

III. المعلومة أساس اليقظة الاستراتيجية

في ظل بيئة تتسم بسرعة التحولات وحدة المنافسة، لم تعد المعلومة مجرد عنصر ثانوي بالنسبة للمنظمة بل مورداً استراتيجياً فاعلاً يساهم في دعم القدرة التنافسية وتحقيق التفوق. حيث أصبحت تمثل الركيزة الأساسية التي تُبنى عليها القرارات الاستراتيجية. ولم يعد التحدي مقتصرًا على توفر المعلومات، بل أصبح مرتبطاً بمدى القدرة على اختيارها وفهمها وتحويلها إلى عناصر ذات قيمة تساعد على استشراف المستقبل. وفي هذا الإطار، وفي هذا الإطار سنحاول توضيح ماهية المعلومة وإبراز الدور المحوري للمعلومة في تفعيل اليقظة الاستراتيجية.

1. تعريف المعلومة:

يعرف *Peter Drucker* المعلومات على أنها بيانات منحت معنى وهدفًا معينًا.¹ ويعرفها *Chaffey & Wood* على أنها بيانات ذات معنى وفي سياق محدد وتستخدم في اتخاذ القرارات.²

من خلال التعاريف يتضح أن البيانات تمثل الأساس والمادة الخام للمعلومة، حيث

تعرف البيانات على أنها "وحدات أساسية من المعلومات غير المعالجة، تُجمع من مصادر مختلفة لتصبح لاحقًا قابلةً للتحليل والمعالجة لإنتاج المعرفة. وتعتبر المادة الخام التي تُستخدم في صنع المعلومة، ويمكن أن تكون أرقامًا، نصوصًا، صورًا أو أصواتًا".³

كما تعرف بانها حقائق أولية غير منظمة تُستخدم كأساس لتحليل المعلومات واتخاذ القرارات، وتشمل كل ما يمكن قياسه أو ملاحظته قبل أن يتم تفسيره أو معالجته وتعتبر البيانات مدخلًا لإنتاج المعرفة والمعلومة.⁴

وتعرف هذه الأخيرة على أنها "مزيج من المعلومات المنظمة والقيم والخبرات المتراكمة التي تمكن الفرد أو المنظمة من الفهم العميق للواقع والتصرف بفعالية في مواقف مختلفة، وهي لا تقتصر على ما هو مكتوب فقط بل تشمل أيضًا المهارات والخبرات الضمنية".⁵ أو أنها "قدرة الفرد أو المنظمة على تفسير المعلومات وتوظيفها بفعالية اعتمادًا على الفهم والخبرة والسياق، بحيث تسمح باتخاذ قرارات سليمة وحل المشكلات بطريقة مدروسة".⁶

ومن خلال ما سبق نستنتج أن البيانات قد تكون كمية أو نوعية وتأخذ أشكالًا مختلفة وتجمع من مصادر متنوعة ويتم معالجتها وتنظيمها لتأخذ شكل المعلومة، التي يتم تحليلها ووضعها ضمن سياق محدد بالاعتماد على الخبرات والقدرات المكتسبة مكونة بذلك معرفة.

ويمكن تمثيل العلاقة بين البيانات، المعلومات والمعرفة في المخطط التالي

¹ Drucker, Peter. (1989). *The New Realities*. Harper & Row. New York, USA. P 45

² Chaffey, Dave. Wood, Simon. (2005). *Business Information Management: Improving Performance Using Information Systems*. Financial Times Prentice Hall. Harlow, UK. P 32

³ Pérez, Juan. (2019). *Data Management and Information Systems*. Springer. p 45.

⁴ Gartner, John, and Michael Smith. *Fundamentals of Data Science*. Wiley, 2020, p. 32.

⁵ Davenport, Thomas H. Laurence, Prusak. (1998). *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press. p 5.

⁶ Nonaka, Ikujiro. Hirotaka, Takeuchi. (1995). *The Knowledge-Creating Company*. Oxford University Press. p 58.

