واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر وإمكانية دمجه في البرامج التعليمية

د/ زرزار العياشي
أستاذ محاضر قسم "أ"
أ/ مداحي محمد
أستاذ مساعد قسم "أ"
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
جامعة 20 أوت 1955 – سكيكدة-الجزائر

المستخلص:

تسعى المنظمة الحديثة بصورة مستمرة إلى بلوغ الكفاءة والفعالية وتحقيق الإبداع والميزة التنافسية والمحافظة عليهما، وهذا يدفعها إلى العمل باستمرار على تطوير وتحديث أهدافها واستراتيجيتها وتطوير منتجاتها واستخدام الأدوات والأساليب والطرائق الفعالة. وتحقيقا لذلك، فإنها تسعى إلى كسب المعرفة المتجددة التي تعد الركيزة الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية، وأساسا فاعلا لعمليات الإبداع والابتكار في المنظمات الحديثة.

ويعد تطبيق أسلوب الذكاء الاقتصادي في المنظمة الحديثة من أهم وأنجع الأساليب الإدارية الحديثة، الذي يعنى بالاستغلال الأمثل للمعرفة في المنظمة بهدف تحقيق وتعزيز الإبداع كميزة تنافسية تمكنها من الاستمرار والبقاء في عالم الأعمال.

Abstract:

The new organization aims at achieving the efficiency, effectiveness, innovation and advantage competitive, by maintaining the advantage competitive. That obliges the organization to work harder and harder to develop and renew its goals and strategies and promote its products and using the new tools and styles. Thus it aims at acquiring the new knowledge that is considered as a fundamental step for advantage competitive, and basic of innovation and creativity.

The application of Economicc Intelligence in modern organization of the most important and effective modern methods of management, which means optimize tacit knowledge and explicit knowledge in organization for promoting innovation as advantage competitive to keeping going in the business world.

مقدمة:

يعتبر تسارع التغيرات الاقتصادية واختلال موازين القوى من بين العوامل التي أدت إلى ازدياد الطلب على المعلومات، حيث إن مدة حياة المنتجات تتقلص والتقنيات الحديثة تتطور بسرعة أكبر والمنافسة تزداد حدة في إطار سوق عالمية، كما أصبحت المعلومة تدخل في صميم الحياة اليومية والشخصية والمهنية. فبالنسبة إلى الشركات، فإن الشيء الذي يحدث الفرق بينها وبين غيرها هو قدرتها على إدماج الأحداث الخارجية والتصدي لها وقدرتها على تلقي إشارات وتحليلها قبل غيرها. وهذه المهارات هي القيمة التنافسية لها. ولهذا، تضطر المؤسسات إلى إدماج ما يسمى بالذكاء الاقتصادي (Intelligence Economique) في استراتيجياتها، كما يعرف أيضا بالفرنسية Intelligence compétitive (الذكاء التنافسي)، أما في اللغة الإنجليزية، فيستعمل مصطلح " Business Intelligence».

ولدراسة هذا الموضوع، يمكن طرح الإشكالية التالية: **ما واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر؟ وكيف يمكن أن ندمجه في البرامج التعليمية والتكوينية؟**

وسنعالج هذه المداخلة وفق ثلاثة محاور أساسية هي:

- **المحور الأول: التأصيل النظري للذكاء الاقتصادي.**
- **المحور الثاني: واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر.**
- **المحور الثالث: التكوين في الذكاء الاقتصادي.**

المحور الأول: التأصيل النظري للذكاء الاقتصادي.

أولا: ماهية الذكاء الاقتصادي: يعتبر مصطلح الذكاء الاقتصادي من المصطلحات التي ظهرت كنتيجة لظهور اقتصاد المعرفة، وسوف نتعرض ببعض من التفصيل إلى بعض تعاريفه، نشأته، خصائصه ومراحله.

1-تعريف الذكاء الاقتصادي: أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي كان سنة 1994 من طرف Martre مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا، حيث تم تعريفه على أنه "مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة وبث المعلومة المفيدة للأعوان والمتدخلين الاقتصاديين لصياغة استراتيجياتهم".

ونظرا إلى ضرورة اعتماد مدير المنظمة لاستراتيجية تطوير منتج جديد، الاستثمار في سوق جديد، تحسين المردودية، معرفة منافسيه، أخذ القرار الصائب في الوقت المناسب... إلخ، فإن الأمر يتطلب فهم المحيط الذي يتسع ويتعقد باستمرار، ففي هذا الإطار تعتبر المعلومة مادة أولية أساسية للإدارة الجيدة للمنظمة.[1]

كما يعرف الذكاء الاقتصادي على أنه "مجموعة من الوسائل البشرية والتقنية التي يتم وضعها للوصول إلى تطور مؤسسة اقتصادية ما، ويتعداه حتى يشمل اقتصاد بلد ما.

إنّ الذكاء الاقتصادي 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 والمنتج في وقت وجيز[2]، وبالتالي فهو عامل أساسي للمنافسة.

وقد عرفه Alain Juillet المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا سنة 2005 على أنه:

« L'intelligence économique consiste en la maîtrise et la protection de l'information stratégique pour tout acteur économique. Elle a pour triple finalité la compétitivité du tissu industriel, la sécurité de l'économie et des entreprises et le renforcement de l'influence de notre pays »[3]

أي إنه: "يشتمل على السيطرة وحماية المعلومة الاستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الاقتصادي، الأمن الاقتصادي، أمن المؤسسات، تعزيز سياسة التأثير".

إن المعلومة الاستراتيجية هي: "كل المعلومات التي يمكن أن تكون ذات فائدة لمشاريع المنظمة، وتتميز هذه المعلومات بأنها تخص مجالات متعددة ولا يمكن تجزيئها– وبالاعتماد عليها بشكل متكامل–تحدد المنظمة نشاطها ومحاور تطورها".[4]

وهناك خلط كبير بينه وبين اليقظة الاقتصادية، حيث إن الخط الفاصل بين المفهومين لا يزال غير محدد بشكل واضح المعالم، وهذا بلا شك يعود إلى أن ترجمة مصطلح الذكاء من اللغة الإنجليزية حيث معناه يختلف عن معنى نفس المصطلح في اللغة الفرنسية، ففي المعاجم الإنجليزية يقصد بالذكاء) التخابر والاستخبار) وهو مختلف عن معناه في اللغة الفرنسية الذي لا يختلف معناه عنه في اللغة العربية. فعندما نقول: (Economic Intelligency) فالمقصود الاستخبار الاقتصادي.

حاليا يوجد مدخلان يتنازعان في تحديد طبيعة العلاقة بين الذكاء الاقتصادي واليقظة.

