![الوصف: Copy (2) of shaar1[1]]() وزاره التعليم العالي والبحث العلمي

 جامعة القادسية /كلية الادارة والاقتصاد

 قسم الاقتصاد

دور الذكاء الاقتصادي في تعزيز مؤشرات اقتصاد المعرفي في العراق

بحث مقدم الى

مجلس كلية الإدارة والاقتصاد جامعة القادسية وهي جزء من تطلبات نيل شهادة البكالوريوس في العلوم الاقتصادية

اعداد الطالبة

 هيلين سعد داوود

 بأشراف

 م.م علاء عباس داخل



 قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدتُّمْ فَذَرُوهُ فِي سُنبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذلِكَ سَبْعٌ شِدادٌ يَأْكُلْنَ ما قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلاَّ قَلِيلًا مِمَّا تُحْصِنُونَ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذلِكَ عامٌ فِيهِ يُغاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْصِرُونَ



 سورة يوسف

 (47-49)

الإهداء

 **لك الحمد ربي على كثرة عطائك وعظيم فضلك . لا انسى في هذه اللحظات**

**النادرة في غلاتها ان اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع :**

**الى .... من أُنزل عليه القرآن محمد ( صلى الله عليه وعلى آلة وسلم ) .... نبيي**

**إلى.... الأرض التي ارتوت بدماء الشهداء, فأنبتت حضارةً بعمق التاريخ**

 **.... وطني العراق**

**إلى.... قدوتي .... أبي**

**إلى.... من سهرت الليل لتراني أكبر .... أمي رحمها الله**

 **إلى.... من شاطرني الألم والأمل وأشعل شموع التضحية حباْ وكرامة ... اخوتي**

**إلى.... من اشرقوا ليملئوا حياتي بهجة وسرورا .... اصدقائي**

**الباحث**

**شكر وعرفان**

(( كن عالماً ... فان لم تستطع فكن متعلماً ... فان لم تستطع فأحب العلماء ... فان لم تستطع فلا تبغضهم ))

نحمد الله جلا وعلا حمداً يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه ، فقد شرح الصدر وسدد الخطى ويسر الأمر ، فلله الحمد كله واليه يعود الفضل كله ، والصلاة والسلام على اشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد صلوات الله عليه وعلى آله وصحبه أجمعين .

لا يسعني – بعد أن وفقني الله جل وعلا في اتمام هذا العمل المتواضع ، الا ان اسجد لله اعترافاً بفضله عليّ ، حامداً له نعمه ، راجياً عفوه ومغفرته وتوفيقه .

واعترافاً بذوي الفضل عليّ ، اقدم شكري وامتناني لكل من مدّ لي يد العون في سبيل اتمام هذا البحث، ويسعدني أن اسجل شكري وعرفاني بالجميل الى استاذي الفاضل المدرس المساعد علاء عباس . واتقدم بالشكر لأساتذتي قسم الاقتصاد وبالخصوص رئيس القسم الاقتصاد أ.م.د. أمل اسمر زبون

المقدمة :

 إن تسارع التغيرات الاقتصادية و اختلال موازين القوى أدى إلى ازدياد الطلب على المعلومات ، حيث أن مدة حياة المنتجات تتقلص و التقنيات الحديثة تتطور بسرعة أكبر والمنافسة تزداد حدة في إطار سوق عالمية، كما أصبحت المعلومة تدخل في صميم الحياة اليومية و الشخصية و المهنية، فبالنسبة للشركات فإن الشيء الذي يحدث الفرق بينها و بين غيرها هو قدرتها على إدماج الأحداث الخارجية و التصدي 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).

**اهمية البحث : Importance**

تتجسد اهمية البحث بحداثة موضوع الذكاء الاقتصادي وندرة الدراسات والابحاث الاقتصادية فيه العربية منها و الاجنبية حيث يعد الذكاء الاقتصادي من التطبيقات العملية الاكثر حداثة للاقتصاد المعرفي ويمكن تسليط الضوء على جانب مؤشرات اقتصاد المعرفي .

**مشكلة البحث : research problem**

بسبب الازمة الاقتصاديه التي يعيشها الاقتصاد العراقي وظاهرة عجز الاقتصاد التقليدي القائم على المورد الناضب الواحد عن تلبية متطلبات التنمية الاقتصادية المنشودة . لذا فان الفرص المتاحة للاقتصاد العراقي للخروج من ازمته الحاليه والاندماج مع متطلبات الثورة التكنولوجية الرابعة وتحقيق تنميته المنشودة والى أي مدة اخذ العراق بواقع هذا النظام ام ان فكره الذكاء الاقتصادي لم تكن حاضره في واقع المؤسسات العراقية .

**فرضية البحث : hypotheses**

تشير فرضية البحث الى ان فشل السياسات التنموية التقليدية وضعف الاداء الحكومي في مواجهة الازمة المالية الخانقة التي يعيشها الاقتصاد العراقي ، فضلا عن التوجه العالمي نحو تكثيف التكنولوجيا العالية ودخول عصر الثورة التكنولوجية الرابعة ، كان المسوغ لاعتماد الية للتحول صوب الاقتصاد المعرفي .

**اهداف البحث : objectives**

 الهدف الرئيس للبحث هو بناء منهجية حديثة لموضوعة " الذكاء الاقتصادي وربطها بمؤشرات الاقتصاد المعرفي ومؤشرات الحكومة الالكترونية في العراق وصولا الى تحقيق التنمية المنشودة.

**منهج البحث : methodology**

 استخدام الطريقه الوصفيه التحليليه فيما يتعلق بالجانب النظري فضلاً عن استخدام المنهج الاستنباطي في الرؤية المستقبلية لتكوين مشروع الذكاء الاقتصادي بالاعتماد على النماذج الدولية .

حدود البحث : الحدود المكانية : جمهورية العراق .

الحدود الزمانية : (2004-2015)

**هيكل البحث :**  قسم البحث اربعة مباحث : تناول الاول ، الذكاء الاقتصادي الاطار النظري والمفاهيمي اما المبحث الثاني تناول نماذج بعض الدول في الذكاء الاقتصادي اما المبحث الثاالث كان مؤشرات الاقتصاد المعرفي في العراق والمبحث الاخير وهو المبحث الرابع تناول الاستراتيجية المتخذة في الذكاء الاقتصادي العراقي .

