

الذكاء الاقتصادي

كآلية حديثة لبناء

منظمات معرفية

*Economic intelligence as a modern
mechanism for building knowledge
organizations*

ضيف سعيدة *

Dif. Saida@gmail.com

جامعة الجلفة

(الجزائر)

حمياني صبرينة

Sabrinahamiani@gmail.com

جامعة الجلفة

(الجزائر)

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى إبراز دور الذكاء الاقتصادي في بناء منظمات مبنية على المعرفة. وتوصلت إلى عدة نتائج من بينها أن الذكاء الاقتصادي يلعب دورا حيويا في أعمال المنظمات المعرفية وذلك لقدرته على التعامل مع المعلومات ويجعلها قادرة على الهجوم والدفاع في نفس الوقت. كلمات مفتاحية: الذكاء الاقتصادي، اليقظة الاستراتيجية، إدارة المعرفة، منظمات المعرفة.

Abstract:

This paper aims to highlight the role of economic intelligence in building knowledge-based organizations. I have come to several conclusions, including that economic intelligence plays a vital role in the work of knowledge organizations because of its ability to deal with information and makes it able to attack and defend at the same time.

Key words: economic intelligence, strategic alertness, knowledge management, knowledge organizations.:

إن تسارع التغيرات الاقتصادية وازدياد حدة المنافسة في إطار سوق عالمية، أدى إلى زيادة الطلب على المعلومات التي أصبحت تدخل في صميم الحياة اليومية مما جعل المنظمات المعاصرة تعمل في ظل ظروف متغيرة ومعقدة تفرض عليها تحديات عديدة، لذا يتحتم على هذه المنظمات مواجهة مثل هذه التحديات بسرعة وفي نفس الوقت بكفاءة وفعالية من خلال آلية الذكاء الاقتصادي.

كما أن تغير أنظمة وطرق التسيير أصبحت من المميزات المصاحبة لاقتصاد المعرفة حيث فرضت التكنولوجيا الجديدة للاتصالات والمعلومات زيادة وتيرة التطور التكنولوجي 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 مواردها المعرفي الذي يساعدها على تحقيق أهدافها وهو ما ينعكس على التنمية الاقتصادية التي تصبوا إليها كل الدول.

1.1. الإشكالية: من خلال ما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

كيف يمكن بناء منظمات المعرفة من خلال تبني استراتيجية الذكاء الاقتصادي؟
وتتفرع عن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما هو مدلول الذكاء الاقتصادي؟
- ماذا يقصد بمنظمات المعرفة؟

- كيف يمكن أن يساهم الذكاء الاقتصادي في بناء منظمات مبنية على المعرفة؟

2.1. أهداف الدراسة: نهدف من خلال هذه الدراسة بشكل أساسي إلى التعرف على مدلول الذكاء الاقتصادي، ومعرفة دور هذا الأخير في بنات منظمات مبنية على المعرفة، وبشكل محدد فقد سعت الباحثتان إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على مدلول الذكاء الاقتصادي.

- التعرف على المنظمات المعرفية، ومبررات التحول إليها.

- معرفة مدى مساهمة استراتيجية الذكاء الاقتصادي في بناء منظمات مبنية على المعرفة.

3.1. أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من حداثة موضوع الذكاء الاقتصادي الذي أصبح اليوم يحتل مكانة كبيرة في ميدان الإدارة الحديثة، لاهتمامه بتسيير مورد المعلومة الذي أصبح مورد حيوي في نشاطات المنظمات المعرفية، وهذا لقدرته على حماية المعلومة الاستراتيجية والتحكم فيها، وتحويلها إلى معارف تساعد متخذي القرار على مواجهة تحديات وتقلبات المحيط، وهو ما يضمن السير الحسن والتسيير الجيد للمنظمات المعرفية باعتبار أنها تعيش اليوم في عصر المعرفة.

- الأهمية التي تلقاها مفهوم الذكاء الاقتصادي كنظام معلومات من شأنه المساهمة في إنشاء قواعد بيانات لمختلف أنشطة المنظمة.

- تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية المعلومات التي تعد المورد الأساسي الذي تعتمد عليه المنظمة في اتخاذ القرار بخصوص الفرص والتهديدات التي تواجهها.

- أهمية منظمات المعرفة في البيئة المعاصرة والتي يعد التغيير من أهم سماتها.

2. ماهية الذكاء الاقتصادي:

يعتبر مصطلح الذكاء الاقتصادي من المصطلحات التي ظهرت كنتيجة لظهور اقتصاد المعرفة، حيث أن التغيرات الاقتصادية وازدياد حدة المنافسة في إطار سوق عالمية، أدى إلى زيادة الطلب على المعلومات، التي أصبحت تدخل في صميم الحياة اليومية مما جعل المنظمات المعاصرة تعمل في ظل ظروف متغيرة ومعقدة تفرض عليها تحديات عديدة، لذا يتحتم على هذه المنظمات مواجهة مثل هذه التحديات بسرعة وفي نفس الوقت بكفاءة وفعالية، وسوف نتعرض ببعض من التفصيل إلى بعض تعاريفه نشأته، خصائصه ومراحل.

1.2. نشأة مفهوم الذكاء الاقتصادي: (بوخمخم و صالح، صفحة 346)

يعد اصطلاح الذكاء الاقتصادي من المفاهيم الحديثة القديمة لإحداث التنمية الاقتصادية التي ظهرت منذ زمن إلا أنها تطورت في السنوات الأخيرة نتيجة للاهتمام المتزايد بدور البيانات والمعلومات والمعرفة في مرحلة الاقتصاد الجديد. (البارودي، 2014، صفحة 63)

أما فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة ولا سيما ظهور اقتصاد السوق وقد أوضح (Fernand Braudel) في العديد من الدراسات التي قام بها حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة من القرن (15) إلى (18) أن المنافسة بين المدن في شمال إيطاليا والمدن في فنلندا كانت بداية الهجومات التجارية والتجسس الاقتصادي وحتى التزوير.

كما ظهر مصطلح الذكاء الاقتصادي في المجال العسكري الذي يعتمد على تحصيل المعلومات ثم تحليلها فبريطانيا في المرحلة الاستعمارية كانت تحصل على المعلومات عن منطقة البحر المتوسط وغير ذلك من المعلومات عن طريق أسراها من البندقية، وفي الحرب العالمية الثانية لعب الذكاء الاقتصادي دور مهم في الصراع مع ألمانيا فقد كانت هناك حاجة لمعرفة كميات وأنواع العتاد الحربي لألمانيا لغرض خوض المعركة معها.

وفي مجال الاقتصاد فإن أول نظام للذكاء الاقتصادي ولد في اليابان في سنة (1950) من قبل وزارة التجارة الدولية والصناعة (MITI) ومنظمة التجارة اليابانية (JETRO) من أجل تنشيط الاقتصاد. (الجوهر و مطر، 2016، صفحة 231)

ويبين الجدول الموالي التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي:

الجدول 01: التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي

التاريخ	الدولة أو الكاتب	ظهور أو تطور المفهوم
1870	بريطانيا	من الذكاء العسكري إلى الذكاء التسويقي إلى ذكاء الأعمال
1950	اليابان	ظهور الذكاء الاقتصادي الذي مصدره الأساسي الذكاء العسكري
1958	luhn	ظهور مصطلح ذكاء الأعمال
1963	f.j.aguilar	دراسة ثنائية "اليقظة والذكاء"
1967	Harold wilensky	إعطاء أول تعريف للذكاء الاقتصادي
1980	و. م. أ	تطور مفهوم "الذكاء التنافسي" إلى "ذكاء الأعمال" بالو.م.أ
نهاية 80	فرنسا	الظهور الأول لمفهوم اليقظة
1990	فرنسا	ظهور مفهوم الذكاء الاقتصادي
1992	فرنسا	الترسيخ الرسمي لنظام الذكاء الاقتصادي
1994	فرنسا	أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي من خلال تقرير المحافظة العامة للتخطيط
1995	فرنسا	تأسيس لجنة التنافسية والأمن الاقتصادي
2002	فرنسا	تحرير تقرير حول الذكاء الاقتصادي
2003	فرنسا	- نشر تقرير حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية - تعيين مسؤول أعلى للذكاء الاقتصادي
2005	فرنسا	تعميم جهاز الذكاء الاقتصادي على المستوى الإقليمي
2009	فرنسا	إطلاق المديرية المركزية للمعلومات الداخلية

