

الذكاء الاقتصادي كمدخل لبناء الأفضلية التنافسية

ا: حبه نجوى د: بن بريكة عبد الوهاب

جامعة محمد خيضر بسكرة

nadjahaba@yahoo.fr

<p>Résumé : Dans ce papier, nous allons traiter la question relative à l'intelligence économique en tant que source de l'avantage concurrentiel. Pour ce papier, nous avons présenté le concept d'intelligence économique qui va au-delà de la veille et qui est différent de l'espionnage économique, pratique illégale puis nous nous sommes intéressés au concept d'avantage concurrentiel pour aboutir enfin à déterminer comment convertir le premier dans le second à partir de deux approches : le rôle de l'intelligence économique et puis son impact sur le cycle de vie de l'avantage concurrentiel Mot clé : l'intelligence économique, l'avantage concurrentiel, compétitivité.</p>	<p>المخلص: في هذه الورقة حاولنا الإجابة على التساؤل التالي: لماذا يمكن للذكاء الاقتصادي أن يكون مورداً ومصدراً للأفضلية التنافسية؟ وعليه قمنا بالتعرض إلى مفهوم الذكاء الاقتصادي الذي هو أشمل من البقطة ويختلف عن التجسس الاقتصادي، وقدمنا كذلك الأفضلية التنافسية وبناء عليه وضحنا كيف أن الذكاء الاقتصادي يستطيع أن يضاعف مصادر الأفضلية ولما له من تأثير على إطالة مدة الأفضلية التنافسية من خلال تفحص أثره على دورة حياة هذه الأفضلية. الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، الأفضلية التنافسية، التنافسية</p>
---	--

مقدمة:

استطاع الإنسان التفوق على باقي الكائنات وحتى التفوق على أبناء جنسه، ليس لكونه صاحب القوة العضلية والفكرية فقط، وإنما لقدرته على الحصول على المعلومات اللازمة لبقائه وكذا قدرته على استغلال هذه المعلومات بما تقتضيه حاجاته.
ويتعد المحيط وتسارع تغيراته وتحولاته، وتطور حاجة الإنسان وكذا المؤسسات للمعلومات، تطورت كيفية الحصول على المعلومات ومعالجتها واستخدامها، لذلك برزت العديد من المفاهيم التي غطت هذه العمليات: كالبقطة، والتجسس الصناعي، والذكاء الاقتصادي. وانتقلت تطبيقات هذه المفاهيم من مجرد وسيلة مساعدة في الإنتاج إلى كونها عامل أساسي من عوامله، بل أكثر من ذلك اعتبارها من أهم الموارد لتحقيق التميز والأفضلية التنافسية.
على ضوء ما سبق، سنحاول في هذا المقال معالجة الإشكالية الآتية:

لماذا يعتبر الذكاء الاقتصادي مورداً هاماً لتحقيق الأفضلية التنافسية في المؤسسة؟

لمعالجة هذه الإشكالية ارتأينا التطرق إلى العناصر:

I- الذكاء الاقتصادي، بالتطرق إلى: مفهومه، مهامه، عناصره، مراحلها.

II- الأفضلية التنافسية، من خلال التعرف على: مفهومها، مصادرهما، دورة حياتها.

III- مداخل اعتبار الذكاء الاقتصادي كمصدر لتحقيق الأفضلية التنافسية.

I- الذكاء الاقتصادي:

يرتبط مفهوم الذكاء الاقتصادي بالعديد من المفاهيم الأخرى التي تتعلق جلها بالمعلومات.

I-1- مفهوم الذكاء الاقتصادي:

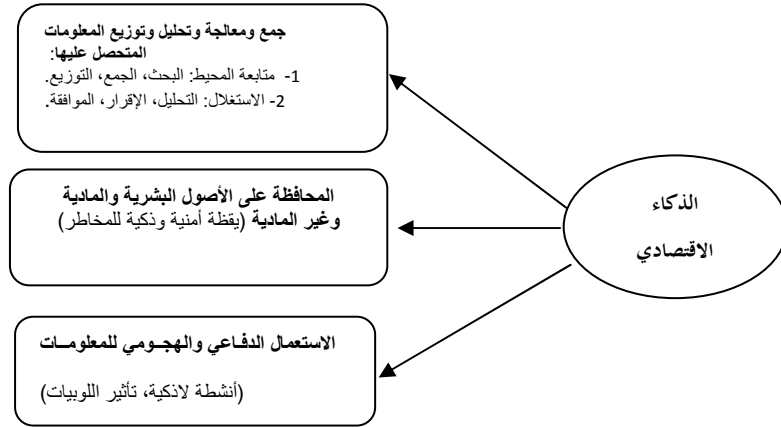
قبل التطرق إلى مفهوم الذكاء الاقتصادي لا بد من توضيح أن المعلومة هي إنتاج للثروة في الوسط التنافسي⁽¹⁾، وقد أصبحت تتطلب التوافق مع لحظة محددة، كونها مرتبطة بتدفق مستمر للمعلومات وليست متعلقة بمقاربات جامدة على أساس مخزون من المعطيات⁽²⁾، وعلى هذا يمكن اعتبار المؤسسة الذكية بأنها تلك المنظمة التي تمتلك نوعين من العمل الذكي: التحليل والمعرفة الإدارية وأهمية الإثنين ذاتها لكنهما يعملان بشكل مختلف حيث أن كلا منهما يعتمد على مهارات متميزة للأفراد، فجزئية التحليل الذكي هي مفتاح العمل الذكي، فبدون تقديم قيمة وقابلية للتنفيذ الذكي لن تستطيع المؤسسة الذكية الاستمرار لوقت طويل لذلك فهو ميزة أساسية في الوقت المناسب⁽³⁾، فالذكاء الاقتصادي يعمل على إيجاد المعلومة المفيدة بأفضل تكلفة، وتحليلها ووضعها تحت تصرف المقررين في المؤسسة في الوقت

المناسب⁽⁴⁾، كما اعتبرته الجمعية المهنية الأمريكية للدكاء التنافسي (SCIP) بأنه سيرورة تقوم على جمع المعلومات وفق التبادلات القانونية والأخلاقية⁽⁵⁾ ما يعني أن الذكاء الاقتصادي لا يقصد به التجسس الصناعي الذي يتعدى الحدود القانونية والأخلاقية، وإن كان العديد من المفكرين يعتبرون المصطلحين مترادفين خاصة في بدايات ظهور مصطلح الذكاء الاقتصادي. وعلى العموم فالذكاء الاقتصادي يفهم من خلال ثلاث أبعاد: حماية الثروة المعلوماتية، والاستعلام الاقتصادي من المصادر المفتوحة (اليقظة)، والتأثير⁽⁶⁾. إذا فالذكاء الاقتصادي أشمل من اليقظة التي تعتبر وسيلة لضمان تواصل المؤسسة مع محيطها واستقراء المستقبل، إذ يتعداها إلى تحديد سبل التعامل مع هذه المعلومات بأكثر كفاءة وفعالية وكذا كيفية حماية المعلومات.

I-2- مهام الذكاء الاقتصادي:

تتنوع وتتباين مهام وأدوار الذكاء الاقتصادي، وهي تنقسم إلى ثلاث محاور أساسية: الجمع والمعالجة والتحليل... الحماية واستعمال المعلومات، التي نلخص أهم الأدوار المنبثقة عنها في الشكل (01).

الشكل (01): مهام الذكاء الاقتصادي



Source: A .N.T, **Définition et mise en œuvre de l'intelligence économique**, 1^{er} Colloque international: IEMA, Algérie, 10 & 11 Avril 2005, p12.

ويضاف إلى المهام السابقة تقليص مجال عدم اليقين وعدم التأكد والأهم المساهمة في اتخاذ القرار لضمان بقاء واستمرار المؤسسة وتنميتها وتطويرها.

I-3- المراحل العملية للذكاء الاقتصادي:

تتنوع تصنيفات المراحل العملية للذكاء الاقتصادي، إلا أن أبسطها هو تقسيمها إلى أربع مراحل كالآتي:

أ-مرحلة تحديد الحاجة إلى المعلومات: تظهر لدى متخذي القرار أو المحللين أو حتى لدى أصحاب المصالح من خلاله شعورهم بالحاجة إلى معلومات.

