

ممارسات الذكاء الاقتصادي في المؤسسات عالية التكنولوجيا، دراسة مقارنة بين بعض المؤسسات الجزائرية

Economic Intelligence Practices in High-tech Enterprises, A Comparative Study Between Some Algerian Entrprises

د. بن سفيان الزهراء

ط.د. محمدي سميحة

مخبر الدراسات الاقتصادية والتنمية المحلية بالجنوب الغربي مخبر الدراسات الاقتصادية والتنمية المحلية بالجنوب الغربي

جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر

جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر

zbenefiane@gmail.com

mohammedisamiha@gmail.com

تاريخ القبول: 2020/10/01

تاريخ الاستلام: 2020/02/27

الملخص: تكمن أهمية الدراسة في طبيعة الموضوع الذي تعالجه وتحذف إلى إبراز واقع ممارسة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات عالية التكنولوجيا من خلال اجراء مقارنة بين الدراسات السابقة التي عالجت الموضوع، وللإجابة على الإشكالية التالية: "ما مدى ممارسة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات عالية التكنولوجيا- دراسة مقارنة" تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال ما هو متاح من أدبيات وبحوث تتعلق بالموضوع في بناء جوانب الدراسة النظرية والتحليلية المتعلقة بالمؤسسات عالية التكنولوجيا وكذا الجوانب المتعلقة بالذكاء الاقتصادي والمنهج المقارن من خلال المقارنات التي توضح نقاط الالتقاء، الاختلاف الموجودة. خلصت الدراسة إلى مجموعة النتائج أهمها اجتماع جل الدراسات على أهمية الذكاء الاقتصادي في المؤسسات عالية التكنولوجيا الا أن مدى ممارساته تختلف بين مؤسسة وأخرى

الكلمات المفتاحية: مؤسسات عالية التكنولوجيا، ذكاء اقتصادي، يقظة استراتيجية، حماية، تأثير.

Abstract : The importance of the study lies in the nature of the topic it deals with and aims to highlight the reality of the practice of economic intelligence in high-tech institutions by making a comparison between previous studies that dealt with the subject, and to answer the following problem: "What is the extent of the practice of economic intelligence in high-tech institutions - a comparative study." Relying on the descriptive and analytical approach through the available literature and research related to the subject in building aspects of theoretical and analytical study related to high-tech institutions as well as aspects related to economic intelligence and the comparative approach through comparisons that clarify points of convergence and difference. The study concluded with a set of results, the most important of which is the meeting of most studies on the importance of economic intelligence in high-tech institutions, but the extent of its practices varies from one institution to another

Key Words: Hi-tech enterprises, Economic Intelligence, Strategic vigilance, Protection, Influence.

JEL Classification : D83, O32

*مرسل المقال: محمدي سميحة (mohammedisamiha@gmail.com)

المقدمة:

شهدت المؤسسات باختلاف أنواعها وطبيعتها، على غرار المؤسسات عالية التكنولوجيا في السنوات الأخيرة تحولات وتطورات هائلة في بيئتها الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، إلا ان المؤسسات ذات التكنولوجيا العالية كانت أكثر توثراً واستجابة وحساسية لهاته التغيرات فبحكم طبيعتها ونشاطها جعل هذا النوع من المؤسسات أمام تحديات قوية تعيق مسارها نحو تنفيذ مخططاتها وأهدافها الإستراتيجية، وأصبحت في موقف يحتم عليها العمل الجاد والمستمر من أجل الحفاظ على مكانتها وإثبات وجودها، فالمؤسسة اليوم لا تكتفي بالبحث عن كيفية التكيف مع المحيط بل وتحاول اقتحامه، والتأثير عليه وإثبات قدراتها في جميع مجالات أنشطتها خصوصا ضد مثيلاتها او منافسيها من نفس النشاط او القطاع، إذ أنه بالنسبة للمؤسسات فان الشيء الذي يحدث الفرق بينها وبين غيرها هو قدرتها على إدماج الأحداث الخارجية والتصدي لها، وقدراتها على تلقي إشارات وتحليلها قبل غيرها، وحماية مواردها اللامادية، وقدرتها على اقتناص الفرص المتاحة وتجنب التهديدات هذه المهارات هي القيمة التنافسية لها، كل هذه الحتميات أدت إلى بروز فكرة الذكاء الاقتصادي الذي تتخذه المؤسسات المعاصرة وخاصة التكنولوجية منها، كأسلوب ومنهج عمل يجعل المؤسسة في حالة يقظة تامة ومستمرة بما يجري حولها، إذ يعد الذكاء الاقتصادي من أهم وأحدث الأنظمة التي تضمن ليس فقط للمنظمات الحفاظ على مكانتها في سوق المنافسة، على اعتبار أن المعلومة والمعرفة من أهم الموارد التي تحاول المنظمة الوصول إليها واستخدامها بما يحقق الهدف والغاية، الأمر الذي يجعلها تحافظ على مكانتها في سوق منافسة ميزته الثابتة هي التغير .

إشكالية البحث: تلك الحثيات ساهمت في صياغة إشكالية هاته الدراسة؛ والتي تتساءل عن طبيعة ممارسة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات عالية التكنولوجيا.

تفرعت عن هذه الإشكالية جملة من الأسئلة الفرعية على رأسها نذكر:

- ماذا المقصود بالمؤسسات عالية التكنولوجيا؟ وما هي المعايير المستخدمة لتحديدها؟
- ماهي نسبة ممارسة الذكاء الاقتصادي في هذا النوع من المؤسسات؟

وبهدف الإجابة عن تلك الإشكالية أسست الدراسة على فرضية رئيسية مفادها أنه: يتم ممارسة الذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات عالية التكنولوجيا، ولكن بدرجة متفاوتة.