المصدر: (أسماء، 2014، صفحة 26)

2.2. تعريف الذكاء الاقتصادي

إن تعريف الذكاء الاقتصادي شكل موضوعا لنقاشات نظرية وميدانية مكثفة حيث أن مجال الذكاء الاقتصادي واسع جدا ويتضمن في بعض الأحيان حقائق متنوعة جدا، وأول تعريف مهيكّل وواضح للذكاء الاقتصادي يعود إلى سنة (1967) وهو للباحث (Harold Wilensky) حيث يعرف الباحث في كتابه "الذكاء التنظيمي" الذكاء الاقتصادي على أنه: "نشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية والاستراتيجية للمنظمة، بحيث يكون قد تمّ تجميعها وإنتاجها في إطار قانوني ومن مصادر معروفة" وقد قدم (Rapport Martre) في سنة (1994) تعريفا للذكاء الاقتصادي وفقا لما يلي: "يمكن تعريف الذكاء الاقتصادي على أنه مجموعة الأعمال المنسقة للبحث، المعالجة، التوزيع بهدف استغلال المعلومة الضرورية للمتعاملين الاقتصاديين". إن هذه الأعمال تمارس بطرق شرعية مع توفير كل الضمانات الضرورية للحفاظ على ذمة المؤسسة والمعلومة الضرورية هي تلك التي يكون في حاجة إليها كل مستويات اتخاذ القرار المختلفة في المنظمة لإعداد وتنفيذ الاستراتيجية الضرورية لبلوغ الأهداف وتحسين مركزها التنافسي.

أما الباحث (Claude Revel) فيقدم الذكاء الاقتصادي في ثلاثة أبعاد؛ تسيير المعلومات والمعارف الحماية والتأثير، وبالتالي يعرف الذكاء الاقتصادي على أنه "التحكم في المعلومات بهدف معرفة البيئة الخارجية واتخاذ السلوك الملائم، والذكاء الاقتصادي يمكن من تحديد الفرص ومحددات النجاح، توقع التهديدات تقدير المخاطر واتخاذ القرارات للتأثير على المحيط الخارجي". أما من وجهة نظر (Philippe Baumard) فينظر للذكاء الاقتصادي على أنه ليس فن للمراقبة أو الملاحظة فقط بل هو ممارسة هجومية ودفاعية للمعلومات، يهدف إلى ربط عدة ميادين من أجل استخدام المعلومات لأهداف تكتيكية استراتيجية للمنظمة، ويعتبر وسيلة ربط بين أفعال ومعارف المؤسسة. (فاشي و دية، 2015)

3.2. أهمية الذكاء الاقتصادي:

إن التقدم الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وزيادة درجة الانفتاح الاقتصادي، جعل المنافسة تمثل بالحرب الاقتصادية، أي كل شيء عبارة عن سوق، وبالنسبة للمؤسسة فإنه يجب عليها معرفة التقاط الفرص المتاحة أمامها بنفس درجة توخي المخاطر المواجهة لها، هذا لا يتحقق إلا عن طريق التحكم في المعلومات الذي يسمح بوضع استراتيجيات ناجحة تستطيع الوقوف في وجه المنافسين، والمادة الأساسية والتي لا بد منها في هذا المجال والتي أصبحت ضرورية لكل مؤسسة مهما كان حجمها هو "الذكاء الاقتصادي" الذي يسمح بحماية المعلومة الاستراتيجية والتحكم فيها، وتظهر أهمية الذكاء الاقتصادي في كيفية التحكم في هذه المعلومات، ويمكن تفسير هذا من خلال وظيفتي المعلومة: (أسماء، 2014، صفحة 36)

«المعلومة عامل منافسة بالنسبة للمؤسسة: إذ أن مقرر أو رئيس المؤسسة بحاجة إلى معلومات استراتيجية تتعلق بأعماله من أجل:

- معرفة موقعه في السوق.
- تعريف وتحديد نقاط قوته وضعفه.
- اكتشاف الفرص.
- تسيير استراتيجية تطوير المؤسسة.
- إطلاق منتجات وخدمات جديدة.
- التموّج في أسواق جديدة.
- التكيف مع تطورات محيط وبيئة المؤسسة.
- عقد الشراكات.
- تنمية وتطوير تأثيره.

- الحصول على مزايا تنافسية.

إذن الذكاء الاقتصادي يتحكم في المعلومة في إطار قانوني (الضغط، اتصالات التأثير، استعمال الانترنت....) ويجعلها كأساس يدفع بالمؤسسة إلى الرقي والاستمرار.

◀ المعلومة عامل أمن وحماية للمؤسسة:

حماية المعلومة هي رأس مال من أجل تطور واستمرار المؤسسة، فهذه الأخيرة يجب عليها معرفة الاتصال والتواصل بالطريقة التي تضمن لها حماية ممتلكاتها المعلوماتية من أجل:

- العمل بكل ثقة مع شركائها ومساعدتها داخل المؤسسة ومع شركائها خارج المؤسسة، عن طريق وضع مجموعة من الأجهزة

والإجراءات التقنية، الإدارية، القانونية والتي تكوّن سياسة أمن المؤسسة وهي:

- جرد المخاطر والتحديات المحتملة حماية النظام المعلوماتي و المعطيات الحساسة لديها (المعرفة، نظام معلومات المؤسسة الخاص ب "

الحاسبة، المشتريات، التسويق"....، ملفات الزبائن، المنتجات الجديدة....).

- وضع وسائل مادية للحماية الفعالة.

- إدخال بنود سرية داخل عقود العمل.

- إقامة مخطط استمرارية النشاط في حال التوقف الخطير عن العمل أو حالة أزمة.

- الاختبار المنتظم للجهاز الموضوع.

- الترابط المنطقي والواضح بين الأفكار حول النشاطات والمشاريع والاستراتيجيات.

- القدرة على الدفاع في وجه المنافسين المستخدمين طرق غير شرعية (قرصنة المعلومات، التجسس الاقتصادي التزوير...).

