

الذكاء الإقتصادي كآلية لدعم القرارات الإستراتيجية

الأستاذة : أمزيان أنيسة¹

ملخص

تواجه المنظمات اليوم العديد من التعقيدات في بيئتها بسبب التغيرات السريعة في مختلف المجالات خاصة منها التقنية، مما ولد مجموعة من المخاطر التي تهدد بقاءها و إستمرارها، لذا وجب على المنظمات إنتهاج أساليب أكثر تطورا و فعالية للتأقلم مع هذه المستجدات.

و يعد الذكاء الإقتصادي من بين اهم هذه الآليات التي تستخدمها المنظمات لهذا الغرض لما يوفره من معلومات تساهم بصورة مباشرة في تحسين إتخاذ القرار، إذ أنه توليفة لوظائف الإستعلام، حماية المعلومات و التأثير على البيئة. فالمنظمات أصبحت مطالبة اليوم بتوقع التهديدات و الفرص و التقليل من حالة المخاطرة لمسايرة هذه التحديات الجديدة.

Résumé

Aujourd'hui, les organisations font face aux plusieurs défis imposés par leurs environnement, ce qui a engendré plusieurs risques qui menace leurs existences. Suite à ces changements, les organisations procèdent l'intelligence économique comme un des principaux outils qui aident à prendre des décisions stratégiques.

L'intelligence économique consiste a : la maitrise et la protection de l'information stratégique, pour tous les acteurs économiques, il est donc indispensable pour chaque organisation de bien comprendre ces notions, ces opportunités et ces menaces qui sont lié a la globalisation.

تمهيد:

يشهد العالم تغييراً كبيراً في مجمل نواحي الحياة و بشكل خاص إبتداءً من العقد الأخير للقرن الماضي، إنعكست تأثيراته بوضوح على الممارسات الإدارية و طبيعة العلاقات التنظيمية، لا سيما في ظل تطورات تقنية متسارعة، و أدوار و مشاكل تجاوزت حدود الدول التي تعيش فيها المنظمات على إختلاف انواعها و نشاطها بفعل تنامي تأثيرات العولمة و أبعادها. مما برز الحاجة إلى التنبؤ بمستقبل المنظمات كونها جزءاً من نظام محلي ضمن نظام عالمي أشمل يؤثر في نشاطات و خطط و إستراتيجيات تلك المنظمات، و كون عدم التأكد الذي يحمله المستقبل يحتم الكشف عن الملامح الأساسية

¹ استاذة مساعدة قسم أ جامعة الجزائر - 3 -

الذكاء الإقتصادي كآلية لدعم القرارات الإستراتيجية

له و البحث عن أساليب علمية ملائمة التي يمكن من خلالها إستطلاع المستقبل و الإستعداد لمواجهة هذا التيار من التطورات و التغيرات.

كما أن تلك الظروف و المتغيرات التي رافقت التنوع و التقييد في عوامل البيئتين الداخلية و الخارجية لمنظمات العصر الحالي، إستلزمت وجود قادة و مفكرين أذكيا من ذوي القدرات الفكرية و المهارات غير التقليدية التي تعتمد على أسس تنمية المعرفة و الخبرة و مبادئها و تكوين التصورات و الرؤى ذات العلاقة بالمستقبل، و سبل مواجهة الحاضر التي غدت تتصف بالديناميكية الشديدة (التغيرات السريعة المتلاحقة)، مما زاد من أهمية متابعتها و تحليلها باستمرار للبحث في إمكانية إحتمائها و تجاوزها ثم محاولة السيطرة عليها أو التأثير فيها لضمان النجاح و التفوق و البقاء.

فبرز الذكاء الإقتصادي كأداة فاعلة لتوجيه المنظمة نحو تحقيق أهدافها على المدى البعيد، و المحافظة على مكانتها، و قراءة مستقبلها، و تمكين القادة من إستشعار الفرص المتاحة، و التكيف مع التغيرات التي تحيط بها.

و من خلال هذه الورقة البحثية نحاول معرفة أثر الذكاء الإقتصادي على دعم القرارات الإستراتيجية في منظمات الأعمال، حيث تبرز إشكالية البحث في التساؤل التالي:

كيف يدعم الذكاء الإقتصادي القرارات الإستراتيجية في منظمات الأعمال؟

و للإجابة على هذه الإشكالية المطروحة نقوم بعرض العناصر التالية:

أولاً: مفهوم الذكاء الإقتصادي؛

ثانياً: خصائص الذكاء الإقتصادي؛

ثالثاً: عناصر الذكاء الإقتصادي؛

رابعاً: أهمية الذكاء الإقتصادي؛

خامساً: تطبيقات الذكاء الإقتصادي؛

سادساً: تطور الذكاء الإقتصادي.

أولاً: مفهوم الذكاء الإقتصادي.

تعددت التعاريف التي قدمها الكتاب و الباحثون الذين اهتموا بهذا النمط من الذكاء، و تطورت هذه التعاريف في مضمار ثلاثة إتجاهات.

