

الذكاء الاقتصادي بين التأصيل النظري وتجليات الممارسة، رؤية اتصالية
*Competitive intelligence between theoretical rooting and practice
 manifestations, Communicational viewing*

د. حسيبة قيدوم.

جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال، مخبر استخدام وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في
 الجزائر.

guidoum.hassiba@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2022 / 06 / 30

تاريخ القبول: 2022 / 05 / 25

تاريخ الاستلام: 2022 / 04 / 12

ملخص:

لم يبق التعامل مع المعلومة في المنظمة يتحقق في إطار "نظم المعلومات" و"إدارة المعلومات" فحسب بل تعدى ذلك ليلبغ مستوى أكثر دقة وتخصصا. ففضلا على أنه يمثل تحدياً ورهانا أملتته التغييرات التكنولوجية والاقتصادية الراهنة أصبح الذكاء الاقتصادي توجهاً حديثا تتبناه أغلب المؤسسات في العالم، لأنه يتيح لها التكيف الدائم مع التغييرات الخارجية ويوفر لها الآليات اللازمة لاقتناء المعلومات الاستراتيجية بشكل استباقي لأجل اغتنام الفرص وتجنب التهديدات المحتملة. وتتناول هذه الورقة مسألة مفاهيمية ونظرية لموضوع الذكاء الاقتصادي على ضوء مقارنة معلوماتية اتصالية، كما تركز على بعض الأبعاد المرتبطة بهذا المجال على مستوى التطبيق والممارسة.

الكلمات المفتاحية: البعد الاتصالي؛ الذكاء الاقتصادي؛ المعلومات؛ المعلومات الاستراتيجية؛ اليقظة.

Abstract:

Dealing with information in an organization is not limited to the frameworks of "information systems" and "information management" but extends to another level, more specialized and accurate .

In addition to the fact that competitive intelligence is a challenge imposed by technological and economic changes, it has become a modern tendency, adopted by most organizations in the world, because it allows them to adapt themselves to external changes and provides them with necessary mechanisms to proactively acquire strategic information to grab necessary opportunities and avoid potential threats .

This paper is questioning, conceptually and theoretically, this theme of competitive intelligence on the light of information and communicative approach. And it also focuses on some scopes related to this field at the level of application and practice.

Keywords: *Competitive intelligence ; communicational dimension ; Informations ; strategic informations ; ;vigilance.*

1. مقدمة

لقد أصبحت المعلومات في قلب الإدارة التنظيمية الحديثة. إذ وجدت المؤسسات نفسها ملزمة على أن تستثمر في الحفاظ على رأس مالها اللامادي والمعرفي وتعززه. وأضحت المعلومات العامل الأكثر تمييزاً بين جميع العوامل والموارد التي تساهم في التنمية الاقتصادية والثقافية وفي عملية الإنتاج، على غرار المورد المالي والمورد البشري. فيتحدث بعض الخبراء عن "النفط الرمادي"، والبعض الآخر يتحدث عن "دم الشركات" أي لا حياة للمنظمة دون المعلومات. فأصبح الاستثمار في إدارة المعلومات والمعرفة الحديثة محوراً استراتيجياً رئيسياً لخلق القيمة والقدرة التنافسية المستدامة.

على صعيد آخر يتفق الكثير من الملاحظين في اعترافهم بحلول ثورة اقتصادية جديدة موازاة مع الثورة المعلوماتية والاتصالية، وأقل ما يجمع الاثنتين هو المعلومات والمعرفة. ويأتي مفهوم الذكاء الاقتصادي ليعكس توجهها جديداً أصبحت تتبناه أغلب المؤسسات الاقتصادية يقوم على الاستغلال الأمثل للمعلومة وتثمينها وتوظيفها على نحو يحقق نجاعة في التخطيط واتخاذ القرار، ويساهم في الرفع من أداء المؤسسة وفق مقاربة استباقية وتوقعية لتغيرات بيئتها المحيطة بكل عناصرها. فما هي الدلالات التي يقوم عليه مفهوم الذكاء الاقتصادي والأسس النظرية التي نشأ على أساسها؟ وما موقعه في السياق البحثي الأكاديمي لاسيما في علوم الإعلام والاتصال؟ وما هي الأبعاد التي ترتبط به على صعيد الممارسة؟

أولاً: السياق الاستمولوجي والبعد الاتصالي للذكاء الاقتصادي

رغم أن مفهوم الذكاء الاقتصادي انتشر في البداية ووجد دلالاته في سياقات مهنية وميدانية ابتداءً من المجال الاستراتيجي العسكري ووصولاً إلى عالم الاقتصاد، إلا أن الاهتمام به على المستوى الأكاديمي والمعرفي بدأ يكتسح العديد من العلوم والتخصصات وبدأ يتحقق تراكم في الإنتاج العلمي حول هذا المجال. ومع ذلك يعتبر مواني وبولانج Moinet & Bulinge بأن المفهوم لم يبلغ بعد مرحلة النضج سواء كان نضجاً مهنيًا أو فكريًا أو أكاديميًا، وهو يندرج براغماتياً ضمن العلوم الإنسانية والاجتماعية على الرغم من نشأة المفهوم خارج الأطار الأكاديمي، إلا أنه بدأ يتطور بشكل هامشي في مفترق طرق عدة تخصصات: من ثنائية علوم التسيير وعلوم الإعلام والاتصال، إلى العلوم الاقتصادية والسياسية والقانونية وبشكل أقل علم النفس الاجتماعي وعلوم الاجتماع والفلسفة (Moinet & Bulinge, Intelligence économique : vers une nouvelle dynamique de recherche, 2013).