الاتجاه أو المدخل الأول: وهو يعتبر اليقظة كمرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي. وهي تهتم في مضمونها برصد محيط المؤسسة) المحيط التنافسي، التكنولوجي، التجاري، القانوني... إلخ) وهي عملية منظمة ومستمرة (متكررة)بغرض البقاء على علم بكل المستجدات في القطاع الذي تشغله المؤسسة، وتنتهي هذه العملية بتحصيل وتحليل ونشر المعلومات، أما الذكاء الاقتصادي فهو أشمل إذ يتضمن إضافة إلى نتائج العملية السابقة (اليقظة) القيام بترجمة هذه المعلومات كمؤشرات لاتخاذ القرارات الاستراتيجية والمناورات التكتيكية بما يخدم أهداف المؤسسة.

---

[1]- عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي: "**الذكاء الاقتصادي في خدمة منظمة الأعمال**"، ص:1.

[2]- مسعود ديلمي: "**الذكاء الاقتصادي والعمل الضغطي: الحروب الخفية**"، مدارات، جريدة القدس، السنة العشرون-العدد 6061 الخميس 27 تشرين الثاني (نوفمبر) 2008.

[3]- *http://www.medefparis.fr/Livre_Blanc.pdf*

[4]- عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي: "**مرجع سابق**"، ص8

الاتجاه أو المدخل الثاني: وهو عكس الاتجاه الأول، حيث يتبنى التعارض بين المفهومين، حيث يعتبر أن اليقظة الاقتصادية هي رد الفعل، أما الذكاء الاقتصادي فهو الفعل.[1]

2-التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي:[2] إن فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة، لاسيما 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، وأن المنافسة بين المدن في شمال إيطاليا والمدن في فلندا كانت بداية الهجومات التجارية والتجسس الاقتصادي وحتى التزوير.

كما ظهر مصطلح الذكاء الاقتصادي في الفكر العسكري الذي يعتمد على تحصيل المعلومة ثم تحليلها، فبريطانيا في الفترة الاستعمارية لها كانت تحصل على المعلومات عن منطقة البحر المتوسط وغير ذلك من أسراها من البندقية.

☒ أول تعريف للذكاء الاقتصادي كان في عام 1967 من طرف *Harold Wilensky*، من خلال كتاب بعنوان "*l'intelligence organisationnelle*"، فهو يعرف: "الذكاء الاقتصادي كنشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية والاستراتجية للمنطقة، التي خزنت وأنتجت في إطار قانوني من مصادر مفتوحة ".

في عام 1950 طورت اليابان نظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية والصناعة (MITI) ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية (JITRO) لإنعاش اقتصادها.

☒ في 1980 ومع عولمة الأسواق والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية، اتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات وكان لميشال بورتر، أستاذ في جامعة هارفارد، دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي.

☒ في 1990 كانت بداية ظهوره في فرنسا.

☒ في 1992 أنشأت فرنسا وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (*ADIT*) التي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية وحماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية.

☒ في 1994 نشر *Martre* تقرير بعنوان: "*l'intelligence économique et stratégie des entreprises*".

☒ في 2002 أدمج *Minefi* مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي.

3-عناصر الذكاء الاقتصادي: إن مفهوم الذكاء الاقتصادي يمكن أن نحصره في كونه سياسة عامة تحددها الدولة بمشاركة باقي المتدخلين والمتعاملين، لها محتواها ومجال تطبيقها، تتبني عملية الذكاء الاقتصادي على العناصر التالية:

3-1-سياسة التنافسية: وتعتمد على عمليات البحث والتطوير وتسمح بمسايرة المؤسسات في تعقب الفرص والحصول على الأسواق في العالم. وتتم هذه المسايرة عن طريق التعرف المشترك على الرهانات الاستراتيجية وتجميع الخبرات والمعلومات العامة والخاصة[3].

3-2- سياسة الأمن الاقتصادي: إن العلاقة بين ميدان الاستخبارات وميدان المنافسة الاقتصادية والصناعية، يعد موضوعا مشابها لفترة ما بعد الحرب الباردة، الذي نعرفه اليوم، حيث إن الخطر العسكري المباشر أصبح يتراجع ليترك المجال واسعا لمخاطر جديدة تعد غير مباشرة من بينها الخطر ضد المصالح الاقتصادية الذي أصبح يبرز بصفة خاصة، بما أن تحرير نشاطات العديد من القطاعات وتطوير التبادل الحر جعلا معظم الدول معرضة للتحركات الاقتصادية العالمية، بحيث أصبح أهم الشركاء والمنافسين يأخذون منعرجا يسميه "إدوارد لوتفاك" الجيواقتصاد، أي بعبارة أخرى تواصل الاستراتيجيات العسكرية الدبلوماسية متمثلة في وسائل اقتصادية وتجارية، عن ترجمة هذه الحساسية الجماعية لرهانات الأمن الاقتصادي أصبحت تتحدد في مفهوم "المصالح الأساسية للأمة" أي ترتيب العناصر الأساسية للطاقات الاقتصادية والعلمية للوطن.

---

[1]- جمال الدين سحنون، بلهادية عبد الله: "الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين الميزة التنافسية في الدول العربية، يومي 27_28 نوفمبر 2007، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.

[2]- *www.ces.fr/rapport/rapsec/R5052710.pdf*

[3]- تير رضا، **دور الذكاء الاقتصادي في إرساء آليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير: واقعه وآفاقه في الجزائر**، جامعة الجزائر.

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 في حماية ومتابعة مصالحها الخاصة المشروعة[1].

3-3-سياسة التأثير: وخاصة على مستوى الهيئات المعروفة بإعدادها للنظم والمعايير التي تدير الحياة الاقتصادية[2] من خلال العمل الضغطي "*Lobbying*" الذي هو التأثير على القرار السياسي والاقتصادي بشرح ضرورة وإيجابية قانون ما أو خطورته وسلبيته، ولقد أصبح العمل الضغطي يدرس في المدارس الكبرى والجامعات، حيث قامت اللجنة الأوروبية بجعله ضروريا في العملية الديمقراطية. فأسهم في فعالية القوانين المصادق عليها بعد أن تأخذ في الحسبان رأي المهنيين دون الضرر برأي الآخرين وتحديدا الحكم السياسي.[3]

وينحصر مجال الذكاء الاقتصادي خصوصا في الأسواق التي تعتبر مصدرا للقيمة المضافة، بل ويتعدى الأمر ذلك لأن تكون مصدرا للتأثير والقوة. ومن أمثلة ذلك: مشاريع الطيران والفضاء، التسلح، الطاقة، صناعة الأدوية، الجينات، الشبكات الاتصالية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال والأمن، ذلك أن هذه المشاريع لا تحكمها قاعدة السعر ونوعية المنتج والخدمات التابعة، لكن يتجاوز الأمر ذلك لأن تكون الموافقة والمساندة السياسية للدولة العامل الحاسم في الحصول عليها.

