

العلاقة الاستراتيجية بين نظم المعلومات
المحاسبية والذكاء الاقتصادي
انموذج مقترح في الشركة العامة للزيوت النباتية

الاستاذ الدكتور كريمه علي الجوهر
الدكتورة خديجة جمعة مطر
كلية الادارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية

ملخص البحث

تسعى المحاسبة الى مسايرة التطورات الهائلة في العلوم الأخرى والتقدم التكنولوجي ، لذلك فقد طوعت المفاهيم السائدة في تلك العلوم لخدمة أعمال الوحدات الاقتصادية ومن بينها مفهوم الذكاء الاقتصادي ، لذا يهدف البحث لإعادة هيكلة نظم المعلومات المحاسبية وتطويرها بما يتلاءم مع التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات وعصر المعرفة لتمهيد تطبيق انظمه معلوماتية متطورة منها الذكاء الاقتصادي ، فالوحدات الاقتصادية أصبحت مطالبة أكثر من أي وقت بإيجاد نظام متكامل يشمل التقنيات و المهارات البشرية التي تضمن الوصول إلى المعلومة الصادقة في الوقت المناسب للتمكن من اختيار الإستراتيجية المناسبة لغرض تعزيز الميزة التنافسية أمام الوحدات الاقتصادية المنافسة .

ولتحقيق هذه الأهداف فقد اتجه البحث في جانبه النظري إلى توضيف الأطر والمفاهيم النظرية في تحديد مفهوم الذكاء الاقتصادي والمستلزمات التي يجب توفيرها لغرض تطبيقه في الوحدات الاقتصادية. في حين اعتمد في الجانب العملي على دراسة الحاله لشركة الزيوت النباتية حيث تم تحليل واقع الشركة للوقوف على المشكلات التي تعاني منها لبيان مدى توفر مستلزمات تطبيق الذكاء الاقتصادي. وتوصل البحث للعديد من الاستنتاجات منها أن الذكاء الاقتصادي نظام معلومات متكامل لتقديم المعلومات الإستراتيجية إلى المستخدمين ، ويعد نظام المعلومات المحاسبية الركيزة الأساسية لإنشاء الذكاء الاقتصادي لما يقدمه من معلومات عن البيئة الداخلية.

المقدمة

ان لثورة المعلومات والتقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات ، وما افرزته من متغيرات عديدة وتطورات سريعة الاثر الكبير في اداء الوحدات الاقتصادية وتحقيقها لأهدافها، ففي ظل هذه التطورات الحديثة يُعدّ الذكاء الاقتصادي كشكل من أشكال الحس الاقتصادي الجيد فحتى تستطيع الوحدة الاقتصادية أن تبذل ، وتنتج و تسوق وتنافس ، فهي تحتاج إلى معلومات أكيدة ، كاملة و قابلة للاستغلال. فتحليل و تنظيم المعلومة أصبح أكثر أهمية. ولأننا في عالم شديد المنافسة وحيث ان الوحدات الاقتصادية بحاجة لوسائل جديدة وسريعة في الحصول على المعلومات، انطلاقاً من هذا، تجد الوحدات الاقتصادية نفسها في حاجة ماسة لاعتماد الذكاء الاقتصادي في استراتيجياتها الذي يهدف إلى الاستفادة من الفرص لتطوير أفضل الطرائق لتحديد مصادر المعلومات الملائمة، وتحليل المعلومات التي تم جمعها ومعالجتها من أجل توفير ما يحتاجه المستخدم لصنع القرار . من أجل إحكام السيطرة على السوق المتميز بالتنافس الدائم..

اولاً :منهجية البحث

تمثل المنهجية المسار والطريقة العلمية المنظمة لتحديد المشكلة وسبل معالجتها بالشكل الذي يتضمن الاختبار الموضوعي لفرضيات البحث وتحقيق أهدافه.

مشكلة البحث

مع تطور أسواق العمل أصبحت المنافسة تمارس ضغطاً على الوحدات الاقتصادية في جميع القطاعات ومنها (الشركة العامة للزيوت النباتية)، فباتت تعاني من مشكلة تتمثل في كيفية المحافظة على الموقع التنافسي في الأسواق، هل عن طريق تخفيض التكاليف، أو تطوير منتج جديد ، أو تحسين الأداء، أو زيادة المبيعات،... وغيرها ، لذا يتطلب هذا الأمر توظيف التقنيات الحديثة في توفير معلومات دقيقة لحظية، ذات قيمة نوعية عالية متعلقة بمجال العمل نفسه وبيانات ذات اعتمادية (موثوقية) متوافرة من عدة مصادر، وتطبيق ما تم اكتسابه من خبرات بهدف تحسين وتطوير جودة القرارات التي يجب اتخاذها بناءً على هذه المعلومات، ومع معاناة هذه الوحدات من ضعف في أنظمة معلوماتها وعدم مواكبتها التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات لذا فهي بحاجة إلى وجود نظام معلومات شامل يزود متخذي القرارات بالمعلومات التي يحتاجونها سواء أكانت عن البيئة الداخلية أم الخارجية ومن أهم هذه النظم التي تُعدُّ شاملة للمعلومات ولا تنفرد بتقديم معلومات عن قطاع معين بحد ذاته وإنما كل ما يحيط بالبيئة الخارجية والداخلية هو الذكاء الاقتصادي الذي يُعدُّ من أنظمة المعلومات الحديثة .

اهداف البحث

يسعى هذا البحث لتحقيق

- 1- توضيح ابعاد مفهوم الذكاء الاقتصادي والمفاهيم الاخرى كذكاء الاعمال
- 2- توضيح طبيعته العلاقة بين الذكاء الاقتصادي وبين نظم المعلومات المحاسبية .
- 3- وضع إنموذج مقترح للذكاء الاقتصادي للعينة المبحوثة مع بيان مكوناته من المعلومات ،ومراحل ومستلزمات تطبيقه

اهمية البحث

في ظل ما طرأ على الاقتصاد العالمي من تطورات جديدة أصبح على الوحدات الاقتصادية ان تعتمد على طرائق ووسائل جديدة ووضع قواعد بيانات مما يعطي الفرصة لمتخذي القرار ان يكونوا على دراية بكل ما يحدث في البيئة المحيطة وتجنب اتخاذ قرارات عشوائية.

وساعد تسارع تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و اقتصاد المعرفة على تطوير مفاهيم جديدة لإحداث التنمية الاقتصادية والتي يعد من أهمها الذكاء الاقتصادي ، وهذا من خلال البحث و التطوير ومعالجة و بث المعلومات المفيدة و الحساسة لمختلف المستخدمين للمعلومات . فالوحدات الاقتصادية اصبحت مطالبة أكثر من أي وقت بإيجاد و التحكم في نظام متكامل يشمل التقنيات و المهارات البشرية التي تضمن الوصول إلى المعلومة الصادقة في الوقت المناسب للتمكن من اختيار الاستراتيجية المناسبة لغرض تعزيز الميزة التنافسية أمام الوحدات الاقتصادية المنافسة .

ولغرض تحقيق ذلك كان لابد من تطوير نظام المعلومات المحاسبية بكونه أحد الأنظمة المعلوماتية الأساسية داخل الوحدة الاقتصادية التي سوف تمد الذكاء الاقتصادي ببعض المعلومات التي يتضمنها. من هنا تتبع أهمية البحث في كونه يسلط الضوء على واحد من الموضوعات الحديثة نسبياً وهو موضوع الذكاء الاقتصادي لبيان مدى أهمية نظم المعلومات المحاسبية في تطبيقه .

فرضية البحث

تسعى الباحثتان الى اثبات او نفي الفرضية الاتية :

هناك قصور في انظمة المعلومات المحاسبية للشركة العامة للزيوت النباتية يؤثر على مواكبتها للتطورات البيئية وعلى بناءها لنموذج الذكاء الاقتصادي.

أسلوب البحث

اعتمد أسلوب البحث في جانبه النظري على استنباط جوانب المشكله محل الدراسة بالاعتماد على ما هو موجود في المكتبات ومواقع الانترنت من مصادر عربية وأجنبية مما له صلة بموضوع البحث ، أما الجانب التطبيقي فاعتمد على المنهج الاستقرائي من خلال دراسة وتحليل الحالة للتعرف على واقعها ومشكلاتها المرتبطة بنظم معلوماتها المحاسبية واستخدام تقنية إعادة الهندسة لنظمها المحاسبية لخدمة الأنموذج المقترح للذكاء الاقتصادي فيها.

ثانيا :الدراسات السابقة

تتضمن هذه الفقرة عرضاً موجزاً لمضمون ونتائج بعض الدراسات السابقة العربية والاجنبية التي تمكنت الباحثتان من جمعها والاطلاع عليها والتي تناولت جوانب ومجالات مختلفة ذات صلة بموضوع نظم المعلومات المحاسبية والذكاء بشكل عام .

1-دراسة (Rodrigues,2002)

الموسومة بـ"ذكاء الأعمال : الخطوة التالية لنظام المعلومات الادارية " .

"Business intelligence: the management information system next step".

تهدف الدراسة الى اقتراح نموذج لتطوير دور نظم المعلومات في المنظمة، كأداة لبناء الذكاء التنافسي. وأوضحت الدراسة من الضروري الجمع بين أساس التنظيم المعرفي والإبداع لغرض تنفيذ الابتكار لتمييزها من المنافسين .وبينت كذلك كيفية مساعدة المنظمات على الابتكار والإبداع؟ من خلال بناء ذكاء الاعمال بمساعدة كل الموارد البشرية التي تتعاون معا وتتبادل المعرفة من خلال نظام تكنولوجيا المعلومات الجيد والذي يساعد على تطوير الطاقات الفردية والجماعية. واستخدمت الدراسة لتحقيق أهدافها مجموعة من الأدبيات و ناقشت فيها الذكاء التنافسي ومدى اهميته لرجال الاعمال، واقتراح نموذج لتطوير نظم المعلومات فضلاً عن كيفية الانتقال الى ذكاء الاعمال ومدى اهميته بالنسبة للمنظمة.

وتوصلت الدراسة الى ان ظهور ادارة المعرفة جعلها استراتيجية للشركات ، قائمة على المعرفة ، حيث هناك معرفة ضمنية لا يمكن ان تدار كونها معرفة تخزنها عقول الاشخاص وما تحويه هذه العقول من معارف وأفكار لا تتفصل عنهم، والمعرفة الصريحة والتي تتجسد بشكل مادي وتتعلق بالمعلومات الموجودة والمخزنة في أرشيف المنظمة على شكل : كتب وتقارير وأبحاث ودراسات وما يمكن تخزينه من مختلف المعلومات في أجهزة الحاسوب وأجهزة أخرى للتوثيق والتخزين. و أوضحت الدراسة أن الوظيفة الأساسية لنظم معلومات

الشركات المعرفة الصريحة ومع ذلك لن تترجم الى استراتيجية ناجحة وهناك حاجة لتحقيق التوازن بين المعرفة الضمنية والصريحة يتم من خلالها تأسيس الذكاء التنافسي بشكل جيد ، يمكن الاستفادة من معرفة الناس والجمع بين ذلك مع المعرفة الصريحة التنظيمية . وهذه هي الخطوة التالية لنظم المعلومات.