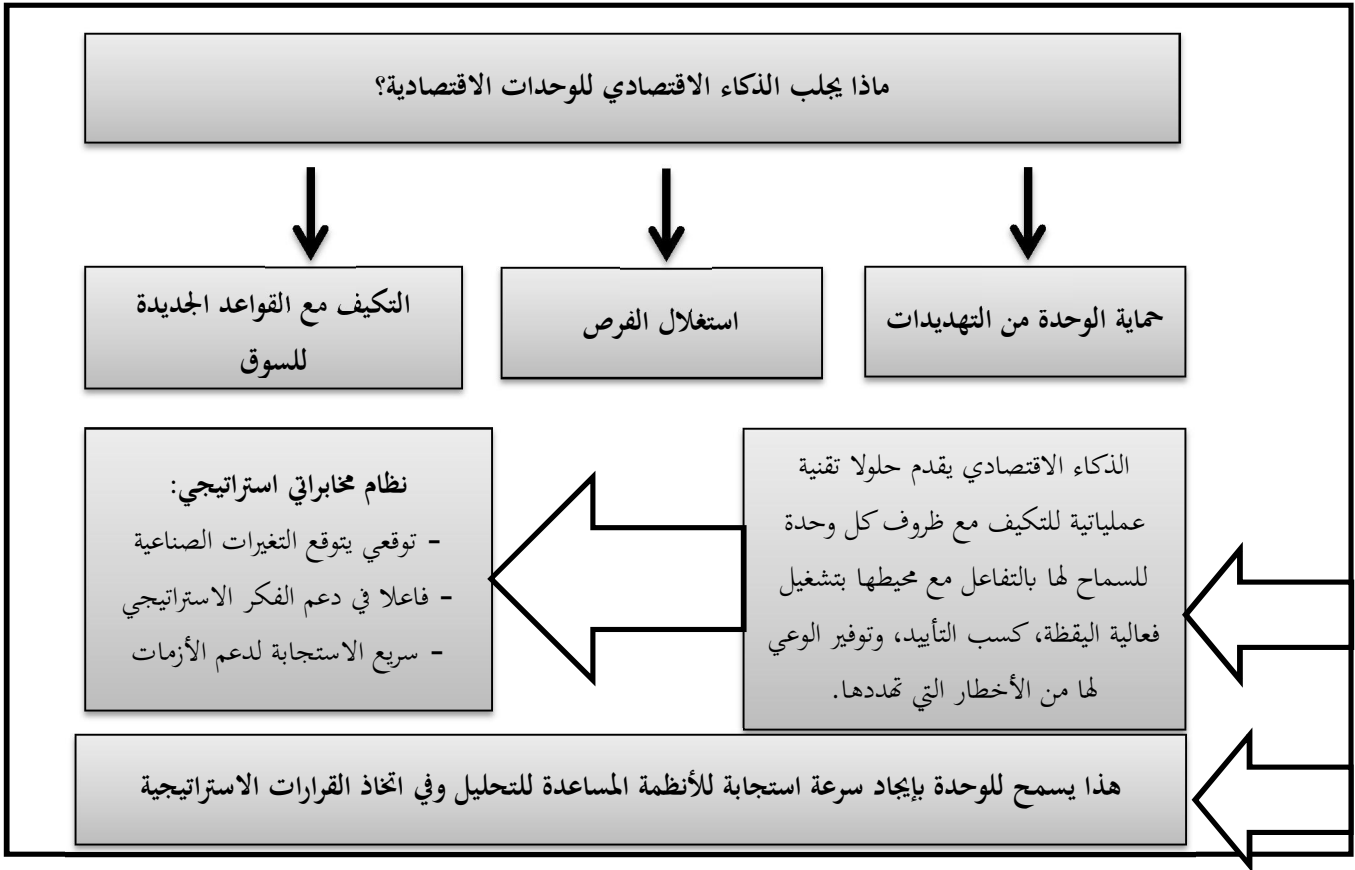
مما سبق يمكن القول أن أهمية الذكاء الاقتصادي تشمل كلا جانبيه الهجومي (المنافسة) والدفاعي (الحماية).

فالأول يجعل المؤسسة تتمتع بإرادة هجومية تعبر عن قدرتها على السبق والتفاعل والحرص على إيصال المعلومات المفيدة إلى المقررين في الوقت المناسب، إذ المهتم اليوم ليس الحصول على المعلومات وإنما الوصول إليها قبل الآخرين، فالمطلوب ليس فقط أن تكون الأحسن بالنسبة للمنافسين، ولكن أيضا إبعادهم إذا أمكن ذلك.

أما الثاني فيفرض على المؤسسة أن تكون منتبهة لمبادرات منافسيها وتوقعات شركائها وزبائنها، وبالتالي اتخاذ الاحتياطات اللازمة.

فالذكاء يسمح من خلال جانبه الهجومي بترقب الفرص المتاحة في محيطه والاستيلاء عليها، والتكيف مع قواعد السوق الجديدة نظرا للبيئة الديناميكية التي تعمل فيها المؤسسات اليوم، أما من الجانب الثاني أي الدفاعي فهو يعمل على توفير الحماية والأمن للمؤسسة من الأخطار التي تهددها كتسريب المعلومات، التجسس الاقتصادي، الحصول على معلومات خاطئة من أجل الإيقاع بها....

كما تعد الوحدة الاقتصادية المكان الطبيعي لتطبيق الذكاء الاقتصادي، لأنه يمثل قبل كل شيء نظاما اقتصاديا يعمل تحديد التهديدات والفرص التي تواجهها من خلال توفير المعلومات المفيدة لمتخذي القرار والشكل التالي يوضح ذلك: (الجوهر و مطر، 2016، صفحة 232)



المصدر: (الجوهر و مطر، 2016، صفحة 232)

4.3. خصائص الذكاء الاقتصادي: من بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي نذكر ما يلي (بجوشي و عريس، 2017، صفحة 221):

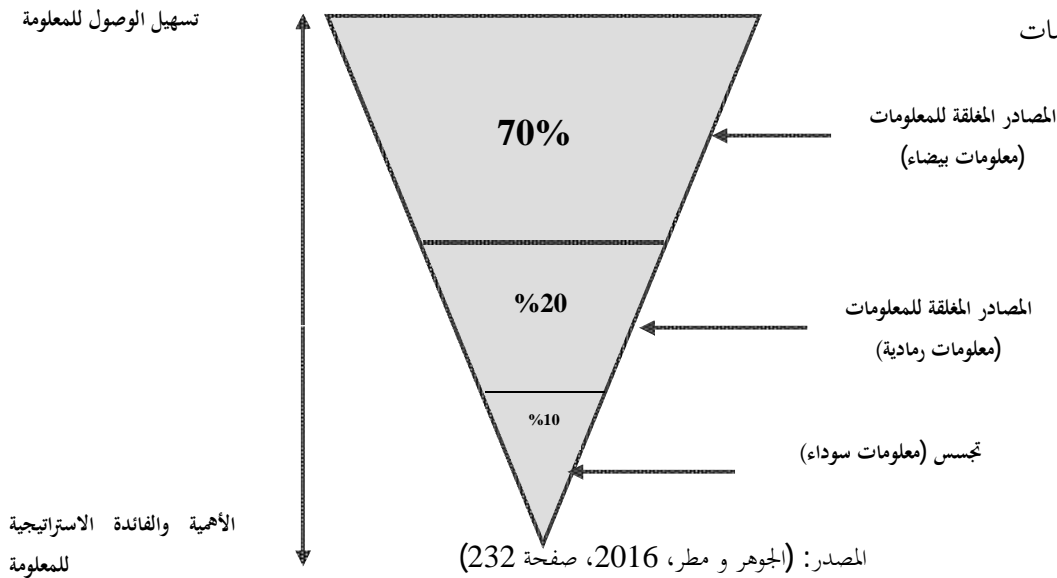
- الاستخدام الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات.
- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين.
- وجود علاقات قوية بين المؤسسات والجامعات والإدارات المركزية والمحلية وتشكيل جماعات الضغط والتأثير.
- إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية والجيوسياسية.
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

5.3. مراحل الذكاء الاقتصادي: يتضمن الذكاء الاقتصادي العديد من المراحل وهي:

- تحديد احتياجات المؤسسة: تعبر هذه المرحلة عن الهدف من استخدام الذكاء الاقتصادي (Hélène, 2007, p. 305)، وذلك لتحديد مجال البحث عن المعلومات وتجنب اللجوء إلى كل المصادر بهدف تركيز الاهتمام وتجنب تشتيت الذهن وفي هذا الإطار بين (Larivet) أن " كثرة المعلومات تقتل المعلومات " (Larivet & Brouard, 2007, p. 3) بمعنى حصر مجال البحث عن المعلومات وذلك بهدف ترشيح الوظائف الاستعلامية، ففي الجزائر مثلا إذا أراد مقاول الاستثمار في قطاع النقل، فعليه أن يحدد بدقة مجال البحث عن المعلومات، وهي وزارة النقل، هيئات دعم ومرافقة المشاريع المؤسسات التي تنشط في نفس القطاع.
- جمع المعلومات وسريتها: بالنسبة للمواضيع الحساسة يجب تحديد مساعدين متخصصين في عملية الجمع والحذر في جمع المعلومات من المصادر البشرية إذ أن المعلومات السرية لا يجب إفشاءها حتى ولو كانت سببا في الحصول على معلومات أخرى، ويمكن تقسيم المعلومات حسب قيمتها أو حسب وسائل الحصول عليها إلى ثلاثة أنواع: (أسماء، 2014، صفحة 53)