على سبيل المثال وفي محاولة لتصنيف التناول الأكاديمي لموضوع الذكاء الاقتصادي بفرنسا رتب الباحث آربي Loïc Harriet مجموع أطروحات الدكتوراه (التي نوقشت منذ 2003) وصنفها ضمن ما يفوق ستة تخصصات علمية. فتبين أن تخصص علوم الإعلام والاتصال جاء في المرتبة الثانية مباشرة بعد علوم التسيير، لتأتي في المرتبة الثالثة والتي تليها تخصصات أخرى مثل العلوم الاقتصادية والعلوم السياسية والعلوم القانونية وعلوم اللغة وعلم النفس وغيرها (Harriet, 2014, p. 28). فالعلوم السياسية مثلاً تهتم بالذكاء الاقتصادي حينما تنظر للتحكم في المعلومات على مستوى دولة ما على أنه مصدر للقوة؛ وكذا تأثير حرب المعلومات في العلاقات الدولية.

أما في علوم الإعلام والاتصال فيعتبر ماركون Marcon أن الذكاء الاقتصادي مغامرة فكرية ومهنية لأن المفهوم يصعب تحديده وأن البحث في المفهوم في إطار علوم الإعلام والاتصال لا يتحقق تقريبا إلا على رَجُلٍ واحدة وهي علوم المعلومات وما يتعلق بها من مسائل معلوماتية بحتة: ماهي المعلومة المفيدة؟ كيف يتم

الحصول عليها؟ كيف يمكن استعمال المعلومة في فعل التأثير؟ ما دور المعلومة في عملية اتخاذ القرار؟ كيف يتم تنظيم المعلومات ومعالجتها داخل المنظمة؟ ما دور المعلومة في اتخاذ القرار؟ ما الذي يمكن أن يجلبه استعمال البرمجيات؟... إلا أن الجانب الاتصالي لا يُتناول إلا بشكل ثانوي (Marcon, 2014).

وبالفعل فقد انصبت الجهود العلمية في علوم الإعلام والاتصال لحد الآن في العناية بمجال المعلومات وتطوير نظمها وإدارتها ومعالجتها ودورة حياتها في إطار المنظمات. وهو ما أدى ببعض الباحثين إلى الدعوة إلى تجاوز هذا المستوى والتوجه أكثر نحو ربط الذكاء الاقتصادي بالمقاربة الاتصالية وما ينجم عن ذلك من تسليط للضوء على العديد من الأبعاد الأساسية المرتبطة بالاتصال الشامل communication globale في المؤسسة. ورغم حداثة هذا المفهوم الأخير (أي الاتصال الشامل) إلا أن الغوص في مختلف دلالاته وشمولية أثره وتداعياته على حياة المؤسسة لا يمكن أن يتأتى دون الالتفات إلى إدارة المعلومات والمعارف اللازمة لحياة المؤسسة؛ وهو المسعى الأدنى الذي ينطلق منه أي نظام للذكاء الاقتصادي.

فلا يمكن تقليص الذكاء الاقتصادي إلى مجرد سياسة عمومية أو نمط تفكير أو حتى ثقافة، وإنما ينبغي أن يتم تحليله كفعل اجتماعي للإعلام والاتصال (Moinet, L'épistémologie de l'intelligence économique face au défi de la communication, 2009, p. 171).

ولعلها كثيرة هي الدواعي التي تبرر ضرورة اهتمام علوم الاتصال بالذكاء الاقتصادي ولا أدل على ذلك من كون مسارات التفاعل والتبادل بين مختلف هياكل المنظمة وأعاونها وحتى عناصر بيئتها الخارجية في اقتناء المعلومات وسلوكات الترقب واليقظة لا يمكن إلا أن تمثل إشكالات لظواهر ومسائل اتصالية وسلوكات اجتماعية أساسها التفاعل. فيربط اينغهام M.Ingham الذكاء الاقتصادي بالتعلم التنظيمي Apprentissage organisationnel الذي يعرفه بكونه "مسارا اجتماعيا للتفاعلات التي تُنتج معارف وخبرات جديدة" (Harriet, 2014, p. 103).

وبشكل عملي يجد الذكاء الاقتصادي مكانته ودلالته في الاتصال التنظيمي أو اتصال المؤسسة وهذا في علاقته بتسيير مختلف تدفقات المعلومات على الصعيدين الداخلي والخارجي.

