

قراءة نظرية حول أخلاقيات ممارسة الذكاء الاقتصادي

وفعاليتها في تحقيق مبدأ الشفافية لدى المؤسسات

*Une lecture théorique sur l'éthique de la pratique de l'intelligence économique et son efficacité dans la réalisation du principe de transparence dans les institutions*بلييوز خديجة¹، براهيم بن حراث حياة²¹ جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر)،² جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم (الجزائر).

تاريخ النشر: 2018/12/30

تاريخ القبول: 2018/12/04

تاريخ الاستلام: 2018/11/04

ملخص:

سنحاول من خلال هذه الدراسة، توضيح أن نجاح المنظمات التي تستخدم الذكاء الاقتصادي يعتمد على دقة المعلومات والبيانات المستعملة وجودتها، صحتها وحداتها، والتي يكون أغلبها من البيئة الخارجية، ناهيك عن الالتزام بالقيم الأخلاقية والاعتبارات القانونية والسلوكيات الإيجابية التي تعتبر من الفلسفات الرئيسية التي ينبغي وضعها في المقام الأول لممارسة الذكاء الاقتصادي، ففعالية رجل الأعمال وكفاءته ترتبط وتتأثر بإيمانه العميق واقتناعه بالقيم والأخلاق، التي تدفعه إلى تنمية معارفه العلمية ومهاراته السلوكية والعملية نحو تحسين الأداء، بما يضمن الشفافية في التعامل مع الأطراف المعنية ودون المساس بمصالح باقي المنظمات، فالشفافية تمثل مدخلا لوضع معايير أخلاقية وميثاق عمل مؤسسي لما تؤدي إليه من الثقة وحرية تدفق للمعلومات.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، الحوكمة، المنظمات، أخلاقيات الأعمال، الشفافية

Résumé :

Le succès des organisations qui utilisent l'intelligence économique dépend sur l'exactitude des informations utilisées et de la qualité, l'exactitude et l'actualité des données, qui se déroulent dans l'environnement extérieur, sans parler de l'attachement aux valeurs éthiques et des considérations juridiques et de comportements tout à fait positif, ce qui est l'une des philosophies principales qui doivent être placés en premier lieu pour l'exercice de l'intelligence économique, l'efficacité de l'homme d'affaires et l'efficacité sont liés et influencés par une foi profonde et des valeurs et l'éthiques, qui conduisent au développement des connaissances scientifiques, des compétences comportementales et opérationnelle en vue d'améliorer les performances, qui assurent la transparence dans le traitement des parties concernés et sans préjudice des intérêts des autres organisations .

Donc la transparence représente une contribution aux normes éthiques de la Charte et le travail des fondateurs qui conduise à la confiance et la libre circulation de l'information.

Mots clés : intelligence économique, gouvernance, organisation, éthique des affaires, transparence

* بلييوز خديجة

1. مقدمة:

أدى التغير المتسارع في الحياة الاقتصادية إلى ازدياد الطلب على المعلومات التي أصبحت رمزا للتفوق والتميز بين المنظمات، خاصة بعد التقدم الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وزيادة درجة الانفتاح الاقتصادي، فسرعة الحصول على المعلومة أضحت ضمن تحديات المنظمات التي تسعى إلى تحقيق أهدافها في ظل عولمة الاقتصاد وارتفاع معدلات التنافسية، وهذا يندرج ضمن ممارسة الذكاء الاقتصادي، الأمر الذي يستدعي المنظمة البحث عن كل مقومات النجاح الاستراتيجي، بما يعزز كفاءتها وفعاليتها لتبقى موجودة في ظل محيط تنافسي، ما أسفر عن شيوع بعض الأعمال والتصرفات غير المرغوب فيها التي ولدت الإحساس بالحاجة إلى ضوابط تحكم سلوك الأفراد من الناحية الأخلاقية على الصعيدين الكلي والجزئي، فالإطار الأخلاقي يعتبر مسارا للحوكمة الجيدة التي تتوافق الآراء على الصعيد العالمي على أهميتها باعتبارها حجر الأساس في القرن الحادي والعشرين، والتي أصبحت تثير جدلا واسعا نظرا لما تدعوا إليه من ضرورة تجسيد للشفافية، هذه الأخيرة أصبحت مطلبا أساسيا للإدارة الناجحة وعلى نطاق واسع خاصة في بيئة الأعمال، كون المعلومات أصبحت المادة الأولية التي تحتاجها جل المنظمات لإتمام مشاريعها بشأن اتخاذ قراراتها الصحيحة، والتي باتت حتمية الحصول عليها يطفو عليها نوع من الضبابية وعدم الشرعية.

مشكلة البحث:

انطلاقا مما سبق يمكن تحديد الإشكال الرئيسي الذي تسعى الورقة البحثية للإجابة عليه

كما يلي:

هل الاهتمام بممارسة الذكاء الاقتصادي بصفة أخلاقية يساهم في تعزيز مبدأ الشفافية

بين المنظمات؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في تزايد الاهتمام العالمي بأخلاقيات الأعمال، حيث تم إدراج هذه الأخيرة كتخصص في الجامعات العالمية مثل ال.و.م.أ التي تتوفر على أكثر من 500 مقرر دراسي من مقررات أخلاقيات المهنة في الجامعات الأمريكية، كذلك التركيز على الذكاء الاقتصادي الذي تتخذه المؤسسات المعاصرة كأسلوب ومنهج عمل يجعل المؤسسة في حالة يقظة تامة ومستمرة لما يجري حولها، خاصة في محيط يشهد تزايد متنامي للمنافسين، وكيفية التوفيق بين هذين المفهومين لتعزيز حوكمة الشركات من خلال مبدأ الشفافية.