المبحث الاول / الذكاء الاقتصادي الاطار النظري والمفاهيمي

**اولا. التطور التاريخي لمفهوم الذكاء الاقتصادي:**

 تزايد الاهتمام بمفهوم الذكاء الاقتصادي في نهاية عشرية الستينات من القرن الماضي بالولايات المتحدة الأمريكية وظهر أول تعريف له في سنة1967، لـWILINSKY HAROLD ، في مؤلفه الذكاء التنظيمي، وبالنسبة له فإن الذكاء الاقتصادي كمجال وسياسة للبحث عن المعلومات بهدف استخدامها في اتخاذ القرارات، يوجد منذ عدة قرون، وارتبط ذلك المفهوم أساسا بالاكتشافات الجغرافية والبحث عن المنافذ التجارية، كرحلة JEAN MANDEVILLE إلى آسيا التي دامت 34 سنة (1322-1356) والتي تم من خلالها جمع العديد من اللغات، أين استفاد من أبحاثه المكتشفين الذين تلوه، ككريستوف كولومبوس ، وفي منتصف القرن الخامس شهدت الولايات المتحدة الأمريكية هجرة واسعة للأوربيين، مما أدى بها إلى إحصاء المجتمع، باستعمال أول جهاز ميكانوغراف للقيام بأول عملية إحصاء آلية في التاريخ(1).

 أما الذكاء الاقتصادي المعاصر فوجد جوهره أثناء الحرب العالمية الثانية، لدى الأمريكيين والبريطانيين من خلال الاستعلام و الجوسسة عن تحركات العدو، وبعد الحرب تميزوا إلى جانب اليابان في هذه العملية، حيث استخدموا الذكاء الاقتصادي لدى المؤسسات وما ساعدهم على ذلك هو تطوير أنظمة المعالجة الالكترونية للمعلومات (الحاسوب)، وكذلك هو الحال بالنسبة لليابان الذي طور بعد الحرب العالمية الثانية نموذجا ذو بعد استراتيجي في التعاون ما بين المؤسسات، لترشيد وتعظيم الاستفادة من الذكاء الاقتصادي(2).

 اعتمد مفهوم الذكاء الاقتصادي أو الذكاء التنافسي في الولايات المتحدة الأمريكية على دور الإدارات العمومية في التعاون مع المؤسسات من أجل تحسين و تأمين حصولها على المعلومات ومن ثم الوصول إلى تميز وريادة المؤسسات الوطنية في الأسواق المحلية و الخارجية، وخلال عشرية الخمسينيات استخدم الذكاء الاقتصادي لتحقيق المصلحة والتميز الشخصي، وذلك بهدف التحكم في المنافسة، ومع بداية عشرية السبعينيات تم تعريف سياسة للتعاون من طرف الدولة ترتكز على اتفاقيات صارمة، و مجهودات كبيرة للدعم، كوضع القوانين التحفيزية، واستعمال الانجليزية في الأعمال الدولية، وكل ذلك كان بهدف تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات الأمريكية عن طريق تحليل المعلومات واتخاذ القرارات المناسبة، وفي هذا الإطار ركز مايكل بورتر في تحليله لمفهوم الذكاء الاقتصادي على الهدف من استخدامه، والمتمثل في تحقيق ميزة تنافسية، وذلك من خلال "إعطاء معلومة جيدة، للشخص المناسب، في أحسن وقت، من أجل اتخاذ أفضل قرار"(3)، والنتيجة هنا هي تحقيق الميزة التنافسية.

 أما في فرنسا فلقد شهد الاهتمام بمفهوم الذكاء الاقتصادي تأخرا واضحا بالمقارنة مع بعض الدول كالولايات المتحدة الأمريكية واليابان، حيث دخل الذكاء الاقتصادي حيز الاهتمام في أفريل 1992، وذلك بإنشاء الفرع الفرنسي لشركة المنافسة و الذكاء المهني، وفي سنة 1994، أسس تقرير Martre تدخل الدولة في الاهتمام بالذكاء الاقتصادي(4)، و دعى إلى وضع سياسة دعم واضحة للمؤسسات الاقتصادية لرفع قدراتها التنافسية أمام مثيلاتها، وجاء ذلك بالموازاة تماما مع بداية السلطات الفرنسية بالاهتمام بالفكر المقاولاتي لدى الشباب، وذلك من خلال تعزيز دور مؤسسات وهيئات الدعم المالي ومرافقة.

 لا يزال مفهوم الذكاء الاقتصادي في الدول العربية غير شائع الاستخدام، باستثناء الإمارات العربية المتحدة، وذلك لارتباط المفهوم بالتنافسية التي تفتقر إليها معظم مؤسسات الدول العربية لأنها مؤسسات ناقلة للتكنولوجيا بالدرجة الأولى لا منشأة لها(5).

ثانيا : مفهوم الذكاء الاقتصادي .

 **عرف مارتر هنري** الذكاء الاقتصادي حيث عد هذا التعريف بمثابة أول ظهور لمفهوم الذكاء في البيئة الفرنسية، وكان ذلك في سنة 1994، وارتكز تقرير مارتر في تحديد مفهوم الذكاء الاقتصادي على البحث عن المعلومات، معالجتها بالشكل الذي يجعلها مفيدة ومن ثم تبليغها للأطراف المسئولة عن اتخاذ القرار(6) ، أي أن الذكاء الاقتصادي هو مجموعة من الأنشطة المنسقة فيما بينها من أجل التحكم في المعلومات الاستراتيجية للمؤسسة والحفاظ على تنافسيتها.

 او هو التحكم وحماية المعلومات الإستراتيجية الملائمة لمختلف المتعاملين الاقتصاديين، وعلى اعتباره ممارسة تنظيمية، فهو منسق لليقظة الإستراتيجية، وحماية المعلومات واستخدامها في عمليات التأثير على الغير(7).

 ويعد الذكاء الاقتصادي ليس مجرد فن الملاحظة ولكنه ممارسة هجومية ودفاعية للمعلومات، والهدف منه يكمن في الربط بين العديد من المجالات لخدمة الأهداف الإستراتيجية والتكتيكية للمؤسسة، فهو أداة للربط بين سلوك المؤسسة ومعرفتها .

 وعليه فإن الذكاء الاقتصادي على اعتباره وظيفة إدارية ترتكز على حماية المعلومات الأساسية فهو بذلك يتضمن اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة واستخدامها في التأثير على الغير، وفي هذا الإطار بين JAKOBIAK ، أن الذكاء الاقتصادي هو امتداد لليقظة الإستراتيجية، لأنه يتضمن وظيفتين للمعلوماتية، وهما الحماية من كل التهديدات وعلى رأسها تهديدات المنافسين و وظيفة التأثير، كما أن الذكاء الاقتصادي من هذا المنظور هو امتداد لممارسة حب التطلع وتحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة، ومن ثم هو نتيجة للمبادرة الفردية ودعم لتكريس الفكر المقاولاتي(8).