• الاتصال الخارجي: طالما أن الاتصال الخارجي يقوم على تطوير استراتيجية التموقع والصورة واستراتيجية الرأي التي تحافظ على سمعة المؤسسة واستراتيجية اتصال الأزمة، وشبكات المصالح الخارجية (زبائن، شركاء، منافسين، وسائل إعلام، هيئات حكومية...) فإن الذكاء الاقتصادي يهدف إلى استباق حركات المعلومات خارج إطار المؤسسة والذي يترجم عمليا

- تشكيل شبكة من الأفراد لتبادل المعلومات؛
- يقظة الصورة لدى منافسي المؤسسة؛
- تحليل مؤشرات المعلومات
- توقع الأزمات المحتملة.

• الاتصال الداخلي: أما على صعيد الاتصال الداخلي فإن أهمية الذكاء الاقتصادي تتجلى في ترسيخ ثقافة مشتركة بين مختلف الأعوان أو الموظفين تقوم على انخراط الجميع في الاستراتيجية الشاملة للمؤسسة، وتطوير مشاريع مشتركة بين مختلف العاملين بالتنسيق مع أهداف الاتصال الخارجي، وكذا خلق ديناميكية شبكة داخلية لأجل مراقبة تنمية وتطوير المؤسسة. وكل هذا انعكاس

للأهداف والمقومات الكبرى والفلسفة التي يركز عليها الاتصال الداخلي والمتمثلة في ضرورة التفاعل والتبادل وتكريس لغة مشتركة بين مجموع الفاعلين داخل المؤسسة يتعين تعميمها على المحيط الداخلي لهاته الأخيرة.

1. مفهوم الذكاء الاقتصادي

يمثل مفهوم الذكاء الاقتصادي وابعتراف الكثير من الباحثين واحدا من بين المفاهيم التي لا تزال حدودها المعرفية غير دقيقة وتنتابها الكثير من الضبابية، ومرد ذلك هو أن هذا المفهوم يقع ضمن تجاذبات العديد من التخصصات والمشارب العلمية، فضلا على أن التعاطي مع المفهوم يطال سياقات عدة: أكاديمية ومهنية وحتى حكومية. لكن هذا الإبهام في تحديد المفهوم لم يمنع وجود ثراء محسوس في محاولات لتعريف الذكاء الاقتصادي سواء على المستوى الدلالي أو الوظيفي أو حتى الأخلاقي.

وإذا كان الذكاء كما عرفه ايدغار موران Edgard Morin هو القدرة على التفكير ومعالجة وحل المشاكل في أوضاع ينتابها التعقيد (Harriet, 2014, p. 17)، وكان الاقتصاد هو مجموع ما يعني الإنتاج وتقسيم واستهلاك الثروات وما يتعلق بالنشاط الذي يؤديه أفراد المجتمع لأجل ذلك، فإن الربط بين المفهومين أي "الذكاء" و"الاقتصاد" قد يفضي إلى اعتبار الذكاء الاقتصادي على أنه القدرة على الربط بين النشاطات الإنسانية المتعلقة بإنتاج وتوزيع وتبادل واستهلاك السلع والخدمات بعدما كانت هاته النشاطات منفصلة عن بعضها البعض وهذا ما قد يؤدي إلى إعطاء المؤسسة الاقتصادية صفة لطالما كانت لصيقة بالعقل البشري وهي صفة "الذكاء" الذي يؤدي بها (أي المؤسسة) إلى فهم أفضل ومعرفة اشمل بالنشاط الاقتصادي. فيستنبط موران بأن الذكاء الاقتصادي يتمثل في القدرة على تفكيك تعقد الوضعيات الاقتصادية (Harriet, 2014, p. 17).

ويُعتبر هانز بيتر لوهن Hans Peter Luhn صاحب أقدم تعريف للذكاء الاقتصادي إذ عرفه سنة 1958 على أنه كل نظام اتصال يخدم تسيير النشاطات بمعنى أوسع، يمكن اعتباره نظاما ذكيا (عطية، 2018، صفحة 165).

من جهته Benasayag يرى أن محاولة التوصل إلى نضج مفاهيمي وعملياتي للذكاء الاقتصادي تستلزم الانتقال من المعلومة الاستراتيجية إلى المعرفة، ومن "المعلومة لأجل الفعل" إلى "المعرفة هي الفعل" (Benasayag, 2006)، وهذا التغير بدوره ينبغي أن يستوعب ويشمل الجانب الاتصالي، بعد أن كان ينظر للذكاء الاقتصادي على أنه مجرد عملية تجميع للمعلومات وممارسات التأثير المنسوخة من النموذج العسكري الأمريكي لحرب المعلومات (Moinet & Buliinge, Intelligence économique : vers une nouvelle dynamique de recherche, 2013).

كما وردت الكثير من التعريفات لمفهوم الذكاء الاقتصادي التي اقترحها المنظرون والممارسون في مجال إدارة المعلومات. فهناك من يرى أن المفهوم يجد أصوله في علاقته بظاهرة تدفق المعلومات وغزارتها. فيرى بونيو Bounoux أنه حتى حصولنا الكبير على المعلومات التي يغرقنا حجمها لا يعني أننا نجيد معالجتها وإدماجها (Bounoux, 1993). كما أن تزايد مستويات الشك أيضا يمكن أن يمثل أحد العوامل التي أدت إلى تطور الذكاء الاقتصادي "لأن معلومات العالم كلها تصب في مكاتب المؤسسات مثل الماء الذي يخترق سفينة في طريقها إلى الغرق" (D'Almeida, 2012) وفي ذلك إشارة لظاهرة تضخم حجم المعلومات.

