

الذكاء الاقتصادي عامل أساسي للإبداع والمنافسة (اليابان وأمريكا وفرنسا كنموذج)

م.م. سمية محمود نجم الدين
كلية التجارة – جامعة السليمانية
السليمانية – كردستان - العراق

م.م. زيان محمد احمد
كلية التجارة – جامعة السليمانية
السليمانية - كردستان - العراق

م.م. خوشي عثمان عبداللطيف
كلية التجارة – جامعة السليمانية
السليمانية - كردستان - العراق

الخلاصة

ما يمكن أن نقوله هو أنه مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة الانترنت لم يعد التحدي يتمثل في توفير المعلومة وإنما في سرعة الوصول إليها وكيفية هيكلة هذه المعلومات وتحليلها وإثرائها بحيث تساعد في معرفة الفرص والتهديدات وكيفية حل المشاكل والوقاية منها وتطوير أساليب العمل في وقت وجيز، أي أنها تساعد على اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب وبالشكل المناسب وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية، ويفترض نظام الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بأساليب إدارة المشاريع والمهارات وكذلك المعرفة الجيدة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال. وتجدر الإشارة إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة طورت ثقافة مراقبة الأسواق حيث تجري اجتماعات حول موضوع التنافس، أما على مستوى الدولة فيسمح استعمال الذكاء الاقتصادي في السياسة العامة بتطوير سوق العمل وخلق التنافس في ميدان البحث والتطوير والحث على النباهة من خلال ممارسة البقطة التكنولوجية ومراقبة وحراسة المنافس بحسب إطرادات الشركات بالحد من تسرب وسرقة المعلومات الخطيرة والهامة. ولهذا فانه من المهم على الدول العربية عامة أن تعتمد كسياسة عامة حقيقتية يتم تحديدها بمشاركة باقي المتدخلين والمتعاملين الاقتصاديين وكذلك إدراجه في البرامج الدراسية حتى تكون قادرة على حماية التصدي لأي خطر.

Economic Intelligence is the Key Factor for Innovation and Competition (Japan, USA and France as a model)

Khoshi O. Abdulatif
College of Comrece
Sulaimani Univesity
Suamimaniya – Kurdistan -Iraq

zhyan M. Ahmed
College of Commerce
Sulaimani Univesity
Suamimaniya – Kurdistan -Iraq

Sumayia M. Anjmuldeen
College of Commerce
Sulaimani Univesity
Suamimaniya – Kurdistan -Iraq

ABSTRACT

In conclusion we can say is that with the development of information and communication technologies, especially the Internet is no longer the challenge is to provide the information, but in accessible and hands as a restructuring of the speed of this information, analyze and enrich so that helps to know the opportunities and threats and hands as problem-solving and Prevention (CDC) and the development of methods of work in a short time, that is, it helps to make the appropriate decisions at the right time and properly, and thus achieve a competitive advantage, presumably system of economic intelligence a good knowledge of the methods of project management and skills as well as good in the field of information and communication technologies knowledge. It should be noted that small and medium-sized enterprises have developed a culture of monitoring markets where meetings take place on the theme of the competition, but at the state level Allowed the use of intelligence in the economic policy to develop the labor market and create competition in the field of research and development and urge the gumption through the exercise of technological vigilance and monitoring and guarding the opponent's Bhas frames companies wary of leaks and theft of dangerous and important information. That is why it is important to Arab countries in general to adopt a general policy true to be determined with the participation of the rest of the actors and Almtaamln two economies as well as the inclusion in the curriculum in order to be able to protect addressing any risk.

المقدمة

إن تسارع التغيرات الاقتصادية و اختلال موازين القوى أدى إلى ازدياد الطلب على المعلومات ، حيث أن مدة حياة المنتجات تنقلص و التقنيات الحديثة تتطور بسرعة أكبر والمنافسة تزداد حدة في إطار سوق عالمية، كما أصبحت المعلومة تدخل في صميم الحياة اليومية و الشخصية و المهنية، فبالنسبة للشركات فإن الشيء الذي يحدث الفرق بينها و بين غيرها هو قدرتها على إدماج الأحداث الخارجية و التصدي لها وقدرتها على تلقي إشارات وتحليلها قبل غيرها وهذه المهارات هي القيمة التنافسية لها،ولهذا تضطر المؤسسات إلى إدماج ما يسمى بالذكاء الاقتصادي في استراتيجياتها، كما يعرف أيضا بالفرنسة (الاستخبارات التنافسية) او (الذكاء). حيث ان تحليل وتنظيم المعلومة اصبح اكثر اهمية من حيث :

1- معرفة الاسواق وتقسيماتها ومدى تفتحاتها على العالم وظروف عملها.

2- معرفة المنافسة.

3 - التكنولوجيا والابداعات.

ان مدير القرن الحادي والعشرين يجب ان يكون تقني. (تاجر- رجل قانون منظم واستراتيجي) كالجندي في ساحة الحرب والتي لاتعترف بالتخصص في الدفاع بل تعتمد على الاستقدام للمعلومات دور هام في جميع مراحل تطور المنظمة. فلا يمكن لها مهما كان نشاطها ان تتطور او حتى تحافظ على وجودها اذا كانت تجهل المعلومات خاصة ببيئتها فان الامر تطلب فهم المحيط الذي يتسع ويتعد باستمرار. ففي هذا الاطار تعتبر المعلومة مادة اولية اساسية للاقتصاد لاتخاذ القرار الصائب فالذكاء الاقتصادي يعمل على ايجاد المعلومة المفيدة باقل تكلفة يحللها ويضعها تحت تصرف المقررين في الوقت المناسب وبالتالي فهو عامل اساسي للمنافسة.