2-دراسة القطوانة 2012

الموسومة بـ " أثر استخدام ذكاء الأعمال على فاعلية نظام المعلومات المحاسبي دراسة ميدانية على شركات البنوك والتأمين المدرجة أسهمها في بورصة عمان " .

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام ذكاء الأعمال على فاعلية نظام المعلومات المحاسبي في المنشآت الأردنية العاملة ضمن قطاع المصارف والتأمين المدرجة أسهمها في السوق الأول لبورصة عمان للسنة 2010.

واستخدمت الدراسة لغرض تحقيق الاهداف استبانتين حيث خضعت الاولى لجمع البيانات المتعلقة بأثر استخدام ذكاء الاعمال ، اما الاستبانة الثانية فقد خُصصت لجمع البيانات المتعلقة بفاعلية نظام المعلومات المحاسبي.

وتوصلت الدراسة إلى إن لاستخدام ذكاء الأعمال أثراً ذا دلالة إحصائية في فاعلية نظام المعلومات المحاسبي في شركات المصارف والتأمين. وإن لاختلاف نوع القطاع أثراً في مدى الاستفادة من ذكاء الأعمال ، فضلاً عن إن هناك مجموعة من المشكلات التي ترافق استخدام ذكاء الأعمال وتؤثر في فاعلية نظام المعلومات المحاسبي ، ومن أبرز هذه المشكلات الزيادة المتسارعة في التقدم التكنولوجي، و ضرورة تأهيل المحاسبين لكي يتمكنوا من التعامل مع نظام المعلومات المحاسبي في ظل التطورات التكنولوجية ، وأهمية وجود متخصصين في مجال التكنولوجيا في الشركات.

3-دراسة (Mahmodian& Rouhani ,2012)

الموسومة بـ"نظم المعلومات المالية :وجهات نظر ذكاء الأعمال (دراسة حالة الشركات الإيرانية المدرجة في البورصة)".

Financial Information Systems: Business Intelligence Perspectives (Iranian Companies listed on Stock Exchange Case Study)

تهدف الدراسة الى مناقشة دعم القرار وأوجه الذكاء المستخدمة في الشركات الإيرانية المدرجة في البورصة.فضلاً عن بيان أهمية الذكاء لنظم المعلومات لتعزيز دعم اتخاذ القرار في المنظمات.

و تناولت الدراسة لتحقيق أهدافها الأدبيات حول الذكاء لنظم المعلومات المحاسبية ، و تم تحديد أربعة نماظير لذكاء الأعمال : "منهج دعم القرار"، " تقديم المعلومات البيئية"، " خيارات النصح والأمثلية"، وأخيراً "العقلانية". وتوصلت الدراسة ان ذكاء الاعمال يساعد الشركات الإيرانية المدرجة في البورصة في تصميم وتنفيذ نظم معلومات مالية لدعم اتخاذ القرارات بشكل أفضل ، وان ذكاء الاعمال لنظام المعلومات المالية يساعد على تعزيز هذه النظم والحصول على المزايا التنافسية، وعلى جميع المنظمات اتخاذ القرارات الفضلى لتصميم او شراء نظم المعلومات الخاصة بهم .

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

أن جميع الدراسات السابقة التي تم تناولها كانت تتعلق بذكاء الاعمال ونظم المعلومات ، (حيث يُعدّ ذكاء الاعمال جزء من الذكاء الاقتصادي فقد استخدم مصطلح ذكاء الأعمال لأول مرة في مقالة نشرت عام 1958 من قبل Huns Peter Luhn الباحث في شركة IBM (نقلا عن فاطمة، 2012، 2)، وقد عرف "بانه عملية جمع ومعالجة ونشر المعلومات بوصفها الهدف، والحد من عدم اليقين في اتخاذ جميع القرارات الاستراتيجية" (Thiery & Afolabi, 2005,1

ويمكن استخدام المصطلح عند الإشارة إلى المفاهيم ذات الصلة والمعرفة بالوحدة، والتي تصف بيئة الأعمال، ونظمها، وظروف السوق والعملاء والمنافسين، والقضايا الاقتصادية.)
فضلاً عن ان هذه الدراسات حاولت الإفادة من تكنولوجيا المعلومات ، حيث سعت الى تطوير نظم المعلومات بما يتلاءم مع متطلبات الذكاء . وتناولت هذه الدراسات الادبيات المرتبطة بالموضوع لغرض تحقيق اهدافها ولم يتم دراسة حالة معينة لتحقيق اهدافها فقد كانت مجرد استقراء لما موجود بالأدبيات. وبالتالي فان الدراسة الحالية سوف تتميز من خلال دراسة النظم في الشركة العامه للزيوت النباتية كدراسة حالة .

ثالثاً : الاطار النظري للبحث

نظم المعلومات المحاسبيه وعلاقتها بالذكاء الاقتصادي

تعرف نظم المعلومات من الناحية الفنية كمجموعة من المكونات المترابطة التي تقوم بجمع ومعالجة وتخزين وتوزيع المعلومات لدعم اتخاذ القرار ،والرقابة في الوحدة الاقتصادية ،وقد تساعد نظم المعلومات كذلك المديرين والعمال بتحليل المشكلات، وتصور الحلول للموضوعات المعقدة، وإيجاد منتجات جديدة. حيث توفر هذه النظم المعلومات الهامة عن المستخدمين والأماكن والأشياء داخل الوحدة الاقتصادية أو في البيئة المحيطة بها . (Laudon & Laudon, 2012,15).

حيث أن الغرض من نظم المعلومات هو الحصول على المعلومات الصحيحة للأشخاص المناسبين في الوقت المناسب وبالكمية المناسبة وبالشكل الصحيح. اي تقديم معلومات مفيدة (Rainer & Cegielski, 2011,10) وهناك أنواع مختلفة من نظم المعلومات تؤدي وظائف متعددة في الوحدات الاقتصادية ، وتخدم الوظائف داخلها ، واحتياجات العمل، ومستويات الإدارة . باختلاف أهداف وبناء، ومصالح، ومناهج تلك الوحدات الاقتصادية (OZ, 2009, 415-416) حيث صنفها Hall الى نظامين هما نظام المعلومات الادارية ونظام المعلومات المحاسبية، وهناك من يُعدّ نظام المعلومات المحاسبية جزءاً من نظام المعلومات الادارية على كون ان النظام المحاسبي يقدم معلومات مالية يمكن ان يستفيد منها نظام المعلومات الادارية (Hall,2011,7).

ويتكون نظام المعلومات المحاسبية من عدد من النظم الفرعية صنفها (Hall,2011,10) كما يأتي:

- نظام معالجة المعاملات.
- نظم دفتر الأستاذ العام والتقارير المالية.
- نظام تقارير الإدارة.

ويؤدي نظام المعلومات المحاسبية الخاص بالوحدة الاقتصادية دوراً مهماً في مساعدتها على تبني موقف استراتيجي معين والحفاظ عليه، فتحقيق التوافق بين الأنشطة يتطلب جمع البيانات الخاصة بكل نشاط، كما إنه من المهم ان يجمع النظام بيانات مالية وغير مالية خاصة بأنشطة الشركة ويربط بينها (Romney & Steinbar, 2006, 9-10)

ان الوصول بالوقت المناسب للمعلومات مسألة مهمة، على وفق التطورات السريعة والمناسبة في الاقتصاد العالمي، فعلى الإدارة ان تراقب الأداء المالي للوحدة الاقتصادية وإعادة تقييمه وفقاً للأهداف الإستراتيجية، إذ يجب على الشركات ان تكون قادرة على تعديل خططها بشكل سريع استجابة للتطورات الحاصلة في البيئة التي تعمل بها لذلك على الوحدات ان تبحث عن انظمة جديدة تمكنها من الوصول الى المعلومات التي تحتاجها لصنع قراراتها وما يختص بالعمليات في الوقت المناسب. فنظم المعلومات المحاسبية اصبحت غير كافية لتلبية احتياجات الإدارة لغرض صنع القرارات الاستراتيجية ، لأن هذه الانظمة صممت اساساً لدعم احتياجات عمليات الوحدة الاقتصادية (Romney & Steinbar, 2006, 535) لذلك ظهر الذكاء الاقتصادي.

مفهوم الذكاء الاقتصادي وأهميته

إن فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة و لاسيما ظهور اقتصاد السوق و قد أوضح Fernand Braudel في العديد من الدراسات التي قام بها حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة من القرن 15 إلى 18. أن المنافسة بين المدن في شمال ايطاليا و المدن في فنلندا كانت بداية الهجومات التجارية و التجسس الاقتصادي و حتى التزوير (طباخي، 2011، 5).

كما ظهر مصطلح الذكاء الاقتصادي في المجال العسكري الذي يعتمد على تحصيل المعلومات ثم تحليلها ، فبريطانيا في الفترة الاستعمارية كانت تحصل على المعلومات عن منطقة البحر المتوسط وغير ذلك من المعلومات عن طريق أسراها من البندقية (عبد القادر، 2012، 4)، وفي الحرب العالمية الثانية لعب الذكاء الاقتصادي دور مهم في الصراع مع ألمانيا فقد كانت هناك حاجة لمعرفة كميات وأنواع العتاد الحربي لألمانيا لغرض خوض المعركة معها والتوقيت لها والتخطيط لنوع الحرب التي كانت من المقرر ان يتم خوضها، وبالفعل فقد تم العمل والحصول على بيانات ومعلومات مفصلة عن الصناعة الألمانية لغرض استخدامها في الحرب ومعرفة نقاط القوة والضعف (Ruggles & Brodie, 1947, 73). باختصار وجود الذكاء الاقتصادي في تلك الفترة لتقييم كان القدرة لدعم الحرب، وأيضاً تقدير نقاط ضعفها ونواياها. ويعتبر الذكاء أفضل مؤشر بعيد المدى للكشف عن النوايا. وكيفية استغلال نقاط الضعف التي يتم الكشف عنها (Howerton, 1956, 21).

