

دور الابداع والابتكار في صناعة الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة الاقتصادية
The role of creativity and innovation in the economic intelligence
industry in the economic institution

د. بن عبد العزيز سمير
جامعة طاهري محمد -بشار-
Samirbenabdelaziz@yahoo.fr

د. بن عبد العزيز سفيان
جامعة طاهري محمد -بشار-
Benabdelazizsoufyane@gmail.com

ملخص:

تسعى هذه الدراسة الى تحليل آليات واستراتيجيات الذكاء الاقتصادي من خلال تفعيل الإبداع والابتكار في المؤسسة الاقتصادية حفاظا على بقائها في ظل اشتداد التنافسية، وتطبيق الأنظمة الذكية والخبيرة، حيث التعرف في البداية على المفاهيم المتعلقة بالذكاء الاقتصادي، ثم الإبداع والتفكير الإبداعي، وفي الأخير إظهار العلاقة بين الإبداع في المؤسسة الاقتصادية، وتطبيق آليات الذكاء الاقتصادي لأجل تكوين بيئة تنافسية للمؤسسة والاقتصاد الوطني ككل لتختتم بنتائج وتوصيات مهمة.
الكلمات المفتاحية : ذكاء، ابداع، ابتكار، تنافسية، مؤسسة اقتصادية.

Abstract :

This study seeks to analyze the mechanisms and strategies of economic intelligence by activating the creativity and innovation in the economic institution in order to preserve its survival in light of the intensification of competitiveness and the application of smart and expert systems. The first is to identify concepts related to economic intelligence, creativity and creative thinking. Creativity in the economic institution, and application of economic intelligence mechanisms to create a competitive environment for the institution and the national economy as a whole to conclude with important conclusions and recommendations.

Keywords: intelligence, creativity, innovation, competitiveness, economic institution

JEL Classification: , Q55, O32.

مقدمة:

لقد تحول الاقتصاد العالمي إلى قرية صغيرة متنافسة الأطراف بفعل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية وتوسعت مجالات المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية، ونظرا للانتشار السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، حيث عرفت هذه المؤسسات تطورات كبيرة في بيئتها الاقتصادية والتكنولوجية، كما تلاشت الحواجز السياسية، الجغرافية، الثقافية والاقتصادية بين الدول وتقاربت الأسواق في مختلف دول العالم لتشكل سوقا عالميا موحدًا، وبالتالي ازدادت التحديات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية في ظل هذه التطورات.

الأمر الذي أصبح يؤثر على إستراتيجيات تسيير المؤسسات الاقتصادية التي لا تستطيع مواجهة المنافسة، فقد وجدت نفسها مجبرة على مسايرة هذه التحديات الجديدة و البحث عن السبل الكفيلة لتحقيق بقائها و استمرارها في الأسواق، وكان من أبرز نتائجها ظهور جيل جديد من التحالفات غير السياسية، و التي هي عبارة عن تكتلات اقتصادية واندماجات للمؤسسات والدول مع بعضها البعض، وتم تكريس المعلومة كأداة إستراتيجية تساهم في جمع وتطوير مرد ودية رأس المال، والتخلي التقليدي عن تكريس المادة لتحويلها إلى مواد مصنعة. كل هذه الختميات أدت إلى بروز فكرة الذكاء الاقتصادي الذي ما فتئت تبرز ضرورته بالنسبة لكل وحدة جغرافية (المؤسسات، التكتلات، الدول... الخ)، والذي يركز في الأساس الأول على سبل تحصيل المعلومة والتحكم فيها، وهذا ما يستدعي ضرورة التطوير الدائم لمختلف العمليات الداخلية والخارجية للمؤسسة وتعزيز الإبداع والابتكار للحفاظ على بقائها.

إشكالية الدراسة:

بناء على ما سبق تسعى هذه الورقة البحثية إلى الإجابة على الانشغال والإشكال التالي:

" كيف يمكن تفعيل آليات وميكانيزمات الذكاء الاقتصادي، من خلال الإبداع والابتكار في المؤسسة الاقتصادية بشكل يضمن مركزها التنافسي المتميز؟"

أهمية وأهداف الدراسة:

الإبداع أمر حيوي وحاسم لأي مؤسسة ويجب أن يوضع على سلم أولويات الإدارة العليا وأن يحظى بالدعم الكامل منها وتكمن أهمية الإبداع في قدرته على تمكين المؤسسة البقاء و الاستمرار خاصة في ظل المنافسة الشديدة من خلال تطوير منتجات جديدة أو إدخال تحسينات على المنتجات الحالية، القدرة على التكيف مع الظروف المحيطة، خاصة ونحن في زمن الأنظمة الذكية وعمليات التجسس، واستعمال المعلومة كسلاح مضاد ضد المؤسسات المنافسة.

أما عن أهداف الدراسة فتمثل في:

- الإحاطة بالمفاهيم المتعلقة بنظام الذكاء الاقتصادي وبيان أهمية الكبيرة في اشتداد التنافسية العالمية؛
- التعرف على المفاهيم المتعلقة بالإبداع، لأجل نشر الوعي والثقافة الإبداعية، وتعزيز التفكير الإبداعي لدى أفراد المجتمع وبالأخص العاملين في المؤسسات الاقتصادية الاستراتيجية في الوطن؛
- إبراز العلاقة المتكاملة والاحتامية في نفس الوقت بين الإبداع والابتكار داخل المؤسسة وتجسيد الأنظمة الذكية (الذكاء الاقتصادي) للحفاظ على تنافسية وبقاء المؤسسات الاقتصادية، والأمن الوطني بشكل عام.

منهج الدراسة:

من أجل الإحاطة بجوانب موضوع هذه الورقة سنستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في قالب نسعى من خلاله إلى الإجابة على أهم تساؤلات الإشكالية.

خطة الدراسة:

سيتم تغطية هذه الدراسة من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: الذكاء الاقتصادي بين المفاهيم الأساسية وآلية التطبيق.

المحور الثاني: الإبداع والتفكير الإبداعي.

المحور الثالث: ضرورة تفعيل الذكاء الاقتصادي في المؤسسة من خلال الإبداع والابتكار.

1. المحور الأول: الذكاء الاقتصادي بين المفاهيم الأساسية وآلية التطبيق

إن اتجاه دول المنظومة الاقتصادية العالمية نحو التدويل الاقتصادي في إطار الموجة العارمة لعمولة الإقتصاد زيادة على ارتفاع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضمن ما يعرف باقتصاد المعرفة مع النقص الشديد في الموارد الاقتصادية، بالإضافة إلى التعقد في البيئة التي تعمل فيها المؤسسة، أصبح يمثل تهديدا للمؤسسات المحلية وذلك من خلال زيادة حدة المنافسة وضرورة انفتاحها (المؤسسة) على هذا الإقتصاد العالمي المفتوح وغير المحمي، ولتجنب مثل هذه المشاكل وحتى تضمن المؤسسة مكانة في السوق العالمية وجب عليها وضع استراتيجية لنظم المعلومات مفادها الذكاء الاقتصادي لإنتاج المعرفة من أجل خدمة الأهداف الاقتصادية لها خصوصا ولترقية تنافسية للاقتصاد بشكل عام.