اهمية البحث

تحديد المعلومة المفيدة للاقتصاديين لصياغة إستراتيجياتهم وتطوير منتج جديد للاستثمار في سوق جديد وإيجاد المعلومة المفيدة باقل تكلفة ويضعها تحت تصرف المقررين في المنظمة في الوقت المناسب كذلك تحديد دور اليقظة والمراقبة المنظمة لمختلف القطاعات التي تحيط بالمنظمة من اجل تطويرها ونموها. ويجب ان تكون المراقبة مستمرة لها.

وتبرز اهميته في تحديد مصادر الحصول على المعلومة واستغلال الكم المتنوع من المعلومات التي تواجهها باستمرار لمحاولة التأثير على هذا النسيج المعقد من المعلومات.

مشكلة البحث

يؤدي تسارع التغيرات الاقتصادية الى ازدياد الطلب على المعلومات حيث ان مدة حياة المنتجات تنقلص والتقنيات الحديثة تتطور بسرعة اكبر والمنافسة تزداد حدة في إطار سوق عالمية، ويمكن القول ان الذكاء الاقتصادي من بين اهم وسائل الاقتصاد المفتوح والمعلوم الذي يشهد تغييرات جذيرة من خلال التكنولوجيات والمعلومات والاتصالات التي تستطيع منظمة الاعمال ان تبذل فية تحتاج الى معلومات اكيدة كاملة وقابلة للاستغلال.

هدف البحث

يهدف البحث الى مناقشة مراحل الحصول على المعلومة المفيدة للاعوان والمتدخلين الاقتصاديين لصياغة قراراتهم الصائبة وفهم المحيط الذي يتسع ويتعد باستمرار واعتبار المعلومة مادة اولية اساسية للادارة الجيدة للمنظمة.

فرضية البحث

يفترض البحث ان الذكاء الاقتصادي يعمل على إيجاد المعلومة المفيدة باقل تكلفة يحلها ويضعها تحت تصرف المقررين في المنظمة في الوقت المناسب وبالتالي فهو عامل اساسي للمنافسة.

منهج البحث

اعتمد البحث في منهجيته اسلوب التحليل النظري والوصفي من خلال دراسة نظرية في كيفية الحصول على المعلومة المفيدة في الوقت المناسب ووصفها امام الاقتصاديين بغية اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب ومن ثم التعرف على النتائج التي تم التوصل اليها ووصولاً لتحقيق اهداف البحث فقد تم تقسيمه الى ثلاثة مباحث وكمايلي:

المبحث الاول:- ماهية الذكاء الاقتصادي : - تعريف الذكاء الاقتصادي - التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي - عناصر الذكاء الاقتصادي - خصائص الذكاء الاقتصادي. - مراحل الذكاء الاقتصادي.

المبحث الثاني:- نماذج الذكاء الاقتصادي في العالم : 1- النظام الياباني 2 - النظام الأمريكي 3 - النظام الفرنسي .

المبحث الثالث:- الذكاء الاقتصادي اداة مميزة للإبداع والمنافسة : - الذكاء الاقتصادي كوسيلة حوار بين المنظمة ومحيطها - المعلومة والابداع . - الإدارة الإستراتيجية للمعلومة أداة مميزة للإبداع . - الذكاء الاقتصادي والمعلومة الاستراتيجية .

المبحث الاول

ماهية الذكاء الاقتصادي

يعتبر مصطلح الذكاء الاقتصادي من المصطلحات التي ظهرت كنتيجة لظهور اقتصاد المعرفة وسوف نتعرض ببعض من التفصيل إلى بعض تعاريفه ، نشأته ، خصائصه ومراحل.

اولاً: تعريف الذكاء الاقتصادي

أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي كان سنة 1994م مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا، حيث تم تعريفه على أنه مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة و بث المعلومة المفيدة للأعوان و المتدخلين الاقتصاديين لصياغة إستراتيجياتهم .

و نظرا لضرورة اعتماد مدير المنظمة لإستراتيجية تطوير منتج جديد، الاستثمار في سوق جديد، تحسين المردودية ، معرفة منافسيه ، أخذ القرار الصائب في الوقت المناسب... الخ ، فإن الأمر يتطلب فهم المحيط الذي يتسع ويتعد باستمرار، ففي هذا الإطار تعتبر المعلومة مادة أولية أساسية للإدارة الجيدة للمنظمة. كما يعرف الذكاء الاقتصادي على أنه "مجموعة من الوسائل البشرية و التقنية التي تم وضعها للوصول إلى تطور مؤسسة اقتصادية ما، ويتعداه حتى يشمل اقتصاد بلد.

ان الذكاء الاقتصادي بعبارة أخرى يهتم بكل مايجري ويفعل في الاسواق ، إنه نظام كامل تتوحد فيه التقنيات والكفاءات البشرية، إن التحدي المفروض اليوم هو الوصول إلى المعلومة الصحيحة وليس التقريبية قبل الآخرين، لأنها تساعد على حل المشاكل و الوفاية بأخذ القرارات المناسبة وسبق المنافس وتطور أساليب العمل والمنتوج في وقت وجزء وبالتالي فهو عامل اساسي للمنافسة. سنة : 2005 وقد عرفه ثالان جوليت المسؤول الاعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا

(أنه يشتمل على السيطرة و حماية المعلومة الإستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الاقتصادي، الأمن الاقتصادي، أمن المؤسسات، تعزيز سياسة التأثير) ، و إن المعلومة الإستراتيجية هي: كل المعلومات التي يمكن أن تكون ذات فائدة لمشاريع المنظمة و تتميز هذه المعلومات بأنها تخص مجالات متعددة و لا يمكن تجزئتها و بالاعتماد عليها بشكل متكامل تحدد المنظمة نشاطها و محاور تطورها⁽¹⁾.

