

ذكاء الأعمال ودوره في صناعة القرار

أ/بايزيد كمال - جامعة الجزائر 3

الملخص:

اكتسبت تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي حفزتها الالكترونيات الرقمية مكاناً بارزاً سواء على الصعيد العالمي والصعيد الدولي عامة أو على صعيد منظمات الأعمال خاصة، حيث دفعت بالمعلومات إلى وضع صارت فيه تمثل واحد من أهم مصادر الثروة، فبالرغم من الفرص الضعيفة التي كانت تحضا بها منظمات الأعمال في الحصول على معلوماتها الضرورية إلا أنه انقلبت الموازين في الوقت الحالي بسبب الثروة الرقمية المكتسبة التي فكت القيود من أمام تلك المنظمات، وجعلت إمكانية حصولها على القدر الكافي من المعلومات حقيقة ممكنة، ويعد ذكاء الأعمال أحد الوسائل التي تكتسب أهمية كبرى في تلك الأعمال، لذلك يمكن في إعداد هذه الورقة طرح الإشكالية التالية:

الكلمات المفتاحية: ذكاء الأعمال، البيانات، المعلومات، المعرفة، اتخاذ القرار.

Résumé :

Gained information and communication catalyzed by digital electronics prominent place both at the global level and the international level or at the level of business organizations and private technology, which pushed the information to develop became the represent one of the most important sources of wealth, despite the weak opportunities that were Thuds by business organizations to get their information necessary but that at present flipped balances due to digital wealth acquired by the fact restrictions in front of those organizations, and has made access to adequate fact possible information, and is a Business Intelligence a means which is gaining great importance in that business, so it can in preparation This paper put forward the following problem:

Keywords: Business Intelligence, data, information, knowledge, decision-making.

مقدمة:

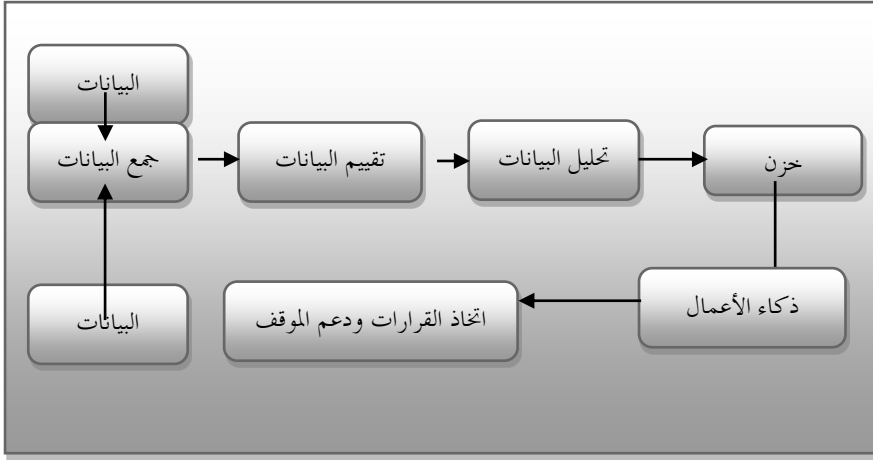
أولاً: مفهوم ذكاء الأعمال

لكلمة الذكاء معان عدة، فتارة تدل على فئة من الأعمال كأعمال الذكاء التي تتميز عن الأعمال الغريزية والآلية، وتارة تدل على قوة المعرفة والفهم.¹ فإذا كان الذكاء «Intelligence» يعني بشكل عام القدرة على التفكير المنطقي، والقدرة على إحداث تغييراً هادفاً، والقدرة على التعامل بفاعلية مع البيئة المستهدفة؛² فإن ذكاء الأعمال «Business Intelligence» يعني مجموعة أدوات تعمل على استخراج المعرفة من قواعد البيانات بحيث تمكن هذه المعرفة المنظمات من اتخاذ القرارات الإستراتيجية والتكتيكية والتشغيلية بالنسبة للمستويات الإدارية، كما يساعد نظام ذكاء الأعمال على تحليل البيانات المستقاة من مصادر داخلية أو خارجية وتقديمها على شكل معلومات. ويعني كذلك بأنه مجموعة مكونة من وسائل تكنولوجية وإجراءات ضرورية تستخدم في تحويل البيانات إلى معلومات والمعلومات إلى معرفة والمعرفة إلى إنجازات. ويطلق على ذكاء الأعمال كذلك بأنه ذلك الذكاء الذي تستطيع المنظمات من خلاله نشر وتحليل المعلومات الهامة لنشاطات أعمالها، ولعملية اتخاذ القرار من المصادر الداخلية والخارجية أو مجموعة من الأدوات والعمليات الشاملة المتكاملة والمتماصة مع بعضها البعض تستعمل لاستخلاص وجمع واستكمال وتخزين وتحليل البيانات بغرض توفير المعلومات وتقديمها لدعم عملية اتخاذ قرارات الأعمال.