فقد ركزت مفاهيم الإتجاه الأول على كون الذكاء الإقتصادي عملية أو أداة لجمع المعلومات التي تمد صناع القرارات بالمعرفة التي تدعمهم في صناعتهم لتلك القرارات، و تتيح لهم الإصغاء إلى البيئة التي تعمل فيها المنظمة، ثم تحليل هذه المعلومات لتفعيل قدراتهم في التنبؤ و التخطيط المستقبلي. و يندرج في إطار هذا الإتجاه:

1- تعريف (تريكو و زيمرمان، 1998:156) اللذين نظرا إلى الذكاء الإقتصادي على أنه: " عملية منطقية لجمع المعلومات و تنظيمها و تحليلها على وفق نظام متسلسل يقود و بنجاح إلى نتائج هامة أو قرارات حاسمة"⁽¹⁾.

2- تعريف (Kuhlman et al, 1999 :14) الذي يرى فيه "إبتكار لخرائط طريق توجه صناع القرار نحو صناعة قرارات أكثر وعياً عبر تلبية حاجاتهم الملحة للمعلومات، و توفيرها في الوقت المناسب و بالدقة و الكمية و الجودة المطلوبة لصناعة قراراتهم بعقلانية"⁽²⁾.

أما أصحاب الإتجاه الثاني فأكدت تعريفاتهم بأن الذكاء الإقتصادي وظيفة تتعامل مع كل القضايا التي تؤثر في المنظمات في المديين المتوسط و الطويل.

3- فهذا (Johanson, 2000 : 1-5) يراه " وظيفة تختص بتحليل المنافسين أو فهم أهدافهم المستقبلية و إستراتيجياتهم الحالية، و ما يؤمنون به من فرضيات عن أنفسهم و الصناعة، و إدراك قدراتهم و أبرز مكوناتهم"⁽³⁾.

بينما يعرف أصحاب الإتجاه الثالث بأن الذكاء الإقتصادي جزء من نظام الشخصية التي يتمتع بها قادة المنظمات و إندرج في ذلك:

4- تعريف (Maccoby, 2004 :1-4) الذي عبر على الذكاء الإقتصادي بأنه "ذكاء يتسم به قادة المنظمات عناصره الإستشراف -تفكير النظم- الرؤية المستقبلية- الشراكة- القدرة على تحفيز العاملين"⁽⁴⁾.

و يتضح أن وجهة نظر أصحاب الإتجاه الثالث توفر دعماً للإتجاهين المذكورين، لأن القائد الذي يتمتع بعناصر الذكاء الإقتصادي تتعزز قدراته في جمع المعلومات و تحليلها و توظيفها في إتخاذ القرارات الإستراتيجية داخل المنظمة.

و في إطار ما ذكر سابقاً، فإن تباين إتجاهات التعريف لا تنفي حقيقة الدور الجوهرية لـ (المعلومات) في تشكيل مفهوم الذكاء الإقتصادي، و في دعم عمليات صناعة القرارات و صياغة السياسات و

الذكاء الإقتصادي كآلية لدعم القرارات الإستراتيجية

الخط، و التنبؤ بتغيرات البيئة و بحركة المنافسين و التكيف معهما من خلاله، و كيف أن هذه المعلومات توفر دعماً للقائد الذي يوسم بعناصر الذكاء الإقتصادي أو الإستراتيجي. و بالتالي لا بد من تعزيز قدراته في جمع المعلومات و تحليلها و توظيفها في صناعته للقرارات، و سمة للسياسات و الخطط.

ثانياً: خصائص الذكاء الإقتصادي.

يتسم الذكاء الإقتصادي و الإستراتيجي كغيره من أنماط الذكاء بجملة من الخصائص و السمات أهمها⁽⁵⁾:

- 1- المشاركة Participation : التي تدل على أهمية بعد النظر و عمليات التقييم في تفعيله لدى صناع هذه السياسات، و اعتماد بديهية محددة بصدد كل سياسة منها.
- 2- الموضوعية Objectivisation : بدعمه لأكثر الرؤى موضوعية، و إعتماده آليات مناسبة لمعالجة المعلومات.
- 3- الوسطية و المحاذاة Mediation et Alignment : إذ يسهل تبادل التصورات بين صناع هذه السياسات وصولاً إلى الإجماع بصددها.
- 4- دعم القرار Decision Support : إذ يفعل أولاً الحوارات بين صناعها، ثم يدعم التطبيق الناجح لها.

ثالثاً: عناصر الذكاء الإقتصادي.