**ثالثاً. وظائف الذكاء الاقتصادي**

 من خلال التحليل النظري لمفهوم الذكاء الاقتصادي في المنظمات، نلاحظ أنه لا يقتصر على المؤسسات الاقتصادية فحسب وإنما هو مفهوم عام ظهر واستخدم في جميع المنظمات، بل أبعد من ذلك كان أول ظهور وممارسة له من قبل هيئات وإدارات غير اقتصادية، لكن الأهداف كانت من أجل خدمة اقتصاديات الدول، كما يبرز من خلال ذلك التحليل العديد من الأبعاد المتفاعلة في ما بينها للذكاء الاقتصادي، وبالنسبة لـ LEVET، يمكن تقسيمها إلى أربعة أبعاد أساسية، وهي(9):

- التحكم في ثروة المؤسسة وذلك من خلال تعزيز قدرتها على التحكم في المعلومات المحصلة والمنشورة.

- اكتشاف كافة المخاطر، التهديدات والفرص المتاحة.

- التنسيق بين مختلف الأنشطة.

- ممارسة التأثير في الغير.

ما يلاحظ من خلال أبعاد الذكاء الاقتصادي أنها متفاعلة في ما بينها، وعلى الرغم من خصوصية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة تجاه المخاطر الناتجة بالدرجة الأولى عن حجمها الذي يعتبر كعائق أمام تبليغها للمعلومات بسبب ضعف طرق الاتصال، إلا أن الثلاثة أبعاد الأولى يمكن تحقيقها والاستفادة منها، أما البعد الرابع فهو نادر التحقيق ما عدى في المؤسسات المبتكرة أو المؤسسات سريعة التطور(10).

 يرتكز الذكاء الاقتصادي بالنسبة لـ LARIVET على الوظيفة الاستعلامية، والتي تقود بدورها إلى وظيفتي الحماية والتأثير . وعليه فإن وظائف الذكاء الاقتصادي هي(11):

* 1. **وظيفة** **الاستعلام**: تسمح وظيفة الاستعلام للمؤسسة بتوقع المخاطر والفرص المتاحة، أي أنها تساعد على تجنب و تدنية حالات عدم التأكد، ويمكن للمؤسسة أن تمارس هذه الوظيفة من خلال البحث عن أنسب طريقة للاستعلام عن المحيط والمنافسين، إذن إن وظيفة الاستعلام تسمح للمؤسسة بتغيير وضعية ودرجة عدم تماثل المعلومات بينها وبين المنافسين الآخرين.

 عرف LARIVET الوظيفة الاستعلامية على أنها إجراء من خلاله تتمكن المؤسسة من متابعة تغيرات المحيط من أجل اتخاذ القرارات التي تتماشى و أهدافها، فعلى سبيل المثال تعبر دراسة السوق عن وظيفة الاستعلام، ومن خلالها يمكن تقدير الفرص المتاحة للمؤسسة من خلال بيع المنتوج، كما يمكنها تجنب حالة عدم التأكد التي يمكن التي تطرأ على أذواق المستهلكين.

* 1. **وظيفة الحماية**، تسمى هذه الوظيفة بوظيفة تسيير الخطر المتعلق بالمعلومات، وتسمح للمؤسسة بالحفاظ على المعلومات التي حصلتها والمعلومات التي قامت بتبليغها لدى هيئة أو عون معين، وتكون الحماية على الخصوص من المنافسين؛ وعليه فإن وظيفة الحماية تحمي المؤسسة من خطر عدم تماثل المعلومات.
	2. **وظيفة التأثير:** تهدف هذه الوظيفة إلى تغيير المحيط من خلال سياسة الضغط بواسطة المعلومات، كسياسة بعض الدول كالولايات المتحدة الأمريكية في الضغط على دول أخرى عبر الهيئات الدولية (المنظمة العالمية للتجارة)، وهذه السياسة هي سياسة ضغط كلاسيكية لأنه أصبحت توجد في الوقت الحاضر سياسات ضغط حديثة، كسياسة التنسيق وسياسة الإحباط.

 ترسل المؤسسات إشارات للتنسيق مع المؤسسات التي لا ترغب في التصادم المباشر معها أو المؤسسات الشريكة.

 أما سياسة الإحباط فتطبق على المؤسسات المنافسة وتتمثل أساسا في التشويش على نظامها الاستعلامي لكي تقع في الخطأ ومن ثم تشل نشاطها، ومدى نجاح هذه السياسة في ممارسات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يكون جد ضيق لأنها تتميز غالبا بضيق السوق، والمؤسسات التي تنجح في تطبيق هذه السياسة هي المؤسسات الكبيرة والمؤسسات سريعة التطور والمبتكرة، بل العكس تماما حيث غالبا ما تمارس سياسة الإحباط ضد المؤسسات الصغيرة و المؤسسات حديثة النشأة.

**رابعاً: مراحل الذكاء الاقتصادي**

 يتضمن الذكاء الاقتصادي العديد من المراحل وهي(12):

1. تحديد احتياجات المؤسسة: تعبر هذه المرحلة عن الهدف من استخدام الذكاء الاقتصادي ، وذلك لتحديد مجال البحث عن المعلومات وتجنب اللجوء إلى كل المصادر بهدف تركيز الاهتمام وتجنب تشتيت الذهن، وفي هذا الإطار بين LARIVET أن "كثرة المعلومات تقتل المعلومات" ، أي أنه على المقاول أن يحصر مجال بحثه عن المعلومات، وذلك بهدف ترشيد وظائفه الاستعلامية، ففي الجزائر مثلا إذا أراد مقاول الاستثمار في قطاع النقل، فعليه أن يحدد بدقة مجال البحث عن المعلومات، وهي وزارة النقل، هيئات دعم ومرافقة المشاريع، المؤسسات التي تنشط في نفس القطاع.
2. جمع المعلومات: هذه المرحلة تتناسب مع اليقظة التي تحول المعلومات التي يفرزها المحيط إلى معلومات شفافة ومفيدة بالنسبة للمؤسسة، بينتHélène أنه يجب التمييز هنا بين مرحلتين ضمنيتين ، وهما مرحلة التحضير لجمع المعلومات ومرحلة الجمع، ونظرا لأهمية المرحلة الأولى أكدت أنه لا يجب تجاهلها، إذ من خلالها يتمكن المقاول من تعريف مصادر المعلومات المفيدة و نمدجة مختلف التهديدات والإنذارات(modélisation des alertes).
3. تنظيم المعلومات: تتمثل هذه المرحلة في جعل المعلومات المحصلة من طرف المؤسسة قابلة للاستخدام من طرف أي عون داخل المؤسسة. ويعتبر حجم المؤسسة عاملا جد مؤثر تنظيم المعلومات، إذ بينت دراسة للجنة الأوروبية سنة 2003، أنه كلما زاد حجم المؤسسة كلما زادت المعلومات التي يمكن توفيرها حول نشاطها
4. نشر وتبليغ المعلومات: تتعلق بتكنولوجية المعلومات، وتنظيم مسار المعلومة إلى غاية وصولها إلى مستخدمها.
5. الابتكار: تعبر هذه المرحلة عن النتيجة المستخلصة من الذكاء الاقتصادي، ووفقا لـ MC CHALUS ، هناك علاقة ارتباط قوية بين الابتكار وقدرة المؤسسة على تعظيم حصتها من السوق