ثانياً: المهام الأساسية لذكاء الأعمال

تمر عملية إنتاج المعلومات التي تخدم القرارات غير المهيكلة جزئياً أو كلياً بالاعتماد على حلول ذكاء الأعمال، عبر عدد من المراحل المعقدة التي تتجسد في شكل مجموعة من الوظائف الأساسية، تبدأ بجمع البيانات من مصادرها المختلفة، ثم إدماجها داخل مستودعات ومخازن البيانات، ثم نشرها عبر الشبكة، ثم عرضها على بوابة المؤسسة إن وجدت في شكل تقارير ورسوم بيانية، و لوحات قيادة، وجداول معلومات مستخرجة باستعمال أدوات التنقيب على البيانات أو غيرها، بالإضافة إلى وظيفة خامسة تتمثل في إدارة هذا النظام ككل.

الشكل رقم (01): مهام ذكاء الأعمال.



المصدر: غانم أرزوقي العزاوي، ورقة بحثية بعنوان: استخدام أنظمة ذكاء الأعمال في تنمية رأس المال البشري، ص 56.

من خلال هذه المراحل ينبغي الإشارة إلى كل من المفاهيم التي تتعلق بالبيانات والمعلومات ومجال الفروقات بينهما:

1- تعريف البيانات: هي المادة الخام، وتمثل مجموعة من الحقائق الموضوعية غير المترابطة عن الأحداث، وبالتالي فهي تصف جزءا من ما حدث ولا تقدم أحكاما وتفسيرات أو قواعد للعمل. وبناء على ذلك فهي لا تخبر عن ما يجب فعله، إضافة إلى ذلك هي ملاحظات غير مهضومة وحقائق غير مصقولة، تظهر في أشكال مختلفة قد تكون أرقاما، أو حروفا، أو كلمات، أو إشارات متناظرة، أو صوراً، ودون أي سياق أو تنظيم لها.

وقد تكون البيانات على شكل أرقام عادية أو نسب مئوية أو أشكال هندسية أو إشارات أو رموز متعدد حسب المستخدمين، ويتم جمع البيانات من مصادر متعددة رسمية وغير رسمية داخلية وخارجية شفوية أو مكتوبة، بحيث لا تفيد البيانات وهي بشكلها الأولي إلا بعد تحليلها وتفسيرها وتحولها إلى معلومات.

2- مصادر جمع البيانات: يعود المصدر الأساسي للبيانات إلى الإنسان الذي يقوم بتجميعها من خلال مشاهداته وملاحظاته وتجاربه على الواقع المحيط به سواء الاجتماعي أو الطبيعي أو

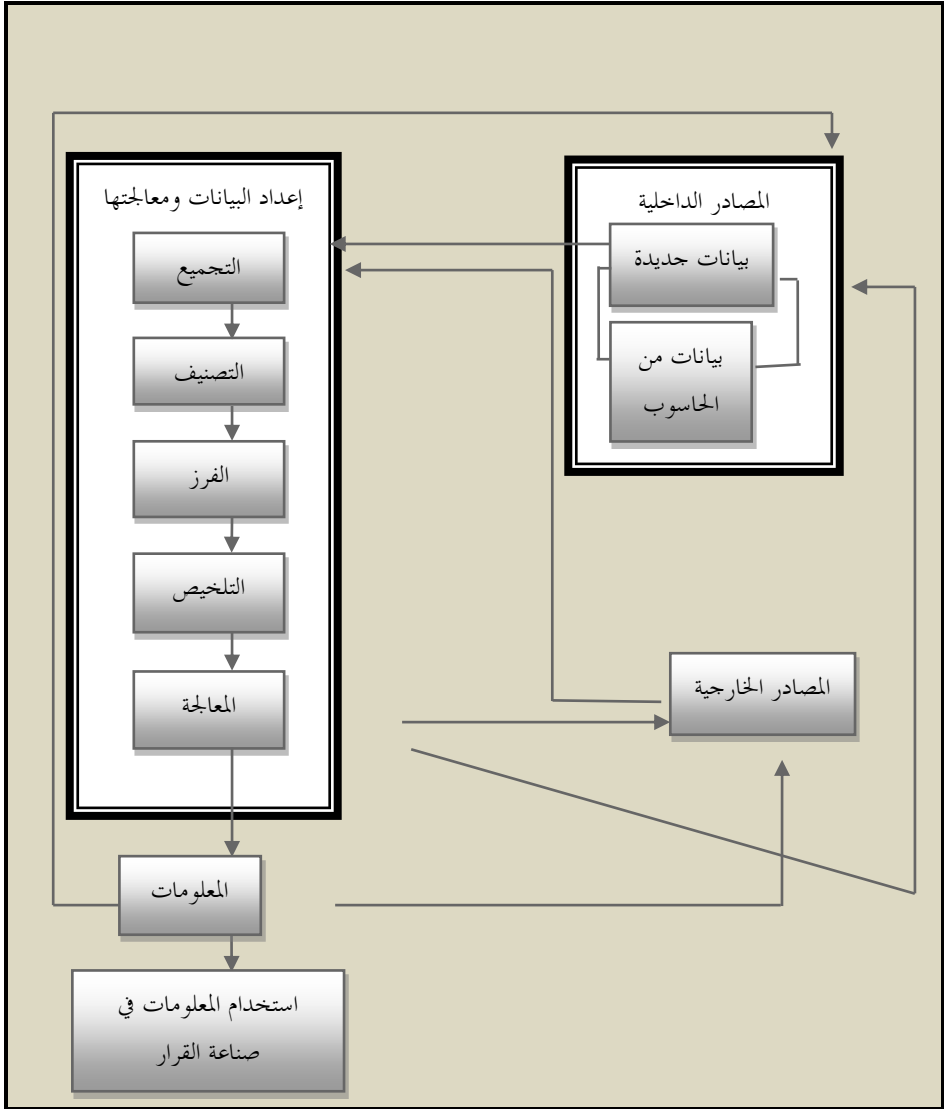
الاقتصادي إلا أننا في المجال الإداري وفي إطار منظمة ما نستطيع القول أن مصدر البيانات هو في الواقع مصدران: المصدر الداخلي والمصدر الخارجي وقد تكون رسمية وغير رسمية. فالبيانات ذات المصدر الداخلي يقصد بها البيانات المتجمعة من الإدارات المختلفة والأقسام والشعب والعاملين في مختلف جوانب النشاط في المنظمة مثل الفواتير، أوامر الشراء الشيكات الواردة أو الصادات أرقام المبيعات...، و هذه البيانات تدون على شكل تقارير أو قد تكون ملاحظات أو مناقشات مسجلة. بينما يقصد بالبيانات التي تأتي من مصادر خارجية تلك البيانات التي تأتي من الزبائن والموردين، ومن مختلف المنظمات ذات العلاقة مع المنظمة المدروسة، ومن السوق، ومن آلية العرض والطلب السائدة في السوق، ومن مندوبي المبيعات، ولجان الشراء، ومن النشرات والدوريات المتخصصة والاتحادات وغيرها، وفي كلتا الحالتين فإن هذه البيانات ينبغي أن تبوب وتصنف وتحلل وتعالج لكي يمكن الاستفادة منها.

3- معالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات: إن تحويل البيانات إلى معلومات يتطلب معالجة تلك البيانات، وتتضمن هذه المعالجة عددا من الخطوات هي:

- ❖ الحصول على البيانات وتسجيلها: تأتي البيانات إما من مصادر داخلية، أو من مصادر خارجية كما رأينا سابقا. بعد الحصول على البيانات تبدأ عملية تسجيلها يدويا أو آليا، ثم يتم تخزين تلك البيانات.
- ❖ مراجعة البيانات: تهدف عملية مراجعة البيانات إلى التأكد من مطابقة البيانات التي تم تسجيلها مع المصادر التي أخذت منها لتلافي الأخطاء وتصحيحها أن وجدت.
- ❖ التصنيف: تمثل عملية التصنيف تجميع البيانات في مجموعات أو فئات متجانسة وفقا لمعيار معين. وهناك العديد من المعايير التي يمكن استخدامها مثل تصنيف المستهلكين حسب منطقة جغرافية أو إقليمية معينة ويجرى التصنيف عادة على أساس نظام الترميز معين قد يكون رقميا أو باستخدام الأحرف أو باستخدام النوعين معا حسب الآلات المعدة لذلك وحسب نوعية البيانات .
- ❖ الفرز: يقصد بعملية الفرز ترتيب البيانات بطريقة معينة تتفق والكيفية التي تستخدم بها تلك البيانات. وبغض النظر عن المعيار المستخدم في الترتيب فإنه إما أن يكون ترتيبا تصاعديا.

- ❖ التلخيص: تهدف عملية التلخيص إلى دمج مجموعة من عناصر البيانات وجمعها لكي تتوافق واحتياجات مستخدميها.
- ❖ العمليات الحسابية والمنطقية: يمكن أن تكون العمليات الحسابية بسيطة أو معقدة فعمليات الجمع والطرح والقسمة تعد عمليات حسابية بسيطة ، بينما تعد أساليب بحوث العمليات والاقتصاد القياسي والأساليب الرياضية عمليات معقدة.
- ❖ التخزين: تهدف هذه العملية إلى الاحتفاظ بالبيانات إلى وقت الحاجة إليها، وهناك عدة طرق لتخزين البيانات منها حفظ البيانات على شكل مستندات ورقية أو مصغرات فلمية أو على وسائط ممغنطة ...، وتؤثر الوسيلة المستخدمة في حفظ البيانات على طريقة استرجاعها وكفاءة الاسترجاع.
- ❖ الاسترجاع: يقصد به البحث عن بيانات معينة واستدعائها عند الحاجة إليها.
- ❖ إعادة الإنتاج: تهدف هذه العملية إلى تقديم البيانات في شكل يمكن أن يفهمها ويستخدمها من يطلبها، فقد يتم تقديم البيانات في شكل تقرير مكتوب، أو في شكل رسومات بيانية أو هندسية، أو ان يتم عرض البيانات على شاشة الحاسوب مباشرة .
- ❖ التوزيع والاتصال: يقصد بهذه العملية إيصال البيانات إلى مستخدميها في الوقت والمكان المناسب.

