الذكاء الإقتصادي، تحليل للتعاريف المفاهيم

مرابط سليمان
كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير
جامعة تلمسان

الملخص:

إن الهدف من الذكاء الإقتصادي هو مساعدة المؤسسة على اتخاذ القرارات الصائبة وتحسين تنافسيتها، فالذكاء الإقتصادي هو أحد الركائز والرهانات الإستراتيجية للمؤسسة، ونظرا للأهمية الموضوع، فقد شهد اهتماما كبيرا وبحوثا مختلفة عملت على تعريف وشرح وتوضيح الموضوع إلا أن تعدد البحوث وغزارتها لم تسمح بمعالجة الضبابية والتقلبات الدائرة حول الموضوع ومضمونه.

فمن خلال هذه الورقة، سنحاول أولا إلقاء الضوء على مختلف المصطلحات المستعملة بهدف الإلمام بمجمل المرادفات المستعملة، حيث يكتسي هذا العمل أهمية قصوى نظرا لتعدد المصطلحات والذي يطفى على الموضوع غموضا معتبرا، ثم من خلال خطوة ثانية سنعمل على تشريح مختلف التعاريف ودراسة محتوياتها، لنصل إلى مجموعة من المعايير تسهل لنا تبويب وتصنيف التعاريف بشكل يجعلها مبسطة وسهلة الاستعاب خاصة من طرف الممارسين، الذين كثيرا ما يشتكون من الغموض وفي آن واحد يحملون على عاتقهم ترجمة البحوث النظرية إلى معارف تطبيقية وسياسات وإستراتجيات تخدم المؤسسة.

كلمات مفتاحية: *الذكاء الإقتصادي – المعلومات – اليقظة – التأثير- جماعة الضغط*

المقدمة:

يعتبر مصطلح الذكاء الإقتصادي من بين المصطلحات الجديدة والحديثة تطور وفرض وجوده سواء على المستوى الأكاديمي أو بالأحرى علم التدبير أو على المستوى السياسي، نظرا للاهتمام الكبير والحاجة المتزايدة لدور المعلومات والاستخبارات في المجال الإقتصادي، حيث أن الذكاء الإقتصادي ما هو إلا امتداد وتطور لمفهوم اليقظة الموجهة لجمع المعلومات (A.BLOCH ,1999)

للذكاء الإقتصادي مرادفات شتى نابعة من حداثة الموضوع والإسهامات لمختلف العلوم من إقتصادية، تسييرية، قانونية، سياسية،إعلامية...إلخ، وما زاد الأمر تعقيدا هو الإستعمال للغات متعددة والترجمة المرافقة.

إن الأدبيات الانكلوسكسونية تفضل إستعمال مصطلح الذكاء التنافسي competitive intelligence والمستعمل الأول مرة من طرف R. STANAT(1990) ثم شهد المصطلح إستعمالا واسعا مع نشأة society

of compétitive intelligence (F.JAKOBIAK 2004). كما تستعمل أيضا مصطلحات أخرى بشكل أقل كالذكاء التسويقي marketing intelligence وكذلك الذكاء الأعمال business intelligence (H.P. LUHN1958). أما الأدبيات الفرنكوفونية فتستعمل بشكل واسع مصطلح الذكاء الإقتصادي intelligence économique والذي أستعمل لأول مرة سنة 1994 بصفة رسمية في التقرير المحرر من طرف المفوضية العامة للتخطيط commissariat général du plan والذي أصبح يعرف بتقرير HENRI MARTRE كما أن هناك إستعمال ولو ضئيل لمصطلح اليقظة الإستراتيجية veille stratégique لبعض الباحثين من أمثال H.LESCA(1994) وL.HERMEL (2001). وفي هذا الصدد يقول E PATEYRON (1998) بأن الذكاء الإقتصادي هو مرتبط بالجانب العسكري والاستخباراتي أما اليقظة الإستراتيجية فهي نابعة من الوسط الجامعي ومتعلق بالمعلومات. أما في الأدبيات العربية، فالأمر مقسم جغرافيا. فنجد أن دول المغرب العربي تستعمل أكثر الذكاء الإقتصادي نظرا لتأثرهم بالمراجع الفرنكوفونية، أما المشرق العربي فيستعمل أكثر مصطلح الاستخبارات الإقتصادية نظرا لتأثرهم بالبحوث الانكلوسكسونية.

هذا من حيث المصطلح، أما من حيث المضمون فالأصل يرجع إلى ثلاثة باحثين وهم H.P LUHN وH.A.SIMON و HLWELENSKY حسب S.LARIVET (2009) H.P LUHN هو صاحب أقدم تعريف للذكاء الإقتصادي [1958]، لقد كان أول من فكر في إستعمال الإعلام الآلي لمعالجة المعلومات وتخزين المستندات، فمن خلال تعريفه حاول أن يضع العلاقة بين الذكاء الإقتصادي والفعل من خلال تحديد الغاية.