وفي مجال الاقتصاد فأن اول نظام للذكاء الاقتصادي ولد في اليابان في سنة 1950 من قبل وزارة التجارة الدولية والصناعة (MITI)* و منظمة التجارة اليابانية (JETRO)* من اجل تنشيط الاقتصاد (لامية ، 2009 ، 42). وفي سنة 1967 ظهر أول تعريف مهيكل وواضح للذكاء الاقتصادي يعود إلى الباحث "هارولد ويلنسكي حيث يعرف الباحث في كتابه " الذكاء التنظيمي " الذكاء الاقتصادي على أنه " نشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف

* Ministry of International Trade & Industr

• Japan External Trade Organization

الاقتصادية والإستراتيجية للمنظمة، بحيث يكون قد تم تجميعها وإنتاجها في إطار قانوني ومن مصادر معروفة" (بو خمخ ومحمد، 2012، 364).

وفي عام 1980 و مع عولمة الأسواق و التطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية ، اتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للوحدات الاقتصادية و كان لميشال بورتر أستاذ في جامعة هارفارد دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي (الحزمة، 2012، 3) .

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

وقد قدم روبرت مارتر عام 1994 أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي في تقرير مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط في فرنسا حيث عرف الذكاء الاقتصادي " بأنه مجموعة من الإجراءات المنسقة للبحث والمعالجة والتوزيع لاستغلال المعلومات المفيدة عن الأنشطة الاقتصادية .وتتم هذه الإجراءات وفق اطر قانونية (شرعية) مع توفير الحماية اللازمة للوحدات الاقتصادية patrimony، ومع أفضل جودة، وبالوقت المناسب وبأقل كلفة " (Oladejo& Osofisan& Odumuyiwa, 2010,5) ، وهنا بين مارتر إجراءات الذكاء الاقتصادي وان يتم الحصول على المعلومات بشكل قانوني .

وايضاً عرف اخر الذكاء الاقتصادي "بأنه بحث وتحليل ونشر المعلومات الاقتصادية مفيدة لمختلف الجهات الفاعلة actors في الاقتصاد" (Csurgai, 1998, 2) . وهنا التعريف يبين استخدام الذكاء على مستوى اقتصاد البلد الكلي من خلال تقديم المعلومات الى مختلف الجهات العاملة بالاقتصاد.

كذلك تم تعريفه على انه " عملية جمع ومعالجة ونشر المعلومات التي تهدف إلى تقليل نسبة عدم اليقين في اتخاذ القرارات الاستراتيجية" (Onifade &et. al., 2008, 297) .

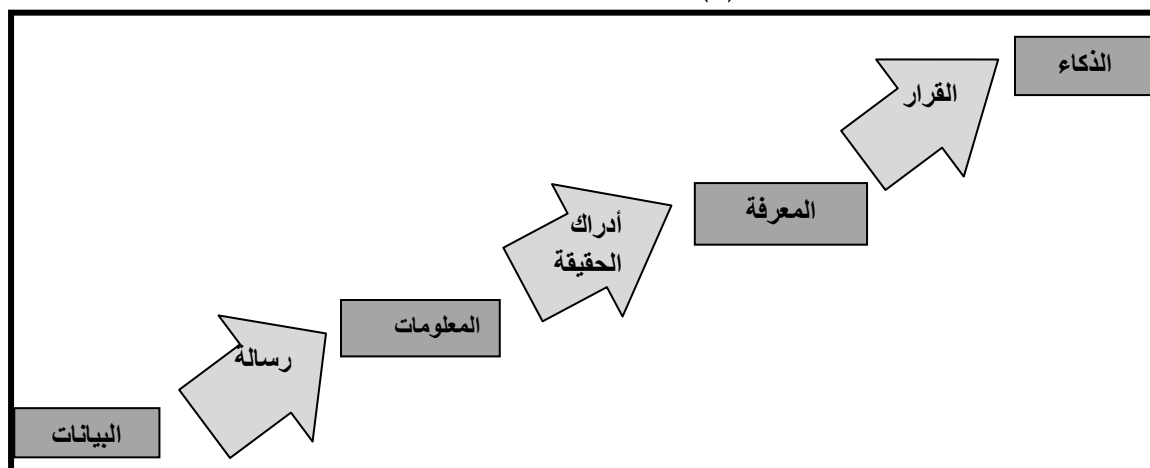
وعرف عبد الكريم "بأنه ليس مجرد فن المراقبة ولكنه عملية دفاعية هجومية للمعلومات، والغرض منه هو الربط بين العديد من الميادين والمجالات لخدمة الأهداف التكتيكية و الإستراتيجية للوحدة الاقتصادية ، حيث أنه وسيلة للربط بين العمل والمعرفة للوحدة الاقتصادية" (عبد الكريم، 2012، 668). حيث يلاحظ ان الذكاء الاقتصادي يهتم بدراسة التفاعل التكتيكي والاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط انطلاقاً من الوحدة الاقتصادية مروراً بالمستوى الوسط (القطاعات الاقتصادية) الى بلوغ المستوى الوطني (الاستراتيجيات المعتمدة من قبل مراكز القرار بالدولة) (عبد الرزاق، 2012، 5).

وانه يهتم بكل ما يحدث في الأسواق سواء المحلية منها أو الأجنبية، و اعتباره نظام متكامل يشمل مجمل التقنيات والكفاءات البشرية، يسمح بالوصول إلى المعلومات الصحيحة و الدقيقة في الوقت المناسب لاتخاذ القرارات المناسبة (محمد، 2012، 12).

بالاضافة الى ذلك تم تعريف الذكاء الاقتصادي على انه "التحكم المنظم في المعلومات ، والمشاركة الجماعية في انتاج معارف جديدة، وهو فن اكتشاف الفرص والتهديدات من خلال تنظيم وتنسيق العمليات :جمع ،فرز، تحليل، تخزين ،المصادقة ونشر المعلومات المفيدة او الاستراتيجية للجهات التي تحتاجها .مع توفير الحماية الكافية لجميع مراحل تطورها المذكورة اضافة للارث المعرفي الناتج عنها، وعليه ،فأن الذكاء الاقتصادي هو عبارة عن

دورة المعلومات التي تكون الغاية منها انتاج معرفة استراتيجية وتكتيكية وتتمتع بأكبر قيمة مضافة ممكنة" (كباش، 2012، 5). وهنا توسع التعريف ليبين ان الغاية من الذكاء ليس تقديم معلومات فقط وانما يساهم في تقديم معرفة الى مستخدمي الذكاء وان هذه المعرفة التي يتم الحصول عليها تتم وفق اطر قانونية حيث من خلالها يتم اكتشاف الفرص التي يجب استغلالها التهديدات التي يجب التخلص منها. حيث يتم انتاج المعرفة من خلال دورة المعلومات التي يوضحها الشكل (1).

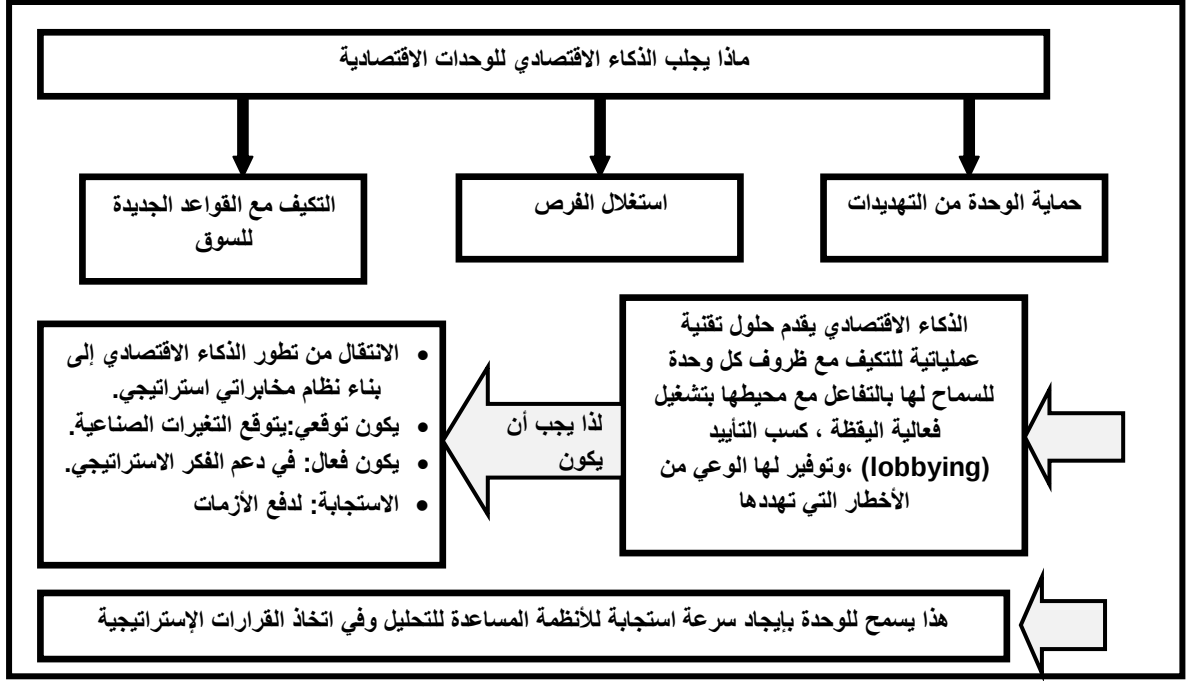
الشكل (1) عملية تحول البيانات إلى معرفة



Source: (Arenas ,2014 ,22).

وهناك من عرف الذكاء الاقتصادي على انه "عملية البحث والتحليل ونشر وإثراء موارد المعلومات القائمة على نظام المعلومات بالوحدة الاقتصادية" (خلفاوي، 2012، 5). وهنا يلاحظ انه تم ربط الذكاء الاقتصادي بنظام معلومات الوحدة وتم اعتباره حلقة وصل بين الوحدة والبيئة الخارجية المحيطة بها . وكان للتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات، مع ظهور الشركات عابرة للقارات وظهور ما يسمى بالعلومة الاقتصادية، كل ذلك جعل من المعلومة هي أساس نجاح الوحدات الاقتصادية من عدمه ولم يعد بإمكان بقاء الوحدات في أمان من منافسة الآخرين، وليس بالإمكان الادعاء بالبقاء في السوق متى ما أرادت ذلك، حيث اثبت الواقع أن كبرى الشركات العالمية خرجت من الأسواق بسبب عدم سرعتها في مجال الحصول على المعلومات ، وهذا مما أكد استخدام الذكاء الاقتصادي كمدخل لضمان الاستمرار في النشاط والتوسع فيه (رزيق واحمد، 2012، 292). وليس ذلك فقط حيث تعد الوحدة الاقتصادية المكان الطبيعي لتطبيق الذكاء الاقتصادي ،لانه يمثل قبل كل شيء نظاماً اقتصادياً يعمل على تحديد التهديدات والفرص التي تواجهها ، عبر توفير المعلومات المفيدة لمتخذي القرار فيها (العابد، 2012، 10). والشكل (2) يوضح اهمية الذكاء الاقتصادي للوحدات الاقتصادية.

