

مساهمة الذكاء الإقتصادي في تحسين تسيير خدمات منظمات المعرفة

دراسة حالة -مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية تلمسان -

أ.بوريش أحمد

أبي بكر بلقايد -تلمسان -؛ الجزائر

Ahmed89_13@yahoo.fr

أ.د تشوار خير الدين

أبي بكر بلقايد -تلمسان -؛ الجزائر

tchokh13@yahoo.fr

ط.د. رحماني يوسف

أبي بكر بلقايد -تلمسان -؛ الجزائر

tyoussef_zaki@yahoo.fr

Received: Avril 2018

Accepted: Mai 2018

Published: Juin 2018

ملخص:

يتحرك العالم اليوم اتجاه ما يعرف بالإقتصاد المعرفي، هذا الإقتصاد الذي يمثل ثروة تنظيمية واجتماعية واقتصادية كبرى، حيث يعتمد فيه على الاستخدام الكثيف للمعرفة لأنها أصبحت سلاحا تنافسيا قويا في يد منظمات الاعمال. ويرى بعض المختصين أن العالم يتعامل مع صناعات معرفية بحيث تكون الأفكار منتجاتها والبيانات مواردها الأولية والعقل البشري أدواتها، وهذا ما يجعل منظمات الأعمال تبحث عن أساليب تسييرية حديثة تعتمد على تسيير المعلومات والمعارف التي نتج عنها مصطلح يعرف بالذكاء الاقتصادي. وعليه هدفت هذه الدراسة إلى تحديد دور الذكاء الاقتصادي في دعم منظمات معرفة قادرة على تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال دراسة حالة شملت مؤسسة اتصالات الجزائر تكونت عينة الدراسة من 30 استمارة موجهة إلى إطارات وعمال بعض المؤسسات الجزائرية حيث تم استخدام برنامج SPSS للمعالجة الإحصائية لقياس أثر الذكاء الاقتصادي على منظمات المعرفة. حيث أشارت النتائج إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر تولي اهتمام كبير بالأسلوب التسييري (الذكاء الاقتصادي) الذي سجل متوسط قدره 3,5 ووجود علاقة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة .

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، أسلوب تسييري، إدارة المعرفة، منظمات المعرفة .

Abstract:

The world moves today towards what is know as the knowledge economy, which represents a major organizational, social and economic revolution, which depends on the large use of information and knowledge because it has become a strong competitiveness weapon in the hands of business organization. Some specialists believe that the world deals with the purely cognitive Industries ;their products are ideas, its row material is data and the human mind its tool. This is what makes business organizations looking for modern management methods based on the management of information and knowledge, which resulted in a term known as economic intelligence.

The objective of this study was to determine the role of economic intelligence in supporting knowledge organizations capable of achieving economic development through a case study that included Algeria Telecom ,SPSS program used to analyze sample of (30) questionnaire directed to employees and manager's of the telecom of Algeria company who means we impact of the Economic Intelligence and Knowledge Organization . The results show that the applying the Economic Intelligence was middle ,on average (3.5) ,and the existence of statistical significant between the Economic Intelligence and knowledge oragnization

Key Words : the Economic Intelligence , Knowledge Management , Knowledge Organization

مقدمة:

إن تغير أنظمة وطرق التسيير أصبحت من المميزات المصاحبة لإقتصاد المعرفة حيث فرضت التكنولوجيا الجديدة للإتصالات والمعلومات زيادة وتيرة التطور التكنولوجي والإبداعي وعليه وجب على منظمات المعرفة البحث عن طرق وأساليب جديدة للتسيير تمكنها من زيادة مرونتها وتجعلها أكثر تأقلا مع محيطها المتغير حيث تمكنها من حسن استغلال مواردها المتاحة، تخفيض تكاليفها اكتسابها ميزة تنافسية عن غيرها من منظمات المعرفة. حيث نجد أن أغلب منظمات معرفة تعتمد على الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري ينظم موردها المعرفي الذي يساعدها على تحقيق أهدافها وهو ما يعكس على التنمية الاقتصادية التي تصبوا إليها كل الدول.

1- إشكالية الدراسة: وعلى هذا الأساس يمكن صياغة مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين تسيير منظمات المعرفة في ظل التغيرات التي أصبحت تشهدها البيئة العالمية، وما هو واقعها بمؤسسة اتصالات الجزائر؟

2- فرضيات الدراسة: لتسهيل تحليل إشكالية الدراسة سيتم طرح الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: لدى المؤسسة اهتمام كبير بتطبيق الذكاء الاقتصادي كأسلوب تسييري للتكيف مع تغيرات المحيط.

الفرضية الثانية: وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة. ($\alpha = 5\%$).

الفرضية الثالثة: وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي منظمات المعرفة سببه متغير إدارة المعرفة

($\alpha = 5\%$).

3- منهجية الدراسة: لتحقيق هدف الدراسة تم الإعتماد على المنهج الوصفي لمناسبتة هذا النوع من الدراسات. وكانت

الإستبانة الأداة لجمع البيانات اللازمة وتحليلها باستخدام برنامج SPSS إصدار 20.

4- أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة الى تحقيق جملة من الأهداف، منها ما يلي :

_ ملامسة واقع اهتمام منظمات الأعمال بالذكاء الاقتصادي في ظل التغيرات والتقلبات التي أصبحت تشهدها البيئة العالمية؛

_ معرفة مدى تأثير الذكاء الاقتصادي على منظمات المعرفة؛

5- أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من المكانة التي أصبح يحتلها الذكاء الاقتصادي اليوم في ميدان الإدارة

الحديثة، لإهتمامه بتسيير مورد المعلومة الذي أصبح مورد حيوي في نشاطات منظمات الأعمال المعرفية، وهذا لقدرة

على جمع المعلومات وتحليلها وتحويلها إلى معارف تساعد متخذي القرار على مواجهة تحديات وتقلبات المحيط، وهو

ما يضمن السير الحسن والتسيير الجيد لمنظمات الأعمال المعرفية باعتبار أنها تعيش اليوم في عصر العولمة والمعرفة.

6- الإطار النظري للدراسة: والذي تطرقنا فيه إلى العناصر التالية:

1-6-1- مظاهر التحول نحو منظمات المعرفة: إن التحول من إقتصاد صناعي إلى إقتصاد معرفي ساهم في تحول منظمات الأعمال من منظمات تقليدية صناعية إلى منظمات معرفة جديدة وهو ما يتم ملاحظته من خلال التحولات التي طرأت على أنشطة منظمات الأعمال ويمكن تلخيصها كالآتي:¹

1-6-1-1- من المحلية إلى العولمة: الإقتصاد المبني على المعرفة هو اتجاه نحو أفاق التكامل العالمي وحسب بعض الدراسات ستخضع 90% من قوة العمل العالمية لقوانين إقتصاد عالمي مفتوح، وطبعاً لم يكن هذا الإقتصاد ممكناً لولا ثورة المعلومات والاتصالات فعند الحديث عن العالم كقرية صغيرة أو ربما كمدينة كونية فإن ذلك يعني بالدرجة الأولى تقصير المسافات من خلال شبكة الانترنت ولكن التجارة كانت أول المستفيدين من خدمات الانترنت لتعزيز والاتصال وإبرام الصفقات، الإعلان، الترويج والتسويق والحصول على المعلومات في الزمن الحقيقي عن إقتصاد العالم وعن المنافسة وعقد الشراكات وتقييم العمل الدولي إذن العولمة كنظام إقتصادي قبل أن تكون نظام سياسي تعتمد على ثورة الاتصالات والمعلومات.

1-6-2- من الإنغلاق نحو الإنفتاح: كانت منظمات أعمال الستينات والسبعينات من القرن العشرين تسعى نحو الإنغلاق أي نحو إنتاج كل شيء ضمن أقسام الشركة بما في ذلك توزيع المنتج وتسويقه، في حين يتميز إقتصاد العالم اليوم بقدرته على صنع السيارة أو الحاسوب أو أية آلة أخرى في أربعة بلدان مختلفة ثم يمكن أن تجمع أجزائها في بلد خامس، حيث أن المنتج النهائي سيكون نتاج تعاون خمس شركات أو أكثر ضمن إطار شراكة تتخطى الحدود العقلية المركزية الضيقة، وهذه الطريقة تمنح فرصة الحصول على أعلى قيمة مضافة ممكنة مما يتيح الحصول على ربح معقول مقابل إنتاج غير مكثف وغير نمطي.

1-6-3- التحول من المنتج المادي إلى المنتج المعرفي: إنه بمراجعة أكبر عشر منظمات في عام 1910 نجد أنها تنتج جميعها منتجات مادية ملموسة معتمدة في ذلك على الموارد المادية الأساسية مثل الحديد والفحم وغيرهما من الموارد المادية الملموسة، ولكن الوضع اختلف مع حلول سنة 1998 حيث نجد أن الإنتاج في أكبر المنظمات أصبح يمثل فيه الكون المعرفي الجانب الأكبر على اختلاف إنتماء هذه الشركات للقطاعات الاقتصادية والإنتاجية المختلفة وهذا يعطي دليلاً على أن التقدم الاقتصادي يشتق الآن من اكتشاف وخلق وتطبيق معرفة جديدة.

