ذكاء الأعمال محرك تنافسية المنظمة

– دراسة حالة الجزائر –

أ.د. مراد ناصر

nacermourad@yahoo.fr

المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر

ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة

جامعة الزيتونة الأردنية, كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

23 – 26 نيسان (إبريل 2012)

عمان – الأردن

الملخص:

تتميز بيئة المنظمة بالتعقيد و التغير و عدم التأكد ، و الذي أدى إلى زيادة الطلب على المعلومات التي أصبحت تندرج في صميم الحياة اليومية للمنظمة ، و حتى تستطيع المنظمة أن تبدع ، تنتج و تسوق فهي تحتاج إلى معلومات أكيدة ، كاملة ، و قابلة للإستعمال ، و التي تسمح لها معرفة بيئتها ، مما يقتضي تبني أسلوب تسييري قادر على مواجهة المنافسة و يضمن بقاء و نمو المنظمة ، و ذلك من خلال ذكاء الاعمال الذي يقوم على أساس التسيير الفعال للمعلومة الإقتصادية .

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور ذكاء الاعمال كمحرك لتنافسية المنظمة التي تسعى إلى التميز في ادائها و منتجاتها، بما يضمن لها البقاء في السوق ، في ظل بيئة تشهد تقلبات مستمرة.

المقدمة:

يشكل ذكاء الأعمال من أكثر المفاهيم الفكرية الرائدة الذي يكتسي إهتماما واسعا من طرف الإداريين و الباحثين في مجال تطوير و تحسين الأداء الإنتاجي و الخدمي في مختلف المنظمات، و في أوائل الثمانينات من القرن العشرين أدت الإدارة اليابانية دورا حاسما من خلال إستخدام أسلوب ذكاء الأعمال، و الذي توسع إستخدامه في كافة الميادين الإنتاجية و الخدمية . و لقد أصبح مدخل ذكاء الأعمال ضرورة ملحة للمنظمة، و ذلك لمواجهة التحديات التي تفرزها المتغيرات التكنولوجية و الإقتصادية العالمية، و التي أثرت على فاعلية المنظمة و نصيبها السوقي . في هذا المجال نطرح الإشكالية التالية :

كيف يساهم مدخل ذكاء الأعمال في تنمية القدرات التنافسية للمنظمة ؟

و لمعالجة هذه الإشكالية سنتطرق إلى العناصر التالية :

- مفهوم و خصائص ذكاء الأعمال
- مراحل ذكاء الأعمال
- دور ذكاء الأعمال في تنمية تنافسية المنظمة
- ذكاء الأعمال و مقوماته في الجزائر

أولاً: مفهوم و خصائص ذكاء الأعمال

1- تعريف ذكاء الأعمال:

يعتبر ذكاء الأعمال من المصطلحات الحديثة و التي ظهرت كنتيجة لظهور إقتصاد المعرفة ، و يمكن تعريف ذكاء الأعمال كونه مجموع الأنشطة و العمليات المترابطة الخاصة بالبحث ، المعالجة و نشر و حماية المعلومات المفيدة و الضرورية لمختلف الأعوان الإقتصاديين و هذا بصفة قانونية و شرعية [1] .

و يعمل ذكاء الأعمال على إيجاد المعلومة المفيدة بأفضل تكلفة ليتم تحليلها و وضعها تحت تصرف المنظمة في الوقت المناسب ، لذلك يشكل عامل أساسي للمنافسة [2] .

و يرتكز تعريف ذكاء الأعمال على العناصر الأساسية التالية : [3]

- حيازة ، معالجة و بث المعلومة
- إنتاج المعلومة
- المعلومة المفيدة و الملائمة

و يوجد إختلاف بين اليقظة و ذكاء الأعمال بحيث يمكن تعريف اليقظة على أنها عملية البحث الإرادي عن المعلومات الخاصة بالمحيط الخارجي، و هذا بشكل جماعي و مستمر قصد الحصول على فرص للصفقات و تخفيض المخاطر و عدم التأكد ، حتى تتمكن المنظمة من الإستجابة السريعة في الوقت المناسب و بصفة تلائم الوضع ، و حسب الإحتياجات [4] .