ويعتبر مصطلح الذكاء الإقتصادي من المصطلحات التي ظهرت كنتيجة لظهور اقتصاد المعرفة، وسوف نتعرض ببعض من التفصيل إلى بعض المفاهيم المتعلقة بالذكاء الإقتصادي ونشأته وتطوره عبر التاريخ، وعناصره ومجالات تطبيقه، وكذا أهم خصائصه.

1.1. مفهوم الذكاء الاقتصادي:

ان التعريفات الأولية للذكاء الإقتصادي كانت في عام 1867 من طرف "Harold Wilensky"، من خلال كتاب بعنوان "l'intelligence organisationnelle"، فهو يعرف: "الذكاء الإقتصادي كمنشآت إنتاج المعرفة التي تستخدم الأهداف الإقتصادية والإستراتيجية للمنظمة، خزنت وأنتجت في إطار قانوني من مصادر مفتوحة". ولقد ورد أول تعريف عملي للذكاء الإقتصادي سنة 1994 من طرف مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا، حيث تم تعريفه على أنه مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة وبث المعلومة المفيدة للأعوان والمتدخلين الإقتصاديين لصياغة إستراتيجياتهم، وتتم هذه الأعمال من الناحية القانونية مع كل الضمانات اللازمة في المؤسسة مع توفر كل الظروف الحسنة من جودة وتكلفة وحسن التوقيت، من أجل وضع وتنفيذ إستراتيجية متناسقة لتحقيق الأهداف التي وضعتها لتحسين موقعها في بيئتها التنافسية.¹

ويعرف الذكاء الاقتصادي أيضا من قبل **Alain Juillet*** بأنه:

" يشتمل على السيطرة وحماية المعلومة الإستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الإقتصادي، الأمن الاقتصادي أمن المؤسسات، تعزيز سياسة التأثير".²

كما يعرف الذكاء الإقتصادي على أنه "مجموعة من الوسائل البشرية و التقنية التي يتم وضعها للوصول إلى تطور مؤسسة اقتصادية ما، ويتعداه حتى يشمل اقتصاد بلد ما. إنّ الذكاء الإقتصادي بعبارة أخرى، يهتم بكل ما يُجرى ويفعل في الأسواق. إنه نظام كامل تتوحد فيه التقنيات والكفاءات البشرية، إن التحدي المفروض اليوم هو الوصول إلى المعلومة الصحيحة وليس التقريبية قبل الآخرين، لأنها تساعد على حل المشاكل والوقاية، بأخذ القرارات المناسبة وسبق المنافس وتطوير أساليب العمل و المنتج في وقت وجيز، وبالتالي فهو عامل أساسي للمنافسة.

2.1. نشأة مفهوم الذكاء الاقتصادي وتطوره عبر التاريخ:

عرفت نشأة مفهوم الذكاء الإقتصادي العديد من المحطات التاريخية نوجزها فيما يلي:³

- إن فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة ولاسيما عند ظهور اقتصاد السوق وقد أوضح "Fernand Braudel" في العديد من الدراسات التي قام بها حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة من القرن

- 15م إلى القرن 18م. وأن المنافسة بين المدن في شمال إيطاليا والمدن في فنلندا كانت بداية الهجمات التجارية والتجسس الإقتصادي وحتى التزوير.
- تعتبر اليابان من أوائل الدول التي تبنت نظام الذكاء الإقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية و الصناعة (MITI) ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية (JITRO) لغرض إنعاش اقتصادها .
- في سنة 1980 ومع عوامة الأسواق والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية، اتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات و كان لـ "ميشال بورتر" أستاذ في جامعة هارفارد دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الإقتصادي.
- في 1990 كانت بداية ظهوره في فرنسا.
- في 1992 أنشأت فرنسا وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) والتي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية وحماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية .
- في 1994 نشر " Martre " تقرير بعنوان: الذكاء الاقتصادي واستراتيجية المؤسسة. " l'intelligence économique et stratégie des entreprise".
- في 2002 أدمج "Minefi" مفهوم الدفاع الإقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الإقتصادي.

3.1. مكونات وخصائص الذكاء الإقتصادي:

يتألف الذكاء الاقتصادي على مجموعة من المكونات والتي تعتبر بمثابة عناصر أساسية يبنى عليها على غرار سياسة التنافسية والأمن الاقتصادي وسياسة التأثير كما يحتوي على مجموعة من الخصائص يمكن إبرازها في الجزئية الموالية.

1.3.1. مكونات الذكاء الإقتصادي:

تبنى عملية الذكاء الاقتصادي على المكونات التالية:

- سياسة التنافسية:

تعتمد سياسة التنافسية على عمليات البحث والتطوير وتسمح بمسايرة المؤسسات في تعقب الفرص والحصول على الأسواق في العالم. وتتم هذه المسايرة عن طريق التعرف المشترك على الرهانات الإستراتيجية وتجميع الخبرات والمعلومات العامة والخاصة.⁴

- سياسة الأمن الاقتصادي:

إن تحرير نشاطات العديد من القطاعات وتطوير التبادل الحر جعلنا معظم الدول معرضة إلى التحركات الإقتصادية العالمية بحيث أصبح أهم الشركاء والمنافسين يأخذون منعرجا يسميه "إدوارد لوتفاك" الجيواقتصاد، أي بعبارة أخرى

فان تواصل الإستراتيجيات العسكرية الدبلوماسية متمثلة في الوسائل الإقتصادية و التجارية. أدى إلى ترجمة هذه الحساسية الجماعية لهزات الأمن الاقتصادي فأصبحت تتحدد في مفهوم "المصالح الأساسية للأمة" أي ترتيب العناصر الأساسية للطاقت الإقتصادية والعلمية للوطن .

وبالتالي أصبحت الدولة تعترف وتقر بأنها ليست الوحيدة المسؤولة عن الأمن الجماعي، فالمؤسسات هي أيضا يجب أن تشارك بصفتها عنصرا أساسيا في الأمن الاقتصادي الوطني من خلال حماية ومتابعة مصالحها الخاصة المشروعة.⁵

- سياسة التأثير:

يظهر دور هذا المكون خاصة على مستوى الهياة المعروفة بإعدادها للنظم والمعايير التي تدير الحياة الإقتصادية من خلال العمل الضغطي "Lobbying"، وهو التأثير على القرار السياسي والاقتصادي بشرح ضرورة وإيجابية قانون ما أو خطورته وسلبياته ، ولقد أصبح العمل الضغطي يدرس في المدارس الكبرى و الجامعات، حيث قامت اللجنة الأوروبية بجعله ضروريا في العملية الديمقراطية، فساهم في فعالية القوانين المصادق عليها بعد أن تأخذ في الحسبان رأي المهنيين دون الضرر برأي الآخرين وتحديد الحكم السياسي.

