



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعرييج -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر

الموضوع:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل نظام اليقظة الاستراتيجية

بالمؤسسات

- دراسة حالة مؤسسة AMC -

إشراف الأستاذ:

بونقيب أحمد

إعداد الطالبة:

- بن زاوي شهرزاد

لجنة المناقشة

رئيسا

أستاذ مساعد - أ -

صغور فريد

مشرفا

أستاذ محاضر - أ -

أحمد بونقيب

ممتحنا

أستاذ محاضر - ب -

هادف ليلي

السنة الجامعية: 2021/2020



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
﴿ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ
وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ﴾

التوبة: 105

كلمة شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء

هذا الواجب ووفقنا في إنجاز هذا العمل

نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو

بعيد على إنجاز هذا العمل

وفي تذليل ما واجهناه من صعوبات ونخص بالذكر الأستاذ

المشرف: أحمد بونقيب الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه

القيمة التي كانت عوناً لنا في إتمام هذا البحث، كما نخص

بالذكر الاستاذ فؤاد زميت والاستاذ بن أحسن احسن صلاح

الدين والاستاذة مهديد فاطمة الزهراء.

كما نشكر كل الأساتذة الكرام بالكلية.

إهداء

أهدي ثمرة هذا النجاح إلى من كللها الله بالوقار إلى من علمني
العطاء دون انتظار إلى من تطلعوا إلى نجاحي بنظرات الأمل
"والديــــن الكريــــمين".

إلى من عشت معهم سنين حياتي وكانوا بعد الله سندی ومتكئي إخوتي وأخواتي
(فتيحة، زهيرة، عبد الحكيم، عزيزة، عزوز، عبد الحلیم).

إلى عائلتي التي ساندتني في إكمال مشواري الدراسي، حفظهم الله من كل شر.
إلى صديقاتي بهجتي اللواتي ساندني ولون أيامي بجمالي ضحكتهن.

إلى من وافته المنية وكان ينتظر هذا اليوم بشوق
(بشير بن زاوي) رحمك الله وأسكنك الفردوس الاعلى.

إلى كل من ساندني في انجاز هذا العمل من قريب أو بعيد
شكرا لك من ابتسم يوما في وجهنا.

شهرزاد

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرهان
	إهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الأشكال
	قائمة الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: عموميات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال
03	المطلب الأول: مفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال
07	المطلب الثاني: خصائص وأنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصال
09	المطلب الثالث: مجالات واستخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال
12	المبحث الثاني: أساسيات حول اليقظة الاستراتيجية
12	المطلب الأول: مفهوم اليقظة الاستراتيجية وتطورها التاريخي
16	المطلب الثاني: أهداف وأهمية اليقظة الاستراتيجية
17	المطلب الثالث: أنواع وأبعاد اليقظة الاستراتيجية
22	المبحث الثالث: دراسات سابقة
23	المطلب الأول: الدراسات التي تناولت تكنولوجيا المعلومات والاتصال
24	المطلب الثاني: الدراسات التي تناولت اليقظة الاستراتيجية
26	المطلب الثالث: الدراسات التي تناولت كلا المتغيرين.
26	المطلب الثالث: مقارنة بين الدراسات
29	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لمؤسسة AMC	
31	تمهيد
32	المبحث الأول: تقديم المؤسسة محل الدراسة.
32	المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة.
34	المطلب الثاني: أهمية وأهداف وأهم أهم المؤسسات التي تتعامل معها المؤسسة
36	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة AMC

فهرس المحتويات

37	المبحث الثاني: طرق و أدوات الدراسة
37	المطلب الأول: الطريقة أدوات الدراسة.
40	المطلب الثاني: النتائج والمناقشة.
49	المطلب الثالث: اختبار التوزيع الطبيعي للأبعاد.
57	المطلب الرابع: اختبار فرضيات الدراسة.
62	خلاصة الفصل
64	خاتمة
68	المراجع
72	الملاحق

فهرس الجداول

فهرس الجداول:

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
09	تصنيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال حسب معيار الزمن.	01
33	أهم منتجات مؤسسة AMC.	02
38	الأوزان في سلم ليكرت الخماسي.	03
39	تقسيم متوسطات العينات.	04
39	الاستبيانات الموزعة والمستردة.	05
40	معاملات الثبات AMC باستخدام طريقة ألفا لاكروبانخ.	06
41	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	07
41	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.	08
42	توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي.	09
43	توزيع افراد العينة حسب متغير الخبرة.	10
44	توزيع افراد العينة حسب المستوى الوظيفي.	11
45	تحليل أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	12
46	تحليل بعد اليقظة التكنولوجية.	13
47	تحليل اليقظة التنافسية.	14
48	تحليل بعد اليقظة التجارية.	15
49	التوزيع الطبيعي لتكنولوجيا المعلومات.	16
50	التوزيع الطبيعي المعدل لتكنولوجيا المعلومات.	17
51	التوزيع الطبيعي لليقظة التكنولوجية	18
52	التوزيع الطبيعي المعدل لليقظة التكنولوجية	19
53	التوزيع الطبيعي لليقظة التنافسية.	20
54	التوزيع الطبيعي المعدل لليقظة التنافسية	21
55	التوزيع الطبيعي اليقظة التجارية.	22
56	التوزيع الطبيعي المعدل اليقظة التجارية.	23

فهرس الجداول

58	العلاقات الارتباطية بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية وتكنولوجيا المعلومات.	24
58	أثر اليقظة التكنولوجية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	25
59	أثر اليقظة التنافسية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	26
60	أثر اليقظة التجارية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	27

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
د	نموزج الدراسة.	01
14	تطور مفهوم اليقظة الاستراتيجية.	02
18	دور اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية.	03
20	أنواع اليقظة الاستراتيجية طبقا لقوى المنافسة لبورتر.	04
22	عرض الدراسات السابقة.	05
36	الهيكل التنظيمي لمؤسسة AMC.	06
41	الدائرة النسبية لمتغير الجنس .	07
41	الشكل البياني لفئة العمر.	08
42	الدائرة النسبية حسب متغير المستوى التعليمي.	09
43	الدائرة النسبية حسب متغير سنوات الخبرة.	10
44	الدائرة النسبية حسب متغير المستوى الوظيفي.	11
50	التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لتكنولوجيا المعلومات.	12
51	التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لتكنولوجيا المعلومات المعدلة.	13
52	التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التكنولوجية.	14
53	التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التكنولوجية المعدلة.	15
54	التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التنافسية.	16
55	التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التنافسية المعدلة.	17
56	التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التجارية.	18
57	التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التجارية المعدلة.	19

مقدمة

مقدمة

يعيش العالم اليوم طفرة تكنولوجية هائلة نجمت عن ضخامة الأعمال الفكرية والابداعية التي توصلت إليها الانسان. وقد مس هذا التطور العلمي الهائل كافة مناحي الحياة وعلى وجه الخصوص الجانب الاقتصادي حيث تحول الاقتصاد العالمي من الاقتصاد القائم على رأس المال المادي الى الاقتصاد المعلوماتي أو المعرفي القائم على اليقظة الاستراتيجية والمعلومات، حيث تعد هاتين الاخيرتين من المقادير المهمة لتحقيق رفاهية المجتمع.

فنحن اليوم نعيش ما يسمى بالاقتصاد الجديد أين تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصال إحدى الدعائم الأساسية له. فالمعلومات تحتاج الى تخزين ومعالجة ونشر بين أطراف العملية الاتصالية، مما يستدعي تطوير الوسائل المعلوماتية والاتصالية اللازمة. فمنذ اختراع جهاز الكمبيوتر الى اليوم نكون قد مررنا بأجيال من الاختراعات والابتكارات التي كانت مصدر تغير العالم ككل.