1-6-4- التحول من ملكية رأسماليون إلى ملكية معرفيون: بعدما كانت منظمات الأعمال ملكية لرجال أعمال يملكون النفوذ والمال أصبحت منظمات الأعمال اليوم ملكية رجال العلم والمعرفة وهو ما يجعلهم الملاك الجدد². وهم بالتأكيد الرأسماليون المعرفيون الذين تحدث عنهم **L.C.Thurow** في مقاربة معبرة بين أبطال العصر الصناعي وأبطال العصر المعرفي. فقد بدأ ولأكثر من قرن من الزمان أن الإنسان الأكثر ثراء في العالم قد ترافق مع النفط بدأ من **Rockefeller** في القرن 19 م، إلا أنه ومع العصر الرقمي يصبح الرجل الأثري في العالم ولأول مرة هو صاحب المعرفة القائمة على الملكية الفكرية **B.Gates** مالك مؤسسة **Microsoft**.

أ.بوريش أحمد، أ.د.تشوار خير الدين ، يوسف رحاني - مساهمة الذكاء الإقتصادي في تحسين تسيير منظمات المعرفة دراسة حالة
(مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية تلمسان)-

6-1-5- التوسع المتنامي للصناعات القائمة على المعرفة: وقد أثبتت الدراسات الإحصائية هذا الإتجاه أي التوسع المتنامي للصناعات القائمة على المعرفة فأصبحت بذلك المحرك الأساسي لعملية النمو الإقتصادي وذلك ما يوضحه الشكل التالي :

شكل رقم (1) يبين أعلى 10 شركات في العالم حسب بيانات BrandZ لسنة 2017

Brand	Category	Brand Value 2017 \$MIL.	Brand Contribution	Brand Value % Change 2017 vs. 2016	Rank Change
1 Google	Technology	245,581	4	7%	0
2 Apple	Technology	234,671	4	3%	0
3 Microsoft	Technology	143,222	4	18%	0
4 amazon	Retail	139,286	4	41%	3
5 facebook	Technology	129,800	4	27%	0
6 AT&T	Telecom Providers	115,112	3	7%	-2
7 VISA	Payments	110,999	4	10%	-1
8 Tencent 腾讯	Technology	108,292	5	27%	3
9 IBM	Technology	102,088	4	18%	1
10 McDonald's	Fast Food	97,723	4	10%	-1

Source: Forbes Magazine, BrandZ Top 10 Des Plus Grandes Entreprises Mondiales ;voir le site suivant

<https://www.forbes.fr/classements/brandz-top-entreprises-2017/> : (visité 20/02/2018)

وفقا لترتيب BrandZ الصادر في سنة 2017 فإن 7 من أكبر 10 شركات عالمية هي شركات متخصصة في التكنولوجيا، فهي لوحدها تمثل قيمة إجمالية تقدر ب 1.1 تريليون \$. وهو ما يمثل 1/3 القيمة الإجمالية ل 100 أكبر شركة عالمية التي تملك قيمة إجمالية تقدر ب 3.6 تريليون \$.

وبموجب بيانات مؤشرات الجدول أعلاه، تتربع شركة Google في المقدمة بقيمة 245,5 مليار دولار، فيما حافظت Apple المصنعة لهواتف I phone وأجهزة I pad على المركز الثاني بقيمة 243,7 مليار دولار. وفي المركز الثالث جاءت شركة البرمجيات العملاقة مايكروسوفت بقيمة سوقية بلغت 143 مليار دولار أميركي. أما المركز الرابع فهو من نصيب شركة Amazon للتجارة الإلكترونية، والتي دخلت مؤخرا المنافسة وتقدمت 3 مراتب كاملة بعدما حققت زيادة في حصتها السوقية بنسبة 41% لتبلغ قيمتها 139,2 مليار دولار. أما شركة facebook التي تدير موقع التواصل الاجتماعي الأكبر في العالم حلت في المركز الخامس في مجال التقنيات بقيمة سوقية 129 مليار دولار³.

وحسب مجلة Forbes التي قامت بترتيب أغنياء العالم. فقد جاء ترتيب صاحب مؤسسة Microsoft الأمريكي Bill Gits على رأس القائمة بثروة تقدر 84,5 مليار دولار يليه Jeff Bezos صاحب مؤسسة Amazon.com بثروة تقدر ب 81,7 مليار دولار، متبوعا ب Mark Zuckerberg صاحب مؤسسة Facebook بثروة تقدر ب 69,6 مليار دولار⁴. وهو ما يبين سيطرة الرأسماليون المعروفون الذين تحدث عنهم .L.C.Thurow

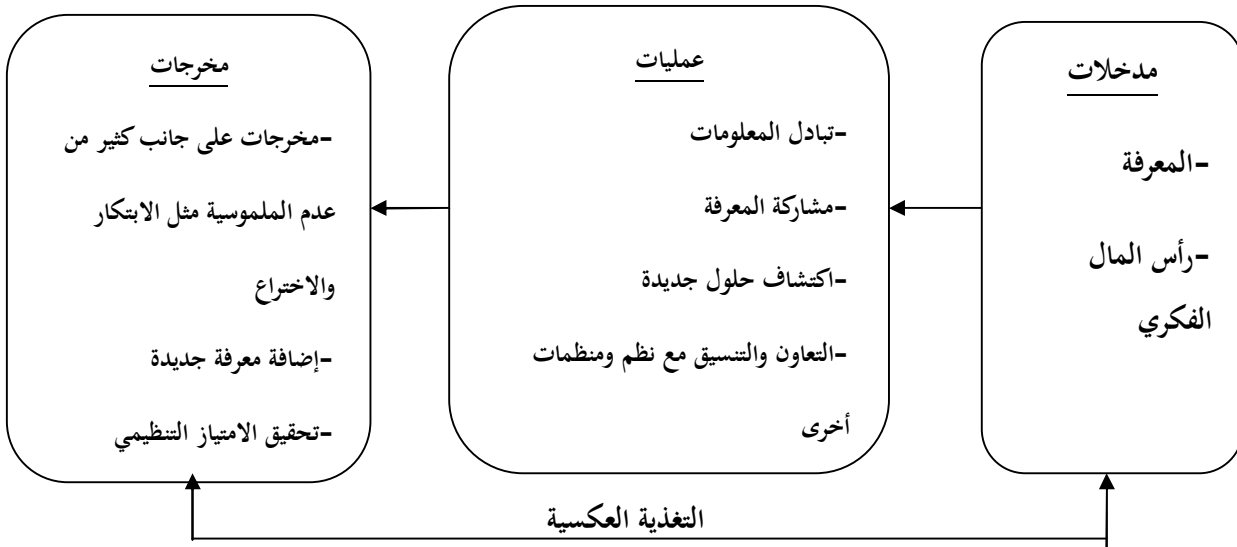
2_6 منظمات المعرفة كوحدة أساسية في بناء اقتصاد المعرفة: نسرد في هذا السياق مجموعة من التعاريف لمنظمات المعرفة كالتالي:

تعرف بأنها "نوع جديد من المنظمات بدأ في الظهور في ظل إقتصاد المعرفة وتمثل الأصول غير الملموسة وكذلك المنتجات غير ملموسة المكون الأساسي لهذه المنظمات وأنها تختلف كلية عن تلك المنظمات التقليدية ليس فقط في الأسلوب وإنما أيضا في الملكية والغرض وطريقة إدارتها وذلك بسبب الطبيعة الخاصة للأصول التي تستخدمها ونوع المنافسة التي تواجهها"⁵.

كذلك تعرف أيضا بأنها المنظمات التي حدث فيها تحول في التركيز من الأصول المادية إلى رأس المال البشري، وأن المنظمة الذكية التي لديها فرصة كبيرة للنجاح والنمو بشكل سريع، وأن القوى الفكرية حلت محل الأصول المادية"⁶. نلاحظ أن التعريفين السابقين إذا أخذنا منهج النظم ركزت في تعريفها للمنظمة المتعلمة على جانب المدخلات فقط وأغفلت جانب العمليات والمخرجات.

بصفة عامة يمكن إعطاء تعريف شامل لمنظمات المعرفة "المنظمة التي تمثل فيها الأصول غير الملموسة أهم مدخلاتها وتتركز عملياتها الداخلية حول تبادل المعلومات واستكشاف حلول جديدة والتعاون والتنسيق مع نظم ومنظمات أخرى والعمل باستمرار على أن تصبح منظمة متعلمة من أجل التوصل إلى مخرجات على جانب كبير من عدم الملموسية مثل الابتكار والاختراع والاستكشاف وإضافة معرفة جديدة مما يساعد على تحقيق الإمتياز التنظيمي"⁷. والشكل الموالي يترجم ما جاء في التعريف السابق.