منهج البحث: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال ما هو متاح من أدبيات وبحوث تتعلق بالموضوع في بناء جوانب الدراسة النظرية والتحليلية المتعلقة بالمؤسسة عالية التكنولوجيا والذكاء الاقتصادي، وكذا الاعتماد على منهج المقارن من خلال تحليل الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة وإبراز أوجه التشابه.

محاور البحث: أما فيما يخص المحاور الرئيسية التي تشكلت منها الدراسة يمكن تحديدها فيما يلي:

- المؤسسات عالية التكنولوجيا؛
- ماهية الذكاء الاقتصادي؛
- الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة؛

1. ماهية الذكاء الاقتصادي:

هناك عدة تعريفات للذكاء الاقتصادي، وكان هذا المفهوم موضوع مناقشات مفاهيمية مختلفة بين الكتاب، فيتحدث البريطانيون عن "ذكاء الأعمال" أو "معلومات الأعمال" أما في الولايات المتحدة فيندرج تحت اسم "الذكاء التنافسي". وظهر التعريف الأول للذكاء الاقتصادي في عام 1967 في عمل قام به Wilensky ويعرف "الذكاء الاقتصادي بأنه النشاط المنتج للمعرفة الذي يخدم الأهداف الاقتصادية والإستراتيجية للمنظمة، والتي يتم جمعها وإنتاجها في سياق قانوني ومن المصادر المفتوحة". هذا التعريف يميز الذكاء الاقتصادي عن التجسس الاقتصادي لأنه يتطور علانية ويستخدم في الأساس وسائل قانونية. (Dufau, 2010). وكان أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي كان سنة 1994 من طرف Martre (مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا): "الذكاء الاقتصادي هو مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة، وبث المعلومة المفيدة للأعوان الاقتصاديين لصياغة إستراتيجياتهم، وتنفيذ هذه الأعمال من الناحية القانونية مع كل الضمانات اللازمة لحماية أصول المؤسسة مع توفر كل الظروف الحسنة من جودة وتكلفة وحسن التوقيت، من أجل وضع وتنفيذ إستراتيجية متناسقة لتحقيق الأهداف التي وضعتها ولتحسين موقعها في بيئتها التنافسية". (Martre, 1994, p11). في حين المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا Alain Juillet عرفه على أنه "أسلوب تحكم يعمل على السيطرة على المعلومة الإستراتيجية من أجل الوصول إلى المنافسة، الأمن الاقتصادي وأمن المؤسسات بالإضافة إلى تعزيز سياسة التأثير". (Legendre, 2006, p5). أما Baumard فيرى أن "الذكاء الاقتصادي ليس مجرد فن المراقبة، ولكنه عملية هجومية ودفاعية لاستخدام المعلومات، هدفه الربط بين العديد من المجالات والميادين لخدمة الأهداف التكتيكية والإستراتيجية للمؤسسة، فهو وسيلة لربط بين النشاط والمعرفة للمؤسسة." (حليمي، 2010، ص50) وهذا التعريف هو الأول من بين التعريفات المقدمة أعلاه الذي تطرق إلى جانبي الذكاء الاقتصادي (الدفاعي والهجومية). أما Harbulot فيرى أن الذكاء الاقتصادي بأنه عملية: "البحث وترجمة المعلومة المتاحة للجميع بغرض فك شفرات نوايا المتعاملين ومعرفة قدراتهم ويشمل الذكاء جميع عمليات الرقابة في البيئة التنافسية ويتميز عن الاستعلامات التقليدية بطبيعة حقل تطبيقه لأنه يعني بمجال المعلومات المفتوحة ويقتضي بالضرورة احترام الأخلاقيات المهنية. (حمدي، 2017). ويرتكز الذكاء الاقتصادي كمفهوم، على ثلاثة عناصر أساسية:

أ. اليقظة: تهدف لمراقبة وتحليل البيئة التنافسية واكتشاف الإشارات الضعيفة وتبيان التوجهات الناشئة كما يتم استخدامها لاستباق التهديدات والفرص وهذا يعني الحد من عدم اليقين ويمكن للمؤسسة ان تمارس اليقظة بمعنى دقيق للكلمة (تحويل المعلومات إلى معرفة) فمن خلال هذه العملية تسعى المؤسسة أن تكون الأكثر دراية بالبيئة من منافسيها وان تكون على علم بما. (مغمولي، 2016، ص18).

ب. الحماية، الاتصال والأمن: يتم استخدام وظيفة الحماية لحماية المعلومات التي بحوزة المؤسسة والتي تصدرها بما في ذلك ملكيتها من قبل المنافسين ووظيفة إدارة المخاطر المعلوماتية تحافظ على تباين المعلومات لصالح المؤسسة التي تدير هذه المخاطر وذلك لضمان سلامة وامن المعلومات في المؤسسة كذلك إدارة براءة الاختراع تعد جزءا من الترسانة الدفاعية للمؤسسة. (CIGREF, 2008, p10)

ج. التأثير: هو معرفة المعلومات التي هي في محيط المؤسسة من أجل اتخاذ القرار الناجح الذي يكون له دور وتأثير على هذا المحيط. (IAAT, 2005, p3) وإستراتيجية التأثير تشمل الأنشطة التي تنفذ بصورة مباشرة أو غير مباشرة من قبل الأفراد والمنظمات والمجتمعات المحلية و/او الدول لتوجيه القرارات في الاتجاه المطلوب (Ben Arfa et Zeribi, 2010, p6).