([1]) كاريش صليحة ، اليقظة الإستراتيجية محرك تنافسية المؤسسة الحديثة ، مجلة علوم الإقتصاد و التسيير و التجارة ، العدد 22 ، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر 3 ، 2010 ، ص 87.

([2]) F Bournois , P J Romani , L'intelligence économique et stratégique dans les entreprises française , Economica , Paris, 2000,p 2.

([3]) B. Martinet , , L'intelligence économique , deuxième édition , Edition d'organisation , Paris ,2001 , p 12.

([4]) H.Lesca. système d'information pour le management de l'entreprise , ed Megraw , 1990,p2.

و يرتكز دور اليقظة على المراقبة المنتظمة لمختلف القطاعات التي تحيط بالمنظمة من أجل متابعة تطورها و نموها، و كذلك قصد التنبؤ بالتطورات المستقبلية . و تشكل اليقظة أحد العناصر الممهدة لذكاء الأعمال ، بحيث يوجه ذكاء الأعمال لكافة عناصر المنظمة أي نظرة شاملة ، بينما نجد التخصص في اليقظة حسب الأهداف الجزئية للمنظمة ، في هذا المجال نجد يقظة تكنولوجية و التي تهتم بالأمور التكنولوجية ، اليقظة التنافسية و التي تهتم بالمنافسين ، اليقظة التجارية و التي تهتم بالعملاء و الموردين .

و لتحديد طبيعة العلاقة بين ذكاء الأعمال و اليقظة يوجد إتجاهان هما :

الاتجاه الأول : يعتبر اليقظة كمرحلة من مراحل ذكاء الاعمال وهي تهتم في مضمونها برصد محيط المنظمة (المحيط التنافسي، التكنولوجي، التجاري، القانوني...إلخ) وهي عملية منظمة ومستمرة قصد معرفة كافة المستجدات في القطاع الذي تشغله المنظمة، وتنتهي هذه العملية بتحصيل وتحليل ونشر المعلومات. أما ذكاء الأعمال فهو أشمل إذ يتضمن إضافة إلى اليقظة القيام بترجمة المعلومات كمؤشرات لاتخاذ القرارات الإستراتيجية بما يحقق أهداف المنظمة.

الاتجاه الثاني : وهو عكس الاتجاه الأول حيث يتبنى التعارض بين المفهومين إذ يعتبر اليقظة رد الفعل أما ذكاء الاعمال فهو الفعل[5].

2- خصائص ذكاء الأعمال:

يهتم ذكاء الأعمال بدراسة التفاعل التكتيكي و الإستراتيجي بين كافة مستويات النشاط إنطلاقا من المنظمة مرورا بالمستويات الوسيطة (الجماعات المحلية) وصولا إلى المستويات الوطنية (الإستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز القرار في الدولة) .

و لذكاء الأعمال عدة خصائص تتمثل فيما يلي : [6]

- الإستخدام الإستراتيجي و التكتيكي للمعلومات ذات المزايا التنافسية في إتخاد القرارات.
- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الإقتصاديين
- وجود علاقات قوية بين المنظمات ، الجامعات الإدارات المركزية و المحلية
- إدماج ممارسات تشكيل جماعات الضغط و التأثير
- إدماج المعارف العلمية ، التقنية ، الإقتصادية ، القانونية و الجيوسياسية
- إعتماد العالمية كسلم لإتخاذ القرارات
- السرية في نشر المعلومات و الحصول عليها بطريقة شرعية .

3- عناصر ذكاء الأعمال:

يرتكز ذكاء الأعمال على العناصر التالية:

أ- سياسة التنافسية:

تعتمد على عمليات البحث والتطوير وتسمح بمسايرة المنظمات في ترصد الفرص والحصول على الأسواق في العالم، وتتم هذه المسايرة عن طريق التعرف على الرهانات الإستراتيجية وتجميع الخبرات و المعلومات العامة والخاصة [7].