وهناك خلط كبير بينه وبين اليقظة الاقتصادية حيث أن الخط الفاصل بين المفهومين لأيزال غير محدد بشكل واضح المعالم، وهذا بلاشك يعود إلى أن ترجمة مصطلح الذكاء من اللغة الإنجليزية معناه يختلف عن معنى نفس المصطلح في اللغة الفرنسية، ففي المعاجم الإنجليزية يقصد بالذكاء التخابر والاستخبار (وهو مختلف عن معناه في اللغة الفرنسية الذي لا يختلف معناه في اللغة العربية. فعندما نقول (Economic Intelligency) فالمقصود به الاستخبار الاقتصادي.

حالياً يوجد مدخلان يمتازان في تحديد طبيعة العلاقة بين الذكاء الاقتصادي واليقظة هما :

المدخل الأول: وهو يعتبر اليقظة كمرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي وهي تهتم في مضمونها برصد محيط المؤسسة المحيط التنافسي التكنولوجي، التجاري، القانوني... إلخ (وهي عملية منظمة ومستمرة متكررة بغرض البقاء على علم بكل المستجدات في القطاع الذي تشغله المؤسسة، وتنتهي هذه العملية بتحصيل وتحليل ونشر المعلومات)، أما الذكاء الاقتصادي فهو أشمل إذ يتضمن إضافة إلى نتائج العملية السابقة اليقظة (القيام بترجمة هذه المعلومات كمؤشرات لاتخاذ القرارات الإستراتيجية والمانورات التكتيكية بما يخدم اهداف المؤسسة).

المدخل الثاني: وهو عكس الاتجاه الأول حيث تبنى التعارض بين المفهومين حيث يعتبر إن اليقظة الاقتصادية هي رد الفعل أما الذكاء الاقتصادي فهو الفعل⁽²⁾.

ثانياً: التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي

ان فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة و لاسيما ظهور اقتصاد السوق فان (فراند براودل) في العُد من الدراسات التي قام بها حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة من القرن 15 الى 18 في شمال إيطاليا و المدن في فنلندا كانت بداية الهجومات التجارية و التجسس الاقتصادي و حتى التزوير .

كما ظهر مصطلح الذكاء الاقتصادي في الفكر العسكري الذي يعتمد على تحصيل المعلومة ثم تحليلها، فبريطانيا في الفترة الاستعمارية لها كانت تحصل على المعلومات عن منطقة البحر المتوسط و غير ذلك من أسراها من البندقية.

أول تعريف للذكاء الاقتصادي كان في عام 1967 من طرف (هارولد) من خلال كتابه بعنوان (التنظيمية الاستخباراتية) فهو يعرف الذكاء الاقتصادي كنشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية و الإستراتيجية للمنطقة خزنت و أنتجت في إطار قانوني من مصادر مفتوحة .

في عام 1950 طورت اليابان نظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية والصناعة ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية لنعاش اقتصادها . وفي 1980 و مع عولمة الأسواق و التطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية اتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات و كان لميشال بورتر أستاذ في جامعة هارفرد دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي. و في 1990 كانت بداية ظهوره في فرنسا. اما في عام 1992 انشأت فرنسا وكالة نشر المعلومات التكنولوجية والتي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية و حماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية .

(1) عبد الرزاق خليل ، احلام بوعبدلي ، الذكاء الاقتصادي في خدمة منظمة الاعمال ، 2006، ص 1.

(2) حسين علي ، استثمار الابداع في عالم الاعمال ، الطبعة الاولى ، دار الرضا للنشر ، سوريا ، 2000، ص 75.

في 1994 نشر (ميترا) تقرير بعنوان الاقتصادية والاستخباراتية شركة استراتيجية⁽¹⁾.

في 2002 ادمج (مينيف) مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي.

ثالثا: عناصر الذكاء الاقتصادي

إن مفهوم الذكاء الاقتصادي يمكن أن نحصره في كونه سياسة عامة تحدها الدولة بمشاركة باقي المتدخلين والمتعاملين لها محتواها ومجال تطبيقها تنبني عملية الذكاء الاقتصادي على العناصر التالية:

1- سياسة التنافسية: وتعتمد على عمليات البحث والتطوير وتسمح بمسيرة المؤسسات في تعقب الفرص والحصول على الأسواق في العالم، وتتم هذه المسيرة عن طريق التعرف المشترك على الرهانات الإستراتيجية وتجميع الخبرات والمعلومات العامة والخاصة⁽²⁾.

2- سياسة الأمن الاقتصادي: إن العلاقة بين ميدان الاستخبارات وميدان المنافسة الاقتصادية والصناعية يعد موضوعا مشابها للفترة ما بعد الحرب الباردة والذي نعرفه اليوم، حيث أن الخطر العسكري المباشر أصبح يتراجع ليترك المجال واسعا لمخاطر جديدة تعد غير مباشرة من بينه الخطر ضد المصالح الاقتصادية الذي أصبح يبرز بصفة خاصة، بما أن تحرير نشاطات العديد من القطاعات وتطور التبادل الحر جعل معظم الدول معرضة إلى التحركات الاقتصادية العالمية بحيث أصبح أهم الشركاء والمنافسين يأخذون منعرجا يسمه "إدوارد لوتفاك الجيواقتصاد أي بعبارة أخرى تواصل الاستراتيجيات العسكرية الدبلوماسية متمثلة في وسائل اقتصادية و تجارية عن ترجمة هذه الحساسية الجماعية لرهانات الأمن الاقتصادي أصبحت تتحدد في مفهوم "المصالح الأساسية للأمة" أي ترتيب العناصر الأساسية للطاقت الاقتصادية والعلمية للوطن. وبالتالي أصبحت الدولة تعترف و تقر بأنها ليست الوحيدة المسؤولة عن الأمن الجماعي، فالمؤسسات هي أيضا يجب أن تشارك بصفتها عنصر أساسا في الأمن الاقتصادي الوطني في حماية ومناجعة مصالحها الخاصة المشروعة⁽³⁾.