 **المبحث الثاني:- نماذج بعض الدول في الذكاء الاقتصادي**

  **1: النموذج الياباني:** يتمركز الذكاء الاقتصادي في اليابان في وزارة التجارة الدولية و الصناعة (MITI) والتي يتمثل دورها الأساسي في مساعدة المؤسسات اليابانية وتوجيهها وإعلامها (الشكل 01)(13).

**شكل (20) نموذج الذكاء الاقتصادي في اليابان**

**Le monde des affaires**

**-Keidaren , Nikkeiren**

**-Sopo Shosha**

**-Structures de Business intelligence des grandes entreprises**

**-Sydicats et Associations prefessionnelles**

**(JAMA, JIRA , JISF, ELAJ,JEPIC)**

**-Brokers en information , KOSHINJO**

**Think Tanks**

**- Momura Research Institute - Sanwa Research Institute**

**-Mitsubishi Research Institute - Dentsu**

**-Japan productivity center - Institute for future Technology**

**-Japan power Information Center Japan Center for Economic**

**- Technology Transfert Institute institute Research.**

**Defintion Des Objectifs Prioritaires Du Japan**

**Japan Machinery Exporters Asdsociation**

**Economic Planning Agency**

**Conseit et Comites**

**Consultatifs**

**Japan information Center For Science and Technology (JICSI)**

**Japan Defense Aqency Attaches et Conseillers a letranger**

**Postal Research Institute**

**Agence des Science et Technology**

**JEIRO et ses bureau a Letranger**

**Naicho**

**Ministry of Posts and Telecommunications (MPI)**

**Nippon Telephone and Telegraph (NIT)**

**Bank of Tokyo**

**Ministry of Finance(MOF)**

**International Finance Information**

**Center**

**Japan Transport Economics Research Center**

**Ministry of Transport**

**Japan Center for Information and Cultural Affairs**

**PREMIER MINISTRE**

**Ministry Of Foreign Affairs (Gaimuscho)**

**Police National (service du Conter Espionnage)**

**Foreign Press Center**

**Analysis Research and Planning Bureau**

**Cabtnet Intelligence Research Office (CIRO)**

**Ministry of Industnal Trade and Industry (MITI)**

**Japan International Cooperation Agency (JICA)**

**Agence pour la Science et al Technology Industnelles (AJST)**

**Japan Patent Office**

**Japan Institute Of Intellectual Property**

**الشكل 1: النموذج الياباني للذكاء الاقتصادي**

كما يرتبط بهذه الوزارة كل من الجامعات اليابانية *(Sogo Soshas)* ، الشركات التجارية العظمى التي تمول مراكز بحث وتفكير وباحثين زائرين، المنظمات المهنية، والهيئات الإدارية ذات الطابع البحثي و العلمي. وقد أعد هذا النظام لفائدة المؤسسات وفقا لقاعدة أن الإدارة الجيدة للموارد التي تسمح بخلق القيمة تتبنى سياسة متكاملة لإيفاد المتربصين والمتدربين اليابانيين إلى الخارج، واستقبال المتدربين الأجانب ومطالبة هؤلاء بإعداد تقارير حول مهامهم. خلال سنوات إعادة الإعمار، تمكن اليابانيون من دمج البحث و التطوير عن طريق تكنولوجيات قبل أن قلدت أو سرقت. الشيء الذي حدث فعلا مع الاقتصاديات الناشئة في آسيا والصين خصوصا [6] وما يمكن استنتاجه من الشكل رقم 1 هو أن هذا النظام يقوم على الوزارة الأولى )الوزير الأول( والوزارات الاقتصادية، وعالم الأعمال الذي يساهم في تحديد الإستراتيجية العامة و الشاملة للبلاد، وأخيرا هيئات التفكير *Think Tanks* التي تساهم في تطوير البحث وإدماج التطوير والإبداع عن طريق الدراسة المقارنة و التكنولوجية. هذا وتخصص المؤسسات الاقتصادية في اليابان نحو 1.5 % من رقم أعمالها لإنفاقه في مجال الذكاء الاقتصادي.

2: **النموذج الأمريكي**:

لقد عرف المشهد الأمريكي في مجال الذكاء الاقتصادي تحولا كبيرا في عقد التسعينات من القرن السابق تبعا للعديد من التحولات الدولية من بينها حجم التنمية الاقتصادية التي حققها كل من اليابان و أوربا باعتبارهما منافسين رئيسيين للولايات المتحدة. وعلى سبيل المثال واجهت شركة " بوينغ " الأمريكية منافسة شديدة من طرف "أيرباص"، والإدارة الأمريكية للطيران والفضاء " NASA " من قبل محطة "أريان" للفضاء. وبهذا عمل الأمريكيون على إيجاد سوق رائجة للمعلومات والتي أصبحت رائدة فيما بعد. إذ تضم هذه السوق أنواعا عديدة من متعاملي المعلومات كالسماسرة، الجامعات، هيئات البحث والتفكير، المكتبات، هيئات الأمن الخاصة، الخ. أما الهدف الأساسي لعمليات الذكاء الاقتصادي في الولايات المتحدة فيتمثل في دعم التأثير وعمل جماعات الضغط لتحقيق أهداف المصلحة العامة للبلاد في الداخل كما في الخارج(14).

بالإضافة إلى ذلك، تشترك كافة الهيئات والمؤسسات في إعداد الإستراتيجية الوطنية ذات الأولوية بالنسبة للبلد، والتخطيط لتنفيذها وفقا لآليات عمل محكمة الدقة والتنسيق كما يوضحه الشكل رقم (2).

**النموذج الامريكي للذكاء الاقتصادي**

**Le monde des affaires**

-Structures intelligence Economies des grandes entreprises.

-Serveurs dinformations (Chemical Abstract Service : Dialog…)

-Syndicats et Associations professionnelles .

-Chamber de commerce et dindustrie Americana.

-Consultants(Big fiver , cabinets juridiques …)

-Brokers en information (SRI international, Technology strategic Planning inc…)

Think Tanks

- Brooking institutions - Consortium for the study

- National Research Council of Intelligence

- Rand Corporation - Economic Strategy Institute

- American Society - Economic Policy Institute

 for industrial security - Council of Compelitveness …..