2.3.1. خصائص الذكاء الاقتصادي:

يهتم الذكاء الإقتصادي بدراسة التفاعل التكتيكي والإستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنية به انطلاقا من القاعدة (المستوى الداخلي للمؤسسة) مرورا بالمستويات الوسيطة (الجماعات المحلية) وصولا إلى المستويات الوطنية (الإستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز إتخاذ القرار في الدولة) ثم المستويات المتعددة الجنسيات (المجمعات المتعددة الجنسيات) أو الدولية (إستراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة). و من بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي نذكر ما يلي:⁶

-الإستخدام الإستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات المزايا التنافسية في إتخاذ القرارات؛

-وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الإقتصاديين؛

-وجود علاقات قوية بين المؤسسات والجامعات والإدارات المركزية والمحلية؛

-تشكيل جماعات الضغط والتأثير؛

-إدماج المعارف العلمية، التقنية، الإقتصادية، القانونية والجيوسياسية؛

-السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

إذن وفي إطار البحث عن إستراتيجية تضمن سلامة الاقتصادات الوطنية على غرار الاقتصاد الجزائري من الانعكاسات السلبية للعلاقات الاقتصادية الدولية، كان لا بد من استعمال أساليب حديثة ومتجددة للحماية

الذكية، سيتم التطرق إليها في الجزئية المقبلة خاصة في إطار تحضير الاقتصاد الجزائري للاندماج في المنظمة العالمية للتجارة بعد استعراض واقع هذا الاقتصاد وقدراته التنافسية.

4.1. واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر:

ترتكز وسائل وأدوات تجسيد الذكاء الاقتصادي في الجزائر حول التقنيات المتخذة من طرف بعض المومنين للحلول المعلوماتية، فتطبيق الذكاء الإقتصادي لا يمكن أن يكون ممكنا في إطار واسع دون التجهيز بوسائل الإعلام الضرورية، ك شراء المعدات والبرمجيات الأكثر تكليفا، كما يستوجب الدعم المالي، لذلك فإن أشخاص المؤسسة المعنيين بثقافة الذكاء الاقتصادي، الصعبة المنال عليهم أن يتمتعوا ب⁷:

✓ فضولية ثقافية عالية، والقدرة على العمل في شكل فريق متعدد الإختصاصات وفي شكل مشروع مع قدرة كبيرة على الإتصال، القدرة الإبتغائية على التحرير والإستنتاج، وكذا الحركية؛ الإبداع، الأصولية والإمثالية؛
✓ كما يستوجب على المؤسسة أن تقوم بتطوير سياسة الموارد البشرية، من خلال فرض ثقافة الذكاء الإقتصادي عن طريق معرفة وظائفه في مدونة المؤسسة، مع تبني نظام المرتبات الذي يحفز الكفاءات، وتقسيم المعارف، علاوة على معرفة المبادرات المبدعة والمجددة؛

✓ إعادة تنظيم هيكل وبنية المؤسسة، عن طريق إزالة الفواصل بين الوظائف للتخفيف من المستويات التسلسلية؛
✓ بث جيد للمعلومة وتحسين الاتصال بين الموظفين، قصد توضيح المشاكل بعرض وجهات نظر مختلفة، فبنية الذكاء الإقتصادي عليها أن ترتبط مباشرة بمديرية الممثلين لكل قسم، لتكريس الوقت الملائم له، مع توفير وسائل وميزانية خاصة للذكاء الإقتصادي، التكوين حول التطبيقات والوسائل الجديدة.

فكل عمل بالذكاء الإقتصادي لا يمكن تقديمه بالتطبيقات والوسائل التي تتطلب انفتاح كبير حول المعلومة، بل إن العمل على شكل فريق للمؤسسات التي تحت على التكنم يمكن أن يجعلها تتبعد عن الخسارة، يعتبر تكوين الموارد البشرية مسألة جد حساسة، حيث أصبحت تتكثف البحوث والدراسات حول هذه الأخيرة، لما لها من مردودية وأداء على جميع الأصعدة لاسيما الاقتصادية منها، لذلك يرجى القيام بملتقيات وأيام تكوينية حول تطبيقات الذكاء الإقتصادي ووسائله، وأيضا التحفيز على الحياة لشهادة مهنية في الميدان، من خلال فتح الفروع والتخصصات الممكنة للذكاء الاقتصادي، أجهزة المعلومات، الشبكات المعلوماتية، السهر المالي.

يرتبط مفهوم ومعنى الذكاء الاقتصادي في الجزائر بمدى توسع وانتشار ثقافة هذا الموضوع في عالم الأعمال الاقتصادية للمؤسسات، لأن الموضوع لم يظهر إلا في حوالي الثلاث أو الأربع سنوات القليلة الماضية، لذلك فمفهوم الذكاء الاقتصادي ظهر في الجزائر من خلال المصطلح المعروف بالتجسس الاقتصادي، حيث تقوم مختلف المؤسسات الجزائرية ومصالحها مهما كان طابعها، صناعيا، تجاريا، ماليا أو خدماتيا بتجميع المعلومات حول

منافسيها وحول محيطها الخارجي باستعمال المصدرين الرسمي وغير الرسمي، لكن الأكثر شيوعا هو المصدر غير الرسمي والمتمثل في الاستماع المتيقظ والتجسس من خلال عقد الشبكات غير الرسمية خارج إطار المؤسسة، لكن غالبا ما يكون أصل هذه المعلومة كذبة أو إشاعة، أو اختلافا من الخيال من طرف الأشخاص والمؤسسات الممونة بالمعلومات غير الرسمية، لذلك يجب الحذر أثناء أخذ هذه المعلومات غير الرسمية بعين الاعتبار عند القيام بتغيير أو تعديل قرارات المؤسسة المستقبلية للمعلومات غير الرسمية عن منافسيها، قبل أن تقع في الفخاخ المنصوبة لها من خلال ما يسمى ب: التعقيم المعلوماتي، والذي يعني تسريب بعض المؤسسات عن معلومات خاطئة حول خططها الاقتصادية المتبعة، قصد إيقاع المنافس في المتاهات، بالتالي تعقيم المعلومات عليه، وبالمعنى اللغوي يمكننا أن نقول إخفاء، أو حجب المعلومات الحقيقية عن المؤسسة المنافسة⁸.

2. المحور الثاني: الإبداع والتفكير الإبداعي

تعد التغيرات المتسارعة في المحيط من أكبر التحديات التي تواجه مؤسسات اليوم، و التي تظهر الحاجة إلى الأفكار الجديدة والخلاقة كضرورة ملحة للبقاء، الذي يظل مرهونا بالتعاطي مع التغيرات الجديدة بطريقة مبدعة غرضها الأداء الجيد أولا والتطور والنجاح دائما، وبالرغم من ثراء الكتابات في موضوع الإبداع، إلا أن هذا المفهوم لا يزال يكتنفه بعض الغموض، و ذلك لاختلاف مداخل التطرق إليه بين النفسي، الاجتماعي و الإداري...

1.2 مفهوم الإبداع والابتكار: إن الإبداع والابتكار مفهومين متقاربين ومتلازمين ويكمل أحدهما الآخر، حيث لا يمكن الحديث عن إحداهما دون الآخر.

لقد عرفت الموسوعة البريطانية الإبداع على أنه "القدرة على إيجاد حلول لمشكلة ما، أداة جديدة، أثر فني، أو أسلوب جديد"⁹.

كما نجد أن "الابتكار ليس عملية منفردة، ولكنه مسار شامل لمجموعة من المسارات الجزئية، وليس مجرد تصور لفكرة جديدة ولا حتى اختراع شعار جديد، أو تنمية سوق جديدة، بل هو المسار الذي يشمل كل هذه الأشياء متفاعلة ومندجة في سياق واحد"¹⁰.