الشكل رقم (02): خطوات معالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات.



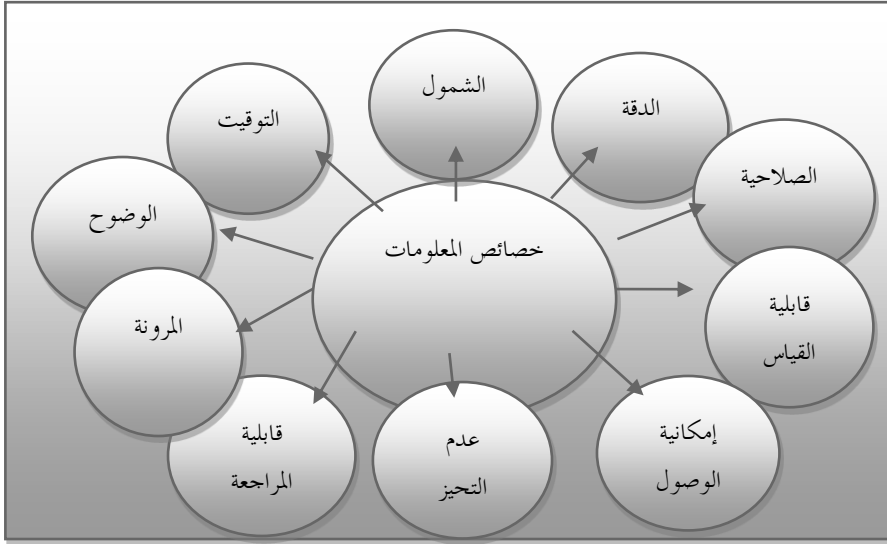
المصدر: الحميدي نجم عبد الله وآخرون، نظم المعلومات الإدارية، دار وائل عمان (الأردن)، 2005، 38.

4- **تعريف المعلومات:** يرجع أصل كلمة معلومات «Information» في اللغة اللاتينية إلى كلمة «Informatio» التي تعني شرح أو توضيح شيء ما، وتستخدم الكلمة كفحوى لعمليات الاتصال بهدف توصيل الإشارة أو الرسالة التي هي المعلومة والإعلام عنها.³ وتمثل المعلومات في ناتج معالجة البيانات من خلال إخضاعها لعمليات خاصة بذلك مثل التحليل والتركيب من أجل استخلاص ما تتضمنه البيانات من مؤشرات وعلاقات ومقارنات وكميات وموازنات وغيرها، من خلال العمليات الحسابية المتعلقة بعلم الرياضيات والطرق الإحصائية، أو من خلال إقامة نماذج المحاكاة، فالمعلومات هي البيانات التي خضعت للمعالجة،⁴ وتتميز المعلومات بعدة خصائص هي:

- ❖ **الوضوح:** هذا يعني أن تكون المعلومات واضحة وخالية من الغموض ومنسقة فيما بينها دون تعارض أو تناقض ويكون عرضها بالشكل المناسب لاحتياجات المستفيدين.
- ❖ **الدقة:** أي تكون المعلومات صحيحة وخالية أخطاء التجميع والتسجيل ومعالجة البيانات.
- ❖ **الشمولية:** أي شموليتها وتمثيلها للمجال الذي جمعت من أجله حتى تكون أكثر قيمة وفائدة من المعلومات غير الكاملة.
- ❖ **السرعة:** إمكانية توفير المعلومات في فترة زمنية قصيرة مع مراعاة الدقة والوضوح.
- ❖ **التكلفة:** حيث يجب أن تكون العائد المتوقع منها أكبر من تكلفة الحصول عليها.
- ❖ **الواقعية:** وتعتبر عنصراً حاسماً حيث أن البيانات المجموعة يجب أن تكون متمثلة للواقع أي مأخوذة من واقع حال المشكلة.
- ❖ **قابلية القياس:** وتعني إمكانية القياس الكمي للمعلومات الرسمية الناتجة عن نظام المعلومات الرسمي وتستبعد هذه الخاصية المعلومات غير الرسمية.⁵
- ❖ **قابلية المراجعة:** هذه الخاصية منطقياً نسبياً. وتعلق بدرجة الاتفاق المكتسبة بين مختلف المستفيدين لمراجعة فحص نفس المعلومات.

- ❖ المرونة: هي قابلية تكيف المعلومات وتسهيلها لتلبية الاحتياجات المختلفة لجميع المستفيدين أي استخدامها في تطبيقات متعددة وبالتالي تكون أكثر مرونة من استخدامها في تطبيق واحد.
- ❖ الملائمة والمطابقة: أي مطابقتها للمستفيدين ومتخذي القرار العامل الرئيسي في تحديد قيمتها الاقتصادية، فإذا كانت غير ملائمة لذلك تعتبر تكاليفها خسائر.

الشكل رقم (03): خصائص المعلومة.