- المعلومات البيضاء: والتي تشير إلى المعطيات المسموحة وسهلة الإدراك، والتي تعرف أيضا بـ "المعلومات المفتوحة"، والتي نجدها في الوسائل العامة للإعلان، يمكن إيجادها في الكتب، الصحافة، المجالات، قواعد المعطيات، الإنترنت..... وتمثل حوالي (80%) من التدفقات المعلوماتية.
- المعلومات الرمادية: هي أيضا مسموح بها، ولكن تتميز بصعوبة معرفة سبلها وأماكنها، لأنه لا يمكن تواجدها في أي إعلان لما لها من قيمة استراتيجية عالية ويمكن تمثيلها في: التقارير والبرقيات من السفارات والقنصليات....
- المعلومات السوداء: هي في غاية السرية ومحدودة النشر، القليل من الأشخاص فقط يمكنهم الوصول إليها، بمجرد حيازتها يمكن أن يؤدي ذلك إلى توابع عدلية وعقابات للشخص أو المؤسسة الفاعلة لأنه يتم الحصول عليها من دون موافقة الجهات المعنية، والشكل التالي يوضح الأهمية الاستراتيجية للمعلومات بأنواعها:

الشكل 02: مصادر المعلومات



- تنظيم المعلومات: تتمثل هذه المرحلة في جعل المعلومات المحصلة من طرف المؤسسة قابلة للاستخدام من طرف أي عون داخل المؤسسة، ويعتبر حجم المؤسسة عاملا جديدا مؤثرا لتنظيم المعلومات، إذ بينت دراسة اللجنة الأوروبية سنة (2003)، أنه كلما زاد حجم المؤسسة كلما زادت المعلومات التي يمكن توفيرها حول نشاطها.
 - نشر وتبليغ المعلومات: تتعلق بتكنولوجية المعلومات، وتنظيم مسار المعلومة إلى غاية وصولها إلى مستخدميها.
 - الابتكار: تعبر هذه المرحلة عن النتيجة المستخلصة من الذكاء الاقتصادي، فهناك علاقة ارتباط قوية بين الابتكار وقدرة المؤسسة على تعظيم حصتها من السوق، (MIDEF, 2005) ويرى (Catina M) أن الابتكار هو أرقى مرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي، لأنه يمثل الهدف الأساسي من الذكاء الاقتصادي، والمتمثل في بيع منتجات جديدة بدلا عن تحسين ظروف المنافسة. (M, 1998, p. 93)
3. ماهية المنظمات المعرفية:

إن التغيرات السريعة في بيئة المنظمات، والناجحة عن التطورات التكنولوجية الهائلة والتقدم العلمي وثورة الاتصالات المتسارعة، والتي تحتم على منظماتنا مواكبة تلك التطورات والبحث عن استراتيجيات جديدة تساعد على التكيف والتأقلم بالسرعة المطلوبة، ويعتبر تعلم المنظمات من المسارات التي برزت على السطح في منتصف التسعينات من القرن الماضي كشكل من أشكال التطور التنظيمي تحت ما يسمى بمنظمات المعرفة.

- 1.3 تعريف المنظمة: يعرف Stephan Robins المنظمة على أنها: "كيان اجتماعي منسق بشكل متعمد وله حدود وله حدود تميزه عن بيئته الخارجية، ويعمل على أساس الاستمرار النسبي لتحقيق هدف أو أهداف مشتركة". (مساعدة، 2013، صفحة 23)

2.3. تعريف المعرفة: تطرق العديد من الكتاب إلى إعطاء تعاريف حول المعرفة نذكر منها:

عرف Wiig المعرفة بأنها: "جسم من المفاهيم والتعميمات والأفكار المجردة التي نحملها معنا على أسس دائمة أو شبه دائمة، ونستخدمها لتفسير العالم المحيط بنا، وإدارته". (Karl, 1993, p. 73)

وعرفها Daft بأنها: "خلاصة المعلومات المستحصلة بعد أن جرى ربطها بمعلومات أخرى تم تحليلها وتفسيرها، ومقارنتها بما يراد معرفته". (Richar, 2001, p. 258)

وعرف العلي وزملائه المعرفة بأنها: "مزيج من الخبرة والقيم والمعلومات السياقية وبصيرة الخبير التي تزود بإطار عام لتقييم ودمج الخبرات والمعلومات الجديدة، فهي متأصلة ومطبقة في عقل العارف بها، وهي متضمنة في المنظمة والمجتمع وليس في الوثائق ومستودعات المعرفة فحسب، ولكنها أيضا في الروتين التنظيمي والممارسات والمعايير وبعبارة صحيحة أكثر إنها معرفة - كيف". (العلي، قنديلجي، و لعمرى، 2012، صفحة 25)

إن تطبيق المعرفة بشكل متكرر يقود إلى الخبرة، والتمحيص والتحليل الإضافي في المعرفة والخبرة قد يؤديان إلى توليد الحكمة، فالمعرفة من هذا الباب هي معرفة العمل وليست المعرفة الإبتستومولوجية النظرية فقط، وإنما هي تحويل المعرفة النظرية إلى عمل تطبيقي بعد استيعابها. وبالتالي يمكن الوصول إلى مستوى الحكمة. (حسين، 2011، صفحة 33)

حيث تتطور المعرفة لتمتد على مفاهيم أوسع وأشمل، وهي: (عليان، 2012، صفحة 70)

- التكنولوجيا: ويعتبرها إظهارا أو تحقيقا للمعرفة والمهارات ضمن أساليب مؤسسية ومواضيع مادية ثم ابتكارها لتقديم حلول لمشكلات تشغيلية، وبالتالي، يمكن النظر إلى التكنولوجيا على أنها معرفة معلنة ومنظمة بشكل متقدم ثم جعلها مرئية وصلبة.
- البراعة (الاحترافية): ويعني ذلك أن يكون الشخص متقدما إلى درجة عالية في مهنة أو فرع في المعرفة.
- المهارة: ويعني بها القدرة على تنفيذ مهام ووظائف معينة اعتمادا على معرفة التقنيات.
- الخبرة: وتعني مهارة الفرد ومعرفته المتخصصة في مجال معين، والتي تطورت وتراكت على مدى زمني طويل. وتترافق الخبرة مع فهم عميق للمجال الخاص ومع معرفة أوسع بالنطاق البيئي المجاور الذي يؤثر في المجال الخاص.
- الذكاء: ويعني قدرة الشخص على التفكير، والتفكير المنطقي، والتعلم، والفهم، والقدرات على الابتكار واكتساب المعرفة واستخدامها في المواقف ذات العلاقات وغير ذلك. وينطبق مفهوم الذكاء على المنظمات.
- الحكمة: وهي تجسد الذكاء، وفهم ما هو صحيح، وخطأ، وحقيقي، وزائف، وفهم القيمة الدائمة. كما تشمل الحكمة القدرة على قبول التوجهات الجديدة التي يمكن أن يكون مرغوبا فيها، ويمكن إدراكها. والحكمة هي استخدام المعرفة المعبر عنها في مبادئ للوصول إلى قرارات حكيمة حسيمة حول المواقف الخلافية Confictual.

