

الاستعلام الاقتصادي كآلية داعمة لاتخاذ القرارات بالمؤسسة

أ.مصطفى بوروي

أ.إسحاق زكريا حاجي

جامعة الجزائر 3

ملخص :

أدت الرهانات الاقتصادية الحاصلة في جميع المجالات من انفتاح اقتصادي، عولمة، منافسة حادة في السوق وحرب معلوماتية، إلى حتمية الانتقال من المفهوم الصناعي الضيق إلى المفهوم المعلوماتي الشامل، هذا ما جعل من المعلومة موردا هاما ؛ ومع تزايد وتنوع مصادر المعلومات وضرورة الحصول على المعلومة الإستراتيجية في الوقت المناسب أصبح الاستعلام الاقتصادي ضرورة ملحة وحتمية لا بد منها يمكن المؤسسة من محاكاة البيئة الخارجية واستباق مؤشراتهما والتأقلم مع متغيراتها من أجل المساعدة على اتخاذ القرارات وترشيدها ولضمان استمرار نشاط المؤسسة وبقائها في السوق وتحسين قدراتها التنافسية .

من خلال هذه الدراسة نعمل على شرح كيفية مساهمة الاستعلام الاقتصادي في اتخاذ القرارات بالمؤسسة، وكيف يدعم ويساعد متخذي القرار على ذلك .

الكلمات الدالة : معلومة ، نظام المعلومات ، اليقظة الإستراتيجية ، الاستعلام الاقتصادي ، اتخاذ القرار .

Abstract :

With the greater competitiveness of markets, their globalization, the informative explosion, in short, with all these factors which indicate the passage of an industrial society to an informative society, the information became a resource. To obtain in time the strategic information necessary for the survival of the company in a context of increase and internationalization of information sources makes essential the strategic foresight, business intelligence has become an urgent necessity and inevitability by which the company puts itself in the anticipatory listening of its environment with the aim of consolidating the process of internal decision.

Through this study , We try to explain how business intelligence contributes to the decision-making process, and how to help decision-makers on this .

Keywords: information, information system, competitive intelligence, business intelligence, decision-making.

مقدمة :

يواجه الباحثون عن المعلومات وبالأخص متخذو القرار بيئة تتسم بالتعقيد والديناميكية في ظل العولمة وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، ما يجبرهم على اتخاذ القرارات بسرعة وبطريقة مبتكرة . هذا، وإمكانية الوصول إلى المعلومات في أي وقت وبأي شكل من الأشكال أصبح من الرهانات الكبيرة للمؤسسة لتلبية متطلبات السوق . من هذا المنطلق ، الاستباق ومراقبة البيئة من طرف متخذ القرار أصبح ضرورة حتمية .

وفي الواقع ، تُوفّر المعلومات عن بيئة المؤسسة سواء كانت داخلية أم خارجية يعتبر حاجة كبيرة ؛ وتزداد أهمية هذه الحاجة في سياق القرارات الإستراتيجية التي تربط المؤسسة ببيئتها ، لذلك من الضروري تزويد المؤسسة بنظام الاستعلام الاقتصادي الذي يسمح بتغذية هذا النوع من القرارات .

ولا يختلف اثنان على أهمية الاستعلام الاقتصادي بالنسبة لعملية اتخاذ القرار ، فالاستعلام الاقتصادي في إطار التوجه الإستراتيجي يجب أن يعتبر كسياسة داخلية بالمؤسسة يرتبط أساسا مع إستراتيجية المؤسسة ، لهذا فالاستعلام الاقتصادي أحد مكونات

الاستعلام الاقتصادي كألية داعمة لاتخاذ القرارات بالمؤسسة

إستراتيجية إدارة المعرفة يساهم في اتخاذ القرارات ويعمل على حل المشاكل التي تعترض المؤسسة ما يجعله سيرورة متكاملة وسياسة لازمة لتحقيق الأهداف المسطرة .

ومن أبرز التأثيرات التي أحدثتها التطورات التكنولوجية مساهمتها في تشكيل الاستعلام الاقتصادي الذي أصبح ضرورة حتمية للمؤسسة يسمح بإتاحة معلومات مستهدفة وذات صلة بمتطلبات متخذ القرار من أجل دعم وبناء أساليب متطورة لاتخاذ قرارات أكثر رشدا .

مشكلة البحث : مما سبق ؛ جاء هذا البحث ليسلط الضوء على الاستعلام الاقتصادي ومساهمته في اتخاذ القرارات بالمؤسسة، كذلك كيفية تدعيمه لمتخذي القرار للحصول على المعلومات اللازمة لتحقيق الأهداف . وذلك من خلال الإجابة عن السؤال التالي :

"ما هو دور الاستعلام الاقتصادي في عملية صناعة القرارات واتخاذها بالمؤسسة ؟ وما هي مختلف السيرورات التي تدخل في إطار تدعيم الاستعلام الاقتصادي لمتخذي القرار ؟"

سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية الإجابة على هذا التساؤل عن طريق معالجة العناصر التالية :

1- مفاهيم أساسية في الاستعلام الاقتصادي ؛

2- المعلومات واتخاذ القرار في إطار الاستعلام الاقتصادي ؛

3- العلاقة "يقظ - متخذ القرار" ؛

4- الاستعلام الاقتصادي واتخاذ القرار .

1- مفاهيم أساسية في الاستعلام الاقتصادي :

" يتمثل الاستعلام الاقتصادي في التمكن من المعلومة الإستراتيجية وحماتها لكل الأعوان الاقتصاديين " .

وذلك لتحقيق ثلاث غايات¹ :