الذكاء الإقتصادي نظام يتكون من عدة عناصر تشجع القائد حتى يستطيع فهم و تشكيل المستقبل، وتحدد أبرز عناصر الذكاء الإقتصادي في الإستشراف و تفكير النظم، الرؤية المستقبلية، الدافعية (القدرة على تحفيز العاملين)، و الشراكة، و هذه العناصر مترابطة مع بعضها البعض و تساعد القادة في التطلع إلى المستقبل، و تحديد الفرص و التهديدات التي تواجه المنظمة، و تحفيز العاملين في المنظمة، وتحقيق نتائج عظيمة للمنظمة، كما و لها دور كبير في الإرتقاء بقدرات القادة القائمين على اتخاذ القرارات الإستراتيجية في المنظمة. و سنناقش هذه العناصر فيما يلي:

- 1- الإستشراف (البصيرة) Foresight: تعكس مقدرة الإستشراف قابلية الفرد على التفكير بالإستناد إلى قوى غير مرئية و غير مدركة إلا أنها تساهم في صنع المستقبل⁽⁶⁾. و قد أشار القرآن الكريم إلى مفهوم الإستشراف في (سورة الحشر، الآية 18) في قوله تعالى: "يأيتها الذين آمنوا اتقوا الله و تنتظر نفس ما

قدمت لغد و اتقوا الله إن الله خبير بما تعملون". و في مجال العمل: الإستشراف هو إمكانية إسقاط حالة العالم الراهنة على المستقبل، بأبصار تطوره مستقبلاً، و تمييز ما يمكن تجنبه و التأثير فيه و السيطرة عليه⁽⁷⁾.

و يعبر عن الإستشراف أيضاً بأنه القدرة على رؤية الإتجاهات المستقبلية عبر إجراء مسح للعوامل الديناميكية في الماضي و الحاضر، إذ أن الإفتقار إلى عنصر الإستشراف قاد عدداً من المنظمات إلى الفشل.

و تبرز أهمية الإستشراف كأحد عناصر الذكاء الإقتصادي لقادة المنظمات من خلال⁽⁸⁾:

- مساعدة القادة في التنبؤ بالفرص و المخاطر المحيطة بالمنظمة و التي تؤثر على عملها؛
- تنسيق القدرات العقلية للقادة، و منحهم رؤية و إبداعاً و تبصراً بقضايا السوق و المنافسين، و هو ما يعد أمراً مهماً في صناعتهم للقرارات بصدد تلك القضايا، و توسيع آفاق تحليلهم لها، و تبادلهم الآراء مع بعضهم البعض كخبراء أكثر من كونهم قادة لكل منظمة على حدة، و يربط الإستشراف الماضي بالحاضر لتحديد معالم المستقبل ما أمكن، من خلال التخمين العقلاني و التنبؤ و إعداد السيناريوهات المتعددة؛
- توفير معلومات إستراتيجية للمدراء يصعب الحصول عليها، و تتعلق بالمستقبل، لإتخاذ القرارات المناسبة، و يزيد هذا العنصر من وعي المدراء لإقتناص الفرص و التقليل من المخاطر، و معرفة التحديات التي تواجه المنظمة؛
- دراسة الماضي و فهم الحاضر، ليتمكن المديرين من معرفة المستقبل، و هو يعتمد بدرجة كبيرة على خبرتهم في مجال العمل و إتخاذ القرار.

2- تفكير النظم Systems Thinking: يجسد التفكير بمنطق النظم القدرة على توليف أو دمج العناصر المختلفة لغرض تحليلها و فهم الكيفية التي تتفاعل بموجبها لتشكل نظاماً أو صورة واضحة بشأن الأشياء التي يتم التعامل معها، كما ان التفكير بالنظم يمثل القدرة على تركيب و تكامل العناصر المتنوعة لفهم كيفية تفاعلها مع بعضها البعض للوصول إلى أهداف المنظمة، بحيث يتم دراسة الأجزاء من حيث علاقتها بالكل، و تقييمها من حيث نجاحها في خدمة أهداف النظام⁽⁹⁾.

و في إطار ما تقدم يتضح:

الذكاء الإقتصادي كآلية لدعم القرارات الإستراتيجية

➤ أن إرتكاز هذا التفكير على مفهوم النظام يجعله قابلاً للتأثر بعوامل البيئتين الداخلية و الخارجية، و بما يوجب تحليل التفاعل بين عناصره في إطارهما لغرض الإرتقاء بفاعلية النظام؛

➤ إن القادة الذين يتسمون بهذا النمط من التفكير يمتلكون دماغاً تحليلياً، و مع التعلم و الخبرة المتراكمة سينجحون في إدراك الترابط بين أجزاء النظام و علاقتها بالكل، و حينها سيشرحون السبب الحقيقي لأية مشكلة إذا ما تعددت أسبابها؛

و يظهر جلياً أن هذا العنصر عزز دور الذكاء الإقتصادي في المنظمات بعده مدخلاً متقدماً للتفكير الإستراتيجي و الفكر النقدي، و أسلوباً معاصراً للتكيف مع الحياة أولاً، و تكيف المنظمات مع بيئتها و مع التطورات المتلاحقة ثانياً.