شكل رقم (2) يشرح المفهوم الجديد لمنظمات المعرفة



المصدر: أشرف عبد الرحمان محمد، دور إدارة الموارد البشرية في منظمات الاعمال في ظل إقتصاد المعرفة، منشورات كلية التجارة جامعة القاهرة، 2005، ص 40 .

نستنتج مما سبق أن منظمات المعرفة الناجحة هي التي تستطيع الاستفادة مما تمتلكه من معرفة (خبرات، مواهب، مخابر البحث والتطوير) وتحويلها إلى ابتكارات أو اختراعات جديدة تمكنها من خلق قيمة مضافة لمنظمة الأعمال، من خلال دعم ميزتها التنافسية وبالتالي تحقيق التميز والتفوق. وهناك مجموعة من الدراسات ترى أن منظمات المعرفة ينبغي أن تتميز عن المنظمات التقليدية بمجموعة من المميزات هي:⁸

6-2-1- القيادة التعليمية: فالقيادة في المنظمة المتعلمة ليست هي التي تضع الأهداف وترسم السياسات وتتخذ القرارات وتدير العمليات فحسب، بل هي التي تتعلم من أساليب التفكير والتحليل والتحاور والعقلنة وتبادل الأفكار والمعلومات مع الآخرين فهي تعمل وتتعاقد معهم بدلا من الإشراف عليهم والتخطيط نيابة عنهم وهي التي توفر الفرص للعاملين لكي يشاركوا في بلورة الرؤية المحددة للمستقبل ويتحملون المسؤولية الجماعية والتضامنية.

6-2-2- الهيكلة التعليمية: لكي يصبح هيكل المنظمة ملائما لاكتساب وإثراء المعرفة ونشرها ينبغي عدم الفصل بين المستويات التنظيمية العليا والوسطى والدنيا كما تفعل الهياكل التقليدية. فالهياكل الهرمية لا تصلح لإقامة المنظمات المتعلمة لكونها تركز المعلومات في قمة الهرم وتدعي أن من يملك المعلومة يملك صلاحية اتخاذ القرار، لذلك فإن المنظمات المتعلمة تعتمد لجان وفرق وجماعات عمل تدير مهامها بمرونة ودون الرجوع للمركز، وتضم هذه الفرق ممثلين من مختلف المهن والأقسام ذات العلاقة بالمهام التي تكلف بها وهم الذين يبحثون بالمشاكل التي تواجههم ويقترحون التحسينات التي يرونها مناسبة لعملهم، وهذا الأسلوب في هيكلة المنظمات سيغني القيادات من مهمة الدخول بالتفاصيل اليومية وبالجزئيات وتوفر لهم الوقت للمهام الكبرى والمهمة بما فيها التخطيط والتنسيق والتقييم.

6-2-3- إتاحة المعلومات والوصول للمعرفة: المنظمات المتعلمة لا تعمل في ظل غياب الثقة أو التشكيك أو الاحتكار وإنما تسعى للإففتاح والشفافية ليصبح الجميع على قدم المساواة في حقهم بالتعرف على ما يدور في منظماتهم سواء ما يتعلق ببنود الميزانية السنوية أو حسابات الأرباح والخسائر أو بالفرض والتهديدات المتوقعة مما يستوجب على المنظمات المتعلمة إعداد أنظمة معلومات وقواعد بيانات يمكن الدخول لها بضوابط يتم الإتفاق عليها.

6-2-4- إستراتيجية المشاركة: الإستراتيجية في المنظمة المتعلمة ليس حكرا على المستوى الأعلى الذي ينفرد بوضعها في المنظمات التقليدية وإنما هي من شأن الجميع ومن صنعهم، فبعد بلورة الرؤية والصورة المستقبلية للمنظمة بكل المستويات وكل العاملين فإنهم يصبحون مهيوون لوضع استراتيجيتهم التي توصلهم للرؤية التي التزموا بها وقد يكون للزبائن والعلاء دور في وضع هذه الإستراتيجيات إن كانت مشاركتهم ستساهم في جعلها أكثر فاعلية وواقعية.

6-2-5- ثقافة وحضارة تنظيمية تكيفية: مجموعة من القيم والمعتقدات عندما تؤمن بقيمة التعلم وتحت التعلم عليه فإنها تكون عنصرا هاما وإيجابيا في المنظمة لتكيف وتتطور وحين تكون المساواة، الإنتماء، الولاء، الصدق والإخلاص من بين القيم التنظيمية فإن التعلم لا بد أن يكون في مقدمتها أيضا والقيمة الأكثر صلة بالتعلم هي قيمة الإبداع والتميز التي غالبا ما تكون حافزا لبعض الأفراد لأن يواصلوا تعلمهم من أجل تحقيق ذواتهم وحين تكون المفاضلة بين الأفراد قائمة على العطاء وعلى الإنجاز وبالتالي الإبداع يتفجر بين الأفراد الذين لديهم القدرة والرغبة والطموح مهما كانت انتماءاتهم أو مستوياتهم.

وهكذا تصبح المنظمات المتعلمة نمط جديد يمكن بموجبه للعاملين والإداريين أن يقودوا أنفسهم ويقودون من هم أعلى منهم بالمستوى التنظيمي فالكل يتعلم من الآخرين، من فشلهم فلا يكرروه ومن نجاحهم فيعززوه والأهم من ذلك التعلم من أجل تفهم الأشياء التي يمكنها أن تحدث تغييرا وأشياء أخرى مستقبلا. لكن هذا يجعلها تصطدم بمجموعة من التحديات والعقبات.

3-6 التحديات التي تواجه منظمات المعرفة: تعيش منظمات المعرفة مجموعة من التحديات والمشاكل التي يمكن أن تهدد وجودها في أي لحظة وذلك نتيجة التغيرات التالية:

1-3-6 -تغير قواعد المنافسة: لقد كانت المنافسة في الماضي منافسة داخلية تتم بين شركات متجانسة في المفاهيم والخبرات والقدرات والتكنولوجيا، فهي تعتمد على نفس القاعدة الوطنية التكنولوجية، وتتكلم نفس اللغة، ومديروها يدرسون في نفس الكليات ومدارس الأعمال ويتلقون الاستشارات من نفس منظمات الاستشارية. لهذا كان الحرص على أشده على أن تحافظ منظمات الأعمال على معرفتها الخاصة بطريقة سرية ومحاطة بجدران التخصص والقسم المعني الذي لا يجوز الاحتكاك به أو التحدث معه لكي لا يتسرب إلى بقية منظمات الأعمال ومن ثم إلى خارجها. ولكن مع المنافسة الجديدة وهي المنافسة التي تأتي من كل مكان في العالم، ومن أقاليم متعددة (خارفا للإقليم الواحد) ومن دول وليس من دولة واحدة، ومن بيئات وتقالييد مختلفة، ومن أساليب وطرق تفكير وممارسة أي إقليم أو بيئة أخرى. لهذا لا بد الوصول إلى المعلومة اللازمة بسرعة وفعالية مقارنة بمنظمات الأعمال المنافسة.

2-3-6 -المعرفة العلمية والأسرار المهنية: إذا كانت السمة الأساسية للمعرفة العامة هي انها معرفة النطاق العام أي المعرفة التي تتحول إلى شكل من أشكال الخارجية حرة الوصول ومتاحة للإستخدام العام وبشكل مجاني، فإن المعرفة التي يتم التوصل إليها من قبل منظمات الأعمال تكون خارفا لذلك تماما (على الأقل خلال فترة الحماية القانونية) فهي صعبة الوصول وغير متاحة للجميع وإنما مقتصرة على منظمة الأعمال ومن تخوله للإستفادة منها وهي أيضا غير مجانية (الترخيص يكشف ذلك). لهذا فإن أخطر ما تواجهه منظمات الأعمال هو تحول معرفتها إلى النطاق العام وإلى أن تكون معرفة علمية متداولة بشكل حر يفقدها ميزتها في الإستخدام الحصري من قبل منظمة الأعمال.

3-3-6 -فوضى المعلومات: إن تكنولوجيا المعلومات التي تبدو في حالات كثيرة أنها ساهمت في زيادة كفاءة الأفراد ومنظمات الأعمال في استخدام بياناتها ومعلوماتها وقواعدها الواسعة والكبيرة، فإنها أيضا قد أدت إلى توفر المعلومات التي لا نحتاجها بشكل كبير وبطريقة فيه الكثير من إضاعة الوقت وربما الإحساس بالعجز إزاء ما يتوفر منها في كل موضوع أو مجال. هذا ما يجعل تكنولوجيا المعلومات في مجال المعرفة تحمل الكثير من المشكلات ما يؤثر على فعالية اتخاذ القرار الذي يحتاج إلى المعلومة المناسبة في الوقت المناسب.

هذه التحديات دفعت الباحثين في مجال الإدارة إلى البحث عن أساليب تسييرية تواكب عصر المعرفة وتعطي حل لهذه الإشكاليات فظهر ما يعرف بالذكاء الإقتصادي الذي يقوم على جمع وتحليل ومعالجة وحماية المعلومات التي تحتاجها منظمات الأعمال من أجل بثها في قرارات فعالة تسهم في مواجهة المنافسين.