وقد عرفت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD) الإبداع أو الابتكار بأنه مجموع الخطوات العلمية والفنية والتجارية والمالية اللازمة لنجاح وتطوير وتسويق منتجات صناعية جديدة أو محسنة، والاستخدام التجاري لأساليب وعمليات أو معدات جديدة أو محسنة أو إدخال طريقة جديدة في الخدمة الاجتماعية، وليس البحث والتطوير إلا خطوة من هذه الخطوات، وهذا التعريف يختصر الابتكار على أنه يشمل تجديد وتوسيع مجال المنتجات

والخدمات والأسواق اللازمة لها واعتماد طرائق جديدة للإنتاج وعرضها وتوزيعها، وكذلك إدخال تغييرات على الإدارة وتنظيم العمل ومهارات القوى العاملة¹¹.

وبالتالي فالإبداع هو العملية التي يتم من خلالها تقديم منتجات جديدة أو طرائق جديدة للإنتاج، وتشمل جميع المراحل من الابتكار إلى التطوير ثم الإنتاج التجريبي، إلى التسويق، ثم الإنتاج التجاري. أي أن الإبداع هو توليد أفكار جديدة، أو التوصل إلى حل خلاق لمشكلة ما، في حين أن الابتكار هو تطبيق عملي وتحويل هذه الأفكار إلى عمل ملموس. أما الاختراع فهو خلق فكرة و تطويرها و تطبيقها عمليا. و الفرق بين الاختراع و الابتكار كون الأول جذري، في حين أن الثاني هو تطبيق أفكار جديدة على ما هو موجود أصلا، و هذا التمييز عادة ما يرتبط بالتكنولوجيا.

وتتطلب عملية الإبداع والابتكار إدخال الثقافة التنظيمية المبدعة التي تمكنها من التلاؤم مع التغيرات، استعمال الطرق والتقنيات الفعالة التي تساعد على تلبية احتياجات العملاء، وتوفير الموارد البشرية واللوجيستية واستغلالها بفعالية، أي أن الابداع أو الابتكار يرتكز على ثلاثة جوانب رئيسية هي¹²:

- ✓ الفرد المبدع: وهنا يتم التركيز على القدرات الإبداعية للأفراد في مجالات نشاطهم المختلفة؛
 - ✓ العملية الإبداعية: وهي تتمثل في مجموع الأعمال التي تقوم بها المؤسسة من أجل تحقيق الإبداع؛
 - ✓ المنتج أو الخدمة المبدعة: وهو المنتج الذي يتصف بالحدائثة وبالاختلاف عن ما سبقه من منتجات.
- كما أن نموذج الإبداع والابتكار ضمن برنامج الإدارة الإبداعية يضم 04 مبادئ هي¹³:
- الإيجابية: تمثل التعود المستمر على اعتبار المشكلات كفرص متاحة والقدرة على التغلب على الفشل بسرعة وتقبل النقد؛
 - الحماس: رغبة جامحة في تحقيق الأهداف؛
 - روح المرح: المخاطرة مع استخدام أسلوب المزاج في التفكير فينتج ذلك مرونة في الأفكار والأفعال؛
 - الإصرار: هناك مقولة "إن لم تنجح من أول مرة حاول مرة أخرى" وأخرى "إن لم تنجح من أول مرة جرب شيئا مختلفا حتى تصل إلى النجاح"، وهذا يبرز أن الإصرار أمر ضرورة للوصول إلى الإبداع والتميز.
- ## 2.2. مبادئ وخصائص الإبداع والابتكار:

للإبداع والابتكار مجموعة من المبادئ هي¹⁴:

- إفساح المجال لأي فكرة بتعبير آخر، أعطوها المجال لأن الابتكار قائم على الإبداع وليس تقليد الآخرين؛
- التركيز على الأفراد واعتبارهم مصدر قوة للمؤسسة؛

- التحلي عن الروتين، واللامركزية في التعامل تنمي القدرة الإبداعية؛
 - تحويل العمل إلى شيء ممتع لا وظيفة فحسب؛
 - التطلع إلى الأعلى دائما من شأنه أن يحفز الأفراد للعمل؛
 - ليس الإبداع أن تكون نسخة ثانية بل النسخة الرائدة و الفريدة؛
 - لا ينبغي ترك الفكرة الجيدة التي تفتقد إلى آليات التنفيذ بل نضعها في موقع التطبيق؛
 - يجب التعلم عن طريق العمل الميداني، لأنه الطريق الأفضل في تطوير الكفاءات.
- وتتصف العملية الإبداعية بمجموعة من الخصائص والصفات هي ¹⁵:
- القرة على اكتشاف علاقات جديدة و توظيفها لتحقيق أهداف معينة؛
 - القرة على استنتاج تلك العلاقات والإفصاح عنها؛
 - الربط بين العلاقات الجديدة والعلاقات القديمة التي سبق اكتشافها؛
 - الإبداع علم نظري تجريبي ليس نهائي، فبعض ما هو صحيح اليوم قد يلغى في المستقبل؛
 - الشخص المبدع قادر على النظر إلى الأمور من زوايا مختلفة؛
 - المبدع لا يفكر في حل جديد فحسب، بل يدرك مشكلات جديدة، وينظر إلى المألوف والشائع من منظور جديد عكس المتكيف الذي عادة ما يحاول حل مشكلات بإتباع قواعد سائدة.

3.2. التفكير الإبداعي والموهب

يعرف "تورانس" 1993 التفكير الإبداعي أو الابتكاري بأنه إدراك الثغرات والاختلال في المعلومات والعناصر المفقودة، وعدم الإتساق الذي لا يوجد له حل، وهو عملية تحسس المشكلات ومواطن الضعف وفجوات المعرفة والمبادئ الناقصة وغيرها، فالتفكير الإبداعي (الابتكاري) تفكير في نسق مفتوح لا تحدده المعلومات التقليدية أو القوالب الموضوعية، كما أنه يعبر عن نفسه في صورة إنتاج هادف يتسم بالتنوع والجدة والأصالة والمرونة والإفاضة والحساسية للمشكلات والتطوير، وقابليته للتحقق ¹⁶.

ويعرف ويليامز التفكير الإبداعي (الابتكاري) بأنه مجموعة من المواهب والقدرات والمهارات المعرفية، هذه القدرات موجودة لدى جميع الأفراد ولا تقتصر على فئة دون أخرى، إلا أنها تختلف في الكم والنوع بين الأفراد. فالجميع لديهم قدرات ومهارات إبداعية (ابتكارية) ، إلا أن بعضهم يمتلكها بقدر أكبر من البعض الآخر، كما أن المبتكر يكون مبتكرا في مجال ما، وليس بالضرورة يكون مبتكرا في مجال آخر ¹⁷.

لقد اقترح كالفن تايلور (05) مستويات للتفكير الإبداعي والابتكاري هي ¹⁸:

- ❖ الإبداع التعبيري؛
- ❖ الإبداع المنتج؛
- ❖ الإبداع الابتكاري؛
- ❖ الإبداع التجديدي؛
- ❖ الإبداع الانبثاقي.