المصدر: رجحي مصطفى عليان، اقتصاد المعلومات، دار صفاء للنشر والتوزيع،

عمان، 2010، ص 111.

ثالثاً: ذكاء الأعمال وهرم المعرفة

1- تعريف المعرفة: عرفت اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) المعرفة بأنها: مرور يمكن الاستفادة منه واستخدامه في توفير الثروة وتعزيز جودة الحياة.⁶ وعرفت كذلك بأنها: منتج للتسيير والترجمة والتحليل الإنساني، وهي موجود معنوي غير ملموس لكن لنا قدرة قياسه وهو يخلق ثروة للمنظمة⁷، وبالتالي:

- ❖ المعرفة سلعة غير عادية، أي غير ملموسة؛
- ❖ المعرفة تتعرض للتغيير المستمر، أي أنها غير ثابتة وتتغير بتغير المعلومات؛

- ❖ المعرفة هي ناتج العلم والتعليم والخبرة؛
- ❖ توصف المعرفة بأنها تراكمية، وغير قابلة للنضوب، فهي تتجدد وتتراكم ولا تزول باستعمالها؛
- ❖ التوصل إلى معرفة معينة يمكن أن يؤدي إلى توليد معرفة جديدة تستند إلى المعرفة السابقة؛
- ❖ المعرفة كقدرة إبداعية يمكن أن تكون معرفة تفاعلية تتحقق عن طريق الحوار وآلية من خلال استخدام التقنيات تنتج المعرفة بالاستناد إلى قواعد المعرفة الالكترونية والآلية.

2- أنواع المعرفة: تتضمن المعرفة أنواع عديدة، فيمكن أن تكون ضمنية أو ظاهرة، ويمكن أن تكون علمية أو عملية، أو تكون عامة أو متخصصة، فردية أو مؤسسية.

2-1- المعرفة الضمنية: وهي المعرفة المختزنة في عقول الأفراد والمكتسبة من خلال تراكم خبرات سابقة، وغالباً ما تكون ذات طابع شخصي، مما يصعب الحصول عليها لكونها مختزنة داخل عقل صاحبها، لذلك فإن على أي منظمة تريد أن تدير معرفتها المختزنة في عقول موظفيها أن تسعى لتحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة معلنة من خلال حفز الأفراد على إظهار المعارف التي يمتلكونها ومن ثم تقوم بنشرها بين أفرادها لتطويرها والاستفادة منها.

2-2- المعرفة الظاهرة (الصریحة): والتي تتجسد بشكل مادي من خلال تجسيد هذه المعرفة على الورق بشكل كتاب، أو تقرير أو بحث، أو دراسة، أو نشرة، أو من خلال تخزينها في جهاز الحاسوب أو غيره من أجهزة التوثيق والتخزين، وبذلك تكون هذه المعرفة قابلة للنشر والتخزين والانتقال والتوزيع، وبالتالي يمكن الاستفادة منها وتطبيق ما تفرزه من حلول للمشكلات، ومعالجات للحالات الواقعية، وبالذات عندما لا يتم تحديد مدى هذه الاستفادة من خلال أنظمة الحماية التي تفرض عدم تحقق انتشار المعرفة هذه، وتحديد استخدامها بالجهة التي ولدتها، أو حصلت عليها حصراً، وبذلك تكون المعرفة هذه معرفة معلقة وغير مفتوحة من خلال حماية الأسرار الصناعية وحقوق الملكية، بما فيها حقوق الملكية الفكرية وحقوق الطباعة والنشر والتوزيع والأسرار الصناعية والعلامات التجارية وغيرها⁸

2-3- المعرفة العلمية والمعرفة العملية: وتعني الأولى المعرفة الفكرية أو النظرية ويقصد بالثانية المعرفة التي لها صلة مباشرة بالتطبيق، وقد تكون معرفة علمية وعملية في آن واحد أي تجمع بين المعرفة في جانبها النظري وبين المعرفة في جانبها التطبيقي أي العملي.

2-4- المعرفة العامة والمعرفة المتخصصة: المعرفة العامة هي المعرفة الشاملة لجوانب ومجالات عديدة، أما المعرفة المتخصصة هي المعرفة التي تركز على مجال أو جانب معين دون غيره أو مجالات وجوانب معينة محدودة.

2-5- المعرفة الفردية والمعرفة المؤسسية: ترتبط المعرفة الفردية وتتحقق بالفرد، أما المعرفة المؤسسية فترتبط بالمؤسسة أو الجهة التي تتوفر لديها هذه المعرفة، وهو الأمر الذي يجعل من المعرفة أن تكون منظمة عندما تتولى مؤسسات تنظيم عملية توليدها، ويمكن أن تكون غير منظمة وتترك لتتحقق بشكل غير منظم وغير مؤسسي⁹.

3- مصادر المعرفة:

قد تكون المعرفة من مصادر داخلية أو مصادر خارجية.