4-خصائص الذكاء الاقتصادي[4]**:** يهتم الذكاء الاقتصادي بدراسة التفاعل التكتيكي والاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنية به انطلاقا بداية من القاعدة (المستوى الداخلي للمؤسسة) مرورا بالمستويات الوسيطة (الجماعات المحلية) وصولا إلى المستويات الوطنية (الاستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز اتخاذ القرار في الدولة) ثم المستويات متعددة الجنسيات (المجمعات متعددة الجنسيات) أو الدولية (استراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة). ومن بين الخصائص الرئيسة للذكاء الاقتصادي نذكر ما يلي:

- ☒ 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.
- ☒ تشكيل جماعات الضغط والتأثير.
- ☒ إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية، الجيوسياسية.
- ☒ السرية في نشر المعلولات والحصول عليها بطريقة شرعية.

5-مراحل الذكاء الاقتصادي: إن أول مرحلة لنشاط الذكاء الاقتصادي هي تحديد الحاجة إلى المعلومة، حيازة المعلومة، معالجتها، بثها واستعمالها، ويمكننا عرض أهم مراحل الذكاء الاقتصادي في ما يلي:[5]

5-1-تحديد الحاجة إلى المعلومة: وهو أمر ليس صعبا في أغلب الحالات، فليس من الضروري توفير الوسائل الحديثة، وإنما يكفي في أغلب الحالات أن نطلب بمهارة: ما هي المعلومات التي نرغب في الحصول عليها؟ وهو ما يتطلب من المتخصصين في الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بتنظيم المنظمة.

5-2-جمع المعلومة: بمجرد تحديد الحاجة إلى المعلومة، يتم اختيار أشكال للبحث عن هذه المعلومة، وفيما يلي نذكر أهم مصادر المعلومة:

مصادر رسمية: وتحتوي أساسا على:

- ☒ الصحافة؛
- ☒ الكتب؛
- ☒ وسائل الإعلام؛
- ☒ بنوك المعطيات والأقراص المضغوطة (*CD ROM*)؛
- ☒ مصادر معلومات الرسمية.

---

[1]- جمال الدين سحنون، فاضل عبد القادر: "**الذكاء الاقتصادي وأمن الدولة، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية**"، يومي 17 و18 أفريل 2006، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، ص ص: 12-16.

[2]- تير رضا: "**مرجع سابق**".

[3]- جريدة القدس: "**مرجع سابق**".

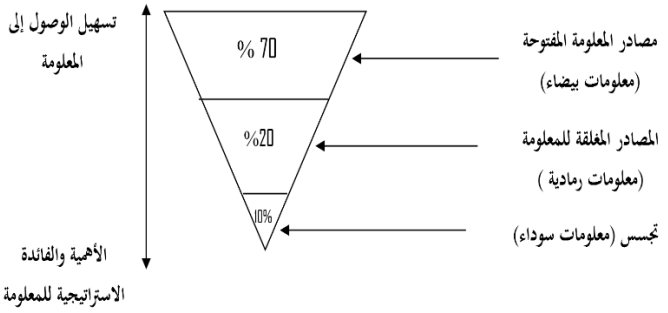
[4]- تير رضا: "**مرجع سابق**".

[5]- عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي: "**مرجع سابق**"، ص ص:8-10.

مصادر غير رسمية: إن أهم ما يميز هذه المصادر أن المعلومات التي تقدمها تتطلب مجهودا شخصيا من الفرد الذي يريد جمع المعلومة، يجب أن يبقى على اتصال، أن ينتقل، يضيع الوقت... إلخ حتى يحصل على ذلك، وتتنوع هذه المصادر، من بينها ما يلي:

- المنافسون في حد ذاتهم؛
- الموردون؛
- مهمات وأسفار الدراسة؛
- المعارض؛
- الطلبة المتمرنون؛
- المصادر الداخلية للمنظمة.

والشكل الموالي يبين لنا مختلف مصادر المعلومات التي تحصل عليها المنظمة:



ويقصد بمصادر المعلومات المفتوحة مجموعة المنشورات الإحصائية الرسمية والصحف والبرامج الإذاعية والمنشورات التجارية، أما المصادر المغلقة للمعلومات فتمثل التقارير والبرقيات من السفارات والقنصليات... والمعلومات السوداء (السرية) التي يتم الحصول عليها من دون موافقة من حكومات أجنبية تأتي من الأقمار الصناعية، من أسرار سرقت من قبل أحد الرعايا الأجانب.[1]

يقال إنه عادة ما تكون المعلومات المتحصل عليها التي تتم معالجتها في إطار نشاطات الذكاء الاقتصادي لا تطرح أي إشكال قانوني خاص، لأن الأمر يتعلق بمعلومات مفتوحة، إلا أن هذه النظرة إلى الموضوع تعد ناقصة لأنه يجب الأخذ بعين الاعتبار حرية استعمال المعلومة (تعارض المعلومة المفتوحة مع المعلومة المغلقة أي السرية). لكن يجب الأخذ بعين الاعتبار حرية استعمال المعلومة، فمن وجهة النظر هذه توجد معلومات مفتوحة (بمعنى الدخول إليها غير محدود) من خلالها يمتلك منتجوها وأصحابها حقوقا خاصة (الحماية عن طريق حقوق التأليف، الملكية الصناعية، الحماية التعاقدية ببنود سرية) أو التي بعض استعمالاتها يمكن أن تكون محل عقوبات عن طريق تدابير قضائية خاصة، ومن ثم، فإن المعالجة غير المسموحة لأي معلومة مفتوحة يمكن عدها مساسا بإرث المؤسسة.

إن تطوير ممارسة الذكاء الاقتصادي يفرض على كل المؤسسات مضاعفة تدابير الحذر فيما يخص حماية إرثها المعلوماتي عن طريق معرفة واستعمال كل المصادر القانونية المتاحة لهذا الغرض وتسخير كل الوسائل البشرية، المعلوماتية والتنظيمية.

5-3-معالجة المعلومة: إن معالجة المعلومة هي أساس الذكاء الاقتصادي، فهذا الإجراء يعتمد أساسا على قيمة المعلومة بالنسبة إلى المستعمل، وتعني المعالجة تجميع كل المعطيات المحصل عليها من أجل تحليلها بشكل متجانس. وتعتبر ترجمة المعلومة خطوة أساسية لإجراء المعالجة. فهي تعطي صورة تحليلية، غنية لكل المعلومات التي تكون مختفية دائما في سطور الوثائق.