أما المواهب فهي خاصية إنسانية ومكون لشخصية الإنسان المسؤول وتعد أحد أسرار نجاحه وتطور مساره الوظيفي، وهي أساس تمثيل أدواره المعلوماتية، والتفاعلية واتخاذ القرارات، وتحتة للدفاع عن قيمه والإلتزام بها، والولاء والإخلاص لها، وهي تتمتع مع القدرات فتكسبها حالة التجدد والحيوية في الإدراك، والذكاء والإبداع، والمواهب سر تميز المؤسسات على سواها في فضاء الأعمال الرقمي، والإلكتروني والمعرفي الذي نعيشه اليوم، رغم حاجة ذلك إلى قدر من المزج ما بين المواهب والإرادة، والمواهب والأخلاق، والمواهب والوعي والمواهب والقيم... الخ¹⁹.

وتنمو المواهب بسبب الخبرات وتراكمها النوعي، وبرامج التدريب والتطوير الذاتي، والجماعي والتنظيمي، ويسهم تهيئة المناخ الثقافي، والنفسي، والاجتماعي والمعرفي بتكوين بيئة ترصد المواهب في المؤسسة.

4.2. نظام الإبداع الوطني:

لقد أصبح الإبداع آلية إستراتيجية وسياسة فاعلة تمارس من خلالها الدولة دورا أكبر على صعيد المنافسة في الميادين التكنولوجية والاقتصادية، وانعكس ذلك على العلاقات الدولية وهذا ما يشير إليه (LUNDVALL) حيث يرى أن المعرفة أضحت سريعة التقدم، وعليه لم يعد امتلاكها ضرورة فحسب بل أنها غير كافية لأجل البقاء في المستوى الذي تكون فيه الدولة قادرة على المنافسة القوية وتوليد المعرفة وإنتاجها، وهذا لا يقتصر على الدول المتقدمة فقط بل تشمل كذلك الدول النامية أو السائرة في طريق النمو كذلك، وإن التحولات الإستراتيجية في الأنظمة الاقتصادية للدول المتقدمة قد أشر مجموعة من المؤشرات هي²⁰:

- التحول من اقتصاد مبني على رأس المال إلى اقتصاد يعتمد على المعرفة؛
- تزايد اعتماد النمو الاقتصادي والاجتماعي على المعرفة؛
- التحول نحو مجتمع المعلومات والقوى المعرفية العالمية؛
- تزايد دور المعرفة في تطوير أنشطة الإنتاج والخدمات؛
- المعرفة قد تكون سلعة أو خدمة ويجب اعتبارها من الأصول والحفاظ على سريتها؛

- تتجه نظم المعرفة الجديدة نحو الانغلاق عبر آلية دولية فمثلا المنظمة العالمية لحماية الملكية الفكرية (WIPO) واتفاقية الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة (TRIPS).

إن هذا التطور العلمي والتكنولوجي قدم فرصا واسعة للتنمية وتطوير القدرة التنافسية للمؤسسات والدول، وكذلك زيادة الإمكانيات الوطنية للتنمية المستدامة، ويتم هذا عن طريق تطوير منظومة العلم والتكنولوجيا الوطنية (SYSTEM S&T) وتحويلها تدريجيا إلى ما يصطلح عليه في السنوات الأخيرة بمنظومة الإبداع الوطنية (NATIONAL INNOVATION SYSTEM)، وتفعيل هذه المنظومة يأتي تبني سياسات واستراتيجيات تكنولوجية لتنفيذها على أرض الواقع العملي، وتقوية الروابط بين عناصر هذه المنظومة، حيث أن الحاجة الوطنية بحاجة إلى خمسة (05) مجموعات من التكنولوجيا القائمة على العلم والتي تندرج ضمن خطط مستقبلية يجب أخذها بعين الاعتبار وهي²¹:

- التكنولوجيا من أجل الاحتياطات الأساسية؛
- التكنولوجيا من أجل تحسين جودة الحياة؛
- التكنولوجيا من أجل خلق الثروة؛
- التكنولوجيا من أجل الإدارة السليمة (الراقية).

وعليه يمكن القول أن منظومة العلم والتكنولوجيا تشمل عناصر ومركبات تكون مجموعها منظومة متكاملة تتوزع على قطاعات مختلفة في المجتمع خاصة التعليم والصناعة، وأن تحقيق الترابط بين العناصر والمركبات يؤدي إلى توليد ونشر وتوظيف ومعرفة جديدة تستثمر بصورة استراتيجية (اقتصاديا، دفاعيا، واجتماعيا)، ضمن حدود الدولة وهذا التفعيل للعلاقات والروابط يتم من خلال السياسة الوطنية للعلم والتكنولوجيا.

المحور الثالث: ضرورة تفعيل الذكاء الاقتصادي في المؤسسة من خلال الإبداع والابتكار

تعد القوة الإبداعية من المحركات الرئيسية للعمل في الوقت الراهن، حيث شكلت العملية الإبداعية بديلا استراتيجيا ناجحا يمنح المؤسسة ميزة تنافسية دائمة عن طريق إدخال التجديد في المؤسسة سواء على مستوى المنتجات أو العمليات وطرق الإنتاج، كما لا يمكن إغفال الدور الذي يساهم به نشاط البحث والتطوير كأهم مركز لتوليد الأفكار الإبداعية وتنميتها وتجسيدها في أرض الواقع. إن الإبداع في الوقت الراهن لا يمكن أن يقتصر على المنتجات والتقنيات فقط بل هو أشمل من ذلك، حيث يتطلب تدخل كل من الإنسان والمؤسسة، التكنولوجيا واستعمالها، الذكاء الفردي والجماعي تطور الثقافات والسلوكيات... الخ، من هذا المنطلق بدأت أغلبية المؤسسات

في البلدان المتطورة تعيد النظر في العامل الإنساني والفكري، وتعطي لهما الأولوية في بناء الإستراتيجية المستقبلية للمؤسسة.

1.3. أهمية الإبداع والثقافة الإبداعية بالنسبة للمؤسسة:

تكمن أهمية الإبداع في قدرته على تمكين المؤسسة من²²:

- ❖ البقاء والاستمرار خاصة في ظل المنافسة الشديدة؛
- ❖ يعتبر الإبداع المصدر الأساسي لتحقيق الميزة التنافسية في السوق و خاصة فيما يتعلق بتطوير منتجات جديدة أو إدخال تحسينات على المنتجات الحالية؛
- ❖ يساعد الإبداع المؤسسات على تأسيس نقاط انطلاق جديدة؛
- ❖ القدرة على التكيف مع الظروف المحيطة؛
- ❖ خلق المناخ الملائم الذي يمكن من تطوير منتجات جديدة لإشباع حاجات و رغبات العملاء من جهة والقدرة على تحقيق أهداف النمو الذي تسعى المؤسسة إليها من جهة أخرى.