وبشكل مختصر يمكن اجمال أهمية الذكاء الاقتصادي في النقاط التالية: (Routard, 2014):

- مراقبة وحماية المعلومات الاستراتيجية؛
- انتاج المعلومات عن طريق تعبئة القدرة على تحليل وترقب الموظفين؛
- الحفاظ على وجودها وتطويرها في وجه المنافسة؛
- إبراز الفرص واستغلالها لتطوير الابتكارات والشراكات والمكاسب في الإنتاجية وفتح حصص سوقية جديدة؛
- الكشف عن التهديدات والحد منها؛

2. المؤسسات عالية التكنولوجيا:

في جميع أنحاء العالم، فقد تم اقتراح مفهوم "التكنولوجيا العالية" في الفضاء العام منذ الستينيات. وتعرفه موسوعة لاروس على أنها "الوسائل المادية والمنظمات الهيكلية التي تنفذ الاكتشافات و أحدث التطبيقات العلمية"، وهو تعريف أظهر جانب هم وهو المجال الصناعي للمصطلح، وبالتالي فإن المنتجات والخدمات التي تغطيها التكنولوجيا المتقدمة يتطور باستمرار بمرور الوقت. وبالتالي وجود ارتباط وثيق مع التميز التقني وبمتطلبات القدرة التنافسية، والتي تؤدي إلى قضايا السيادة والاستقلال الوطني، وقد اتخذت أيضاً بعداً سياسياً وغالباً ما تدخل في عملية صنع القرار التي تشارك فيها المؤسسات الخاصة والسلطات العامة. ومصطلح المؤسسات عالية التكنولوجيا مصطلح يعرف عدة تسميات، فمن خلال عدة وثائق ومراجع تم الاطلاع عليها صادفنا التسميات التالية باللغة الأجنبية وتم ترجمتها الى اللغة العربية في الجدول التالي:

جدول رقم 1: التسميات التي يصطلح بها على المؤسسات عالية التكنولوجيا

المصطلح بالعربية	المصطلح بالأجنبية
مؤسسة التكنولوجيا الفائقة	Entreprise High-Tech
مؤسسة عالية التكنولوجيا	Entreprise de Haute Technologie
المؤسسة ذات التكنولوجيا المتقدمة	Entreprise de Technologie Avancée
المؤسسة المبتكرة	Entreprise Innovante
شركة التكنولوجيا الفائقة	High-Tech Firme
الشركة القائمة على المعرفة	Knowledge-Based Firme
الشركة القائمة على التكنولوجيا الجديدة	New Technology Based Firm

Candido Vieira Borges Jr, Michel Bernasconi et Louis Jacques Filion, La création des entreprises de haute technologie (EHT) Examen de la documentation, Cahier de recherche no. 2003-11, Juillet 2003, p04. بتصرف

1.2 مفهوم المؤسسات عالية التكنولوجيا:

للمؤسسات عالية التكنولوجيا عدة تعريفات سنتقصر على التعاريف التالية: فحسب (1997 Tesfaye) فيعرفها بأنها "هي المؤسسات التي انشأت من قبل الأفراد ذوي تعليم أكاديمي والتي تكون ذات بحوث مكثفة. وتشير كثافة البحث والتطوير إلى نسبة الموارد المحولة إلى أنشطته البحث أثناء عملية تكوين الشركات" أما (Colombo, Delmastro et al) فيعرفانها بأنها "الشركات التي تنشط في قطاع تكنولوجيا المعلومات (الإنترنت، والبرمجيات، والوسائط المتعددة) وإنتاج التجهيزات والمعدات التكنولوجية (معدات الاتصالات، والمعدات الإلكترونية)"، ويضيف كلا من Christensen, Ulhoi et Neergaard 2001 للتعريف الأخير قطاع التكنولوجيا الحيوية (Candido, Vieira al, 2003). ويلاحظ من خلال التعاريف السابقة أنها اجتمعت على ان المؤسسات عالية التكنولوجيا هي مؤسسات مقولة أنشأت من طرف أفراد ذوي تعليم أكاديمي ذات إفاق كبير على نشاطات البحث والتطوير، وبالتالي هي مؤسسات مبتكرة تهتم بالإبداع التكنولوجي، وتضم في العموم الشركات التي تنشط في قطاع تكنولوجيا المعلومات (الإنترنت، والبرمجيات، والوسائط المتعددة) وإنتاج التجهيزات والمعدات التكنولوجية (معدات الاتصالات، والمعدات الإلكترونية)، والتكنولوجيا الحيوية (المستحضرات الصيدلانية، والمعدات الطبية)، ويجدر الإشارة الى أنه لا بد على صاحب المؤسسة ان يدرك بأن مؤسسته هي مؤسسة ذات تكنولوجيا العالية.

وتكمن أهمية المؤسسات عالية التكنولوجيا في كونها تسهم في ديناميكية الاقتصاد الوطني. حيث يتزايد اهتمام الأوساط التعليمية والوكالات الحكومية للشركات عالية التكنولوجيا بالتمويل. ويشكل إنشاء هذا النوع من المشاريع عاملا هاما في نشر المعارف الجديدة وفي النمو الاقتصادي للمناطق. بالإضافة إلى ذلك، فإن القطاعات التي تنتمي إليها هذه الشركات لها مشاركه متزايدة في الاقتصاد العالمي، مما يسهم في نمو اقتصاد البلد بشكل كبير، ففي الولايات المتحدة مثلا، بين عامي 1995 و1998، استأثر قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديد بنسبة 8% من الناتج المحلي الإجمالي، وفي 1999 وظفت الشركات الأمريكية في قطاع الإلكترونيات والمعلوماتية 5 ملايين شخص، أي ثلاث مرات أكثر من صناعة السيارات. وقد تضاعف عدد المؤسسات في مجال تكنولوجيا المعلومات بمقدار ثلاثة أضعاف بين 1994 و1997. (Candido Vieira al, 2003)