ونعلم أن ما يواجه أفراد المنظمة اليوم ليس نقص المعلومة وإنما كثرتها. لذلك يجب معالجة المعلومة، وهو ما يتطلب العمليات التالية:

- التقييم؛
- فرز المفيد منها من غير المفيد؛
- التحليل؛
- تحويلها إلى شكل مناسب.

5-4-بث المعلومة من أجل اتخاذ القرار: إن الخطوة الموالية للخطوات الثلاث السابقة هي إعطاء قيمة لهذه المعلومة ببثها داخل المنظمة حتى تسهم في خلق قيمة مضافة.

[1]- *http://www.espionageinfo.com/Ec-Ep/Economic-Intelligence.html*

إن كل العمليات السابقة، تحديد، جمع، ومعالجة المعلومة، يكون دون فائدة إذا لم يتم بث هذه المعلومة وإيصالها إلى متخذي القرار بالمنظمة، فالمعلومة لا تكون ذات قيمة إلا إذا جاءت في الوقت المناسب وبالشكل المراد، للشخص الذي يستخدمها. تكلف المعلومة كثيرا، لذلك يجب توفيرها للذين يحتاجون إليها من أجل استخدامها.

إن بث المعلومة إذن يشكل خطوة أساسية لإجراء الذكاء الاقتصادي، بشرط أن تستخدم بذكاء وحذر. ويعتبر بث المعلومة غير كاف، بل يجب أيضا تحويل هذه المعلومات إلى فعل حتى تحقق قيمة مضافة. فالمتخصصون في الذكاء الاقتصادي يجب أن يكونوا قادرين على إقناع الآخرين بالعملية، وعلى تركيب التقنيات التي تسمح بتطبيقها في المنظمة.

فإذا لم نفهم ما هي احتياجات طالب المعلومة، فإننا نكون قد أضعنا أهم عنصر في الذكاء الاقتصادي.

إن لم يكن لدينا مصدر موثوق، فلا داعي للمواصلة، فالمصادر رديئة النوعية تؤدي إلى تشوش في المعلومات، وهو ما يعقد عمل التحليل، أما إذا كانت المصادر موثوقة فهي تسهل أكثر عمل التحليل.

- ☒ التحليل يجعل المعلومة التي نحتاجها قابلة للاستعمال.
- ☒ المعلومة التي لا يتم بثها وإعلانها لا تفيد في شيء، والتغذية الراجعة تبين لنا ما إذا كانت المعلومة قد أدت إلى تلبية رغبة المستعمل أم لا.
- ☒ يجب الاحتفاظ ببعض المعلومات السرية والاستراتيجية وحمايتها.

ثانيا: الذكاء الاقتصادي أداة للتطوير والإبداع:

1-الذكاء الاقتصادي كوسيلة حوار بين المنظمة ومحيطها:

تقود استراتيجيات التميز في المنظمة إلى طرح منتجات ذات تنافسية عالية في الأسواق، معتمدة في ذلك على المعلومة، التي تعد سلعة غير مادية تستخدم عند الحاجة، وبذلك تعد المعلومة مصدرا للأرباح، وضمانا لاستمرار وبقاء المنظمة.

فللحفاظ على الميزة التنافسية بين منافسيها، ينبغي على المنظمة أن تكون سباقة في الحصول على المعلومات والإشارات التي تسمح لها بالتنبؤ بالاحتياجات، ورد فعل السوق، مثلا: إطلاق منتج جديد، التغير في التشريعات، اكتشاف بعض التطورات والتكنولوجيات الجديدة... إلخ.

فتطور الذكاء الاقتصادي يعتبر أقوى وسيلة معرفة تحت تصرف المنظمة، كما أن تطبيقه بطريقة غير مباشرة بواسطة خلية متكاملة أو بواسطة متخصصين، يعتبر عاملا لتطوير إدارة المعلومة، وتدفقها داخل المنظمة.

2-المعلومة **والإبداع:** لقد اهتمت النظرية الاقتصادية بالتطور التكنولوجي والإبداع كأهم العوامل اللازمة لتنافسية منظمات الأعمال، وأثار موضوع الإبداع العديد من النقاشات منذ أكثر من ثلاثين سنة، حيث ظهر بصورة جديدة وكان محل اهتمام نظريات الإدارة وحتى علم اجتماع المنظمات، وكذا التحليل الاقتصادي والاستراتيجي.

بصفة عامة، يمكن تحديد عنصرين أساسين للإبداع هما: محتواه التكنولوجي من جهة، وخصائصه الإبداعية من جهة أخرى، ويمكن تصنيف الإبداع كما يلي:

الشكل رقم 02: التصنيف التقليدي للإبداع.
إدراك المنتج (التطور التكنولوجي)

إدراك المستهلك (التطور الإدراكي)	ضعيف	ضعيف	قوي
		إبداع إضافي	إبداع تقني (تعديل في الهيكل الداخلي)
	قوي	إبداع اجتماعي تعديل في التطبيقات	إبداع جذري تغيير كامل

المصدر: *A.* Bloch , L'intelligence économique , Economica , Paris , 1996 ,P. 27

منه يمكن القول إن أهم أنواع الإبداع:

الإبداع الإضافي: ولقد وجد هذا النوع ليضع خطوة إضافية في تطور المنتج، حيث يحدث تطور لدى المستعملين.

الإبداع التقني: لا يظهر مباشرة على المنتج بحد ذاته (إدراك المستهلك ضعيف)، وإنما يمثل تقدما للمنتج (ربح الوقت، الاقتصاد... إلخ).

الإبداع الاجتماعي: ويتميز بمحتواه التكنولوجي الضعيف، والتغير في سلوك الاستهلاك و/أو الاستعمال في نفس الوقت.

الإبداع الجذري: وهو إبداع ذو محتوى تكنولوجي قوي، كما يتميز بتغير جذري في سلوك الاستهلاك والاستخدام. [1]

3-الإدارة الاستراتيجية للمعلومة أداة مميزة للإبداع:

لقد أظهرت التطورات الحديثة للأعمال المرتبطة بالإبداع، الدور المهم للمعلومة، واستغلالها الفعال في تطوير الإبداع، لذلك، فإن ضرورة أخذ واستغلال إشارات وحركات المحيط بطريقة مستمرة تبدو من الأعمال المميزة للذكاء الاقتصادي.

وغني عن البيان أن المشاريع الإبداعية تتميز بدرجة عالية من عدم التأكد (عدم التأكد من سلوك المستهلك، عدم التأكد من التطور التكنولوجي... إلخ)، من هنا يمكن القول إن الإشكالية الأساسية للنمو أو التطور الإبداعي في المنظمة تتمثل في البحث عن الطرق الكفيلة بإدارة فعالة لعدم التأكد، وذلك عن طريق إدارة المعلومات التي تعتبر من عوامل الإبداع.