3-1- المصادر الداخلية: تتمثل المصادر الداخلية في خبرات أفراد المؤسسة المتراكمة حول مختلف الموضوعات وقدرتها على الاستفادة من تعلم الأفراد والجماعات والمؤسسة ككل وعملياتها والتكنولوجيا المعتمدة، ومن الأمثلة على المصادر الداخلية: الإستراتيجية، المؤتمرات الداخلية المكتبات الإلكترونية، التعلم الصفي، الحوار، العمليات الداخلية للأفراد عبر الذكاء والعقل والخبرة والمهارة، أو من خلال التعلم بالعمل أو البحوث وبراءات الاختراع الداخلية.

3-2- المصادر الخارجية: وهي تلك المصادر التي تظهر في بيئة المؤسسة المحيطة، والتي تتوقف على نوع العلاقة مع المؤسسات الأخرى الرائدة في الميدان أو الانتساب إلى التجمعات التي تسهل عليها عملية استنساخ المعرفة، ومن أمثلة هذه المصادر المكتبات والانترنت والانترانت والقطاع الذي تعمل فيه المؤسسة والمنافسون لها والموردون والزبائن والجامعات ومراكز البحث العلمي وبراءات الاختراع الخارجية.

4- مكانة ذكاء الأعمال ضمن هرم المعرفة: يتضح من الشكل أسفله أنه يقع ذكاء الأعمال في الهيكل الرابع لهرم المعرفة بعد إدارة المعلومة ليعمل على خلق المعرفة المنظمة التي تولد الحكمة.

الشكل رقم (04): مكانة ذكاء الأعمال في هرم المعرفة.



المصدر: نضال محمد الزطمة، إدارة المعرفة وأثرها على تميز الأداء، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011، ص 34.

رابعاً: مكونات ذكاء الأعمال

تعتمد حلول ذكاء الأعمال لأجل بناء معماريتها الخاصة إلى مجموعة من المكونات التي تخدم المهام الأساسية لهذا الذكاء تتمثل في مايلي:¹⁰

1- مضخات البيانات: وهي عبارة عن أدوات برمجية تعتمد على خوارزميات خاصة تساعد على إتمام وظيفتين أساسيتين من وظائف نظم ذكاء الأعمال، تتمثل الأولى في جمع البيانات واستخراجها من خلال قدرتها على الاتصال بمصادرنا المختلفة اعتمادا على ما يفوره منتجها. نظم إدارة قواعد البيانات، وتتمثل الوظيفة الثانية في دمج البيانات في قاعدة مركزية تسمى بمستودع البيانات باستعمال محرك خاص أو بنقلها مباشرة بعد إخضاعها لمجموعة من العمليات التي تهدف إلى تنقيتها من الشوائب وتجميعها وجعلها متوافقة مع بعضها البعض.

2- مستودع البيانات: وهو عبارة عن قاعدة بيانات مركزية تستعمل لتخزين البيانات المعالجة والمستخرجة من مصادرنا المختلفة بواسطة مضخة البيانات، وتتميز البيانات المخزنة داخل المستودعات بالعديد من الخصائص أهمها:

- ❖ هي معلومات موضوعية لأنها تجمع حسب المحاور الرئيسية للقرار على عكس البيانات التشغيلية التي تجمع على أساس وظيفي؛
- ❖ هي معلومات دائمة لأنها تخزن بصفة نهائية ولا يمكن حذفها أو تحديثها، وذلك من أجل الحفاظ على تسلسلها التاريخي ليتمكن أصحاب القرار من متابعة تطور المؤشرات عبر الزمن؛

3- مخازن البيانات: وهي عبارة مستودعات فرعية تستمد معلوماتها في العادة من أجل تلبية حرفة معينة من المعلومات المتعلقة بوظيفة أو مشروع ما، الأمر الذي يساعد كثيراً على تسريع عملية معالجة المعلومات واتخاذ القرارات المتخصصة نظراً لقلّة البيانات التي ينبغي استرجاعها ومعالجتها مقارنة بمستودع البيانات التي تحتوي على المعلومات المرتبطة بكل وظائف المؤسسة ومستوياتها التنظيمية.

4- أدوات التحليل: وهي الأدوات التي يتم اعتمادها لأجل الاستفادة من المعلومات المخزنة داخل مخازن ومستودعات البيانات في اتخاذ القرارات، ويمكن حصر هذه الأدوات في نوعين رئيسيين هما: المعالجة التحليلية للمكعبات ذات الأبعاد المتعددة، وأدوات التنقيب داخل البيانات. فبالنسبة للمكعبات ذات الأبعاد المتعددة هي عبارة عن بيانات قواعد خاصة مصممة بطريقة تخدم عملية تحليل المؤشرات التي تأخذ شكل جداول، أما بالنسبة لأدوات التنقيب فهي تعتمد على مجموعة الطرق الإحصائية المتطورة لاكتشاف العلاقة أو الروابط بين المعلومات المخزنة بحجم كبير داخل المستودعات ومخازن البيانات، التي تأخذ شكل علاقات تبعية أو تشابه وغيرها من ذلك، وفي بعض الأحيان تكون العلاقة واضحة جلياً لكنها في أغلب الأحيان تكون خفية الأمر الذي يدفع بالتحليلين إلى استخدام أدوات التنقيب.