أما H.A.SIMON فلقد استعمل مصطلح الذكاء لتعيين المرحلة الأولى من المراحل الثلاثة لسيرورة إتخاد القرار والمعروفة بنموذج I.M.C. فالذكاء هنا متعلق باكتشاف المحيط وبحصر المشكل وكذا العناصر التي يجب أن تأخذ بعين الاعتبار. لكن الفضل يعود إلى HLWELENSKY الذي أعطى تعريفا بمضمون قريب من المفهوم الحديث للذكاء الإقتصادي.

ونظرا لحداثة الموضوع وتشعبه الكبير، فهو لا يزال في مفترق الطرق لمجموعة من العلوم ولعل أهمها هي العلوم الإقتصادية، علوم التسيير أو التدبير، العلوم القانونية والسياسية، بدون أن ننسى الدور الكبير والاهتمام المتزايد لعلوم الإعلام الآلي وعلوم الإعلام.

لقد حضي الذكاء الإقتصادي باهتمام كبير منذ أن بدأ يفرض نفسه كموضوع للبحث إلا أنه إتسم بلبس كبير، نظرا لتعدد المصطلحات المستعملة من يقظة إستراتيجية، يقظة التكنولوجية، الذكاء إستراتيجي، الذكاء إقتصادي...إلخ. وما زاد الموضوع والمصطلح لبسا هو تعدد المهتمين بالموضوع. فنجد المهندسين الذين اهتموا باليقظة التكنولوجية، رجال التسويق والماليين الذين اهتموا باليقظة التنافسية، المنخرطين من رجال الشرطة

والذين تخصصوا في التحقيقات والسيطرة على المخاطر، ومن رجال الجيش الذين أوكلت لهم مهام الاستخبارات نظرا لتجربتهم الكبيرة، وكذا الحقوقيين الذين عملوا على تحديد القواعد الأخلاقية، وبدون أن ننسى الساسة واهتماماتهم بالموضوع.

وهذا يبقى الموضوع في مفترق الطرق للعديد من التخصصات وباستعمال مصطلحات متعددة تتميز باختلافات معتبرة من حيث المصطلح والمضمون. S.LARIVET (2009) تقترح علينا عددا كبيرا من تعاريف (38 تعريفا) الذكاء الإقتصادي، فقد رتبت التعاريف ترتيبا زمنيا تصاعديا يبدأ من التعاريف H.P LUHN [1958] وصولا إلى التعريف المقدم من طرف المسؤول الأعلى للذكاء الإقتصادي الفرنسي (H.R.I.E) [2006] ولقد قدمت هذه التعاريف بشكل تبين فيه الباحثة السبب المصطلح المستعمل والتعريف. الاطلاع على هذه التعاريف سمح باستخلاص ملاحظات مهمة وهي:

- التباين الصريح بين التسمية المستعملة ومضمون التعريف وهذا العدد كبير من التعاريف.
- عدم التوضيح المسبق للمستوى المدروس أي اطار الجزئي أو الكلي. فمثلا على سبيل المثال لا على سبيل الحصر نجد كل من H.DOU[1995] و R.PATUREL [2002] يستعملان فقط مصطلح الذكاء الإقتصادي، غير أن الأول يهتم بالإطار الكلي والثاني بالإطار الجزئي.
- عدم توحيد الأفق المعني بالذكاء الإقتصادي (تسهيل وتوجيه القرارات الإستراتيجية والتكتيكية).

وعلى أساس هذه الملاحظات حاولنا إعادة تقديم و تصنيف التعاريف على أساس المعايير التالية:

1- التسمية

2- المستوى

3- الأفق

فما يخص التسمية فالاضطلاع على التعاريف ودراستها بشكل دقيق يسمح لنا باستنباط ملاحظة هامة وهي ان أغلبية الباحثين يستعملون مصطلحات مختلفة لدراسة الذكاء الإقتصادي فمثلا H.SIMON [1960] يستعمل مصطلح الذكاء، P BAUMARD[1991] يستعمل مصطلح ذكاء المؤسسة، H.LESCA[1994] يستعمل اليقظة الإستراتيجية، C.MARMUSE [1996] الذكاء الإستراتيجي، L.M FULD[1995] الذكاء التنافسي، A SABLIER[1997] الاستخبارات الإستراتيجية للمؤسسة، والكثير استعمل مصطلح النكاد الإقتصادي كأمثال تقرير H.MARTRE [1994]، F.JAKOBIAK[1998] وMARTIN ET MARTI [2001] أن كل هؤلاء الباحثين استعملوا مصطلحات مختلفة لدراسة نفس الشيء، كما أن التمعن في التعاريف يتركنا نستنبط ملاحظة مهمة، وهي أن محتوى التعريف ما هو إلا سرد وشرح لمختلف مراحل اليقظة من جمع للمعلومات ثم دراستها

وتحليلها وأخيرا توزيعها للإستعمالها في اتخاذ القرارات.