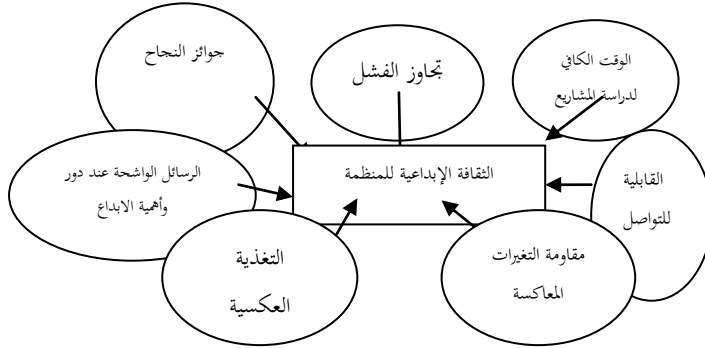
وعليه فإن الإبداع أمر حيوي و حاسم لأي مؤسسة ويجب أن يوضع على سلم أولويات الإدارة العليا وأن يحظى بالدعم الكامل منها، وعلى المؤسسة الاقتصادية أن تعتمد على الإبداع لدعم قدراتها الفنية باستمرار لمواجهة التغيرات البيئية والتي قد تؤثر سلبا على قدرتها التنافسية، كما يجب عليها أن تعتمد على إستراتيجية البحث والتطوير، فعملية البحث والتطوير تشير إلى الجهود العلمية والبحثية التي تقود في النهاية إلى تحسينات وإبداعات في مخرجات المؤسسة، إذ تهدف إلى التقليل من تكلفة العمليات وزيادة العوائد المالية بكفاءة أكثر أي أن الإبداع يساهم في رفع أرباح المؤسسة وحصصها السوقية، ويمكنها من الصمود أمام المؤسسات الكبيرة. يعتبر موضوع ثقافة المؤسسة من المواضيع الجديدة في الفكر الإداري والتنظيمي خصوصا في ممارسات إدارة الموارد الدقيقة وغير منهجية فهي التي شاعت فيها ظواهر سلبية انعكست فيما بعد على هذه المؤسسات.

وتعبر الثقافة الإبداعية عن مجموعة من القيم المشتركة لدى أفراد المنظمة وتحكم سلوكهم وعلاقاتهم وتفاعلهم مع بعضهم البعض، ومع العملاء والموردين وغيرهم من الأطراف خارج المنظمة، ومن خلال يمكن تحقيق الكفاءة و الفعالية وتحقيق ميزة تنافسية للمنظمة، أو هي مجموعة من القيم المشتركة التي تحكم تفاعلات أفراد المنظمة فيما بينهم ومع الأطراف ذوي العلاقة خارج المنظمة²³.

إن ثقافة المؤسسة تمثل الإطار العام لتصرفات وسلوكيات أعضائها، وتؤثر على أدائها وخلق الإبداعات بها، وتتركز على احتياجات العاملين والنظر إليهم كأعضاء في أسرة واحدة، يستوجب الاهتمام بها وإيجاد القيم والأهداف المشتركة بينهم ترسيخ معايير أداء متميزة وتوفر قدر الاحترام وإتاحة المجال لهم للمشاركة، لذلك يجب على كافة

المنظمات أن تقوم بإعادة هندسة عملياتها وأعمالها ، وإعادة التنظيم وتوصيف الوظائف وتقييمها وتصنيفها بشكل صحيح وصولاً لتحقيق إدارة فعالية الابتكار والإبداع ، واكتسابها ميزة تنافسية ويتم خلق واحتضان الثقافة الإبداعية أو الابتكارية للمؤسسة.

الشكل رقم (01): عملية تكوين واحتضان الثقافة الإبداعية للمنظمة



المصدر: عزاوي اعمر، محمد عجيله، مؤسسات المعرفة وثقافة المؤسسات الاقتصادية (رؤية مستقبلية)، مجلة الباحث، العدد 04، ورقة الجزائر: جامعة قاصدي مرباح، 2006، ص 62.

يتضح من الشكل السابق أنواع الاتجاهات والأفعال والأفكار التي يمكن أن تعزز وتدعم الثقافة الابتكارية للمنظمة وتطورها، ويلاحظ الأفراد في المنظمات تتجسد نقود هذه الأفعال إلى النجاح والتفوق والتعزيز، وبذلك تنضج الثقافة الابتكارية من قبل الإدارة العليا للمنظمة من خلال دعمها العملية تطوير السلع الجديدة، والمشروعات التي تحقق المردودية والربحية.

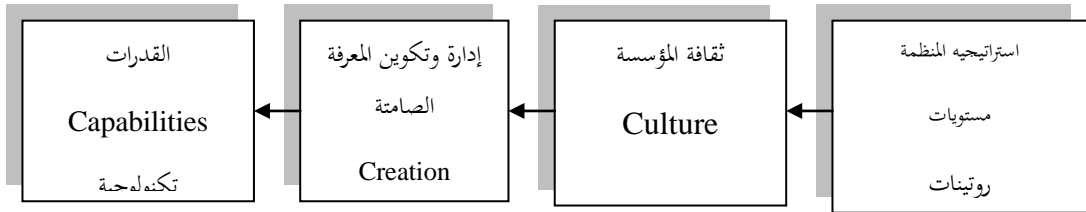
2.3. تحقيق الإبداع في المؤسسة من خلال رأسمال الذكاء:

إن الاهتمام الذي كان يركز على ضرورة تنمية الموارد المادية باعتبارها تحقق النمو وقوة المركز المالي والإنتاجي والتنافسي، فإنها وبسبب التناقض الطبيعي الذي تعرض له نتيجة التآكل والتقدم والاهتلاك بمرور الزمن، فإن الرؤية المعاصرة أبرزت ضرورة الإهتمام الخاص وبصورة استثنائية ومتزايدة بالموارد الفكرة المتاحة، التي تتمثل برأسمال الذكاء (IC). كما أن تزايد التركيز على رأسمال الذكاء أخذ يسلك طريقه إلى واقع التطبيق، نظراً لطبيعته المميزة التي تتصف بالبقاء والتراكم والنمو بانقضاء الزمن، إضافة إلى أهميته في أن يحرك قابلية المنظمة على التطور والتوسع والمنافسة وتوليد سلسلة القيمة، وكذلك أثره الملموس والمباشر في تحديد القيمة السوقية الشاملة للمؤسسة.

ونظراً لما بينته الدراسات والبحوث المتعلقة بالموارد الفكرية من أهمية إستراتيجية لتلك الموارد في التحكم بمصير ومستقبل المؤسسات بشكل عام، كما بينت الدور الأساسي الذي يساهم به كل من الإبداع أو الابتكار واكتساب مراحل مهارات التعلم التي يحصل عليها الأشخاص والمؤسسة على هذه الموارد الإستراتيجية، كما إن من أكثر المفاهيم توضيحاً للذكاء المؤسسة قد ورد في الإطار التحليلي لدراسات الفكر الإداري المعاصرة على غرار (Dutrenit 2000 و Nickols 1998)، التي استخدمت مصطلح إدارة المعرفة (KM) للتعبير عن أنواع الذكاء (المعرفة الصريحة، المعرفة القابلة للتصريح، المعرفة الصامتة) ²⁴.