أهداف البحث: يهدف البحث أساساً إلى:

- التعرف على أهمية ممارسة الذكاء الاقتصادي في المؤسسات في إطار أخلاقي؛
- دور أخلاقيات الأعمال في إرساء مبدأ الشفافية لحوكمة الشركات.

هيكلية البحث: لتحقيق أهداف البحث تم تقسيمه إلى ثلاث محاور رئيسية، تتمثل فيما يلي:

المحور الأول: مفاهيم عامة حول الذكاء الاقتصادي.

المحور الثاني: مبدأ الشفافية لحوكمة الشركات وأخلاقيات الأعمال.

المحور الثالث: العلاقة بين أخلاقيات ممارسة الذكاء الاقتصادي ومبدأ الشفافية بين

المنظمات.

2. التأسيس النظري لمفهوم الذكاء الاقتصادي:

في ظل التغيرات التي يعرفها محيطها الخارجي أصبحت المنظمات اليوم تواجه تحديات كبيرة خاصة مع اشتداد المنافسة العالمية مما أدى إلى زيادة الطلب على المعلومات، إذ باتت مجبرة على تبني نظام يضمن لها الاستمرارية، حيث يعتبر الذكاء الاقتصادي أحد هذه الأنظمة لذلك تم إدراج عدة مفاهيم متعلقة بهذا المفهوم لتوضيح مدى أهميته في حياة منظمات الأعمال.

1.1 تعريف الذكاء الاقتصادي:

تجمع أغلب الدراسات أن مصطلح الذكاء الاقتصادي يعود إلى نهاية الخمسينات من القرن العشرين، حيث استخدم هذا المصطلح لأول مرة في عام 1958 في مقالة لـ **Hans Peter Luhn** أحد الباحثين العاملين في شركة **IBM**، إذ عرفه على أنه: " القابلية لفهم العلاقات المتبادلة للحقائق المعروضة بطريقة ترشد العمل نحو الهدف المرغوب، فهو ليس مصطلح تكنولوجي كمخزن البيانات أو تحليلات الأعمال مثلاً، بل في حقيقته يخص فهم الأوجه المختلفة للمنظمة وبما يمكن من قيادتها باتجاه أهداف محددة مثل زيادة الحصة السوقية وتحسين رضا العملاء" (بورحلي و بن لحرش، 2014، صفحة 81)

كما عرف الباحث **Harold Wilensky** سنة 1967 في كتابه " الذكاء التنظيمي " الذكاء الاقتصادي على أنه: " نشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية والاستراتيجية للمنظمة، المخزنة والمنتجة في إطار قانوني من مصادر مفتوحة (DUFU، 2010، صفحة 02)، هذا التعريف يسمح بتمييز الذكاء الاقتصادي عن التجسس الاقتصادي لأنه يستخدم وبشكل رئيسي الوسائل القانونية.

عمليا مفهوم الذكاء الاقتصادي ظهر في فرنسا في بداية التسعينات (1994) من خلال تقرير المحافظة العامة للتخطيط، حيث عرف **Henri Martre** الذكاء الاقتصادي على أنه: " مجموعة نشاطات منسقة من البحث، معالجة وبث المعلومة المفيدة للأعوان والمتدخلين الاقتصاديين لصياغة استراتيجياتهم (DUFU، 2010).

عرف معهد الدراسات العليا للدفاع الوطني **IHEDN** عام 2000 الذكاء الاقتصادي بأنه: " منهج منظم لخدمة الإدارة الاستراتيجية للمؤسسة، لتحسين قدرتها التنافسية من خلال جمع، معالجة المعلومات ونشر المعارف المفيدة للتحكم في بيئتها (الفرص والتحديات)، كذلك عملية مساعدة لدعم القرارات باستخدام أدوات خاصة وتعبئة الموظفين والتركيز على حركية الشبكات الداخلية والخارجية (خلفاوي، 2013، صفحة 227).

وقد عرف **Alain Juillet** المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا سنة 2005 على أن: " الذكاء الاقتصادي هو التحكم وحماية المعلومات الاستراتيجية لجميع المتعاملين الاقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الاقتصادي، الأمن الاقتصادي وأمن المؤسسات وتعزيز سياسة التأثير" (خلفاوي، 2013، صفحة 228)

كما لخص **Leonard M.Flud** رئيس الوكالة الأمريكية للذكاء الاقتصادي المفاهيم الخاطئة المرتبطة بهذا المفهوم كما يلي (Le CIGREF, 2003, p. 25):

- التجسس: لا يمكن أن يكون الذكاء الاقتصادي هو التجسس، لأن الشركات لا تستطيع أن تخاطر بأن تنتهي في المحاكم أو أن تتعرض لاستياء المساهمين.
- الكرة البلورية: لا يمكن للذكاء الاقتصادي أن يقول بالضبط ما سيحصل غدا، فهو يعطي للشركة صورة جيدة للواقع في المدى القصير والمتوسط فقط.
- نشاط بحثي حول قواعد البيانات: إن قواعد البيانات لا تقدم شيئا عدا البيانات، في حين أن الذكاء الاقتصادي هو مفيد جدا وقيم، ومع ذلك لا يمكن تحديد الذكاء الاقتصادي وحصره في تراكم البيانات، فهو يذهب أبعد من ذلك بكثير، حيث يقوم بالتحليل واقتراح السيناريوهات ويتطلب عمل فكري مع استخدام الحدس.
- البحث في الأنترنيت وصيد الشائعات: إن الأنترنيت قبل كل شيء وسيلة اتصال وليس مورد للذكاء، فالبيانات هي خام ولا يمكن ترجمتها إلا بعد تحليلها للعثور على أدلة وتلميحات حول

المنافسين وتطورات المحيط، ولكن يجب التمييز بين ما هو صحيح وما هو غير صحيح، ويجب التحفظ على الشائعات والعمل ببراعة كبيرة لفرز واختيار المعلومات بحكمة.