ب- مرحلة جمع المعلومات: تظهر هذه المرحلة كاستمرار للمرحلة السابقة إذ أنها تبدأ قبل بدايتها، حيث يمكن للمختصين في جمع المعلومات أن يبدوا آراءهم حول المعلومات المراد الوصول إليها، كما يمكنهم تحديد مسارات البحث عن المعلومات اللازمة والوسائل المستعملة في ذلك من الموارد البشرية والمادية والمعنوية، بالتنسيق بين اليقظات⁽⁷⁾: العلمية والتجارية والتكنولوجية والتنافسية والإدارية والقانونية والمعيارية والمالية والاجتماعية والمجتمعية والإعلامية والمعلوماتية والوثائقية والسياسية والجغرافية والأمنية.

ج- مرحلة معالجة المعلومات: جمع المعلومات لوحده غير كاف لذلك لابد من تحليل هذه المعلومات بحسب طبيعتها والغاية منها وتحديد مدى صلاحيتها ودقتها وصحتها، لأن عملية الجمع قد توفر كما كبيرا من المعلومات التي قد تكون خاطئة وغير متلائمة مع الحاجة إليها حاليا أو مستقبلا ولكل من هذه المعلومات أسلوب للتعامل معها، كما أن بعض

المعلومات قد تتطلب إعادة البحث والجمع من جديد أو طلب معلومات إضافية، عدا عن ذلك فهذه المرحلة تستلزم أيضا تحويل المعلومات الضرورية وترجمتها بما يسهل استخدامها.

د- نشر المعلومات واستخدامها: تبدأ هذه المرحلة بتقديم المعلومات اللازمة للأطراف التي هي بحاجة إليها ثم الترجمة الفعلية لهذه المعلومات من خلال اتخاذ القرارات الصحيحة وتطبيقها بذكاء، لأن تحويل المعلومات إلى فعل يحقق قيمة مضافة فالمختصون في الذكاء الاقتصادي يجب أن يكونوا قادرين على إقناع الآخرين بالعملية، وعلى تركيب التقنيات التي تسمح بتطبيقها.⁽⁸⁾

يتطلب الذكاء الاقتصادي توفير بنك للمعلومات ونظام أمني لحمايته، كما يستلزم تغذية عكسية مستمرة لضمان فعاليته ونجاعته. ويتطلب جملة من العناصر نسردها فيما يلي:

I-4- العناصر المفتاحية للذكاء الاقتصادي:

تتمثل العناصر المفتاحية للذكاء الاقتصادي في المقومات الأساسية الواجب توفرها لتحقيق الذكاء الاقتصادي والتي نجمعها في⁽⁹⁾:

- أ - المعلومة كأداة إستراتيجية.
- ب- المنطق كشبكة داخلية.
- ت- المنطق كشبكة خارجية وأفضلية للزيادة (synergie).
- ث- الاستراتيجيات غير المباشرة الذكية للمنافسة/ تعاون (coopétition).
- ج- الاستخدام الدفاعي والهجومى للمعلومات.
- ح- الأخذ بالاعتبار العوامل الثقافية.
- خ- التسيير المختلف للإشكاليات.

إذا فالذكاء الاقتصادي يعتمد على المعلومات كأداة إستراتيجية ينطلق منها في التحليل المنطقي لمختلف الشبكات الداخلية والخارجية للمؤسسة دونما إهمال لأفضليات الزيادة مع الأخذ بعين الاعتبار مختلف العوامل والمتغيرات بما فيها الثقافية للاستخدام الذكي لهذه المعلومات بما تقتضيه أهداف المؤسسة واحتياجاتها لتتراوح بين الهجوم و الدفاع وبين المنافسة والتعاون.

حاولنا فيما سبق الإلمام بمختلف جوانب الذكاء الاقتصادي وفيما يلي سنحاول الإطلاع على بعض من أهم جوانب الأفضلية التنافسية.

II- الأفضلية التنافسية:

قد يتبادر إلى ذهن البعض وجود اختلاف بين المصطلحين: الميزة التنافسية والأفضلية التنافسية، وفي الواقع لا يوجد أي اختلاف بينهما من الناحية الاصطلاحية.

II-1- مفهوم الأفضلية التنافسية:

توجد العديد من المداخل لتعريف الأفضلية التنافسية، إذ يمكن تعريفها بأنها: "شيء يميز المؤسسة تمييزا ايجابيا عن منافسيها في أنظار زبائنها والمستخدمين النهائيين لمنتجاتها"⁽⁹⁾ كما أن هناك من يرى بأنها مصدر لتحقيق معدلات ربح أعلى من متوسط المعدلات المحققة في مجال نشاطها.