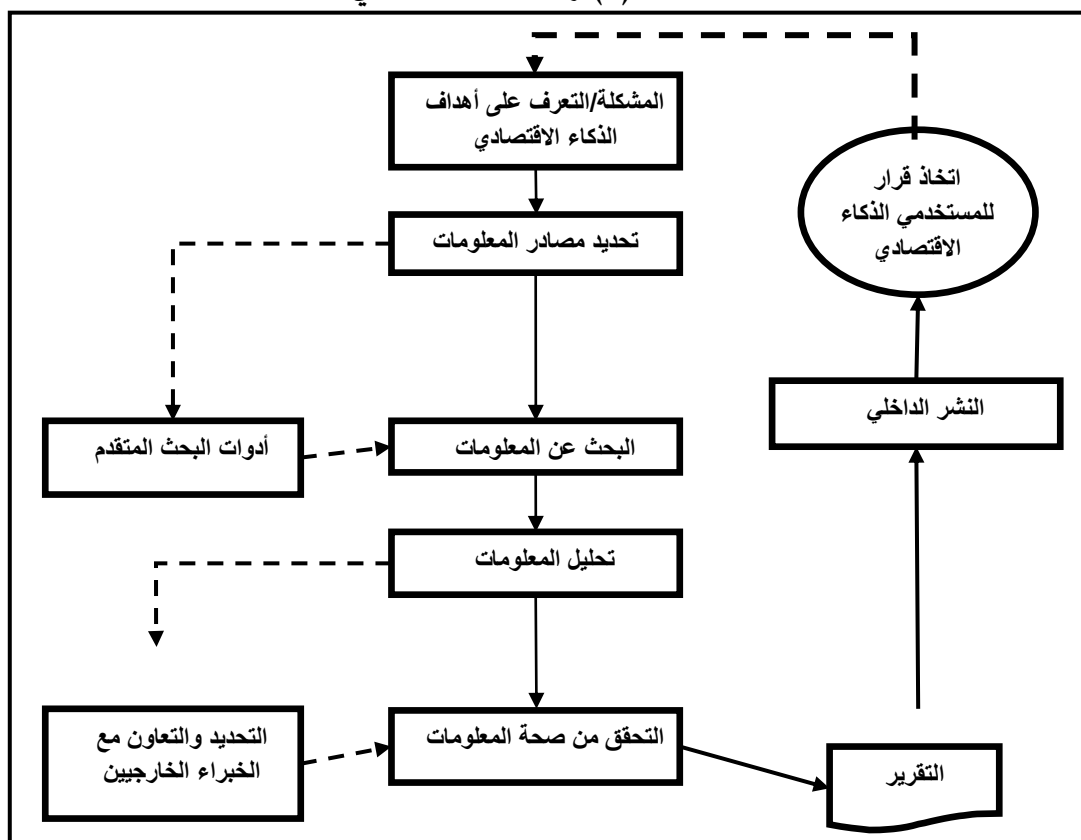
الشكل (2) أهمية الذكاء الاقتصادي للوحدات الاقتصادية



المصدر (موزاوي ، 2012 ، 3).

وليس الوحدات فقط تستفيد من الذكاء الاقتصادي وإنما الدول من خلال أتباع إستراتيجية الذكاء الاقتصادي كون أن الدول نفسها تحتاج معلومات عن ما يدور في اقتصاديات الدول الأخرى ، حتى يتسنى لها رسم الخطط والاستراتيجيات اللازمة لحماية اقتصادها من الهجمات التي قد تتعرض لها منظماتها الوطنية أو القطاعات الإستراتيجية في الدولة (عبد الكريم ، 2013 ، 672) مراحل الذكاء الاقتصادي. إن عملية توليد معلومة استراتيجية ذكية تسد حاجة متخذي القرارات ، تمر بمراحل عديدة متعاقبة ، إذ تقوم إدارة النظام بتجنيد كافة الامكانات الضرورية من أجل تكوين معلومات استخباراتية صالحة تسد حاجات المستخدمين ، حيث يطلق على عملية توليد مثل هذه المعلومات الاستراتيجية التي يمكن ان تخدم الوحدة الاقتصادية او اي مستخدم اخر خارج الوحدة بمراحل الذكاء الاقتصادي والشكل (3) يوضح مراحل الذكاء الاقتصادي.

الشكل (3) مراحل الذكاء الاقتصادي



Source: (the CETISME partnership, 2002,24)

المتطلبات الأساسية لتنفيذ الذكاء الاقتصادي..

عند إنشاء الذكاء الاقتصادي الخطوة المهمة هي تحديد احتياجات الوحدة الاقتصادية ، ويجب أن يكون مرناً بما يكفي لغرض تطوير الذكاء الاقتصادي مستقبلاً ليتماشى مع التطورات التي تحصل . فضلاً عن ذلك توفير بعض المتطلبات الأساسية التي تساعد على نجاح تطبيق الذكاء الاقتصادي في الوحدات الاقتصادية ، وهذه المتطلبات هي :

• دعم الإدارة.

من المتعارف عليه على نطاق واسع أن أي نظام يتم تطبيقه داخل الوحدات الاقتصادية يكون فاشل ما لم تعطيه الإدارة دعمها، وتوافره مكاناً ذا أهمية عالية داخل الوحدة .وعلى الإدارة دعم جهود الذكاء الاقتصادي بطريقة متماسكة ومتواصلة وبيان كيف يعمل على جميع الموظفين. ومن دون ذلك، أولئك الذين يعملون على الذكاء الاقتصادي سوف يجدوا انفسهم معزولين و أعمالهم يكون لها تأثير محدود .فالذكاء الاقتصادي يعمل عموماً بشكل أفضل عندما يتم دعمه من قبل الإدارة العليا.

• تثقيف الموظفين.

يجب ان يتم توعية جميع الموظفين بماهية الذكاء الاقتصادي وما الدور الذي سوف تؤديه في تطوير العمل ، فضلاً عن العمل على تشجيع الموظفين لتبادل المعلومات ، اي بناء ثقافة تبادل المعلومات وكسر الجمود من خلال التعليم هو جزء كبير من هذه العملية (the CETISME partnership, 2002,27-28).

• نهج فريق.

إشراك أكبر عدد ممكن من العاملين في الوحدة الاقتصادية في إنشاء نظام الذكاء الاقتصادي من جميع اقسام الوحدة -المبيعات، والموارد البشرية والتسويق والاتصالات، وغير ذلك وهذا سيضمن تلبية احتياجات جميع الأقسام، ومن المرجح أن تجعل العاملين أكثر تقبلاً للنظام الجديد. (Cox, 2009, 7).

• الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات .

قنوات الاتصالات والمعلومات المفتوحة هي المفتاح لنجاح أنشطة الذكاء الاقتصادي بغض النظر عن المكان الذي تختاره الوحدة لوضع وحدة الذكاء الاقتصادي والموظف المسؤول عنها ،. يجب ضمان وجود اتصال كفء وبنية تحتية للمعلومات، سواء كان ذلك من خلال البريد الإلكتروني، والإنترنت، لوحة الإعلانات، والاجتماعات، والنشرات الإخبارية، وتغيير الطريقة التي تتدفق المعلومات داخل الوحدة، تكنولوجيا الاتصالات -الفاكس، والبريد الإلكتروني، والهواتف المحمولة وأجهزة الكمبيوتر المحمولة ، كل ذلك تساعد في نقل المعلومات .فضلاً عن ذلك يجب رفع مستوى الوعي الداخلي من عنوان البريد الإلكتروني أو الفاكس أو رقم الهاتف للموظف المسؤول عن معالجة المعلومات،و يمكن بناء إنترنت كذلك لزيادة إمكانية الحصول على المعلومات للموظفين ، و يتطلب ذلك تشجيع الموظفين على المشاركة، و تدفق المعلومات على حد سواء نزولاً وصعوداً من خلال الوحدة الاقتصادية. حيث ان تكنولوجيا المعلومات البرمجيات -معالجة النصوص وجدول البيانات وقواعد البيانات، الخ، وشبكة التطبيقات -البريد الإلكتروني، والإنترنت، ومتصفحات الويب ،يمكن أن تجعل نظم المعلومات أسرع وأسهل وأفضل (Briciu, 2010, 27-28)

• اعادة هندسة بيئة العمل

يجب ان يتم إعادة هندسة العمليات التي يتم تطبيقها داخل الوحدة الاقتصادية في حال رغبت الوحدة الاقتصادية بتطبيق الذكاء الاقتصادي ، لان الذكاء الاقتصادي يحتاج كما بينا في الفقرة السابقة الى ادخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الوحدة فضلاً عن تحسين سير العمل في الوحدة الاقتصادية ،لذا لابد من اعادة هندسة بيئة العمل كأساس لتطبيق الذكاء الاقتصادي (Team Site, 2010, 2).

• تعيين موقع و موظفي الذكاء الاقتصادي.

تحديد الجهة داخل المنظمة تكون نقطة محورية لإدارة المعلومات والتي تكون مسؤوله عن عملية الذكاء الاقتصادي تساعد النظام لتشغيل أكثر سلاسة. ويشترط فيمن يعين ضمنها أن يكون محاوراً فاعلاً لأنه سوف يكون

مسؤولاً عن المعلومات وتنسيق تدفقها حول الوحدة .. ويجب ان يكون المسؤول لديه خلفية أو خبرة في مجال علم المعلومات أو لديه خبرة بالأبحاث و التحليل . وكذلك يجب ان يتم اختيار موقع الذكاء الاقتصادي في الهيكل التنظيمي للوحدة الاقتصادية هل يجب ان يكون وحدة منفصلة عن الاقسام داخل الوحدة أو أن يكون جزءاً من كل قسم وهذا يتم تحديده حسب طبيعة واحتياجات الذكاء الاقتصادي الذي تم إنشائه (the CETISME partnership, 2002,29-31).

بعد أن بنينا في العرض السابق مفهوم الذكاء الاقتصادي وأهميته في حال تطبيقه على مستوى الوحدات الاقتصادية ، فضلاً عن مراحل الذكاء الاقتصادي و المتطلبات الأساسية لتطبيقه. سنحاول في الفقرة التالية وضع النموذج المقترح بعد تحليل وضع الشركة الحالي .

ثالثاً : تحليل انظمة الشركة ووضع النموذج المقترح

نظم المعلومات في الشركة، والمشاكل التي تعاني منها تتكون نظم المعلومات في الشركة من مجموعة من النظم الفرعية كنظام التسويق ونظام المعلومات المحاسبية ونظام الموارد البشرية ونظام المعلومات الإدارية ونظام معلومات المخازن التي تتفاعل فيما بينها لتزويد الشركة بالمعلومات المطلوبة من خلال التواصل بين مستخدمي المعلومات في الشركة. وفيما يلي توضيح لهذه النظم .