✓ تحسين القدرة التنافسية ؛

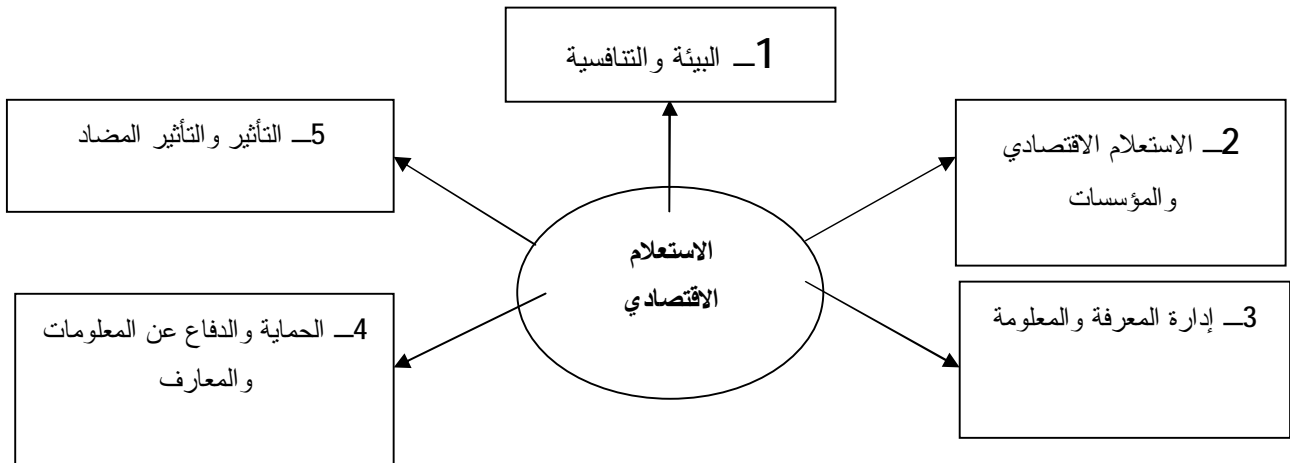
✓ حماية الاقتصاد والمؤسسات ؛

✓ تقوية وتعزيز نفوذ وتأثير المؤسسة .

1-1 مكونات الاستعلام الاقتصادي :

يرى François Jakobiak أن الاستعلام الاقتصادي يشمل خمسة أقطاب موضحة في الشكل التالي :

الشكل 1 : مكونات الاستعلام الاقتصادي



المصدر : françois Jakobiak, l'intelligence économique : techniques et outils ,éditions d'organisation, paris, 2009, p7 .

الاستعلام الاقتصادي كآلية داعمة لاتخاذ القرارات بالمؤسسة

- القطب الأول : البيئة والتنافسية .

الاستعلام الاقتصادي جواب ثقافي وتنظيمي لإشكاليات العولمة ومجتمع المعلومات ، لذا من الضروري فهم هذه الأساسيات ، فالفرص والتهديدات التي تواجه المؤسسات والتحول الحاصلة في بيئتها الخارجية ، وكذلك التعايش مع القضايا والمشاكل السابقة والقديمة (إستراتيجيات الضغط ، مؤسسات تقليدية ، تأثير الثقافات الوطنية على حوكمة المؤسسة ، الثقافة المضادة ، ...) ، يجعل الاستعلام الاقتصادي يأخذ بعين الاعتبار تأثير العولمة والثورة المعلوماتية على مستوى الدولة والمؤسسات .

- القطب الثاني : الاستعلام الاقتصادي والمؤسسات .

لا تزال المؤسسات تعاني من صعوبات لتبني مفهوم وممارسات الاستعلام الاقتصادي ، حيث يتطلب عليها تطوير تنظيمها على ثقافة المعلومة من جهة ، واعتبار الاستعلام الاقتصادي كعامل نجاح لمشاريع المؤسسة من جهة أخرى . من المهم أيضا أن يدرك الأعوان الاقتصاديون الأهمية الحيوية للاستعلام الاقتصادي ، هذه الأهمية التي تشمل المجمعات الكبرى وليس فقط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

- القطب الثالث : إدارة المعرفة والمعلومة .

وتشمل سيرورة اليقظة الإستراتيجية أو بمعنى آخر جمع ، استغلال ونشر المعلومة ، رسمية أو غير رسمية ، هذه العمليات هي في مضمون جهاز الاستعلام الاقتصادي ، تساهم في إنتاج المعارف التشغيلية والمعلومات السياقية اللازمة لعملية اتخاذ القرار والقيادة الإستراتيجية للمؤسسة ، فالاستعلام الاقتصادي يعمل على معرفة وفهم المنهجية والعمليات والأدوات اللازمة ، وجعلها في متناول متخذي القرار ، والذي يؤدي بهذا الأخير إلى جعله مسير للمعلومة بما يحقق أهداف المؤسسة .

- القطب الرابع : الحماية والدفاع عن المعلومة والمعرفة .

يعمل الاستعلام الاقتصادي على تحديد العناصر اللازمة للحماية من الاعتداءات الداخلية والخارجية التي تهدد كيان المؤسسة ، ويعمل على توضيح الظروف الطارئة التي قد تدار بشكل سيئ والتي قد تؤدي إلى خسائر كبيرة للمؤسسة في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفي ظل وجود حرب معلوماتية بسبب التنافسية الكبيرة بين المؤسسات . فقدرت المؤسسة على اتخاذ أقصى إجراءات أمن المعلومات التي تضمن حماية نظام معلوماتها وحماية كل أنشطتها أصبح ضرورة حتمية .

- القطب الخامس : التأثير والتأثير المضاد .

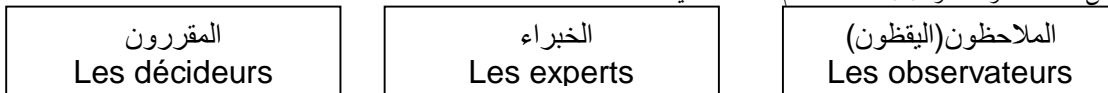
من مكونات الاستعلام الاقتصادي معرفة إدارة المناورات وذلك للتأثير بشكل منقطع أو دائم على الصورة الحالية أو المستقبلية ، هذه الإستراتيجية أصبحت ضرورية بالنسبة للمؤسسات التي أصبحت عرضة للهجمات المعلوماتية من قبل المنافسين، الدولة أو حتى الجهات الفاعلة في محيط المؤسسة وذلك لزراعة استقرارها ؛ لهذا أصبح لزاما على المؤسسة تطوير إمكانياتها لمواجهة القوى الضاغطة ، بل تطوير جهاز الضغط والتأثير الخاص بها .

القطبين الرابع والخامس يستلزمان أن يكون للمؤسسة سياسة هجومية ، وكذلك سياسة دفاعية للمعلومة ، لهذا وجب استعمال التأثير المضاد لمقاومة فعالة لحرب المعلومات .

1-2 أعوان الاستعلام الاقتصادي :

حسب François Jakobiak فإنه مهما كان حجم المؤسسة نجد أعوان الاستعلام الاقتصادي الداعمين لعملية اتخاذ القرار والذين يتمثلون في الملاحظون ، الخبراء والمقررون ، كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل 2: الأعوان الوظيفية للاستعلام الاقتصادي .