3- سياسة التأثير: وخاصة على مستوى الهيئات المعروفة بإعدادها للنظم والمعايير التي تدير الحياة الاقتصادية من خلال العمل الضغطي (لوبين) و الذي هو التأثير على القرار السياسي والاقتصادي بشرح ضرورة وإيجابية قانون ما او خطورته وسلبيته⁽⁴⁾.

ولقد أصبح العمل لاضغطي يدرس في المدارس 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 الآخرون وتحددا الحكم الساسي⁽⁵⁾.

ويُنحصر مجال الذكاء الاقتصادي خصوصا في الأسواق التي تعتبر مصدرا للقيمة المضافة، بل ويتعدى الأمر ذلك لأن تكون مصدرا للتأثير والقوة ومن أمثلة ذلك: مشاريع الطيران والفضاء، التسليح، الطاقة، صناعة الأدوية، الحبيبات، الشبكات الاتصالية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال والأمن، ذلك أن هذه المشاريع لا تحكمها قاعدة السعر ونوعية المنتج والخدمات التابعة لكن يتجاوز الأمر ذلك لأن تكون الموافقة والمساندة السياسية للدولة العامل الحاسم في الحصول عليها.

رابعا: خصائص الذكاء الاقتصادي

- (1) جمال الدين سحنون وبلهادية عبدالله، ملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ضل الاقتصاد ومساهماتها في تكوين الميزة التنافسية في الدول العربية، جامعة العلوم الاقتصادية، جامعة حسبية بن علي، 2007، ص 12.
- (2) تير رضا، دور الذكاء الاقتصادي في ارساء البات الحكم الراشد من خلال البحث والتطور وواقعه وافاقه في الجزائر، جامعة الجزائر، 2007، ص 25.
- (3) جمال الدين سحنون، فاضل عبد القادر، الذكاء الاقتصادي، متطلبات تاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسبية بن علي، الجزائر، 2006، ص 7.
- (4) تير رضا، المصدر السابق، ص 26.
- (5) مسعود ديلمي، الذكاء الاقتصادي والعمل الضغطي الحروب الخفية، مدارات جريدة القدس، العدد 61، 2008، ص 9.

يهتم الذكاء الاقتصادي بدراسة التفاعل التكتيكي و الاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنوية به انطلاقا بداية من القاعدة (المستوى الداخل للمؤسسة) مروراً بالمستويات الوسيطة (الجماعات المحلية) وصولاً إلى المستويات الوطنية (الاستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز اتخاذ القرار في الدولة) ثم المستويات المتعددة الجنسيات (المجمعات المتعددة الجنسيات) أو الدولة (استراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة)، ومن بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي نذكر مايلي⁽¹⁾:

- 1- الاستخدام الاستراتيجي و التكتيكي للمعلومة ذات المزاج التنافسي في اتخاذ القرارات.
- 2- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين.
- 3- وجود علاقات قوية بين المؤسسات و الجامعات و الإدارات المركزية و المحلية.
- 4- تشكيل جماعات علمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية، الجيوسياسية.
- 5- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

خامساً: مراحل الذكاء الاقتصادي

إن أول مرحلة لنشاط الذكاء الاقتصادي هي تحديد الحاجة للمعلومة، حيازة المعلومة، معالجتها، بثها، واستعمالها⁽²⁾ ويمكننا عرض أهم مراحل الذكاء الاقتصادي فيما يلي:

- 1- تحديد الحاجة للمعلومة: وهو أمر ليس صعب في اغلب الحالات، فليس من الضروري توفير الوسائل الحديثة، وإنما يكفي في اغلب الحالات أن نطلب بمهارة، ما هي المعلومات التي نرغب في الحصول عليها و هو ما يتطلب من المتخصصين في الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بتنظيم المنظمة.
- 2- جمع المعلومة: بمجرد تحديد الحاجة للمعلومة، يتم اختيار أشكال للبحث عن هذه المعلومة، و فيما يلي نذكر أهم مصادر المعلومة:
 - أ. مصادر رسمية: وتحتوي اساسا على: (الصحافة، الكتب، وسائل الاعلام، بنوك المعطيات والاقراص المضغوطة).
 - ب. مصادر غير رسمية: إن أهم ما يميز هذه المصادر أن المعلومات التي تقدمها تتطلب مجهود شخصي من الفرد الذي يريد جمع المعلومة، يجب أن يبقى على اتصال، أن ينتقل، أن يصنع الوقت.... الخ حتى يحصل على ذلك، و تتنوع هذه المصادر من بينها ما يلي: (المنافسين في حد ذاتهم. الموردتين. مهمات وأسفار الدراسة. المعارض. الطلبة المتميزين. المصادر الدخيلة للمنظمة).
- 3- معالجة المعلومة: إن معالجة المعلومة هي أساس الذكاء الاقتصادي، فهذا الإجراء يعتمد أساسا على قيمة المعلومة بالنسبة للمستعمل، و تعني المعالجة تجميع كل المعطيات المحصل عليها من أجل تحليلها بشكل متجانس. و تعتبر ترجمة المعلومة خطوة أساسية لإجراء المعالجة. فهي تعطي صورة تحليلية غنية لكل المعلومات التي تكون مختفية دائما في سطور الوثائق. و نعلم أن ما يواجه أفراد المنظمة اليوم ليس نقص المعلومة وإنما كثرتها لذلك يجب معالجة المعلومة، و هو ما يتطلب العمليات التالية:
 - أ. التقييم. ب. فرز المفيد منها من غير المفيد. ج. التحليل. د. تحويلها إلى شكل مناسب.
- 4- بث المعلومة من أجل اتخاذ القرار: إن الخطوة الموالية للخطوات الثلاث السابقة هي إعطاء قيمة لهذه المعلومة ببثها داخل المنظمة حتى تساهم في خلق قيمة مضافة. إن كل العمليات السابقة، تحديد، جمع، و معالجة المعلومة، يكون بدون فائدة، إذ لم يتم بث هذه المعلومة و إيصالها لمتخذي القرار بالمنظمة. فالمعلومة لا تكون ذات قيمة إلا إذا جاءت في الوقت المناسب و بالشكل المراد للشخص الذي يستخدمها تكلف المعلومة كثيرا، لذلك يجب توفيرها للذين يحتاجون لها من أجل استخدامها إن بث المعلومة إذ يشكل خطوة أساسية لإجراء الذكاء الاقتصادي، بشرط أن تستخدم بذكاء و حذر. و