من جهته يعرفه سيمون Simon على أنه استكشاف للبيئة لأجل تعيين مختلف الوضعيات التي تؤدي إلى القرار (Simon, 1960)، ويعرفه بوسون Besson بكونه أحد فنون الإدارة التي تسمح بإحداث الفارق في قدرتها على التسيير واتخاذ القرار من خلال معلومات متاحة للجميع (AlAttar & Abdou, 2020, p. 306). أما بولون Bellon فيعتبره مجموع المسارات المنظمة لاستغلال المعلومات الخارجية للمنشأة (Bellon, 2002, p. 56). كما يمكن الاستنتاج بأن الذكاء الاقتصادي وجد قيمته ابتداء من اللحظة التي أصبحت فيها المؤسسة تعي قيمة المعلومة وأن اقتناءها يستوجب دفع ثمنها (AlAttar & Abdou, 2020, p. 58).

وفي إشارة إلى البعد الأخلاقي عرفته باتيستي Battisti على أنه ممارسات مشروعة وأخلاقية لجمع المعلومات التشغيلية التي تؤدي إلى الفعل. كما يتعلق الذكاء أيضا بالجانب الهجومي الذي له علاقة بالتأثير واللوبيات والدبلوماسية (Battisti, 2017, p. 01).

أما دالباك Delbecque فقد وصف الذكاء الاقتصادي بكونه يتجاوز تطبيق ترسانة من أدوات الوظائف الثلاثة: اليقظة والأمن والتأثير، ليمثل ثقافة خاصة أي ثقافة معركة اقتصادية من جهة وسياسة عمومية تتبناها الدولة في استراتيجياتها من جهة أخرى (Delbecque, 2017, p. 30).

وبفرنسا قامت المحافظة العامة للتخطيط بتشكيل فريق عمل يقوده هنري مارتري Henri Martre حول الذكاء الاقتصادي عام 1994 وتم إعداد تقرير أصبح بعدها يعرف بتقرير مارتري الذي أصبح يشكل مرجعا كلما تعلق الحديث عن الذكاء الاقتصادي. ولعل أهم ما ورد في هذا التقرير هو تعريف الذكاء الاقتصادي بأنه "مجموع نشاطات البحث ومعالجة ونشر وحماية المعلومات المفيدة لصالح الفاعلين الاقتصاديين. وهؤلاء يمثلون نظاما شاملا موجها لإرشاد استراتيجية الإدارة العامة في المؤسسة، وتغذية مختلف مستويات التنفيذ بهدف التوصل إلى تسيير هجومي وجماعي للمعلومات التي أصبحت تشكل ثروة أساسية" (Rouach, 2010, p. 11).

وحسب الاستعمال الانجلوسكسوني فإن الأمريكيين يفضلون عبارة "ذكاء الأعمال" Business Intelligence التي توجي إلى جمع المعلومات وتراكمها في إطار قواعد معطيات معلوماتية، وتأتي بعدها عبارة "الذكاء التنافسي" Competitive Intelligence التي تركز على المعلومات ذات الطابع التنافسي لبيئة المنظمة ودورها في صنع القرار. لترد في الأخير عبارة "الذكاء التنظيمي" Organizational Intelligence والتي يراد بها التثمين الدائم للمعلومات على أساس البعد التنظيمي (Harriet, 2014, p. 14). وتبقى العبارتان الأولى والثانية الأكثر انتشارا في الأدبيات المكتوبة باللغة الانجليزية.

2. الجذور الأولى للتفكير الاستراتيجي

يرتبط الذكاء الاقتصادي ارتباطا وثيقا بالبعد الاستراتيجي لذلك تعود الجذور الأولى لنشأة المفهوم حسب آربي Harriet إلى من سماه بأب الاستراتيجية العسكرية الجنرال الصيني سان تزو Sun Tzu (500 سنة قبل الميلاد) من خلال معاهدته الشهيرة "فن الحرب" Art de la guerre التي قال فيها: "الكثير من الاستراتيجية تؤدي إلى النصر، أما الصدفة فتؤدي إلى الهزيمة" «Beaucoup de stratégie mène à la victoire, le hasard à la défaite».

من هنا تم اعتماد فكرة "جمع المعلومات بغرض الإعداد للاستراتيجية"، لأجل تفادي الصدفة التي تعني الهزيمة. وعليه اعتبر الكثير من الباحثين المتخصصين في الذكاء الاقتصادي بأن سان تزو هو من ألهم الآخرين التفكير في استعمال المعلومة لأغراض استراتيجية. ووصفت معاهدة "فن الحرب" بكونها أول معاهدة في

الاستراتيجية عرفها العالم (Harriet, 2014, p. 18) ولم يسبق لها أن حظيت بقدر عال من القراءة كما حظيت به اليوم لدرجة أنها أصبحت تُدرّس في الأكاديميات العسكرية وكبرى جامعات ومدارس الاقتصاد، وتُذكر في دوائر التفكير السياسية والدبلوماسية بعد نسيان طالها قرون من الزمن. وأضحت أيضا مرجعا يصلح تطبيقه في فهم كل الأوضاع التي تقوم على علاقات الصراع في كل المجالات، والقاعدة الذهبية في هذا السياق هي: "إحراز النصر عن طريق إجبار العدو على مغادرة المعركة قبل بدايتها" (Tzu, 2019, p. 07).