3- الرؤية المستقبلية Visioning: الرؤية المستقبلية هي وصف لصورة مستقبلية أفضل تتطلع إليها المنظمة و تتفوق بها على أوضاعها الراهنة في جانب أو أكثر من جوانب هذه الصورة. و تشكل الرؤية حالة تنبؤ أو صورة معينة عن الظروف أو الأحداث المستقبلية ذات العلاقة بإطار أو سياق معين، و هذه العملية تتجاوز مجرد عملية النظر إلى ما وراء الأحداث لتشمل على الفهم و الإدراك أيضاً⁽¹⁰⁾.

و كأحد عناصر الذكاء الإقتصادي فهي تتعلق بالقدرة على الإستعانة بالإستشراف و التفكير المنظم في تصميم نموذج او حالة مثلى يتطلب الوصول إليها، و هي لا تعني مجرد تبني موجة ما نحو صناعة المستقبل بقدر ما تهتم بتوجيه مسارات هذه الموجة⁽¹¹⁾.

4- الدافعية Motivation: تشير الدافعية إلى عملية التأثير في السلوك من حيث توجيهه، و إستمرارية، و قوة التوجه نحو الهدف، و تمثل الدافعية أداة فعالة في تعزيز الأهداف الإستراتيجية للمنظمة من خلال تأثيرها في توجهات الأفراد العاملين⁽¹²⁾.

و يعبر عن دافعية العاملين بأنها رغبة الفرد في إظهار المجهود اللازم لتحقيق الأهداف التنظيمية، بحيث يمكن ذلك الجهد من إشباع حاجات هذا الفرد. و يتضمن التعريف ثلاثة مكونات هي: الجهد، الأهداف التنظيمية، الحاجات الفردية، و تعتبر الدافعية محصلة التفاعل بين مجموعة عوامل ذاتية، و عوامل خارجية، و التي تحدد إتجاه السلوك لمدى زمني معين، و تتنوع أنماط الدافعية لتشمل دافعية الإنجاز، الإنتماء، السيطرة، و الجدارة...إلخ، كما تتميز بالتطور و التغير المستمرين، و تختلف الدافعية من فرد لآخر و من مستوى إدارة لآخر، كما أنها تختلف من موقف لآخر⁽¹³⁾.

الذكاء الإقتصادي كآلية لدعم القرارات الإستراتيجية

و كعنصر من عناصر الذكاء الإقتصادي تتركز الدافعية حول المقدرة على "التحفيز" في دفع الأفراد للإيمان بهدف عام يجمعهم إنطلاقاً من الرؤى و التصورات التي ينبغي أن تكون موضع التنفيذ، و يتطلب ذلك بالتأكيد أن يتم التعرف على ما يحرك دافعية الأفراد و يؤثر فيهم للعمل باتجاه الهدف⁽¹⁴⁾.

5- الشراكة Partnership: تتمثل الشراكة في إمكانية إقامة التحالفات الإستراتيجية مع منظمات اخرى، و التحالف الإستراتيجي هو اتفاق يلزم مجموعتين من المنظمات أو أكثر للمشاركة بمواردهم لتطوير مشروع مشترك لإستثمار فرص الأعمال. كما أن هناك دوافع لتشكيل التحالفات و هي كما يلي⁽¹⁵⁾:

➤ دوافع للدخول إلى الأسواق؛

➤ دوافع مرتبطة بالمنتج و السوق؛

➤ دوافع مرتبطة بهيكل السوق؛

➤ دوافع مرتبطة بكفاءة إستخدام الموارد؛

➤ دوافع مرتبطة بتقليل و زيادة الموارد؛

➤ دوافع مرتبطة بتعزيز المهارات (مهارة التعلم من المتحالفين).

و تعد الثقة و الإلتزام، و قدرة الشركاء على حل الصراعات التي قد تبرز بينهم، و مشاركتهم في المعلومات و تصميم المنتج، مقومات رئيسية لتعزيز دور الذكاء الإقتصادي من خلال عنصر الشراكة، و كذا لنمو المنظمات المنطوية تحت لواء الشراكة و إستفادتها من المزايا التي تحققها الأعمال المشتركة⁽¹⁶⁾.

رابعاً: أهمية الذكاء الإقتصادي.

يعد الذكاء الإقتصادي بمثابة السيف و الدرع للمنظمة، حيث يلعب دوراً مهماً في كل مرحلة من مراحل إستراتيجيات و عمليات المنظمة، و تبرز أهمية هذا النمط من الذكاء في إدارة المخاطر التي تواجه المنظمة، و وصف المخاطر و التهديدات و الفرص بطريقة تساعد المدراء في تحديد برامج و سياسات المنظمة⁽¹⁷⁾.

