

المحاضرة الرابعة

مدخل تاريخي لليقظة الاستراتيجية

التطور التاريخي.

ركزت العديد من الأبحاث على ضرورة البيئة الخارجية كمتغيرة أساسية في تحديد إستراتيجية المؤسسة ومستقبلها وهذا عن طريق فهم تغيراتها ومختلف الأحداث التي تبرز فيها سواء من أجل التكيف معها حفاظا على تنافسيتها ومزاياها التنافسية في سوق ما ،أو للاستماع المسبق لتغيراتها بهدف استشعار الفرص والتهديدات قبل حدوثها لاتخاذ الإجراءات المناسبة حيال ذلك أو حتى بهدف إحداث التغير فيها بما يحفظ لها استمراريتها وبقائها، مؤكدة في ذلك على إن قدرة المؤسسة على التحكم في بيئتها الخارجية والتأثير فيها إنما تظهر من خلال وجود نظام معلومات خاص يدعى بنظام الإنذار المبكر ،أو اليقظة الإستراتيجية ، يزودها بشكل مستمر بالمعلومات التي تؤهلها لتحقيق الأسبقية على المنافسين واستمرارية نشاطها حيث:

يرى Lesca أن القدرة على الاستباق يمثل تحدي أساسي أمام المؤسسة ويفترض وجود وتطوير يقظة وذكاء جماعي قائم على استغلال الإشارات الضعيفة التي عبر عنها Ansoff في حين يؤكد Theitart 1990 أن الحيازة على معلومة ملائمة حول البيئة بشكل عام والمنافسين بشكل خاص هو ذو أهمية كبيرة للمؤسسة موافقا بذلك Chandler الذي يرى أنه مهما كانت وضعية المستولين (أو المسيرين) فان الحيازة على معلومات عن الحالة المستقبلية للظروف المالية ،الاقتصادية والطلب في السوق يعد شيئا ضروريا ، ذلك انه لم يعد من المجدي الاعتماد على التنبؤات المعتمدة على معطيات الماضي وهو نفس الموقف الذي تبناه Porter حين أكد أنه بالإمكان تقليص أجال اكتشاف الأخطار والتهديدات المتأتية من البيئة في حالة وجود نظام لمراقبة المنافسة يوفر بشكل دائم معلومات وبيانات ميدانية .

كل هذه الآراء انما تعكس الأهمية التي تشكل اليقظة الاستراتيجية بالنسبة للمؤسسة وأيضاً بالنسبة للباحثين من شتى الجنسيات ، حيث نجد أن البريطانيين والأمريكيين والانجلوسكسونيين بشكل عام اهتموا باليقظة منذ الخمسينيات وبداية الستينات في حين تأخر هذا الاهتمام لدى الفرانكفونيين الى غاية الثمانيات وهو ماسنوضحه بالتفصيل فيما يلي :

اليقظة الاستراتيجية من خلال محطات تاريخية مهمة

من أعمال (1967 Aguilar) • scanning the business envirenment توجه اهتمام العديد من الباحثين الى دراسة هذا النشاط الأساسي لفهم وتسيير حالات عدم التأكد المميزة للبيئة ، فانتقلت بذلك اليقظة الاستراتيجية من مجرد مسار لجمع المعلومات حول المنافسين (competitor intelligence) الى مسار أكثر شمولية ، يسمى مختلف متغيرات وأعوان البيئة وليس فقط المنافسين يسمى بالمسح البيئي . (Envirenment scanning) ولا يكفي بمجرد تجميع المعلومات وانما يتعداها الى التحليل ، التركيب وتكوين المعنى والمعرفة بهدف الاستباق والاستشراق فأصبحت بالتالي اليقظة بمثابة ذكاء استراتيجي .