وتعد الحكمة أعلى مراتب المعرفة، وتتربع في قمة هرمها، وهي مرحلة يصل إليها الفرد بمرور الزمن وبعد عمر طويل وتراكم كبير للمعرفة والخبرات والتجارب. إذ تصبح نظرتة وطريقة حكمه على الأشياء، وكذلك طريق استنتاجه واستنبطه مختلفة ومتمايزة عن غيره من الناس. فعندما يقوم الفرد بالتوظيف المنطقي والأمثل لمعارفه وخبراته وتجاربه خدمة للآخرين وللمجتمع فقد وصل إلى الحكمة. (همشري، 2013، صفحة 30)

3.3. تعريف منظمات المعرفة: هي المنظمات التي تعتمد على المعرفة في تخطيط وتنفيذ أنشطتها الجوهرية أو التي تشكل المعرفة جزءا جوهريا من توليفة منتجاتها وخدماتها المقدمة للمستفيدين. ويطلق على المنظمات التي تسعى إلى خلق القيمة من خلال استثمار موارد المعرفة أو أصول المعرفة بأنها منظمات المعرفة في الاقتصاد الجديد. (مُجد، 1981، صفحة 135)

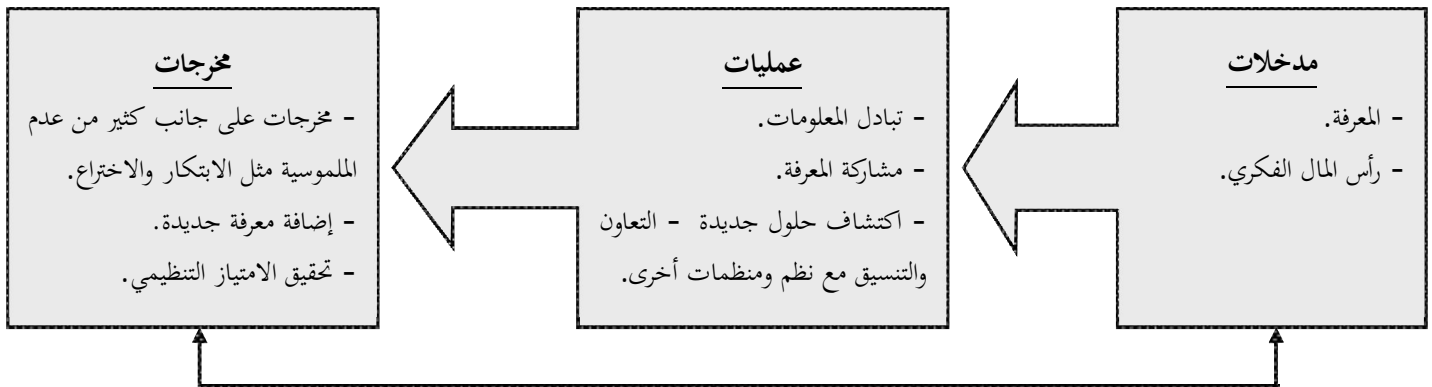
ويمكن تعريف منظمات المعرفة على أنها: "المنظمة التي تستثمر الطاقات الفكرية الواضحة والكامنة لدى العاملين، وتحقيق سبل التكيف للمتغيرات المستجدة في مختلف مجالات المعرفة، ثم التغيير بما ينسجم مع متطلبات التحسين والتطوير المستمر". (حمود، 2010، صفحة 16)

وتتصّف منظمات المعرفة بهيمنة أنشطة خلق المعرفة، استقطاب المعرفة، نقل وتوزيع المعرفة والمشاركة النظامية بالمعرفة على مجمل الأنشطة الأساسية التي تقوم بها من أجل تحقيق أهدافها الاستراتيجية. (الأحمد، 2004، صفحة 4)

وفي منظمات المعرفة يتم الاهتمام برأس المال المعرفي وإدارة أصول المعرفة الموجودة داخل المنظمة أو خارجها وبصورة خاصة في علاقات المنظمة مع الموردين، الزبائن، شركاء الأعمال، وبالنسبة إلى منظمات المعرفة فإن رأس المال المعرفي له أهمية كبيرة ودور فاعل أكثر في تكوين أو إنتاج القيمة المضافة مقارنة برأس المال المالي، بل يمكن القول أن رأس المال المعرفي هو الذي ينتج رأس المال المالي في منظمات المعرفة، وعلاوة على ذلك يشكل صناع المعرفة من القوة العاملة التي تمتلك المعارف والمهارات الذهنية والتقنية النسبة الأكبر من قوة العمل الموجودة في منظمات المعرفة. (الأحمد، 2004، صفحة 5)

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 الامتياز التنظيمي، (مُجد أ.، 2005، صفحة 44)، والشكل الموالي يترجم ما جاء في التعاريف السابقة.

الشكل 03: المفهوم الجديد لمنظمات المعرفة



المصدر: (مُجد أ.، 2005، صفحة 40)

يتضح من خلال الشكل أعلاه المنظمات المعرفية هي المنظمات الماهرة في إيجاد المعرفة واكتسابها ونشرها ونقلها والاحتفاظ بها وإعادة توجيه سلوكاتها بناء على المعرفة الجديدة التي اكتسبتها، وهي التي تسعى إلى تطوير المهارات المعززة لفهم إدارتها، وتحقيق التوافق الجماعي والرؤية المشتركة للعاملين وتحقيق التغيير والتكيف اللازمين للاندماج في بيئة عمل المنظمة، والانطلاق نحو التميّز والإبداع، وتلبية حاجات وطموحات أفرادها وزيادة معارفهم لتحقيق الأهداف بأقصى درجات الكفاءة والفاعلية.

4.3. التفرقة بين مصطلح المنظمات المعرفية والمصطلحات المشابهة

سنحاول فيما يلي تعريف كل من المنظمة والمنظمة المتعلمة ومنظمات المعرفة والمنظمات الذكية.

1.4.3 المنظمات المتعلمة: عرف Peter Senge: "المنظمة المتعلمة هي التي يعمل فيها الجميع بشكل مستقل ومتعاون على تطوير قدراتهم باستمرار من أجل تحقيق النتائج التي يرغبونها، وهي التي تسعى إلى تطوير أنماط جديدة للتفكير، وتضع لها مجموعة من الأهداف والطموحات الجماعية، وحيث يتعلم أفرادها باستمرار كيف يتعلمون بشكل جماعي (Senge, 1990, p. 8)".

ويعبر المنظور المعرفي للمنظمة المتعلمة عن قدرتها في امتلاك المهارة في إنشاء واكتساب ونقل المعرفة التي أصبحت الآن أحد الأدوار الحيوية للمدير، والمنظمة المتعلمة هي التي تقوم ببناء أنظمة لها القدرة والقابلية للحصول على المعرفة ضمن خطة طويلة الأجل، تمكنها من إجراء عمليات تغيير مستمرة. (هاني، 2007، صفحة 4)

وبالتالي يمكن القول أن المنظمة المتعلمة والمنظمة المعتمدة على المعرفة، ما هما إلا وجهان لعملة واحدة هي نشر واستثمار وتخزين المعارف بمختلف أنواعها ومحاولة الاحتفاظ بالمعرفة لاستخدامها في جميع مجالات المنظمة، أي أن هناك تداخل عميق بين المنظمة المتعلمة ومنظمة المعرفة، فكل منظمة معرفية أو تقوم على معرفة لا بد أن تكون منظمة تعلم من أجل بلوغ أهدافها وتحسين أدائها والعكس صحيح.

2.4.3. المنظمات الذكية: إن المنظمات الذكية هي المنظمات التي تهتم باستثمار العقول الموجودة لديها، وتكنولوجيا المعلومات المتوفرة لها، من خلال نظام قيمي راق يعتمد الشفافية والإفصاح المعلوماتي، وينبذ الهياكل الهرمية والمراكز الوظيفية كمبادئ أساسية له، وبذلك فإن كل ما يوجد في المنظمات الذكية هو تحديد المسؤوليات والمهام، وتنوع خبرات وتعدد مهارات الشخص الواحد ومكاتب بسيطة خالية من الزخرفة والتعقيدات وقد عبرت شركة Skandia عن المنظمة الذكية بصيغة معادلة على النحو الآتي: (العنزي و صالح، 2009، الصفحات 172-173)

المنظمة الذكية = رأس المال المعرفي + تكنولوجيا المعلومات + القيم

أي أن بناء المنظمات الذكية يستلزم بالدرجة الأساس توافر العقول المتميزة بذكائها وقدراتها على استثمار باقي الموارد، وتسخيرها لصالح توسيع مساحة التميز لمنظمتهم، لأن تلك العقول لها قابلية التكيف مع الظروف المتغيرة، وهذا هو رأس المال المعرفي.