4-6: جوانب تطبيق الذكاء الاقتصادي في منظمات الأعمال: بعدما كانت تطبيقات الذكاء الاقتصادي حكرا على المؤسسات الكبيرة، أصبح الذكاء الاقتصادي في الآونة الأخيرة يحتل مكانة عالية في اهتمامات العديد من المؤسسات الاقتصادية الكبرى، وذلك نتيجة للإمميزات التي حققها في مجال رفع القدرات التنافسية للمؤسسات و زيادة التأثير في محيطها الخارجي خاصة في ظل البيئة المعقدة التي تعيش فيها. وذلك حسب ما أوضحته دراسة إحصائية أجريت في فرنسا سنة 1999 على 1200 منظمة⁹. و لقد أجريت من قبل المعهد العالمي لدراسات الدفاع الوطني L'IHEDN. كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (1) : المصطلح المستعمل في منظمات الأعمال

منظمات الأعمال صغيرة ومتوسطة الحجم	منظمات الأعمال كبيرة الحجم	
13,1%	9,8%	الذكاء الاقتصادي
45,8%	54,5%	الذكاء التنافسي (الاستراتيجي)
41,1%	35,9%	اليقظة
100%	100%	المجموع

Source :F.Bournois ,P.J.Romani ,l'intelligence économique dans les entreprises française ;Economica ;Paris ;p.62

فمن خلال الجدول نلاحظ أن المصطلح المفضل استعماله في المنظمات هو مصطلح الذكاء التنافسي و ذلك ب 54.5 % أو الذكاء الاستراتيجي. حيث أن الذكاء الاقتصادي و التنافسي ظهر منذ زمن، لكن الجديد في ذلك هو أنه في مرحلة عدم التأكد هذه ، أصبح ضروري جدا للمنظمات¹⁰:

بالنسبة للمنظمات الكبيرة، لأن المحيط يتغير و يجب أن تتكيف و تتعايش معه؛

بالنسبة للمنظمات الصغيرة، وهي دائما مهددة من طرف منافسيها؛

بالنسبة للمنظمات المتوسطة، والتي تطمح أن تصبح قوية، ولذلك عليها أخذ الأحسن؛

6_5 العناصر الأساسية للذكاء الاقتصادي الواجب توفرها في منظمات المعرفة: في الإدارة الاستراتيجية نجد أن الأدوات المتعلقة بالذكاء الاقتصادي ما هي إلا امتداد لأعمال الباحثين السابقين حول (environnement scanning) المسح البيئي، حيث أن العناصر الأساسية للذكاء الاقتصادي التي تحتاجها منظمات المعرفة تختلف من إقتصاد الى آخر ومن منظمة إلى أخرى لكن يمكن حصرها في النقاط التالية:¹¹

6-5-1-اليقظة الاستراتيجية: جاءت اليقظة تارة إعلامية Informationnel، وتارة أخرى استعلامية Renseignement فكانت أقرب ما يكون للذكاء الاقتصادي.وعليه فقد عرفت على أنها "العملية الاعلامية Informationnel تقوم من خلالها المؤسسة بالاستمتاع المسبق للإشارات الضعيفة في محيطها، بهدف فتح نوافذ للفرص وتقليص عدم اليقين " ¹²، مثل ماهي أيضا عملية إستعلامية ونشاط تجسسي أو استخباراتي تقوم به المؤسسة

أثناء مسحها لمحيطها التنافسي وفي رقابتها لمنافسيها، لتحل في عملها محل عمل الرادار في رصد أية إشارة ضعيفة وفي الكشف عن أية عملية تنبئية للإستدلال عن إمكانية وجود أي خطر أو فرصة لسبق المنافسين.¹³ وعليه من المفترض أن يكون الذكاء الاقتصادي من الأدوار الرئيسية في إدارة المعلومة من خلال اليقظة الاستراتيجية التي يمكن الاعتماد عليها خاصة فيما يتعلق بالتعرف على احتياجات المؤسسة والمراحل والأدوات التي يعتمد عليها في عملية البحث ومن جهة أخرى يهتم بجمع وترتيب المعلومات، وبالتالي فإنه يحقق الوظيفة الابتدائية أي اليقظة، حيث أن المعلومة يمكن أن تشكل أو تحوّل الى تمثيل يبين العلاقة بين نظام المؤسسة والبيئة التي تعيش فيها، وهو وسيلة مختصرة لحالات عدم التأكد، فهو ينتج التحليل العقلاني للمعلومة بفضل التنظيم البشري والتقني لليقظة أو كما يفضل تسميتها اليقظة الذكية **la veille intelligente** التي تتمثل في قدرة المؤسسة على تحديد والحصول على المعلومات الصحيحة في الأوقات المناسبة وهي جزء من العملية المنطقية لإنتاج المعلومات لوصف وتوقع الحالات المعقدة التي يمكن أن تمر بها المؤسسة. ونحن نفضل أن نسميها التأهيل الذكي **la qualifier d'intelligente** ذلك لأن له القدرة على إقامة التقارير المعروفة والتي تبحث عنها المؤسسة في مجال إنتاج المعلومات الاستراتيجية التي تساعد المؤسسة على توقع الرؤية المستقبلية لها من خلال استغلال الفرص ومواجهة التحديات.

هذه المعلومات بعد تفسيرها وترجمتها يمكن أن تقود الى إعادة بناء تنظيم النوايا الإستراتيجية للمؤسسة التي تسمح لها أيضا بتقليص الفوارق بين طبيعة البيئة التي تعيش فيها المؤسسة وطبيعة البيئة التي تتوقعها.

6-5-2- الحماية والتأثير: في أدبيات الذكاء الاقتصادي هناك العديد من الأعمال التي تؤكد على الحماية أو ما يعرف بالذكاء المضاد، هذا الأخير يجمع من ناحية بين مجموعة إجراءات حمائية لرأس المال الغير مادي ومن ناحية أخرى بين التأثير والجماعات الضاغطة. وهو ما تجلّى في تعريف **ALAIN JUILLET** (المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا سنة 2005) الذي عرفه على 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"¹⁴.

حيث أن المعلومة والمعرفة تشكل بالأساس رأس مال الغير مادي، وهي تشكل من أي وقت مضى ثروة حقيقية للمؤسسة التي لا بد عليها صيانتها وحمايتها ولذلك لا يمكن تجاهلها أمام المخاطر التي يمكن أن تواجهها والتي تكون مؤثرة خاصة في حالات إجراءات الإخفاء بسبب عدم الانتباه أو نقص تنافسية المؤسسة أو تكون مقصودة بفعل إرادي للحصول على نحو غير مشروع على المعلومات الإستراتيجية

وعليه فإن الذكاء الاقتصادي هو العملية التي تقوم على نوعية الأفراد وتنفيذ الاجراءات وتقنيات الحمائية، بمعنى آخر هذا المعيار على وجه التحديد بالنسبة للدول أو في مجال المؤسسات، الحماية والأمن ليس الوحيد الذي يقتصر على تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسة، فهي تتركز على التأثير بصفة عامة والجماعات الضاغطة بصفة خاصة وهنا أيضا ليس فقط الذكاء الاقتصادي الذي يسمح بتأديته، حيث أن الجماعات الضاغطة تعرف على أنها تأثير المسؤولين وقرارات

السلطة العامة فهي بعيدة عن كونها المنتج الحصري من تطبيق الذكاء الاقتصادي، هذا المعيار يبقى حكرا للأعمال على الذكاء الاقتصادي الذي يعد ركيزة هامة في الاستعمالات العسكرية وكذلك في الجيو اقتصاد، هذه الأعمال في الذكاء الاقتصادي تعتبر سلاح لا بد من تسييره حسب متغيرات المحيط، في هذا المعنى فهي تركز على **la propagande** استخراج الشبكات.