**Definition des objective**

 **prioritaires des Etats –Unis**

**Agences privees de renseignements**

**Congres**

-Chambre des regresentants

-Senat

**National Security Council (NSC)**

**War rooms specialisees**

Pantagone

presidence des Etats-Unis

Maison Blanche

Central

intelligence Agency (CIA)

Department of Commerce

U.S. Irade Reperesentative

Federal Bureau of Investigation (FBI)

Department of State

Department of Tresasury

**Executive Offices :**

- Office of Science.

 and Technology Policy

-National Science

 and Technology Council

National Security Agency (NSA)

**الشكل 2: النموذج الأمريكي للذكاء الاقتصادي**

وضمن هذا الإطار، تندرج عدة أهداف فرعية منها:

* + تسهيل عملية الحصول على المعلومات ذات القيمة الاقتصادية والإستراتيجية للجميع.
	+ دعم إدماج واندماج الأقليات الإثنية وتحسين التلاحم الوطني.
	+ تقليص هدر الموارد بغرض التحكم في تكنولوجيا المعلومات، وأخيرا.
	+ إعادة التفكير في حماية الشبكة الوطنية للمعلومات.

ولتحقيق هذه الأهداف، تعمل المؤسسات في أمريكا حول المركز الرئيسي لهذا النظام وهو البيت الأبيض والمجلس الوطني (القومي) للأمن حيث يتم تشكيل ما يسمى بغرفة حرب « *war room* » خاصة بكل سوق يتم اعتبارها إستراتيجية و ذلك لجمع وتركيز وتوزيع المعلومات الخاصة بها بين الأعوان الاقتصاديون العموميين والخواص.

وما يمكن ملاحظته على النظام الأمريكي للذكاء الاقتصادي تبنيه لنشاط الوكالات الخاصة للاستعلامات مثل Pinkerton و Kroll. كما توجد هيئات مركزية أخرى المجلس الاقتصادي الوطني الذي أسس سنة 1993 و الذي يعتبر تأسيسه ثورة في مجال تقديم الدعم و الاستشارة لمختلف الهيئات.

وعلى المستوى التشريعي، تعمل الولايات المتحدة على دعم الشركات الأساسية في مجال الاستعلامات، وإصدار النصوص القانونية ذات الصلة مثل *The Statement of Administration Action* (1994) في مجال تطبيق عقوبات انفرادية على مؤسسات أجنبية أو دول تكرس نوع من المنافسة غير الشريفة والتي تلحق أضرارا بالمصالح الأمريكية. ويمكن ذكر أيضا كل من *The Trade Act* (1994) و *The Omnibus Trade* *and Competitiveness Act* (1988), وأخيرا قانون كاروسل (2000) *Caroussel* الذي يجيز لأعوان الإدارة الأمريكية تغيير قائمة المنتجات المحتمل تعرضها لإجراءات عقابية جمركية كل ستة أشهر، وذلك بهدف خلق اضطراب في أسواق الشركة أو الدولة المعاقبة.

وأخيرا، تتميز شركات الذكاء الاقتصادي والاستراتيجي الأمريكية بحجمها الضخم والممتد إلى كافة أنحاء العالم، وتستخدم طاقات مادية وبشرية هائلة. ومثال ذلك مؤسسة *Kroll Iinternational*  التى توظف ما بين 5000 إلى 6000 أجير موزعين على 60 مكتب حول العالم, وتحقق رقم أعمال يقدر بحوالي 10 ملايير دولارسنويا. تعمل هذه المؤسسة على تحليل "الخطر الاقتصادي و التجاري" بناء على العوامل الستة التالية : الاستعلامات، الأعمال و التحقيقات، التحقق من السوابق المهنية، خدمات الأمن و الحماية، أمن شبكات المعلومات، المساعدة القضائية و التحليل الاستراتيجي و التنافسي.

 **3 :النموذج الفرنسي**

على عكس النظامين السابقين، يتميز النظام الفرنسي بوجود دور قوي للحكومة في ميدان الذكاء الاقتصادي إلى جانب المؤسسات العمومية الكبرى. كما أن المبادرات العمومية في فرنسا تتغلب على كل ما هو خاص بالإضافة إلى ذلك، يبقى النموذج الفرنسي فيما يخص الذكاء الاقتصادي رهين عائقين أساسيين هما (15) :

**- العائق الدستوري** : بحكم وجود ثنائية الحكم في الجهاز التنفيذي (رئيس الجمهورية – وزير أول) خاصة في مرحلة التعايش السياسي. كما يؤخذ على تركيبة الوزارات ضعفها في تجسيد آليات اليقظة و الذكاء الاقتصادي وحتى في إبراز الإرادة في التغيير.

* + **العائق الثقافي** : وقد نتج عن ظواهر الانتماء الحزبي والمرجعيات الثقافية و الفكرية لمختلف أسلاك الموظفين وظاهرة إخفاء المعلومات و التحفظ عليها. كما أن ثقافة الدبلومات الممنوحة من مختلف المدارس العليا و الجامعات في فرنسا تكرس نوعا من عدم التجانس في الثقافات الإدارية وبالتالي ضعف الثقافة المشتركة والرغبة في التحديث و التطوير. ضف إلى ذلك عدم قدرة ما يسمى بالهيئات *« fondations »* على جلب الذكاء البشري الخارجي واستخدامه في إقامة آليات الذكاء الاقتصادي و الاستفادة منه على نحو ما هو جاري العمل به في مؤسسات وهيئات التفكير في الولايات المتحدة أو اليابان.

على سبيل المثال، توجد بفرنسا 473 هيئة لا تتلقى إلا 0.09 % من الناتج الداخلي الخام، في حين توجد 12000 هيئة من هذا النوع تتلقى 2.1% من الناتج الداخلي الخام في أمريكا، و 3000 هيئة في بريطانيا و2000 في ألمانيا[8] .وقد تعالت الأصوات لإصلاح نظام الذكاء الاقتصادي في فرنسا انطلاقا من سنة 1995 عند نشر تقرير *Carayon*، ومن بعدها تقرير النائب *Martre* [9]. لقد اقترح كاريون نظاما للذكاء الاقتصادي وفقا للخصوصيات الفرنسية وفقا للشكل (3).