ب- سياسة الأمن الاقتصادي :

لقد تراجع الخطر العسكري المباشر ليترك المجال واسعا لمخاطر جديدة تعد غير مباشرة مثل الخطر ضد المصالح الاقتصادية، حيث أن تحرير نشاطات عدة قطاعات و تطوير التبادل الحر جعل معظم الدول معرضة إلى التحركات الاقتصادية العالمية، و أصبحت رهانات الأمن الاقتصادي تتحدد في مفهوم المصالح الأساسية للوطن، أي ترتيب العناصر الأساسية للطاقات الاقتصادية و العلمية للوطن ، مما يستدعي حماية المحيط الإستراتيجي للإقتصاد الوطني .

ج- سياسة التأثير :

([5]) 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 بو لعيد،الشلف.

([6]) E Ludovic , , L'intelligence économique et stratégique : les systèmes d'information au cœur de la démarche , Rapport CIGREF , 2003.

([7]) تير رضا، دور الذكاء الإقتصادي في إرساء اليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير: واقعه وافاقه في الجزائر، جامعة الجزائر، 2007، ص 3.

و ذلك على مستوى الهيئات الخاصة بإعداد النظم و المعايير التي تنظم الحياة الاقتصادية، من خلال التأثير على القرار السياسي و الاقتصادي بشرح ضرورة و إيجابية قانون ما أو خطورته وسلبيته ، فساهم في فعالية القوانين المصادق عليها بعد أن تأخذ في الحسبان رأي المهنيين و مختلف المتعاملين.

ثانياً: مراحل ذكاء الأعمال

يمر ذكاء الأعمال بعدة مراحل نلخصها فيما يلي :

1-تحديد الحاجة للمعلومة :

ليس من الضروري توفير الوسائل الحديثة ، و إنما يكفي تحديد المعلومات التي نريد الحصول عليها ، و هو ما يتطلب من المتخصصين في ذكاء الاعمال معرفة جيدة بتنظيم المنظمة .

2-جمع المعلومة :

بعد تحديد المستهدف الذي يتم التركيز عليه ، نقوم بعملية جمع المعلومات ، و ذلك من خلال عدة مصادر مثل : المنافسين ، الموردين ، وسائل الإعلام و المصادر الداخلية للمنظمة ، و تسمح هذه العملية بمعرفة جيدة لبيئة المنظمة .

و يفرض تطوير ممارسة ذكاء الاعمال على المنظمة مضاعفة تدابير الحذر فيما يخص حماية إرثها المعلوماتي ، عن طريق استعمال كافة المصادر المتاحة لهذا الغرض و تسخير كل الوسائل البشرية والمعلوماتية و التنظيمية. و يمكن تقسيم المصادر إلى مجموعتين هما : [8]

* مصادر رسمية : و تحتوي على :

- الصحافة
- الكتب
- بنوك المعطيات

* مصادر غير رسمية : و تحتوي على :

- المنافسين
- الموردين
- المعارض
- الطلبة المتمرنين

3- معالجة المعلومة :

بعد جمع المعلومات نتحصل على رصيد خام من المعلومات مما يقتضي ضرورة معالجتها ، و يشكل معالجة المعلومة أساس ذكاء الأعمال ، بحيث تجعل المعلومة التي نحتاجها قابلة للإستعمال . و يعتمد هذا الإجراء على قيمة المعلومة بالنسبة للمستعمل . تعني المعالجة تجميع كل المعطيات المحصل عليها من أجل تحليلها بشكل متجانس و الذي يعمل على ترجمة المعلومات و تقديمها في شكل تقارير أو جداول أو أشكال بيانية ، و ذلك بالتركيز على فرز و ترتيب المعلومات حسب أهميتها ، بحيث نحتفظ بالمعلومات الملائمة و التي نعتمد عليها عند إتخاد القرار.