وتعتبر مختلف أنواع اليقظة والذكاء الاقتصادي بمثابة وسائل مميزة لإدارة عدم التأكد والمعلومة، كما أنها تسمح بطريقة حديثة وديناميكية بتحديد مختلف القوى المحركة لمحيط المنظمة كشرط أساسي لتفاعلها مع هذا المحيط.

من هنا يبدو الدور المركزي للمعلومة في حركية الإبداع، وذلك من خلال مساهمتها في تكوين الذكاء الاقتصادي في المنظمة واستخدامها لأغراض التخطيط الاستراتيجي. [2]

المحور الثاني: واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر.

أولا: نظرة تشخيصية على أنظمة البحث والتطوير:

تهتم كافة البلدان بنشاط البحث والتطوير وتخصص من أجل ذلك ميزانيات معتبرة من خلال وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ومراكز البحث المختلفة المعنية بالتطوير التكنولوجي.

كما يعتبر ضعف التكامل بين قطاعي الصناعة والبحث العلمي الذي يشهده العالم العربي بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة من أهم معوقات التنمية التي يجب التصدي لها وإيجاد الإجراءات العلمية لتداركها.

وقد أسهمت عوامل أخرى في مدى التأخر التكنولوجي، كتقلص منح الطلبة للدراسة في الخارج وبخاصة في دول أوروبا من سنة إلى سنة، وكذلك تناقص المنح الأوربية الموجهة إلى الطلبة الأجانب. وبروز أزمة في أنظمة التعليم والتكوين وعدم قدرتها على إعادة إنتاج الكفاءات في الميادين العلمية والتقنية. أما مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال فلم يعرف تطورا ملحوظا رغم اعتباره كمعيار لتحديد القدرة التنافسية على المستوى الدولي.

وبهدف تدارك الدفع، تم إعداد برنامج متكامل يسمى بالمخطط الخماسي (1999-2000) الذي حدد الإطار التنظيمي والمؤسساتي للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي. ومن أجل متابعة أحسن لتطبيق هذا المخطط، تم تعيين الوزير المنتدب للبحث العلمي لدى وزارة التعليم العالي في أوت 2000. ويهدف هذا المخطط إلى ما يلي:

- ضمان ترقية البحث والتطوير.
- دعم القواعد التكنولوجية للبحث والتطوير.
- رد الاعتبار لوظيفة البحث.
- دعم تحويل البحث لكل الأنشطة المتعلقة بالبحث والتطوير.

وقد واصلت الحكومة عملها بإصدار عدد من المراسيم التنفيذية بغرض تحديد المهام والأهداف ومنها: [3]

- المرسوم التنفيذي 99 -243 المؤرخ في 11 أكتوبر 1999 الذي يحدد تنظيم وإدارة المكاتب الفرعية للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي.
- المرسوم التنفيذي 99-256 المؤرخ في 31 أكتوبر 1999 الذي يحدد قواعد إنشاء وتنظيم إدارة المخابر البحثية.

[1]- *A. Bloch، op. cit، PP.27-28.*

[2]- *Ibid، P .30.*

[3]- عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي: "**مرجع سابق**"، ص ص:8-10.

- المرسوم التنفيذي 99-257 المؤرخ في 16 نوفمبر 1999 الذي يحدد قواعد إنشاء وتنظيم وإدارة المؤسسة العمومية ذات الطابع العلمي التكنولوجي.
- المرسوم التنفيذي 99-258 المؤرخ في 16 نوفمبر 1999 الذي يحدد كيفيات ممارسة المراقبة المالية على المؤسسات ذات الطابع العالي، والمهني، والمؤسسة العمومية ذات الطابع العلمي والتكنولوجي ومختلف وحدات البحث.

بالإضافة إلى ذلك، تم إنشاء صندوق للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي خصص له سنويا مبلغ 5 مليارات دينار جزائري (نحو 71 مليون دولار)، خاص بإدارة مخابر ومراكز ووحدات البحث المختلفة[1] .

ثانيا: الجهود المبذولة في مجال الذكاء الاقتصادي:
عملت الجزائر منذ الاستقلال على البناء التدريجي لما يسمى بالنظام الوطني للمعلومات الاقتصادية وذلك لتلبية متطلبات كافة الأعوان الاقتصاديين من المعلومات ذات النوعية المطلوبة وفي الآجال المحددة.

1-تعريف النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية: هو عبارة عن مجموعة مركبة من أنظمة معلومات فرعية، مستقلة ومنظمة، الهدف منها تزويد المستخدمين بالمعلومات المطلوبة في الوقت المناسب، وكذا دعم اتخاذ القرار على مختلف المستويات (كلي وجزئي)، وبالتالي، فإن كل نظام فرعي من هذه الأنظمة مصمم بحيث يلبي احتياجات مجموعة من المستخدمين، فضلا عن تزويد الأنظمة الفرعية الأخرى، حيث إن كل نظام فرعي يستفيد من مخرجات الأنظمة الأخرى. [2]

2-مكونات النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية:
بالنظر إلى تعريف النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية نجد أنه يتكون من مجموعة من المراكز والهيئات، التي يمكن تقسيمها وتبويبها على النحو التالي:

أ-نظام المعلومات الإحصائية: حيث يعتبر النواة الأساسية التي يمكن من خلالها تجسيد النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية، وهذا النظام هو عبارة عن "مجموعة من عمليات جمع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات المرتبطة بمجال معين، يعتبر كأداة لاتخاذ القرار"، وهذه العمليات تأخذ الشكل الرقمي للمعلومات المجمعة أو المنشورة، وأبرز الهيئات الممثلة لهذا النظام:

- المراكز الوطنية للإحصاء؛
- المراكز الفرعية التابعة إلى المركز الوطني للإحصاء أو التابعة إلى الوزارات؛
- البنوك المركزية؛
- المراكز المتخصصة الأهلية (الخاصة)؛

ب- نظام المعلومات المحاسبية: ويعنى هذا النظام أساسا بالمعلومات المتعلقة بنشاط الأعوان الاقتصاديين خلال الدورة المالية، التي يصدر عنها كم من المعلومات يمكن تجميعها وتحليلها وتخزينها، ومن ثم نشرها، ليتسنى للمهتمين بها الاستفادة منها، ويعتبر نظام المحاسبة الوطنية جوهر هذا النظام، الذي هو عبارة عن "أداة للملاحظة وتحليل للحياة الاقتصادية في آن واحد، ويرمي إلى معرفة مجموع القنوات الاقتصادية وارتباطاتها، ويسمح بتكميم وتسجيل كل العمليات ذات الطابع الاقتصادي التي تمت خلال فترة زمنية معينة في بلد معين، كل ذلك في إطار محاسبي مشترك ودقيق.