- مجموعة أوراق: فالورق يقتل الذكاء الاقتصادي، في حين أن المحادثة المباشرة والهاتفية أسرع، فالكتابة تستغرق وقتاً طويلاً، وفي بعض الأحيان الأفكار التي يتم تمريرها عبرها يساء تفسيرها، كما أنها يمكن أن تقمع القدرة على التحادث والدفاع عن النفس، فالمعلومات التي يتم جمعها لا تكون مفيدة إلا إذا كان تمريرها بسرعة وواضحة المعنى.

- عمل شخص واحد: لا يمكن لشخص واحد أن يكمل كل أنشطة الذكاء الاقتصادي، في أحسن الأحوال هو منسق بين مجموعة الأنشطة، ويقدم مفهوم الشبكة التي تتدفق المعلومات من خلالها، فمسؤول الذكاء الاقتصادي يضمن باستمرار تعميم المعلومات على كل أعضاء المؤسسة.

- إحدى اختراعات القرن العشرين: إن الذكاء الاقتصادي كان دائماً موجوداً، وظهوره في المؤسسات كان منذ بداية سنوات الثمانينيات، وقد كان المفهوم موجوداً خاصة بالمجال العسكري.

- عمل تقوم به البرمجيات: كما هو الحال بالنسبة لقاعدة البيانات، فلا يمكن اختزال الذكاء الاقتصادي في استخدام بسيط للبرمجيات، فهي ضرورية للنشاط ولا يمكن أن تحل محل تحليل الخبير.

- الصحف والجرائد: فالمعلومات التي تم جمعها من خلال الصحافة، الإذاعة والتلفزيون ليست في حد ذاتها وسيلة فعالة لعمل الذكاء الاقتصادي.

2.2 مراحل الذكاء الاقتصادي:

تنوع تصنيفات المراحل العملية للذكاء الاقتصادي، إلا أن أبسطها هو تقسيمها إلى أربع مراحل (حبه وبن بريكة ، 2014 ، صفحة 97):

- تحديد الحاجة إلى المعلومات: تظهر لدى متخذي القرار أو المحللين أو حتى أصحاب المصالح من خلال شعورهم بالحاجة إلى المعلومات.

- جمع المعلومات: هي استمرار للمرحلة السابقة تبدأ قبل بدايتها، حيث يمكن للمختصين في جمع المعلومات أن يبدوا آرائهم حول المعلومات المراد الوصول إليها، كما يمكنهم تحديد مسارات البحث عن المعلومة اللازمة والوسائل المستعملة من الموارد البشرية، المادية والمعنوية.

- معالجة المعلومات: هي أساس الذكاء الاقتصادي، فجمع المعلومات غير كاف بل لابد من تحليل هذه المعطيات حسب طبيعتها والغاية منها وتحديد مدى صلاحيتها ودقتها وصحتها، فعملية الجمع قد توفر كمًا كبيرًا من المعلومات التي قد تكون غير متلائمة مع الحاجة إليها حاليًا أو مستقبلاً ولكل منها أسلوب للتعامل معها، كما أن البعض منها يتطلب إعادة البحث والجمع من جديد أو طلب معلومات إضافية، فهذه المرحلة تستلزم أيضاً تحويل المعلومات الضرورية وترجمتها بما يسهل استخدامها.

- نشر المعلومات واستخدامها: تبدأ بتقديم المعلومات اللازمة للأطراف التي هي بحاجة إليها، يليها الترجمة الفعلية لهذه المعلومات من خلال اتخاذ القرارات الصحيحة وتطبيقها بذكاء، لأن تحويل المعلومات إلى فعل يحقق قيمة مضافة، كما أن المتخصصون في الذكاء الاقتصادي يجب أن يكونوا قادرين على إقناع الآخرين بالعملية وعلى تركيب التقنيات التي تسمح بتطبيقها.

3.2 عناصر الذكاء الاقتصادي:

الذكاء الاقتصادي سياسة عامة تحددها الدولة بمشاركة باقي المتدخلين والمتعاملين، لها محتواها ومجال تطبيقها حيث تتمثل عناصره في (حمداني ، 2012 ، صفحة 13):

- سياسة التنافسية: تركز على عمليات البحث والتطوير وتسمح بمسايرة المنافسة في تعقب الفرص والحصول على الأسواق الخارجية، عن طريق التعرف المشترك على الرهانات الاستراتيجية وتجميع الخبرات والمعلومات العامة والخاصة.