يواجه أفراد المنظمة ليس نقص المعلومة و إنما كثرتها لذلك يجب معالجة المعلومة ، و هو ما يتطلب العمليات التالية :

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

و نشير إلى أنه إذا لم يكن لدينا مصدر موثوق ، فلا داعي للمواصلة ، فالمصادر رديئة النوعية تؤدي إلى تشوش في المعلومات ، وهو ما يعقد عملية المعالجة ، أما إذا كانت المصادر موثوقة فهي تسهل أكثر عملية المعالجة .

([8]) عبد الرزاق خليل ، أحلام بوعبدلي ، الذكاء الإقتصادي في خدمة منظمة الأعمال ، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الأغواط ، الجزائر ، 2008 ، ص 12 .

4- نشر المعلومة و اتخاذ القرار :

إن العمليات السابقة ليس لها فائدة إذا لم يتم نشر المعلومة في الوقت المناسب و إلى الشخص المناسب ، بحيث المعلومة التي لا يتم نشرها و إعلانها لا تفيد في شيء ، والتغذية العكسية تبين لنا ما إذا كانت المعلومة قد أدت إلى تلبية رغبة المستعمل أم لا.

لذلك يجب إيصال المعلومة لمتخذي القرار بالمنظمة . و يشكل نشر المعلومة خطوة أساسية لإجراء ذكاء الأعمال ، كما يجب تحويل هذه المعلومات إلى فعل حتى تحقق قيمة مضافة ، مما يقتضي توفير التقنيات التي تسمح بتطبيقها في المنظمة ، بالإضافة إلى تقييم و مراجعة الآثار الناجمة عن القرار المتخذ.

و لإنجاح المراحل السابقة يجب توفر مهارة عالية و منهجية سليمة تستوجب القيام بتلك المراحل بدون إنقطاع و بجدية كبيرة ، و إلا سيؤدي إلى فشل هذه العملية .

ثالثاً: دور ذكاء الأعمال في تنمية تنافسية المنظمة

يساهم ذكاء الأعمال في تحسين القدرة التنافسية للمنظمة من خلال التأثير على مؤشرات القدرة التنافسية و التي تتمثل في : الربحية، الحصة السوقية ، الإنتاجية و التكاليف ، حيث أن تحسين الجودة يؤدي إلى تخفيض الخطأ و يحول الفاقد في ساعات العمل بالنسبة للعمال و بالنسبة للآلات إلى تصنيع السلع و تقديم الخدمات بشكل أحسن، مما يؤدي إلى تخفيض التكاليف و بالتالي زيادة الإنتاجية و الذي ينعكس على تخفيض الأسعار ، و يعمل على تحسين الحصة السوقية للمنظمة و كذلك الربحية و بالتالي تحسين القدرة التنافسية للمنظمة . في هذا المجال يترتب على ذكاء الأعمال عدة مزايا تتمثل فيما يلي :

- زيادة جودة الإنتاج و الخدمات و الذي يؤدي إلى كسب رضا العميل ، و بالتالي زيادة كمية المبيعات و من تم تزداد الربحية .
- زيادة الفعالية التنظيمية بحيث يعزز ذكاء الأعمال قدرة أكبر من العمل الجماعي و تحسن الإتصالات ، و تحسن العلاقة بين الإدارة و الموظفين .
- تحقيق رضا العامل بحيث يركز ذكاء الأعمال على إحتياجات العامل ، و بالتالي معرفة ما يجب أن تقدمه له التقنيات و المواصفات التي يرغبها ، و يتحقق تبعا لذلك الإحتفاظ بالعملاء و جدب عملاء جدد ، مما يترتب عليه تقليل الخسائر في المبيعات .
- الإستعانة بالتقنيات الحديثة ، فالعامل يرغب دائما في الإستعانة بكل ما هو جديد. و يعمل ذكاء الأعمال على تقديم الجديد سواء كان ذلك في المواصفات أو التصميم أو الإنتاج .
- تقليل الخسائر حيث أن الأخذ بذكاء الأعمال يؤدي إلى الحد من خسائر العامل سواء تمثل ذلك في تكلفة الأجزاء التالفة ، تكلفة الإصلاح و تقليل الغرامات .