نظام معلومات التسويق وهو واحد من الأنظمة الموجودة داخل الشركة والتي توافر المعلومات اللازمة للإدارة عن المبيعات، فضلاً عن وظائف عديدة أخرى منها إدارة المبيعات ، وبحوث السوق، وتسعير المنتجات، فضلاً عن المنتجات الجديدة فيما يخص الشكل، والاسم، والتصميم. وفي الشركة قسم التسويق يقوم بهذه المهام مع أنه يوافر معلومات عن أسعار السوق شهرياً وإعداد تقرير متابعة الأسعار يقدم إلى الإدارة ، ودراسة رغبات الزبون من ناحية الأسعار والأذواق وأي متغيرات أخرى عن طريق استطلاع الرأي .

نظام معلومات الموارد البشرية يوفر معلومات عن الأفراد داخل الشركة مثل تخصصاتهم وامتيازاتهم والتعويضات والحوافز ورواتبهم، فضلاً عن احتياجات الشركة من العاملين ، والعمل على تطوير ملاك الشركة من خلال إجراء دورات تدريبية لهم .

وليس ذلك فحسب بل العمل على توفير معلومات عن المتدربين والباحثين في الشركة لغرض إفادتهم . نظم معلومات المخازن أو كما تسمى بالشركة نظم معلومات حسابات المخازن ويقدم هذا النظام معلومات عن الحركات المخزنية، وقوائم الجرد للمواد، وتقارير عن الأرصدة والأسعار، وتدقيق حركات التمويل، فضلاً عن الصرف حسب مراكز الكلف.

نظام المعلومات الإدارية هذا نظام يوفر للإدارة والمديرين في مختلف المستويات في الشركة كافة المعلومات التي تتعلق بالأداء المالي والسجلات السابقة والأحداث الداخلية بالشركة والتي تستخدم في التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات . حيث يُعدُّ نظاماً واسعاً للمعلومات يقدم معلومات عن مختلف أنشطة الشركة سواء أكانت مالية أو غير مالية . نظام المعلومات المحاسبية ويُعدُّ نظام المعلومات المالي الأهم والأساسي في الشركة حيث يقدم معلومات عديدة ومتنوعة إلى مختلف المستخدمين .

- إنَّ نظم المعلومات الموجودة في الشركة هي نظم تقليدية تعتمد على التسلسل الهرمي الوظيفي ، وإن هذا التسلسل يعيق تنفيذ أعمال الشركة في الوقت المحدد نتيجة ضياع الوقت ومرور المعلومات من مستوى إلى آخر .
- وإن أغلب المعلومات التي تقدمها هي معلومات عن البيئة الداخلية للشركة أما فيما يخص البيئة الخارجية فقط نظام معلومات التسويق والمتمثل ببحوث السوق يقدم معلومات عن الخارج، ولكن المعلومات التي يقدمها محدده جداً وتختص فقط بما يتعلق بمنتجات الشركة ودراسة رغبات الزبون من هذه المنتجات.
- فالشركة ليست وحدة معزولة عن البيئة الخارجية فهي تتعامل مع البيئة باستمرار لذلك فهي بحاجة إلى جمع معلومات عن العملاء، و الموردين، و المنافسين، و القوانين والأنظمة المطبقة في الدولة ، لكن التراكم المعلوماتي ليس له قيمة ما لم يتم تحليل المعلومات بطريقة ذكية والحصول على المعلومات المفيدة في اتخاذ القرارات
- من خلال دراسة واقع حال الشركة وإستراتيجيتها ، ومعرفة نظم المعلومات المتوفرة في الشركة والتي بينهاها ، لم نجد أي معرفة لمفهوم الذكاء الاقتصادي حيث لم يكن المسؤولون في الشركة على اطلاع بهذا المفهوم وما أهميته في حال تطبيقه بالشركة العامة للزيوت النباتية .
- وترى الباحثان بأن هناك العديد من الأسباب التي تستدعي من الشركة تطبيق مفهوم الذكاء الاقتصادي ومنها:-
1. تدهور الوضع المالي للشركة وعدم توفر السيولة النقدية للأزمة لغرض تمشية نشاط الشركة وسد مستلزمات الشركة الإنتاجية والخدمية، فبعد عام 2003 تم حجز السيولة النقدية الموجودة في المصارف فضلاً عن إسقاط جميع الديون لدوائر أدولة ووزارة الدفاع ، وإلغاء العقود مع بعض الوزارات بخاصة وزارة التجارة مما اثر سلباً في الوضع المالي للشركة.
 2. انخفاض الطاقة الإنتاجية للشركة بسبب تقادم مكائن ومعدات الشركة فضلاً عن كثرة العطلات وحالات الطوارئ والوضع الأمني ، فضلاً عن توقف الإنتاج لكل المنتجات وبمدد متفاوتة خلال كل سنة لعدم توافر المواد الأولية بسبب نقص السيولة ، وعدم توافر الكهرباء والماء الكافيين حتى للاستغلال بوجبة عمل واحدة.
 3. سوء التخطيط للطاقات المخططة مقارنة بالواقع الفعلي الأمر الذي انعكس في تذبذب نسب استغلال هذه الطاقات، الأمر الذي يستدعي إعادة النظر بالأساليب المستخدمة في تخطيط تلك الطاقات.
 4. وجود العديد من الطاقات الفائضة والعاطلة على الإدارة العمل على رفع درجة استغلال تلك الطاقات بخاصة إن منتجات الشركة لها ما يميزها من المنتجات المماثلة من ناحية الجودة والسعر .
 5. انخفاض في مبيعات الشركة لبعض المنتجات ، وكذلك توقف في إنتاج بعض المنتجات التي كانت تنتجها الشركة .
 6. تراجع الميزة التنافسية للشركة بعد عام 2003 وتوجه العراق نحو الاقتصاد الحر وانفتاحه على الأسواق الخارجية ودخول منتجات جديدة إلى الأسواق ذات جودة عالية وأسعار تنافسية.
 7. ارتفاع تكاليف الشركة لعدة أسباب منها ، زيادة عدد العاملين نتيجة العمل بقانون المفصولين السياسيين والذي اثر ذلك بشكل سلبي في سير العمل ، وزيادة الرواتب نتيجة اعتماد سلم الرواتب لموظفي الدولة وبالتالي أصبحت جميع الرواتب ثابتة ، بعد أن كان جزء منها مرتبطة بحجم الإنتاج حيث كانت تعتمد قبل 2003 نظام الحوافز المرتبطة بحجم الإنتاج ، وبسبب انخفاض الإنتاج لم يتم العمل بنظام الحوافز هذا العام. فضلاً عن ارتفاع أسعار المواد الأولية بعد ان كانت الدولة توافرها بأسعار مدعومة من قبلها .كل ذلك أدى الى ارتفاع التكاليف.

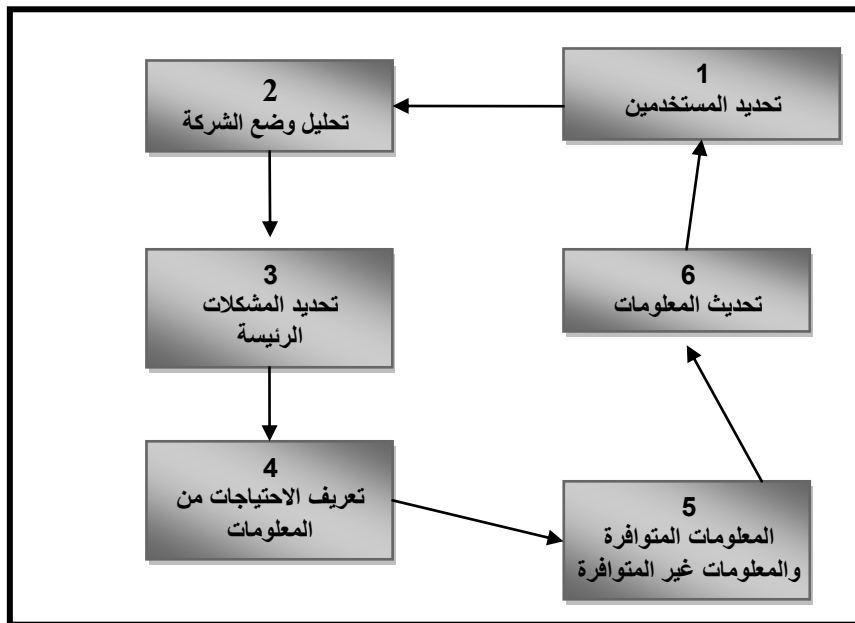
8. عدم قدرة الشركة على التجديد والابتكار واستخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة، نتيجة عدم العناية بالمستوى الثقافي والفني والعلمي للعاملين بالشركة وعدم العمل على تطوير مهاراتهم لمواجهة التغيرات التي تطرأ في بيئة العمل.

المعلومات التي يجب أن يتضمنها الذكاء الاقتصادي في الشركة العامة للزيوت النباتية. لغرض معرفة ما هي المعلومات التي يجب تضمينها في الذكاء الاقتصادي يجب معرفة أولاً أن هناك نوعين من المعلومات التي يتم جمعها لاتخاذ القرار في الشركة:-

- معلومات يتم جمعها لاتخاذ قرار معين -على سبيل المثال :المعلومات التي يتم جمعها لغرض إنتاج منتج جديد أو لتطوير خط إنتاجي.

- المعلومات التي يتم جمعها لتزويد الشركة بالمعلومات اللازمة والتي تهدف إلى زيادة ادراك الشركة لما يحدث في البيئة المحيطة للحفاظ على الموقع التنافسي وهذا النوع من المعلومات يتم جمعها بشكل مستمر . حيث تعمل هذه المعلومات على دعم جميع العمليات داخل الشركة ويتم الحصول على هذه المعلومات أما من الانترنت أو عن طريق قراءة الصحف اليومية والمجلات التجارية أو التلفاز أو الملتقيات والمؤتمرات أو الزبائن أو الموردين أو المنافسين. يجب أن تكون الشركة على بيئة من احتياجات السوق والبيئات الخارجية، من أجل ضمان أن يتم إنتاج منتج أو خدمة ذات قيمة ولكي تحافظ الشركة على مكانتها في السوق أو زيادة حصتها في السوق. و على فريق عمل الذكاء الاقتصادي في الشركة تحليل الاحتياجات من المعلومات عن طريق الخطوات التالية، الشكل (4) يوضح مراحل تحديد احتياجات المعلومات:

الشكل (4) مراحل تحديد احتياجات المعلومات



المصدر :- (الشكل من إعداد الباحثة)

أ. تحديد المستخدمين

قبل البدء بتحليل الشركة، فمن الضروري أن نميز بين نوعين من المستخدمين وهما صانعو القرار والمخططون الاستراتيجيون في الشركة؛ لأن لكل مستخدم معلومات خاصة يحتاج إليها .
فبالنسبة إلى صانعي القرار في الشركة هي الإدارة حيث تُعدُّ المستخدم الرئيسي للمعلومات داخل الشركة وهي تحتاج إلى معلومات محدده ودقيقة عن قرار معين ، أما المخططون الاستراتيجيون فهم يمثلون رؤساء الأقسام الذين يخططون لسير العمليات الإنتاجية ووضع استراتيجيات الشركة لضمان سير عملها وتتمثل في بعض أقسام الشركة منها التخطيط والتسويق والمشتريات والبحث والتطوير والقسم المالي .
فضلاً عن هؤلاء هناك المستخدمون الخارجيون المتمثلون بالوزارة التي تنتمي لها الشركة، الجهات الحكومية، الباحثين ، حيث لكل مستخدم احتياجات من المعلومات مختلفة عن الآخر .لذلك على فريق العمل أخذ ذلك بالحسبان وتحديد ما يلزم من المعلومات التي يجب أن توافرها وحدة الذكاء الاقتصادي في الشركة.