- سياسة الأمن الاقتصادي: تؤهل العلاقة بين ميدان الاستخبارات وميدان المنافسة الاقتصادية والصناعية بالتبادلية الجد وثيقة، حيث أن تراجع الخطر العسكري المباشر ترك المجال لمخاطر جديدة غير مباشرة من بينها الخطر ضد المصالح الاقتصادية، كما عمل تحرير نشاطات العديد من القطاعات وتطوير التبادل الحر على رفع التهديد عن التحركات الاقتصادية العالمية، حيث أخذ أهم الشركاء والمنافسين منعرجاً وصفه " إدوارد لوتفاك " بالجيواقتصاد، أي تواصل الاستراتيجيات العسكرية الدبلوماسية (الوسائل الاقتصادية والتجارية)، ومنه الأمن الاقتصادي أصبح يحدد ضمن

مفهوم " المصالح الجماعية للأمة " أي ترتيب العناصر الأساسية للطاقت الاقتصادية والعلمية للوطن، فالدولة لم تعد المسؤول الوحيد عن الأمن الجماعي إنما المؤسسات كذلك ملزمة بالمشاركة كونها متغير أساسي في الأمن الاقتصادي لحماية ومتابعة مصالحها الشخصية.

- سياسة التأثير: أي التأثير على القرار السياسي والاقتصادي وسن وتبني القوانين خاصة على مستوى الهيئات المعدة للنظم والمعايير التي تدير الحياة الاقتصادية وهو ما يعرف بـ " العمل الضغطي "، هذا الأخير أصبح يدرس في المدارس الكبرى والجامعات، حيث جعلته اللجنة الأوروبية ضرورة في العملية الديمقراطية، فساهم في فعالية القوانين المصادق عليها بعد الأخذ في الحسبان برأي المهنيين دون الضرر برأي الآخرين خاصة الحكم السياسي، فنطاق الذكاء الاقتصادي لم يعد يقتصر على الأسواق التي تعتبر مصدرا للقيمة المضافة بل مصدرا للتأثير والقوة (مثل: مشاريع الطيران، التسليح، الطاقة، صناعة الأدوية، الشبكات الاتصالية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال والأمن، المشاريع التي تتطلب المساندة السياسية).

4.2 خصائص الذكاء الاقتصادي:

الذكاء الاقتصادي من الأنظمة الحديثة التي ظهرت في إدارة الأعمال الحديثة والذي يقوم على مبدأ رصد البيئة وجمع المعلومات وتحليلها بطريقة تقنية والمعتمدة على البرمجيات الحديثة، إذ يتميز بمجموعة من الخصائص ندرج بعضها فيما يلي (كنوش ، 2015 ، صفحة 98):

- الاستغلال الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومات ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات؛
- إرادة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين؛
- وجود علاقات قوية بين المؤسسات، الجامعات، الإدارات المركزية والإقليمية.
- إدماج ممارسات العمل الضغطي والتأثير؛
- إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية والقانونية؛
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطرق شرعية.

3. مبدأ الشفافية لحوكمة الشركات وأخلاقيات الأعمال

ظهرت الحاجة إلى الحوكمة في العديد من الاقتصاديات المتقدمة والناشئة خلال العقود القليلة الماضية، خاصة أعقاب الانهيارات الاقتصادية والأزمات المالية، وتزايدت أهميتها نتيجة اتجاه

الكثير من دول العالم إلى التحول نحو النظم الرأسمالية التي يعتمد فيها بدرجة كبيرة على الشركات الخاصة لتحقيق معدلات مرتفعة ومتواصلة من النمو الاقتصادي.

1.3 المقصود بالحوكمة:

عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) الحوكمة على أنها: " مجموعة من العلاقات التي تربط بين القائمين على إدارة الشركة ومجلس الإدارة وحملة الأسهم وغيرهم من أصحاب المصالح (OCDE، 2004، صفحة 03)

ونظرا للاهتمام المتزايد بهذا المفهوم حرصت العديد من المؤسسات على وضع معايير محددة لتجسيده، فتطبيق مبادئ الحوكمة له أهمية كبيرة، حيث تشكل عنصرا مهما من عناصر تقييم الشركة والتي توصلت إليها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في عام 1999، ومن بينها مبدأ الشفافية الذي يعتبر من أهم مبادئ الحوكمة في المؤسسة التي تهدف إلى تمكين الأعضاء وكل من له علاقة بالمنظمات وأصحاب العلاقة والمصالح من الحصول على المعلومات المطلوبة بشفافية وعدالة، لذلك تهدف الحوكمة إلى تعزيز مبدأ الشفافية الذي تتناول فيه المؤسسة الإفصاح عن المعلومات الهامة بطريقة عادلة بين جميع المساهمين وأصحاب المصالح في الوقت المناسب ودون تأخير (أبو سليم، 2014، صفحة 170).

2.3 تكريس مبدأ الشفافية:

تعني الشفافية استعداد المؤسسة لإشراك الآخرين في المعلومات والحقائق والبيانات والقرارات الخاصة بعملها، ويرتبط مبدأ الشفافية بعمليات التسجيل والتوثيق وكتابة التقارير لإتاحتها لكافة الأعضاء وإطلاعهم على أية بيانات أو معلومات فنية، حيث تتطلب الشفافية أن تكون البيانات والتقارير المعلنة عاكسة للواقع الحقيقي بشكل واضح وصريح، وهناك عدة شروط يجب توفرها في أي معلومة تتصف بالشفافية منها (هوام ، برايس ، و فروم ، 2009 ، صفحة 08) :

- إتاحة المعلومات بالكم والجودة المناسبين وفي الوقت المناسب، فالشفافية المتأخرة لا قيمة لها ويفصح عنها أحيانا للاستيفاء؛
- أن تتاح المعلومات لكافة الجهات في نفس الوقت وبالتكلفة المناسبة، ومن الأفضل أن تتاح فور إنتاجها بما يحقق المعرفة الفورية حتى يكون هناك نوع من التكافؤ دون احتكار المعلومات من فئة معينة؛

- أن يعقب الشفافية المسائلة، فالشفافية ليست غاية بل وسيلة لإظهار الأخطاء؛
- أن تكون الشفافية شارحة نفسها بنفسها، أي أن تكون المعلومات لا تتضمن أي لبس أو تزوير.