**النموذج الفرنسي للذكاء الاقتصادي**

**Premier Minster**

**DATAR MIME**

Minister des affaires etrangeres

Haut responsible IE

Ambassades

Ministere de I'Economie des Finances et de I'Industrie

Deegation general a intellgence ecnomique

-DREE

-Mlssors economiques

-ANVER

SGDN

Ministere de I'Interieur

Celue de secume economique retlonele

Haut responsible a Tellgence ecoonmique

Comile inteminislenel

Services specalses

-DST , R.G

-Gedarmere

-Dolans

Comers strategques de I'Lmellgenoe lernonele dee des prefeotures de regons

Gropes de Etcunte Ecoonomque

**الشكل 3: النموذج الفرنسي للذكاء الاقتصادي**

يتضح من هذا الشكل أن المؤسستين الهامتين في هذا النظام هما على التوالي الأمانة العامة للتنسيق بين الوزارات (SGCI) و الأمانة العامة للدفاع القومي (SGDN) وكلاهما تحت سلطة الوزير الأول.

كما اقترح التقرير تطوير الذكاء الاقتصادي وعمليات البحث و التطوير على المستوى الإقليمي (الجماعات المحلية ) والقطاع الخاص. وقد تم ذلك بإنشاء وكالة نشر المعلومات التكنولوجيةADIT » « وهي مؤسسة عمومية، كما تم استحداث شركة خاصة تسمى الشركة الأوربية للذكاء الاستراتيجي « CEIS » والتي تقدم خدماتها لمؤسسات صناعية فرنسية وأوروبية.

كما ألح تقرير Martre على دعم تعليم الذكاء الاقتصادي مما أتاح الفرصة لبعض المدارس العليا للتجارة بفرنسا لتقديم دروس في الذكاء الاقتصادي الاستراتيجي على غرار مجموعة الدراسات التجارية العليا (HEC).

ومما يلفت النظر خصوصا في فرنسا، هو تبني فكرة دعم الذكاء الاقتصادي إقليميا بضمان تدخل أحسن وأنجع للجماعات المحلية ( الدوائر الإدارية و البلديات ) وذلك لصالح المؤسسات الكبيرة و الصغيرة التي تنشط في هذه الأقاليم. و الهدف المتوخى من ذلك هو تحويل مهارات مؤسسات الذكاء الاقتصادي في هذه المؤسسات ومساعدتها على تجاوز العوائق لتحسين الإنتاج ودعم التنافسية و التصدير.

وما يمكن استفادته من هذه التجارب هو أن الذكاء الاقتصادي والاستراتيجي أصبح ممارسة عالمية منسقة ومشتركة بين مختلف أجهزة الدولة. كما تتدخل بنسب هامة في هذه العملية كل من الجامعات المحلية والدولية، ومراكز الدراسات و التفكير، وكذا هيئات عالم الأعمال بهدف ضمان دمج المعلومات و المعارف ضمن سلسلة خلق القيمة المضافة. كما تم أيضا تطوير أساليب الضغط و التأثير بغرض تنفيذ القرارات المتخذة وتسهيل السبل للحصول على أحسن النتائج

المبحث الثالث / مؤشرات الاقتصاد المعرفي في العراق

**اولاً : تطور مراكز البحث العلمي في العراق .**

يساهم البحث والتطوير في انتاج المعرفة وارتفاع المخزون وزيادة استخدامة ونجد ان هناك ترابط وثيق بين مؤشر البحث والتطوير وبينم اقتصاد المعرفة وما له اثر على اقتصاد البلد وتنميته فنجد ان مؤشر نسبة الانفاق الاجمالي على البحث والتطوير كنسبة من الانفاق على التعليم العالي من اهم المؤشرات الفرعية للبحث والتطوير فيعتبر مؤشر ايجابي يهتم بمؤسسات التعليم العالي الذي يهيئ المناخ الملائم للتوجه صوب اقتصاد المعرفة(16), وكما مبين في الجدول (1).

**جدول (1) نسبة الانفاق على البحث والتطوير كنسبة من الانفاق على التعليم العالي في العراق للمدة من (2005- 2015 )**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| السنة  | اجمالي الانفاق على البحث والتطوير | الانفاق على التعليم العالي | نسبة الانفاق على البحث والتطوير الى الانفاق على التعليم العالي  |
| 2005 | 116702 | 118356 | 0.9 |
| 2006 | 1425.4 | 51029 | 2.7 |
| 2007 | 1639.8 | 82354 | 1.9 |
| 2008 | 1577.3 | 111191 | 1.4 |
| 2009 | 1339.9 | 131661 | 1.0 |
| 2010 | 1782.7 | 202561 | 0.8 |
| 2011 | 2067.5 | 348535 | 0.5 |
| 2012 | 2255.6 | 697243 | 0.3 |
| 2013 | 2443.7 | 664910 | 0.3 |
| 2014 | 2631.8 | 609670 | 0.4 |

المصدر : وزاره التعليم العالي , دائره الدراسات والتخطيط والمتابعة لسنوات متعددة .

نلاحظ من الجدول ارتفاع المؤشر في عام 2006 ليصل الى (2.7) وهذا يشير الى دعم منظمه البحث والتطوير لمؤسسات التعليم العالي في ذلك العام ثم تراجع المؤشر ليصبح (0.4)في عام 2.14 وهذا يدل الى تراجع في دعم منظمه البحث والتطوير في المؤسسات التعليم العالي بسبب الموازنة التقليدية التي لا تلبي الحاجة للبحث العلمي .

اما بالنسبة الى مؤشر براعة الاختراع يعتبر مشر من مؤشرات مخرجات البحث والتطوير وذات الصلة بقطاعات اقتصاد المعرفة ذات التكنولوجية العالية وهي مكمله لبعضها في قياس مدى قدرة اقتصاد معين على تحويل المعرفة الجديدة الى تطوير اقتصادي وتكنولوجي وكما موضح في جدول (2)

جدول (2) براءات الاختراع الممنوحة للمقيمين وغير المقيمين في العراق للمدة (2007- 2015)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **السنة** | **براءات ألاختراع العراقية للمقيمين**  | **براءات ألاختراع لغير المقيمين**  | **إجمالي براءات ألاختراع الممنوحة** | **معدل النمو السنوي%** |
| **2007** | **14** | **2** | **16** | **14.2** |
| **2008** | **28** | **1** | **29** | **81.2** |
| **2009** | **26** | **3** | **29** | **0** |
| **2010** | **13** | **1** | **14** | **-51.7** |
| **2011** | **52** | **5** | **57** | **307.1** |
| **2012** | **80** | **56** | **136** | **307.1** |
| **2013** | **100** | **140** | **240** | **138.5** |
| **2014** | **130** | **239** | **369** | **53.7** |
| **2015** | **22** | **28** | **50** | **-86.4** |

**المصدر :** - وزارة التخطيط والتعاون ألانمائي ، الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية ، قسم الملكية الصناعية على شبكة المعلومات الدولية ألانترنيت بتاريخ 30/11/2015 على الرابط التالي :- www.cosqc.gov.iq/Patent/Default.aspx.