وتركز إستراتيجية الإدارة داخل المؤسسة على الحفاظ وإثراء مصادر المعرفة الصامتة واستثمارها في إنجاز التغيير والابتكارات وإظهار جدارات المنظمة في مختلف الأنشطة الوظيفية، التسويقية والتكنولوجية والتشغيلية والموارد البشرية والمالية، وتؤكد على أهمية ثقافة المنظمة لتهيئة الأرضية الملائمة لإنتاج المعرفة وفق نموذج الذكاء الذي يظهر كالاتي:

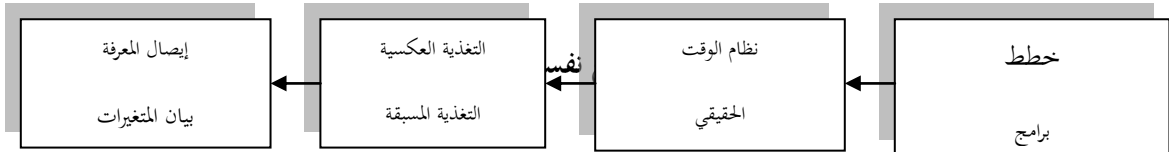
الشكل رقم (02): نموذج الذكاء الاقتصادي



المصدر: هادي رضا الصفار: مرجع سبق ذكره، ص 11.

أما النظرية الاقتصادية فقد تناولت الموارد البشرية كمفهوم للذكاء المؤسسة، إذ تركز اهتماماتها على الخبرات والمهارات والمعلومات والقدرات التي يمتلكها الأفراد في الانجاز والأداء، التي تنعكس على أهداف الوحدة الاقتصادية في تعظيم الربحية. بينما ينصرف مبدأ المعايرة إلى الأسلوب الهندسي الذي يقيس مجموعة المعارف من الإجراءات والخطوات والأساليب والكميات لعناصر المدخلات والمخرجات، وذلك بهدف ممارسة الرقابة الفعالة على الأنشطة، والتي على أساسها يمكن ترشيد اتخاذ القرارات استناداً إلى طبيعة الانحرافات الموجبة أو السالبة، فالمعيار معرفة صريحة تم اشتقاقها من معرفة قابلة للتصريح من خلال دراسة علمية وعملية تفصيلية تحليلية للعمليات التشغيلية مع تخصيص هامش مناسب للمسموحات والضياعات.

الشكل رقم (03): نموذج ذكاء المنظمة



وكنتيجة للدراسات والبحوث التي تم إجرائها فإنه يمكن تحديد ثلاث بنود رئيسية من رأسمال الذكاء في مضمون تقارير المنظمة السنوية هي:

– رأسمال الملكية: ويشمل على قيمة البنية التحتية كالبراءات والابتكار وحقوق الامتياز والأنظمة التشغيلية والمعلوماتية والأجهزة التكنولوجية والأصول الفكرية للمنظمة؛

– رأسمال البيئة: ويشمل السوق والعلامات التجارية والنوعية (Brands) والعلماء والعلاقات والإجازات والاتفاقات؛

– رأسمال بشري: ويشمل معرفة العاملين وثقافتهم والخبرات والدراسات وبرامج التطوير والتدريب والحوافز والمراتب ومختلف الاستثمارات في القوى البشرية.

ولحد الآن فإن تقييم رأسمال الذكاء من التقارير السنوية يتم على أساس عنصرين رئيسين، الأول كمي يتمثل في كلف التوظيف والتطوير وبرامج التدريب ومراتب العاملين والأعباء المالية والتعويضات والضمان والنشاط الاجتماعي، وبرامج الترويج والبحث والتأمين وغيرها من الكلف التي تنفقها المنظمة لغرض رفع مستوى ثقافتها وزيادة ذكائها.

3.3. الأنظمة الذكية وأمن المعلومات في المؤسسة الاقتصادية:

يعتبر أمن المعلومات من الأنظمة المعقدة التي يجب أخذها بعين الاعتبار في جميع مراحل تطوير أنظمة العمل داخل المؤسسة، وكيفية استخدامها من قبل جميع العاملين عليها، ولهذا فإن المنشآت تحتاج إلى منهجية منظمة تدعم ثبات معايير الأمن خلال جميع المراحل، وهي قائمة على أساس التنبؤ والتحليل وليس فقط على معالجة الثغرات ونقاط الضعف المحسوسة على المؤسسة، مع الأخذ بعين الاعتبار المواضيع غير التقنية في عمل المؤسسة وعاملاتها، حيث أن أمن المؤسسة تتضمن عدة قضايا متعلقة بعمليات العمل والأشخاص العاملين مثل: سياسات التدريب، الوعي الأمني، وإجراءات العمل، وغيرها من المواضيع غير التقنية.

إن تكامل عدد من تقنيات الذكاء الاقتصادي والاصطناعي مثل البيانات والشبكات العصبية الذكية والمنطق الضبابي والأنظمة الخبيرة، ومع الإجراءات التقليدية والطرق الإحصائية قد تساعد في تحليل البيانات المخزنة تدعم عمليات إدارة المعلومات واكتشاف عمليات التلاعب والتجسس، وتحسن هذه التقنيات قدرة أنظمة إدارة أمن المعلومات من ربط وتحليل الأحداث الناتجة من أنواع مختلفة من الأدوات الحديثة المستخدمة في إدارة الشبكات ومراقبتها²⁵.

4.3. واقع وتحديات الإبداع في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية:

تعمل المؤسسات الاقتصادية في الدول النامية، بما فيها المؤسسات الجزائرية، ضمن نظم اقتصادية وإدارية تقليدية لا تتناسب مع مفهوم الإبداع والابتكار ولا مع ثقافته وأهدافه، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من أهمها ما يلي:

- ✓ عدم توفر البنية التحتية اللازمة للقيام بعملية الإبداع؛
 - ✓ عدم توفر شبكة اتصالات قوية للربط بينها وبين الهيئات المسؤولة على البحث والتطوير و المؤسسات الجامعية؛
 - ✓ عدم توفر الآليات للكشف على الفرص والأفكار الجديدة ومتابعة التغيرات في أذواق المستهلكين وإمكانياتهم المادية أي تحليل السوق؛
 - ✓ عدم توفر الإمكانيات والمعلومات للقيام بتحليل المنافسة.
- وقد اهتمت الجزائر منذ الاستقلال بوضع نظام وطني للإبداع التكنولوجي الخاص بالقطاع الإنتاجي والذي يهتم باستيعاب التكنولوجيا المستوردة، ملائمتها مع المحيط الوطني، وتطويرها والإبداع فيها، ويلاحظ على هذا النظام عدة نقائص أهمها:

- قلة الاتصال بين المؤسسات الاقتصادية، وبينها وبين مراكز البحث والتطوير و المؤسسات الجامعية؛
- نظام الحوافز غير مشجع ولا يحمس الأفراد للقيام بالإبداع؛
- تركز إستراتيجية الإبداع على اكتساب الموارد والوسائل المتطورة عبر عملية الاستيراد دون الاهتمام بحل المشاكل المتعلقة بالمؤسسات الاقتصادية (الإنتاج، التكوين، الإعلام...).

إن العديد من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعيش في انغلاق و انسداد مع العالم الخارجي، والتي حان الوقت عليها لكي تعلن سهرها الإستراتيجي، وتحث موظفيها على قواعد الاحتفاظ بمناصبهم، لأن إفلاس المؤسسة هو في النهاية فقدان لمناصب عمل كثير، وذلك من خلال تكوينهم في مثل هذه الميادين الخاصة بالذكاء الاقتصادي، وفتح خلايا البحث والتطوير بالمؤسسات والارتباط مع مراكز البحث، المعاهد والجامعات الأمر الذي نراه غائبا، فكلا من الجامعة مثلا والمؤسسة غير مشتركان في مشروع بحث جدي يمكن أن يكون له مردوديته من جميع النواحي سواء بالنسبة لسمعة الجامعة الجزائرية، أو بالنسبة للتجديد، الإبداع والابتكار، وهي كلها أمور أصبحت تتطلبها نوايس العولمة والبقاء المستمر في مسرح المنافسة القوية²⁶.