الشفافية تعد أحد أهم عناصر الإدارة الرشيدة ومن مفاهيم الإدارة الحديثة، التي تتناول في جانب من جوانبها البعد الأخلاقي للإدارة التي تعده مطلباً أساسياً للإدارة الناجحة، إذ تحظى الشفافية بأهمية عالمية ووطنية تعنى بها جل المنظمات كونها تعمل على تقليل الغموض والضبابية، كما تعمل على تمكين المعنيين بالقرارات الصادرة من داخل وخارج المؤسسة والعمل على تلبية حقوق العامة من خلال مشاركتهم في المعلومات.

حيث أشارت الأدبيات التي بحثت في مجال الشفافية إلى وجود مستويات عدة للشفافية، لكنها ركزت بشكل كبير على مستويين منها (أحمد الحربي، 2012، صفحة 317):

- الشفافية الداخلية: تعنى بالبيئة الداخلية للمؤسسة، وهي نتاج طبيعي لسلوكيات الاتصال المتسمة بالفاعلية والتدفق الحر للمعلومات داخل المؤسسة، تعكس الدرجة التي وصل لها العاملون في الحصول على المعلومات الضرورية للقيام بمسؤولياتهم، فالمؤسسات التي تتصف بالشفافية الداخلية تتواصل بشكل مستمر مع كافة أفرادها وتشاركهم في صناعة القرارات، وهذا يعتمد بشكل كبير على حجم ودقة المعلومات المتعلقة بالعمل التي يحصل عليها المستفيدون داخل المؤسسة.

- الشفافية الخارجية: تعنى بالبيئة الخارجية للمؤسسة وتعد أداة تنظيمية مهمة، فقد ربطت كثير من الأدبيات فاعلية الاتصال بالشفافية الخارجية، فالمؤسسات المنفتحة التي تستخدم قنوات اتصال مناسبة ومتنوعة وتحرص على دقة ومصداقية وحجم المعلومات التي يتوجب نشرها، اعتبرت مؤسسات تتمتع بدرجة شفافية عالية، حيث تتطلب الشفافية الخارجية الوصول المفتوح للعامة إلى المعلومات بما يحقق تدفقها بدقة وموضوعية ومصداقية.

3.3 أساسيات حول أخلاقيات الأعمال:

بالإضافة إلى تحسين درجة الوضوح وزيادة مستويات الشفافية، تركز الحوكمة على أخلاقيات المهنة وتهدف إلى تحسين الصورة الذهنية للشركات وتدعيم مصداقيتها وإلى توظيف الاعتبارات الأخلاقية، فالحوكمة الجيدة تستدعي ضمان الالتزام السلوكي من خلال التقيد بالأخلاقيات وقواعد

السلوك المهني الرشيد والتوازن في تحقيق مصالح كافة الأطراف المرتبطة بالشركة والشفافية عند عرض المعلومات المالية.

فالتصرفات غير الأخلاقية في مجال إدارة الأعمال أضحت كبيرة جدا ومن الضروري محاولة التغلب عليها لأنها تؤثر تأثيرا مباشرا على منظمات الأعمال سواءا خدمة أو إنتاجية، إلا أنه يمكن التحكم في هذه التصرفات بفكر إداري متطور قائم على الدراسة والبحث يتم بعده وضع نظام رقابي حيوي ومرن للتغلب على المشكلات الأخلاقية التي تواجه المنظمة. فالنقص في الجانب الأخلاقي يعتبر مسؤولا إلى حد كبير عما تعانيه منظمات الأعمال من مشكلات التي تكاد تكون في مجملها مشاكل أخلاقية.

لأن الأخلاق تشكل في كل أمة أساس تقدمها ورمز حضارتها وثمره عقيدتها ومبادئها، حيث جاءت الرسائل السماوية لتحث الناس على الالتزام بالأخلاق، فهي جزء من هوية الأمة وبالأخلاق تبقى الأمم وبانعدامها تزول، إذ تبرز أهميتها في حفظ المجتمع من المظاهر السلوكية الفاسدة، فمظاهر الفساد تعبر عن أزمة أخلاقية، كما يقول Martin Louthier الناشط السياسي الأمريكي: " ليست سعادة البلاد بوفرة إيرادها ولا بقوة حصونها ولا بجمال بنائها، إنما بعدد المهديين من أبنائها وبعده الرجال ذوي التربية والأخلاق فيها" (عبد القادر مشرف، 2009، صفحة 02).

إذ يعرف الباحثون الأخلاق بأنها: " المبادئ والمعايير التي تعتبر أساسا للسلوك المستحب من أفراد العمل ويتعهد أفرادها بالالتزام بها (السكارنة، 2012، صفحة 379).