و يمكن تشخيص جوانب الأهمية الخاصة بالذكاء الإقتصادي من خلال ما يلي⁽¹⁸⁾:

1- التمكين لضمان النجاح الإستراتيجي (الجودة الإستراتيجية و التفوق الإستراتيجي)؛

2- تحليل الأهداف المستقبلية للمنافسين، و معرفة إستراتيجياتهم الحالية، و الوعي بإفتراساتهم و قدراتهم و نوع إستجاباتهم؛

الذكاء الإقتصادي كآلية لدعم القرارات الإستراتيجية

3- ربط المقدرات للمنظومات الذكية بالمقدرات الجوهرية التي يتمتع بها الإنسان كأحد التطورات المهمة لتكنولوجيا المعلومات؛

4- بناء المركز الإستراتيجي لمنظمات الأعمال خاصة القيادية منها؛

5- تشخيص الفرص الإستراتيجية و ما يتلازم معها من أخطار و تهديدات في بيئة الأعمال الإلكترونية؛

6- تعزيز القدرات الإستراتيجية و هندسة بناء علاقاتها الإستراتيجية مع الزبائن و الموردين؛

7- التفكير الإستراتيجي و ما يتصل به من نوافذ، و سيناريوهات إستراتيجية و تكوين المعرفة

الإستراتيجية إبداعاً، و ذاكرة، و تمثيلاً، و هيكلية و إستجابة مؤثرة في محفظة خياراتها الإستراتيجية التي تنظم القيمة المعرفية و عوائدها؛

8- دعم القدرات التفاوضية و الإبداعية لمنظمات الأعمال العالمية و الدولية و المحلية.

و يوفر الذكاء الإقتصادي المعلومات المناسبة للأشخاص المناسبين ليكونوا قادرين على اتخاذ القرارات حول مستقبل المنظمة، و يزود المنظمات بالمعلومات التي تحتاجها حول بيئة العمل حتى تكون قادرة على توقع التغيرات، و تصميم الإستراتيجيات المناسبة التي ستخلق قيمة للزبون، و تحقق نمواً و أرباحاً مستقبلية للمنظمة في الأسواق الجديدة⁽¹⁹⁾.

و كما تبرز أهمية الذكاء الإقتصادي في التخطيط الإستراتيجي و الإدارة الإستراتيجية، و مساعدة المنظمة في المحافظة على وضعها التنافسي في ظل التحديات المستقبلية على المدى البعيد، و يوجه قادة المنظمة إلى الطريق الذي ستمضي فيه المنظمة، و التركيز على النشاطات الإستباقية⁽²⁰⁾.

خامساً: تطبيقات الذكاء الإقتصادي.

تتصرف تطبيقات الذكاء الإقتصادي إلى إمكانية توظيف نتائجه بإدارة منظمات الأعمال. و فيما يلي أهم هذه التطبيقات على النحو الآتي⁽²¹⁾:

1- طرح فكرة المنظمة الذكية لغرض خوض غمار المنافسة العالمية فيما يتعلق بتمكين منظمات الأعمال العالمية من تطبيق فكرة إدارة سلسلة التوريد في بيئة المنافسة العالمية، بحيث يستطيع متخذ القرار الإستجابة للزبائن الدوليين و إبرام العقود كجزء من إدارة شبكة الأعمال الإلكترونية و بما يساهم في زيادة الربحية و تعزيز قوة إستقطاب الموارد البشرية، و الزبائن، و الموردين و المستثمرين الذين يمثلون فرصاً لدعم قدرات منظمات الأعمال. فالذكاء الإقتصادي يستثمر في استخدام البرمجيات لضمان تفعيل سلاسل التوريد الافتراضية تخطيطاً، و جدولة و رقابة؛

الذكاء الإقتصادي كألية لدعم القرارات الإستراتيجية

2- إمكانية إستثمار الذكاء الإقتصادي لغرض إكتشاف المشكلات الإستراتيجية و تحليلها كأساس لتصميم الخيارات الإستراتيجية و ذلك بقصد تنفيذها و بلوغ النتائج الإستراتيجية المتوقعة منها؛