5.3. خصائص المنظمات المعرفية:

حسب Marquardt فإن المنظمة التي تضم وتدمج عناصر المنظمة المعرفية سيكون لديها قدرات أو خصائص هائلة وهناك العديد من الخصائص الأساسية التي تميز المنظمات المتعلمة عن غيرها من المنظمات التقليدية، وهي: (Marquardt, 2002, p. 32)

- توفر فرص مستمرة للتعلم.
- استخدام التعلم للوصول إلى تحقيق الأهداف.
- ربط الأداء الفردي بالأداء التنظيمي.
- تشجيع جميع العاملين على المشاركة في اتخاذ القرار.
- الوعي المستمر للتفاعل مع البيئة.
- استخدام التفكير النظامي في التعامل مع المواقف وحل المشكلات واتخاذ القرارات.
- تطوير واستحداث عمليات وإجراءات خدمات جديدة بشكل سريع.
- نقل المعرفة بين أجزاء المنظمة وبينها وبين غيرها من المنظمات بسرعة وسهولة.
- استثمار مواردها البشرية في جميع المستويات الإدارية بأقصى طاقة ممكنة.
- استقطاب أفضل الطاقات البشرية المؤهلة.
- إثارة عمليات التحسين وتحفيزها في جميع جوانب المنظمة.

6.3. مبررات التحول من منظمات تقليدية إلى منظمات معرفية

إن التقدم التقني والانفجار المعرفي والثورة المعلوماتية أصبحا محركاً أساسياً لدفع المنظمات في جميع أنحاء العالم إلى التحول إلى منظمة معرفية.

ويشير Marquardt في كتابه بناء المنظمة المتعلمة إلى وجود العديد من المبررات المؤدية إلى تبني مفهوم المنظمة المعرفية وتطبيقها، وأن المنظمات المعاصرة تحتاج لأن تمتلك معرفة ومرونة وقدرة أكبر على التعلم لكي تتصدى بشكل أفضل لمتغيرات البيئة وطموحات العملاء، ومن بين هذه العوامل ما يلي: (Marquardt, 2002, pp. 3-18)

- العولمة Globalization: تحقق العولمة نجاحا في الاقتصاد تبرزه الإحصائيات التي تشير إلى أن (100 ألف) شركة أمريكية ارتبطت في مضاربات في أرجاء العالم، وأن كثيرا من الشركات العالمية تصنع وتبيع بشكل أساسي خارج بلدها الأصلي وأن أسواق المال مفتوحة 24 يوما حول العالم، وأن الاستثمار الأجنبي في أمريكا بلغ (3 تريليون دولار) وأتاح فرص عمل لأكثر من (11 مليون) أمريكي عام 1997.
- التقنية Technology: تشكل التقنية جزءا رئيسيا في كل المنتجات وفي جميع الأنظمة الصناعية المتطورة، وفي شبكة المعلومات العنكبوتية التي تفتح آفاقا في التطور والتي يتم من خلالها كثيرا من الصفقات التجارية.
- التحول الجوهري في أساليب العمل Radical transformation of the Work World: تغيرت أساليب العمل تغيرا جوهريا، فلم يعد الموظفون يشغلون المكاتب، وإنما يعملون في الوقت نفسه دون أن يتقابلوا، وانتقلت المنظمات من إدارة الجودة في الثمانينات إلى إعادة هندسة العمليات الإدارية في التسعينيات إلى التحول الجوهري في أساليب العمل عند دخول القرن الحادي والعشرون، أي أن المنظمات تحركت من التركيز على تقليل العيوب وتحديث وتطوير عمليات العمل إلى ابتكار أنماط جديدة تمكنها من إدارة التغيير المستمر.
- المعرفة Knowledge: يعتمد التقدم التقني والعولمة والاقتصاد على المعرفة، فثروة الأمم تعتمد على توليد المعرفة وتعميقها وتحديثها، والاقتصاد العالمي يتجه إلى التقنية الحيوية والمنتجات البيئية والخدمات السياحية والمالية والترفيهية ونظم المعلومات وبرامج الكمبيوتر وخدماته، لذا أصبحت المعلومات أهم مصادر الثروة، وصارت المعرفة أكثر أهمية للمنظمات من أي أصل آخر من أصولها، وأضحى العنصر البشري المصدر الرئيس لقوة المنظمة.
- تنوع وتنقل مكان العمل Workplace Diversity and Mobility: القوى العاملة في العالم أصبحت أكثر تنوعا وتنقلا من أي وقت مضى، والشركات تصل بشكل متزايد عبر الحدود لتجد المهارات التي تحتاجها، هذه التحركات والتنقلات للعاملين تقاد بزيادة الفجوة بين الطلب والعرض على العمل في العالم، فأصحاب المهارات العالية يتحولون للعمل في البلدان الصناعية، هذا المزيج من القوى العاملة والتنقلات الهائلة تجبر المنظمات على تطوير قدراتها للعمل مع زيادة أعداد الناس من ثقافات، عادات، قيم، اعتقادات وممارسات مختلفة.
- التصاعد السريع للتغيير والفضوى Rapidly Escalating Change and Chaos: المنظمات أدركت أنها لا تستطيع التنبؤ بأي شيء على وجه اليقين، هذه الفضوى هي جزء لا يتجزأ من الواقع، إنها تدفعنا لتغيير طريقة تفكيرنا، وطريقة حل مشاكلنا، وطريقة تعاملنا مع النظام مقابل التغيير، والحكم الذاتي مقابل التحكم، والهيكلة مقابل المرونة، والتخطيط مقابل التدفق.

4. عناصر الذكاء الاقتصادي المساهمة في بناء المنظمات المعرفية

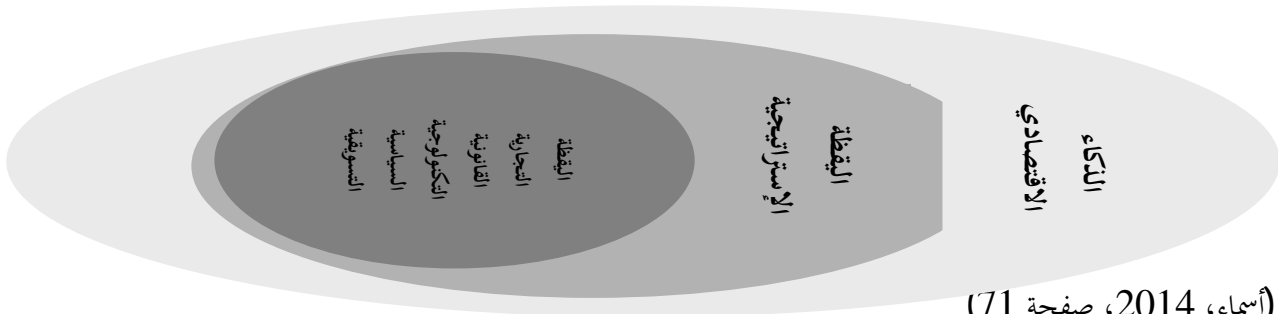
في الإدارة الاستراتيجية نجد أن الأدبيات المتعلقة بالذكاء الاقتصادي ما هي إلا امتداد لأعمال الباحثين السابقين حول scanning environnement المسح البيئي، حيث أن العناصر الأساسية للذكاء الاقتصادي التي تحتاجها منظمات المعرفة تختلف من اقتصاد إلى آخر ومن منظمة إلى أخرى لكن يمكن حصرها في النقاط التالية:

1.4 اليقظة الاستراتيجية: جاءت اليقظة تارة إعلامية، وتارة أخرى استعلامية فكانت أقرب ما يكون للذكاء الاقتصادي، وعليه فقد عرف G.Verna اليقظة الاستراتيجية على أنها: "ملاحظة وتحليل المحيط العلمي، التقني، التكنولوجي والاقتصادي للمؤسسة من أجل تحديد المخاطر واستغلال الفرص من أجل التطور"، (أسماء، 2014، صفحة 66) 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 إلى 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 *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*

la veille 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، (أحمد، تشوار، ورحماني، صفحة 449) والشكل الموالي يوضح العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي.