بالإضافة إلى ذلك يعمل ذكاء الأعمال على ما يلي : [9]

- تحقيق قدرة المنظمة في مواجهة المتغيرات المختلفة التي تواجهها .
- الحصول على حصة سوقية أكبر و الأرباح من خلال توسيع نشاطاتها .
- تعزيز القدرات التنافسية للمنظمة من خلال تحسين و جودة الخدمات و السلع المقدمة ، و السيطرة على كلفتها و أسعارها ، و توفيرها للمستهلكين في الوقت و المكان و الكمية و النوعية المناسبة .
- تفعيل دور العاملين و زيادة إهتمامهم بمختلف شؤون المنظمة و رفع معنوياتهم من خلال تحسين جوانب المناخ التنظيمي المختلفة .
- السعي المتواصل لتحسين مختلف الجوانب التنظيمية و البشرية و التكنولوجية ، مما ينعكس على الإرتقاء بالفعالية و تعزيز البقاء التنظيمي .
- مواكبة التطورات التكنولوجية المختلفة لبناء السمعة و الصورة الجيدة للمنظمة .

و من أهم المزايا التنافسية التي يحققها ذكاء الأعمال في المنظمة ما يلي : [10]

- المعرفة المعمقة للأسواق
- إكتساب موقع قوة من أجل طرح سلعها و خدماتها المبتكرة في السوق .
- الزيادة من أثر التآزر في المنظمة .
- الحصول على مورد وافر من المعارف و الخبرات

([9]) عبودي زيد منير، التنظيم الإداري : مبادئه و أساسياته ، عمان ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، 2006 ، ص 67 .

([10]) بوتين محمد ، حديد رتيبة ، اليقظة التنافسية ضرورة حتمية لتنافسية المنظمة ، مجلة علوم الإقتصاد و التسيير والتجارة ، العدد 10 ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر 3 ، 2004 ، ص ص 56-57 .

– ضمان الإستجابة الجيدة لحاجيات الزبائن
– التسيير الجيد للوقت في كل نشاطاتها
– التحسين الدائم في علاقاتها مع زبائنها و مورديها
– التحسين المستمر للسلع و الخدمات
و لزيادة فعالية ذكاء الأعمال في تحسين تنافسية المنظمة يجب توفر الشروط التالية :
– توفر إرادة قوية من طرف إدارة المنظمة ، بحيث يجب إعتبار الذكاء كوظيفة إدارية هامة في المنظمة .
– وجود إتصال داخلي جيد يسمح للمعلومة بالإنتقال داخل المنظمة في أسرع وقت ، و ذلك من خلال مختلف المستويات التنظيمية .
– توفير كافة الشروط الضرورية لترقية ذكاء الأعمال في المنظمة مثل تسخير الوقت، الوسائل الأساسية و الميزانية الملائمة .
– وجود تعاون و روح جماعية بين مختلف الموظفين لأن ذكاء الأعمال عمل جماعي و ليس فردي .

رابعاً: ذكاء الأعمال و مقوماته في الجزائر

في ظل الإقتصاد المعاصر المبني على المعرفة و التنافسية ، أصبح البحث العلمي و التطوير التكنولوجي يحتل مكانة هامة في مخططات التنمية ، بحيث التحكم في التكاليف و تحسين جودة المنتجات يرتبط بالتحكم في المعرفة العلمية .

1– تشخيص أنظمة البحث و التطوير

يكتسي البحث العلمي أهمية بالغة ، و ذلك في مختلف المجالات الإقتصادية و الإجتماعية و العسكرية و غيرها ، كما أن كافة الدول توليه إهتماما كبيرا خاصة في الدول المتقدمة ، و ذلك من خلال ما تخصصه من موارد بشرية و مالية معتبرة .

