stratégie- intelligence économique pour les entreprises, Dunod, 1999, p 7.
7. Idetra, l'intelligence économique un guide pour debutants et particiens, Meta group,Madrid, 2003,p26
- 8.ibid,p30
- 9.F.Jakobiak.op.cit; p 90.
10. Medef, guide pratique : intelligence économique et PME, Mars 2005;p25.
11. humbert Lesca , Veille Stratégique : passage de la notion du signal d'alerte à la notion d'alerte précoce, colloque veille stratégique, scientifique et technologique (Vsst), Barcelone 2001;10.
- 12.خالد بن سليمان الغنبر؛ محمد بن عبد الله القحطاني: أمن المعلومات بلغة مبسرة، مركز التميز لأمن المعلومات، جامعة الملك سعود. الرياض، 2009، ص. 23.
- 13.franck.B: pour une culture de l'information dans les pme et pmi: un modele incremental d'IE; these de doctorat; U Toulan; 2002, p 239.
- 14.Franck Bulinge: pour une culturede l'information dans les petites et les moyennes organisation; these de doctorat; U de toulon;2002; p240.
15. ibid. p241.
- 16.Georges Mykoniatis: Intelligence Economique, levier de compétitivité des entreprises et des economies; www.Narahida.fr/ie. p14.
17. محمد عصام الدين: مفاهيم استراتيجيات الشركات، <http://www.abah.co.ukl> ، 2014 .