الشكل 04: العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي

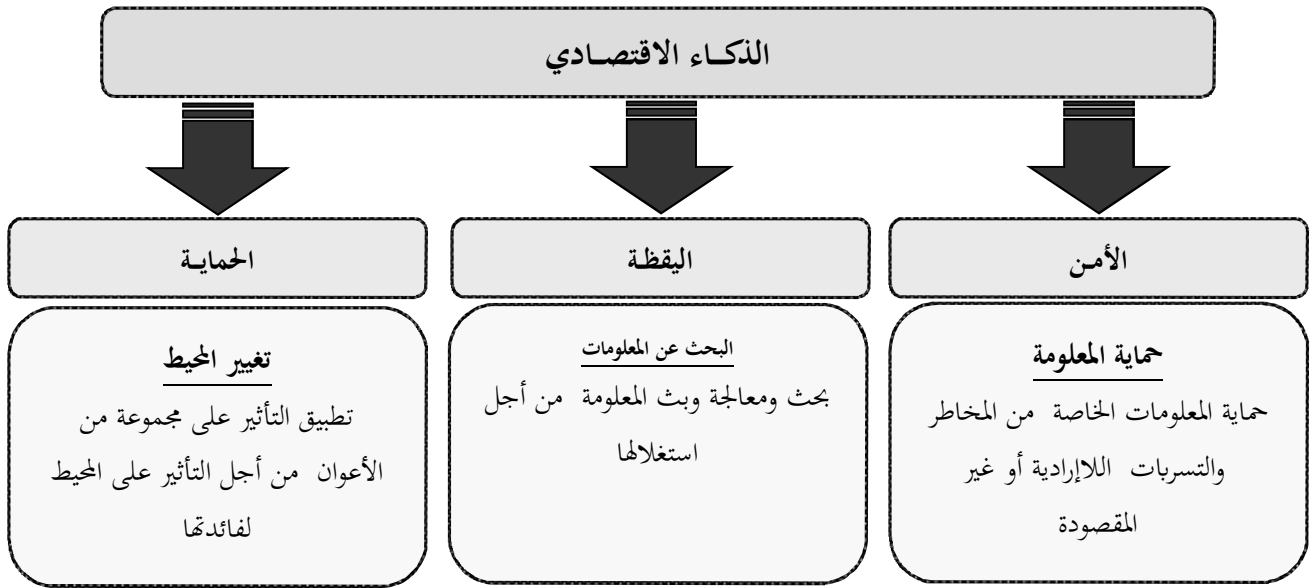


المصدر: (أسماء، 2014، صفحة 71)

2.4. 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 JUILLET ALAIN المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا سنة 2005 الذي عرفه على أنه: "يشتمل على السيطرة وحماية المعلومة الاستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الاقتصادي الأمان الاقتصادي أمن المؤسسات تعزيز سياسة التأثير"، (Peguiron, 2006, p. 37) حيث أن المعلومة والمعرفة تشكّل بالأساس رأس المال 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 الاستراتيجية، وعليه فإن الذكاء الاقتصادي هو العملية التي تقوم على نوعية الأفراد وتنفيذ الإجراءات وتقنيات الحماية، 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 بتأثيره، 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 تتركز على استخراج الشبكات (أحمد، تشوار، ورحماني، الصفحات 449-450).

والشكل الموالي يوضح أن الحماية (الأمن) والتأثير من عناصر الذكاء الاقتصادي إضافة إلى الأمن والتأثير وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل 05: عناصر الذكاء الاقتصادي



Source (Kamel & hammad, 2010).

وفيما يلي شرح لكل عنصر من عناصر الذكاء الاقتصادي: (أسماء، 2014، صفحة 72)

- اليقظة: هي نظام معلومات منفتح على الخارج.
- الأمن: هو مجموعة الوسائل التي تضمن حماية الإرث المعلوماتي للمؤسسة ونشاطاتها.
- التأثير: هو استعمال المعلومة بصفة تسمح للمؤسسة بالتغيير نحو محيطها من أجل أن تكون أكثر قدرة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية أو من أجل إيقاف التهديدات التي يمكن أن تواجهها.

3.4 إدارة المعرفة: جاءت العديد من التعاريف التي تؤكد على هذا العنصر وهو ما برز من خلال تعريف Zamel: حيث عرف إدارة المعرفة على أنها: "العمليات التي تساعد المنظمات على توليد المعرفة واختيارها، وتنظيمها، واستخدامها، ونشرها، وأخيرا تحويل المعلومات الهامة والخبرات التي تمتلكها المنظمة والتي تعتبر ضرورية للأنشطة الإدارية المختلفة كاتخاذ القرارات، وحل المشكلات، والتعلم، والتخطيط الاستراتيجي". (حجازي، 2005، صفحة 24)

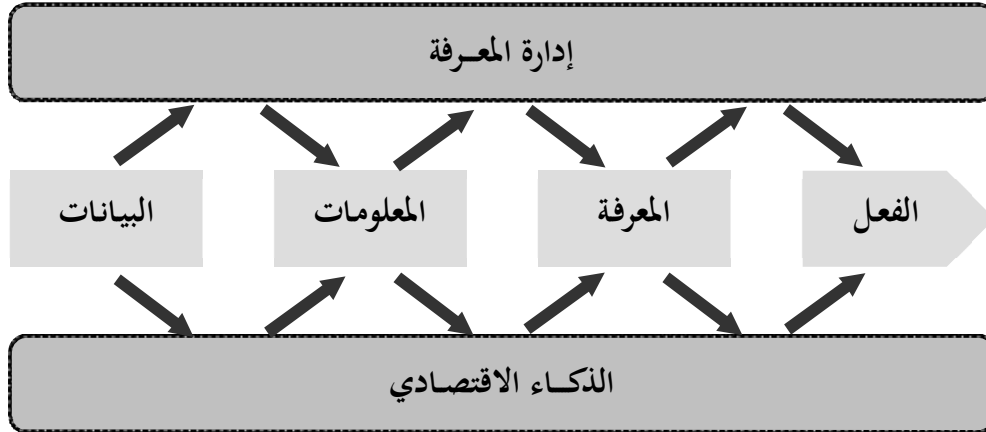
كما عرف David Skyrme إدارة المعرفة على أنها: "الإدارة النظامية والواضحة للمعرفة والعمليات المرتبطة بها والخاصة باستحداثها وجمعها وتنظيمها ونشرها واستخدامها واستغلالها، وهي تتطلب تحويل المعرفة الشخصية إلى معرفة تعاونية يمكن تقاسمها بشكل جلي من خلال المنظمة". (البيلاوي و سلامة، 2007، صفحة 84)

إن إدارة المعرفة تهتم بتوفير المعلومات وإتاحتها لجميع العاملين في المنظمة، والمستفيدين من خارجها حيث يتركز 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. (Prax, 2007, pp. 22-26)

وعليه فإن الذكاء الاقتصادي وإدارة المعرفة لهما نفس العمليات التي تقوم على تحويل المعلومات إلى 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 أن 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.

الشكل 06: العلاقة بين إدارة المعرفة والذكاء الاقتصادي



Source : (Blonde, e Edouard , & el Marouki, p. 161)

ونجد 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 وخرن 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 التنظيمي. (أحمد، تشوار، و رحامي ، صفحة 451) خاتمة: في الختام ما يمكن قوله هو أنه مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة الانترنت لم يعد التحدي يتمثل في توفير المعلومة وإنما في سرعة الوصول إليها وكيفية هيكله هذه المعلومات وتحليلها وإثرائها بحيث تساعد في معرفة الفرص والتهديدات وكيفية حل المشاكل والوقاية منها وتطوير أساليب العمل في وقت وجيز بحيث تساعد على اتخاذ القرارات الصائبة في الوقت وبالشكل المناسبين وبالتالي بناء منظمات مبنية على المعرفة، وذلك من خلال تبني نظام الذكاء الاقتصادي الذي برز دوره في دعم منظمات المعرفة من خلال المنظور المعرفي للذكاء.