ب. تحليل وضع الشركة

لغرض تحديد المعلومات التي يتضمنها الذكاء الاقتصادي ينبغي أن يتم تحليل الوضع الحالي للشركة ،و تُعدُّ هذه الخطوة مهمة جداً في العمل لأن في ضوءها يتم تحديد المعلومات اللازمة.
فضلاً عن ذلك من الضروري تحليل إستراتيجية الشركة المستقبلية ،ولغرض تحقيق ذلك تم توجيه أسئلة إلى المسؤولين بالشركة ،وهي:-

- ما هي رؤية الشركة ومهامها ؟
 - ما هي أهداف الشركة الرئيسة على المدى الطويل؟
 - ما هي استراتيجياتها؟
 - ما هي أولويات الشركة في الماضي، وفي الحاضر والمستقبل؟
 - هل تخطط الشركة للانضمام إلى أسواق جديدة؟
 - هل تعمل الشركة على تطوير منتجاتها؟
- إن الإجابة عن هذه الأسئلة، سوف يعطينا صورة عن الشركة ومتطلباتها .من أجل إنشاء وحدة الذكاء الاقتصادي.

ولغرض الحصول على الإجابات تم اللقاء بمسؤولي الشركة، وكانت الإجابات كما يلي بالنسبة لرؤية ومهام الشركة . تقديم منتجات متميزة بجودة عالية من أجل تعزيز اسم الشركة و سمعتها كشركة رائدة في هذا المجال. وخلق منفعة متبادلة طويلة الأجل مع الزبون . والحصول على تقدير و رضا الزبون و موظفيها. والمحافظة على البيئة، و الالتزام بكافة قواعد السلامة العامة ، والمحافظة على جودة المنتجات ، والمساهمة في دعم و تطوير الاقتصاد الوطني.

أما أهداف الشركة على المدى الطويل فتتمثل بتطوير المنتجات القائمة والبحث عن منتجات جديدة لدعم الاقتصاد الوطني في مجال تصنيع الزيوت النباتية. وزيادة الفاعلية والكفاءة والإنتاجية. وتحسين الموقع التنافسي. وتخفيض شكاوى المستهلكين وتحسين رضا الزبون . وزيادة ربحية الشركة وتخفيض التكاليف .

وتتمثل إستراتيجية الشركة بتبني سياسات تركز بقوة على الزبون، وتزيد القدرة على جذب وتلبية رغباتهم وكسب رضاهم والإقلال من شكاويهم. فضلاً عن ذلك أصبح تركيز الشركة على تحقيق الأرباح والمحافظة على جودة منتجاتها ورضا الزبون عنها.

و تسعى الشركة الى استعادة مكانتها في السوق المحلي وكذلك الدخول إلى الأسواق الخارجية . حيث ان الشركة كانت تُعَدُّ من كبرى الشركات في العراق والوطن العربي وتاريخها الطويل في الصناعة .ولكن تراجعت هذه المكانة لأسباب بينهاها سابقاً.وتعمل الشركة على تطوير منتجاتها وتصنيع منتجات جديدة حيث للشركة العامة للزيوت النباتية مختبرات خاصة بذلك تعمل على فحص المنتجات المنافسة ومقارنتها مع منتجات الشركة . بعد أن تم الإجابة عن الأسئلة السابقة سوف نبدأ بالخطوة التالية التي تُعَدُّ مهمة جداً التي تتطلب العديد من المقابلات على جميع المستويات الإدارية للشركة.

ج. تحديد الموضوعات الرئيسية

إن أهم الموضوعات التي يسعى مسؤولي الشركة تحقيقها هي الخروج من الأزمة التي تعاني منها الشركة ، وتحقيق الميزة التنافسية ، وهذه المرحلة تتطلب معلومات دقيقة لاتخاذ القرار المناسب.

د. تعريف الاحتياجات من المعلومات

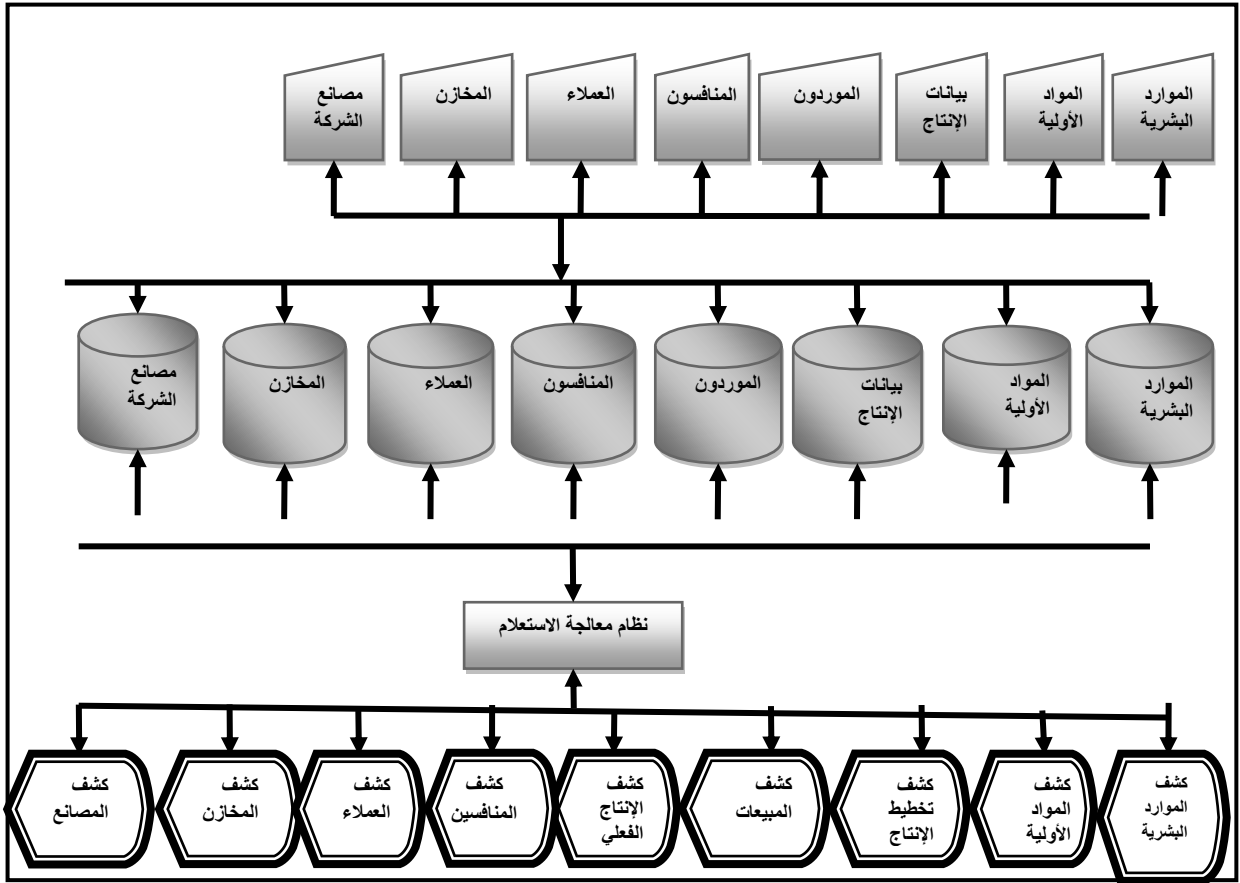
هنا سوف يتم توفير المعلومات اللازمة عن السوق، والمنتجات، والمنافسين، والتكنولوجيا، والبيئة، والعملاء . وهناك العديد من الطرائق لجمع المعلومات أما المقابلة أو الاستبانة أو عملية البحث عن طريق الانترنت وبعد تحديد الاحتياجات من المعلومات، يجب أن يتم تقييم المعلومات المتوفرة بالفعل داخل الشركة.

هـ . المعلومات المتوفرة والمعلومات غير المتوفرة

ان المعلومات المتوفرة هي التي تخص منتجات الشركة وتكاليفها، والمبيعات ،وكميات الإنتاج، والطاقات الإنتاجية الموازنات التخطيطية وغيرها من المعلومات التي تخص الشركة ،أما المعلومات التي تخص البيئة الخارجية فهي قليلة جداً ولا توجد جهة في الشركة يتم تقييد المعلومات الخارجية فيها فقط قسم التسويق فإن أغلب المعلومات تكون عن الزبائن وأذواقهم وأسعار المنتجات المنافسة.

وبعد أن بينا كل ما يتعلق بتحديد المعلومات التي يجب أن يتضمنها الذكاء الاقتصادي فقد تم تصميم برنامج قواعد بيانات خاص بوحدة الذكاء الاقتصادي تحتوي على أهم المعلومات التي يمكن أن يحتاجها أي مستخدم، ويمتاز هذا البرنامج بالسهولة واليسر في الاستخدام ، وملحق رقم(1) يبين شرحاً لهذا البرنامج وكيفية استخدامه. والشكل(5) يوضح قاعدة بيانات الذكاء الاقتصادي.

الشكل (5) قاعدة بيانات الذكاء الاقتصادي



فضلاً عن قواعد البيانات هذه يجب أن تحتفظ الوحدة بقواعد البيانات الموجودة في الشركة بالإضافة من الممكن ان تتعاون وحدة الذكاء الاقتصادي في حصولها على المعلومات من الجامعات العراقية لما تحتويه من كفاءات ، وكذلك من وزارة التخطيط الجهاز المركزي للإحصاء ،حيث تقوم الوزارة بعمل مسوحات مختلفة عن البيئة ممكن للشركة الاستفادة منها.