الخاتمة:

تحرص كل المؤسسات على توفير متطلبات استقرارها وتقدمها وتدعيم قدراتها التنافسية، بما يمكنها من إنجاز خططها وتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية، إلا أن واقع المؤسسات خاصة بالدول النامية يشير إلى أن مستوى نجاح هذه المنظمات في تحقيق ذلك لم يصل بعد إلى المستوى المنشود، ويعد الإبداع والابتكار والتفكير الإبداعي الاستراتيجي، بما ينتجه من توجهات وخطط إستراتيجية الأداة المهنية الأساسية لتحديد مسار المؤسسة وتحسين قدرتها على مواجهة التغيرات العالمية الراهنة، التي تمتاز باشتداد المنافسة على احتكار الأسواق وفق آليات وأنظمة

ذكية (الذكاء الاقتصادي) تستعمل المعلومة كأساس لتحركها، ورسم خططها المستقبلية، ومن خلال دراستنا هذه توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن الإبداع أساسا محوريا، لكل مؤسسة تسعى إلى كسب ميزة تنافسية مستدامة في ظل بيئة متغيرة باستمرار؛
- إن تطبيق الذكاء الاقتصادي على مستوى الدولة لا يعني بالضرورة تطبيق إجراءات حمائية للاقتصاد فيمكن اعتباره دعم لمعرفة الأسواق الدولية خاصة فيما يتعلق بانتقال المعلومات و توفير المعلومة الاقتصادية.
- إن الذكاء الاقتصادي من أهم أنظمة إدارة المعلومات المتعلقة بالبيئة الخارجية للمؤسسة، وتوظيفها بطريقة ذكية تكسبها ميزة تنافسية؛
- يساعد الذكاء الاقتصادي المؤسسات الاقتصادية على مواجهة تحديات العولمة عن طريق تأهيلها، كما انه يضمن تنافسيتها وطنيا وعالميا، ومنه ضمان تنافسية الدولة، تطور الاقتصاد الوطني والحفاظ على الأمن الاقتصادي.
- يمكن تبني العمل بآليات الذكاء الاقتصادي من خلال إنشاء مؤسسات مبدعة بالميدان الاقتصادي، كتحفيزها على الإبداع والتنوع في منتجاتها، إنشاء النصوص التنظيمية والتشريعية الحاتة على العمل بالمقاييس والمتطلبات الاقتصادية والتنافسية الراهنة.

المراجع والهوامش:

¹Nicolas Moinet, **Petite histoire de l'Intelligence économique : une innovation à la française**, Paris, L'harmattan ,2010 ,p17.

* مسؤول كبير في شؤون الذكاء الاقتصادي للأمانة العامة للدفاع الوطني SGDN.

²François JAKOBIAK, **L'intelligence économique**, Levier de compétitivité et d'innovation pour l'entreprise sur le site : www.lyon-ville-entrepreneuriat.org

³A. Bloch , **L'intelligence économique** , Economica , Paris ,1996 ,P. 10.

⁴ تير رضا، دور الذكاء الاقتصادي في إرساء آليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير: واقعه وآفاقه في الجزائر، جامعة الجزائر، 2007، ص 10.

⁵ جمال الدين سحنون، فاضل عبد القادر، **الذكاء الاقتصادي وأمن الدولة**، الملتقى الدولي حول "متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية"، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر يومي 17 و18 أبريل 2006.

⁶ تير رضا، مرجع سابق، ص 03.

⁷ - عبد الرحمن بن عنتر: دور الدولة في تفعيل استراتيجية الذكاء الاقتصادي في الجزائر، المؤتمر العربي الخامس للمعلوماتية والشبكات، المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، الرباط، المملكة المغربية، أيام 20-22 ديسمبر 2011، ص 04.

⁸ - المرجع نفسه، ص 05.

⁹ - جمال خير الله: **الإبداع الإداري**، القاهرة، مصر: مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى، 2009، ص 16.

- 10 - مأمون ندم عكروش، سهير ندم عكروش، تطوير المنتجات الجديدة (مدخل استراتيجي متكامل وعصري)، عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2004، ص 10.
- 11 - محمد نايف محمود، أنمار أمين حاجي: المتغيرات المؤثرة على الابداع في ظل الاقتصاد المعرفي (دراسة في عينة من الدول)، المؤتمر العلمي الدولي العاشر حول الريادية في مجتمع المعرفة، جامعة الزيتونة، الأردن، أيام 26-29 أبريل 2010، ص 02.
- 12 - نيجل كينج ونيل أندرسون: إدارة أنشطة الابتكار والتغيير، الرياض، المملكة العربية السعودية: دار المريخ للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2004، ص 21.
- 13 - بيتر لبيتر كوك: إدارة الإبداع (مهارات الإدارة للمحترفين)، ترجمة خالد العامري، القاهرة، مصر: دار الفاروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007، ص 66.
- 14 - جمال خير الله، مرجع سابق، ص 17.
- 15 - المرجع نفسه، ص 18، 19.
- 16 - إنتصار بنت سالم حسن صيان: العلاقة بين الانتماء والتفكير الابداعي (الابتكاري) لدى الموهوبات ذوات التفكير الابداعي، المؤتمر العلمي الاقليمي للموهبة، كلية التربية للبنات، جدة، المملكة العربية السعودية، خلال الفترة 26-30 أوت 2006، ص 1301.
- 17 - المرجع نفسه، نفس الصفحة.
- 18 - المرجع نفسه، ص 1305.
- 19 - نعمه عباس خضير الحفاجي: مواهب العقل الأسطوري منبع استراتيجية المعرفة، المؤتمر العلمي الدولي الخامس اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، جامعة الزيتونة، الأردن، أيام 27-29 أبريل 2005، ص 02.
- 20 - محمد علي هاني: البناء الاستراتيجي لمنظومة الابداع الوطني (دراسة في النموذج العراقي)، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة St.Clements العالمية، العراق، 2007، ص 29.
- 21 - المرجع نفسه، ص 30.
- 22 - مأمون ندم عكروش، سهير ندم عكروش: مرجع سابق، ص 05.
- 23 - عمر عزاوي، محمد عجيلة، مؤسسات المعرفة وثقافة المؤسسات الاقتصادية (رؤية مستقبلية)، مجلة الباحث، العدد 04، ورقلة الجزائر: جامعة قاصدي مرباح، 2006، ص 61.
- 24 - هادي رضا الصنار: نظرة في تقييم رأسمال الذكاء، المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، جامعة الزيتونة، الأردن، أيام 27-29 أبريل 2005، ص 11.
- 25 - فهد عبد العزيز محمد سعيد: دور الأنظمة الذكية في إدارة أمن المعلومات، مركز التميز لأمن المعلومات، ص 02.
- 26 - عبد الرحمن بن عنتر، مرجع سابق، ص 08.