في حين يعرفها البعض الآخر بأنها: " تنشأ من القيمة التي باستطاعة المؤسسة أن توفرها لعملائها، إذ يمكن أن تأخذ شكل السعر المنخفض، أو تقديم منافع متميزة في المنتج مقارنة بالمنافسين"⁽¹⁰⁾، بالتالي لتحقيق الأفضلية التنافسية لابد من إتباع أحد الأسلوبين⁽¹¹⁾:

- تقديم عرض لتكاليف حساسة أقل من تلك التي يقدمها المنافسون بمعنى تحقيق أفضلية قائمة على التكلفة المنخفضة.
- توليد عرض خاص بمميزات فردية، يدركها العملاء ويقبلون بدفع سعر أعلى مقابلها أي تحقيق أفضلية قائمة على التمييز.

I-2- مصادر الأفضلية التنافسية:

توجد العديد من مصادر الأفضلية التنافسية، أهمها:

- أ- التكلفة: تعد المصدر الأول للأفضلية التنافسية، حيث أن التكلفة المنخفضة مقارنة بمنافسي المؤسسة تسمح لها إما بالاستفادة من هامش الربح المرتفع أو من تخفيض السعر للسيطرة على السوق، ويتحقق للمؤسسة ذلك بعدة أساليب: الاستفادة من اقتصاديات الحجم، الاستفادة من أثر التجربة وغيرها.

ب- الجودة: تعتبر الجودة مصدرا مزدوجا للأفضلية التنافسية، فهي تؤدي إلى توفير منتجات عالية الجودة يزيد من قيمة المنتجات في أعين المستهلكين (الزبائن)، وهذا المفهوم المدعم للقيمة يؤدي إلى السماح للشركة (المؤسسة) بفرض سعر عالي لمنتجاتها...أو الكفاءة العالية والتكاليف المنخفضة للوحدة.⁽¹²⁾

ج- الاستجابة لحاجات العملاء: وتعني مدى قدرة المؤسسة على التفاعل مع احتياجات ورغبات العملاء الحاليين والمحتملين الظاهرة منها والكامنة، والتي لا تتطلب فقط اشباع الحاجات والرغبات وإنما تحقيق ذلك في المكان والزمان الملائمين.

د- الكفاءة والمهارة: الكفاءة والمهارة تعتبران معا مصادر مهمة للأفضلية التنافسية فهما يسمحان بالاقتصاد في التكاليف بمختلف أشكالها كما يضمنان تخفيض نسبة الأخطاء من جهة، ومن جهة أخرى فهي تعمل على توفير أطر جديدة لأفضيات ناشئة من كفاءة العاملين والمسيرين على حد سواء ناتجة عن تفاعلهم المباشر داخل المؤسسات.

هـ- المعرفة والتكنولوجيا: المعرفة سواء كانت ذاتية أو خارجية فهي تعتبر مصدرا من مصادر الأفضلية لأنها تعتبر رأس مال فكري للمؤسسة يمكن الاستفادة منه في تنمية المهارات والإبداع والابتكار، وكذا التكنولوجيا التي تعتبر السلاح الذي تلجأ إليه المؤسسات لاشتقاق أفضلية تنافسية⁽¹³⁾، لأنها تمكنها من مواكبة التطورات أو سبقها مما يسمح بتكوين مكانة مميزة للمؤسسة مقارنة بمنافسيها.

و- الوقت: يدخل الوقت كمدخل أساسي في مختلف العمليات، لذلك يعتبر علامة فارقة بين المؤسسات وتأثيره على مصادر الأفضلية التنافسية الأخرى كبير. فالكثير من المؤسسات استطاعت أن تحقق أفضليات تنافسية من سرعة التأقلم مع المحيط وقدرتها على الاستجابة السريعة لهذه المتغيرات.

كما أسلفنا الذكر، مصادر الأفضلية التنافسية عديدة وتنوع وتتعدد بتنوع مجالات نشاط المؤسسة، والعناصر المذكورة في هذه الدراسة لا تعبر سوى عن أكثر المصادر شيوعا.