كما يهتمون بدراسة الأخلاق كونها عنصرا أساسيا من عناصر وجود المجتمع وبقائه، ومقوما جوهريا من مقومات كيانه وشخصيته، فلا يمكن لأي مجتمع أن يستمر دون أن تحكمه مجموعة من القواعد والقوانين والضوابط التي تنظم علاقات الأفراد ببعضهم البعض، حيث تكون لهم بمثابة المعايير المعتمدة في توجيه سلوكهم وتقويم انحرافاتهم.

إن أخلاقيات الأعمال الإطار الشامل الذي يحكم التصرفات والأفعال اتجاه شيء ما، وتوضح ما هو مقبول أو صحيح وما هو مرفوض أو خاطئ بشكل نسبي في ضوء المعايير السائدة في المجتمع، بحكم العرف والقانون الذي تلعب الثقافة والقيم وأنظمة المنشأة وأصحاب المصالح دورا أساسيا في تحديده (عطالله المرديات، 2011، صفحة 22)

في هذا السياق قدم Van Vilock تعريف يشير فيه إلى أن: " أخلاقيات الأعمال ما هي إلا الدراسة والتحليل المنهجي للعمليات التي يتم من خلالها تطوير القرار الإداري، بحيث يصبح هذا القرار خياراً أخلاقياً آخذاً في الاعتبار ما هو صحيح وجيد للفرد وللمجموعات وللمنظمة (محمود البوتي). من هنا يكمن القول إن أخلاقيات الأعمال نظام مكون من مجموعة من القواعد والأسس والقيم التي تكون مطلوبة في سلوك العاملين، تتعلق بالتمييز بين الصح والخطأ لتحقيق المصلحة العامة.

ومن خصائص السلوك الإنساني أنه لا يأتي من فراغ بحيث تقف عدة عوامل خلفه، فمصادر أخلاقيات العمل كما يشير إليها Daft بشكل عام هي ثلاث مصادر (hrdiscussion):

- القوانين والتشريعات، التي تتمثل بالمعايير القانونية الموثقة إذ تحدد سلوكيات الأفراد والمنظمات والقيم الأخلاقية بتطبيق هذه القوانين والتشريعات؛
- العمليات التربوية والاجتماعية والمعتقدات الدينية، التي تستند على القيم المتبادلة والمشاركة بين الأفراد؛

الاعتقادات الشخصية للفرد، التي من خلالها تتحدد المعايير المرتبطة بسلوك الفرد وحرته في التصرف المناسب وفقاً لذلك.

4. العلاقة بين أخلاقيات ممارسة الذكاء الاقتصادي ومبدأ الشفافية بين المنظمات:"

إن أخلاقيات الأعمال لا تزال حتى يومنا هذا موضوع نقاش وجدل بين الباحثين ورجال الأعمال، خاصة بعد سلسلة الفضائح الأخلاقية للشركات العالمية مثل شركة " إنرون " التي انحصرت انهيارها في تدني أخلاقيات المهنيين، فالأخلاقيات نالت اهتمام معظم المنظمات المعاصرة اليوم لأن الاهتمام بالعنصر البشري أصبح المركز الأساسي لنجاح المنظمات وتحقيق أهدافها، فضلاً عن الاهتمام بمفهوم آخر ألا وهو الذكاء الاقتصادي والغاية الأخلاقية له التي تتميز بالفعالية والمشروعية، والذي يرتكز في الأساس الأول على سبل تحصيل المعلومات والتحكم فيها (بو خمخم و صالح ، 2012، صفحة 357)

1.4 العلاقة المباشرة:

تعمل المؤسسة في محيط تتدفق فيه المعلومات بسرعة وبكمية كبيرة والتي يمكن الحصول عليها من مصادر مختلفة، فالمعلومات تعتبر مورداً هاماً لا يقل أهمية بل يزيد عن الموارد المادية والموارد

البشرية المتاحة للمنظمات، وتعتبر المادة الخام للبحث العلمي والأرضية الصلبة لاتخاذ القرارات الصحيحة وتعد المحور الأساسي في نظم المعلومات ويعبر عنها بالذهب الحقيقي الذي تمتلكه المنظمات ومركز القوة الموجود في داخلها (كوسة و بوعموشة، 2017، صفحة 131).

فالمعلومات تشكل للمؤسسات البيئة التحتية التي تمكنها من أداء مهامها، وأن نوع المعلومات وكميتها وطريقة عرضها تعتبر الأساس في نجاح عملية صنع القرارات داخل المؤسسة المعاصرة، وعليه فإن للمعلومات قيمة عالية تستوجب وضع الضوابط اللازمة لاستخدامها وتداولها ووضع السبل الكفيلة لحيازتها (بو خمخم و صالحى ، 2012، صفحة 357)، ونظرا لأهمية الحصول على المعلومة كخطوة أولية في مراحل ممارسة الذكاء الاقتصادي، يجب أن ينحصر مجال نشاط الذكاء الاقتصادي في الأنشطة التي تكون أخلاقية مهنيا وقانونيا، حيث برزت الأهمية والحاجة إلى الطابع القانوني والأخلاقي في عملية جمع المعلومات، بعد الانتقادات الموجهة لإدارة الأعمال والمقاييس المتبنية بعيدا عن الأطر الأخلاقية التي تميزها الشفافية، فالمسألة الأخلاقية في ممارسة الذكاء الاقتصادي تكتسي أهمية بالغة، حيث يجب أن تكون مبنية على قواعد أخلاقية واضحة ولها مبدأ رفض جمع المعلومات بطرق غير قانونية، فالذكاء الاقتصادي ممارسة قريبة من الجوسسة توصف بيئته بالمنطقة الرمادية التي يصعب فيها رسم حدود للأخلاق (بوقلقول، 2012، صفحة 34).