ويمكن أن يمثل هذا النظام كل من:

- الجهات الجبائية التي تحصل على المعلومات من خلال ما يخوله لها القانون من إلزامية التصريح المحاسبي بالنسبة إلى المؤسسات؛
- المؤسسات المالية (البنوك، مراكز التأمين، صناديق الضمان الاجتماعي، إلخ)، وما تشترطه من معلومات للتعامل مع أي مؤسسة؛
- المؤسسات الاقتصادية (الخاصة والعمومية)، التي تملك نشرات خاصة بها يمكن أن تصدرها دوريا

[1]- تير رضا: "**مرجع سابق**"، ص ص:10-11.

[2]- رحيم حسين، دريس يحي: "**أممية إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية في دعم وتأميل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حالة الجزائر)**"، الملتقى الدولي: متطلبات تأميل المؤسسات الصغيرة المتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف-الجزائر، 17- 18أفريل2006 .

لتمكن المهتمين (مساهمين، دارسين... إلخ) من معرفة وضعياتها المالية.

ج-نظام المعلومات التسييرية: ويتضمن كل المعلومات الصادرة عن الهيئات الإدارية والمتعلقة أساسا بالقوانين واللوائح والتنظيمات الجديدة أو الامتيازات المقدمة أو الاستثناءات المعلنة، ويمكن أن يعبر عن هذا النظام كل من:

- ☒ الوزارات المعنية (المالية، السياحة، الزراعة، الصناعة... إلخ)؛
- ☒ المديريات التابعة إلى الوزارة (جهوية أو محلية)؛
- ☒ المراكز المختصة والجمعيات المهنية.

د-مراكز البحث والتوثيق: وتتمثل في مجموع المخابر المكلفة بالبحث، سواء كانت هذه المخابر مستقلة أم تابعة إلى الجامعات أو إلى المدارس العليا أو إلى المعاهد المتخصصة، كما ينطوي تحت هذا العنصر كل من المكتبات الوطنية أو المكتبات التابعة إلى الجامعات أو إلى غيرها، بالإضافة إلى كل مراكز التوثيق.

هـ-أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال: يشير مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال إلى ثلاثة مجالات فنية:

- ☒ الاتصال عن بعد؛
- ☒ الإعلام الآلي (المعلوماتية)؛
- ☒ الإلكترونيك وتقاطعاتها.

وتفاعل هذه العناصر يستوجب دعم وتطوير مجموعة من الوسائل من خطوط الهاتف، أجهزة الكومبيوتر، البرامج المعلوماتية، شبكات الإنترنت... إلخ.

وعليه، يعتبر هذا النظام المحرك الرئيس للنظام الوطني للمعلومات الاقتصادية، وذلك لما يوفره من مزايا شتى، لعل أهمها سرعة الاتصال والتوصيل (الإعلام).

وقد أدى انتقال الجزائر من نظام الاقتصاد الممركز نحو اقتصاد السوق إلى بروز عدة ضغوط على مستوى الهيئات المؤلفة لنظام المعلومات الاقتصادية. أضف إلى ذلك ظهور تكنولوجيا الإعلام والاتصال عمل على إظهار عيوب النظام السابق ونقائصه والحاجة الملحة إلى نظام ذي كفاءة عالية يأخذ بعين الاعتبار تزايد المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية وتداخلها وتفاعلها في ما بينها. الأمر الذي أدى بالسلطات العمومية إلى التفكير في إقامة نظام موجه نحو التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرارات. وقد تجسد ذلك في صدور تقرير حول النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية والاجتماعية وتحولاته شهر جوان 2004 الذي تمت مناقشته في الجلسة العلنية رقم 24 للمجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي. يعتبر هذا المجلس هيئة استشارية مستقلة تحت وصاية رئاسة الجمهورية تختص بدراسة كافة القضايا الاقتصادية والاجتماعية واقتراح الحلول اللازمة والممكنة لها.[1]

من بين العوامل المعيقة لإقامة نظام للذكاء الاقتصادي والاستراتيجي حسب هذا التقرير يمكن ذكر خمسة عوامل أساسية هي: العوامل الوسائلية والفنية، العوامل المتعلقة بالسياسات العامة، العوامل المرتبطة بنظام الحاكمية في أجهزة الدولة والمؤسسات، العوامل الثقافية وأخيرا العوامل المرتبطة بالموارد البشرية في البلاد. فعلى المستوى الثقافي، إن ما يلفت الانتباه هو إشارة التقرير إلى وجود بعض المقومات التي تميز الفرد الجزائري أثناء أدائه مهامه كالاتصال الشفوي الذي أثبت نجاعته مقابل الاتصال الكتابي، وكذا ميل هذا الفرد نحو تشكيل الفرق الصغيرة الأمر الذي يسهم في تفادي النزاعات التنظيمية ومقاومة التغيير.

وعلى مستوى الموارد البشرية، فهناك قناعة تامة بضرورة التكوين والتأهيل والمحافظة على الموارد البشرية المتاحة في مجال الذكاء الاقتصادي. كما أشار التقرير إلى ضرورة تفعيل دور نشاط البحث والتطوير في المؤسسات الاقتصادية والإدارية بما يتماشى وتحسين تنافسيتها داخليا وخارجيا.

وقد أوصى المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي في التقرير السابق بجملة من الاقتراحات تضمنت تثمين مقومات الذكاء الاقتصادي في الجزائر وإتاحة الفرصة لباقي الأعوان الاقتصاديين والاجتماعيين للمشاركة في صياغة استراتيجية وطنية لإرساء عمليات الذكاء الاقتصادي والدراسات الاستراتيجية على المدى القصير. ومن بين هذه التوصيات يمكن أن نذكر ما يلي:

☒ **دعم الشفافية والنشر:** على الإدارات العامة والمؤسسات الاقتصادية معالجة كميات البيانات الهائلة المتوفرة لديها، معالجة ذكية، واستخراج مختلف المعارف

[1]- عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي: "**مرجع سابق**"، ص ص:8-10.

الخفية التي تميز الظواهر والسلوكيات. ومن واجب هذه الهيئات العمل على نشر المعلومات التي تخص الجمهور بمختلف شرائحه بصفة هادفة واقتصادية، وتشجع التعاون بين المؤسسات وذلك للقضاء على ظواهر حجب المعلومات، واستغلالها كمصدر للسلطة. وتقع هذه المسؤولية أساسا على مشرفي المؤسسات الكبرى والمستثمرين والمساهمين والقادة الإداريين.