في هذا المجال يساهم البحث العلمي في التطور الإقتصادي ، حيث أن الإستثمار في عوامل الإنتاج يفسر جزء من النمو الإقتصادي ، أما الجزء الباقي يفسره البحث العلمي .

في سنة 1998 تم إصدار القانون التوجيهي رقم 98–11 المتعلق بالبحث العلمي مع إعداد البرنامج الخماسي للبحث العلمي و التطوير التكنولوجي الخاص بالفترة 1998–2002 . إن هذا الإجراء يشكل منعطفا في السياسة الوطنية للبحث العلمي و التطوير التكنولوجي بحيث لأول مرة يدرج البحث العلمي في إطار قانون برنامج مما يعكس الأهمية التي توليها الدولة للبحث العلمي و التطوير التكنولوجي ، و كذلك يعكس وجود إرادة لتكريس البحث العلمي كعامل أساسي لتحقيق التنمية الإقتصادية و الإجتماعية و الثقافية للبلاد .

و يهدف هذا البرنامج إلى ما يلي : [11]

– ترقية البحث و التطوير.
– دعم القواعد التكنولوجية للبحث و التطوير.
– رد الاعتبار لوظيفة البحث.
– دعم تحويل البحث لكل الأنشطة المتعلقة بالبحث و التطوير.

أما البرنامج الخماسي الثاني للبحث العلمي و التطوير التكنولوجي للفترة 2008–2012 خصص له غلاف مالي بقيمة 100 مليار دج ، و يسعى هذا البرنامج إدراج البحث العلمي في جميع قطاعات النشاط الإقتصادي و الإجتماعي و ذلك حتى يتم التكفل بجميع المشاكل و الإنشغالات التي تنجم عن التطورات الإقتصادية و الإجتماعية. و نشير أنه في شهر أوت 2008 تم إنشاء المديرية العامة للبحث العلمي و التطوير التكنولوجي .

رغم المجهودات المعتبرة التي بذلتها الجزائر ، إلا أنها مقارنة بالطموحات المعلنة و مقارنة بالبلدان المتقدمة لم تكن كافية ، في هذا المجال نضع الملاحظات التالية :

– ضعف الإعتمادات المالية المخصصة للبحث العلمي و التطوير التكنولوجي حيث أنها لم تتجاوز 0.2 % من الناتج المحلي الإجمالي رغم أن الأهداف المسطرة حددت ب 1%.
– بقاء تمويل البحث العلمي يقتصر على إعتمادات ميزانية الدولة فقط، دون مساهمة المؤسسات الإقتصادية في تمويل البحث العلمي .
– إن إنعكاسات حصيلة البحث العلمي على التنمية الإقتصادية و الإجتماعية ليست بالقدر المرغوب .

([11]) القانون التوجيهي رقم 98-11 المؤرخ في 22 أوت 1998 ، و المتعلق بالبحث العلمي و البرنامج الخماسي للبحث العلمي و التطوير التكنولوجي .

و لتفعيل البحث العلمي نضع الإقتراحات التالية :

– يجب ترسيخ التواصل بين مخابر و مراكز البحث العلمي من جهة و المؤسسات الإقتصادية من جهة أخرى ، و العمل على تحويل منتجات البحث إلى إستثمارات إبتكارية و تجسيدها ميدانيا .

– يجب تثمين نتائج البحث العلمي ، و ذلك بالكيفية التي تسمح بالتوصل إلى طرق جديدة تستخدمها المؤسسات بهدف تحسين تنافسيتها على المستوى المحلي و الخارجي .

– إن وضع الاليات المناسبة للدعم و تشجيع الإبتكار و الإبداع ، بالإضافة إلى إرساء سياسة حقيقية لتثمين نتائج البحث العلمي ، يجب أن تحظى من بين أولويات السلطات العمومية .