(1) سناء الطباخي، الذكاء الاقتصادي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر، جزائر، 2008، ص5.

(2) عبدالرزاق خليل وأحلام بو عبدلي، المصدر السابق، ص ص(11-14).

يُعتبر بث المعلومة غير كافي ، بل يجب أيضا تحويل هذه المعلومات إلى فعل حتى تحقق قيمة مضافة فالمتخصصين في الذكاء الاقتصادي يجب أن يكونوا قادرين على إقناع الآخرين بالعملية ، و على تركيب التقنيات التي تسمح بتطبيقها في⁽¹⁾:

- أ. إذا لم نفهم ما هي احتياجات طالب المعلومة ، فإننا نكون قد أضعنا أهم عنصر في الذكاء الاقتصادي .
- ب. إن لم يكن لدينا مصدر موثوق ، فلا داعٍ للمواصلة ، فالمصادر رديئة النوعية تؤدي إلى تشوش في المعلومات ، وهو ما يعقد عمل التحليل ، أما إذا كانت المصادر موثوقة فهي تسهل أكثر عمل التحليل.
- ج. التحليل يجعل المعلومة التي نحتاجها قابلة للاستعمال .
- د. المعلومة التي لا يتم بثها و إعلانها لا تفيد في شيء ، والتغذية الراجعة تبين لنا ما إذا كانت المعلومة قد أدت إلى تلبية رغبة المستعمل أم لا .
- هـ. يجب الاحتفاظ ببعض المعلومات السرية و الإستراتيجية و حمايتها.

المبحث الثاني

نماذج الذكاء الاقتصادي في العالم

تعتبر هذه النماذج نظام لجمع المعلومات الاقتصادية، الصناعية و التكنولوجية و من بين النماذج المعروفة الرائدة في هذا المجال نذكر أهمها:

أولاً: النظام الياباني

انتقل اليابانيون في كثير من القطاعات الصناعية من عميلة التقليد إلى الابتكار عن طريق التكامل بين الذكاء الاقتصادي و المنافسة في مجال البحث و التطوير ، و فتح حصص في السوق الخارجي .

إن نظام الذكاء الاقتصادي الياباني تسم بالاهتمام الكبير بالمعلومة كأداة إستراتيجية 1.5% من رقم اعمال المؤسسات يستثمر في مجال الذكاء الاقتصادي ويستغرق 3 إلى 4% من وقتها في هذا المجال . و تعتمد المؤسسات اليابانية على الجامعات اليابانية لإمدادها بالمعلومات ، و هذا ما يفسر الاستثمار المنظم للمنشورات و قواعد البيانات ، و التزام اليابان بالمعارض التجارية و الاجتماعات و البعثات .

والتي تتمثل MITI ان الذكاء الاقتصادي في نظام الياباني يتمركز في وزارة التجارة الدولية والصناعية دورها الأساسي في مساعدة المؤسسات اليابانية و توجيهاها و إعلامها ، كما يرتبط بهذه الوزارة كل من الجامعات اليابانية ، الشركات التجارية العظمى التي تمول مراكز البحث و التطوير ، المنظمات المهنية و الهيئات الإدارية ذات الطابع البحثي و العلمي . و قد اعد هذا النظام لفائدة المؤسسات وفقا لقاعدة أن الإدارة الجيدة للموارد التي تسمح بخلق القيمة تتبنى سياسة متكاملة لإيفاد المتربصين و المتدربين اليابانيين إلى الخارج ، و استقبال المتدربين الأجانب و مطالبة هؤلاء بإعداد تقارير حول مهامهم.

و يحظى عنصر الثقافة بأهمية كبيرة باعتبارها محرك لأداء النظام الذي يفسر نجاح اليابان التي تميل إلى الثقافة الجماعية ، إن إجراءات يقظة المؤسسات اليابانية تتمثل في ثلاث مميزات أساسية هي :

- تدفقات أفقية للمعلومات التي تعكس عدم مركزية الإبداع في جمع المعلومة.
- البحث عن الزيادة.

(1) عبدالرزاق خليل وأحلام بو عبدلي، المصدر السابق، ص(16).

- استثمارات مهمة مخصصة لجمع المعلومات و نشرها.

نستنتج أن هذا النظام يُقوم على الوزارة الأولى و الوزارات الاقتصادية و عالم الأعمال الذي يُساهم في تحديد الإستراتيجية العامة و الشاملة للبلاد و اخيرا هيئات التفكير التي تساهم في تطوير البحث و ادماج التطوير و الابداع عن طريق الدراسة المقارنة و التكنولوجيا.