الشكل رقم (05): الفرق بين البيانات، المعلومات والمعرفة



المصدر: 1

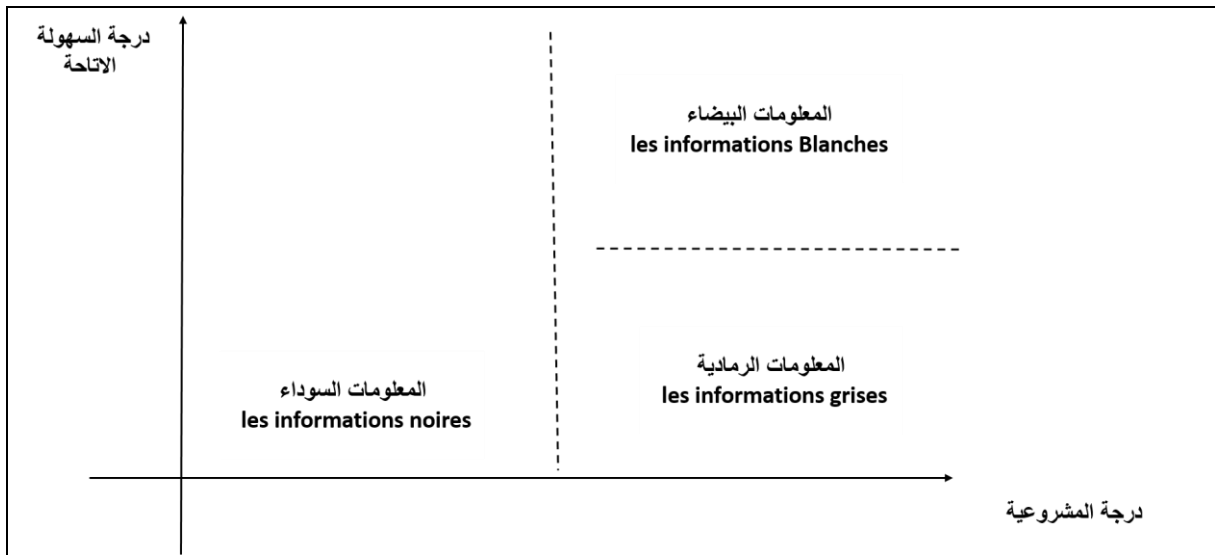
2. أصناف المعلومة:

يكن تصنيف المعلومات الى عدة انواع وفقا لعدة معايير مختلفة، فنجدها تنقسم الى معلومات رسمة وغير رسمية، معلومات أولية وثانوية، معلومات داخلية خارجية، وهي التقسيمات التي لن يتم التطرق اليها نظرا لسهولة التمييز بينها، ولكونها تصنيفات سطحية لا تخدم اهداف بحثنا، وما سيتم التطرق اليه هي التصنيفات ذات الارتباط المباشر باليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي والمتمثلة فيما يلي:

1.2. حسب مدى توفرها وسهولة الوصول اليها:

تنقسم المعلومات وفقا لهذا المعيار الى ثلاث أنواع رئيسية كما يوضحه الشكل التالي

الشكل رقم (06): أصناف المعلومة حسب مدى توفرها وسهولة الوصول اليه



المصدر: 2

ويمكن توضيح هذه الأنواع من خلال ما يلي: 3

1.1.2. المعلومات البيضاء les informations Blanches

هي المعلومات المتاحة على نطاق واسع جدا لجميع المتعاملين الاقتصاديين، ويمكن الحصول عليها بصورة مجانية وقانونية. وهي المعلومات المتوفرة في المصادر الرسمية، كالنشرات والتقارير الحكومية.

¹ Elaboré par le chercheur

² Elaboré par le chercheur

³ Lesca, Nicolas. Caron-Fasan, Marie-Laurence. (2006). *Op Cite*. P 112.