عرفت اليقظة الاستراتيجية اذن تطورات هامة ساهمت بشكل كبير في اتساع مفهومها ، وسائلها ، نطاقها ونوجز هذه المراحل فيما يلي :

أولاً: مرحلة الستينات :

ارتبكت اليقظة الاستراتيجية في هذه المرحلة بظهور التخطيط الاستراتيجي في المؤسسة ، وبرزت بأعمال Aguilar التي أشرنا اليها والتي ركزت على أهمية جهاز الرادار بكونه : "يسمح بالحيازة على المعلومات ، توضح الأحداث ، الاتجاهات ، التفاعلات الجارية في البيئة ، مما يساعد على فهم التهديدات والفرص التي تتيحها " وان كان Aguilar لم يشر الى طبيعة هذا الرادار ولا لكيفية تشغيله وتفعيله الا أن أبحاثه اعتبرت رائدة في هذا المجال لكونها اهتمت بالبيئة في عمومها دون تركيز على جانب واحد من جوانبها .

ثانياً: مرحلة السبعينات :

عرفت هذه المرحلة بمرحلة تحليل البيئة ، حيث ظهرت فيها أبحاث Ansoff 1975 في مقال المشهور *<< managing stratigie surprise by response to weak signals >>* . والذي أكد أهمية رادار المؤسسة- مثل Aguilar - الذي من شأنه رصد الاشارات الضعيفة التي تصدرها البيئة بشكل مستمر في مختلف جوانبها: التكنولوجية، التنافسية ، الاجتماعية ، الاقتصادية ، السياسية... الخ.

والتي تعلن أو تنبأ بحدوث مأسماه Ansoff بالمفاجآت الاستراتيجية ، مدعما رأيه بالظروف التي سادت في تلك الفترة خاصة أزمة البترول 1973 والتي برزت انعكاسات البيئة المضطربة على المؤسسة، ليصل بذلك الى نتيجة أساسية مفادها أن البيئة غير مستقرة لا تسمح بالاعتماد على تنبؤات تم اعدادها على أساس معطيات الماضي، ذلك أن الحاضر والمستقبل لا يمكن أن يكون امتدادا للماضي ، فان مايميزها هو التغير والاستمرارية. تعتبر أبحاث Ansoff من أولى الأبحاث التي أوضحت أن بيئة المؤسسة ليست بالضرورة تلك البيئة التي تشكل بناءا على المتغيرات الموجودة حاليا، والتي قد تؤثر عليها بنفس الشكل الذي مارسته عليها سابقا، وانما هناك دائما اشارات ضعيفة توحى بأن التغير قد يحدث في المجالات غير المعتادة على المؤسسة أن تكتشفها وتستفيد منها .

ثالثا: مرحلة الثمانينات:

عرفت هذه المرحلة ظهور العديد من المصطلحات للبقظة الاستراتيجية مثلا:
Compétitive intelligence, competitor intelligence, business intelligence, strategic intelligence•

كما برزت أيضا بعض الأبحاث الفرنسية كأبحاث Lesca, Ribault, Martinet... وانتقل مجال الاهتمام من التأكيد على أهمية هذا النشاط الى البحث في كيفية تنظيمه واعطائه الطابع الرسمي في المؤسسة حيث تبرز هنا أبحاث Porter عن البيئة التنافسية التي تجب على المؤسسة أن تراقبها من خلال نظام للدكاء التنافسي يركز على متابعة وتحليل أداء المنافسين الحاليين والمحتملين بشكل يسمح بانتقاء المعلومات المناسبة وربطها ببعضها البعض لفهم ما قد تحدث في البيئة ،العديد من المؤسسات الأمريكية اهتمت بأبحاث Porter وعملت على تطبيقها وهذا لتزامنها مع المنافسة اليابانية التي تعد المعلومة أحد الأسباب الرئيسة لنجاحها في تطوير منتجات مبتكرة•

في هذه المرحلة اذن نجد أن الأبحاث تجاوزت مرحلة البحث عن المعلومات الخارجية الى مرحلة معالجة هذه المعلومات (ترتيب ،تصنيف ،علاقات ،وكيفية ايصالها لمنفذي القرار في المستوى الاستراتيجي للمؤسسة...) يمكن أن نستنتج اذن أن هذه المرحلة هي مرحلة ظهور العلاقة بين صياغة الاستراتيجية والدكاء التنافسي في المؤسسة هذا من جهة ،ومن جهة أخرى فاننا لا نبالغ اذا ما اعتبرنا أن هذه الفترة هي فترة بروز مصطلح الدكاء للدلالة على مراقبة المنافسة والبيئة بشكل عام .