I-3- دورة حياة الأفضلية التنافسية:

نجمع مراحل نمو الأفضلية التنافسية في⁽¹⁴⁾:

أ- مرحلة التمهيدي: وهي المرحلة التي يتم فيها البحث عن المقومات التي تسمح للمؤسسة بتكوين أفضلية تنافسية، وتشمل هذه المرحلة: عمليات جمع المعلومات ودراستها وتحليلها، لتحديد أي الأفضليات الممكنة يمكن اعتمادها كأفضلية تنافسية، ومحاولة تجريب مدى صلاحيتها عند تقديمها.

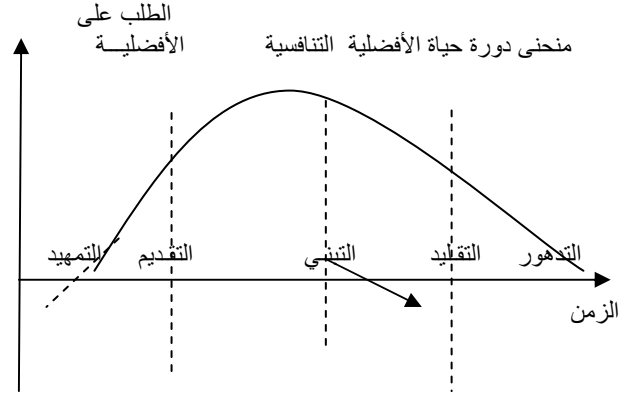
ب- مرحلة الانطلاق: وفيها يتم إظهار الأفضلية التنافسية في السوق، وتتميز هذه المرحلة بالسرعة النسبية نظرا لأنه يتم خلالها إجراء بعض التعديلات والإصلاحات للوصول إلى الأفضلية التنافسية المثلى، لذلك تبقى الأفضلية التنافسية جديدة في نظر باقي المؤسسات وكذا باقي العملاء والزبائن، لذلك تظهر المؤسسة في هذه المرحلة بعض الحذر والخوف من عدم تقبل العملاء والزبائن لهذه الأفضلية وخاصة إذا كانت تتعلق بالتميز، بالتالي قد تنتهي حياة هذه الأفضلية عند نهاية هذه المرحلة أما إذا لاقت هذه الأفضلية نجاحا فإن الطلب سيزيد عليها، إلى حد معين أين يمتاز الطلب عليها بالاستقرار.

ت- مرحلة التنبؤ: تبدأ هذه المرحلة بامتلاك أو تبني المؤسسات المنافسة للأفضلية التنافسية المعنية التي تظهر بعد استقرار الطلب عليها، وبذلك تصبح متوفرة لدى بعض المؤسسات ويبدأ بذلك الفقد النسبي للطلب عليها، أي أنها تبدأ بالتراجع، ويعتمد طول هذه المرحلة على مدى وجود عوائق للتقليد ومدى صلاحية الموارد والمهارات المعتمدة.

ث- مرحلة التقليد: تبدأ في هذه المرحلة محاولات تقليد الأفضلية التنافسية المعنية بالنجاح، بالتالي تتفاسم مع هذه المحاولات الطلب المتوفر في السوق، والذي يفترض أن يتناقص نصيب المؤسسة صاحبة الأفضلية التنافسية الأصلية منه، على اعتبار أن نصيب المحاولات الناجحة للتقليد تبدأ في الزيادة نظرا لتفوقها على الأفضلية التنافسية الأصلية.

ج- مرحلة التدهور: هي المرحلة التي تتدهور فيها الأفضلية التنافسية الأصلية، حتى أنها قد لا تعتبر أفضلية تنافسية وإنما مجرد ميزة عادية للمنتج. وتتحدد هذه المراحل حسب ما هو موضح في الشكل الموالي.