ورغم التباعد والاختلاف الكبيرين بين عالم الحرب وعالم الاقتصاد (مع أن العدو في الحرب يتحول إلى منافس في البيئة الاقتصادية)، فإن العديد من المفكرين يرون بأن القراءة المعاصرة لهذا النص (فن الحرب) في ضوء البيئة الاقتصادية الحالية تتيح تبني فكرة اعتماد وممارسة السلطة القائمة على فن القيادة Leadership والقيادة الاستراتيجية.

وحتى على مستوى الوظائف التي ينطوي عليها الذكاء الاقتصادي والمتمثلة أساسا في جمع المعلومات وإدارة المعارف وحماية المعلومات والتأثير، فإن سان تزو ذكرها بشكل صريح في هذا النص وهو ما كرس التوجه نحو إسقاط أفكاره ونقلها من بيئة الحرب العسكرية إلى البيئة الاقتصادية.

واعتبر آلان جويي Alain Juillet المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا أنه منذ سان تزو وسواء كانت الحرب معلنة أو غير ذلك، فإن فعالية الهجوم أو الدفاع تتعلق مباشرة بنوعية الاستعلام والمعلومة المتحصل عليها مسبقاً (Dou, Juillet, & Clerc, 2018, p. 182).

وذكرت لأول مرة عبارة الذكاء الاقتصادي سنة 1917 من طرف المهندس الألماني Herzog الذي عمد إلى بلورة طرح يحصي فيه الخطوات التي ينبغي على ألمانيا أن تسلكها في حالة خروجها منتصرة من الحرب العالمية، بهدف الحفاظ على مصالحها أمام الدول المهزومة. إذ يقول بأنه على الألمان أن يلجؤوا إلى نظام منظم للاستعلام لتتبع كل الاختراعات والإنجازات التقنية المحققة خارج ألمانيا، وجلب كل ذلك لصالح الصناعيين الألمان. فكان هذا المهندس يطمح بشكل صريح إلى نقل أنماط الاستعلام العسكري إلى الحياة الاقتصادية بغرض التأسيس لأمة قوية (Harriet, 2014, p. 24).

وفي وقتنا الحاضر إذا كان الابتكار التقني والتنظيمي والاجتماعي يفرض نفسه كعامل اختلاف وتميز بين كيان وآخر فإن عامل "زمن الأسبقية" يمثل المكون الأساسي للإبداع الاستراتيجي (Dou, Juillet, & Clerc, 2018, p. 04)، ولا يمكن لهذه الديناميكية إلا أن ترتبط بشكل وثيق بالمعرفة والذكاء والخبرة.

أي معلومة يعنى بها الذكاء الاقتصادي؟

يرى Bellon أن الذكاء الاقتصادي لا يمثل سوى جزءا صغيرا من اقتصاد المعلومات واقتصاد المعارف والكفاءات وهو يمثل سلوكا استراتيجيا يقوم على تسيير المعلومات البيئية لأجل بناء وتدعيم الميزة التنافسية المستدامة. فإذا كان اقتصاد المعلومات *Economie de l'information* يعنى بكل مسارات الجمع والترميز والنشر والاستغلال لكميات كبيرة من الإشارات لمعلومات ذات طابع عام وشامل فإن الذكاء الاقتصادي IE يقوم على تفكيك الإشارات النابعة من البيئة الخارجية أي انتقاء المعلومات الدقيقة الملائمة وذات الصلة وجعلها مثمرة في قرارات المنظمة (Bellon, 2002, p. 56)

إن القدرة على قراءة المعلومة وتأويلها ضمن بيئة معقدة وغير واضحة تمثل عنصراً مفتاحياً في غاية الأهمية. فالمستهلك (المؤسسة) هو الوحيد الذي يحول المعلومة الخاصة إلى عامل إنتاج. وبالتالي فإن استخدام معرفة بعينها هو الذي يضيف إلى خلق القيمة السِّلعية Valeur marchande . وعليه فإن هذا التمييز الذي يولي الدور المحوري للمستعمل "المتلقي" للمعلومة على نحو أكثر أهمية بالنسبة للمرسل، هو الذي يؤسس للذكاء الاقتصادي.

ففي هذا السياق ينبغي الإقرار بأن المعلومة لا تمثل بتاتاً مُدخلاً صرفاً، بل ولها ذا منفعة تراكمية يكون في حالة تحول دائم. فالمعلومة لا تؤخذ بعين الاعتبار إلا في كونها "معرفة" قابلة للتثمين (Bellon, 2002, p. 58).

إن الطابع "الأوحد" لفعل تلقي المعلومة وتقاسمها هو الذي من شأنه أن يحولها من مستواها العام générique والشامل إلى ممتلك من نوع خاص spécifique (Bellon, 2002, p. 59). وبالفعل، ومن خلال أي اتصال إنساني، لا يمكن أن يكون محتوى معين لرسالة مستقبلية مماثلاً للمحتوى الذي تم إنتاجه وإرساله. فالمحتوى تتوسطه جملة من التمثلات والروتينات والمسارات التفاعلية التي ترافق سلوك تقاسمه ومشاركته.