إن هذا التطور له أهمية اجتماعية مهمة أيضا، من حيث التقدم التكنولوجي والتجديد الصناعي وخلق الوظائف. ويعتبر قطاعي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) والتكنولوجيا الحيوية هما الأكثر حضورا في البحوث التي تم الاطلاع عليها في سياق بحثنا. إن البيئة التي تعمل فيها EHT تتميز بدرجة عالية من عدم اليقين استنادا لطبيعة نشاطها. فإن هذه الشركات تنتمي إلى قطاعات غير مستقرة جدا، ولا سيما بسبب سرعة التطورات التكنولوجية وزيادة معدلات الابتكار. فالتكنولوجيات، مثل الإلكترونيات، والحواسيب، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والطاقة، والمواد، وعلوم الحياة، قد أعطت نمو في كثير من الأحيان للقطاعات النشاط التي تشهد نموا قويا جدا في معظم البلدان المتقدمة. من خلال جلب الابتكارات إلى السوق، فإنها تحل التوازن السابق فيه، مما يساعد على تغيير الطلب وخلق قوى السوق. ويجدر الإشارة الى أنه في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لا يبقى الابتكار

سريا لفترة طويلة وأن دورة حياة المنتج قصيرة. ونتيجة لذلك، يجب أن تكتمل عملية التسويق بأسرع وقت ممكن.

(Candido Vieira al, 2003)

ولقد أقر كل من Rubanik و Bruton على أهمية درجة الابتكار في التكنولوجيا المقترحة من قبل الشركة. ويرى انه كلما كانت التكنولوجيا أكثر ابتكارا، كلما زادت فرص النجاح التي تخلقها الشركة، وسوف يتم التحليل بمزيد من التفصيل ثلاثة متغيرات محتملة والتي تؤثر على إنشاء المؤسسات عالية التكنولوجيا وهي: أصحاب المشاريع، الموارد، البيئة الإبداعية وفيما يلي شرح لكل متغير: (Candido Vieira al, 2003).

أ. **المقاولون أو أصحاب المشاريع:** يلعب صاحب المشروع دورًا حاسمًا في تأسيس الشركة في السنوات الأولى من حياتها. حيث ان صاحب المشروع هو الذي يملك اليد العليا، ويجب النظر في عدة عوامل تتعلق بصاحب الأعمال وهي: الخلفية العائلية، الانتماء الديني، التعليم، الحياة الوظيفية، السمات الشخصية، الخبرة، العوامل الظرفية (مثل البطالة أو الهجرة).. وغيرها، (Tsfaye, 1997) ويجب الإشارة الى ان هناك مواصفات في هؤلاء المقاولون ففي الغالب أعمارهم تتراوح ما بين 25 الى 45 سنة وعلى مستوى عالي من التعليم إلا أن متوسط العمر ومستوى التعليم قد تختلف، ففي قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أصبح رواد الأعمال أصغر سنًا منهم في مجال التكنولوجيا الحيوية. حيث يميل رجال الأعمال في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لأن يكونوا "أشخاصًا عصامين"، وفي بعض الأحيان لا يكملون حتى درجة البكالوريوس ويتراوح عمرهم بين 18 و30 عاما. أما رواد الأعمال في مجال التكنولوجيا الحيوية هم أشخاص يتمتعون بمستوى عالٍ من التعليم (غالبًا ما بعد التخرج) وأعمارهم غالبًا فوق سن الثلاثين.

ب. **الموارد:** للنجاح في بدء الأعمال التكنولوجية، هناك عادة حاجة إلى ثلاثة أنواع من الموارد: بشرية، مادية ومالية.

ب. **1 الموارد البشرية:** للموارد البشرية أهمية كبيرة بالنسبة إلى المؤسسات عالية التكنولوجيا إلا انه يجب تعبئة الموارد البشرية الفعالة والمحفزة في جميع مراحل تطور الشركة، وخاصة في البداية، حيث يجب على صاحب المشروع رؤية كل شيء وفي نفس الوقت تعلم مهنته الجديدة. فالقدرة على بناء فريق كفاء ومتحمس هو أساس النجاح، خصوصا في الشركات الاقتصادية الجديدة. وتحتاج المؤسسات ذات التكنولوجيا العالية إلى الموارد البشرية في المقام الأول للوظائف المتعلقة بالإدارة مثل التسويق والتمويل والبحث والتطوير، حيث تعتبر خبرة الأفراد المورد الأكثر قيمة. ومع ذلك، فإن إحدى العقبات التي تعترض إنشاء EHT التي أكدتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي هي على وجه التحديد نقص الموارد البشرية المتخصصة في التكنولوجيا العالية أو المتقدمة، حيث يشكل النقص في العمال المهرة عائقاً أمام الابتكار في العديد من البلدان، وهو ما يعكس في التأخير في تكييف أنظمة التعليم والتدريب مع المتطلبات الجديدة للاقتصاد القائم على المعرفة. تحتاج EHT إلى الحصول على دعم إداري منذ البداية. ومع ذلك، إلا ان تكلفة انشاء فريق إداري يمكن أن تجعل الشركة هشة ماليا (عبء فريق إدارة كبير، بدون منتج منافس من المرجح أن تضخم التكاليف العامة). أما فيما يتعلق بتعيين الموظفين، ففي الغالب أنه

خلال السنة الأولى من انشاء الشركة، يتم التوظيف من خلال الشبكة الشخصية لأصحاب المشاريع (الزملاء السابقين أو الطلاب وأفراد الأسرة، وما إلى ذلك).