ومع كل هذه التغيرات الحاصلة، فقد توجب على المؤسسات اتخاذ القرارات التي تكون في صالحها لمواجهة الأزمات والتغيرات التي يشكلها محيطها الخارجي أو المشاكل الداخلية، وذلك بدراسة وتحليل مختلف سلوكيات وتصرفات منافسيها، ونظرا لطبيعة هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فالعمل على تكوين قاعدة صلبة تمكنها من الصمود في وجه المخاطر التي تواجهها، فهي تعتمد بشكل أساسي على تحليل بيئتها التنافسية بواسطة اليقظة الاستراتيجية، إذ تعتبر هذه الأخيرة من بين أحد الوسائل التي توضع تحت تصرف المؤسسة لمواجهة تحدياتها.

أولاً: إشكالية الدراسة.

من أجل دراسة وتحليل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة AMC

بناء على ما طرح فقد تم تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

"ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات الاتصال على اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة AMC؟"

وللإجابة على إشكالية الدراسة تم وضع الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التكنولوجية في

مؤسسة AMC؟

2. هل توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التنافسية في مؤسسة AMC؟

3. هل توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التكنولوجية في مؤسسة AMC؟
ثانيا: فرضيات الدراسة.

للإجابة على تساؤلات البحث، تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة AMC عند مستوى أقل أو يساوي $\alpha \leq 0.05$.

وتتفرع من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التكنولوجية في مؤسسة AMC عند مستوى أقل أو يساوي $\alpha \leq 0.05$.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التنافسية في مؤسسة AMC عند مستوى أقل أو يساوي $\alpha \leq 0.05$.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التجارية في مؤسسة AMC عند مستوى أقل أو يساوي $\alpha \leq 0.05$.

ثالثا: أهمية الدراسة.

تكمن أهمية الدراسة في ما يلي:

- 1- إبراز واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة AMC.
- 2- لفت انتباه المؤسسة AMC إلى مصطلح تكنولوجيا المعلومات في العصر الحالي.
- 3- تقديم اقتراحات من شأنها تقديم تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- 4- تزويد وإضافة مرجع أكاديمي لفائدة الطلبة.

رابعاً: أهداف الدراسة.

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

1. تقديم نظرة شاملة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الاستراتيجية وتوضيح مفاهيمها.
2. دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة والتعرف على أثرها.
3. تحديد البعد الأكثر تأثراً بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

خامساً: منهج الدراسة.

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم بوصف الظواهر والأحداث موضوع الدراسة بصورة دقيقة، والتي من خلالها يمكن تحقيق تقدم كبير في حل المشكلات، والوصول إلى استنتاجات في فهم الواقع المراد دراستها وتطويرها، وما يوفره من بيانات دقيقة وتفصيلية، عن حالة موضوع الدراسة.

سابعاً: حدود الدراسة.

يمكن الاعتماد على نتائج البحث والعمل على تعميمها أخذنا بعين الاعتبار الحدود التالية:

- 1- **الحدود الموضوعية:** اقتصر هذا البحث على معرفة أثر جودة بيئة العمل، على الولاء التنظيمي بمؤسسة AMC.
- 2- **الحدود البشرية:** اقتصر هذا البحث على الموظفين في الإدارة الوسطى.
- 3- **الحدود المكانية:** حددت مؤسسة AMC بالعلمة-سطيف- مجالاً للبحث والدراسة العلمية.
- 4- **الحدود الزمنية:** حددت مدة الانجاز هذا البحث من شهر فيفري 2021م حتى جويلية 2021م.

ثامناً: تقسيمات البحث.