ورغم أن الظروف التقنية الراهنة لإنتاج وحركة المعلومات تتيح قدرات وإمكانات لأمحدودة على صعيد الاستجابة للحاجيات الخاصة بالمؤسسة، وأن المعلومات المتاحة بلغت مستوى التشبع، ورغم محدودية المعلومات الغير متاحة والغير مرئية إلا أنه وفي ظل الاقتصاد التنافسي يبقى احتمال توفر الطابع الاستراتيجي لهاته المعلومات في وضعية تناسب عكسي مع أهميتها الحجمية. بمعنى آخر وفرة المعلومات التي تهتم مؤسسة معينة ليس لها وجود إلا إذا كانت موجهة لهدف معين وفي سياق محدد. فمعلومة حول مستجدات البورصة ليست لها أي قيمة في قلب صحراء قاحلة لكنها ذات أهمية قصوى لدى العاملين في مجال البورصة. فاحتمال استخدام سلعة ما في ظل اقتصاد الوفرة هو الذي يحدد قيمتها، والمعلومة هي ملك أو ممتلك سياقي تتحدد قيمتها لدى مستهلكها.

وهذه الوفرة المعلوماتية هي نسبية للغاية بالنظر لكونها لا تكتسي أهمية عملية:

- حينما تكون المعلومات الاستراتيجية النافعة تقع في مستوى الندرة أو الإخفاء؛
- وحينما لا تسمح هذه الوفرة بعزل المعلومة المفيدة في سياق خاص؛
- وأيضاً حينما تظل الجهة التي تطلب المعلومات لا تعي عن ماذا تبحث بالضبط.

ثانياً: وظائف الذكاء الاقتصادي وخصائصه

إن توفر المنظمة على نظام معلوماتٍ مكيف مع الذكاء الاقتصادي يعني تزويدها بمعطيات الوضع الراهن الذي تتواجد فيه ضمن بيئتها، أي أنه يفيد في إنتاج معلومات تساعد في تسهيل وأتمتة القرارات الهامة أو على الأقل إتاحة وتوفير العناصر المكونة لهاته القرارات. وظائف الذكاء الاقتصادي:

1. ثلاثية الذكاء الاقتصادي

يقوم أي نظام للذكاء الاقتصادي على ثلاث وظائف أساسية يسميها البعض بـ"ثلاثية الذكاء الاقتصادي" وهي كما يلي:

1.1 اليقظة: ترتبط اليقظة ارتباطاً وثيقاً بالذكاء الاقتصادي لدرجة أن البض ترادفاً بين المفهومين. وهي عبارة عن نشاط ترصد من خلاله المؤسسة كل ما يحدث في بيئتها الخارجية للحصول على معلومات أو إشارات ضعيفة أو قوية من شأنها أن تؤثر في حياتها على جميع المستويات. واليقظة ذات طابع استباقي لأنها تهدف إلى مراقبة بيئة المؤسسة لأجل التنبؤ بالتهديدات وبالفرص على المديين القصير والمتوسط.

وأساس اليقظة هو الاستعلام Renseignement الذي هو عبارة عن معلومات تهم هيكلاً عمومياً أو خاصاً لأجل صياغة وتطبيق سياساته الأمنية. والاستعلام يسمح بالحفاظ على مصالحه وإدارة التهديدات النابعة من الأعداء الظاهريين أو المحتملين. والاستعلام أيضاً تنظيم يهدف إلى جمع وتحليل المعلومات (Ifrah, 2010, p. 05).

وإذ تتمثل اليقظة في عدة أشكال: استراتيجية، تنافسية، تجارية وتسويقية، وتكنولوجية، فإن اليقظة الاستراتيجية هي الدعامة الأساسية للذكاء الاقتصادي. وتُعرف هذه الأخيرة على أنها البحث عن المعلومات التي من شأنها القدرة على توجيه القرارات الاستراتيجية للمؤسسة وكذا معالجتها وتوزيعها.

2.1 الحماية: تشمل الحماية التحكم في الأخطار والحفاظ على الموارد المعلوماتية للمؤسسة، وتجنّبها كل أشكال التسريب أو الاستخدام الغير مشروع لا سيما منها المعلومات الهامة والاستراتيجية. كما تشمل الحماية أيضاً الممتلكات والمكتسبات المادية للمؤسسة وحتى الأفراد العاملين بها أيضاً. أي أن الحماية تمس رأس المال المادي واللامادي والبشري.

3.1 التأثير: تتجسد وظيفة التأثير في القدرة على تغيير أوضاع معينة لصالح المؤسسة سواء كان هذا التأثير على المستوى الداخلي أي تتمين معلومات اليقظة لأجل اتخاذ قرارات معينة أو كان على مستوى الفاعلين في البيئة الخارجية عن طريق نشر المعلومات والإقناع بهدف التوصل إلى التغيير في قرارات ومواقف المنافسين بما يخدم مصالحها. كما يشمل التأثير أيضاً توجيه الرأي العام.