كما كان لـــ P.CLERC [1995] السبق في إقحام مفهوم التأثير وبشكل واضح وهي النقطة التي أعطاها ATTAMAN [2000] اهتماما وشرحا وافيا وكذا إدخال مصطلحات جديدة كجماعة الضغط LE LOBBYING والدعاية أما A.JUILLET[2006] فقد أثرى تعريف الذكاء الإقتصادي بادخال مفهوم جديد وهو الحماية أي حماية المعلومات المجمعة والمدروسة والمهيئة للاتخاذ القرارات.

عليه نأن هذه الإضافات تعتبر تجديد أو إثراء مهما، كون أنها أتت بمفاهيم وسعت وطورت ووضحت أكثر طرق وسبل هذه التقنية الجديدة في التعامل مع المحيط، الذي أصبحت مخاطره حد مؤثرة على المؤسسة.

أما من خلال المعيار الثاني، فقد حاولنا التمييز بين تلك التعاريف التي تخص المستوى الكلي وكذا الأخرى التي تعتني بالمستوى الجزئي أو المؤسسة.

أن تعريف H. MARTRE [1994] كان حقيقة السباق لتعريف الذكاء الإقتصادي في المنظور الكلي، بل أكثر من هذا كان السباق لإستعمال مصطلح الذكاء الإقتصادي، كما كان لهذا التعريف أثر كبير على البحوث المقدمة في تلك الفترة. فنجد مثلا تعريف كل من P.CLERC [1995] وH.DOU [1995] ذات بعد كلي محض.

أما فيما يخص إستعمال المصطلح من منظور الإقتصاد الجزئي، فكان علينا انتظار سنة 1996 أين بدأت تظهر تعاريف متعددة للذكاء الإقتصادي في إطار بحوث موجهة للمؤسسة أو المنظمة مع كل من A.BLOCH [1996] وG.COLLETIS [1997] وBOURNOIS ET ROMANI [2000] وR PATUREL [2002].

للملاحظة فإنه إذا أخذنا الذكاء الإقتصادي من حيث المفهوم وليس من حيث المصطلح، فإنه لدينا بعض التعاريف التي سبقت H.MARTRE كمثلا تعريف K.W.M TYSON [1986] وتعريف B.MARTINET ET M. RIBAUDJ [1998] وكذا تعريف R.RIBAULT [1992].

أما من حيث الأفق فلقد تباينت التعاريف حول الأفق الزمني المعني بالذكاء الإقتصادي، فلقد اتفق جل الباحثين على أن النكاد الإقتصادي هو أداة مسخرة لتحضير وبناء القرارات الإستراتيجية كما بدى الأمر واضحا في عنوان تقرير H.MARTRE "الذكاء الإقتصادي واستراتيجية المؤسسة". إلا أنه بالمقابل فقد أكد على مكانة الذكاء الإقتصادي في بناء القرارات التكتيكية، ومن بين الباحثين الذين اعطو للأمر أهمية نجد L.M.FULD [1995] وJ.L.LEVET ET R.PATUREL [1996].

فمن خلال ما تسبق نقول أن الذكاء الإقتصادي ما هو إلا أداة مسخرة في يد المسيرين لجمع المعلومات بشتى أنواعها من بيضاء ورمادية وسوداء للاستعانة بها في بناء الإستراتيجيات المختلفة واتخاذ القرارات التكتيكية والروتينية والتي تسمح بتدعيم وتصحيح الوضع إذا تطلب الأمر ذلك.

إن المعايير المستعملة سمحت لنا بتصنيف ودراسة التعاريف المقترحة حتى سنة 2006. وما يلاحظ هو التكرار والاجترار ما عدا بعض الإبداعات والمتمثلة في التأثير والحماية، ولقد شكلت هاتين النقطتين منعرجا أعطى للذكاء الإقتصادي مفهوما شاملا وواسعا نجده مجسدا في تعاريف اقترحها العديد من الباحثين من امثال CLAUDE REVEL [2010]، حيث بني الذكاء الإقتصادي على 3 أبعاد أساسية وهي:

- تسير المعلومات والمعارف: اليقظة
- حماية الممتلكات المعلوماتية والمعرفية
- التأثير