للإحاطة بالموضوع وتغطية متغيراته الرئيسية تم تقسيم المذكرة إلى فصلين، بحيث قسم إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول كان حول المفاهيم الأولية تكنولوجيا المعلومات والاتصال الذي قسم بدوره إلى ثلاث مطالب كانت كالترتيب التالي : مفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أهداف وأهمية اليقظة الاستراتيجية مجالات واستخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، المبحث الثالث: دراسات سابقة. وبالنسبة للمبحث الثاني فخصص اليقظة الاستراتيجية بحيث تم تقسيمه إلى ثلاث مطالب ، تم التطرق من خلالها إلى مفهوم اليقظة

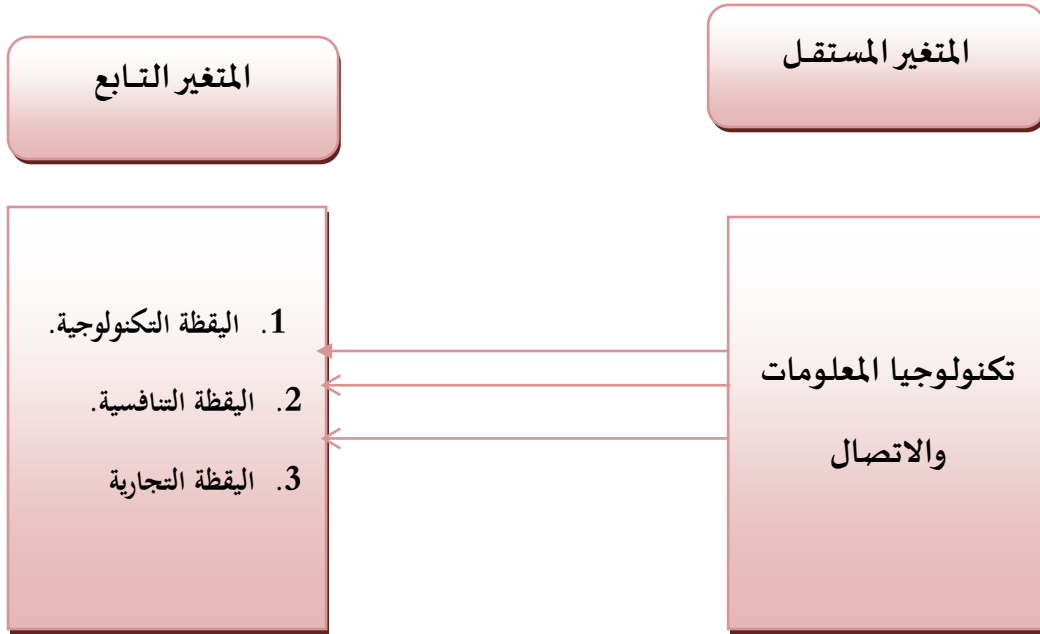
مقدمة

الاستراتيجية وتطورها التاريخي، أهداف وأهمية اليقظة الاستراتيجية، أنواع وأبعاد اليقظة الاستراتيجية، وفي المبحث الثالث الذي قمنا بتقسيمه الى ثلاث مطالب، المطلب الأول: الدراسات التي تناولت تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والدراسات التي تناولت اليقظة الاستراتيجية، ومقارنة بين الدراسات. أما الفصل الثاني فقد قمنا بتوضيح الإجراءات المنهجية للدراسة، حيث تطرقنا من خلاله إلى الدراسة الاستطلاعية وخصائصها السيكمومترية لأدوات القياس، ثم الدراسة الأساسية ابتداء من منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، حدود الدراسة، أدوات الدراسة، وأخيرا الأساليب الإحصائية المستخدمة. وفي الأخير الوصول إلى خاتمة احتوت على أهم النتائج والاقتراحات وآفاق الدراسة.

تاسعا: النموذج البياني للدراسة.

في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها قمنا بإعداد المخطط الموضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (1): النموذج البياني للدراسة.



المصدر: من اعداد الطالبة.