النتائج: توصلت الدراسة إلى عدة نتائج نوضحها في الآتي:

- الذكاء الاقتصادي نظام يشمل مجموعة من التطبيقات والتكنولوجيات التي من شأنها جمع المعلومات وتحليلها ونشرها لاتخاذ القرارات الصائبة في ظروف مضطربة ويجعلها قادرة على الهجوم والدفاع في نفس الوقت.
- إن الذكاء الاقتصادي ضروري للمؤسسات مهما كان حجمها من خلال التأثير على مؤشرات القدرة التنافسية والتي تتمثل في الربحية، الحصة السوقية، الإنتاجية والتكاليف.
- إن نجاح منظمات الأعمال اليوم يتوقف على مدى قدرتها على التكيف مع متغيرات بيئتها ولا يتأتى لها ذلك إلا من خلال التحكم في آليات الذكاء الاقتصادي.
- يلعب الذكاء الاقتصادي دورا حيويا في نشاطات منظمات الأعمال المعرفية لقدرته على التعامل مع المعلومات وتحليلها وتحويلها إلى معارف مما يمكن متخذي القرار من انتقاء أفضل المعلومات، التي تساهم في مواجهة تحديات وتقلبات المحيط الذي تعيش فيه المنظمة.
- إن العناصر الأساسية للذكاء الاقتصادي الواجب توفرها في المنظمات المعرفية تتمثل في اليقظة الاستراتيجية والحماية والتأثير وإدارة المعرفة.
- إن مساهمة الذكاء الاقتصادي يساهم بشكل كبير في رفع كفاءة منظمات الأعمال المعرفية، وعلى هذا الأساس نجد اهتمام مدراء المنظمات العالمية بهذا الأسلوب الإداري الحديث.

التوصيات: على ضوء النتائج التي أسفرت عليها الدراسة يمكن استخلاص مجموعة من التوصيات والتي من شأنها الإسهام في بناء منظمات مبنية على المعرفة باستخدام استراتيجية الذكاء الاقتصادي.

- على منظمات الأعمال الجزائرية بشكل خاص والمنظمات بشكل عام زيادة الاهتمام بتطبيقات الذكاء الاقتصادي في المنظمات بهدف رصد المعلومات والتقليل من حالات عدم التأكد.
- على منظمات الأعمال فرض ثقافة الذكاء الاقتصادي والاهتمام بالموارد البشري (لأنه العنصر الأساسي في خلق المعرفة والاستفادة منها)، وذلك من خلال تدريبه وتكوينه في هذا المجال عن طريق المشاركة في الندوات واللقاءات العامة والخاصة.
- تنمية الوعي لدى المدراء والموظفين بالمؤسسات بضرورة تطبيق الذكاء الاقتصادي من أجل مواكبة تغيرات البيئة الخارجية.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

• المؤلفات:

دكتوراه في علوم التسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

المقالات:

13. أحمد، بوريش، خير الدين، تشوار، يوسف، رحامي، (جوان 2018)، مساهمة الذكاء الإقتصادي في تحسين تسيير خدمات منظمات المعرفة: دراسة حالة - مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية تلمسان -، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، المركز الجامعي بميلة، الجزائر، العدد (06).
14. البارودي، شيرين بدري، (2014)، أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق متطلبات تنمية المشاريع الصغيرة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، جامعة بغداد، العراق، العدد (39).
15. بحوصي، مجدوب، عريس، عمار، (جوان 2017)، إستراتيجية الذكاء الاقتصادي لاستدامة المقاولاتية مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، المركز الجامعي بميلة، الجزائر، المجلد (01)، العدد (01).
16. بني هاني، جهاد صياح، (ديسمبر 2007)، أساسيات بناء المنظمة المتعلمة في الشركة الصناعية الأردنية: دراسة ميدانية على شركات صناعة البرمجيات في الأردن، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، المجلد (03)، العدد (04).
17. الجوهر، كريمة علي، مطر، خديجة جمعة، (2016)، دور نظم المعلومات الحاسوبية في تعزيز الذكاء الاقتصادي، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق، المجلد (39)، العدد (107).
18. قاشي، خالد، دية، رافع، (جوان 2015)، الذكاء الاقتصادي آلية لدعم إدارة العلاقة مع الزبون في منظمات الأعمال الحديثة، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، جامعة شلف، الجزائر، المجلد (01)، العدد (01).

المدخلات:

19. بوخمخم، عبد الفتاح، نُجْد، صالح، (23-26 أبريل 2013)، الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، عمان - الأردن.
20. الأحمد، عدنان سليمان، (26-28 أبريل 2004)، رؤيا إستراتيجية لمنظمات المعرفة الجامعة نموذجاً، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع حول إدارة المعرفة في العالم العربي، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن.

1. البيلاوي، حسن، سلامة، حسين، (2007)، إدارة المعرفة في التعليم، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، دار الوفاء للنشر والتوزيع.
2. حجازي، هيثم علي، (2005)، إدارة المعرفة: مدخل نظري، عمان، الأردن، الدار الأهلية للنشر والتوزيع.
3. حمود، خضر كاظم، (2010)، منظمة المعرفة، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع.
4. العلي، عبد الستار، إبراهيم، قنديلجي، غسان، العمري، (2012)، المدخل إلى إدارة المعرفة، عمان، الأردن، الطبعة الثالثة، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
5. عليان، رجي مصطفى، (2012)، إدارة المعرفة، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع.
6. العنزي، سعد علي، صالح، أحمد علي، (2009)، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، عمان، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
7. نُجْد، أشرف عبد الرحمان، (2005)، دور إدارة الموارد البشرية في منظمات الأعمال في ظل اقتصاد المعرفة، مصر، جامعة القاهرة، منشورات كلية التجارة .
8. نُجْد، الحسن إحسان، (1981)، التصنيع وتغيير المجتمع، بيروت، لبنان، دار الطباعة للطباعة والنشر.
9. مساعدا، ماجد عبد المهدي، (2013)، إدارة المنظمات: منظور كلي، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
10. همشري، عمر أحمد، (2013)، إدارة المعرفة: الطريق إلى التميز والريادة، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع.

الأطروحات:

11. أسماء، فيلال، (2014)، الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع و المجهودات: دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية " SNVI " روية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص الإدارة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر.
12. حسين، نوي طه، (2011)، التطور التكنولوجي ودوره في تفعيل إدارة المعرفة بمنظمة الأعمال: حالة المديرية العامة لمؤسسة اتصالات الجزائر، أطروحة

21. CATINAT M, (2001), la politique communautaire de la stimulation de la société de l'information, in l'économie de l'information, sous la direction de pascal petit, la découverte, paris, 1998.
22. Daft- L. Richard, Organization Theory and Design-South- Western- Collage Pub. Cincimanti- Ohio. U. S. A.
23. Frédérique PEGUIRON, (2006), 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.
24. Jean-Yves Prax, Le Manuel Du Knowledge Management, 2 ème édition, DUNOD, paris, 2007..
25. Madinier Hélène, (2007), «Quelle veille stratégique pour les PME de Suisse romande? » Documentaliste-Sciences de l'Information, Vol(44), N(04).
26. Marquardt, M, (2002), Building the learning organization,,: Mastering the five elements for corporate learning, INC. Palo Alton, second Edition, USA : Davies-Black Inc.
27. MIDEF, Guide pratique intelligence économique et PME, 2005.
28. Peter. Senge, (1994), The Fifth Discipline: The Art And Practice Of The Learning Organization, Currency Doubleday, New York.
29. Sophie Lariivet, Francois Brouard,(4-5 octobre 2007), stratégies des pme et pratiques d'intelligence économique et de veille stratégique, Communication , 5°eme congres international de l'académie de l'entrepreneuriat 2007,sherbrooke.
- Wiig Karl M, (1993), Knowledge Management Foundations: Thinking about Thinking/How People and Organizations Create, Represent and Use Knowledge, U.S.A, Schema Press