أما عن الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي فقد أوجزها حمداني فيما يلي:

- الاستعمال الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات القيمة والكفيلة بإعطاء ميزة تنافسية في اتخاذ القرارات المختلفة؛

- التوفر على إدارة لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين؛

- وجود علاقات قوية بين المؤسسات والجامعات ومختلف الإدارات المركزية والمحلية؛

- الوصول إلى تشكيل جماعات الضغط والتأثير؛

- إدماج المعارف العلمية والتقنية والاقتصادية والقانونية والجيوسياسية؛

- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة قانونية (حمداني، 2012، صفحة 14)

2. السياق التكنولوجي وثورة المعلومات

حينما بدأ الاهتمام الحقيقي بالذكاء الاقتصادي في منتصف التسعينيات من القرن الماضي، كان بمبادرة من مجموعة من المفكرين الذين اقتنعوا بان تطوير وممارسة استراتيجية ما آنذاك تقوم على قراءات اقتصادية وسياسية ولى عهدا وعلى تجاهل لرهانات النشاط الاقتصادي واستخفاف ملموس بالثورة المعلوماتية الراهنة.

لذا تزامن الاهتمام الحديث بالذكاء الاقتصادي مع تغيرات ثورية في مجال الاتصال، بل أن هناك الكثير من الطروحات التي جعلت من المتغير الأول نتيجة تابعة للمتغير الثاني، أي أن التوجه المتزايد نحو تبني نشاط الذكاء الاقتصادي داخل المؤسسات إنما كان مرده لتلك التداعيات والآثار التي صاحبت ثورة الاتصال الحديثة وما رافقها من انفجار معلوماتي غير مسبوق. ففي خلال عقود قصيرة من الزمن انتج العالم كما خيالها من المعلومات بمختلف أشكالها تجاوز ما أنتجته البشرية في ظل الـ 5000 سنة الماضية من تاريخها. وانتقلت المجتمعات المعاصرة من مجتمعات صناعية إلى مجتمعات معلوماتية انتقالاً يوحى بالتوحد من المادي إلى اللامادي.

إلا أن المفارقة التي ينبغي التنبيه إليها في هذا السياق أن هذه الوفرة المعلوماتية أضفت إلى نتيجتين متعاكستين: تتمثل الأولى في توفر المعلومات وإتاحتها لكل من يطلبها وبأسرع الطرق وأنجع الأساليب (محركات بحث عامة ومتخصصة، قواعد معطيات، مواقع ويب، مكتبات افتراضية... الخ). أما الثانية فإن هاته الوفرة المعلوماتية بلغت حد التشبع والتضخم مما أدى إلى ضرورة مضاعفة جهود مستعملي المعلومات لأجل الحصول على المعلومة الدقيقة النافعة المفيدة وذات الصلة في وقتها وسياقها المناسب، وهذا هو الرهان والتحدي الذي يقوم عليه أي نظام للذكاء الاقتصادي.

وفي العودة لتكنولوجيات الاتصال فإن الإمكانيات التقنية التي تحملها قد أحدثت تغيرات جذرية في مجال إدارة المعلومات فأدت إلى تحسين نوعي في عمليات البحث والجمع والمعالجة والتوزيع، والأمن والحماية. وكنتيجة لهذا التغير يمكن أن نذكر: السرعة، اللامركزية، قدرة التخزين الكبيرة، الكفاءة في المعالجة، التكيف بين عدة وسائل، صغر حوامل التخزين، سهولة إجراءات البحث... الخ، ناهيك عن تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة Big Data، وأشكال الربط الشبكي (أنترنت، أنترانت، أكسترنات) التي تتيح التبادل والنشر والتوزيع.

كما أن تداعيات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال طالت أيضا أنماط التسيير والإدارة والتنظيم، إذ ترى فايي Faillet بأننا بصدد الولوج إلى عصر جديد هو عصر الاقتصاد السيبراني Cyberéconomie الذي يمثل موضع حرب عالمية لا تُرى بالعين المجردة، لكنها تحدث يوميا بين الأمم والمؤسسات وحتى بين المستهلكين. فكيف يمكن المؤسسات ودول تعودت على العمل في إطار هياكل عمودية هرمية ومركزية أن تتكيف مع تحديات اقتصادية واجتماعية جديدة تنبع من منصات تعاونية لامركزية تستلزم سلطة عَرَضِيَّة تعددية وأنماطاً جديدة في التقاسم والضبط المشترك؟ (Faillet, 2016, p. 05). فأبعد من تغير الأساليب والأدوات يمثل الذكاء تغيراً جذرياً في الثقافة.

3. البعد الأخلاقي للذكاء الاقتصادي

كثيراً ما يُربط الذكاء الاقتصادي بالجانب الأخلاقي لأن آليات الاستعلام والحصول على المعلومات تتعلق أحيانا بممارسات غير مشروعة وتمس بالأخلاقيات Ethique. فما أصبح يسمى بـ "التجسس الاقتصادي" الذي وصفه Rouach بـ "سرطان" الذكاء الاقتصادي (Rouach, 2010, p. 83) هو ما يتنافى تماماً مع الممارسات القانونية في هذا المجال.

