

فالإستراتيجية حسب بوتر Porter هي "عملية تكوين وضع متفرد للمنظمة ذو قيمة لعملائها من خلال تصميم مجموعة أنشطة مختلفة عما يؤديه المنافسون". كما تعرف بأنها الوسيلة أو الطريقة التي من خلالها تعمل المنظمة على تحقيق أهدافها ورسالتها، وبمعنى أوسع هي الوسيلة للوصول الى النهايات.

- الإدارة الإستراتيجية Strategic Management:

تعددت تعاريف الإدارة الإستراتيجية بتعدد الباحثين و المفكرين، حيث يعرفها I. Ansoff بأنها: "تصور المنظمة عن العلاقة المتوقعة بينها وبين بيئتها، بحيث يوضح هذا التصور نوع العمليات التي يجب القيام بها على المدى البعيد، والحد الذي يجب أن تذهب إليه المنظمة، والغايات التي يجب أن تحققها". فالإدارة الإستراتيجية إذن تتمثل في مجموعة قرارات وأعمال ينتج عنها وضع وتنفيذ استراتيجيات مصممة لتحقيق أهداف المنظمة، وتركز الإدارة الإستراتيجية على القضايا الرئيسية بعيدة المدى التي تؤثر على المنظمة.

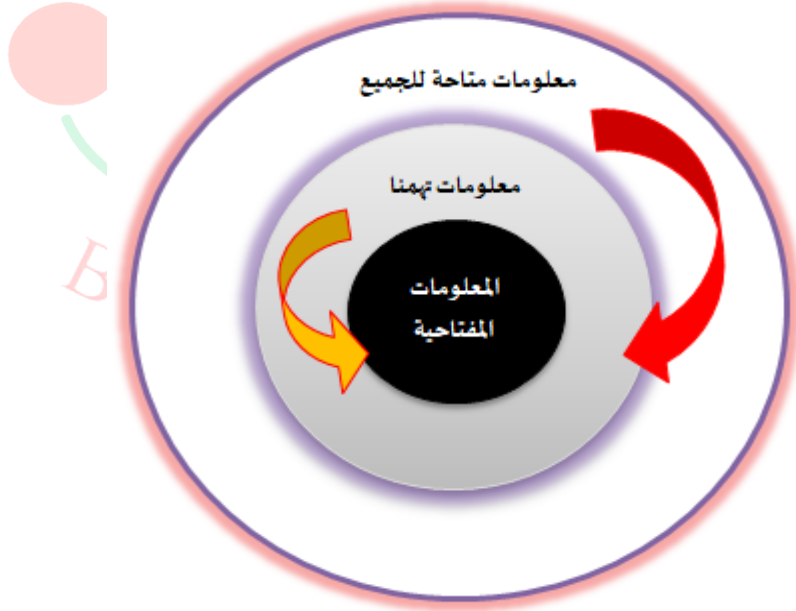
المعلومات الاستراتيجية

عبارة "المعلومات الإستراتيجية" تبدو وكأنها تحدي أكثر مما تكوّن مفهومها، راسخاً في الأدبيات المتعلقة بالمنظمات. فقد اقترننا حديثاً، ولكن كلاهما ظل لفترة طويلة مقترنة بكلمات أخرى، مثل نظام المعلومات (الإستراتيجي)، التخطيط الإستراتيجي أو الإدارة الاستراتيجية، اليقظة الاستراتيجية... إلخ. فهذه المصطلحات كانت موضوع عدد كبير من الكتابات النظرية، في حين أصبحت المعلومات الاستراتيجية تدريجياً حقيقة اجتماعية واقتصادية.

- أصناف المعلومات:

تصنف المعلومات بالنظر لسهولة الوصول إليها إلى ثلاثة أصناف هي:

1. المعلومات البيضاء: المعلومات التي يسهل الوصول إليها في كنف الشرعية
 2. المعلومات الرمادية: المعلومات التي يمكن الحصول عليها في كنف الشرعية ولكن التوصل إليها صعب لعدم معرفة فرضية وجودها ومنفذ الوصول إليها
 3. المعلومات السوداء: المعلومات ذات التداول المحدود والوصول إليها واستعمالها محمياً.
- أصناف المعلومات حسب أهميتها



- مصادر المعلومات :

قد تكون المعلومات من مصادر داخلية، مثل بيانات المؤسسة، أو من مصادر خارجية تتعلق ببيئتها ، مثل وسائل الإعلام أو شبكات التواصل الاجتماعي أو المنشورات التجارية. وبصفة عامة يمكن على سبيل المثال لا الحصر الإشارة لمصدرين للمعلومات :

أ- المصادر الموثقة :

وهي المصادر التي يمكن الرجوع إليها بحسب ترتيب محوري (علوم، قانون، آداب،...) أو بحسب الأصناف (المؤلفات، النشريات، تقارير الملتقيات والمنتديات، الوثائق القانونية، الدراسات، الأطروحات ، بنوك المعطيات...) أو بحسب الدعائم المستعملة ورقية، مغناطيسية، سمعية، بصرية، إلكترونية،...).
و غالباً ما تكون هذه المعلومات مفتوحة المصدر تتضمن المعلومات المتاحة للجمهور، مثل المقالات الإخبارية ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي والتقارير الحكومية.