☒ **تطوير البرامج البيداغوجية:** من واجب الجامعات ومؤسسات التعليم العالي والتكوين المهني تطوير البرامج البيداغوجية وتحسينها وفقا لما يتطلبه محيط المؤسسات، ويراعى في ذلك انفتاح هذه البرامج للمعرفة والتعليم النوعي وفقا لما هو جار به العمل في البلدان المتقدمة من حيث الكفاءة، والغرض من ذلك هو تكريس سلوك البحث عن المعلومات وتقييمها واستخدامها أحسن استخدام. ولن يتأتى ذلك إلا باستغلال كافة فرص التعاون المتاحة بين الجامعات ومراكز التكوين المحلية والأجنبية في إطار الشراكة الأورومتوسطية (اتفاقية برشلونة 1995)، واتفاقيات الشراكة مع الاتحاد الأوربي (2001) وباقي اتفاقيات التعاون الدولية في مجال التكوين والتدريب.

☒ **تفعيل دور الغرف التجارية والمصالح الاقتصادية للدولة والجمعيات المهنية والنقابية:** تحوز هذه الهيئات كميات مهمة من المعلومات ووسائل التكوين تمكنها من لعب دور فعال في تحسين المردودية والنوعية وإعادة تأهيل أفرادها، ويضعها دورها كحلقة أساسية في سلسة الاستثمار والمقاولة في مصب اهتمام طالبي المعلومات الاقتصادية والاجتماعية والجغرافية. إلا أنه من الأساسي تحديد استراتيجية لتنسيق نشاط هذه الهيئات ودعم تدخلاتها على المستوى القومي، الإقليمي والعالمي.

☒ **شبكات البنوك والمؤسسات المالية الدولية:** تعتبر هذه المؤسسات سلاحا ذا حدين، يتمثل الحد الأول في كونها مؤسسات مهيكلة للإقليم عن طريق شبكة الوكالات التي تحوزها، ما يساعد في التكفل باحتياجات الجمهور المتعددة وتقييم الخدمات المختلفة وبناء قواعد وبنوك بيانات هائلة يمكن استخدامها في تحديد الاستراتيجيات التسويقية. أما الحد الثاني فيتمثل في قدرتها على تمويل مشاريع الذكاء الاقتصادي والشراكة فيها ودعمها ماديا، الأمر الذي يسهل دخول أسواق جديدة وكسب زبائن أقل ما يقال عنهم إنهم مربحون للمؤسسة.

☒ **هيئات دعم وتنمية الاستثمار:** عمدت الدولة إلى إنشاء وكالة لترقية دعم ومتابعة الاستثمارات بهدف تفعيل سياسة الدولة في ميدان الاستثمار سميت سابقا بوكالة دعم ومتابعة الاستثمار وانطلاقا من 2001 بالوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار وهي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية وبالاستقلالية المالية، وهي موضوعة تحت وصاية رئاسة الحكومة، وتنحصر مهمة هذه الوكالة في تقييم المشاريع واتخاذ قرار منح المنافع المنصوص عليها في قانون ترقية الاستثمارات، كما هدف المشرع من خلال إنشائها إلى تقديم المساعدة الفعلية للمستثمرين في مختلف مراحل إنجاز مشاريعهم الاستثمارية.

وتعتبر هذه الوكالة دليلا للمستثمرين من حيث توفير المعلومات الحاسمة حول فرص الاستثمار والمزايا التنافسية، وتقع على عاتقها مهمة تقديم وإرشاد المستثمرين باستخدام كافة المعلومات ذات الطابع المحلي والدولي.

☒ **المصالح الاقتصادية للدولة:** تتمثل المهمة الأساسية للمصالح الإحصائية، الجبائية والمالية والتجارية للدولة في القيام بحملات إعلامية تتميز بالجدية والاستمرارية تجاه مستخدمي المعلومات الاقتصادية والاجتماعية. كما أن كلا من الأساتذة والباحثين والصحفيين مطالبون بالمساهمة في إعداد مثل هذه النشاطات وإيصالها إلى جمهور الطلبة المتمدرسين والممارسين، إلا أن الأمر المهم هو تكوين أفراد هذه المصالح في مجال الذكاء الاقتصادي وإدارة المعرفة وأنظمة المعلومات، واستخدام الكفاءات في كافة مراحل إدارة الشؤون العامة. [1]

في سنة 2008 تم عقد ملتقى دولي حول "الحوكمة في المؤسسات والذكاء الاقتصادي"، أشار فيه وزير الصناعة وترقية الاستثمار عبد الحميد تمار إلى أن: الذكاء الاقتصادي إطار استراتيجي لتكييف السلوكات بحيث سيتم توجيه الفاعلين الاقتصاديين والإشراف عليهم وهم يتابعون مصالحهم وهكذا سيصبحون فاعلي تحويل وضعهم وكذا محيطهم الاقتصادي والاجتماعي.

[1]- تير رضا: "**مرجع سابق**"، ص ص:12-15.

كما اعتبره كآلية فعالة لتسيير المعارف ومسعى لضمان الدفاع عن طاقات المؤسسة والحفاظ عليها ورفع القدرات وحصص السوق من جهة ورفع طاقات التراث الوطني من جهة أخرى.

وطرحت في إطار هذا الملتقى فكرة إنشاء مجلس أعلى للذكاء الاقتصادي بغرض فتح سبل تجريبية جديدة لفائدة صناع القرار الحكوميين والخواص، كما ذكر الوزير أن الحكومة استحدثت مديرية عامة للذكاء الاقتصادي وللدراسات الاقتصادية ستتولى إنضاج مجموعة أفكار بشأن هيكلة ومؤدى المجلس المذكور الذي سيوضع تحت الإشراف المباشر لرئيس الجمهورية أو رئيس الحكومة، على أن يتولى مهمة تنسيق النشاطات وبين الهيئات والوسائل العمومية التي توكل إليها مهام الاستعلام الاقتصادي قصد تزويد اقتصاد البلاد بوسائل الدفاع والاستباق في سياق المنافسة الاقتصادية الدولية.

المحور الثالث: التكوين في الذكاء الاقتصادي.

لزيادة الحاجة إلى نظام الذكاء الاقتصادي سواء بالنسبة إلى المؤسسة أم الدولة فقد أصبح من الضروري تكوين متخصصين في هذا المجال، وذلك من خلال إدراج هذا الموضوع في البرامج الجامعية والقيام بدورات تكوينية، وتتباين برامج التكوين في الذكاء الاقتصادي وفقا لاستراتجيات الدول وتبعا إلى درجة تحرير السوق، ودرجة الحرية الاقتصادية، توافر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وجود البنية التحتية الخاصة بالتكوين والتعليم وتوافر الكفاءات اللازمة لذلك. إلا أنه من المتعارف عليه، أن التكوين في الذكاء الاقتصادي ليس قائما على استراتجيات التفرقة بل يخضع لاستراتجية جماعية ومتجانسة تستجيب للحاجات الحقيقية وللأعوان الاقتصاديين والاجتماعيين.