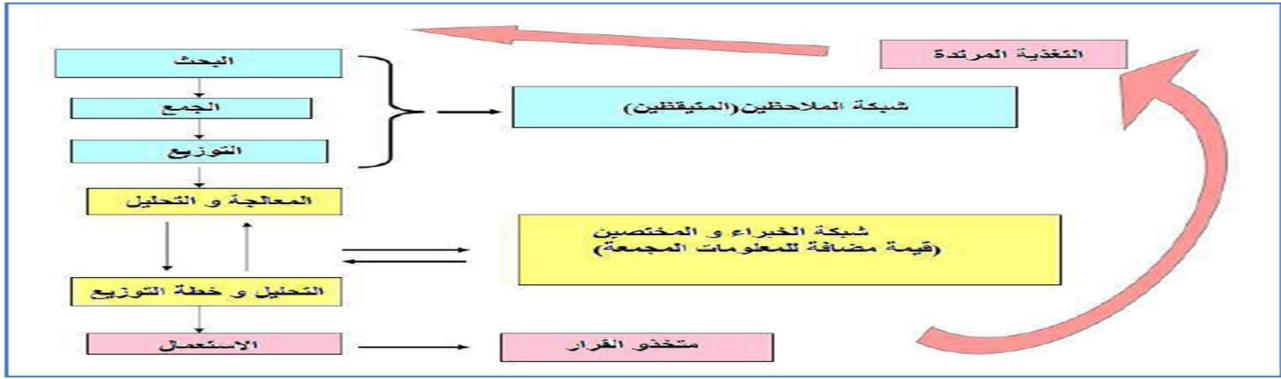


الاستعلام الاقتصادي كألية داعمة لاتخاذ القرارات بالمؤسسة

المصدر : François Jakobiak, l'intelligence économique : la comprendre l'implanter, l'utiliser, édition organisation, Paris, 2004,p88.

هؤلاء الأعوان يمثلون جهاز منظم ومتكامل ، من خلال جمع ، معالجة ، نشر واستغلال المعلومة ؛ بهدف الحصول على المعلومة الملائمة والتي تسمح باستغلال الفرص وتجنب التهديدات المنبثقة من البيئة الخارجية وهذا ما يساعد على اتخاذ قرارات أكثر رشدا . هذا ، وللحصول على معلومات ملائمة وفي أفضل الظروف ، من الضروري أن تكون أنشطة البحث والاستغلال والنشر داخل المؤسسة مرتبة في دورة مستمرة (دورة الاستعلام الاقتصادي) والتي تعتبر كدليل منهجي لكل خبراء المؤسسة لأن المراحل الأساسية لدورة الاستعلام الاقتصادي لا تتغير، بل قد يتغير التنفيذ من مؤسسة إلى أخرى . والشكل التالي يلخص دور الفاعلين في الاستعلام الاقتصادي في سيرورة الاستعلام .

الشكل 3: سيرورة الاستعلام الاقتصادي ودور الفاعلين فيها.



المصدر : صليحة كاريش ، اليقظة الإستراتيجية نظام للإندازار المبكر والذكاء الجماعي في المؤسسة ، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، جامعة الجزائر 3 ، 2011 ، ص 11 .

2- المعلومات واتخاذ القرار في إطار الاستعلام الاقتصادي :

تعد المعلومة المادة الأولية الإستراتيجية والتي يجب التحكم فيها من أجل استثمارها لخدمة عملية صنع القرار الإستراتيجي من قبل متخذ القرار ؛ وفي الواقع ، الصعوبة في اتخاذ القرار تكمن في قدرة صانع القرار على مواجهة الكم الهائل من المعلومات والتي تكون من مصادر مختلفة ، وصعوبة تسليط الضوء على أوجه الشبه ونقاط الاختلاف وكذلك التكامل والتقارب بين المعلومات .

1-2 احتياجات متخذ القرار للمعلومات :

لقيادة المؤسسة ، متخذي القرار بحاجة للمعلومات الملائمة والتي لها صلة مع احتياجات اتخاذ القرار ، هذه المعلومات التي تتنوع من حيث طبيعتها (مالية ، كمية ، نوعية ،...) ومن حيث المجالات والقطاعات (مجموع الأعمال الداخلية للمؤسسة ، الأسواق ، البيئة ،...) يجب أن تكون منظمة لتسهيل عملية اتخاذ القرار .

من خلال دراسة قام بها كل من Dervin (B) و Nilan (M)² أظهرت أن حاجة المعلومة لكل فرد يمكن تصنيفها في سبع فئات عامة للاستخدام :

- لفهم حالة معينة ؛ لفهم السياق (Contexte) ؛ لفهم ما العمل وكيف يكون ذلك؛الفهم الجيد للموضوع ؛ تأكيد معلومات أخرى ؛ استباق الأحداث ؛ للتحفيز أو للحفاظ على الالتزامات .

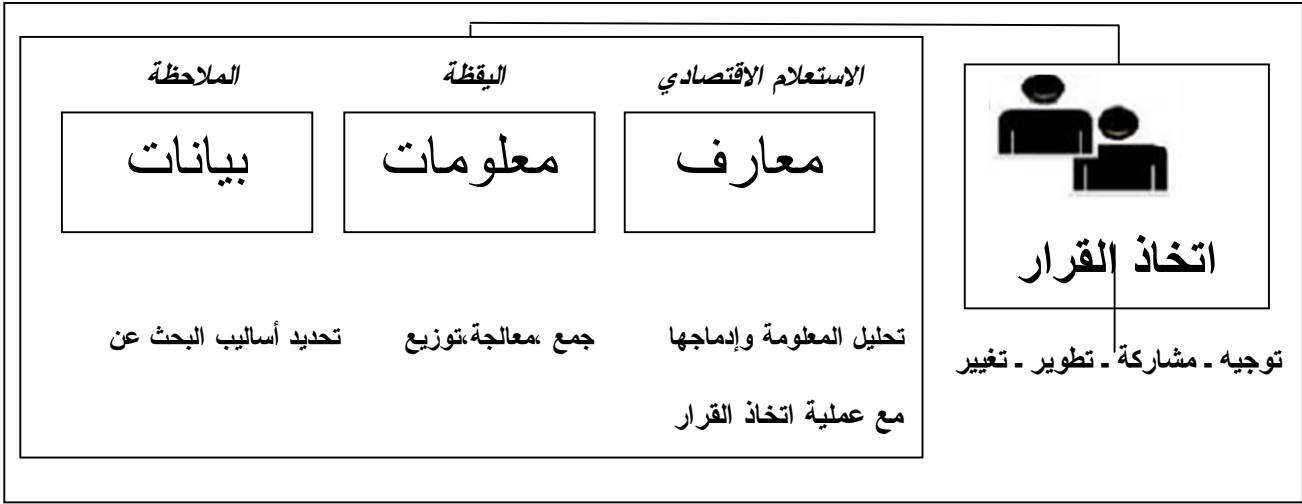
وحسب Bescos (P.L.) و Mendoza(C.)³ متخذي القرار بحاجة لثلاث فئات من المعلومات :

- ✓ المعلومات التشغيلية التي تعتبر أساسية للعمل اليومي بالمؤسسة ؛
- ✓ معلومات التأثير التي توجه سلوكيات الفاعلين من أجل التنسيق والتحفيز ؛
- ✓ المعلومات الاستباقية للقدرة على التنبؤ بالتغيرات الحاصلة ببيئة المؤسسة .