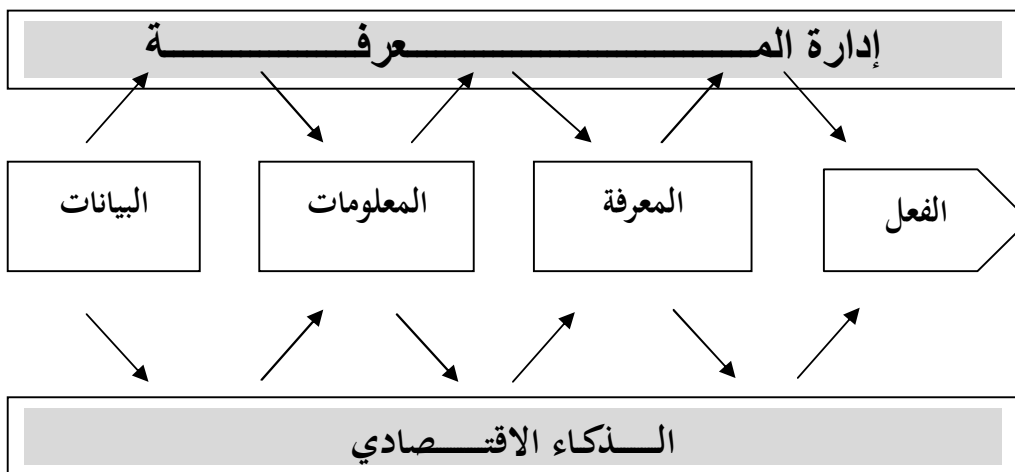
3-5-6- إدارة المعرفة: جاءت العديد من التعاريف التي تؤكد على هذا العنصر وهو ما برز من خلال تعريف **I'AFDIE***

الذي عرفته على أنه " مجموعة الوسائل المنظمة في نظام ادارة المعرفة، من أجل انتاج المعلومات المفيدة لإتخاذ القرار في ظل الأداء الناجع وخلق قيمة لكل الجوانب المؤثرة " ¹⁵.

حيث يتضح من خلال هذا التعريف أن مفهوم إدارة المعرفة يهتم بتوفير المعلومات وإتاحتها لجميع العاملين في المنظمة، والمستفيدين من خارجها حيث يركز على الاستفادة القصوى من المعلومات المتوفرة في المنظمة، والخبرات الفردية الكامنة في عقول موظفيها، لذا فإن أهم مميزات تطبيق هذا المفهوم هو الاستثمار الأمثل لرأس المال الفكري، وتحويله إلى قوة إنتاجية تساهم في تنمية الفرد ورفع كفاءة المنظمة ¹⁶.

وعليه فإن الذكاء الاقتصادي وإدارة المعرفة لهما نفس العمليات التي تقوم على تحويل المعلومات الى معارف قابلة للتنفيذ كما يتوفران على نفس القدرات فيما يخص المعرفة الجماعية. ومع ذلك يتم تتبع هذه الخطوات وفقا لمنهجيات معينة وحسب الغايات المختلفة للمنظمة التي تود استهدافها. ومن هنا يمكن ان نعتبر كلا من إدارة المعرفة والذكاء الاقتصادي على أنهما شكلان من أشكال نظم المعلومات، التي تمثل مجموعات من الأدوات والإجراءات الجماعية الموجهة للتعلم التي تقوم على تحويل المعلومات إلى معرفة قابلة للتنفيذ.

شكل رقم (3) يبين علاقة ادارة المعرفة بالذكاء الاقتصادي



Source :Frédérique Blondel et Serge Edouard et Mohamed Nabil el Marouki ,**Quelle articulation entre IE et KM au sein de l'entreprise** , Vie et Science de l'entreprise ,p 161.

ويبرز دور الذكاء الاقتصادي في دعم منظمات المعرفة من خلال المنظور المعرفي للذكاء الذي يقوم على تسهيل بروز مشاريع منتجة وتطوير التعلم التنظيمي بين الأطراف المشاركة التي تسبب الابتكار¹⁷. أي الاهتمام بالتعلم وتجميع الكفاءات بغرض تنشيط وتجهيز الأفراد ذوي الكفاءات المختلفة من أجل التعاون بين منظمات الأعمال. حيث نجد أن الدور الذي يمكن أن يلعبه الذكاء الاقتصادي في هذا المجال هو إدارة المعرفة أي الجهد المنظم الواعي الموجه من قبل منظمة ما من أجل التقاط وجمع وتصنيف وتنظيم وخزن كافة أنواع المعرفة ذات العلاقة بنشاط تلك المنظمة وجعلها جاهزة للتداول والمشاركة بين أفراد وأقسام ووحدات تلك المنظمة بما يرفع مستوى كفاءة اتخاذ القرارات والأداء التنظيمي¹⁸. وهو ما اتضح من تعريف الذكاء الاقتصادي الذي قدمته **I'ADBS** حيث تم تعريفه على أنه مجموعة تصورات، أدوات، منهجيات وتطبيقات تسمح بوضع علاقة وبطريقة ملائمة تشمل مختلف المعارف والمعلومات من أجل السيطرة وتطور الديناميكية الاقتصادية، هذه العلاقة تتضمن على وجه الخصوص:¹⁹

6-5-3-1-تفعيل آلية اتخاذ القرار: إن الدور الأساسي للذكاء الاقتصادي يكمن في تحضير القرارات الاستراتيجية وهو ما يتضح من خلال التعاريف التالية:

_تعريف **Michael Porter** وهو أستاذ في جامعة **Havard** وله دور في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي. اذ قال أنه "يعتمد على تزويد المعلومة المناسبة للشخص المناسب وفي الوقت المناسب من أجل اتخاذ القرار المناسب، والقيام بالتصرف المناسب والمثالي، وبالتالي تطوير بيئته في الإتجاه المناسب والملائم"²⁰.

_تعريف **C.Revelli**: "الذكاء الاقتصادي هو سيرورة جمع، معالجة ونشر المعلومات بهدف تقليص حالة عدم التأكد في إتخاذ كل القرارات الاستراتيجية"²¹.

بمعنى آخر يتمثل في قدرات المؤسسة على التحليل والتركيب الدوري الذي يقود إلى فعل، حيث أن تطبيق الذكاء الاقتصادي يخلق قدرات جديدة مكتملة للفعل، والفعل يقتصر بالأساس على معرفة المحيط الذي يتوقف على دمج الموارد التي تزخر بها المؤسسة لتشكيل وبناء مهارات أساسية تعتمد عليها. حيث أن الطريق من المعلومة الى المعرفة وتحويل المعرفة إلى فعل يتم عن طريق التعلم هذا الإجراء الذي يتطلب قدرات ديناميكية خاصة القدرة الاستيعاب التي تعتمد على قيمة المعلومة التي يمكن استيعابها وتطبيقها لتحقيق الهدف المطلوب والذي يعتمد على الرسالة التنظيمية والتي تعتمد على نظام المعلومات وهذه العملية يمكن أن تتم بشكل فردي لكنها تدخل في سيرورة التعلم الكلاسيكي الذي ينطلق أولاً بإشارات ثم تفسيرها لإعطاء اجابة، ويمكن أيضا ان يتم بشكل جماعي يعتمد بالأساس على بناء مراجع مبنية التي تكون بشكل قوانين وهي بجد ذاتها إجراءات تحقق الاستمرارية في هذا المعنى الذي يقودنا الى نشاطات لحل المشاكل ووسائل للتعامل مع المتعاملين لكن هذا الدور يتلاشى إذا لم يكن هناك ثقافة تنظيمية معرفية وقيادة تنظيمية فعالة.

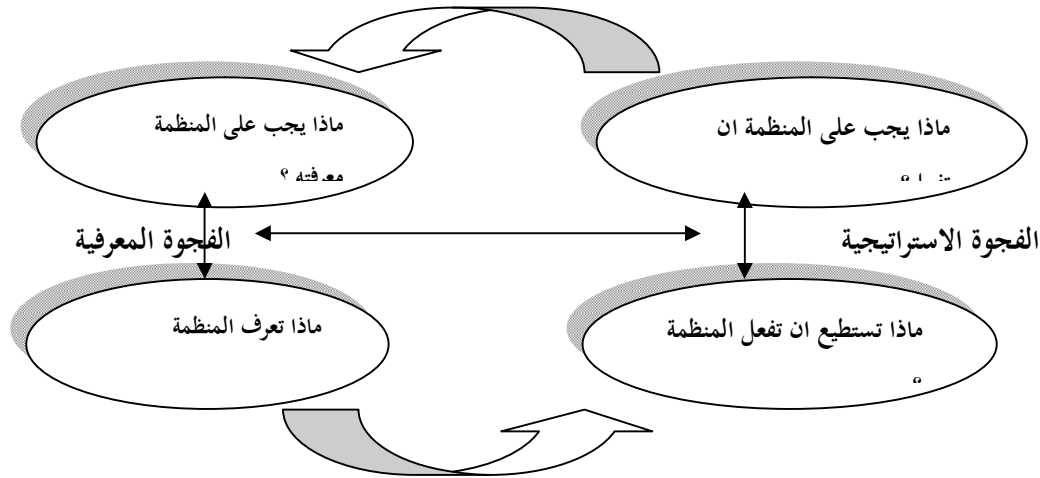
6-5-3-2-بناء ثقافة تنظيمية معرفية: تعتبر الثقافة التنظيمية (**Organizational Culture**) من أهم العوامل التي يمكن من خلالها التمييز بين مختلف المنظمات بالنظر لثراء وتعدد وتنوع العناصر التي تتضمنها. حيث يعرفها **Shermerbon** على أنها نظام من القيم والمعتقدات يشترك بها العاملون في المنظمة بحيث ينمو هذا النظام ضمن