2.1.2. المعلومات الرمادية *les informations grises*

هي المعلومات التي لا تكون متاحة بصورة مباشرة، وهي معلومات غير متوفرة في المصادر الرسمية، ويتم الحصول عليها باتباع مجموعة من الأساليب العقلية كالملاحظة والاستنتاج والبحث الميداني.

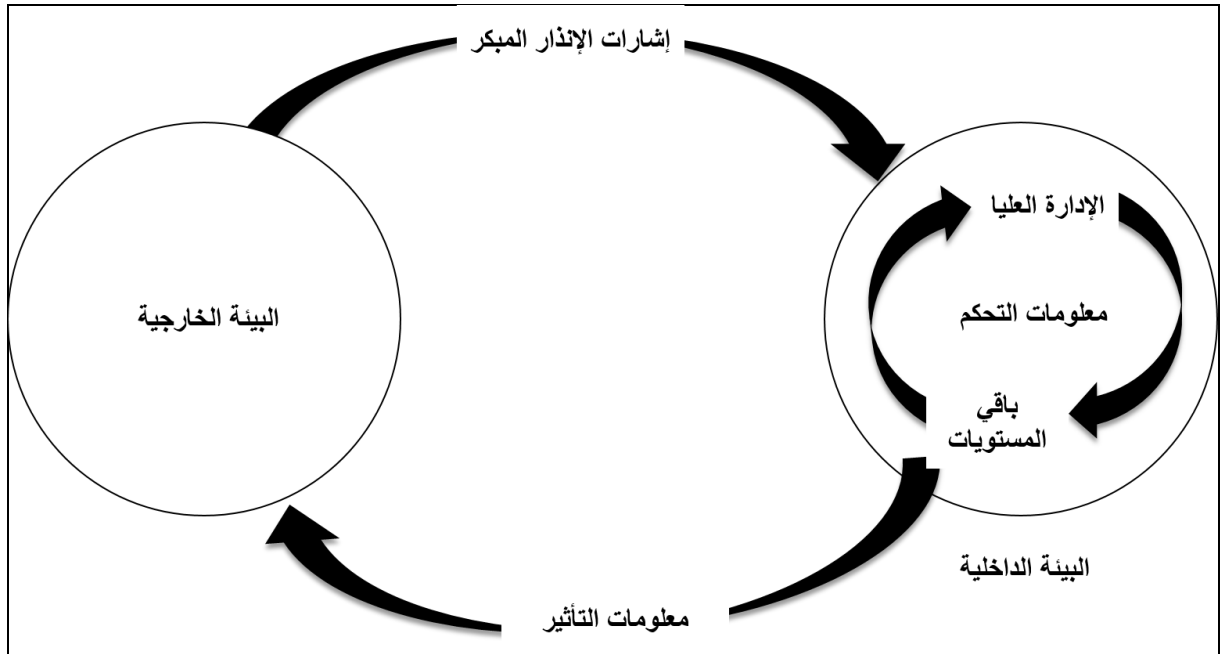
3.1.2. المعلومات السوداء *les informations noires*

هي المعلومات التي يتم الحصول عليها بصورة غير شرعية وغير قانونية كالسرقة والاختلاس، لكونها معلومات ذات أهمية بالغة وتتمتع بدرجة عالية من السرية.

2.2. أصناف المعلومة حسب اتجاه التدفق

تصنف المعلومات حسب هذا المعيار الى معلومات التحكم، إشارات الإنذار المبكر ومعلومات التأثير. كما يوضحه الشكل التالي

الشكل رقم (07): أصناف المعلومات حسب اتجاه التدفق



المصدر: 1

ويمكن توضيح هذه الأنواع من خلال ما يلي: 2

1.2.2. معلومات التحكم:

هي المعلومات المنتجة داخل المنظمة وتوزع او تنشر فيها عبر قنوات متعددة الاتجاهات (تدفق من الداخل الى الداخل)، أي انها معلومات موجهة للاستخدام الداخلي، وتهدف في الغالب الى متابعة الأداء، وتصحيح الانحرافات والتحكم في مختلف العمليات.