الاستعلام الاقتصادي كآلية داعمة لاتخاذ القرارات بالمؤسسة

هذا ، وتعتبر المعلومة الإستراتيجية إحدى مخرجات نظام الاستعلام الاقتصادي ، فهي مصدر للقرارات الإستراتيجية في المؤسسة ومورد مهم في تحقيق الميزة التنافسية إذا تم استغلالها بالشكل المطلوب من قبل متخذي القرار⁴ ، كما يعتبر الاستعلام الاقتصادي أحد المقومات الأساسية الداعمة لها داخل منظمات الأعمال المعاصرة من خلال البحث الدائم والمستمر عن كيفية استغلالها بطريقة مثلى تضمن الاستفادة منها وتوظيفها توظيفا يخدم في النهاية الأهداف المستقبلية لها من خلال ترشيد القرارات إلى أبعد حد ممكن . كما هو موضح في الشكل التالي :

الشكل 4 : الاستعلام الاقتصادي والمعلومة الإستراتيجية .



Jean-Louis MONINO, L'information au cœur de l'intelligence économique stratégique, Réseau de recherche sur l'innovation (RRI), Documents de travail, N°27, 2012, P.7.

من جهة أخرى ، أحد العوامل المساعدة في تحديد طبيعة الحاجة للمعلومات والتي تتعلق أساسا بأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، هذه الأدوات تستند في معظمها على استخدام شبكة الانترنت والتي تعتبر عامل أساسي لمرونة أعمال المؤسسات ؛ مثال على ذلك ، البحث عن المعلومات من خلال برمجية تخطيط موارد المؤسسة ERP⁵ واستخدام هذه المعلومات من خلال الشبكات الخاصة للمؤسسة سواء كانت داخلية أو خارجية (Intranet ou Extranet) أو غير ذلك كالرسائل الالكترونية الداخلية .

هذا ، ومن أجل الوصول إلى المعلومات اللازمة يجب الأخذ بعين الاعتبار العناصر التالية⁶ :

تصنيف المعلومة حسب درجة حساسيتها : تصنيف المعلومات التي سوف يتم بثها داخل المؤسسة ضروري إذ أنه :

✓ يسمح بتجنب بث المعلومة الحساسة التي يجب بثها بشروط ، أو تجنب توزيعها للخارج ما يمكن أن يؤدي إلى خسائر فادحة ؛

✓ يسمح بالتحديد الجيد والمسبق لسبل الوصول إلى المعلومات المستهدفة .

عموما تقسم حساسية المعلومات أو حسب إمكانية الوصول إليها إلى ثلاثة مستويات⁷ :

- المعلومة البيضاء : معلومات متوفرة للجميع التي يمكن الحصول عليها بسهولة عن طريق الوسائل .

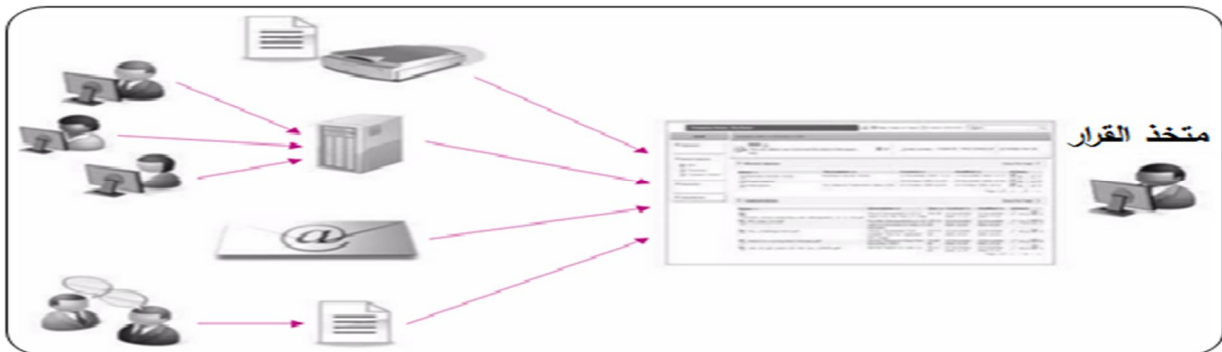
العادية و بصورة قانونية ومألوفة مثل بنوك المعطيات والمجلات والانترنت والصحف المتخصصة . - - المعلومة الرمادية : المعلومة التي يتم الحصول عليها بنوع من الصعوبة والتي يمكن الوصول إليها .

مثل التجمعات الخاصة بالمؤتمرات والمنتقيات والمحاضرات والمعارض ومن مخابر البحث. وتخضع

عموما إلى ترخيص من صاحبها.