و . تحديث المعلومات

الذكاء الاقتصادي هي عملية مستمرة .فمن الضروري الحفاظ على تحديث المعلومات من أجل بناء نظام الذكاء الاقتصادي الديناميكي. لذا يجب تقييم معلومات الذكاء الاقتصادي وتحديثها باستمرار. ولا توجد مدة محددة لعملية تحديث البيانات وإنما يجب القيام بالتحديث في حالة إذا حدثت تغيرات في البيئة الداخلية أو الخارجية.

رابع : الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

- 1- الذكاء الاقتصادي نظام معلومات متكامل لتقديم المعلومات إستراتيجية إلى المستخدمين ، حيث يمكن ان يطبق على مستوى الدولة أو على مستوى الوحدة الاقتصادية.
- 2- لا توجد وحدة او هيئة للذكاء الاقتصادي في العراق وانما هناك الجهاز المركزي للإحصاء الذي يعد عمله إحصائي يعتمد على المسوحات والعينات.
- 3- يمثل نظام المعلومات للوحدات مورداً هاماً للوحدات في عملية الذكاء الاقتصادي حيث تمثل مكونات النظام البنية التحتية للذكاء الاقتصادي لما يقدمه من معلومات عن البيئة الداخلية.
- 4- عدم امتلاك الشركة قاعدة معلومات متكاملة عن البيئة الخارجية، ولا تمتلك نظام معلومات كفوء يتناسب مع الوضع الحالي لسوق المنافسة. حيث هناك متابعة للبيئة الخارجية (منافسين، زبائن، تكنولوجيا) ولكن ضعيفة لأنه لا توجد وحدة خاصة بتحليل المعلومة من اجل استغلالها من قبل المتخصصين لغرض اتخاذ القرار الملائم .
- 5- هناك العديد من الأسباب التي تستدعي من الشركة تطبيق مفهوم الذكاء الاقتصادي ومن هذه الأسباب ، تراجع الميزة التنافسية للشركة بعد عام 2003 وتوجه العراق نحو الاقتصاد الحر وانفتاحه على الأسواق الخارجية ودخول منتجات جديدة إلى الأسواق ذات جودة عالية وأسعار تنافسية.

التوصيات

- 1- بناء نموذج للذكاء الاقتصادي في العراق حيث يساعد ذلك على توفير المعلومات المتكاملة اللازمة إلى متخذي القرار. يمكن ان نسمي هذه الوحدة بالجهاز الوطني للذكاء الاقتصادي وامن المعلومات ، يعمل بالتوافق مع جميع مؤسسات الدولة عامة كانت ام خاصة حيث تقوم هذه المؤسسات برفد الجهاز بالمعلومات اللازمة التي يحتاجها ليقوم الجهاز بتحليل المعلومات ومعالجتها لغرض تقديمها الى متخذي القرار .
- 2- بناء نموذج للذكاء الاقتصادي في العراق حيث يساعد ذلك على توفير المعلومات المتكاملة اللازمة إلى متخذي القرار. يمكن ان نسمي هذه الوحدة بالجهاز الوطني للذكاء الاقتصادي وامن المعلومات ، يعمل بالتوافق مع جميع مؤسسات الدولة عامة كانت ام خاصة حيث تقوم هذه المؤسسات برفد الجهاز بالمعلومات اللازمة التي يحتاجها ليقوم الجهاز بتحليل المعلومات ومعالجتها لغرض تقديمها الى متخذي القرار .
- 3- دمج نظم المعلومات الداخلية مع الخارجية من خلال تكوين وحدة معالجة المعلومات ، وتوعية إدارة الشركة بأهمية المعلومات في تطوير عمل الشركة ومعرفتها كل المتغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية وما لها من تأثير في اتخاذ القرارات، حيث تسمى هذه الوحدة بالذكاء الاقتصادي.
- 4- أن تكون وحدة الذكاء الاقتصادي قسماً منفصلاً تتعاون مع بقية الأقسام للحصول على المعلومات ، لكونه يلائم وضع الشركة حيث يمكن أن تستفيد منه جميع أقسام الشركة ، إذ أن وجود وحدة مركزية للمعلومات تساعد

متخذي القرار في الحصول على المعلومات بشكل أسرع لكون جميع المعلومات المتعلقة بالشركة والبيئة المحيطة بها تتركز في مكان واحد. والعمل على تطبيق برنامج الذكاء الاقتصادي المصمم لتسهيل عمل وحدة الذكاء الاقتصادي.

5- العمل على تكامل قواعد البيانات التي تعمل عليها الشركة فضلاً عن قواعد البيانات المصممة في الملحق والمتمثلة بنظام المشتريات والتي يجب تكاملها مع نظام المبيعات والمخزون والنظام المحاسبي الموحد حيث يزيد ذلك من فاعلية هذه القواعد.

المصادر

أولاً : المصادر العربية

- 1- بو خمخ ومحمد، عبد الفتاح وصالح، " الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها "، الاردن، جامعة الزيتونة ، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة، 2012 .
 - 2- الحمزة، عبد الحليم، " نحو بناء نموذج للذكاء الاقتصادي في الجزائر انطلاقاً من تجارب كل من اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا"، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، الجزائر ، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2012.
 - 3- خلفاوي، شمس ضيات، "الذكاء الاقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة"، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، الجزائر ، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2012
 - 4- رزيق واحمد ، كمال وعلاش، " الاعتماد الرسمي للذكاء الاقتصادي في الجزائر "، "، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، الجزائر ، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2012.
 - 5- طباحي ، سناء، "الذكاء الاقتصادي"، 2011.
- http://www.google.iq/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CCwQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.fares-boubakour.edu.dz%2FExp_Et%2FNEFS%2Fspecialite_savoirs_biskra%2Ftebakhi_sana.doc&ei=GNCbVfnkG4uu7AbG8qOoBg&usq=AFQjCNG4HGdXYaozoR4V6JT_Eq3hQyqtQw
- 6- العابد، برينيس شريفة، " الذكاء الاقتصادي كآلية لتطوير وعصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية "، الاردن، جامعة الزيتونة ، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة، 2012 .
 - 7- عبد الرزاق، جبار، "الذكاء الاقتصادي دافع للابتكار في شركات التأمين- اشارة الى حالة الجزائر "، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، الجزائر ، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2012.
 - 8- عبد الكريم ،سهام، "سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية"، الاردن، جامعة الزيتونة ، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة، 2012

- 9- عبد القادر ، حدبي، " اهمية الذكاء الاقتصادي في تفعيل التخطيط الاستراتيجي في منظمات الاعمال القائمة على ادارة المعرفة"، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، الجزائر ، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2012.
- 10- فاطمة، مانع، "ادارة علاقة العملاء نموذج لتطبيقات ذكاء الاعمال في المنظمات"، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية ، 2012.
- 11- القطاونة، عادل محمد ، "أثر استخدام ذكاء الأعمال على فاعلية نظام المعلومات المحاسبي دراسة ميدانية على شركات البنوك والتأمين المدرجة أسهمها في بورصة عمان"، جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، 2012.
- 12- كباش، فاطمة الزهرة، "الذكاء الاقتصادي كآلية لحد الازمات المالية"، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، الجزائر ، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2012.
- 13- لامية ، حليلة، " دور البقطة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة مؤسسة يسرف السعيد لاشغال البناء"، رسالة ماجستير قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ، جامعة محمد بوقرة بو مرداس، الجزائر، 2009.
- 14- محمد شنشونه، "اهمية نظام المعلومات في دعم الذكاء الاقتصادي بالمؤسسة"، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، الجزائر ، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2012.
- 15- موزاوي ، عائشة، "الذكاء الاقتصادي اداة لتجنب الازمات الاستراتيجية – اشارة لحالة الجزائر"، الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الاقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الاعمال الحديثة، الجزائر ، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2012.

ثانيا : المصادر الاجنبية

1. Arenas, Eduardo Olier, "Strategic Intelligence and Economic security" 2014
2. Bagran off & Simkin & Norman, Nancg & Mark & Caroly Strand, " Core Concepts of Accounting Information systems", eleven Edition, Printed in the United States of America, Johan Wiley & Sons, Inc., 2010.
3. Cox, Jim, "Intelligence : Definition, Concepts and Governance", 2009.
4. Csurgai, Gyula , " Geopolitics, Geoeconomics, and Economic Intelligence", 1998.
5. Hall, Jameas A. , "Accounting Information Systems", 7 edition, United States of America, south- western Cenyage Learning, 2011.
6. Howerton, Paul W., " Economic Intelligence", 1956
7. Laudon & Laudon, , Kenneth G & Jane P, " Management Information system...Managing The Digital firm", twelfth edition , United States of America, Prentice Hall, 2012
8. Romney & steinbart, Marshall & Paul John, "Accounting Information systems", tenth edition, United States of America, Prentice Hall, 2006

9. Rainer & Cegielski, R. Kelly & Casey G., "Introduction to Information Systems", Three Edition, Printed in the United States of America, Johan Wiley & Sons, Inc., 2011
10. Rouhani & Mahmodian, Saeed & Mohammad, "Financial Information Systems: Business Intelligence Perspectives (Iranian Companies listed on Stock Exchange Case Study)", Department of Accounting, Firoozkooh Branch, Islamic Azad University, Iran, 2012
11. Rodrigues, L.C., "Business Intelligence: the management information system next step", Graduate Studies in Management Program's Chairman Department of Administration Regional University of Blumenau, Brazil, 2002
12. Oladejo & Osofisam & Odumuyiwe, Bolamle & Adenike & Victor, "Knowledge Management in Economic Intelligence with reasoning", 2010
13. Onifade & et.al., Olufade, "Ontological Framework For Minimizing The Risk Of Non –Quality Data During Knowledge Reconciliation in Economic Intelligence Process", 2008
14. OZ, Effy, "Management Information system", sixth edition, United States of America, south- western Cenage Learning, 2009.
15. Team Site, "Modeling and Development of Economic Intelligence Systems", Lorraine Laboratory Research in Computer Science and its Applications, Activity Report 2010.
16. the CETISME, "Economic Intelligence A Guide For Beginners and Practitioners", This guide has been prepared by the CETISME partnership, formed by: iDeTra – Innovación, Desarrollo y Transferencia de Tecnología, S.A. (Coordinator) & Comunidad de Madrid – Dirección General de Investigación & Conseil Regional de Lorraine (with the collaboration of CEIS and ATTELOR) & Coventry University Enterprises Ltd. (with the collaboration of the EPI Centre) & Consorzio Pisa Ricerche (with the collaboration of Meta Group), 2002.
17. Thiery & Afolabi, Babajide & Odile, "Business intelligence systems and user's parameters: an application to a documents' database", 2005.
18. Ruggles & Brodie, Richard & Henry, "An Empirical Approach to Economic Intelligence in World War II", Journal of the American Statistical Association, Vol. 42, No. 237, Mar., 1947.