5- مولدات التقارير: تسمح حلول ذكاء الأعمال من خلال أدوات توليد التقارير بتصميم الشكل النهائي للتقرير بواسطة واجهات رسومية تساعد كثيراً على تحديد الأقسام التي يتكون منها، وعناوينه الرئيسية والفرعية وأرقام صفحاته، والمجاميع الكلية والجزئية وغير ذلك من البيانات الوصفية دون الاضطرار إلى استعمال البرمجة. بعد ذلك يمكن الاستفادة من هذه النماذج في إنتاج التقارير المناسبة على فترات منتظمة، وتوجيهها إلى من يحتاج إليها، كما

يمكن إنتاج التقارير مخصصة وحسب الحاجة، من خلال تزويد النماذج بالبيانات اللازمة كتواريخ بداية الفترة المعتبرة ونهايتها، أو الجهة التي ستستفيد منه أو نوع المعلومات المطلوبة.

خامساً: أنواع ذكاء الأعمال

ينقسم ذكاء الأعمال إلى ثلاث أنواع رئيسية تتمثل في الذكاء الاستراتيجي، الذكاء التكتيكي، الذكاء التشغيلي.

1- الذكاء الاستراتيجي: كان أول استعمال له في العمليات العسكرية في القرن الرابع قبل الميلاد، لتحقيق الأهداف الاستراتيجية وفقاً لـ «Sun Tzu» أحد أبرز الاستراتيجيين في العالم، حيث أشار في كتبه إلى أهمية استخدام هذا الذكاء بقوله "إذا عرفت العدو وعرفت نفسك فليس هناك ما يعدو أن تخاف نتائج مائة معركة، وإذا عرفت نفسك ولم تعرف العدو، فإنك سوف تقاسي من هزيمة مقابل كل انتصار، وإذا لم تعرف نفسك وتعرف العدو، فإنك أحمق وسوف تواجه الهزيمة في كل معركة، وهذا دلالة على أهمية استخدام القائد لذكائه وجمع المعلومات عن العدو. وكانت وكالة الاستخبارات المركزية «Central Intelligence Agency» أول من وظف هذا النمط من الذكاء في تنفيذ اتفاقات الحد من التسليح، وفي رفد صناع القرارات السياسية وصياغة السياسة بالاستخبارات الاستراتيجية، إذ تصف الوكالة دورة الذكاء فيها بـ: عملية لاقتناء المعلومات ونقلها وتقييمها وتحليلها، ثم تقديمها لصناع السياسة في صورة ذكاء هائي يعتمد في صناعة القرار، وتؤكد أن استخدامها لهذا الذكاء قد حظي بدعم الرئيس هاري ترومان «Harry S. Truman» رئيس الولايات المتحدة الأمريكية من 1953 إلى 1954.¹¹

ومن بين أهم التعاريف التي أطلقت على الذكاء الاستراتيجي، عرف بأنه ما تحتاج المنظمة أن تعرفه عن بنية أعمالها (الأنشطة، المصادر، الزبون، الأسواق، المنتجات، الخدمات، السعر) لتضع تصوراً إزاء عملياتها الراهنة واستيعاب وإدارة التغيرات استعداداً للمستقبل، وتصميم الاستراتيجيات الملائمة لخلق القيمة للزبون وتحقيق الربحية في الأسواق الحالية والجديدة. ويعرف الذكاء الاستراتيجي أيضاً بأنه الذكاء الذي يتمتع به مستوى معين من المديرين من أجل صياغة السياسات والخطط الاستراتيجية طويلة الأمد للمنظمة.¹²

2- الذكاء التكتيكي: يتم استخدام علم تحليلات ذكاء الأعمال التكتيكي بواسطة المدراء الكبار ومحلي الأعمال، ومدراء خط الانترنت لقياس فاعلية المبادرات، ويحلل ذكاء الأعمال التكتيكي عمليات الأعمال على مدى أيام وأسابيع أو أشهر، ويتعامل هذا الذكاء باستهداف أفراد معينين، كما يعتمد على مصدر أو اثنين في الحصول على المعلومات لاتخاذ القرارات.

3- الذكاء التشغيلي: يهتم ذكاء الأعمال التشغيلي بإدارة وتحسين عمليات الأعمال اليومية من خلال تسليم المعلومات الملائمة في الوقت المناسب لمستخدمي الأعمال المناسبين، وذلك لتمكينهم من الرد بسرعة لحل مشاكل الأعمال وتنفيذ شروط متطلبات الأعمال الجديدة، أي تساعد هذه المعلومات المنظمات على العمل بشكل أكثر، وتصبح أكثر تنافسية وأكثر تحسين لرضا العميل، وأكثر كشف للاحتيال، وأكثر إدارة للخطر، وأكثر تجرئة للعميل.