1-أهداف برنامج التكوين: يتميز الذكاء الاقتصادي بالتعقد، الأمر الذي أدى إلى عدم وجود برامج تكوين واضحة، إلا أنه من المتفق عليه من المختصين هو اعتبار عملية الذكاء الاقتصادي كمجموعة وظائف منسقة يمكن ترجمتها مباشرة إلى أهداف تكوينية هي:

- البحث ومعالجة المعلومات.
- الحماية والدفاع عن التراث الصناعي والتكنولوجي للبلاد والمؤسسات.
- المراقبة والتحكم في المحيط الاستراتجي.

كما توصل هؤلاء المختصون والخبراء إلى أن التكوين ليس قضية شخص واحد بل مجموعة من الأفراد متعددي الاهتمامات مما ينشأ نوع من التلاحم والتفاعل بينهم.

ويتطلب أن يتوفر لدى المتكون في الذكاء الاقتصادي ثلاثة أنواع من الكفاءات، وهي:

- **الذكاء المعلوماتي:** ويعكس القدرة على إدارة المعلومات بصفة فردية وشخصية، وتعتبر المهارات المكتسبة على مستوى المؤسسة ممهدا لبناء ثقافة معلوماتية جيدة.
- **الذكاء العملياتي**: ويقصد به القدرة على إدارة المعلومات العملياتية في إطار محيط تنافسي وتخص هذه المعلومات كافة حلقات سلسة الإنتاج انطلاقا من تصميم المنتج أو الخدمة مرورا بالإنتاج المادي إلى بلوغ مرحلة النوعية والتسويق، ويعتبر هذا النوع الأكثر تكيفا ومتطلبات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستويين المحلي والإقليمي.
- **الذكاء الاستراتجي**: ويتعلق بإدارة المعلومة الاستراتجية للتأثير في المحيط، ويجد هذا النوع من الذكاء مجالا لتطبيقه في إطار المؤسسات الكبرى والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات التوجه الدولي.

2-محاور برنامج التكوين: يضم برنامج التكوين أربعة محاور أساسية هي على التوالي:

2-1-التنافسية والمحيط الدولي: يتوجب على الطالب (المتكون) معرفة عدة مفاهيم هي عولمة الاقتصاد وتنافسية الدول، اقتصاد المعلومات والمعارف، تحديد الفرص التي يتيحها الذكاء الاقتصادي للمؤسسة أو الدولة وكذا التهديدات التي يمكن أن يفرزها لهذه المجموعات (مفهوم الأمن الاقتصادي).

2-2-إدارة المعلومات والمعارف: يجب على المتكون التعرف والتعبير على احتياجات المؤسسة في مجال المعلومات، التحكم في حلقات الاستعلام، كما يجب أن يحتوي برنامج التكوين على إدارة جمع المعلومات، استغلال واستخدام المعلومات وإدارة المعارف.

2-3-الحماية والدفاع عن التراث الصناعي والتكنولوجي: الهدف من هذا المحور هو تعرف المتكون على العناصر الواجب حمايتها داخل وخارج المؤسسة (التراث

المعلوماتي) وذلك للحفاظ على ممتلكات المؤسسة أو الدولة التي أصبحت تتجه نحو اللامادية (الملكية الفكرية والصناعية)، وبالتالي يجب تكوين الطالب أيضا في كيفية تقييم وإدارة أي نوع من الأزمات الناجمة عن التهديدات العديدة التي قد يتعرض لها تراث المؤسسة أو الدولة.

3-4-التأثير والتأثير المضاد: يحتوي هذا المحور على استراتجية التأثير والتأثير المضاد، الاستخدام الهجومي والدفاعي للمعلومات والمعارف من أجل أن يكون المتكون قادرا على التصدي للهجمات المعلوماتية وتجنب الوقوع في حالات عدم الاستقرار بسبب المنافسين، باقي الدول أو منظمات المجتمع المدني.

3-مراقبة المعارف والتوجيه المهني: في نهاية مرحلة التكوين يتم تقييم كفاءة الطالب بناء على نتائجهم في الامتحانات ومراقبة المعارف الكلاسيكية بالإضافة إلى العمل قدر المستطاع على تقييم الأعمال الفردية والجماعية للطلاب والمنجزة خلال فترة الدراسة والتحصيل.

في مجال الذكاء الاقتصادي، تعتبر المعرفة الجيدة للأعوان الاقتصاديين أثرا حاسما في التعلم وعليه يتوجب على الطلاب إنجاز أعمال خلال تربص أو تدريب على الأقل في مؤسسة أو إدارة معينة، وذلك في إطار مسارهم الدراسي.

وتعطي دول مثل بلجيكا وهولندا وأستراليا ونيوزيلندا قيمة كبيرة لرحلات تكوين الشباب، إذ يلحون على الطالب الذي أنهى دراسته أن يعيش سنة في الخارج قصد اكتساب تجارب في معرفة طرق التسيير والمناخ الاجتماعي، أما فرنسا فتسهل على الشاب الذي درس في الخارج خاصة بريطانيا والولايات المتحدة وكندا الحصول على وظيفة بامتيازات كبيرة أكثر من الذي يزاول دراسته ببلده.

خاتمة:

مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة الإنترنت لم يعد التحدي يتمثل في توفير المعلومة وإنما في سرعة الوصول إليها وكيفية هيكلة هذه المعلومات وتحليلها وإثرائها بحيث تساعد في معرفة الفرص والتهديدات وكيفية حل المشاكل والوقاية منها وتطوير أساليب العمل في وقت وجيز أي إنها تساعد على اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب والشكل المناسب، وبالتالي، تحقيق ميزة تنافسية، ويفترض نظام الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بأساليب إدارة المشاريع والمهارات وكذا المعرفة الجيدة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

إذ كانت مبادئ الذكاء الاقتصادي بسيطة نسبيا، فإن تصميم ووضع نظام ما له بالمنظمة يعد أمرا أقل سهولة بل خطيرا فكل ما يتعلق بالمعلومات هو مرادف لرهانات سلطة داخل المنظمة فالذي تعرف يحكم، ولا شك في أن وضع هذا النظام لإعادة النظر في ثقافة المنظمة وتقرير قوتها على التطور نحو "ثقافة المعلومات" حقيقية وهو ما يتطلب من الإدارة اعتماد وسياسة مرافقة واتصال داخلية خاصة.