ثانيا: النظام الأمريكي

لقد عرف المشهد الأمريكي في مجال الذكاء الاقتصادي تحولا كبيرا في عقد التسعينات من القرن السابق تبعاً للعدّد من التحولات الدولية من بينها حجم التنمية الاقتصادية التي حققتها كل من اليابان و أوروبا باعتبارهما منافسين رئيسيين للولايات المتحدة . و على سبيل المثال واجهت شركة "بوينغ" الأمريكية منافسة شديدة من طرف (ايرباص) و الادارة الامريكية للطيران و الفضاء (ناسا) من قبل محطة (اريان) للفضاء .

و بهذا عمل الأمريكيون على إيجاد سوق رائجة للمعلومات و التي أصبحت رائدة فما بعد. إذ تضم هذه السوق أنواعا عديدة من متعامل المعلومات كالسماسرة ، الجامعات ، هيئات البحث و التفكير ، المكتبات ، التأثير و عمل جماعات الضغط لتحقيق أهداف المصلحة العامة في الداخل كما في الخارج ، بالإضافة إلى ذلك ، تشترك كافة الهيئات و المؤسسات في إعداد الإستراتيجية الوطنية ذات الأولوية بالنسبة للبلاد ، و التخطيط لتنفيذها وفقا لأليات عمل محكمة الدقة⁽¹⁾.

و ضمن هذا الإطار تندرج أهداف فرعية منها:

1- تسهيل عملية الحصول على المعلومات ذات القيمة الاقتصادية و الإستراتيجية للجمع.

2- دعم و تحسين التلاحم الوطني.

3- تقليص هدر الموارد بغرض التحكم في تكنولوجيا المعلومات.

4- إعادة التفكير في حماية الشبكة الوطنية للمعلومات.

ولتحقيق هذه الأهداف تعمل المؤسسات في أمريكا حول المركز الرئيسي لهذا النظام و هو البيت الأبيض و المجلس القومي حيث يتم تشكيل ما يسمى بغرفة الحرب خاصة بكل سوق يتم اعتبارها استراتيجية.

و ذلك لجمع و التركيز و توزيع المعلومات الخاصة بها بين الأعوان الاقتصاديين العموميين و الخواص .

و ما يمكن ملاحظته على هذا النظام تبنيه لنشاط الوكالات الخاصة للاستعلامات . كما توجد هئات مركزية أخرى كالمجلس الاقتصادي الوطني الي اسس سنة 1993 و الذي يعتبر تاسيسه ثورة في مجال تقديم الدعم و الاستشارة لمختلف الهيئات ، و تتميز شركات الذكاء الاقتصادي الأمريكية بحجمها الضخم و الممتد إلى كافة انحاء العالم.

و تستخدم طاقات بشرية هائلة. و مثال ذلك مؤسسة مكتب (كرول انترنشنال) التي توظف ما بين 5000-6000 اجير موزعين على 60 مكتب حول العالم ، و تحقق رقم اعمال يقدر حوالي 10مليار سنويا .

(1) مسعود ديلمي، المصدر السابق، ص10.

تعمل هذه المؤسسة على تحليل الخطر الاقتصادي والتجاري بناء على العوامل الستة التالية: الاستعلامات ، الأعمال و التحقيقات ،التحقق من السوابق المهنية ، خدمات الأمن و الحماية ،امن شبكات المعلومات ، المساعدة القضائية و التحليل الاستراتيجي و التنافسي⁽¹⁾.

ثالثا: النظام الفرنسي

على عكس النظامين السابقين ، تميز النظام الفرنسي بوجود دور قوي للحكومة في ميدان الذكاء الاقتصادي إلى جانب المؤسسات العمومية الكبرى كما أن المبادرات العمومية في فرنسا تتغلب على كل ما هو خاص ، بالإضافة إلى ذلك يبقى النموذج الفرنسي رهين عائقين أساسيين هما:

- 1.العائق الدستوري : بحكم وجود ثنائية الحكم في الجهاز التنفيذي (رئيس الجمهورية- وزير أول) خاصة في مرحلة التعايش السياسي . كما يؤخذ على تركيبة الوزارات ضعفها في تجسيد آليات الأيقظة و الذكاء الاقتصادي و حتى في إبراز الإرادة في التغيير.
- 2.العائق الثقافي : و قد نتج عن ظواهر الانتماء الحزبي و المرجعيات الثقافية و الفكرية لمختلف أسلاك الموظفين و ظاهرة إخفاء المعلومات و التحفظ عليها كما إن ثقافة الدبلومات الممنوحة في مختلف المدارس العليا و الجامعات في فرنسا تركز نوعا من عدم التجانس في الثقافات الإدارية ، و بالتالي ضعف الثقافة المشتركة و الرغبة في التحديث و التطوير اضعف إلى ذلك عدم قدرة مايسما بالهيئات على جلب الذكاء البشري الخارجي و استخدامه في إقامة آليات الذكاء الاقتصادي و الاستفادة منه على نحو ما هو جاري العمل به في مؤسسات و هيئات التفكير في الولايات المتحدة أو اليابان.

على سبيل المثال ، توجد بفرنسا 437 هيئة لاتتلقى الا 0.09% من نتائج الداخلي الخام في حين توجد 1200 هيئة من هذا النوع تتلقى 2،1% منه في امريكا و3000 هيئة في بريطانيا و2000 في المانيا وقد تعالت الاصوات لاصلاح نظام الذكاء الاقتصادي في فرنسا انطلاقا من سنة 1995 عند نشر تقرير (كاربون) ومن بعدها تقرير (نائب ميترو) لقد اقترح (كاربون) نظام الذكاء الاقتصادي وفقا للخصوصيات الفرنسية.