خاصة وأن جل المنظمات تنشط في بيئة تسودها حدة المنافسة، فهي تتسابق للحصول على المعلومات، لأن قيمة المعلومة تعتمد على مدى منفعتها وسرعة حيازتها وفي الوقت المناسب قبل الآخرين بحيث تكون ذات فائدة لمشاريع المنظمة، فمختلف مراحل حياة ونمو المنظمة ترتبط دائما باحتياجات خاصة للمعلومة، لا سيما في عصر يتسم بالتغير المستمر وبعدم الاستقرار، إذ أصبحت عملية إدارة المعلومات أمرا ضروريا وأساسيا للمنظمة إذا كانت لها رغبة في تحقيق درجة عالية من الرشد والجودة في اتخاذ القرارات التي تتخذها والاستراتيجيات التي يتم وضعها بواسطة العاملين بها، هنا يبرز نشاط مهنيو الذكاء الاقتصادي في رصد المعلومات، الأمر الذي يدفعهم إلى حيازتها بطرق غير شرعية كمنح الرشوة مثلا وبسريرة، تأخير نشر المعلومة لإرضاء فئة معينة.

2.4 العلاقة غير المباشرة:

يسمح غياب الضمير بتشويه المعلومات لتظليل الباحثين عنها، كذلك الأنانية والرغبة في الانفراد بالحصول على المعلومات أو احتكارها أو حجها حتى لا تستفيد منها باقي المنظمات النشطة في الساحة الاقتصادية، فالمنظمات التي تسعى إلى تحقيق الربح أو الفوز بالصفقات العمومية أو غيرها

من الأهداف التي ترغب في تحقيقها، رهين بقدرة الفاعلين الاقتصاديين في الحصول على المعلومة الاقتصادية، هذا ما يتنافى مع مبدأ الشفافية الذي يلزم المنظمات بالعمل بنزاهة التي تمكن أصحاب المصالح والمنظمات الأخرى من معرفة ما تقوم به بالضبط، والسماح للآخرين بمعرفة الحقيقة دون تظليل المعنى أو تبديل الواقع لإظهار الأمور بصورة أفضل، لأن أهداف المنظمة لا تنحصر فيما تحققه من أرباح فقط، إنما في المحافظة كذلك على مصالح الأطراف الفاعلة التي تنشط في البيئة الاقتصادية وعلى علاقة بالمنظمة نفسها، إضافة إلى باقي المنظمات التي تشغل حيز البحث في تحقيق أهدافها (بوقلقول، 2012، صفحة 33)

وعليه إن تحلي مهنيو الذكاء الاقتصادي بأخلاقيات المهنة يسمح بمنع التجاوزات التي يمكن أن يقعوا فيها، فممارسة الذكاء الاقتصادي يمكن أن تضع منظمات الأعمال في وضعية حرجة إن لم يتم التحكم فيها.

كما أن الأعمال الناجمة عن الذكاء الاقتصادي يجب ألا تركز على التلاعب في المصادر أو تحتوي على تصرفات جوفية كاذبة من خلال استعمال الأنترنت مثلا (لا سيما الشبكات الاجتماعية)، بحيث يجب ألا تكون الأعمال غير الأخلاقية جزء من الأدوات الأساسية للذكاء الاقتصادي مما يستدعي أن تنجيه ممارسة الذكاء الاقتصادي نحو أقصى حد من الشفافية في الخطوات المتخذة وأن الظروف الاستثنائية لا يمكنها من تبرير استعمال طرق استثنائية (حميدوش).

5. خاتمة:

إن التحدي الكبير لمنظمات الأعمال لا يكمن فقط في القدرة على استيعاب المعرفة والتكنولوجيا بقدر ما يكمن في القدرة على صياغة قيم أخلاقية وحضارية ومؤسسية جديدة، ولا يتأتى ذلك إلا من خلال دراسة الواقع وما يرتبط به من ظواهر إيجابية أو سلبية في الوحدات الإدارية، فأخلاقيات الأعمال تعد بمثابة الدفة التي تقود المنظمات والأفراد نحو الالتزام الأدبي والأخلاقي اتجاه الجماعات المختلفة، حيث تبرز أهميتها كونها تعطي قيمة للمجتمع ككل من جهة، وتحسن حياة الأفراد داخل المنظمة من خلال الأنظمة الأخلاقية المنتهجة من جهة ثانية، لذا يجب على مهنيو الذكاء الاقتصادي التحلي بهذه الأخلاقيات عند جمع المعلومات، بحيث يكون استخدامها وفق ما تمليه عليهم مبادئهم الأخلاقية، الأمر الذي يعزز الثقة ويساعد على إرساء مبدأ النزاهة والشفافية، التي يشترط تجسيدها وعي كبير بالانعكاسات السلبية التي تخلفها في حالة غيابها، فالشفافية تمثل مدخلا لوضع

معايير أخلاقية وميثاق عمل مؤسسي لما تؤدي إليه من الثقة والمساعدة على اكتشاف الفساد، في حين أن أخلاقيات الأعمال من أساسيات النجاح لأنها تعكس ثقة المنظمة بموظفيها وأجهزتها وثقة المجتمع الذي تعمل في خدمته، كما أن التزام الإدارة والعاملين بالقواعد الأخلاقية والمهنية تساعد على الحد من الممارسات التي تهدد مستقبل الشركة في النمو والبقاء والاستمرار.