2– مقومات ذكاء الأعمال في الجزائر:

في سنة 2004 صدر تقرير حول النظام الوطني للمعلومات الإقتصادية و الإجتماعية ، و تم مناقشته من طرف المجلس الوطني الإقتصادي و الإجتماعي [12]، و الذي قدم عدة إقتراحات تضمنت تثمين مقومات ذكاء الأعمال ، و ذلك من خلال الإجراءات التالية :

أ– دعم الشفافية و النشر:

يجب معالجة كميات البيانات الهائلة المتوفرة لدى المنظمات الاقتصادية معالجة ذكية، و استخراج مختلف المعارف التي تميز الظواهر و السلوكيات. بالإضافة إلى نشر المعلومات التي تخص كافة الأفراد بصفة هادفة و اقتصادية، مع تشجيع التعاون ما بين المنظمات و ذلك للقضاء على ظواهر حجب المعلومات. وتقع هذه المسؤولية أساسا على مشرفي المنظمات الكبرى و المستثمرين و المساهمين و القادة الإداريين.

ب– تطوير البرامج البيداغوجية :

يجب على الجامعات و مراكز التكوين المهني تطوير البرامج البيداغوجية وتحسينها وفق ما يتطلبه محيط المؤسسات. مع مراعاة إنفتاح هذه البرامج للمعرفة و التعليم النوعي، قصد تكريس سلوك البحث عن المعلومات و تقييمها و استخدامها أحسن استخدام. مع ضرورة استغلال كافة فرص التعاون المتاحة بين الجامعات و مراكز التكوين المحلية و الأجنبية في إطار الشراكة و إتفاقيات التعاون الدولية.

ج– تفعيل دور الغرف التجارية و المصالح الاقتصادية للدولة و الجمعيات المهنية و النقابية:

تحوز هذه الهيئات على كميات هامة من المعلومات تمكنها من لعب دور فعال في تحسين المردودية و النوعية و إعادة تأهيل أفرادها. و تشكل حلقة أساسية في الاستثمار والمقاولة. إلا أنه يجب تحديد إستراتيجية لتنسيق نشاط هذه الهيئات ودعم تدخلاتها على المستوى الوطني، الإقليمي و العالمي.

د– شبكات البنوك و المؤسسات المالية الدولية :

تساعد هذه المؤسسات في التكفل باحتياجات الجمهور المتعددة و تقديم الخدمات و البيانات المختلفة التي يمكن استخدامها في تحديد الاستراتيجيات التسويقية. بالإضافة إلى تمويل مشاريع الذكاء الاقتصادي و الشراكة فيها و دعمها ماديا، الأمر الذي يسهل دخول أسواق جديدة وكسب ولاء الزبائن.

هـ– هيئات دعم و تنمية الاستثمار:

في سنة 2001 أنشأت الدولة الوكالة الوطنية لتنمية الإستثمار ، تنحصر مهمتها في تقييم المشاريع و منح المزايا المنصوص عليها في قانون الإستثمار. كما هدف المشرع من خلال إنشائها إلى تقديم المساعدة الفعلية للمستثمرين في مختلف مراحل إنجاز مشاريعهم الاستثمارية.

و من وجهة نظر ذكاء الأعمال، تعتبر هذه الوكالة دليلا للمستثمرين من حيث توفير المعلومات حول فرص الاستثمار و المزايا التنافسية، بالإضافة إلى إرشاد المستثمرين باستخدام كافة المعلومات ذات الطابع المحلي و الدولي.

و– المصالح الاقتصادية للدولة :

تتمثل المهمة الأساسية للمصالح الإحصائية، الجبائية و المالية و التجارية للدولة في القيام بحملات إعلامية تتميز بالجدية و الاستمرارية تجاه مستخدمي المعلومات الاقتصادية والاجتماعية. كما ان كل من الأساتذة و الباحثين و الصحفيين مطالبين بالمساهمة في إعداد مثل هذه النشاطات و إيصالها إلى جمهور الطلبة المتمدرسين و الممارسين. إلا أن الأمر المهم هو تكوين أفراد هذه المصالح في مجال الذكاء الاقتصادي و إدارة المعرفة وأنظمة المعلومات، واستخدام الكفاءات في كافة مراحل إدارة الشؤون العامة [13].