ب.2 الموارد المادية: تشمل الموارد المادية التقنيات والمعدات والعمليات والمباني والمعلومات اللازمة لإدارة الأعمال، وفي مجال التكنولوجيا العالية، هذا النوع من الموارد لديه تكلفة عالية جدا. ونتيجة لذلك، من المهم أن تكون الشركات موجودة بالقرب من الجامعات أو مراكز الأبحاث حيث يمكنهم الوصول إلى الموارد المادية. يمكن أن يوفر نشر شبكة جيدة أيضاً إمكانية الوصول إلى هذه الموارد، خاصة في مجال التكنولوجيا والمعلومات.

ب.3 الموارد المالية: إن الكتابات حول EHT تولي اهتماما خاصا للجانب المالي لهذا النوع من الأعمال، وهناك عدد كبير من المقالات تتناول الموضوع. تمتلك EHT احتياجات مالية خاصة، تختلف عن تلك الخاصة بالشركات الصغيرة في القطاعات التقليدية، والتي تتطلب بنية مالية مناسبة. تتطلب EHT بشكل عام استثمارات عالية دالة على تكلفة تنفيذ المعرفة المستخدمة (البحث والتطوير والانتاج والتسويق والمبيعات) هذه الموارد لخلق نشاط اقتصادي مربح. وفي السياق ذاته، وقد أكد عدة مؤلفون على أن الشركة الشابة "تستثمر بشكل مستمر وبشكل أساسي في الجوانب غير الملموسة، وأن مراحل برامج البحث والتطوير تتبع بعضها البعض. كما يتطلب البعد الدولي لأسواق التكنولوجيا نفقات تسويقية وتجارية كبيرة للغاية. وبالتالي، فإن المؤسسة ذات التقنية العالية هي بطبيعتها "جائعة في النقدية"، كما أن التدفق النقدي سيكون غير متوقع ويمكن أن يكون سلبيا لفترة طويلة من الزمن بسبب تطوير مطول للمنتج، وهناك تكاليف تنطوي عليها حماية الملكية الفكرية على الصعيد العالمي.

ج. البيئة الإبداعية: وتشمل البيئة عوامل موضوعية (مثل توافر رأس المال)، وأكثر ذاتية (مثل ثقافة تنظيم المشاريع) التي يمكن أن تسهل أو تمنع انشاء الأعمال التجارية. والبيئة هي مزيج لعوامل: الجغرافيا، وعلم الاجتماع، وتاريخ الاقتصاد وتنظيم مؤسسي والتي تعطي لكل منطقة شخصيتها وثقافتها. هذا النظام البيئي أساسي لمحاولة فهم ديناميكيات إنشاء وتطوير شركات التكنولوجيا. وتشمل البيئة عدة أبعاد من بينهم اثنان مهمين في إنشاء EHT وهما البيئة المؤسسية (السياق الوطني) والبيئة المحلية (السياق الأقرب للمؤسسة)، ويمكن اجمال العوامل البيئية التي تسهل بدء الأعمال التجارية فيما يلي: (Neck, Cohen, 1999) توفر رأس المال الاستثماري؛ وجود رواد الأعمال ذوي الخبرة؛ توفر القوة العاملة الماهرة تقنيا؛ إمكانية الوصول إلى الموردين؛ إمكانية الوصول إلى الأسواق الجديدة؛ السياسات الحكومية المواتية؛ القرب من الجامعات؛ توافر الأراضي أو المرافق؛ إمكانية الوصول إلى الخدمات المساندة؛ الظروف المعيشية الجذابة.. الخ.

2.2 عوامل نجاح مؤسسات عالية التكنولوجيا:

بمجرد إنشاء شركات التكنولوجيا الفائقة الجديدة، يتعين عليها مواجهة العديد من التحديات لتحقيق النمو المستدام وتحقيق القيمة للمساهمين. ومن النادر ان التقنيات الوحيدة يمكن ان تحقق هذا الهدف. ومن المهم معرفة كيفية ادارتها جيدا، وأن نعرف جيدا قوى السوق، والاستفادة من بيئة مواتية للعمل في البداية. فمثلا تصميم وإطلاق المزيد من المنتجات المتطورة والمبتكرة له تكلفة لا ترضي جميع المستهلكين. يجب إيجاد حل وسط بين الجودة والمبيعات المحتملة من أجل أن تظل مواصفات المنتج مرتفعة بما فيه الكفاية وسعره جذاب أيضا. ويتسم اختيار

استراتيجية التطوير بنفس القدر من الأهمية، فهولن يكون له تأثير على النتيجة النهائية فحسب، بل أيضًا على الطريقة الأساسية التي تعمل بها الشركة لتحقيق هذه النتيجة، (Garner et Ternouth, 2019) ويعتمد النجاح في التكنولوجيا العالية على التفاعل بين المهندسين ذوي المهارات العالية والعلماء والتقنيين ومديري الأعمال الذين يعملون في بيئة تتقبل المنتجات والعمليات والخدمات الجديدة. تزدهر الصناعات عالية التقنية في البلدان ذات الاقتصادات المتقدمة، وأنظمة التعليم المتطورة والأسواق المتطورة للغاية. وتعتبر هذه الصناعات عنصرًا هامًا في اقتصاد معظم الدول الصناعية الغربية الكبرى مثل الولايات المتحدة وألمانيا واليابان وفرنسا وبريطانيا العظمى. يميل مقر ومكتب تصميم شركات التكنولوجيا الفائقة في هذه البلدان إلى التركيز في مناطق معينة، وعادة ما تكون تلك الخدمات التي تخدمها الجامعات الممتازة ذات العيار العلمي والتكنولوجي العالي. (Bourgault, 2006) ومن عوامل نجاح المؤسسات عالية التكنولوجيا: (Jie Yan, Le Wang et Jie Xiong, 2017).