ب- المصادر الشفوية :

وهي المصادر التي يتم الوصول إليها من خلال اللقاءات المباشرة سواء مع الأفراد أو مواقع محددة مثل المعارض والصالونات أو من خلال معاينة ميدانية .
ولا تأخذ هذه المصادر قيمتها إلا إذا تم توثيقها على ركيزة من الركائز المذكورة .
وتمثل هذه المصادر قيمة علمية وخبرة معرفية قوامها شبكة العلاقات الذاتية والعامة التي يمكن للمؤسسة أن تقيمها معها .

وبصفة عامة يمكن الوصول إلى تحديد هذه المصادر الشفوية على النحو الذي يلي:

- شبكة العلاقات العامة المجتمعية: أهل الثقافة والإعلام، النوادي ، الجمعيات ، المنظمات المدنية، المجالس العامة .
- شبكة علاقات الضغط و التأثير: الأحزاب السياسية، النقابات، المجالس التشريعية .
- الزبائن و الوكلاء، الموردون والشركاء ، المستشارون والخبراء الزائرون و المتعاقدون ، مكاتب الخبرة و الاستشارة ، المنافسين ، المعارض والصالونات ، الهيئات والمنظمات الإقليمية والدولية ، الباحثون و الدارسون الجامعيون ، المنظمات المهنية ، مكاتب و مراكز التدريب ، الزيارات المهنية.

- حماية المعلومات الإستراتيجية:

- تعتبر المعلومات و البيانات بمثابة المواد الخام للذكاء الاستراتيجي لذلك يجب القيام بمراقبة بعض المظاهر منها :
- حماية نظم المعلومات و استخدامها بطريقة ناجعة (البريد الإلكتروني ، الاختيار الجيد للشركاء، التحكم في سلسلة المقابلة من الباطن).
 - تخصيص بنود تتعلق بالسرية و واجب حماية المعلومات في كل عقود المقابلة من الباطن ، أو التوظيف ... إلخ).
 - نشر سلوك الحيطة و الحذر لدى المتعاونين (عدم إفشاء أسرار و كواليس الاجتماعات الإستراتيجية).
 - التحكم في الاتصال (ما يجب/ أو لا أن يتضمنه الموقع الإلكتروني ، أو محتويات الوثائق التي توضع في متناول أي كان).
 - تبني سياسة محددة فيما يخص براءات الاختراع، الحماية، مصادر المعلومات ..).

قيمة المعلومة:

$$\text{قيمة المعلومة} = \text{تحليل جيد للمعلومات} \times \text{دقة و نوعية المصادر} \times \text{جودة النشر و التوزيع و التغذية الراجعة} \times \text{الحماية}$$

تعتمد قرارات الإدارة الجيدة على معلومات جيدة. فالمستكشف يحتاج إلى بوصلة وخريطة ليجد طريقه في الغابة. قد يستمتع بالألوان الرائعة والأشكال الرائعة للمساحات الخضراء والتنوع المذهل للحياة البرية، لكن بدون الأدوات المناسبة والنهج المخطط له، لا يمكنه أن يعرف أين هو أو إلى أين يتجه. فاليوم، بدون استراتيجية معلوماتية واضحة، يمكن لرجل الأعمال الحصول على أكبر قدر من المعلومات كما يشاء ولكن لا فائدة منها إذا كان لا يعرف كيفية الاستفادة منها. والاستراتيجية هي نتيجة عملية جدلية بين البيئة الداخلية والعالم الخارجي. ويجب أن تجابه إدارة المعلومات في المنظمات نوعين من المعلومات: المعلومات الخارجية والداخلية. وتنطوي هذه العملية على المواجهة - المقارنة - المعايرة. ويسمى ذلك أحيانا وضع المعايير. ومهما كان اسمها، فإنها تساعد صانع القرار على وضع إطار عمل خاص به، بالنظر إلى الاستراتيجية الطويلة الأجل أو الإدارة القصيرة الأجل.