¹ Elaboré par le chercheur

² Lesca, Nicolas. Caron-Fasan, Marie-Laurence. (2006). *Op Cite*. P 120.

2.2.2. إشارات الإنذار المبكر:

تعتبر أساس اليقظة الاستراتيجية، وهي معلومات تجمعها المنظمة من بيئتها الخارجية، أي انها خارجية المصدر (تندفق من الخارج الى الداخل)، وهي المعلومات التي يسمح تحليلها من طرف المنظمة بوقوع احداث مستقبلية في شكل فرص او تهديدات.

3.2.2. معلومات التأثير:

وهي المعلومات التي تُبث من داخل المنظمة الى بيئتها الخارجية (تدفق من الداخل الى الخارج)، وتُستخدم للتأثير في مختلف عناصر البيئة الخارجية، بما يهدف اهداف ومصالح المنظمة.

3. حرب المعلومات

يقصد بحرب المعلومات حالة الصراع او التنافس القائمة بين المنظمات، والتي تُستخدم فيها المعلومة كأداة استراتيجية لتحقيق التفوق على المنافسين، بدل الاعتماد على الوسائل المادية.

كما تعرف حسب *Delbecque Eric* على انها الاستعمال الدفاعي والهجومى للمعلومة ونظام المعلومات من خلال ثلاث جوانب هي الاستغلال، تدمير واتلاف معلومات ونظم معلومات المنافسين، بالإضافة الى حماية معلومات ونظم معلومات المؤسسة.¹

وعليه فإن حرب المعلومة ينطوي على ثلاث جوانب رئيسية هي:

- الجانب الأول: يتمثل في الحرب من اجل المعلومة، ويقصد بها السبق والحصريّة في الحصول على المعلومة، وهنا يمكن للمؤسسة الاعتماد على وسائل شرعية او وسائل غير شرعية وهي جميع الآليات التي تدرج ضمن التجسس الصناعي.
- الجانب الثاني الحرب بالمعلومة: وهي مجموعة الوسائل والآليات الهادفة الى زعزعة استقرار المنافسين، تضليل المنافسين بهدف دفعهم الى اتخاذ قرارات خاطئة، او افقادهم القدرة على اتخاذ القرار في الوقت المناسب، فضلا عن عمليات تشويه سمعة المنافس لدى الجمهور.
- الجانب الثالث الحرب ضد المعلومة: الآليات التي تهدف الخصم من الحصول على المعلومة، ومنعه من الوصول الى المعلومات المخزنة في أنظمة معلوماته.

1.3. الحرب من اجل المعلومة:

ويقصد بها السبق والحصريّة في الحصول على المعلومة، وهنا يمكن للمؤسسة الاعتماد على وسائل شرعية او وسائل غير شرعية وهي جميع الآليات التي تدرج ضمن التجسس الصناعي.

¹ Ecole de la Guerre Economique. (Np 2004). *Intelligence Economique Concurrentielle et Stratégique* (ouvrage 198p). Volume 01. Rédigé par Delbecque Eric. P 21

1.1.3. الوسائل الشرعية في الحصول على المعلومة:

وهي المصادر التي يتم الاعتماد عليها في الغالب للحصول على ما يعرف بالمعلومات البيضاء، وهي تلك المعلومات المتاحة على مصادر مفتوحة وبصورة مجانية ويمكن الوصول إليها بصورة مباشرة. ومن امثلة هذه المصادر نذكر:¹

