

يجمع اغلب الباحثين على أن الذكاء الاستراتيجي يساعد على تحليل الساحة التنافسية الحالية التي تنشط فيها المؤسسة. من خلال إجراء تقييم استخباراتي للقوى والعوامل التي تشكل بيئتها التنافسية. وتجمع الأدبيات حول إدارة التغيير على أن الذكاء الاستراتيجي هو شرط مسبق للتغيير. حيث يمكن استخدام الذكاء الاستراتيجي لتحديد وتقييم نقاط القوة والضعف لدى المؤسسة.

كما يساعد الذكاء الإستراتيجي في تنفيذ الإستراتيجية وتعديلها بما يتناسب مع البيئة التنافسية المتغيرة إذ يبرز دور الذكاء الإستراتيجي أثناء تنفيذ الإستراتيجية عبر مرحلتين متميزتين؛ المرحلة الأولى أثناء التنفيذ الأولي، عندما يبدأ المنافسون في استشعار السمات البارزة للاستراتيجية والتفاعل معها. حيث أن المعلومات الجيدة حول كيفية استجابة المنافسين وتكيفهم مع التنفيذ الأولي للاستراتيجية أمر ذو قيمة كبيرة، سواء لاختبار فعاليتها أو للبدء في إجراء التعديلات التي تعوض عن أي إجراءات مضادة من المحتمل أن يقررها المنافسون. وبمجرد وضع إستراتيجية ناجحة وتجاوز المراحل الأولية للتنفيذ، من المهم إنشاء برنامج مستمر لإعداد التقارير و تسجيل مراقبة تصرفات المنافسين. و عليه يمكن القول أن الذكاء الإستراتيجي يعمل على إعلام ودعم أنشطة الإدارة الإستراتيجية في مختلف مراحل تطوير و تشكيل الإستراتيجية. يلعب الذكاء الإستراتيجي دوراً محورياً في تقييم البيئة التنافسية. و أثناء صياغة الإستراتيجية، يساعد نظام الذكاء الإستراتيجي في اتخاذ القرار من خلال وضع تنبؤات حول البيئة التنافسية ومن خلال تحدي الافتراضات الأساسية - طرح الأسئلة الصحيحة وتحديد نقاط القوة و نقاط الضعف المكشوفة وكيفية تجاوزها. كعلم الذكاء الإستراتيجي أنشطة الإدارة الإستراتيجية لتنفيذ الإستراتيجية وتعديلها وفق التغيرات البيئية التنافسية. كما يساعد الذكاء الإستراتيجي في تحديد متى لم تعد الإستراتيجية مستدامة، و يدعم أي أنشطة/تغييرات مطلوبة لمكافحة التجسس أثناء عملية التقييم والمراقبة على الإستراتيجية الفعلية.

### الذكاء الاستراتيجي، مقارنة بتجاوز النماذج الكلاسيكية

لا يحل الذكاء الاستراتيجي جميع المشاكل ولكنه يقترح تجاوز النماذج الكلاسيكية (القوى الخمس لنموذج بورتر، ومصنوفة BCG، وما إلى ذلك) من خلال اقتراح نهج يتمحور حول النظام البيئي للشركة. خمس مفاهيم تميز الذكاء الاستراتيجي عن النماذج الأخرى:

- التأثير: الأساليب الأخرى لا تسمح بالتأثير على الرأي، بل تسمح فقط بإدارة مجموعة المنتجات/الخدمات.
- اللجوء إلى ما هو غير تقليدي ليس هو الحل.
- العملية في الوضع الهجومي: الوضع الهجومي ضروري في جمع المعلومات واستخدامها.
- طرق العمل غير المباشرة.
- مع الأخذ في الاعتبار تجزئة مراكز القوة: النماذج الأخرى لا تدمج جميع الجهات الفاعلة، ولا سيما الجهات الفاعلة الجديدة (جماعات الضغط، السياسيين، وسائل الإعلام، الرأي العام، الخبراء، المديرين الكاريزماتيين، الموظفين المتواضعين) الذين يلعبون دوراً محورياً أساسياً لأنها تمكن من إنشاء استراتيجيات تعاونية.
- كما يمكن النظر إلى الاستراتيجي باعتباره نهجاً أكثر رسمية وتنظيمياً من النماذج القديمة. إذ يتم الانتقال بين الذكاء الاستراتيجي و"حوكمة المعلومات"، بفضل الأساليب الجديدة المستوحاة من ضمان الجودة والأنظمة المعيارية. إنه يجلب ميزة إضافية للمنظمات التي تستخدمه. وإذا تمكنت الهياكل الصغيرة من الجمع بين الأساليب الهجومية والفعالة، فسوف تصبح أكثر تأثيراً. ومع ذلك، لا يزال هذا النهج يعاني في كثير من الأحيان من الخلط بين التجسس. ومن الضروري أن تنتقل الشركات إلى أشياء أخرى وتطالب بممارسة الذكاء الاستراتيجي وعلى وجه الخصوص التأثير، مع بقائها قانونية. وقبل كل شيء، يجب على الشركات ألا تكشف عن أساليبها واستراتيجياتها غير المباشرة لأنها هي التي ستحدث الفارق على صعيد القدرة التنافسية.

## الذكاء الاستراتيجي: أداة لدعم القرار

يتيح الذكاء الاستراتيجي للشركات التعرف على مناهج عالم الأعمال بأكمله وليس فقط مناهج منافسي الشركة. فالأعمال التجارية اليوم في سياق التغيير الدائم. ولذلك يجب وضع استراتيجيات مناسبة.

## • الذكاء الاستراتيجي أداة قابلة للتكيف

تتكيف هذه الأداة مع جميع المنظمات وكذلك في المجالات الثقافية والرياضية والعسكرية وحتى الاقتصادية من أجل السماح لجميع المنظمات بفهم بيئتها.

وبما أن منظمات الأعمال تنشط في سياق معولم، فقد أثبت الذكاء الاستراتيجي أنه أفضل أداة من حيث "تحديد إمكانات النمو والفرص، فضلا عن المخاطر والتهديدات".

كما يسمح الذكاء الاستراتيجي للمنظمة بإدارة حالات عدم اليقين الموجودة في بيئتها بشكل أفضل.

## • الذكاء الاستراتيجي يعد الشركة لبيئتها

كما يسمح الذكاء الاستراتيجي لمنظمات الأعمال بأن تكون دائما "مستعدة" في حالة وقوع حدث غير متوقع. حيث يتيح المرونة والابتكار التي يوفرها الذكاء الإستراتيجي إمكانية جعل المنظمة في وضعية استعداد دائم مهما كان الوضع الذي تجد فيه نفسها. هذه المفاهيم مهمة لأن "المعلومات والابتكار والترقب تظل جوهر الأمر في أوقات الأزمات".

فالذكاء الاستراتيجي يعد أداة أساسية للشركات التي ترغب في النجاح و النمو والازدهار في بيئة اقتصادية تنافسية بشكل متزايد ويعتبر أمرا ضروريا للشركات التي ترغب في وضع نفسها بشكل مفيد في السوق ومواجهة تحديات المنافسة.. حيث

يسمح للشركات بـ:

- فهم أفضل لبيئتها.
- تحديد الفرص والتهديدات.
- اتخاذ قرارات متبصرة.
- تحسين أداءها.
- حيث يمكن استخدام الذكاء الاستراتيجي لأغراض متعددة، مثل:
- تطوير منتجات أو خدمات جديدة
- التوسع في أسواق جديدة
- إدارة المخاطر
- منع الغش
- حماية الملكية الفكرية

و الذكاء الإستراتيجي مجال يتطور باستمرار. حيث أدت التكنولوجيات الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة، إلى إحداث ثورة في الطرق التي تقوم بها الشركات بجمع المعلومات وتحليلها ونشرها.

وفي السنوات المقبلة، سيصبح الذكاء الاستراتيجي هو العنصر الحاسم في نجاح الشركات القادرة على الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة والأساليب الجديدة للذكاء الاستراتيجي.