([12]) المجلس الوطني الإقتصادي و الإجتماعي ، تقرير حول : متطلبات تحول نظام المعلومات الإقتصادية و الإجتماعية ، الجزائر ، 2004 .

([13]) تير رضا ، مرجع سابق، ص15 .

الخاتمة :

في ظل العولمة و إشتداد المنافسة و التطور التكنولوجي أصبح ذكاء الأعمال من أهم إهتمامات المنظمة ، و ذلك لمواجهة مختلف التحديات التي أفرزها ذلك الوضع. و يشكل ذكاء الأعمال المنطلق الرئيسي لتحقيق التميز في أداء المنظمة ، و ذلك بالإعتماد على الإبداع و حسن إستغلال موارد المنظمة ، بالإضافة إلى دعم المشاركة و تحفيز الموارد البشرية ، و تركيز جهودها بما يساعد في تحقيق التميز .

و يسمح ذكاء الأعمال معرفة الفرص و التهديدات و معالجة المشاكل و الوقاية منها ، بالإضافة إلى تطوير أساليب العمل و إتخاذ القرارات المناسبة في الوقت الملائم. و هذا يقتضي حسن إستغلال المنظمة للوسائل التقنية الحديثة و تكنولوجيا المعلومات ، و حسن تسيير مواردها البشرية مع مرونة هيكلها التنظيمي .

يعتبر ذكاء الأعمال مدخلا أساسيا لتحسين القدرة التنافسية للمنظمة ، و ذلك من خلال مساهمته في تحسين المؤشرات الأساسية للقدرة التنافسية، و المتمثلة في التكلفة، الإنتاجية، الحصة السوقية و الربحية .

و على هذا الأساس يشكل إدارة ذكاء الأعمال من أهم الأدوات التي تستعملها المنظمة لمواجهة المنافسة خاصة في ظل التحولات التي يشهدها المحيط ، و بالتالي ضمان توسعها و بقائها في السوق .

المراجع:

1- بوتين محمد ، حديد رتيبة ، اليقظة التنافسية ضرورة حتمية لتنافسية المنظمة ، مجلة علوم الإقتصاد و التسيير و التجارة ، العدد 10 ، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر 3 ، 2004 .

2- تير رضا، دور الذكاء الإقتصادي في إرساء اليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير: واقعه وآفاقه في الجزائر، جامعة الجزائر، 2007.

3- 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 نوفمبر2007، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة حسيبة بن بولعيد،الشلف.

4- كاريش صليحة ، اليقظة الإستراتيجية محرك تنافسية المؤسسة الحديثة ، مجلة علوم الإقتصاد و التسيير و التجارة ، العدد 22 ، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر 3 ، 2010 .

5- عبد الرزاق خليل ، أحلام بوعبدلي ، الذكاء الإقتصادي في خدمة منظمة الأعمال ، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الأغواط ، الجزائر ، 2008 .

6- عبودي زيد منير، التنظيم الإداري : مبادئه و أساسياته ، عمان ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، 2006 .

7- القانون التوجيهي رقم 98-11 المؤرخ في 22 أوت 1998 ، و المتعلق بالبحث العلمي و البرنامج الخماسي للبحث العلمي و التطوير التكنولوجي .

8- المجلس الوطني الإقتصادي و الإجتماعي ، تقرير حول : متطلبات تحول نظام المعلومات الإقتصادية و الإجتماعية ، الجزائر ، 2004.

9- B. Martinet , , L'intelligence économique , deuxième édition , Edition d'organisation , Paris ,2001.

10- E. Ludovic , , L'intelligence économique et stratégique : les systèmes d'information au cœur de la démarche , Rapport CIGREF , 2003.

11- F. Bournois , P J Romani , L'intelligence économique et stratégique dans les entreprises française , Economica , Paris, 2000.

12- H.Lesca. système d'information pour le management de l'entreprise , ed Megraw , 1990.