الاستعلام الاقتصادي كأداة داعمة لاتخاذ القرارات بالمؤسسة

- المعلومة السوداء (المغلقة أو السرية): هي معلومة يصعب الحصول عليه لأنها محمية إما من مالكها. أو عن طريق القانون، وعادةً يتم الحصول عليها عن طريق التجسس أو القرصنة ويتم الحصول عليها من دون موافقة وقد تأتي من استعمال الأقمار الصناعية أو من أسرار سرقت من قبل أفراد. الوصول إلى هذه المعلومة محدود لأن صاحبها يمتلك حقوق خاصة (الحماية عن طريق حقوق التأليف أو الملكية الصناعية أو الحماية التعاقدية) واستعمال هذه المعلومات يكون محل متابعة قضائية والتي قد ينجر عنها عقوبات لأن نشرها محدود والوصول إليها أو استخدامها محمي بصفة صريحة .
- وقد اختلفت الأبحاث عن النسب المثوية التي يمكن أن تتوفر بها كل معلومة من المعلومات السالفة الذكر، ولكن أغلب الأبحاث تعتبر بأن المعلومة المفتوحة أو البيضاء متوفرة بنسبة 80 % أما المعلومة الرمادية موجودة بنسبة 10 % بينما المعلومات السرية أو السوداء تتوفر على نسبة 10 % .
- تحديد الأفراد الواجب وصولهم للمعلومة : من أجل السماح للمؤسسة من العمل بفعالية ، يجب تحديد الأشخاص الواجب وصولهم للمعلومة من أجل استغلالها ، لأن سوء الاستلام يمكن أن يضر بنشاط المؤسسة ، وبالتالي يجب :
- حماية المعلومات خاصة الحساسة منها ؛
 - تحديد المعلومات التي يمكن أن تضر بالمؤسسة بالإضافة إلى مخاطر تسرب المعلومات الحساسة ووضعها تحت تصرف أفراد محددين
 - تحديد أدوات بث المعلومات : إن بث المعلومة يحتاج إلى مجموعة أدوات من بينها :
 - الرسائل المعلوماتية الرسمية newsletter والجرائد الداخلية ؛
 - الاجتماعات ؛
 - الرسائل الإلكترونية الداخلية ؛
 - الإنترنت .
- بالإضافة إلى :⁸
- التسيير الإلكتروني للملفات⁹ GED : وهي أداة تسمح بالاستفادة من المعلومات الداخلية بالمؤسسة بالنظر إلى وفرة المعلومات والوثائق ، وتعتبر أداة حيوية لإدارة المعارف داخل المؤسسة .
 - الشبكات الاجتماعية للمؤسسة : من نتائج web 2.0 (وهو مجموعة من الأساسيات والتطبيقات المرتبطة مع بعضها البعض مكونة نظام من المواقع التي تبين البعض أو جميع هذه الأساسيات¹⁰)، وهذه الشبكات تسمح بإمكانية التعاون بين مستخدمي المؤسسة ونشر المعلومات الخاصة ، وتعتبر من الاتجاهات الحديثة لأدوات الاستعلام الاقتصادي .
- كل هذه الأدوات وأخرى تعمل على بث المعلومة لتخذي القرار للمساعدة على صنع القرار وهي تعتمد أساساً على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، والشكل التالي يوضح ذلك :
- الشكل 5 : بث المعلومات لتخذي القرار باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات .



المصدر : Christophe Deschamps et Nicolas Moinet , Op.cit,p120.

2-2 أهمية المعلومة بالنسبة لليقظ :

تعتبر المعلومة مورد إستراتيجي يجب على كل فرد في المؤسسة أن يعرف قيمة هذا المورد وذلك لاكتساب أو تطوير أو الحفاظ على المواقف الإيجابية التي تنجر عنها .¹¹

ويعتبر اليقظ " متخذ قرار معلوماتي " لأنه يخضع لنفس القيود والتأثيرات التي يتعرض لها متخذ القرار¹² ، يحاول التنبؤ بالمستقبل من خلال تتبع الإشارات الضعيفة ، رغم أنه ليس برجل القرار لكن أهميته تكمن في معرفته لأي المعلومات التي تلائم متخذ القرار لكن ، ما هي المعلومة الملائمة لممارسي وأعوان الاستعلام الاقتصادي (وخاصة اليقظون) ؟ .

حسب¹³ Emmanuel Pateyron المعلومة الملائمة تكون في حينها وتكون دقيقة ومعالجة ومستهدفة لخدمة الأهداف المحددة مسبقا ؛ ولضمان هذه المعلومة ، على اليقظ أن تكون له القدرة على التقييم ليس بالاستعانة بالمعارف المسبقة فقط ، لكن على حسب احتياجات متخذ القرار للمعلومة (لأنه المستهلك النهائي لنظام اليقظة) .

من هنا يمكن القول عن المعلومة أنها ملائمة للفاعلين في نظام الاستعلام الاقتصادي إذا كانت¹⁴ :

- قابلة للفعل actionable : وتعني أن المعلومات التي يحصل عليها متخذ القرار من منظومة الاستعلام الاقتصادي تساعده في عملية صنع القرار من خلال ما تضيفه عملية الاستعلام من قيمة للمعلومات المطلوبة والتي من شأنها أن تجعل صانع القرار قادرا على رؤية الخيارات ونتائجها بوضوح.

- ذات علاقة pertinent : إذ تساعد منظومة الاستعلام الاقتصادي في إلقاء الضوء على المعلومات الأكثر صلة في صنع القرار .

- إستباقية anticipative: بهدف استحداث الفعل ، من خلال قيام الأفراد الفاعلين في نظام الاستعلام بمطابقة المعلومات الملائمة حول البيئة الخارجية ومختلف التغيرات التي قد تحدث فيها .

- فاعلة من حيث الكلفة rentable: إذ أن إنفاق المزيد من الأموال على البحث لا يقود بالضرورة إلى التحسين في دقة المعلومات وملاءمتها .

- اعتمادية fiable : إذ بالإمكان أن تقدم منظومة الاستعلام الاقتصادي معلومات تتسم بالاعتمادية، ولكن درجة الاعتمادية عليها قد لا تصل إلى نسبة مئة بالمئة وذلك لأنها تحتوي على درجة من التوقع للمستقبل .

- أن تجمع بطريقة قانونية وأخلاقية recueilies de manière juridiques et éthiques : إذ أن المعلومات التي تدخل في إطار الاستعلام الاقتصادي يجب البحث عنها وجمعها بطريقة قانونية وأخلاقية وتجنب الطرائق غير الأخلاقية وغير القانونية كالتجسس .

فأهمية المعلومة إذن تنحصر بين "عاملين" ، وفي دراستنا بين عنصرين أساسيين : اليقظ ومتخذ القرار.

3- العلاقة " يقظ - متخذ القرار " : نحو حل تعاوني ومشارك .

في منظمات الأعمال فن العمل الجماعي والتشارك أصبح مصدرا للتنمية والإبداع ، فالعمل الجماعي هو تشارك كفاءات متعددة وغالبا ما تكون مكاملة لبعضها البعض ، كمثل على ذلك " الانترنت هي نتاج لمزيج بين الإستراتيجية العسكرية والتشارك العلمي والإبداعي"¹⁵؛ فالتشارك يعتبر عمل جماعي موجه نحو نفس الهدف مستندا في ذلك على تخطيط معد مسبقا .

والتوليفة بين اليقظ ومتخذ القرار تعتبر من أساسيات العمل الجماعي في نظام الاستعلام الاقتصادي ، فهي تخلق روح تبادل الآراء والتشارك في المعتقدات وتقاسم السلطة كذلك ، لكن من فوائد العمل الجماعي الجوهرية والتي تعتبر أحد المفاتيح الناتجة من العلاقة يقظ - متخذ القرار وهي التشارك في المعلومة . والجدول الموالي يلخص أوجه الشبه الرئيسية في وظائف اليقظ ومتخذ القرار :

الجدول 1 : وظائف متخذ القرار واليقظ .