أ. **تطوير المنتجات الجديدة مع نمو الشركة:** إن تجديد خط الإنتاج، إذا تم الترويج له بنجاح، سيساعد حتماً الشركة على تنويع وتكييف وإعادة اختراع نفسها في سوق متغيرة ومتطورة. تمنع هذه الاستراتيجية تقادم خطوط الإنتاج، وتزيد من رضا العملاء وتولد فرص نمو جديدة. لوضعها في مكانها الصحيح، تحتاج الشركات إلى جمع معلومات السوق، واعتماد نهج يركز على العملاء في إدارة المشاريع وإطلاق المنتجات، وضمان عمل الإدارة الوسطى والإدارة العليا في وئام وضمان فعالية هيكلها التنظيمي الداخلي.

ب. **الاهتمام بالعميل أولاً:** مثالا على ذلك ما شهدته شركة الكاتيل-لوسنت من انخفاض في المبيعات منذ عام 2007 وتراجعا تاريخيا في النمو السنوي بلغ حوالي 20٪ في عام 2014، فقد بنت الشركة سمعتها على المعرفة التقنية، مما أدى في النهاية إلى منتجات أكثر تكلفة، والتي تستغرق وقتًا أطول للوصول إلى السوق. داخليًا، يدير كبير مسؤولي التكنولوجيا تطوير منتجات جديدة، يتم دعم المشاريع من قبل أقسام مختلفة في بنية خطية لا تسمح بالتداخل عندما يتجاوز المشروع اختصاص قسم معين. باختصار، من وجهة نظر عملائها، فإن المنتجات غالبية الثمن وأكثر صعوبة في التسويق، وبالتالي فهي تستبعد نفسها من السوق، نتيجة لتنفيذ استراتيجية وتنظيمها داخليًا. وفي المقابل، شهدت شركة هواوي طفرة خلال نفس الفترة، حيث ارتفعت المبيعات السنوية من 2.7 مليار دولار في عام 2002 إلى 46.5 مليار دولار في عام 2014. الشركة الآن رائدة في صناعة معدات الاتصالات السلكية واللاسلكية. نجاحها يعتمد على استراتيجية موجهة نحو العملاء، حيث يعتبر مستوى الابتكار التكنولوجي أقل أهمية من تلبية احتياجات المستهلكين والحفاظ على الأسعار عند مستوى معقول.

ج. **عندما يكون للكمال والمثالية تكلفة:** من المفهوم تمامًا أن شركة التكنولوجيا الفائقة ترغب في الحفاظ على أعلى مستوى ممكن من التميز التقني. ومع ذلك، في مواجهة المنافسة من المنتجات التي هي بالتأكيد أقل تطورًا ولكن في نهاية المطاف أكثر سهولة للتسويق وبأسعار معقولة، فإن السعي إلى التميز التكنولوجي يجعل فكرة المبيعات تفقد معنى. فمثلا فقد تحولت صناعة الاتصالات، التي كانت في السابق قطاعًا عالي التقنية، إلى قطاع قائم على السلع الأساسية، إلى درجة أن العملاء لم يعودوا يقبلون تأخيرًا في إطلاق المنتجات بسبب تطورات معقدة للغاية.

3. مقارنة لنتائج بعض الدراسات:

من خلال الدراسات السابقة المطع عليها تم الوقوف على نقاط متفق عليها، من أهمها أنه تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي كمنهج أساسي في الدراسة وذلك في بناء جوانب الدراسة النظرية والتحليلية المتعلقة بمتغيرات الدراسة، بالإضافة الى الاعتماد على منهجية دراسة الحالة باستخدام الاستبيان كأداة في جمع المعطيات. أما بالنسبة للمواضيع المعالجة جاء طرحها كالتالي:

1.3 واقع ممارسة أبعاد الذكاء الاقتصادي في المؤسسات عالية التكنولوجيا:

من خلال دراسة "واقع ممارسة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية -دراسة حالة: قطاع الصناعة الالكترونية -الكهرومنزلية لولاية برج بوعريريج"، (العربي ودحماني، 2018) التي سعت الى معرفة واقع ممارسة الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاث اليقظة الاستراتيجية، حماية المعلومة والتأثير في المؤسسات الاقتصادية، وبصفة خاصة مؤسسات الصناعة الالكترونية والكهرومنزلية المتواجدة في ولاية برج بوعريريج، فقد خلصت الى أن مستوى ممارسة اليقظة الاستراتيجية كان مرتفعا مقارنة مع الأبعاد الأخرى حماية المعلومة والتأثير من حيث إجابات أفراد عينة الدراسة، أما عن ممارسة الذكاء الاقتصادي بأبعاد الثلاث اليقظة، حماية المعلومة والتأثير كان هناك قصور، مما يدل أن المؤسسات لازالت تعمل على مراقبة البيئة الخارجية فقط، من خلال اليقظة الاستراتيجية. أما بالنسبة لدراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الاستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة"، (رمللي، 2014) والتي هدفت الى تسليط الضوء على واقع اليقظة الاستراتيجية على عينة من مؤسسات صناعة الادوية بقسنطينة، والتعرف على ممارساتها فيما يتعلق بمجالات اليقظة الاستراتيجية ومراحل تنفيذها، فقد خلصت الى أن هناك مستوى متوسط لممارسات اليقظة الاستراتيجية بأنواعها في المؤسسات محل الدراسة، وذلك بسبب ضعف أنظمة المعلومات الخاصة بالجانب التكنولوجي، المجتمعي والتنافسي والتركيز على الجانب التجاري المتعلق ببقائها على المدى القصير، ولكون هذا القطاع حديث النمو والتطور في الجزائر، وأظهرت النتائج أيضا ضعف في مراحل اليقظة الاستراتيجية خصوصا مرحلة التوقع والترصد وهي أهم المراحل وهذا لعدم اهتمام هذه المؤسسات بأنظمة المعلومات كعملية مستمرة، فهي تقوم بها فقط عند حاجتها اليها فهي تفتقد الى الحس الاستراتيجي عموما.