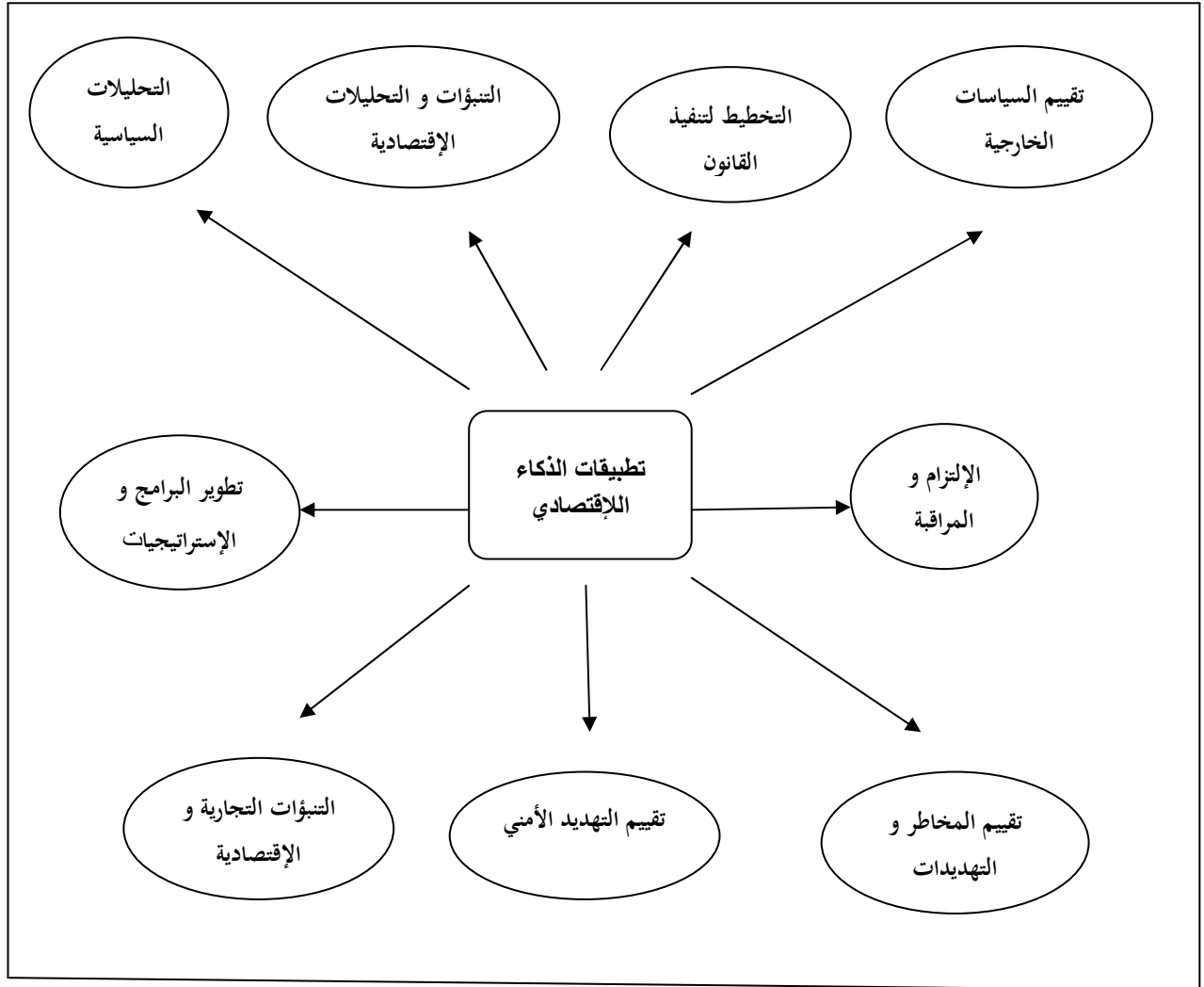
3- يستخدم الذكاء الإقتصادي التنافسي لمراقبة المعلومات المتعلقة بمقدار ما ينفق على عملية البحث و التطوير، و الإعلان، و الإستخدم الأمثل لموارد المنظمة، و تعزيز سرعة و مقدار جاهزيتها بالإستفادة من شبكات الأنترنت، و مقدار التوسعات المحتملة بنطاق الذكاء الإقتصادي و الإستراتيجي التنافسي، و من ثم تحريكها بقوة إلى مستويات جديدة ذات أهمية لإحتضان التغيرات السوقية، و توقعات الزبائن و تطوير الإتجاهات العالمية، و تستثمر إدارة منظمات الأعمال الإلكترونية الذكاء الإقتصادي التنافسي في رصد و مراقبة جوانب الفشل و الأخطاء الإستراتيجية و طبيعة القوى المحركة لإتجاهات النشاط المختلفة؛

4- و يعتبر الذكاء الإقتصادي أداة جوهرية لتطوير سياسات و خطط برامج تنفيذ القوانين الحديثة، و هو شكل من أشكال الذكاء المطبق على كافة مستويات الإدارة سواء كان ذلك يساعد في توزيع و استخدام الموارد و يساعد المدراء على فهم المتطلبات المعقدة للنظام العام أو تقديم دعم تحليلي على مستوى المنظمة و الحكومة للمساعدة في التخطيط لسياسة العدالة ككل.

و خلال السنوات القليلة الماضية كان هناك ارتفاع مفاجئ في تطبيق خدمات الذكاء في مختلف المجالات المدنية و التي تشمل مجالات التخطيط لتنفيذ القانون و مجالات تخطيط سياسة الحكم و علم الجريمة و مراكز الدراسات الأكاديمية الأخرى و الصناعة.

و في الواقع كان الذكاء الإقتصادي منذ عدة قرون و في الكثير من الأشكال يخدم مختلف الأغراض العسكرية و السياسية و الإجتماعية في أوقات الحرب و السلم على حد سواء و أثناء السعي إلى فهم و تفسير تصرف الآخرين⁽²²⁾. و هو مصمم خصيصاً للتمكين من اتخاذ القرار المناسب لصناعة السياسات على المدى البعيد، و يساعد في وضع البرامج و السياسات و الإستراتيجيات، و إتخاذ القرارات، و هناك عدة تطبيقات للذكاء الإقتصادي موضحة في الشكل التالي:

شكل رقم (01): تطبيقات الذكاء الإقتصادي.