وظائف متخذ القرار	وظائف اليقظ
-------------------	-------------

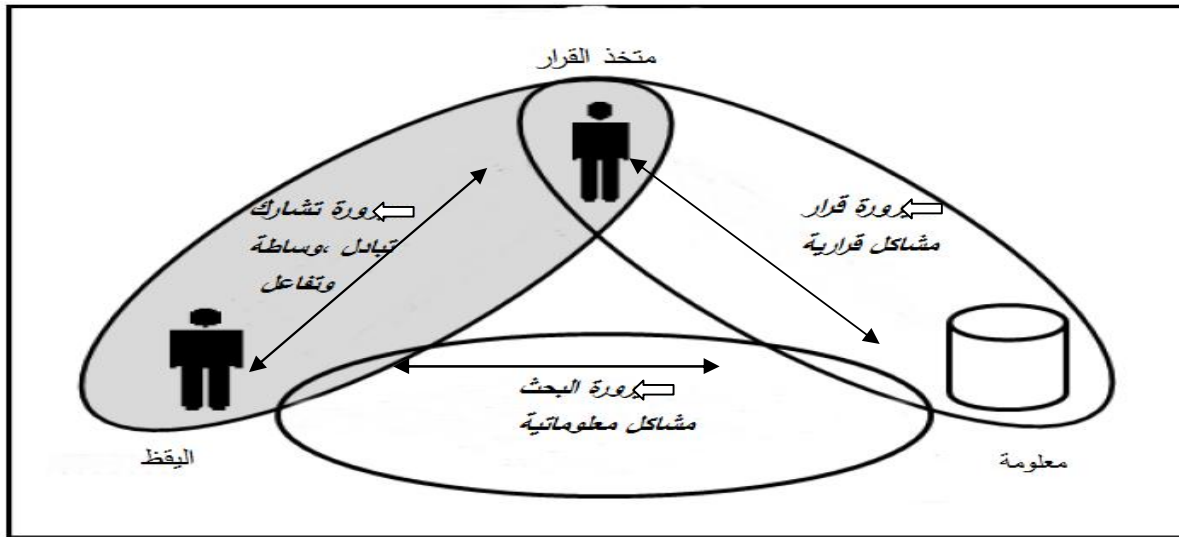
الاستعلام الاقتصادي كألية داعمة لاتخاذ القرارات بالمؤسسة

- المعرفة والمراقبة	- الفعل(رد الفعل) واتخاذ القرار
- جمع ، تحليل ونشر المعلومة لتوضيح معالم البيئة. - تحديد مصادر المعلومات الملائمة ، وتتبع تطور تدفق المعلومات . - تنسيق مسار الاستعلام الاقتصادي ، ووضع مؤشرات النتائج وتقييمها .	- استغلال الإشارات الضعيفة وبناء الإستراتيجيات التي تسمح بتطوير قدرات المؤسسة . - التصرف على حسب الإستراتيجية ، وحسب المنافسون والربائن والشركاء . - تخصيص الموارد المالية والبشرية لتدعيم القرار . - تحمل العواقب الناتجة عن اتخاذ القرار .
- تسيير وتغذية نظام معلومات المؤسسة . - ترجمة المشاكل القرارية إلى مشاكل معلوماتية . - الحفاظ على رأس المال الفكري للمؤسسة .	

المصدر : Philippe KISLIN, Modélisation du problème informationnel du veilleur dans : la démarche d'Intelligence Economique, Thèse de doctorat en sciences de l'information et la communication, Université Nancy 2, Nancy (France), 2007. P.149.

إذن ، ضمن العلاقة التعاونية بين اليقظ ومتخذ القرار تولد ثلاث سيرورات :

- التشارك بين اليقظ ومتخذ القرار ؛
 - البحث عن المعلومات (علاقة يقظ - معلومة) ؛
 - القرار (علاقة متخذ القرار - معلومة) .
- هذه العلاقة يمكن تلخيصها في الرسم التوضيحي الموالي :
- الشكل 6 : التشارك في إطار العلاقة يقظ - متخذ القرار .



Philippe KISLIN, Modélisation du problème informationnel du veilleur dans la démarche d'Intelligence Economique, Thèse de doctorat en sciences de l'information et la communication, Université Nancy 2, Nancy (France), 2007. P.193.

أخيرا ، اتخاذ القرار والبحث عن المعلومة عمليتان معقدتان ، والتشارك يزيد من شدة التعقيد من خلال الرغبة في إدارة التفاعلات بنجاح وإضفاء ديناميكية الثقة المتبادلة التي يجب أن تكون بين اليقظ ومتخذ القرار .

4- الاستعلام الاقتصادي واتخاذ القرار :

يوفر الاستعلام الاقتصادي القيمة والمعنى للمعلومة لجعلها متاحة لاتخاذ القرارات الفعالة بما يرفع من تنافسية المؤسسة .

الاستعلام الاقتصادي كألية داعمة لاتخاذ القرارات بالمؤسسة

1-4 دور سيرورة الاستعلام الاقتصادي في اتخاذ القرار : سيرورة الاستعلام الاقتصادي تبدأ بتحديد احتياجات متخذ القرار من المعلومات وتنتهي باتخاذ القرار بعد تلبية تلك الاحتياجات .

الجدول التالي يوضح جميع المراحل الأساسية لسيرورة الاستعلام الاقتصادي ، تم الجمع من خلاله الأطراف الفاعلة في هذه السيرورة (متخذو القرار واليقظون) والكفاءات اللازمة لأداء وظائفهم .

الجدول 2 : سيرورة الاستعلام الاقتصادي والأطراف الفاعلة فيها (اليقظون ومتخذو القرار) .