سادساً: أهمية ذكاء الأعمال في اتخاذ القرارات

1- تعريف اتخاذ القرارات: يقصد باتخاذ القرار العملية التي تتم بمقتضاها اختيار أحسن البدائل المتاحة لحل مشكلة معينة أو مواجهة موقف يتطلب ذلك، بعد دراسة النتائج المتوقعة من كل بديل وأثرها في تحقيق الأهداف المطلوبة ضمن معطيات بيئة التنظيم. ويعرفه هاريسون بأنه إصدار حكم معين عما يجب أن يفعله الفرد في موقف ما، وذلك بعد الفحص الدقيق للبدائل المختلفة التي يمكن إتباعها أو هو لحظة اختيار بديل معين بعد تقييم بدائل مختلفة وفقاً لتوقعات معينة لمتخذ القرار.¹³

2- آلية اتخاذ القرار:

تتمثل آليات اتخاذ القرار في الخطوات التالية:

- ❖ ينبع اتخاذ القرار أساساً من مشكلة تواجه المنظمة نتيجة لظروف معينة واتخاذ قرار لتلافيها أو وجود هدف يتطلب تحقيقه اتخاذ قرارات وتحليل المشكلة ومعرفة أسبابها؛
- ❖ تحديد البدائل بناء على تعريف المشكلة؛
- ❖ جمع المعلومات عن كل بديل وتحديد مميزات وعيوب كل بديل؛
- ❖ جمع المعلومات عن كل بديل وتحديد مميزات وعيوب كل بديل؛
- ❖ اختيار البديل المناسب وتنفيذه؛

3- دور ذكاء الأعمال في عملية اتخاذ القرارات:

يتمثل دور ذكاء الأعمال في عملية اتخاذ القرار من خلال تزويده لمتخذي القرارات بالمعلومات والمعارف التي يحتاجون إليها في إعداد ذلك، لأنه كلما توفرت المعلومات المناسبة كلما زادت نسبة اتخاذ قرارات سليمة ورشيدة، فبدون توفر المعلومات الكافية والمطلوبة يصبح اتخاذ القرار اعتباطيا ومكلفا وليس في كل الأحوال صائبا، كما يجب على متخذي القرار لاتخاذ القرار الرشيد من الاهتمام ليس فقط بقيمة المعلومة بالنسبة لمستخدميها بل أيضا بتكلفة المعلومة للحصول عليها، بحيث تكون تلك المعلومات مجدية لمتخذي القرار (العائد أكبر من التكلفة)، وبصفة عامة فإن قيمة المعلومات تقاس بقيمة التغير في سلوك القرار الناتج عن الحصول على تلك المعلومات وذلك بعد استبعاد تكلفة الحصول عليها. وتنعكس نتائج ذكاء الأعمال بمنظمات الأعمال من خلال الفوائد التي يبيدها.

الخاتمة:

في احتتام هذه الورقة يمكن القول أنه يعتبر ذكاء الأعمال من بين أهم الأنظمة التي تحتاج إليها منظمات الأعمال في اتخاذ القرارات الصائبة التي تضمن من خلالها رفع التحدي وضمان الاستمرارية والمنافسة، إضافة إلى القرارات المتعلقة بتطوير منتجاتها ومواردها البشرية، والقرارات المتعلقة بوضع خططها الاستراتيجية، وذلك من خلال كمية ونوعية ودقة المعلومات التي يوفرها ذكاء الأعمال أمام متخذي القرارات الذين هم في حاجة دائمة لصناعة المعلومة المنيرة لرؤاهم.

الهوامش:

1. غاستون غيو، ترجمة خالد الجرّ، الذكاء، المنشورات العربية، رفع مكتبة العسكر، دون سنة نشر، ص 5.
2. بسيم قائد عبده محمد، إطار مقترح لتطبيق نظام ذكاء الأعمال في التسويق، جامعة تعز، الجمهورية اليمنية، ص 3.
3. جعفر حسن جاسم، مقدمة في الاقتصاد الرقمي، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان (الأردن)، 2010، ص 50.

4. رجي مصطفى عليان، اقتصاد المعلومات، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 101.
5. إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزغي، "نظم المعلومات الإدارية"، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص، ص، 27، 28.
6. فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، جدار للكتاب العالمي، الأردن، 2007، ص 8.
7. Thomas H Davenport, Laurence Prusak : Working Knowledge, How Organisations Manage What They Know, Harvard business school press, 2000, usa, p : 03.
8. بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة «NTIC» على التسيير الاستراتيجي للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة (الجزائر)، 2012-2013، ص 8.
9. خضر مصباح إسماعيل طيطي، إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2010، ص 26.
10. شنافي مولاي عبد القادر الجيلالي، دور نظم دعم القرار في قيادة الأداء حالة مجمع اتصالات الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة (الجزائر)، 2012-2013، ص: 48-51.
11. سعاد حرب قاسم، أثر الذكاء الاستراتيجي على عملية اتخاذ القرارات دراسة تطبيقية على المدراء في مكتب غزة الإقليمي التابع للأونروا، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، 2011، ص 14.
12. المرجع نفسه، ص 16.
13. www.islamfin-go-forum.net