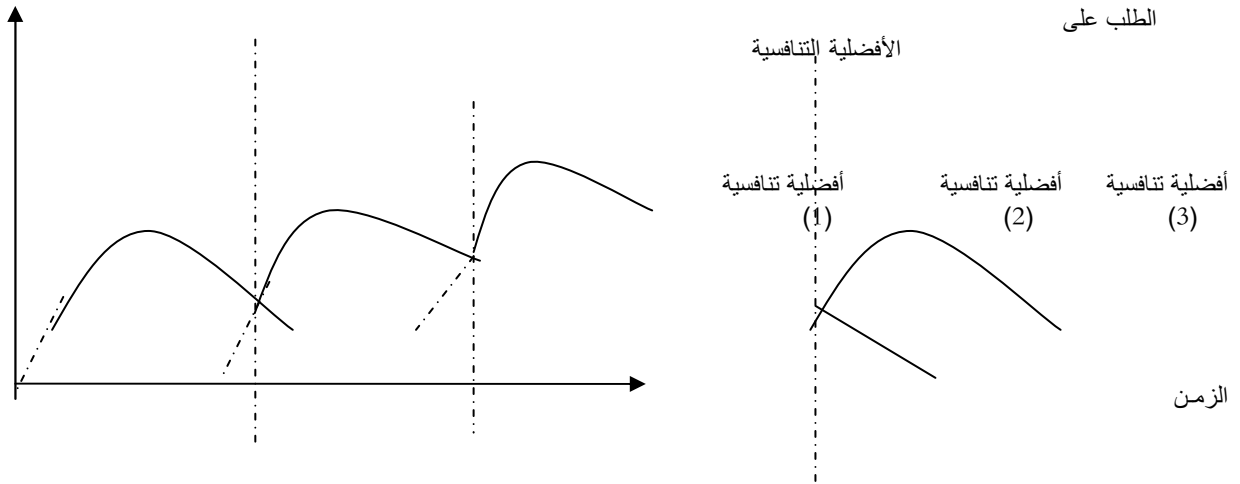
الشكل (02): دورة حياة الأفضلية التنافسية.



المصدر: حبه نجوى، تأثير المنافسة في القطاع على تحقيق الأفضلية التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة، غير منشورة، جامعة بسكرة، 2008، ص50.

يفترض بالمؤسسة الرشيدة التحضير المسبق للمرحلة الأخير من دورة حياة الأفضلية، من خلال التحضير لأفضلية تنافسية جديدة، وبذلك بداية مرحلة جديدة لدورة حياة أفضلية تنافسية جديدة لتكون للمؤسسة سلسلة دورات الأفضلية التنافسية وهذا ما يظهر في الشكل اللاحق.

الشكل (03): سلسلة دورة حياة الأفضلية التنافسية



المصدر: حبه نجوى، مرجع سابق، ص52.

سلسلة دورة حياة الأفضلية التنافسية تظهر بعض التشابه مع دورة حياة التكنولوجيا التي تأخذ شكل "S" نظرا لعدم انتظار المؤسسة إلى غاية وصول الأفضلية التنافسية إلى درجة موتها وإنما تسبق ذلك باستبدالها بأفضلية تنافسية أخرى. معرفة أي مرحلة تكون فيها الأفضلية التنافسية يسهل على المؤسسة تحديد الإستراتيجية التي تتبعها كيفية التعامل مع المتغيرات التي تحكم هذه الأفضلية، وهذا ما يدفعنا لدراسة محددات الأفضلية التنافسية. قبل ذلك لابد من الإحاطة

بمفهوم اليقظة الإستراتيجية، لأنها هي التي توفر للمؤسسة المعلومات اللازمة عن مختلف المتغيرات، بالتالي تحديد المراحل والقدرة على الاستفادة من كل مرحلة والأهم من ذلك تحديد وقت الانتقال من أفضلية لأخرى جديدة⁽¹⁵⁾.

بعد التطرق إلى الذكاء الاقتصادي والأفضلية التنافسية سنعمل الآن على تحديد مداخل اعتبار الذكاء الاقتصادي كمورد لتحقيق الأفضلية التنافسية.

III- مداخل اعتبار الذكاء الاقتصادي كمصدر لتحقيق الأفضلية التنافسية:

اعتمدنا في هذا الجزء من الدراسة على تحديد دور الذكاء في كل مصدر من مصادر الأفضلية التنافسية -التي تم التطرق إليها في الجزء الثاني من هذه الدراسة- إضافة إلى تأثيره على دورة حياتها.

III -1- دور الذكاء الاقتصادي في مصادر الأفضلية التنافسية:

توضيحا لدورها ارتأينا تقسيم المصادر إلى مجموعات:

أ - التكلفة والجودة: يتطلب تكوين أفضلية من مصدر التكلفة توفير كافة المعلومات اللازمة عن سبل تحقيقها لدى المؤسسة ومقارنتها مع منافسيها وهو ما يوفره الذكاء الاقتصادي الذي يبحث في سبل توفير التكلفة الأقل والجودة الأعلى كما يعطي حولا وأفقا جديدة من طرح أفكار جديدة في هذا المجال.