Source: McDowell, Don, "Strategic intelligence: a handbook for practitioners, managers, and users", United States of America, Scarecrow Press, Inc, 2009, P14.

سادسا: تطور الذكاء الإقتصادي.

إن عملية تطوير الذكاء الإقتصادي ليست سهلة، و الكثير من الأفراد يسعون إلى تطوير ذكائهم الإستراتيجي، فهم يجمعون بين الموهبة الفطرية عندهم مع الخبرة و التجربة لتطوير المواهب الأولية لديهم، و هناك عدة مبادئ لتطوير الذكاء الإقتصادي و هي⁽²³⁾:

1- إن خصائص الذكاء الإقتصادي تعمل كنظام واحد و تحتاج أن يتم التعامل معها ككل، فهي مترابطة معاً، و لا يمكن أن تنفصل، و هذا يدفع القادة إلى صياغة و إنجاز الإستراتيجيات، و تحقيق الإبداع الإستراتيجي، حيث يعمل قادة المنظمة كفريق فعال في إتجاه تحقيق المستقبل، و هذا يتطلب توظيف خصائص الذكاء الإقتصادي في قيادة المنظمة؛

2- تحديد و تشخيص إحتياجات المنظمة، و التحديات و الصعوبات التي تواجهها، ثم تنفيذ ورش عمل و حلقات مناقشة لهذه التحديات و إيجاد الحلول الملائمة لها، و هذه النقاشات تساعد في تطوير الذكاء الإقتصادي و الإستراتيجي لدى المدراء، و تساعدهم في مواجهة كافة المشاكل التي تواجه المنظمة مهما كانت درجة تعقيدها.

كما ان هناك بعض النقاط التي صنفها الكاتب (11-10: XU,2007) و التي يجب على المدراء أخذها بعين الإعتبار عند تطوير الذكاء الإقتصادي و هي كالآتي⁽²⁴⁾:

- معالجة تدفق المعلومات و المعرفة في المنظمة، و عليهم أن يطوروا خطوط إرشادية و لغة مشتركة تساعد الموظفين في عملية جمع المعلومات و الحفاظ عليها و تبادلها و إستخدامها، و كذلك يجب أن يفهم المدراء العمل جيدا و يعرفوا ما هي المعلومات الحساسة المطلوبة لأداء العمل؛
- التركيز على سلوك الأفراد و العمليات في المنظمة و مساعدة الموظفين على معرفة طريقة إستخدام التكنولوجيا بفاعلية و كيف و لماذا سوف يصبح إستخدام الموظفين لها أكثر أهمية؟
- بناء مشاريع مراقبة و نظام للحوافز لمكافئة و تشجيع الموظفين؛
- السعي إلى إستخدام المعلومات بشكل منتظم كسلاح تنافسي.

الخاتمة:

لقد شهدت السنوات الأخيرة تغيرات عالمية سريعة و متلاحقة و عميقة في آثارها، فلقد تحول الإقتصاد العالمي إلى قرية صغيرة متنافسة الأطراف بفعل الثورة التكنولوجية و المعلوماتية و توسعت مجالات المنافسة بين منظمات الأعمال على المستوى المحلي و الدولي.

و في ظل هذه التطورات و التحديات وجدت المنظمات نفسها مجبرة على مسايرة و البحث عن السبل الكفيلة لتحقيق بقائها و إستمرارها في الأسواق.

و الذكاء الإقتصادي أحد السبل الكفيلة بإدارة المخاطر التي تواجه المنظمة، إذ أنه أداة لتطوير الإبتكار و المنافسة و يساعد في بناء إستراتيجيات فعالة تسمح بمواجهة مخاطر و كوارث الغد.

فضلا على ما سبق فإن الذكاء الإقتصادي يوفر المعلومات و المعرفة لصناع القرارات في إطار تحولات الإقتصاد المعرفي، إلى الحد الذي أصبح يعد فيه آلية للحكومات، و المنظمات و الجامعات... إلخ في دعم و صناعة القرار.

الذكاء الإقتصادي كآلية لدعم القرارات الإستراتيجية

و تتحدد أسباب تنامي أهمية الذكاء الإقتصادي في دعم عمليات صناعة القرار في:

- 1- تزايد حاجة المديرين للمعلومات في إطار عملهم في بيئة يسودها عدم التأكد، و إعتناء المنظمات على جهود الذكاء ذات التوجه الإستراتيجي في دعم عملية صناعتها للقرارات الإستراتيجية؛
 - 2- اللامحدودية الكبيرة في بيئة القرارات (لا سيما الإستراتيجية)، لأن أهدافها غير معروفة بدقة، و عدد البدائل كبير و لا يسمح بتحليلها بطرق تقليدية؛
 - 3- سعي المنظمات لصناعة قرارات ناجحة و تركز إلى معلومات دقيقة، كونها محاطة بقيود حكومية و مخاطرة كبيرة أوجب استخدام عقلها الإستراتيجي في مجابتهها و إستشعارها بتزايد الثمن الناتج عن الخطأ في صناعة القرارات؛
 - 4- تركيز صناعات القرار على التحليل بدلا من البحث عن معلومات واقعية لصناعاته؛
 - 5- تسارع المنظمات لبناء قدراتها في التنبؤ، و إعتناءها معايير دقيقة في الحكم على أدائها و تحديد الفرص الجديدة ثم إقتناصها، و تجنب التهديدات أو تحويلها إلى فرص.
- و للإرتقاء بأهمية الذكاء الإقتصادي في دعم القرارات الإستراتيجية تعتمد المنظمات على واحد أو أكثر من الأساليب الآتية:
- إعتناء مجموعات الذكاء الإقتصادي في توفير المعلومات عن سلوك الزبائن، المنافسين و ديناميكيات الصناعة و الإبداع، و تحليلها و تقديمها لكبار صناعات القرار فيها؛
 - إعتناء تقنية " خريطة القرارات" لتمكين صناعات قراراتها من رصد الفرص، و توليد البدائل و الإرتقاء بعملية المفاضلة بينها، ثم إختيار الأفضل الذي يحقق للمنظمة ميزة تنافسية مستدامة؛
 - إعتناء المسح البيئي كأداة توفر قاعدة عمل لصناعات القرارات الإستراتيجية، و تنمي فيهم مقومات التفكير الإستراتيجي، و التوجه لتبني وجهات نظر مبتكرة.

الهوامش والمراجع :

- 1- تريكو بنجامين، زيمرمان جون، إستراتيجية الإدارة العليا: ماهيتها و كيفية تشغيلها، ترجمة إبراهيم علي البرلي، الدار الدولية للنشر و التوزيع، الأردن، 1998، ص156.
- 2- Kuhlman , S et al, improving distributed intelligence in complex innovation systems, Final report of the advanced science and technology policy planning network (ASTPP), Karlsruhe, June, 1999, PP:1-85. Disponible sur le site: www.isi.fhg.de. Consulté le: 20-07-2013.
- 3- Johnson A , What is competitive intelligence? 2000, PP 1-5. Disponible sur le site: <http://www.aurorawde.com>. Consulté le : 22-09-2013.
- 4- Maccoby, M, only the brainiest succeed, RTM, 2004, PP 1-4. Disponible sur le site: <http://www.maccoby.com>. Consulté le: 22-09-2013.
- 5- Tubke, A et al, Strategic policy intelligence: current trends, the state of play and presspectives and intelligence for policy-Making process, 2001, PP01-83. Disponible sur le site: <http://www.jrc.es>. Consulté le : 07-10-2013.
- 6- النعيمي صلاح عبد القادر، المدير القائد و المفكر الإستراتيجي: فن و مهارات التفاعل مع الآخرين، دار إثراء للنشر و التوزيع، عمان،الأردن، 2008، ص173.
- 7- صالح أحمد و آخرون، الإدارة بالذكاءات: منهج التمييز الإستراتيجي و الإجتماعي للمنظمات، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، 2010، ص178.
- 8- نفس المرجع السابق، ص.179
- 9- النعيمي صلاح عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص.173
- 10- الغالبي ظاهر محسن منصور، إدريس وائل محمد صبحي، الإدارة الإستراتيجية: منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص.208
- 11- النعيمي صلاح عبد القادر، مرجع سبق ذكره ص173.
- 12- جلاب إحسان دهش، إدارة السلوك التنظيمي في عصر التغيير، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص ص 204-205.
- 13- عامر سامح عبد المطلب، إستراتيجيات إدارة الموارد البشرية، دار الفكر للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص255.
- 14- النعيمي صلاح عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 175.

- 15- الطائي محمد عبد حسين، الخفاجي نعمة عباس، نظم المعلومات الإستراتيجية منظور الميزة الإستراتيجية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص ص 262-263.
- 16- صالح احمد و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 188.
- 17-Wong et Chiu, How can supply network management be used to improve the quality of corrugated cardboard suppliers in China? Unpublished Thesis, Kalmar University, China, 2008, P35.
- 18- الطائي محمد عبد حسين، الخفاجي نعمة عباس، مرجع سبق ذكره، ص ص 231-234.
- 19- Xu, M, Managing strategic intelligence: Techniques and technologies, united states of America and united Kingdom, IGI Global, 2007, PP 01-02.
- 20- Pirttimaki, A, Foresight in a research and technology organization, Unpublished Thesis, Helsinki University of Technology, 2007, P08.
- 21- الطائي محمد عبد حسين، الخفاجي نعمة عباس، مرجع سبق ذكره، ص ص 235-237.
- 22- Mcdowell, Don, Strategic Intelligence: a handbook for practitioners, managers and users, United states of America, Scarecrow press, INC, 2009, P73.
- 23- Maccoby, M, op.cit, P08.
- 24- Xu, M, op.cit, PP 10-11.