- المكتبات بصفة عامة والمكتبات الجامعية بصفة خاصة، حيث تزخر هذه الأخير بالعديد من الأبحاث التي قد تدخل ضمن اهتمامات المنظمة (التسويقية، التنظيمية، التكنولوجية...)
- الصحافة العامة والمتخصصة التي توفر ما يعرف بالإشارات الضعيفة.
- المصادر الحكومية كمديريات الضرائب والمحاكم التجارية، حيث يكون الوصول الى هذه المصادر مفتوحا ومتاحا بصورة أكبر كلما كانت الدولة تتمتع بحكومة إلكترونية.
- براءات الاختراع.
- المنشورات الجامعية ومراكز البحوث المخصصة.
- منشورات المنظمات الأخرى كالتقارير السنوية المنشورة دوريا على مواقعها الإلكترونية.
- المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي، والتي يمكن من خلالها التعرف على آراء الجمهور وتوجهاتهم في العديد من المسائل، كما يمكن الاعتماد عليها كمصدر للتغذية الراجعة.

وبالإضافة الى هذه المصادر المفتوحة المصدر والتي يمكن الوصول إليها بصورة مباشرة، يمكن للمؤسسة الاعتماد على مصادر شرعية أخرى، وهي تلك المصادر التي تستهدف الحصول على المعلومات الرمادية،

وفي الغالب ما تعتمد هذه المصادر على العلاقات العامة التي تربطها المنظمة مع مختلف الأطراف الفاعلة في بيئة الأعمال، كربط علاقات مع موردي المنافسين، وخاصة الموردين المشتركين للاستفادة من المعلومات التي يقدمونها في إطار ما يعرف بـ " الاستفسار البريء " حول حالة سير العمل، او مع مراكز البحث او الهيئات الاستشارية للحصول على نتائج الأبحاث بصورة استباقية وحصرية. بالإضافة الى تحليل منتجات المنافسين لاستخلاص بعض المعلومات الضرورية، كالمواد المستخدمة، الخصائص التي يقدمها المنتج التكنولوجي المعتمد عليها في الإنتاج.²

2.1.3. الوسائل غير الشرعية في الحصول على المعلومات:

وهي المصادر التي يتم الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات السوداء، وتضم أنواع عديدة جدا يمكن ذكر أشهرها على سبيل المثال لا الحصر في الجدول التالي

¹ Adapté à partir de :

- Jakobiak, Francois. (2004). *L'intelligence économique : La comprendre, l'implanter, l'utiliser*. Éditions d'Organisation. Paris, France. P 158-169
- Martinet, Bruno. Marti Yves, Michel. (1995). *Op cite*. P 35-37.

² Hermel, Laurent. (2001). *Maitriser et pratiquer la veille stratégique*. Afnor. Paris, France. P 78, P 141.

الجدول رقم (04): الوسائل غير الشرعية في الحصول على المعلومة

المفهوم	الوسيلة
ويقصد بها الاستلاء على ممتلكات الغير، كسرقة الوثائق والمستندات	السرقية والاختلاس
استعمال المقابلات المادية او الوعود بهدف الحصول على معلومات حساسة عن المنظمات المنافسة.	الرشوة
- Hacking : هو مجموع التقنيات التي تسمح بالولوج الغير قانوني لأنظمة المعلومات بهدف استغلالها او تغييرها او اتلافها. - Phishing : تقنية احتيال معلوماتية تهدف الى خداع الافراد ودفعهم الى الكشف عن معلومات حساسة - Phreaking : أسلوب من أساليب الاختراق يهدف إلى التلاعب بأنظمة الاتصالات (خصوصًا شبكات الهاتف) للوصول غير المشروع إلى الخدمات أو اعتراض الاتصالات.	القرصنة المعلوماتية والالكترونية
استقطاب فرد من افراد المنظمة المنافسة بهدف الحصول على معلومات حساسة منه.	الاستقطاب غير المشروع
أسلوب غير مشروع يُستخدم للحصول على معلومات حساسة، من خلال تقديم عروض عمل وهمية أو مضللة لاستدراج الأفراد، خاصة موظفي الشركات المنافسة.	التوظيف الزائف
هي عملية استحواذ تقوم بها مؤسسة على مؤسسة أخرى دون موافقة هذه الأخيرة، بهدف الاستلاء على المعلومات الحساسة، التكنولوجيا وغيرها من الموارد ذات القيمة، وبمجرد تحقق هذا الهدف يتم التخلص منها	الابتلاع العدواني
الاستفادة من عمليات المراجعة والتقييم والمفاوضات التي تسبق مرحلة الاندماج او الابتلاع الفعلي، في الحصول على المعلومات الحساسة المرغوبة، ثم عدم الوفاء بالالتزام لأسباب تكون في الغالب محضرة مسبقا.	الاندماج او الابتلاع الزائف