وبناء على ما تقدم يمكن تقديم بعض الاقتراحات التالية:

- رفع مستوى الإدراك لدى الموظفين بأخلاقيات الأعمال من خلال تصميم برامج تدريبية على أن تكون إلزامية في كافة المستويات الإدارية؛
- إعداد مدونات أخلاقية خاصة بالمنظمات تتضمن مجموعة القيم والمبادئ المرتبطة بالسلوكيات المقبولة والمرفوضة داخل المنظمة، التي تساعد في جهودها الرامية إلى تطبيق المعايير الأخلاقية داخلها كونها تساهم في تعزيز الثقة؛
- أهمية انتهاز آليات دورية وسريعة لإحداث الإفصاح والشفافية الفعالة؛
- تكوين لجان للنزاهة في المؤسسات المختلفة من خلال تنمية الممارسات الإدارية والأخلاقية والالتزام بالقيم في أداء الوظائف المختلفة التي تقوم بها ومعالجة الحالات التأديبية المختلفة وسوء استخدام السلطة؛
- تنمية القيم الدينية والتركيز على البعد الأخلاقي في محاربة حالات الفساد التي تتم بطرق سرية، حيث من الصعب وضع تشريعات وقوانين تقضي عليها؛
- تفعيل دور وسائل الإعلام في نشر ثقافة الشفافية والحد من سرية واحتكار المعلومات؛
- الحرص على بناء بنك للمعلومات يركز على توفير المعلومات الضرورية في مختلف المجالات.

6. قائمة المراجع:

1. [hrdiscussion: https://hrdiscussion.com/hr53766.html](https://hrdiscussion.com/hr53766.html) (بلا تاريخ). تم الاسترداد من
2. M.Jean-Pierre DUFAU-. (2010, 07 07-06). *L'intelligence économique . Rapport établi en application de l'article 12.7 du règlement et présenté à la commission de la coopération et du développement*. France.
3. الهادي بوقلقول. (2012). الذكاء الاقتصادي بين الممارسة المشروعة وحدود الأخلاقيات. *الملتقى الدولي حول الذكاء الاقتصادي ومتطلبات التنمية*. عنابة.

4. نجوى حبه، و عبد الوهاب بن بركة . (2014). الذكاء الاقتصادي كمدخل لبناء الأفضلية التنافسية . مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية(11).
5. Le CIGREF .(2003) . *Intelligence économique et stratégique* من الاسترداد من Rapport publiés par le CIGREF en 2002-2003 : <http://www.bdc.aege.fr>
6. OCDE .(2004) . principes de gouvernement d'entreprise de l'OCDE . France.
7. أحمد توفيق بورحلي، و صراح بن لحرش. (2014). واقع اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في القطاع البنكي الجزائري – حالة ولاية قسنطينة. مجلة الدراسات المالية.
8. أحمد حبيب محمود البوتي. (بلا تاريخ). أخلاقيات الأعمال وأثرها في تقليل الفساد الإداري. تم الاسترداد من نزاها: <http://www.nazaha.iq/conf7/conf7-soci5.pdf>
9. امحمد حميدوش. (بلا تاريخ).
10. بلال خلف السكارنة. (2012). أخلاقيات العمل وأثرها في إدارة الصورة الذهنية في منظمات الأعمال – دراسة ميدانية على شركات الاتصالات الأردنية. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة(33).
11. بوجمعة كوسة ، و نعيم بوعموشة. (03, 2017). لوحة القيادة والمشاركة في اتخاذ القرار ومعوقات نجاح نظم المعلومات في المؤسسات الجزائرية. مجلة آفاق للعلوم(07).
12. جمعة هوام ، نورة برايس ، و محمد الصالح فروم . (18-19, 11, 2009). الشفافية والإفصاح في إطار حوكمة الشركات. مداخلة في الملتقى الدولي الأول " الحوكمة وأخلاقيات الأعمال في المؤسسات. جامعة عنابة، الجزائر.
13. خليل أبو سليم. (01, 2014). قياس أثر الالتزام بتطبيق حوكمة الشركات على جذب الاستثمارات الأجنبية . مجلة جامعة جازان. 03(01).
14. رعدة عابد عطالله المرابات. (2011). أثر أخلاقيات الأعمال للمنظمة على السلوك الأخلاقي وأداء رجال البيع للمنتجات الصيدلانية في مدينة عمان. رسالة ماجستير في إدارة الأعمال. الأردن.
15. شمس ضيات خلفلاوي . (2013). الذكاء الاقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية(10).
16. عبد الفتاح بو خمخم، و محمد صالح. (23-26, 04, 2012). الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها. المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة . الأردن.
17. محمد بن محمد أحمد الحربي. (08, 2012). درجة الالتزام بممارسة الشفافية الإدارية لدى الأقسام الأكاديمية في كلية التربية بجامعة الملك سعود . المجلة الدولية التربوية المتخصصة، 07(06).
18. محمد حمداني . (2012). أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية(02).
19. محمد كنوش . (2015). دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة . مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا(13).
20. ميسون محمد عبد القادر مشرف. (2009). التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة. رسالة ماجستير. فلسطين.