رابعاً: مرحلة التسعينات:

ارتكز اهتمام الباحثين في هذه الفترة على استعمالات اليقظة الاستراتيجية، أهدافها وأيضاً الأساليب التي يتم تطبيقها، فبعد أن كانت مجرد وظيفة دفاعية أصبح لديها بعد هجومي وهذا كنتيجة حتمية لظهور ما يعرف بالحرب الاقتصادية عرفت هذه المرحلة كذلك ميلاد مصطلح جديد وهو الذكاء الاقتصادي بالتقرير المعروف بتقرير Martre سنة 1994 التابع لوزارة الدفاع الفرنسية والذي عرف بكونه مجموع العمليات المرتبطة بالبحث عن المعلومات المفيدة للأعوان الاقتصاديين، معالجتها، نشرها، واستغلالها، وهذا بصفة شرعية وضمن أحسن الظروف: جودة، أجال وتكلفة. أي أن الذكاء الاقتصادي يتوجه الى الاقتصاد الوطني، تنافسية القطاع، أمن الدولة والاقتصاد. وامتد استعماله الى المؤسسة كبديل لليقظة الاستراتيجية أو المكمل لها باضفاء طابع حماية وأمن المعلومات والتأثير في البيئة الخارجية.

خامساً: نهاية التسعينات الى يومنا هذا:

شهدت هذه الفترة ولا تزال ظهور مفاهيم جديدة كادارة المعارف، العمل الجماعي، تطور شبكات وتكنولوجيا المعلومات بشكل عام... وأصبحت أكثر من أي وقت مضى تتقارب أكثر فأكثر بحيث يصعب التمييز بينها نظراً لارتباطها وتكاملها فوصفت بالتالي عملية البحث عن المعلومة الخارجية بمصطلح الذكاء الاقتصادي الاستراتيجي "IES" ويقصد به "ويقصد به" المسار المهيكل للبحث، جمع، معالجة المعلومات ونشر المعارف المفيدة في إطار الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة .

المهدف الأساسي لهذا النشاط هو تحقيق الأسبقية في اكتشاف الفرص والتهديدات وبالتالي المبادرة باتخاذ الاجراءات والتدابير التي من شأنها أن تساعد وتدعم القرارات الاستراتيجية وتحسن أداء وتنافسية المؤسسة، وهذا يستدعي هيكله شبكية، موارد بشرية ذات كفاءة عالية، موارد تقنية ومالية، مما يوحي أن اليقظة الاستراتيجية في هذه المرحلة تقترب أكثر من ادارة المعرفة كنمط للتسيير الشامل قائم على وسائل معلوماتية حديثة كالنظم المساعدة على اتخاذ القرار، أنظمة تسيير العلاقة مع الزبون CRM، أنظمة تسيير التوريد، وأنظمة تخطيط موارد المؤسسة... الخ التي من شأنها تسهيل تدفق المعلومات داخل وخارج المؤسسة، الانتاج المتبادل المعرفة أو معارف جديدة تتيح لكل فرد (حسب مهاراته، معارفه وامكانيته) مشاركته ضمن مقاربة جماعية للذكاء في المؤسسة، نتيجة لهذا أصبح مسؤول اليقظة في الكثير من الأحيان هو مدير أو مسير المعرفة بهذه المقدمة التاريخية الموجزة نكون قد بينا أن مصطلح اليقظة الاستراتيجية اقترن بتسميات ومصطلحات عديدة تعود تارة الى جنسية الباحثين، طبيعة ومجالات انتماءاتهم، أو هي تارة أخرى عائدة إلى مستوى التحليل المعتمد في شرح المصطلحات، وهو ما يلخصه الشكل - كما يبين تطور المصطلحات في فرنسا.

الشكل: تطور مفهوم اليقظة الاستراتيجية