المصدر: 1

وللإشارة فان التجريم القانوني لهذه الممارسات يختلف من دولة الى أخرى، فنجد ان الاجرام المعلوماتية بجميع صورته مدان بصفة صريحة وصارمة في الدول المتقدمة، بينما لا توجد نصوص واضحة حوله في الدول المتخلفة، نتيجة لعدم قدرتها على اثبات الجريمة من أساسها نظرا لعدم تحكمها في وسائل الاعلام، ولذلك فان المعيار المعتمد من طرفنا للحكم على شرعية الممارسة من عدمه هو ما يعرف ب اخلاقيات المهنة" وليس المعيار القانوني.

2.3. الحرب بالمعلومة:

وهي مجموعة الوسائل والاليات الهادفة الى زعزعة استقرار المنافسين وتضليلهم بهدف دفعهم الى اتخاذ قرارات خاطئة، او افقادهم القدرة على اتخاذ القرار في الوقت المناسب، فضلا عن عمليات تشويه سمعة المنافس لدى الجمهور.

¹ Lesca, Nicolas. Laurence, Marie. (2006). *Veille Anticipative : une autre approche de l'intelligence économique*. Lavoisier. Paris. P 56-59.

ومن أبرز آليات الحرب بالمعلومة نجد:

1.2.3. التسميم المعلوماتي *Intoxication informationnelle*

ويقصد به العمل على نشر معلومات خاطئة او مضللة في البيئة الخارجية وبشكل أكثر دقة في حقل رصد المنظمة المنافسة المستهدفة، بهدف التأثير على قراراته، والتنبيؤ بتحركاته المبنية على هذه المعلومات المضللة ومن ثم اتخاذ القرارات المضادة لتعميق الضعف في أدائه بصورة أكبر.

2.2.3. التضليل *Désinformation*

يعمل التضليل الى التأثير في قرارات ومدركات أصحاب المصلحة داخل المؤسسة، من خلال التركيز على نشر معلومات خاطئة او ناقصة او تحريف معلومات صحيحة واخراجها عن سياقها الفعلي بهدف تشويه صورة المنظمة المنافسة والطعن في مصداقيتها.

3.2.3. زعزعة الاستقرار *Déstabilisation*

وهنا تعمل المنظمة على جمع معلومات ليست في صالح المنظمة المنافسة، ونشرها وتداولها على قطاع واسع جدا لدى الجمهور بهدف زعزعة استقرارها وافقادها مكانتها.¹

3.3. الحرب ضد المعلومة:

الآليات التي تهدف الى منع الخصم من الحصول على المعلومة، او من استغلال معلوماته المخزنة ضمن أنظمة معلوماته، بالاعتماد على آليات مادية ومعلوماتية تهدف الى تدمير أنظمة المعلومات، تشويه المعلومات المخزنة او منعه من الوصول اليها.