وعلى خلاف الدراستين السابقتين، أثبتت دراسة "التحليل العملي التوكيدي للذكاء الاقتصادي: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الإلكترونية في الجزائر"، (طويطي و كنوش، 2020) وجود نظام للذكاء الاقتصادي بالمؤسسات الإلكترونية محل الدراسة الميدانية بدرجة عالية جدا، كما استطاعت هذه الدراسة أن تؤكد البنية الثلاثية للذكاء الاقتصادي (اليقظة الاستراتيجية الحماية والتأثير) في بيئة الأعمال الجزائرية، بعد إجراء التحليل العملي التوكيدي لعينة من المؤسسات الإلكترونية في الجزائر.

2.3 دور الذكاء الاقتصادي واليقظة في أداء المؤسسات عالية التكنولوجيا

هدفت دراسة "الذكاء الاقتصادي بين المنافسة والتعاون وتأثيره على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية -دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، (رقامي، 2016) الى ابراز أثر الذكاء الاقتصادي في تحسين أداء المؤسسات محل الدراسة، ومعرفة الاستراتيجية التي تعتمدها هذه المؤسسات للقيام بنشاطها، ومدى اعتمادها

على المعلومات المحصلة لتحسين أدائها، وخلصت الدراسة الى أن مسيرو المؤسسات محل الدراسة لا يعتبرون أن المعلومات هي عامل رئيسي في تطوير أدائها، وبالنسبة لعنصر الحماية في هاته المؤسسات تكون بصفة ارتجالية وليس بطرق علمية اذن من خلال النتائج يتضح انعدام الذكاء الاقتصادي بأبعاده الثلاث. أما بالنسبة لدراسة "دور اليقظة التنافسية في تطوير الأداء المستدام للمؤسسة الصناعية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الصيدلانية"، (مروج، 2014)، فقد أكد فيها أن اليقظة التنافسية تعمل على تطوير الأداء المستدام للمؤسسة الوطنية للصناعات الصيدلانية من خلال تحديد مختلف الرهانات، والنزاعات، والفرص، والتحديات، التي تميز مجال للصناعات الصيدلانية من أجل تبني إستراتيجيات وإجراءات تمكنها من التأقلم مع مختلف التغيرات.

3.3 دور اليقظة في زيادة تنافسية المؤسسات عالية التكنولوجيا:

أكدت دراسة "دور اليقظة التكنولوجية كعامل للإبداع في تحسين الأداء التنافسي للمؤسسة بالتطبيق على الصناعة الدوائية (حالة مجمع صيدال)"، (هاني و عطية، 2018) على أهمية اليقظة التكنولوجية في تحسين الأداء التنافسي للمؤسسة باعتبارها وسيلة للإبداع الذي برفع من الأداء التنافسي للمؤسسة، ويتضح اهتمام المؤسسة باليقظة من خلال امتلاكها لوحدة مركزية مكلفة بالمراقبة (خلية اليقظة)، وهي تابعة لمديرية البحث والتطوير، كما تولي اهتماما كبيرا في تنمية أفراد البحث والتطوير لأهميتهم الخاصة في مجال الصناعة الصيدلانية من خلال تدريبهم وتكوينهم داخليا وخارجيا؛ وهذا ما يحقق الإبداع وبالتالي يكون له تأثير إيجابي على المؤسسات من ناحية تخفيض التكاليف وتحسين مستوى الإنتاجية، زيادة الأرباح، تحسين الجودة، رفع الحصة السوقية، وكل هذه المتغيرات تعبر عن الأداء التنافسي للمؤسسة. كذلك بالنسبة لدراسة "دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية"، (زواو، 2013)، حيث تم إثبات أن لليقظة التنافسية دور في تحسين تنافسية المؤسسة المتعلقة بعامل إحراز التفوق على المنافسين، نفس الشيء بالنسبة لليقظة التكنولوجية واليقظة التجارية التي تم إثبات أن لهما دور في تحسين تنافسية المؤسسة من خلال التأثير على عامل الإبداع والابتكار وبناء علاقة دائمة مع العملاء والموردين. ومن خلال دراسة "دور نظام اليقظة الاستراتيجية في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية" دراسة حالة مجمع صيدال - فرع المدينة (يوسف الزين، 2012) فقد توصلت الى أن اليقظة الاستراتيجية تعد وسيلة عصرية لتعزيز تنافسية المؤسسة من خلال تحقيق مزايا تنافسية، حيث تساعد على اكتساب أفكار وطرق جديدة ومبدعة في الإنتاج ومختلف النشاطات.

ومن تحليل نتائج الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة الحالية، نلاحظ أن المؤسسات عالية التكنولوجيا العاملة في الجزائر افتقارها للتطلع الى الابداع والابتكار بل ويقتصر هدفها في البقاء والمنافسة فقط، من خلال الاهتمام بالبيئة الخارجية، وهذا ما يفسر عدم اهتمام هاته المؤسسات بالجانب الدفاعي والهجومى، المتمثل في "الحماية" و"التأثير" كركيزتين مهمتين في الذكاء الاقتصادي. ونلخص أهم النتائج المتحصل عليها في النقاط التالية:

- اعتماد المؤسسات عالية التكنولوجيا على اليقظة الاستراتيجية في تحسين الأداء؛
- يرى مسيرو المؤسسات عالية التكنولوجيا الجزائرية أن اليقظة أداة كافية تحقق من خلالها أهدافها التنافسية؛
- تصور في ممارسة الحماية كنظام دفاعي (الدعامة الثانية للذكاء الاقتصادي) في هاته المؤسسات؛

- عدم الاهتمام بسياسة التأثير (الدعامة الثالثة للذكاء الاقتصادي) كبعد هجومي للتأثير على المحيط الخارجي وتحقيق الأهداف الاستراتيجية؛
- غياب الحس الاستراتيجي للمؤسسات عالية التكنولوجيا الجزائرية.