ت- الكفاءة والمهارة والمعرفة والتكنولوجيا: توفر مجموعة المصادر هذه للمؤسسة القدرة على تحقيق التكلفة الأقل كما يمكنها أن تحقق لها ميزة التمييز، ولا تستلزم هذه المجموعة اليقظة الدائمة وإنما الذكاء الاقتصادي لأن هذه المصادر تتميز بتسارع تغيراتها وتعدد وتشابك الأبعاد التي تتعامل معها. الحصول على مصادر الأفضلية هذه غير كاف لوحده لأنه بالضرورة يقتضي استغلالها على أكمل وجه، وهو بالفعل ما يحققه الذكاء الاقتصادي.

ث- الوقت والاستجابة لحاجات العملاء: ما يظهر الاختلاف بين مؤسسة وأخرى هو قدرتها على الاندماج مع الأحداث الخارجية والتفاعل معها وكذا الاستعداد لإدراك المؤشرات الناشئة كاتجاهات قوية بغرض تحليل هذه المؤشرات البعيدة عن المحيط الحالي، هذه الاستعدادات تحوي بالتأكيد أفضليات تنافسية ممكنة⁽¹⁶⁾. بالتالي الذكاء الاقتصادي هو الذي يوفر

للمؤسسة القدرة على الاستعداد والاستجابة في الوقت الملائم بما يتماشى مع متطلباتها ومتطلبات محيطها. يأخذ الذكاء الاقتصادي قيمة إضافية في إطار مصادر الأفضلية التنافسية لأنه يمكن من خلاله تحقيق أفضلية الزيادة بين مختلف هذه المصادر ما يسمح بإيجاد مصادر متعددة للأفضلية.

III -2- تأثير الذكاء الاقتصادي على دورة حياة الأفضلية التنافسية:

تكفي الإشارة إلى أن بعدي منحني دورة حياة الأفضلية التنافسية هما: الزمن والطلب على الأفضلية التنافسية، ما يعني بالضرورة الحاجة التامة للذكاء الاقتصادي في استغلال الزمن بما تستلزمه تغيرات الطلب على الأفضلية، لأن المعلومات التي يوفرها الذكاء الاقتصادي تسمح باتخاذ القرار بانتقال المؤسسة من مرحلة لأخرى في تعاملها مع الأفضلية التنافسية وفق ما يتماشى مع مميزات كل مرحلة.

يسمح الذكاء الاقتصادي بالاستفادة أيضا بطرق ذكية حتى من المراحل التي قد يعتقد بأنها تشكل تهديدا للمؤسسة لأن الذكاء الاقتصادي يبني على فكرة أن المسير الجيد يجعل من التهديد فرصة. عدا عن كل ما سبق فالذكاء الاقتصادي هو المسؤول أمام متخذي القرار في تحديد لحظة الانتقال من أفضلية لأخرى وفي اختيار الأفضلية الأكثر نجاعة من ضمن الأفضليات الممكنة.

تبعاً للدور التي يلعبها الذكاء الاقتصادي في كل مصدر من مصادر الأفضلية التنافسية للمؤسسة، ولدوره الكبير في دورة حياتها ودورات حياة الأفضليات التنافسية يمكن اعتبار الذكاء الاقتصادي كمصدر مستقل عن مصادر الأفضلية الأخرى نظرا للأهمية التي يكتسبها، وفي اعتقادنا أن هذا ما دعا الجمعية المهنية الأمريكية للذكاء الاقتصادي (SCIP) إلى اعتبار الذكاء الاقتصادي سيرة تسيرية للمحيط التنافسي يحدده مديرو المؤسسات بهدف المتاجرة والبحث والتطوير والتكنولوجيا⁽¹⁷⁾، وهذا ما يعزز اعتبارنا للذكاء الاقتصادي كمصدر للأفضلية التنافسية.