4. دورة المعلومة في إطار اليقظة الاستراتيجية:

تعتبر دورة المعلومة عن المسار او المراحل التي تمر بها المعلومة منذ نشأتها الى غاية استخدامها، حيث لا تكتسب المعلومة أهميتها الا إذا مرت بمجموعة من المراحل المتمثلة في:

1.4. مرحلة تحديد الحاجة من المعلومات:

وتعرف أيضا بمرحلة التخطيط لجمع المعلومات، اذ ان الإشكالية الرئيسية فيما يتعلق بالمعلومات لا يرتبط فقط بجمعها، بل في إدراك ماهي المعلومات الواجب جمعها وما هو الغرض من ذلك، حيث تفرض كثرة المعلومات وجودتها عائقا حقيقيا في عملية اتخاذ القرار، وهو ما ينجر عنها في خسارة عامل الزمن لصالح المنافسين خاصة إذا تعلق الامر باستغلال الفرص. ولذلك فمن الضروري على المنظمة ان تحدد بدقة ما تحتاجه من معلومات.²

وفي هذا الإطار فإن عملية تحديد المعلومات المهمة عن غيرها من المعلومات الأخرى تتم وفقا لثلاث معايير هي: سرعة الحصول على المعلومة، تكلفة الحصول على المعلومة وجودة المعلومة المستهدفة. وفي الغالب ما يكون التوفيق بين المعايير الثلاثة امرا في غاية الصعوبة، ان لم يكن مستحيلا، ولهذا

¹ Laurier, Philippe. (2004). *Déstabilisation d'entreprises*. Éditions Maxima. Paris. P 169

² Bouyeure, Cyril. (2008). *Guide des bonnes pratiques en matière d'intelligence économique*. Service de Coordination à l'Intelligence Économique. Préfecture de la Région Franche-Comté. P 09.

تضطر اغلب المنظمات الى الاعتماد على معياريين فقط والتفريط في العامل الثالث في تحديدها للمعلومة المستهدفة حسب العوامل والظروف السائدة.¹

2.4. مرحلة جمع المعلومات:

وهي المرحلة التي تبدأ فيها المنظمة بجمع المعلومات وفقا للمعايير المحددة في المرحلة الأولى، وتجدر الإشارة ان تكلفة وسرعة الحصول على المعلومة تتناسبان عكسيا مع مدى وتوفرها، حيث نحصل على المعلومة بأقل التكاليف وفي أسرع وقت ممكن إذا كانت متوفرة ومتاحة على نطاق واسع وهو ما يتوافق مع المعلومات البيضاء، وبالرغم من هذا فان هذا النوع من المعلومات يعد الأقل استهدافا من طرف المنظمات، مقارنة بالمعلومات السوداء والرمادية.²

3.4. مرحلة معالجة المعلومات وتحليلها:

تعتبر هذه المرحلة أساس الذكاء الاقتصادي، كونها تهدف الى إعطاء قيمة للمعلومة بالنسبة للمستعمل، وهو ما يجعلها تشكل قاعدة لاتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب.

ويقصد بمعالجة المعلومات فرزها وتحويلها من شكلها العشوائي الذي تظهر عليه مباشرة بعد عملية الجمع الى شكل أكثر تنظيما يساعد على عملية تحليلها، من خلال التحقق من مصداقيتها وملائمتها للغرض الذي جمعت لأجله، عرضها في شكل جداول او رسوم بيانية، وضعها في سياق واحد من خلال تجميع المعلومات التي تخدم الهدف نفسه في مجموعة واحدة، وغيرها من العمليات التي تسهل من قراءة المعلومات وفهمها.³

اما عملية تحليل المعلومات فهي تتجسد في تفسير المعلومة واعطائها دلالات واضحة ومؤشرات كاملة بالنسبة لمتخذ القرار. وهنا من الضروري عدم تحليل المعلومة بمعزل عن المعلومات الأخرى، خاصة تلك التي تدخل في سياق واحد، كما ان الربط العقلاني والمنطقي للمعلومات عند عملية التحليل يؤدي الى تقليل المعلومات المجمعة من ناحية الكم، وهو ما يسبب مشاكل مستعصية لأغلب المنظمات في كثير من الأحيان، الرفع منها من ناحية النوع.⁴

4.4. مرحلة نشر المعلومات:

يقصد بعملية نشر المعلومات مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى إيصال المعلومات المتحصل عليها إلى مستعمليها في الوقت المناسب وبالشكل المناسب، بما يضمن استفادتهم منها في أداء مهامهم واتخاذ قراراتهم. ولا يقتصر الأمر على مجرد الإيصال الفوري، حيث بعد الانتهاء من عملية المعالجة والتحليل تنتج مجموعتين من المعلومات القابلة للاستخدام: معلومات مهمة للاستخدام الفوري او العاجل وهي

¹ Lecante Christophe. (2005). *TecknowMetrix : une société innovante en veille stratégique, les Matinales, cycle2, accompagner l'innovation*. L'Agence de Développement du Val de Marne. France. 2005. P 10.

² Martinet, Bruno. Marti, Yves-Michel. (1995) : *L'intelligence économique : les yeux et les oreilles de l'entreprise*. Éditions d'organisation. Paris, France. p 30.

³ Mevel, Olivier. Abgrall, Philippe. (2009) : *Management de l'information dans l'organisation : une approche nouvelle de la veille informationnelle fondée sur le captage et le traitement des signaux faibles*, Revue Internationale d'intelligence économique. Vol 01. No 01. PP 1-14. p 04.

⁴ Lesca, Humbert. Kriaa-medhaffer, Salima. Annette, Casagrande. (2010) : *la Surinformation causée par l'internet : un facteur paradoxal largement avéré : veille stratégique –cas Concrets, retours d'expérience et piste de solutions*, Revue des sciences de gestion, N°245-246, septembre-décembre 2010, p : 40.

المعلومات التي سيتم استخدامها في الوقت الحاضر، لذلك من الواجب ايصالها حالاً لمستخدميها من صناع القرار داخل المؤسسة، ومعلومات مهمة للاستخدام المستقبلي أو الأجل وهي المعلومات التي سيتم استخدامها في المستقبل، ولذلك يتم تخزينها أو حفظها ضمن قواعد بيانات المنظمة، لكي يتم استرجاعها في وقت لاحق عند الحاجة الى استعمالها، كما ينبغي أن تتوفر آليات فعّالة تضمن إمكانية الوصول إلى هذه المعلومات من قبل المستخدمين المعنيين، مع مراعاة عامل الزمان والمكان

وفي هذا الإطار يقول *Martre* " المعلومات التي يتم جمعها لا تعني شيئاً في حد ذاتها، وتفقد أهميتها إذا لم تستخدم في الوقت المناسب من طرف الشخص المناسب، فكلما تم نشرها في الوقت المناسب للاستخدام كلما زادت قيمتها أكثر"¹

وتجدر الإشارة الى ان هذه العملية في مجملها تبقى مشروطة بمدى امتلاك المنظمة لقنوات نشر وتوزيع كافية ومفتوحة على محيطها تضمن سرعة وسلاسة انتقال المعلومة وتحقيقها لأهدافها.²

5.4. مرحلة استغلال المعلومة:

حتى تكون القرارات المتخذة في المنظمة أكثر رشادة وعقلانية فإنه يتم خلال هذه العملية التوظيف العلمي والعملية للمعلومات التي يتم تثبيتها والتأكد من سلامتها من طرف المكلفين باليقظة في عملية اتخاذ القرارات والغاية الرئيسية وراء ذلك هو تحسين السلوك الاستراتيجي للمؤسسة أثناء تعاملها مع المحيط.³

¹ Martinet, Bruno. Marti, Yves-Michel. (1995). *Op Cit.* P 80

² Lesca, Humbert. Lesca, Elisabeth. (1995). *Gestion de l'Information : Qualité de l'Information et Performance de l'Entreprise.* Édition Litec. Paris, France. P 24-26.

³ LARIVET Sophie et BROUARD François. (2007) : *stratégies des PME et pratiques d'intelligence économique et de veille stratégique, Communication soumise au 5ème congrès international de l'académie de l'entreprenariat, SHERBROOKE ,4-5 octobre 2007, p-p 3-5.*