الأدوات	الكفاءات	الأطراف الفاعلة	الدور	المراحل العملية للاستعلام الاقتصادي
طريقة التحليل SWOT	- يعرف بيئة العمل . - متمكن من قطاعه . - يكشف المخاطر والتهديدات للمؤسسة . - يعرف الرهانات .	المسير - متخذ القرار	تحديد المشكل القراري .	1
أدوات المساعدة على المعالجة والتدقيق .	- إستراتيجية ممنهجة . - مهام تشغيلية .	اليقظ والمسير - متخذ القرار	تحويل المشكل القراري إلى مشكل البحث عن المعلومة .	2
meta - محرك محرك البحث . moteur flux RSS - - برمجيات المراقبة والمسح، ...	- يحدد ويقيم مصادر المعلومات ويضمن تتبعها . - اختيار المصادر الأكثر ملاءمة	اليقظ	تحديد المصادر الملائمة .	3
-المتنديات المتخصصة . - الوثائق المكتوبة ،...	-الاستخراج الدوري للمعلومات -يراقب المعلومات التي تم جمعها	اليقظ	البحث عن المعلومات الملائمة	4
Text - أدوات التصنيف -mining -نظام تسيير المحتوى	التحليل الذكي للمعلومات : تحليل المحتوى .	اليقظ	تحليل المعلومات	5
-أدوات التشارك . - أدوات نشر المعلومة.	بالنسبة لوصف المشكل الأولي	مسير - متخذ القرار	الوصف	6
أدوات تسيير المشاريع .	يجب أن تكون قائمة على المؤشرات التي اعتمدها اليقظ .	مسير - متخذ القرار	قرار	7
- نظام المعلومات الاستراتيجي . - قواعد البيانات . - الإنترنت . - أنظمة حماية متطورة .	معارف محددة ، موزعة ، مخزنة ، محمية	يقظ - متخذ القرار	الحماية	8

المصدر :

Stéphane GORIA, Audrey KNAUF, Amos DAVID et Philippe GEFFROY, Le processus d'Intelligence Economique : Une étude selon le point de vue de l'infomédiaire et des problématiques de recherche d'information, Rapport de l'équipe de recherche du laboratoire

الاستعلام الاقتصادي كألية داعمة لاتخاذ القرارات بالمؤسسة

SITE de l'université de Nancy 2 (LORIA – Campus Scientifique), Nancy, France.
www.archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/06/25/92/HTML/index.html, (le 04/07/2015 à 16h48).

4-2 دور الاستعلام الاقتصادي في تحديد إطار القرار : التهديد هو العنصر الأهم الذي يجب التطلع إليه عند اتخاذ القرار ، في بعض الأحيان تكون النتيجة منتظرة وتكون هذه الأخيرة مضمونة نسبيا بينما لا تكون كذلك في أحوال أخرى ، في بعض الحالات يمكن توقع العوامل المحيطة باتخاذ هذا القرار بينما تكون حالات أخرى مجازفة وعشوائية ، وهذا يعتمد أساسا على درجة اعتماد سياسة الاستعلام الاقتصادي في عملية اتخاذ القرار ؛ وعليه يمكن استنتاج الحالات التالية :

- الإطار المحدد : في هذه الحالة يكون الاعتماد على الاستعلام الاقتصادي كبير لأن متخذ القرار لديه معلومات كافية حول طبيعة المشكلة وبالتالي لديه وفرة في البدائل وهو ما يسمح له باتخاذ القرار الأمثل الذي يتكيف مع الهدف وطبيعة المشكلة وكذا مع إمكانيات المؤسسة ولا يتعارض مع إستراتيجيتها .

- الإطار المخاطر : في هذه الحالة الاعتماد على الاستعلام الاقتصادي يكون متوسط ، حيث أن متخذ القرار يتخذ مجموعة من القرارات في ظروف طارئة ويكون هذا القرار مجازف ، لعدم توفر المعلومات الكافية التي تسمح بالتنبؤ بالمخاطر والعواقب التي يمكن أن تظهر لاحقا ، هنا متخذ القرار يلجأ إلى تحليل الإشارات الضعيفة المجمعة في إطار اليقظة ، فاحتمال حدوث تقلبات تكون بنسبة عالية وهو ما له تأثير على أهداف وإستراتيجية المؤسسة .

- الإطار الغير مضمون : في هذه الحالة المؤسسة لا تعتمد على الاستعلام الاقتصادي ، لأن متخذ القرار لا يتوفر على المعلومات الكافية حول طبيعة المشكلة وبالتالي لا توجد بدائل كافية وهو ما يجعل نسبة نجاح القرار نسبية (احتمال نجاح أو احتمال فشل) وهو ما يمكن أن يحدث مخاطر للمؤسسة تستلزم البحث عن حلول وبدائل أخرى .

ومنه يمكن القول أن الاستعلام الاقتصادي له تأثير على تحديد إطار القرار ، وبالتالي يلعب دورا في تحديد إستراتيجية المؤسسة .

4-3 دور الاستعلام الاقتصادي على متخذ القرار : لا يقتصر دور الاستعلام الاقتصادي على عملية اتخاذ القرارات بل يشمل كذلك متخذي القرار وذلك بتزويدهم بالمعلومات ذات العلاقة بقطاع نشاطهم ومدتهم برؤى جديدة في صناعة القرارات واتخاذها في مجالات عديدة من بينها :

- الإستراتيجية : يحدد فرص النمو الجديدة التي تدعم الإستراتيجية ؛
 - المبيعات : يحدد قنوات البيع المتاحة للحفاظ على ولاء الزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد ؛
 - البحث والتطوير : يشخص التكنولوجيات والتطورات الجديدة التي قد تؤثر على قطاع عمل المؤسسة ؛
 - المالية : يحدد الفرص المتاحة في بيئة الأعمال التي تمكن المؤسسة من الاستثمار فيها ؛
 - التسويق : يشخص الاتجاهات الجديدة للزبائن والموردين والشركاء وحتى المنافسين ؛
 - الموارد البشرية : يحدد المهارات اللازم توفرها لدى الأفراد لبناء قيمة المؤسسة وتحسين صورتها في بيئة الأعمال .
- من خلال الدور الذي يلعبه الاستعلام الاقتصادي في دعم عمليات اتخاذ القرار يتضح ما يلي :
- أن هذا الدور يحسن قدرة المؤسسة على بناء سمعتها ، وتبوءها موقعا إستراتيجيا الذي يسمح لها بزيادة قدراتها التنافسية ،
 - أن المهمة الشاملة الدائمة للاستعلام الاقتصادي ، هي الاستجابة إلى مختلف احتياجات النشاطات والقطاعات من المعلومات وذلك في مختلف مراحل حياة ونمو المؤسسة .