كما اقترح التقرير تطوير الذكاء الاقتصادي و عمليات البحث و التطوير على المستوى الإقليمي (الجماعات المحلية) و القطاع الخاص. تم ذلك بإنشاء وكالة نشر :

وهي مؤسسة عمومية كما تم استحداث شركة ADIT المعلومات التكنولوجية و التي تقدم خدماتها CEIS خاصة تسمى الشركة الأوروبية للذكاء الاستراتيجي لمؤسسات صناعية فرنسية و أوروبية . على دعم تعليم الذكاء الاقتصادي مما أتاح الفرصة لبعض المدارس العليا Martr كم ألح تقرير بفرنسا لتقديم دروس في الذكاء الاقتصادي على غرار مجموعة الدراسات العليا (ميس).

و مما لفت النظر هو تبني فكرة دعم الذكاء الاقتصادي إقليميا بضمان تدخل أحسن للجماعات المحلية (الدوائر الإدارية و البلديات) و ذلك لصالح المؤسسات الكبيرة و الصغيرة التي تنشط في هذه الأقاليم. و الهدف المتوخى من ذلك هو تحويل مهارات مؤسسات الذكاء الاقتصادي في هذه المؤسسات و مساعدتها على تجاوز العوائق لتحسين الإنتاج و دعم التنافسية و التصدير⁽²⁾.

(1) حسين علي، المصدر السابق، ص18.

(2) رحيم حسين، دريس يحي، أهمية نظام وطني للمعلومات الاقتصادية في دعم وتاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة حسبة بن علي، الجزائر، 2006، ص17.

المبحث الثالث

الذكاء الاقتصادي اداة مميزة للابداع والمنافسة

اولا: الذكاء الاقتصادي كوسيلة حوار بين المنظمة ومحيطها

تقوم الاستراتيجيات بالتميز من المنظمة الى طرح منتجات ذات تنافسية عالية في السوق معتمدة في ذلك على المعلومة التي تعد سلعة غير مادية تستخدم عند الحاجة وبذلك تعد المعلومة مصدرا للإرباح وضمانا لاستمرار وبقاء المنظمة.

فللحفاظ على الميزة التنافسية بين منافسيها ينبغي على المنظمة ان تكون سباقة في الحصول على المعلومات والاشارات التي تسمح لها بتنبؤ بالاحتياجات وردة فعل السوق. مثلا (اطلاق منتج جديد، التغيير في التشرّيعات، اكتشاف بعض التطورات والتكنولوجيات الجديدة).

فتطور الذكاء الاقتصادي يُعتبر اقوى وسيلة معروفة تحت تصرف المؤسسة كما ان تطبيقه بطريقة غير مباشرة بواسطة خلية متكاملة او بواسطة متخصصين يُعتبر عامل لتطوير ادارة المعلومة وتدفقها داخل المنظمة⁽¹⁾.

ثانيا : المعلومة والابداع

لقد اهتمت النظرية الاقتصادية بالتطوير التكنولوجي والابداع كاهم العوامل اللازمة لمنافسة المشروعات الاقتصادية واثارة موضوع الابداع منذ اكثر من ثلاثين سنة حيث ظهر بصورة جديدة وكان محل اهتمام نظريات الادارة وحتى علم اجتماع المؤسسات وكذلك التحليل الاقتصادي والاستراتيجي وبصفة عامة يمكن تحديد عنصرين أساسيين للابداع هما محتواه التكنولوجي من جهة وخصائصه الابداعية من جهة اخرى.

وان اهم انواع الابداع:

1. الابداع الاضافي :- وجد هذا النوع ليضع خطوة اضافية في تطوير المنتج حيث يحدث تطوير لدى المستعملين.
2. الابداع التقني :- لا يظهر مباشرة على المنتج بحد ذاته (ادراك المستهلك ضعيف) وانما يمثل تقدم للمنتج ربح الوقت والاقتصاد.
3. الابداع الاجتماعي :- ويتميز بمحتواه التكنولوجي الضعيف والتغير في سلوك المستهلك او الاستعمال في نفس الوقت.
4. الابداع الجذري :- وهو ابداع ذو محتوى تكنولوجي قوي كما يتميز بتغير جذري في سلوك المستهلك والاستخدام.

ثالثا: الادارة الاستراتيجية للمعلومة اداة مميزة للبداع

لقد اظهرت التطورات الحديثة للاعمال المرتبطة بالابداع الدور المهم للمعلومة واستغلالها الفعال في تطوير الابداع، لذلك فان ضرورة اخذ استغلال اشارات وحركات المحيط بطريقة مستمرة تبدو من الاعمال المميزة للذكاء الاقتصادي . ان المشاريع الابداعية تتميز بدرجة عالية من عدم التاكيد من سلوك المستهلك عدم التاكيد من التطور التكنولوجي. من هنا يمكن القول ان الاشكالية الاساسية للنمو او التطور الابداعي في المؤسسة تتمثل في البحث عن الطريق الكفيلة بادارة فعالة لعدم التاكيد وذلك عن طريق ادارة المعلومات التي تعتبر من عوامل الابداع .

(1) جمال الدين سحنون وفاضل عبد القادر، المصدر السابق، ص8.

ويعتبر الذكاء الاقتصادي بمثابة وسائل مميزة لإدارة المعلومة المفيدة كما انه يُسمح بطريقة حديثة وديناميكية بتحديد مختلف القوى المحركة المحطية بالمؤسسة كشرط اساساً لتفاعلها مع هذا المحيط.