المنظمة الواحدة²² . أما **Kossen** فيعتبرها مجموعة القيم التي يجلبها أعضاء المنظمة (رؤساء ومرؤوسين) من البيئة الخارجية الى البيئة الداخلية لتلك المنظمة. وبهذا فان للثقافة التنظيمية ارتباط وثيق بإجمالي القيم، المعتقدات والافتراضات، التجارب والخبرات التي يحملها العاملون بالمنظمة، وبحكم أن لهذه العناصر دورا هاما في تشكيل العديد من المعايير وتجسيد الكثير من الممارسات والقرارات في المواقف والأوضاع المختلفة، فإن هذه الثقافة تعد حاضنة أساسية لمعارف المنظمة. وعليه فان تبادل وتقاسم هذه المعارف فيما بين الأفراد والمجموعات لإنشاء الأفكار الإبداعية يتطلب من مسؤولي المنظمة العمل على تعزيز مبادئ الثقة والأمان والمشاركة لخلق التفاعل والتواصل الداعم للتدفق الفعال للمعرفة في مختلف الاتجاهات والمستويات. وهو ما يعني ضرورة الاهتمام ببناء ثقافة تنظيمية أساسها التعاون والنجاح الجماعي وليس المنافسة والنجاح الفردي وذلك في أبعادها المختلفة (المظهر الخارجي، القيم الظاهرية والقيم غير الملموسة) مع ضرورة تطوير نظم الحوافز والمكافآت الجماعية لتشجيع الأفراد على الانسجام معها دون اغفال لطبيعة المرحلة التي تمر بها المنظمة، وذلك لتوفير الوسط الملائم لدعم عملية تطبيق إدارة المعرفة. ففي دراسة أجريت على أكثر من 50 شركة امريكية لديها مشروعات في مجال ادارة المعرفة تبين ان العائق الأساسي في بناء واستثمار الموارد المعرفية هو الثقافة التنظيمية، وهي نفس النتيجة التي توصل اليها **D.Skyrme** في دراسته، حيث بين أن التحدي الأكبر الذي يواجه ادارة المعرفة لا يمكن في الأدوات ولا في التكنولوجيا وانما في الانسان والعوامل الثقافية²³.

6-3-3-3 اتباع قيادة تنظيمية فعالة ورسم خرائط المعرفة: لقد أصبح واضحا الان بأن العنصر البشري عامل هام وحاسم في العملية المعرفية والإبداعية بالنظر لقدرته على انتاج أفكار جديدة تدعم باستمرار قدرات المنظمة على انتاج المزيد من القيمة المضافة، وعليه فالأفراد والجماعات في المنظمة في حاجة الى قيادة تنظيمية فعالة تعطي المثال، القدوة والنموذج الذي يحتذى به في مجالات التعاون والمشاركة والتقاسم، فكما يتم التعلم من خلال العمل يمكن التعلم من خلال الاقتداء. وبهذا يساعد القائد التميز بهذه الصفات مختلف الأفراد والجماعات على تطوير قدراتهم باستمرار بشكل يتيح توسيع القاعدة المعرفية للمنظمة خاصة وانه يسعى بصفة دائمة لايجاد طرق وأساليب جديدة من شأنها خلق الانسجام الضروري بين الأفراد لبناء رؤية مشتركة وموحدة تجاه مختلف القضايا .

كما يوجد الكثير من الباحثين منهم **Davenport ,Prusak ,Deft** على أهمية خريطة المعرفة **Knowledge Map** كأداة لجرد موجودات منظمة ما من أفراد ووثائق وقواعد بيانات وغيرها، وبذلك فهي تمثل دليلا على معارف المنظمة وليس مخزنا لها، وعليه فان رسمها يسمح بتحديد الاماكن الهامة لمعارف المنظمة بغرض الوصول اليها واستغلالها²⁴ وينبغي التذكير بأن تقييم الموقف المعرفي للمنظمة يتطلب فهرسة المصادر الفكرية الموجودة فيها وتشخيص وبيان أنواع معارفها (المعرفة الجوهرية، المعرفة المتقدمة والمعرفة الابتكارية) بشكل يوضح علاقاتها الاستراتيجية التنافسية للمنظمة، وهو ما يعني الكشف عن طبيعة المحفظة المعرفية للمنظمة من خلال هذه الخريطة بهدف تقليص الفجوتين الاستراتيجية والمعرفية بالمقارنة مع المنافسين. وربما لهذا يعتقد البعض بأن هذه الخريطة تعتبر أداة قوية تساعد على تنفيذ ادارة المعرفة، مما يتوجب رسمها²⁵ ، علما أن هناك العديد من النماذج المتميزة لهذه الخريطة نذكر منها: نموذج **M.Zack** الذي يمكن أن نبينه في الشكل التالي:

شكل رقم (4) يبين خريطة المعرفة (نموذج M.Zack)



Source :Michel.H.Zack :Developing a Knowledge Strategy ,California Management Review ,Vol 42 .N° 3 ,Spring 1999 ,P 125 .

ثانيا: منهجية الدراسة: وهي المتعلقة بالإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية وذلك من خلال ما يلي :

- 1-مجتمع وعينة الدراسة: يعرف على أنه مجموعة المفردات الممكنة التي تربطها خصائص وسمات محددة. وحدد المجتمع الإحصائي لمؤسسة اتصالات الجزائر فرع تلمسان حيث تم اختيار عينة عشوائية وتوزيع 35 إستبانة تم استرداد 33 استبعد منها 3 فبقي 30 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي أي ما نسبته 85.7% من الإستبانات الموزعة .
 - 2-أداة الدراسة: تم الإعتماد على إعداد استمارة لجمع المعلومات بهدف تحديد مدى التكامل الموجود بين الذكاء الاقتصادي وأخلاقيات الاعمال في سبيل دعم حوكمة العلاقات بين المنظمات
 - 3-متغيرات البحث والعبارات المقابلة لها: بالإضافة إلى المتغيرات الشخصية (الجنس Sex ،العمر Age ،والمستوى التعليمي Edu) فإن الجدول التالي يبين متغيرات البحث وكذلك العبارات المقابلة لها:
- جدول رقم (2) يبين متغيرات البحث

أرقام العبارات المقابلة	الإسم	متغيرات البحث
Q1_Q10	IE	الذكاء الاقتصادي
Q1_Q4	Veille	اليقظة الاستراتيجية
Q5_Q7	KM	إدارة المعرفة
Q8_Q10	Security	الحماية والتأثير
Q11_Q19	KO	منظمات المعرفة
Q11_Q13	Culture	الثقافة التنظيمية
Q14_Q16	Pilotage	القيادة التعليمية
Q17_Q19	PDécision	اتخاذ القرار

4- خصائص عينة الدراسة: تتوزع مفردات عينة الدراسة وفق خصائص الجنس والعمر والمستوى التعليمي مثلما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (3) يبين خصائص عينة الدراسة

المتغير	الحالة	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	18	62,1
	أنثى	11	37,9
العمر	من 20 إلى 30	15	50
	من 30 إلى 40	7	23,3
	من 40 إلى 50	4	8,7
	أكثر من 50	4	8,7
المستوى التعليمي	ثانوي	3	10
	بكالوريا	3	10
	جامعي	19	63,3
	دراسات عليا	5	16,7

5- قياس ثبات أداة القياس: للتأكد من درجة ثبات أداة القياس قمنا بالإعتماد على معامل الثبات Cronbach Alpha وقد اتضح أن أداة القياس تتمتع بدرجة عالية من الثبات، حيث بلغ معامل الثبات بالنسبة للعبارة المكونة لمتغير الذكاء الإقتصادي (1_10) ، 90.5% بينما بالنسبة للعبارة المكونة لمتغير أخلاقيات الأعمال و متغير حوكمة العلاقات كانت 66,89% و 62,5% على التوالي وهو ما توضحه النتائج التالية:

جدول رقم (4) يبين معامل الثبات Cronbach Alpha لمتغيرات لدراسة

متغيرات البحث	معامل الثبات Cronbach Alpha
الذكاء الإقتصادي	90.5
اليقظة الاستراتيجية	70,2
نظم المعلومات	75,2
الحماية والتأثير	80,8
منظمات المعرفة	88,4
القيادة التعليمية	66,8
الثقافة التنظيمية	76,8
اتخاذ القرار	62,5

أما فيما يتعلق بمعامل الثبات للمتغيرات التي تدخل ضمن تشكيل الذكاء الاقتصادي فقد بلغت **70,2%** لليقظة الاستراتيجية و **75,2%** لنظم المعلومات و **80,8%** الحماية والتأثير وهي كلها أكبر من **60%** وهو ما يدل على ثبات الاستبانة:

أما فيما يتعلق بمعامل الثبات للمتغيرات التي تدخل ضمن تشكيل متغير منظمات المعرفة فقد بلغت **66,8%** للقيادة التعليمية و **76,8%** للثقافة التنظيمية و **62,5%** اتخاذ القرار وهي كلها أكبر من **60%** وهو ما يدل على ثبات الاستبانة.