الملحق(1)

شرح تشغيل برنامج الذكاء الاقتصادي
سوف يتم هنا شرح برنامج الذكاء الاقتصادي الذي تم تصميمه باستخدام مايكروسوفت اكسس (قواعد البيانات) ،
حيث سوف يتناول الشرح المحاور الآتية :-
1- الجداول.

2- العلاقات والاستعلامات.

3- تشغيل البرنامج.

1- الجداول يتكون البرنامج من عدد من الجداول وهو المستوى الداخلي لقاعدة البيانات حيث تمثل البيانات التي يتم ادخالها الى البرنامج عن طريق شاشة الإدخال، وهذه الجداول هي:
جدول الموارد البشرية للشركة حيث مقسم على عدد من الحقول والسجلات التي تضم مختلف المعلومات عن الموظفين في الشركة ومعاملها والشكل (1) يمثل ذلك.

شكل(1)المستوى الداخلي الموارد البشرية

الموارد البشرية	الحالة الاجيد	رقم الموائل	عنوان السكن	كيت الشكر	الصواب الوطر	الكلية	الجامعة	التخصص	الشهادة	تاريخ التعيين	اسم الموظف	رقم الموظف
*												

جدول الموردين يتضمن بيانات عن الموردين الاسم والعنوان والملاحظات والجدول التالي يوضح ذلك.

شكل (2)المستوى الداخلي للموردين

الموردين	العنوان	رقم الهاتف	اسم المورد	رقم المورد
*				

جدول المنافسين وهو يتضمن معلومات عن المنافسين ايضاً

شكل (3)المستوى الداخلي للمنافسين

المنافسين	إضافة حقول جديد	الملاحظات	وحدة القياس	وزن العبوة	سعر المنتج	مقر الشركة	اسم الشركة	اسم المنتج	رقم المنتج
*									

جدول المصانع وهو يتضمن معلومات عن المصانع مساحتها واقسامها ومنتجات المصنع وموقع المصنع.

شكل (4) المستوى الداخلي لمصانع الشركة

رقم المصنع	اسم المصنع	موقع المصنع	اقسام المصنع	منتجات المصنع	مساحة المصنع	مستوى جديد
*						

جدول العملاء يتضمن معلومات عن العملاء كما في الشكل

شكل (5) المستوى الداخلي للعملاء

رقم العميل	نوع العميل	اسم العميل	العنوان	رقم الهاتف	مستوى جديد
*					

جدول المخازن ويتضمن معلومات عن المخازن مواقعها طاقتها الاستيعابية

شكل (6) المستوى الداخلي للمخازن

رقم المخزن	اسم المخزن	موقع المخزن	مساحة المخزن	سعة المخزن	مستوى جديد
*					

جدول المواد الأولية ويبين المواد الداخلة في إنتاج كل منتج وكمياتها للطن الواحد

شكل (7) المستوى الداخلي للمواد الأولية للمنتجات

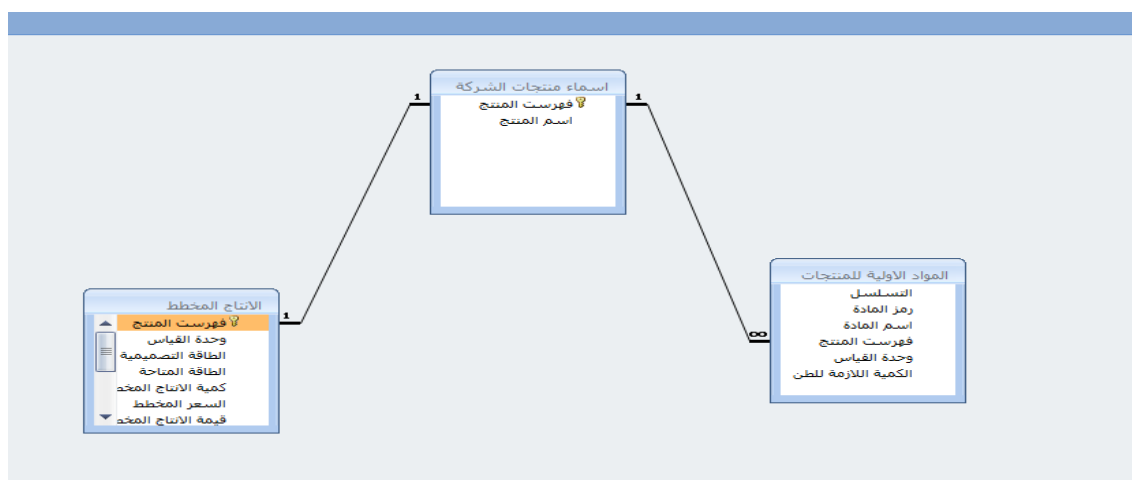
الكمية اللازمة	وحدة القياس	اسم المنتج	فهرست الما	اسم المادة	رمز المادة	التسلسل
*						

جدول (8) معلومات عن الإنتاج ويتضمن معلومات عن الطاقات التصميمية والمتاحة لكل منتج والإنتاج المخطط والفعلي والمبيعات (كمية وقيمة)

شكل (8) المستوى الداخلي لمعلومات الإنتاج

[illegible]

2- العلاقات والاستعلامات. البرنامج يحتوي على علاقة بين ثلاث جداول كما مبينه في الكل ادناه، لكون الجداول الاخرى تخص أموراً تختلف عن الجدول الآخر أي توجد علاقة بينها ولكن كل نموذج وكشف يحتوي على استعلام ساعد في عمل الكشوفات التي هي مخرجات البرنامج و هو المستوى الذهني للبرنامج.



3- تشغيل البرنامج يتم تشغيل البرنامج بعد النقر على أيقونة البرنامج سوف تفتح الشاشة الرئيسة كما في الشكل (9) التي تحتوي اسم المستخدم وكلمة السر

الشكل (9) شاشة الدخول للبرنامج



بعد أن يتم إدخال اسم المستخدم وكلمة السر نضغط على دخول للدخول الى البرنامج وإذا رغبتنا بالاعلاق نقوم بالضغط على اغلاق، اذا تم كتابة اسم المستخدم خطأ او كلمة السر سوف تظهر رسالة تبين ادخال كلمة السر او اسم المستخدم خطأ.

الشكل (10) نافذة الأضرار

فعند الضغط على زر الموارد البشرية تفتح الشاشة الآتية

الموارد البشرية

تحتوي النافذة على أزرار كل زر يؤدي غرض محدد، الزر التالي ينتقل الى سجل جديد ، الزر السابق يرجع الى السجل السابق ، زر الطباعة يتم فيه طبع كارت الموظف، زر اغلاق يتم غلق النافذه.

زر ادخال الموردين يفتح الشاشة الآتية

شكل (12) شاشة إدخال معلومات الموردين

رقم المورد:	
اسم المورد:	
رقم الهاتف:	
العنوان:	
التالي السابق حذف اغلق	

وهنا يجب ادخال البيانات التي تخص المورد التي تذهب الى جدول الموردين لغرض خزن المعلومات .
اما بقية الازرار التي يتم فتحها في العمود الاول والثالث تفتح الشاشات الآتية التي يتم ادخال المعلومات اللازمة بها والتي تخزن في الجداول السابقة.

الشكل (13) شاشة إدخال معلومات المنافسين

رقم المنتج	
اسم المنتج	
اسم الشركة	
مقر الشركة	
سعر المنتج	
وزن العبوة	
وحدة القياس	
الملاحظات:	
التالي السابق حذف اغلق	

الشكل (14) شاشة إدخال معلومات مصانع الشركة

رقم المصنع	
اسم المصنع	
موقع المصنع	
اقسام المصنع	
منتجات المصنع	
مساحة المصنع	
التالي السابق حذف اغلق	

الشكل (15) شاشة إدخال معلومات العملاء

	رقم العميل:
	نوع العميل:
	اسم العميل:
	العنوان:
	رقم الهاتف:
التالي السابق حذف اغلق	

الشكل (16) شاشة إدخال معلومات المخازن

	رقم المخزن:
	اسم المخزن:
	موقع المخزن:
	مساحة المخزن:
	سعة المخزن:
التالي السابق حذف اغلق	

الشكل (17) شاشة إدخال معلومات المواد الأولية للمنتجات

المواد الأولية للمنتجات	
	رمز المادة
	اسم المادة
	فهرست المنتج:
	اسم المنتج
	وحدة القياس
	الكمية اللازمة للطن
التالي السابق حذف اغلق	

الشكل (18) شاشة إدخال معلومات عن الانتاج

الانتاج المخطط		فهرست المنتج	اسم المنتج	وحدة القياس
التالي	الطاقة المتاحة	الطاقة التصميمية		
السابق	قيمة الانتاج المخطط:	كمية الانتاج المخطط	السعر المخطط	
حذف	قيمة الانتاج الفعلي:	كمية الانتاج الفعلي:		
اغلق	قيمة المبيعات:	كمية المبيعات:	سعر البيع:	
		التاريخ:		

بعد ان يتم ادخال المعلومات لكل شاشة فهناك كشوفات تم عملها لكل شاشة ادخال وهي كما يلي:
عند الضغط على زر البحث عن الموظفين تفتح الشاشة الآتية

الشكل (19) شاشة البحث عن الموظفين

[illegible]

فإذا أريد البحث عن موظف معين يتم كتابة اسمه وضغط بحث يظهر في الأسفل ، أما إذا اردنا البحث عن شهادات معينة فنكتب في حقل الشهادة وهكذا ، أما إذا أردنا معاينة أي عملية من عمليات البحث نضغط زر معاينة ، أما المعاينة المحددة هي فقط لموظف معين فقط حيث يتم تحديد الموظف الذي نريد معاينته ونضغط زر معاينة محددة أما إذا اردنا الطباعة نضغط طباعة والطباعة المحددة هي فقط لطباعة موظف محدد، أما زر اخراج فهو لغرض حفظ الملفات التي تخص الموظفين بامتدادات مختلفة وورد اكسل pdf .

كذلك الشيء نفسه لبقية الكشوفات الأخرى الموضحة بالاشكال الآتية

الشكل (20) شاشة كشف الموردين

[illegible]

الشكل (21) شاشة كشف المنافسين

[illegible]

الشكل (22) شاشة كشف المصانع الشركة

[illegible]

[illegible][illegible][illegible]

الشكل (26) شاشة كشف الانتاج الفعلي

[illegible]

الشكل (27) شاشة كشف الانتاج المخطط

[illegible]

الشكل (28) شاشة كشف المبيعات

[illegible]

كشف كميات الانتاج والمبيعات

وتحتوي شاشة الأضرار على زرین هما المستخدمین وهي لإدخال المستخدمين الذین یدخلون الی البرنامج وهي موضحة بالشکل 30، وزر تغییر کلمة السر وهي فی حالة الرغبة فی تغییر کلمة السر وهو موضح بالشکل (31)

المستخدمين

الشكل (31) تغيير كلمة السر

336