يتضح من الجدول (2) عدد براءات الاختراع الممنوحة للعراقيين والاجانب للمدة المحصورة بين (2007-2015) الى ارتفاع عدد براءات الاختراع في 3013وعام 2014 بالمقارنة بالسنوات الاحقه

اما في سنة 2015 شهد انخفاض ليصل الى (**-86.4** ) وتكون معدلات سالبة نتيجة غياب الخطط والبرامج الثابتة والمستقرة لمنظمة البحث والتطوير وعدم وجود رؤية مستقبلية لتشجيع براءات الاختراع .

**ثانيا : مؤشرات التعليم والتدريب .**

يعتبر هذا المؤشر المدخل الرئيس للاقتصاد المعرفي ويركز بشكل مباشر على الموارد البشرية وذلك لاعتماد النشاطات الاقتصادية على الموارد البشرية لغرض تطويرها وتنميتها في ظل الاقتصاد المعرفي

ولا يتعدى دوره على الجانب الاقتصادي والاجتماعي بل يتعدى ليكون ركيزة للتنمية ويؤثر مؤشر التعليم والتدريب واستجابته لنظام التعليمي لحاجة السوق العمل وذلك لوضع متطلبات سوق العمل ولا ينحصر دوره على مؤشرات الاقتصاد المعرفي بل يتعدى الى مؤشرات التنافسية والابتكار العالمي وهذا يتيح صناع القرار فرصة لإعادة القيم ومراقبة نقاط الضعف والقوة على نظام التعليم والتدريب (17).

ويتضمن هذا المؤشر مؤشر الانفاق الاجمالي على قطاع التعليم كنسبه من الانفاق العام والانفاق الاجمالي على قطاع التعليم كنسبة من الناتج المحلي الاجمالي ويعد هذا المؤشر رافدا لتحقيق التنمية الاقتصادية التي ترتكز على المعرفة وكما مبين في جدول (3).

**جدول (3) نسبة الانفاق على قطاع التعليم الى اجمالي الانفاق العام في العراق للمدة من (2007- 2014).**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| السنة  | الانفاق على قطاع التعليم  | الانفاق العام  | نسبة الانفاق على قطاع التعليم الى الانفاق العام  |
| 2007 | 2806912 | 39031000 | 7.1 |
| 2008 | 5312419 | 59403000 | 5.9 |
| 2009 | 6871277 | 52567000 | 13.0 |
| 2010 | 8093008 | 70134000 | 11.5 |
| 2011 | 10137561 | 78757000 | 12.8 |
| 2012 | 11160618 | 117122000 | 9.5 |
| 2013 | 11269582 | 138424000 | 9.2 |
| 2014 | 11050185 | 163416000 | 6.7 |

المصدر : وزاره التعليم العالي والبحث العلمي , الانفاق على التعليم , دائرة البحث والتطوير , 2014, ص4.

نلاحظ من الجدول (3) يبين نسبة الانفاق على قطاع التعليم من اجمالي الانفاق العام ارتفاع نسبة الانفاق في عام 2009 ليصل الى (13.0 ) بعد ان كان (5.9) في عام 2008 يعود سببه زيادة الانفاق على قطاع التعليم للعام اعلاه ثم انخفضت النسبه لتصل الى (6.7) في عام 2.14 على الرغم من ارتفاع اجمالي الانفاق وهذا يدل الى ذهاب اجمالي الانفاق العام الى القطاعات الاخرى على حساب قطاع التعليم .

**ثالثا : مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات**:

يُعد مؤشر نشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على قدر كبير من الأهمية خاصة مع تزامن الوقائع، حيث التقى الاقتصاد القائم على المعرفة بقاعدة تكنولوجية ملائمة وهذا ما أدى إلى تعزيز مشترك بين ازدهار النشاطات المكثفة في المعرفة والإنتاج ونشر التكنولوجيا الجديدة، ولهذه الأخيرة ثلاث تأثيرات في الاقتصاد، وهي(18):

* أنها تسمح بدر أرباح إنتاجية خاصة في مجال المعالجة، التخزين وتبادل المعلومات.
* تعزز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة ظهور وازدهار صناعات جديدة مثلا: وسائل الإعلام المتعددة، التجارة الإلكترونية، الجداول الإلكترونية...الخ.
* أنها تحث على اعتماد نماذج تنظيمية أصلية بهدف استخدام أفضل للإمكانيات الجديدة لتوزيع ونشر المعلومات.

وقد وضع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مجموعة من المؤشرات تتيح بناءً القدرات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين البلدان، وهذا استناداً إلى مجموعة من المعايير التي بموجبها تتيح لصانعي القرار والسياسة استنباط سياسات مناسبة وملائمة لوضع خطط عمل مستقبلية.

الجدول -4-مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حسب تصنيف "الأونكتاد"

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الدليل / البعد :** | **المؤشرات :** | **المصادر :** |
| **التوصيل** | - عدد مصنفي الانترنت لكل فرد.- عدد الحواسيب الشخصية لكل فرد.- عدد الخطوط الهاتفية الرئيسية للفرد.- عدد المشتركين في الهاتف النقال لكل فرد.  | - الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية و اللاسلكية. |
| **النفاد** | - عدد مستقبلي الانترنت لكل فرد.- الأمية، النسبة المئوية من السكان.- نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي. - كلفة المخابر المحلية. | - الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية. - الشعبة الإحصائية بالأمم المتحدة. - الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية و اللاسلكية. |
| **السياسة** | - وجود بدالة انترنت.- التنافس في الاتصالات المحلية.- التنافس في الخطوط المحلية.- التنافس في سوق مروجي خدمة الانترنت. | - مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية- الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية. - الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية. |
| **استخدام حركة الاتصالات** | - الحركة الدولية الداخلية.-حركة الاتصالات الدولية الخارجة.  | - الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية.- الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية. |

المصدر: الاسكوا، مؤشرات العلم والتكنولوجيا والابتكار في المجتمع المبني على المعرفة، الأمم المتحدة، نيويورك، 2003، ص: 23.