خلاصة إستنتاجية :

- من خلال هذه الدراسة حاولنا معرفة العلاقة بين الاستعلام الاقتصادي وعملية اتخاذ القرار ، وقد استخلصنا النتائج التالية :
- تتسم بيئة المؤسسة بالتعقد والديناميكية والاضطراب وعدم التأكد ، ما يجعل تبني سياسة الاستعلام الاقتصادي ضرورة حتمية للتكيف مع تغيرات بيئة الأعمال بفضل إنتاجه للمعلومات الإستباقية التي تسمح بتحديد الفرص والتهديدات ؛

الاستعلام الاقتصادي كألية داعمة لاتخاذ القرارات بالمؤسسة

- اتخاذ القرار هو عملية الاختيار القائمة على أساس بعض المعايير من بين عدة بدائل قصد تحقيق هدف معين ؛
- الاستعلام الاقتصادي عملية مهيكلية تسمح للمؤسسة بالتنبؤ بمستقبلها ويسمح كذلك بتطوير التفكير الإستراتيجي ؛
- يعمل الاستعلام الاقتصادي على توفير المعلومات الملائمة والمستهدفة لمتخذي القرار لمساعدتهم على صنع القرار ؛
- المعلومة الملائمة بالنسبة للأطراف الفاعلون في الاستعلام الاقتصادي يجب أن تكون في حينها، دقيقة ، معالجة ، موجزة نسبيا ومستهدفة ؛
- اليقظ هو متخذ قرار من نوع خاص متخصص في المعلومة ، أي أنه متخذ قرار معلوماتي له القدرة على تحويل المشكل القراري إلى مشكل معلوماتي ؛
- على متخذ القرار الإبداع في اتخاذ القرار من خلال استغلال المعلومة المطلوبة ؛
- الاستعلام الاقتصادي قطعة أساسية وسلاح رئيسي في اتخاذ القرار وهو ضروري لتطوير إستراتيجية المؤسسة وضمان تنافسيتها الدائمة .

أخيرا ، لمتخذ القرار ، يبقى الاستعلام الاقتصادي حتمية وأفضل سلاح لدعم القرارات .

قائمة المراجع :

الكتب باللغة العربية :

- حسن علي الزعبي ، نظم المعلومات الإستراتيجية ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2005 .
- معن وعد الله المعاضيدي ، تأثير الذكاء التنافسي في تحديد الخيار الإستراتيجي على مستوى وحدة الأعمال ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2015 .
- الأطروحات باللغة العربية :
- حميدوش أحمد، الذكاء الاقتصادي "فهمه وإنشاؤه وتأصيله واستعماله" ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، 2014 .
- صليحة كاريش ، اليقظة الإستراتيجية نظام للإنذار المبكر والذكاء الجماعي في المؤسسة ، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير جامعة الجزائر 3 ، 2011 .

الكتب باللغة الأجنبية :

- Bescos (P.L.) et Mendoza (C.), Manager cherche information utile désespérément, Ed.L'Harmattan, Paris, 1999
- Castells (M.), L'ère de l'information : T1 – La société en réseau, Ed. Fayard, Paris,1998 .
- Christophe Deschamps et Nicolas Moinet , LA BOÎTE À OUTILS de Intelligence économique , dunod , paris , 2011 .
- François Jakobiak, l'intelligence économique : la comprendre l'implanter, l'utiliser, édition organisation, Paris, 2004
- François Jakobiak, l'intelligence économique : techniques et outils ,éditions d'organisation,paris,2009 .
- Pateyron (E.), La veille stratégique, Ed. Economica, Paris, 1998.

الأطروحات باللغة الأجنبية :

- Alexandre Passant, Technologies du Web Sémantique pour l'Entreprise 2.0, thèse de doctorat, l'Université Paris IV – Sorbonne, discipline : informatique, 2009
- Philippe KISLIN, Modélisation du problème informationnel du veilleur dans la démarche d'Intelligence Economique, Thèse de doctorat en sciences de l'information et la communication, Université Nancy 2, Nancy (France), 2007.

الملتقيات العلمية :

-Le 7ème Colloque du chapitre français de l'ISKO Intelligence collective et organisation des connaissances «Philippe KISLIN, "La traçabilité cognitive : fil d'Ariane du veilleur pour aider le décideur à sortir du labyrinthe décisionnel", France, Le 10 et 11 Avril 2005.

التقارير :

Jean-Louis MONINO, L'information au cœur de l'intelligence économique stratégique, Réseau de recherche sur l'innovation (RRI), Documents de travail, N°27, 2012 .

Stéphane GORIA, Audrey KNAUF, Amos DAVID et Philippe GEFFROY, Le processus d'Intelligence Economique : Une étude selon le point de vue de l'infomédiaire et des problématiques de recherche d'information, Rapport de l'équipe de recherche du laboratoire SITE de l'université de Nancy 2 (LORIA – Campus Scientifique), Nancy, France.

-Dervin (B.) et Nilan (M.), Information needs and uses, Annual Review of Information Science and Technology, 21, 3-33, 1986.

مواقع الانترنت :

www. atlas.irit.fr
www.portail-ie.fr
www.revue-r2ie.com
c.asselin.free.fr

الهوامش

¹ François Jakobiak, l'intelligence économique : techniques et outils ,éditions d'organisation,paris,2009,p7 .

² Dervin (B.) et Nilan (M.), *Information needs and uses*, Annual Review of Information Science and Technology, 21, 3-33, 1986,P.117.

³ Bescos (P.L.) et Mendoza (C.), *Manager cherche information utile désespérément*, Ed.L'Harmattan, Paris, 1999,PP.118-119.

⁴ حسن علي الزعبي ، نظم المعلومات الإستراتيجية ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2005 ، ص34 .

⁵ **Enterprise Resource Planning ou Progiciel de gestion intégré**

⁶ Guide des bonnes pratiques en matière d'intelligence économique ,service de coordination a l'intelligence économique ,pp (16_17) voir le site : c.asselin.free.fr.

⁷ حميدوش أحمد ، الذكاء الاقتصادي "فهمه وإنشأؤه وتأصيله واستعماله" ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية،جامعة الجزائر 2014،3، ص70.

⁸ Christophe Deschamps et Nicolas Moinet , LA BOÎTE À OUTILS de Intelligence économique , dunod , paris , 2011 ,p 120 .

⁹ La gestion électronique de documents .

¹⁰ Alexandre Passant, Technologies du Web Sémantique pour l'Entreprise 2.0, thèse de doctorat, l'Université Paris IV – Sorbonne, discipline : informatique, 2009,P30

¹¹ www. atlas.irit.fr (le 28/08/2015 à 19:55)

¹² Le 7ème Colloque du chapitre français de l'ISKO Intelligence collective et organisation des connaissances, Philippe KISLIN, "La traçabilité cognitive : fil d'Ariane du veilleur pour aider le décideur à sortir du labyrinthe décisionnel", France, Le 10 et 11 Avril 2005.

¹³ Pateyron (E.), *La veille stratégique*, Ed. Economica, Paris, 1998, P.131

¹⁴ معن وعد الله المعاضيدي ،تأثير الذكاء التنافسي في تحديد الخيار الإستراتيجي على مستوى وحدة الأعمال ،دار الحامد

للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2015 ، ص93 .

¹⁵ Castells (M.), *L'ère de l'information : TI – La société en réseau*, Ed. Fayard, Paris, 1998 .