وحيثما ربط محمد الفاهم الذكاء الاقتصادي بعبارة الحرب العالمية الثالثة ذكر أن "الوضع الاقتصادي العالمي فقدَ اليوم أي قاعدة أخلاقية، فليس هناك أصدقاء في مجال التجارة، بل هناك فقط علاقات مبنية على قواعد براغماتية، قابلة للتغيير في أي لحظة. فنحن نعيش كما يقال نوعاً من الحرب

الباردة الاقتصادية، المعممة على الصعيد الكوكبي" (الفاهم، 2021). وبالفعل تفيد الكثير من الأخبار والأحداث بلجوء بعض الشركات إلى تبني ممارسات تتنافى مع مبدأ المنافسة الشريفة فتلجأ في إطار السعي نحو اتباع استراتيجيات فعالة إلى أساليب التجسس والاطلاع على الأسرار الصناعية ضمن أطر غير قانونية كاختراق الحواسيب أو تأليب العمال للانفصال عن مؤسساتهم والالتحاق بالمؤسسة المنافسة للاستفادة من خبراتهم.

ال. خاتمة:

لقد أصبح الذكاء الاقتصادي يمثل مجال بحثٍ وثقافة تنظيمية ونمط تسيير وسياسة عمومية تتنافس كبرى دول العالم في تبنيها، وتسخر لأجل ذلك إمكانات معتبرة لأجل تنفيذها، لأن الموارد اللامادية المتمثلة في المعلومات والمعارف هي التي أضحت تحقق القيمة المضافة. كما أن بلوغ المستوى التنافسي لم يعد كافياً، إن لم يتوجه السعي -أكثر من أي وقت مضى- إلى اختراع وبناء معايير جديدة في قراءة وتأويل المعلومات والتزود بمقدرات الذكاء الجماعي في فهم الديناميكيات الجديدة ومختلف التهديدات والفرص التي يحملها هذا العصر. وعلى المستوى العلمي الأكاديمي لم ينل بعد الذكاء الاقتصادي حظه من الاهتمام والبحث في مجال علوم الاتصال لا سيما الاتصال التنظيمي، فالإشكاليات التي يثيرها هذا الموضوع تتجاوز مجرد نظم المعلومات وإدارتها وأبعادها التقنية.

قائمة المراجع

- Abdelilah AlAttar و Ibrahim Moussa Abdou .(2020) .L'intelligence économique au service de la complémentarité des échanges commerciaux entre le Maroc et la CEDEAO ,Dossier 9, N .1 °Dossiers de Recherches en Economie et Gestion.(09)
- Bertrand Bellon .(2002) .Quelques fondements de l'intelligence économique. , 98(1), p 56 .Revue d'Economie Industrielle.(98)
- Caroline Faillet .(2016) .L'art de la guerre digitale .Dunod.
- Christian Marcon .(2014) .La recherche française en intelligence économique Bilan et perspectives .Editions L'Harmattan.
- Daniel Bougnoux .(1993) .Bougnoux, D. (1993). Sciences de l'information et de la communication . Larousse.
- Éric Delbecque .(2017) .L'intelligence économique, une culture bien spécifique . I2D - Information, données & documents.(2)54 ،
- Harriet, L. (2014). L'intelligence économique à la lumière des concepts managériaux : l'étude de cas d'une entreprise du secteur énergétique. . Bordeaux: Université de Bordeaux.
- Henri Dou ،Alain Juillet و ،Phillipe Clerc .(2018) .L'intelligence économique du futur 1 . ÉDITEUR ISTE Editions Ltd.
- Laurence Ifrah .(2010) .L'information et le renseignement par Internet .Presses Universitaires de France.
- Michelle Battisti .(2017) .Pour une culture de l'intelligence économique .I2D – Information, données & documents.(54)2 ،
- Miguel Benasayag .(2006) .Connaître est agir : Paysages et situations, , , 2006 .Paris: La Découverte.
- Nicolas Moinet .(2009) .L'épistémologie de l'intelligence économique face au défi de la communication .Revue Internationale d'intelligence économique 1.
- Nicolas Moinet و ،Franck Buliinge .(2013) .Intelligence économique : vers une nouvelle dynamique de recherche .Revue Française des sciences de l'information et de la communication.(03)
- Nicole D'Almeida .(2012) .Les promesses de la communication .Paris: Presses Universitaires de France.
- Rouach, D. (2010). La veille technologique et l'intelligence économique (éd. 5). Paris: Presses Universitaires de France.
- Simon, H. A. (1960). The new science of management decision.
- Sun Tzu .(2019) .L'Art de la guerre) .Le père Amiot (المترجمون) ،Collections Libro.
- الحاج سالم عطية. (2018). من تسيير المعلومات الى الذكاء الاقتصادي: مرجعية نظرية للمفهوم. المجلة العلمية لجامعة الجزائر 3، 06(11).
- محمد الفاهم. (2021). الذكاء الاقتصادي يوصف بـ"الحرب العالمية الثالثة". تم الاسترداد من <https://www.alittihad.ae/news/%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9/4212147>
- محمد حمداني. (2012). أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال و جذب الاستثمارات الأجنبية. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية(2).