**المبحث الرابع : الاستراتيجية المتخذة في الذكاء الاقتصادي العراقي**

في حقيقه الامر ان معطيات الوضع الاقتصادي في العراق لم يساعد على نهوض بالذكاء الاقتصادي فيه بسبب عدة ملامح ساعدت على تدهور اقتصاد البلد والوقوف بوجه عجلة التطور الاقتصادي فلكي يكون هناك دعم لدفع عجلة التنمية الاقتصادية هناك جمله من التوصيات التي تؤدي الى تلبيه الاستتراتيجية المتخذة للذكاء الاقتصادي في العراق يمكن أن نذكر مايلي(19):

* **دعم الشفافية و النشر**: على الإدارات العامة و المؤسسات الاقتصادية معالجة كميات البيانات الهائلة المتوفرة لديها معالجة ذكية و استخراج مختلف المعارف الخفية التي تميز الظواهر و السلوكيات. ومن واجب هذه الهيئات العمل على نشر المعلومات التي تخص الجمهور بمختلف شرائحه بصفة هادفة و اقتصادية، و تشجع التعاون بين المؤسسات و ذلك للقضاء على ظواهر حجب المعلومات، و استغلالها كمصدر للسلطة. وتقع هذه المسؤولية أساسا على مشرفي المؤسسات الكبرى و المستثمرين و المساهمين و القادة الإداريين.
* **تطوير البرامج البيداغوجية** : من واجب الجامعات و مؤسسات التعليم العالي و التكوين المهني تطوير البرامج البيداغوجية وتحسينها وفقا لما يتطلبه محيط المؤسسات. و يراعى في ذلك انفتاح هذه البرامج للمعرفة و التعليم النوعي وفقا لما هو جاري به العمل في البلدان المتقدمة من حيث الكفاءة، و الغرض من ذلك هو تكريس سلوك البحث عن المعلومات و تقييمها و استخدامها أحسن استخدام. ولن يتأت ذلك إلا باستغلال كافة فرص التعاون المتاحة بين الجامعات و مراكز التكوين المحلية ز الأجنبية في إطار الشراكة الأور متوسطية ( اتفاقية برشلونة 1995 )، و اتفاقيات الشراكة مع الاتحاد الأوربي (2001 ) و باقي اتفاقيات التعاون الدولية في مجال التكوين و التدريب.
* **تفعيل دور الغرف التجارية و المصالح الاقتصادية للدولة ز الجمعيات المهنية و النقابية :** تحوز هذه الهيئات على كميات هامة من المعلومات و وسائل التكوين تمكنها من لعب دور فعال في تحسين المر دودية و النوعية و إعادة تأهيل أفرادها. و يضعها دورها كحلقة أساسية في سلسة الاستثمار و المقاولة في مصب اهتمام طالبي المعلومات الاقتصادية و الاجتماعية و الجغرافية. إلا أنه من الأساسي تحديد إستراتيجية لتنسيق نشاط هذه الهيئات ودعم تدخلاتها على المستوى القومي، الإقليمي و العالمي.
* **شبكات البنوك و المؤسسات المالية الدولية** : تعتبر هذه المؤسسات سلاح ذو حدين، يتمثل الحد الأول في كونها مؤسسات مهيكلة للإقليم عن طريق شبكة الوكالات التي تحوزها ، مما يساعد في التكفل باحتياجات الجمهور المتعددة و تقييم الخدمات المختلفة وبناء قواعد وبنوك بيانات هائلة يمكن استخدامها في تحديد الاستراتيجيات التسويقية. أما الحد الثاني فيتمثل في قدرتها على تمويل مشاريع الذكاء الاقتصادي و الشراكة فيها و دعمها ماديا، الأمر الذي يسهل دخول أسواق جديدة وكسب زبائن أقل ما يقال عنهم أنهم مربحون للمؤسسة.
* **هيئات دعم و تنمية الاستثمار**: عمدت الدولة إلى إنشاء وكالة لترقية دعم ومتابعة الاستثمارات بهدف تفعيل سياسة الدولة في ميدان الاستثمار سميت سابقا بوكالة دعم و متابعة الاستثمار و انطلاقا من 2001 بالوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار وهي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية و بالاستقلالية المالية، وهي موضوعة تحت وصاية رئاسة الحكومة. تنحصر مهمة هذه الوكالة في تقييم المشاريع و اتخاذ 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 و المزايا التنافسية، وتقع على عاتقها مهمة تقديم و إرشاد المستثمرين باستخدام كافة المعلومات ذات الطابع المحلي و الدولي.

* **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 و الاجتماعية. 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 و أنظمة المعلومات، واستخدام الكفاءات في كافة مراحل إدارة الشؤون العامة

الاستنتاجات :

1- ان مفهوم الذكاء الاقتصادي مفهومٌ حديثٌ اتسع استخدامه لارتباطه بالاقتصاد المعرفي كأحد وسائله الفاعلة ومن تطبيقاته الحديثة .

2- يساهم الذكاء الاقتصادي في عمليات التنمية من خلال مهامه في جمع المعلومات قانونياً والحفاظ على الاصول والحماية فضلاً عن اتخاذه القرار الذكي اقتصادياً .

3- هناك علاقة بين الذكاء الاقتصادي وكل من المعلومات والمعرفة والبحث والتطوير والتعليم .

4- هناك علاقة للذكاء الاقتصادي بالتنافسية والمؤسسات الصغيرة المتوسطة وبجذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة والاستثمار في رأس المال البشري فضلاً عن تطوير القطاع العام ودعم القطاع الخاص وتشجيع السياحة .

5- وجود مؤشرات فرعية للاقتصاد المعرفي في العراق بعضها متواضع والبعض الاخر ايجابي مما يشكل حافزاً ، وتوفر بيئة ملائمة لآلية التحول .

6- وجود علاقة بين الذكاء الاقتصادي وعمل الحكومة الالكترونية فكلاهما يعتمدان على المعلومات والمعرفة ويمكن تطوير آلية عمل الحكومة الالكترونية للتفاعل مع القطاعات الاقتصادية لغرض التنمية .

التوصيات

1. دعوة الجامعات ومؤسسات البحث والتطوير الحكومية والخاصة بعقد الندوات والمؤتمرات التي توضح مفهوم الذكاء الاقتصادي واهميته في مجالات التنمية للنهوض بواقع الاقتصاد العراقي.
2. ادخال مفهوم الذكاء الاقتصادي في المناهج الدراسية ضمن مفهوم الاقتصاد المعرفي ومن الدراسات الاولية الجامعية صعوداً وفي المؤسسات الجامعية الحكومية والخاصة .
3. دعوة الباحثين والمتخصصين في مجال الاقتصاد المعرفي في الجامعات الحكومية والخاصة بالاطلاع على المشروع لتطويره او الدعوة لتبنيه .
4. تشجيع الاستثمار في رأس المال البشري وتوسيع التعليم المستمر والتعليم الالكتروني في المؤسسات التعليمية وتوفير المتطلبات التي تؤهلها لهذه المهمة .
5. تشجيع الاستثمار في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لغرض تهيئة البنية التحتية لآلية التحول صوب الاقتصاد المعرفي .