الخاتمة:

بناء على التشخيص السالف الذكر وتبعاً للنتائج لا يسع في هذا المقام سوى تقديم مجموعة من الإقتراحات نذكر منها:

- الاعتماد على المعلومة كمورد استراتيجي في رسم الخطط ووضع الاستراتيجية؛
- وجب على المؤسسات عالية التكنولوجيا أن تضع خطوات إجرائية وعملية في بناء منظومة لليقظة تساعدها في تحسين مراقبتها لبيئتها وفي مواجهة منافسيها؛
- ضرورة خلق خلية مستقلة لليقظة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وتسخير أعوان متخصصين من أصحاب الخبرة في المجال.
- تهيئة متطلبات اليقظة بما يعزز خدمة أهداف المؤسسات عالية التكنولوجيا؛
- ضرورة الاهتمام بجانب الحماية كدعامة دفاعية الى جانب سياسة التأثير كبعد هجومي من أجل تحقيق الأداء الأمثل؛
- لا بد للمؤسسات عالية التكنولوجيا أن تتطلع للأبداع والابتكار وهذا ما يحقق لها الذكاء الاقتصادي؛
- الاستفادة من تجارب المؤسسات عالية التكنولوجيا العالمية في كيفية تحسين الأداء وتحقيق الابداع والابتكار من خلال الذكاء الاقتصادي.

قائمة المراجع:

- العرابي خديجة ودحماني عبد العزيز (2018)، واقع ممارسة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية -دراسة حالة: قطاع الصناعة الالكترونية -الكهرومنزلية لولاية برج بوعريريج، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE العدد السابع، سبتمبر 2018.
- حمزة رملي (2014)، دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الاستراتيجية في مؤسسات صناعة الادوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني ديسمبر 2014، ميله -الجزائر.
- رقامي محمد (2016)، الذكاء الاقتصادي بين المنافسة والتعاون وتأثيره على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية -دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية -جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 43.
- زواو ضياء الدين (2013)، دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص الإدارة الإستراتيجية، جامعة فرحات عباس سطيف، 2013

- سهام عبد الكريم (2012)، سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر - ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، عمان (الأردن)، 23-26 أبريل 2012.
- محمد علي مروج (2014)، "دور اليقظة التنافسية في تطوير الأداء المستدام للمؤسسة الصناعية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الصيدلانية"، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في علوم التسيير تخصص: إدارة أعمال والتنمية المستدامة، جامعة سطيف.
- مصطفى طويطي ونيل كنوش (2020): "التحليل العملي التوكيدي للذكاء الاقتصادي: دراسة ميدانية ل عينة من المؤسسات الإلكترونية منزلية في الجزائر"، مجلة التنظيم والعمل المجلد 8، العدد 3.
- هاني نوال وعطية حليلة تحت عنوان: "دور اليقظة التكنولوجية كعامل للإبداع في تحسين الأداء التنافسي للمؤسسة بالتطبيق على الصناعة الدوائية (حالة مجمع صيدال)"، مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية، 3911-2543 ISNN - العدد الرابع، 2018.
- يوسف الزين خيرة (2012)، دور نظام اليقظة الاستراتيجية في تعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية "دراسة حالة مجمع صيدال - فرع المدية" مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص الاقتصاد التطبيقي في إدارة الأعمال والمالية، للباحثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية.
- Collectif guide du routard (2014), "Le guide de l'intelligence économique", Le guide du routard, p14., E-book Publié dans: <https://fr.scribd.com/>, consulté le 19/02/2017.
- Garner Cathy et Ternouth Philip, Entreprises créées par essaimage et nouvelles entreprises de haute technologie ("jeunes pousses") – le rôle des nouvelles entreprises dans la commercialisation de la propriété intellectuelle issue de la recherche universitaire, https://www.wipo.int/sme/fr/documents/spin_outs.htm, consulté le :28/02/2019 à : 12 :41.
- Jie Yan, Le Wang et Jie Xiong (2017), La chute d'Alcatel-Lucent et l'ascension d'Huawei : quand le développement de nouveaux produits fait la différence, Journal of Business Strategy, vol. 38 no. 1, 2017.
- Neck, H., B. Cohen et A. Corbett (1999), A Genealogy and Taxonomy of High-Technology New Venture Creation within an Entrepreneurial System, Frontiers of Entrepreneurship Research.
- P.I. Bourgault, Haute technologie. <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/haute-technologie>, haute technologie, L'Encyclopédie canadienne, consulté le : 03/02/2019 à : 00 :03.
- Tesfaye, B. (1997), Patterns of Formation and Development of High-Technology Entrepreneurs. In Jones-Evans, D. et M. Klofsten (ed.). Technology, Innovation and Enterprise - The European Experience. London, Macmillan Press: 61-106. 1997.
- Vieira Candido Borges Jr, Bernasconi Michel et Filion Louis Jacques (2003), La création des entreprises de haute technologie (EHT) Examen de la documentation, Cahier de recherche no. 2003-11, Juillet 2003.