رابعاً: الذكاء الاقتصادي والمعلومة الاستراتيجية

تعمل المؤسسة الان في محيط تندفق فيه المعلومة بسرعة وبكمية كبيرة، فلقد اصبح اليوم بالمكان افراد المؤسسات للحصول على عشرات المعلومات ذات المصادر المختلفة كـ (زملاء، مجلات، صحافة، تعليمات، جرائد رسمية، رسائل الكترونية). وهذا يعد عاقاً بالنسبة للمنظمة ويتطلب من المختصين في الذكاء الاقتصادي التركيز على تنظيم هذه الكم من المعطيات حسب احتياجات النشاط فليس كل المعلومات مفيدة ولا تشترك من حيث الاهداف⁽¹⁾.

ان قيمة المعلومة تعتمد على مدى منفعتها وهذا يتطلب مجموعة حقيقة من المعلومات التي تستطيع الحصول عليها فالصعوبة تتمثل اساساً في معرفة المعطيات والمعلومات التي جهلها الغير او على الاقل التي يصلوا لها قبلنا او حيازة المعطيات والمعلومات بطرق غير شرعية او بطريقة حربية التي عرفها الغير لكنها مخاباة أي الحرب السرية فالصعوبة ليس في حيازة المعلومة وانما استخراج هذه المعلومة بطريقة اسرع من الاخرين من الكم الهائل من المعلومات.

فالبحت قادر على ان يوفر لنا 10% من المعلومات المفيدة التي نحتاجها ونستبعد 90% الباقية⁽²⁾.

ان المعلومات الاستراتيجية تغطي مجالاً اكثر اتساعاً فهي كل المعلومات التي يمكن ان تكون ذات فائدة لمشاريع المؤسسة وتتميز هذه المعلومة بانها تخص مجالات متعددة ولا يمكن تجزئتها والاعتماد عليها بشكل متكامل تحدد المؤسسة نشاطها ومحاور تطورها⁽³⁾.

الاستنتاجات

- 1- ان الذكاء الاقتصادي اداة للتطوير والابداع لكل منظمات الاعمال فالذكاء الاقتصادي لا يمكن فصله عن الرهان الاساسي وهو المعلومة.
- 2- الزيادة في المعلومة المقدة باعتبارها بحد ذاتها تعمل على تغيير عمق للعلاقات التي تربط المنظمة بمحيطها.
- 3- الالتزام بتنفيذ نظام الذكاء الاقتصادي وهو بمثابة استقلال لكم متنوع من المعلومات التي تواجهها باستمرار محاولة التأثير على هذا المنتج المعقد الذي يشكل من التدفقات والمبادلات والمعلومات.
- 4- اذا كانت مبادئ الذكاء الاقتصادي بسيطة نسبياً فان تصميم وصنع نظام خاص بالمنظمة يعد اقل سهولة.
- 5- يتوجب نشاط الذكاء الاقتصادي معرفة محاسبية المهنية بالأخلاقيات والقوانين التي تحكمها حتى لاتقع المؤسسة تحت حائل دعاوي المنافسة المضادة.

المقترحات

- 1- ضرورة الاستفادة من المعلومات الاولية لغرض التوصل الى معلومات اكثر دقة في عملية اتخاذ القرارات الصائبة واعتبارها مادة اساسية للإدارة الجيدة .
- 2- العمل على ادخال احدث الاجهزة التكنولوجية للحصول على المعلومة المقدة وباقل تكلفة وتحليلها ووضعها تحت تصرف الاقتصاديين في الوقت المناسب.

(1) جمال الدين سحنون وبلهادية عبدالله، المصدر السابق، ص20.

(2) عبد الرزاق خليل واحلام بوعبدلي، المصدر السابق، ص16.

(3) مسعود ديلملي، المصدر السابق، ص2.

- 3- العمل على تذليل وحل المشاكل التي تعترض عملية الحصول على المعلومة المناسبة وبنها في الوقت المناسب الى الجهات المختصة.
- 4- العمل على استعمال الذكاء الاقتصادي في تطوير منتج جديد وتحسين الاداء وزيادة المبيعات واتخاذ القرارات والحصول على ميزة تنافسية.
- 5- انشاء منظمات للبحث والتطوير التكنولوجي ويخصص له سنويا ميزانية معينة لتلبية متطلبات كافة الاقتصاديين من المعلومات ذات النوعية المطلوبة.

المصادر

- (1) حسين علي، استثمار الابداع في عالم الاعمال، الطبعة الاولى، دار الرضا للنشر في سوريا، 2000.
- (2) طباحي سناء، الذكاء الاقتصادي، رسالة ماجستير عُر منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر 2008.
- (3) جمال الدين سحنون وبلهادية عبدالله، الملتقى الدول الثاني حول المعرفة في ضل الاقتصاد ومساهماتها في تكوين الميزة التنافسية ف الدول العربية- جامعة العلوم الاقتصادية-جامعة حسيبة بن علي، 2007.
- (4) جمال الدن سحنون وفاضل عبد القادر، الذكاء الاقتصادي-متطلبات تاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن علي، 2006.
- (5) رحيم حسن ودريس يحيى، اهمية نظام وطني للمعلومات الاقتصادية في دعم وتاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة حسيبة بن علي، 2006.
- (6) عبدالرزاق خليل، احلام بوعلدي، الذكاء الاقتصادي في خدمة منظمة الاعمال، 2006.
- (7) ثير رضا، دور الذكاء الاقتصادي ف يارساء آلات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير واقعه وافاقه في الجزائر، جامعة الجزائر، 2007.
- (8) مسعود ديلمي، الذكاء الاقتصادي والعمل الضغطي، الحروب الخفية، مدارات جريدة القدس، العدد 27-2008، 6061، 2.