للعلم فإن S.LARIVET تلح هي كذلك على العناصر أو الأقسام الثلاثة الذكاء الإقتصادي ولكن تسميها بالوظائف المعلوماتية، فهي تقسمها إلى الاستخبارات أو اليقظة وتسيير الخطر المعلوماتي والتأثير. وعليه فالذكاء الإقتصادي ما هو إلا محصلة للوظائف الثلاثة

أما F.JAKOBIAK [2009] فعرفة على النحو التالي "الذكاء الإقتصادي يتمثل في التحكم وحماية المعلومات الإستراتجية بالنسبة لكل الأعوان الإقتصاديين". كما أعطى للذكاء الإقتصادي ثلاث غايات وهي، تطوير القدرة التنافسية للنسيج الصناعي، تحقيق أمن الإقتصاد والمؤسسة وأخيرا تدعيم قدرة البلاد على التأثير.

إذا فهو يختلف تماما مع الباحثين الأوليين. فلا يجد الذكاء الإقتصادي إلا جمعا وحماية للمعلومات الإستراتيجية ويجعل من التأثير غاية من الغايات الثلاثة المذكورة، ولعل الاختلاف الملاحظ هو ناتج عن اختلاف في الرؤية والمستوى المدروس، فهو يعرف الذكاء الإقتصادي من منطور كلي على عكس S.LARINET التي تعرفه من منظور جزئي محض. كما يجب علينا أن لانسى الإسهامات التي أتى بها F.BULINGUE [2002] والتي ساهمت وبشكل واضح في نشأة المفهوم الحديث. فلقد قسم الذكاء الإقتصادي إلى أربعة وظائف إلا أن الاختلاف الجوهري يكمن في تسمية التأثير INFLUANCE بالفعل ACTION وقسمها إلى أفعال دفاعية وهجومية، وأضاف وظيفة التنشيط والتي تأتي قبل الاستخبارات (اليقظة) والحماية. كما يجب أن نلاحظ أن مجمل التعاريف تشير إلى الجانب الأخلاقي والقانوني الذي يجب مراعاته أثناء جمع وتحليل المعلومات. فلقد أسالت هذه النقطة الكثير من الحبر نظرا للممارسات الغير المقبولة، التي أصبحت تمارسها الكثير من المؤسسات وحتى الدول من أجل سرقة المعلومات وهذا بالاستعانة برجال الشرطة والجيش والذين يملكون خبرات معتبره في هذا الميدان.

الخاتمة

لقد سمحت لنا هذه الدراسة من إزاحة الكثير من الغموض والخلط المقترن بمصطلح النكاد الإقتصادي. فلقد تمكنا من جمع ومقارنة جميع المصطلحات الواردة في هذا الميدان، بحيث أصبح من السهل السيطرة والإلمام بالمرادفات المستعملة في البحوث.

كما أن دراسة مختلف التعاريف المجمعة وإعادة تصنيفها بناء على الثلاثة المعايير المقترحة، سمحت لنا كذلك بالتوصل إلى نظرة واضحة حول مضمون الذكاء الإقتصادي والذي كثيرا ما شكل حجرة عثرة للكثير من الباحثين والممارسين، الذين كثيرا ما إشتكوا من ضبابية تحوم حول البحوث المنجزة وتحول دون الإدراك العميق للمفهوم الحديث الذكاء الإقتصادي.

Bibliographie

1. H.LESCA « LA VEILLE STRATEGIQUE : LA METHODE L.E SCANNING » ed EMS.2003
2. F.JAKOBIAK « L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE » ed ORGANISATION DEUXIEME TIRAGE.2006
3. F.JAKOBIAK « L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE TECHNIQUES ET OUTILS» ed ORGANISATION, DEUXIEME EDITION.2009
4. L.HERMEL « VEILLE STRATEGIQUE ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE » ed AFNOR 2007
5. G.MASSE, F.FHIBANT « INTELLIGENCE ECONOMIQUE : UN GUIDE POUR UNE ECONOMIE DE L'INTELLIGENCE » ed.DE BOECK UNIVERCITE 2001
6. S. LAVIVET « INTELLIGENCE ECONOMIQUE : ENQUETE DANS 100 PME » ed.L ' HARMATTAN, 2009
7. E. PEETYRON « LA VEILLE STRATEGIQUE » ed.ECONOMICA 1998
8. E.SUTTER « INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET GESTION DE L'INFORMATION » ed.LAVOISIER, 2006
9. C.COUTENSEAU ET ALL « L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE : GUIDE PRATIQUE » ed.EYROLLES.2010
10. A. BLOCH « L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE » ed ECONOMICA, DEUXIEME EDITION, 1999
11. E. DELBECQUE ET G. PARDINI « LES POLITIQUES D'INTELLIGENCE ECONOMIQUE » ed PUF, 2008