الخاتمة:

بالاطلاع على الأبعاد المفاهيمية لكل من الذكاء الاقتصادي والأفضلية التنافسية، توصلنا إلى أن الذكاء الاقتصادي يدخل كعنصر مميز في مختلف مصادر الأفضلية التنافسية ويزيد عن ذلك توفيره لأفضلية الزيادة (SYNERGIE) بين مختلف المصادر، كما أنه يلعب دورا مهما خلال دورات الأفضلية التنافسية، هذا من جهة، من جهة أخرى وجدنا بأن مفهوم الذكاء الاقتصادي في حد ذاته يوضح بعضا من المؤشرات التي تضعه ضمن مصادر الأفضلية

التنافسية، وهذا ما لمسناه في مفهوم الجمعية المهنية الأمريكية للدكاء الاقتصادي (SCIP)، ولمسناه في العناصر المفتاحية للدكاء الاقتصادي.

اعتبار الدكاء الاقتصادي كمصدر للأفضلية التنافسية يفتح الباب أمام الباحثين للبحث في كيفية تفعيل الدكاء الاقتصادي في المؤسسات - والمؤسسات الجزائرية على وجه الخصوص- على أرض الواقع لأننا من خلال هذه الدراسة تناولنا النواحي النظرية فقط لكن إثباتها عمليا يتطلب العديد من الدراسات التي يتماشى كل منها مع خصوصية كل مؤسسة على حدى، لأن كلا منها تتوفر على موارد متميزة ولكنها لا تتوفر على أفضلية تنافسية ما يعني أن الخطأ هنا قد يظهر في كيفية التوفيق بين هذه الموارد وكيفية استغلالها، وهو ما يمكن للدكاء الاقتصادي معالجته على الأقل من الناحية النظرية.

الهوامش:

- 1- Jacques Frontel et Liliane Bensahel, **Les Etats-Unis et le Japon: Champions de l'intelligence économique**, Revue problèmes économiques, N°2.940, France, Janvier 2008, p14.
- 2- S.A. Boukrami, **Intelligence économique: Enjeux nationaux et internationaux**, 1^{er} Colloque international: IEMA, Algérie, 10 & 11 Avril 2005, p06.
- 3- Wang Qi, **What is intelligence work**, Conference : Intelligence économique: recherches et applications, France ,14 & 15 Avril 2003, p 121.
- 4- عبد الرزاق خليل وأحلام بوعبدلي، **الدكاء الاقتصادي في خدمة منظمة الأعمال**، الملتقى الدولي الأول: IEMA، الجزائر، 10 و 11 أبريل 2005، ص 01.
- 5- Jacques Frontel et Liliane Bensahel, Op.Cit, p13.
- 6- Lodovic François, **Quand la société civile s'empare de l'intelligence économique**, Revue problèmes économiques, N°2.940, France, Janvier 2005, p27.
- 7- IdrissYalaoui, **De la Veille Stratégique à l'Intelligence Economique**,1^{er} Colloque International: IEMA, Algérie, 10 & 11 Avril 2005, p12.
- 8- عبد الرزاق خليل وأحلام بوعبدلي، مرجع سابق، ص 8. نقلا عن: B.Martinet, **L'intelligence économique**, ed Economica, France, 1996, p10.
- 9 - حسن علي الزعبي، **نظام المعلومات الإستراتيجية: مدخل إستراتيجي**، دار وائل، الأردن، 2005، ص137 .
- 10- Michel Porter, **L'avantage concurrentiel**, ed Dunod, France, 1999, p 08.
- 11- Stratégor, **Politique générale de l'entreprise**, ed Dunod, 4^{ème}ed, France, 2005, p124.
- 12 - شارلز هيل وجاريت جونز، **الإدارة الإستراتيجية، مدخل متكامل**، ترجمة رفاعي محمد رفاعي وسيد عبد المتعال، ج1، دار المريخ، السعودية، 2001، ص 200.
- 13- Pierre Dussauge et Bernard Ramanantsoa, **Technologie et Stratégie d'entreprise**, ed Ediscience, France,1994, p 71.
- 14- حبه نجوى، **تأثير المنافسة في القطاع على تحقيق الأفضلية التنافسية للمؤسسة الاقتصادية**، مذكرة ماجستير تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة، غير منشورة، جامعة بسكرة، الجزائر، 2008، ص 51.
- 15 - المرجع نفسه، ص 52.
- 16 - A.N.T, **Définition et mise en œuvre de l'intelligence économique en entreprise**, 1^{er} Colloque International: IEMA, Algérie, 10 & 11 Avril 2005, p01.
- 17 - Jacques Frontel et Liliane Bensahel, Op.Cit, p13.