6- اختبار توزيع البيانات: للتأكد من أن آراء مفردات عينة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي اعتمدنا على إختبار **Kolmogorov-Smirnov**، حيث وصلنا إلى النتائج التالية:

جدول رقم (5): يبين إختبار التوزيع الطبيعي **Kolmogorov-Smirnov** لمتغيرات الدراسة

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	IE	Veille	KM	Security	KO	Culture	Pilotage	Pdéc
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Normal Parameters ^{a,b}								
Mean	3,5000	3,5375	3,5667	3,3833	2,8833	2,9856	3,1244	3,3643
Std. Deviation	,95145	,97763	1,02655	1,07755	,66028	,8868	,9808	,43596
Most Extreme Differences								
Absolute	,192	,186	,164	,216	,221	,237	,277	,228
Positive	,114	,133	,092	,134	,198	,126	,098	,117
Negative	-,192	-,186	-,164	-,216	-,221	-,238	-,225	-,228
Kolmogorov-Smirnov Z	,858	,832	,731	,968	,990	,824	,771	1,022
Asymp. Sig. (2-tailed)	,453	,493	,659	,306	,281	,337	,289	,247

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

المصدر: من إعداد الباحثين حسب نتائج الإستبيان **SPSS**

بالنظر إلى الشكل أعلاه يتبين أن البيانات الواردة أن المتغيرات الثمانية تتمتع بالتوزيع الطبيعي حيث أن قيمة **Asymp.Sig** لكل منها أكبر من **0,05** المستوى المعتمد للدراسة.

ثالثا: تحليل ومناقشة النتائج: سنقوم بتحليل ومناقشة نتائج الدراسة من خلال محاولة إثبات أو نفي الفرضيات التي اقترحناها:

1- تحليل مدى اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بالذكاء الاقتصادي:

الفرضية الرئيسية الأولى: تهتم مؤسسة اتصالات الجزائر بالذكاء الاقتصادي

H0: المؤسسة غير مهتمة بتطبيق الذكاء الاقتصادي.

H1: المؤسسة مهتمة بتطبيق الذكاء الاقتصادي.

تقوم الفرضية الرئيسية الأولى على مقارنة الوسط الحسابي للإجابات على مدى تطبيق الذكاء الاقتصادي مع الوسط الحسابي للأداة (3) على أساس مقياس **Likert** الخماسي المستخدم. ولاختبار هذه الفرضية استخدمنا - **One Sample T Test**

جدول رقم (6): يبين استخدام اختبار **One -Sample T Test** في قياس إجابات الخاصة بمتغيرات الذكاء الاقتصادي

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
IE	30	3,5000	,95145	,21275

One-Sample Test

Test Value = 3						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
IE	2,350	29	,030	,50000	,0547	,9453

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج الإستهيبان SPSS

تبين المخرجات أعلاه أن الوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة للذكاء الاقتصادي قد بلغ 3.5 ويانحرف معياري قدره 0.95145. وحيث أن قيمة **t** المحسوبة قد بلغت 2.35. وبالتالي يمكننا رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة القائمة على أن المؤسسة تطبق الذكاء الاقتصادي ومما يؤيد هذا القرار ان مستوى الدلالة المحسوب **Sig=0.03** كان أقل من 0.05 أي المستوى المعتمد لأن اختبار الفرضية من طرف واحد. وهو ما يؤكد أن مؤسسة إتصالات الجزائر تحاول الإعتماد على الذكاء الإقتصادي في تسييرها. رغبة منها في مواكبة التطورات الحاصلة في البيئة العالمية، ومواجهة تحديات البيئة التي تعيش فيها، لكن الواقع لا يعكس هذه النتيجة لسبب بسيط أن شركة اتصالات الجزائر تعيش في بيئة تتميز بعدم وجود أي منافسة.

2-تحليل مدى تأثير الذكاء الاقتصادي على منظمات المعرفة:

-الفرضية الرئيسية الثانية: وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة

H0: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين تطبيق الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة.

H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين تطبيق الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722 ^a	,521	,495	,36071

a. Predictors: (Constant), IE

جدول رقم (7): يبين قيمة الارتباط الثنائي بين متغيري الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,552	1	2,552	19,613	,000 ^a
	Residual	2,342	28	,130		
	Total	4,894	29			

a. Predictors: (Constant), IE
b. Dependent Variable: Governance

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,052	,315		6,516	,000
	IE	,385	,087	,722	4,429	,000

a. Dependent Variable: Relation

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج الإستبيان SPSS

من الجداول أعلاه يتضح أن قيمة معامل الارتباط الثنائي كانت **0.722** كما بلغ معامل التحديد **0,521**. مما يعني أن **52.1%** من التغير في منظمة المعرفة بين المنظمات يعود إلى التغير في تطبيق الذكاء الاقتصادي. وحيث أن قيمة **F** المحسوبة **19,613** أكبر من قيمتها الجدولية. وبما أن مستوى الدلالة يساوي صفرا وهو أقل من **0.05** مستوى الدلالة المعتمد، فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائمة على وجود أثر دال إحصائيا لتطبيق الذكاء الاقتصادي على منظمات المعرفة. وهو ما يؤكد أن منظمات المعرفة اليوم أصبحت تركز على الذكاء الاقتصادي الذي يهتم بتسيير المعلومات والمعارف التي تعتبر المورد الرئيسي لمنظمات المعرفة، من خلال قدرته على التقاط الإشارات الضعيفة للمنافسين والمتعاملين الموجودين في بيئة المنظمة وكذلك أهميته تكمن في إتماده على

الأفراد المتخصصين ونظم معلومات القادرة على تسيير المعارف وحمايتها وتوفيرها لمتخذي القرار وبالتالي فإن هذه النتائج تثبت صحة الفرضية الثانية .

كما يشير الجدول الأخير إلى معادلة الإنحدار الخطي بين تطبيق الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة بين المنظمات كما يلي :

$$Y=2.052+0.315 IE$$

علما أن Y تمثل المتغير التابع أي منظمات المعرفة. حيث تمثل هذه المعادلة أثر الذكاء الاقتصادي .

3- تحليل قوة العلاقة الموجودة بين الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة وأهم العناصر المتدخلة فيها -الفرضية الرئيسية الثالثة :

H1 وجود علاقة ذو دلالة احصائية بين الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة سببه متغير إدارة المعرفة

H0: وجود فروق ذو دلالة إحصائية بين تطبيق الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة لا يعود سببه إلى متغير إدارة المعرفة .

من أجل اثبات صحة الفرضية من عدمها نقوم بدراسة الارتباط الشائبي **Correlations** بمعرفة قوة العلاقة بين المتغيرين

(KM_KO) باستخدام معامل ارتباط **Pearson** لدراسة قوة الارتباط بين كل متغيرات الدراسة .

جدول رقم (8): يبين قوة الإرتباط باستخدام معامل **Pearson** بين متغير منظمات المعرفة ومتغيرات الذكاء الاقتصادي

Correlations

		Veille	Governance	KM	Security
Veille	Pearson Correlation	1	,812**	,748**	,562**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,010
	N	03	03	03	03
Governance	Pearson Correlation	,812**	1	,845**	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001
	N	03	03	03	03
KM	Pearson Correlation	,748**	,845**	1	,706**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001
	N	03	03	03	03
Security	Pearson Correlation	,562**	,696**	,706**	1
	Sig. (2-tailed)	,010	,001	,001	
	N	03	03	03	03

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Veille	Governance	KM	Security
Veille	Pearson Correlation	1	,812**	,748**	,562**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,010
	N	03	03	03	03
Governance	Pearson Correlation	,812**	1	,845**	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001
	N	03	03	03	03
KM	Pearson Correlation	,748**	,845**	1	,706**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001
	N	03	03	03	03
Security	Pearson Correlation	,562**	,696**	,706**	1
	Sig. (2-tailed)	,010	,001	,001	
	N	03	03	03	03

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج الاستبيان SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى قوة علاقة بالنسبة الى متغير منظمات المعرفة كان مع إدارة المعرفة حيث بلغت 84,5 وهي علاقة قوية مقارنة بالمتغيرات الأخرى وما يؤكد حقيقة هذه النتيجة أن $\text{Sig} < 0.05$ وهو ما تم تأكيده من طرف العديد من الباحثين في دراساتهم النظرية حيث أن علاقة الذكاء الاقتصادي بمنظمات المعرفة يتمثل في الدور المعرفي الذي يقدمه الذكاء الاقتصادي الى منظمات المعرفة من خلال إهتمامه بتوفير المعلومات والمعارف التي مصدرها خبرات ومواهب الأفراد، وإتاحتها لجميع العاملين في المنظمة. الأمر الذي يساهم في تفعيل عملية اتخاذ القرار، وخلق ثقافة تنظيمية وقيادة متعلمة. وبالتالي خلق أهداف منظمات الأعمال المعرفية. وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة .
خاتمة:

بعد مناقشتنا لموضوع مساهمة الذكاء الاقتصادي في تحسين تسيير منظمات الأعمال المعرفية، يتبين أن هذا الأسلوب التسييري الحديث يلعب دورا حيويا في نشاطات منظمات الأعمال المعرفية لقدرته على التعامل مع المعلومات وتحليلها وتحويلها إلى معارف مما يمكن متخذي القرار من إنتقاء أفضل المعلومات، التي تساهم في مواجهة تحديات وتقلبات المحيط الذي تعيش فيه المنظمة، وعلى هذا الأساس نجد إهتمام مدراء المنظمات العالمية بهذا السلاح التسييري الحديث؛

1_ النتائج: من أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة:

- أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين تسيير منظمات المعرفة؛
- بالرغم من وجود بوادر اهتمام مؤسسات اتصالات الجزائر بالذكاء الاقتصادي إلا أن لم تصل بعد الى مرحلة الاستفادة من هذا الأسلوب التسييري وحصد مزاياه، وهذا لسبب بسيط أن بيئة الأعمال في الجزائر تخلوا من المنافسة

التي تمكننا من الحكم على اعتمادها على هذا النهج التسييري الحديث، خاصة إذا علمنا ان مؤسسة اتصالات الجزائر هي الوحيدة التي تسيطر على قطاع الاتصالات في الجزائر؛

• وجود علاقة قوية بين تطبيق أسلوب الذكاء الاقتصادي وأداء منظمات المعرفة، يعود إلى إهتمام الذكاء الاقتصادي بالمعلومات والمعارف من خلال قدرته على جمعها بالنتقاط الإشارات الضعيفة (اليقظة الإستراتيجية)، وتسييرها وإتاحتها لجميع العاملين (إدارة المعرفة)، وحمايتها والتأثير على تقلبات المحيط؛

• وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي ومنظمات المعرفة سببه إدارة المعرفة التي تعتبر أحد مكونات الذكاء الاقتصادي التي تقوم على البحث عن المعلومات التي تحتاجها المنظمة من خلال خرائط المعرفة ومن ثم إتاحتها لجميع الموظفين للإستفادة منها، وهو ما يساهم في تفعيل عملية إتخاذ القرار وبناء قيادة متعلمة وخلق ثقافة تنظيمية، تشجع الإبداع والإبتكار وهو ما يضمن السير الحسن لمنظمات الأعمال المعرفية؛

2_التوصيات: من النتائج المتوصل إليها يمكننا تقديم بعض الإقتراحات :

• زيادة الإهتمام بتطبيقات الذكاء الاقتصادي في منظمات الأعمال الجزائرية بهدف رصد المعلومات والتقليل من حالات عدم التأكد البيئي؛

• الإهتمام بمختلف أنواع المعلومات، باعتبارها من الموارد ذات الأهمية لضمان نجاح واستمرارية منظمة الأعمال في عصر العولمة والمعارف؛

• تنمية الوعي لدى المديرين والأفراد والعمال بالمؤسسات بضرورة تطبيق الذكاء الاقتصادي من أجل مواكبة تغيرات المحيط؛

• إدخال التعديلات المناسبة على الهياكل التنظيمية عبر مختلف المديرات الجهوية والوكالات التجارية خاصة في المدن الداخلية التي تسمح بتوسيع استخدام الذكاء الاقتصادي؛

• الحرص على وضع نظام دقيق لجمع ومعالجة وتخزين وتوزيع البيانات والمعلومات عن الإمكانيات المتاحة والمتغيرات البيئية؛

• الإهتمام أكثر بالعنصر البشري، خاصة فيما يخص عمليات التكوين والتدريب. لأنه العنصر الأساسي في خلق المعرفة والإستفادة منها؛

• ضرورة تفعيل التعاون بين مؤسسات البحث العلمي ومنظمات الأعمال من اجل بناء مشروعات معرفية قادرة على إحداث طفرة معرفية تساهم في خلق قيمة مضافة للاقتصاد الوطني بعيدا عن الربح؛

الهوامش والمراجع:

¹ بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الإستراتيجي للمؤسسات الإقتصادية، رسالة دكتوراه علوم، تخصص علوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2013/2012، ص.ص 27-28 .

² بيتر دراكر: الإدارة للمستقبل: التسعينات وما بعدها، ترجمة صليب بطرس، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة 1994، ص 276 .

³ Forbes Magazine, **BrandZ Top 10 Des Plus Grandes Entreprises Mondiales** ;voir le site suivant : (visité 20/02/2018)

<https://www.forbes.fr/classements/brandz-top-entreprises-2017/>

⁴ Magazine Forbes ,Classement Forbes 2017 :Les 100 plus riches de la Tech ;voir le site suivant :(visité 20/02/2018)

<https://www.forbes.fr/classements/fortunes/les-100-milliardaires-tech-les-plus-riches-au-monde-en-2017/>

⁵ _ Lead Beater, Charles : **Who Will Own the Knowledge Economie** , political quarterly,black will publishers, oxford,uk, oct/dec,98, vol 69, issue 4,p : 375.

⁶ _ Due Richard : **The knowledge Economie, Information system Management**, uk summer 1995 ;P76 .

⁷ _ أشرف عبد الرحمان محمد، دور إدارة الموارد البشرية في منظمات الاعمال في ظل إقتصاد المعرفة، منشورات كلية التجارة، جامعة القاهرة 2005 ص 44 .

⁸ _ A. Yannakov et N. Gorjestanil: **Incresing knowledge flower the rongh**, disponible sur le site:

[http:// www. Reasearch-alliance.net](http://www.Reasearch-alliance.net) , consulté, le: 12-11-2017 a 23:15.

⁹ _:F.Bournois ,P.J.Romani ,l'intelligence économique dans les entreprises française ;Economica ;Paris ;p.62

¹⁰ _ عبد الرزاق خليل، أمل بوعبدلي، الذكاء الإقتصادي في خدمة منظمة الأعمال، المؤتمر العلمي الدولي حول اقتصاد المعرفة و التنمية الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم الإدارية، جامعة الزيتونة ، الأردن : 27-28 أبريل 2005، ص 3

¹¹ _El Mabrouki Nabil Mohamed ,le pratique de l'intelligence économique dans les grandes entreprises :voyage au cœur d'un système non univoque ;14^{em} conférence international de management stratégique p.p 2_4 voir le site suivant :

<http://www.strategie-aims.com/events/conferences/7-xvieme-conference-de-l-aims/communications/2166-la-pratique-de-lintelligence-economique-dans-les-grandes-entreprises-voyage-au-coeur-dun-systeme-non-univoque/download>

¹² _ Lesca.H.(1994) ,**Veille stratégique pour le management stratégique de l'entreprise** , P32 .

¹³ _ Lesca.H.et J.C.Castagnos (2004) ,**Capter les signaux faibles de la veille stratégique :comment amorcer le processus ?Retour D'expérience et recommandation** ,P32.

¹⁴ _ Frédérique PEGUIRON, Application de l'Intelligence Economique dans un Système d'Information Stratégique universitaire : les apports de la modélisation des acteurs, thèse de Doctorat, Université Nancy 2, 2006, P37.

* _ L'Association Française pour le Développement de l'Intelligence Economique

¹⁵ _ Alain Juillet ;modèle d'intelligence économique ;édition économique a Paris ;2004 ;p4

¹⁶ _ Jean-Yves Prax : **Le Manuel Du Knowledge Management**, 2 ème édition, DUNOD, paris, 2007, p22-26.

¹⁷ _ بلبركاني أم خليفة، أليات الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية، مجلة التنظيم والعمل الصادرة من فريق البحث حول الهندسة الوظيفية وتطوير المنظمات بجامعة معسكر العدد الخامس، ص 9 .

¹⁸ -محمد عواد الزيات، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 55 .

¹⁹ _ L'Association des professionnels de l'information et de la documentation ,appelée originellement :Association des Documentalistes Bibiothécaires Spécialisés

¹⁹ __ Définitions de l'intelligence économique, voir le site suivant (visité 27/03/2017):

<http://www.actelligence.com/ressources/definitions-delintelligence-economique>

²⁰ _ Djibril Diakhate ;**des cours en veille strategique** ;2010-2011 ;p8 voire

http://foad.refer.org/IMG/pdf/Veille_maj.pdf

²¹ _ Cohin Corin ;la veille et intelligence stratégique ;op cit p13 .

²² _ الفاعوري رفعت عبد الحلیم :إدارة الابداع التنظيمي، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر، ص 151

²³ _ حيدر عبيسات، 2005: الثقافة التنظيمية وتأثيرها على بناء المعرفة المؤسسة: دراسة ميدانية لمؤسسة المناطق الحرة بالزرقاء، الأردن، أنظر الى الموقع التالي :

<http://www.free-zones.gov.jo/km1/studies/organizationalculture.pdf> (منح بتاريخ 13 فيفري 2016 .18.08)

²⁴ _ لفاعوري رفعت عبد الحلیم :إدارة الابداع التنظيمي، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر، ص 151 .

²⁵ _ العلي عبد الستار وآخرون: المدخل الى ادارة المعرفة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006،

ص 30،