الفصل الأول:

الإطار النظري لتكنولوجيا
المعلومات والاتصال واليقظة
الاستراتيجية بالمؤسسات

تمهيد:

يعرف العالم اليوم تطورات سريعة ومتلاحقة، وبشكل خاص عالم الاعمال والمؤسسات، فتدخل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمل المؤسسات زاد حدة التنافس في السوق وجعل العالم قرية صغيرة تتشارك كل مؤسساته في التسابق نحو التميز والبقاء والاستمرارية، كما أن ظهور نظام اليقظة الاستراتيجية والذي يعتبر من أساسيات الادارة الحديثة، الذي يعتمد على الاسبقية في جمع المعلومات وتسخيرها والعمل بها لتكون الأولى على منافسيها، ويكون هذا بالاستغلال الامثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحث الأول: عموميات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

إن المؤسسات تسعى للاستجابة السريعة نحو الفرص والتهديدات التي توجهها، ولمواكبة التغيرات والتطورات السريعة المتوقعة والغير المتوقعة سواء اجتماعية، اقتصادية وتكنولوجيا... ومن أجل أن تتمكن المؤسسة من تحقيق النجاح والبقاء في هذه البيئة يتوجب عليها اتخاذ قرارات وخطوات مبتكرة بطرق مميزة بالاستعانة بأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتسهيل نشاطها.

المطلب الأول: مفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

أولاً: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

تتعد التعاريف وتباين تباينا كبيرا في تحديد مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وذلك حسب مجالات التعريف ووجهات النظر، ولكن قبل التطرق الى مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال علينا التطرق الى بعض المفاهيم والمصطلحات التي لها علاقة بالموضوع:

1. مفهوم التكنولوجيا: عرفها جلدريث بأنها التطبيق النظامي للمعرفة العلمية، أو أية معرفة منظمة من أجل أغراض علمية.¹

— التكنولوجيا أيضا حسب البعض هي " عملية أو مجموعة من العمليات تسمح من خلال طريقة واضحة للبحث العلمي، بتحسين التقنيات الأساسية وتطبيق المعارف العلمية من أجل تطوير الإنتاج الصناعي.²

2. مفهوم المعلومات: المعلومات تم تسجيلها وتنظيمها وتصنيفها في قالب معين لإظهارها عند الحاجة إليها، ويتم إرسالها ومعالجتها والاحتفاظ بها في الحاسوب، هذه المعلومات قد تكون معطيات عددية مثل الأرقام أو تكون معطيات أبجدية كالحروف والرموز، أو تكون معطيات خليط من الصنفين السابقين وتدعى المعلومات حينئذ بالمعطيات الأبجدية العددية $Alphanumériques$.³

¹ - محسن علي عطية، تكنولوجيا الاتصال في التعليم الفعال، ط 1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 21.

² - كاميليا يزغش، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التوجهات الاستراتيجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، بسكرة، 2009، ص 67.

³ - عزيز سطحاوي، دور تكنولوجيا المعلومات في عملية التنبؤ بالمبيعات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، بسكرة، 2008، ص 51.

— لغويا كلمة معلومات هي كلمة مشتقة من علم وتدور معاني مشتقات هذه المادة في العقل ووظائفه، أي القدرة على إدراك طبيعة الأمور والمعرفة.¹

3. مفهوم تكنولوجيا المعلومات: هي الأدوات والتقنيات والنظم التي يمين استخدامها للحصول على المعلومات والبيانات ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها، إذ تتضمن التقنيات الحاسوب بأنواعه، أساليب التخزين، والطبع والقراءة فضلا عن الاستلام، والنقل وشبكات المحمول، والفاكس، وأنظمة البرمجيات وتطبيقاتها.²

— تعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها انطلاقة واسعة من القدرات، المكونات والعناصر المختلفة في حزن، معالجة، استرجاع وتوزيع البيانات والمعلومات، فضلا عن دورها في تأمين المعرفة المطلوبة التي هي صنعة امتزاج النظم المحاسبية، شبكات الاتصال والمعرفة التكنولوجية.³

4. مفهوم الاتصال (الاتصالات): يرتبط مفهوم كلمة الاتصالات في الوقت الحاضر بالاتصالات التليفزيونية التي أصبحت ممكنة بسبب "حامل الاتصالات" الذي يحدد نوعه من قبل شركات التلفزيونات. ومع ذلك فإن مفهوم "الحامل" يتوسع الى ما وراء نطاق صناعة التلفزيونات وأصبح الناس يدركون ذلك، حيث أن شبكات التلفزيون وشركات الكيبل تعتبر الاتصالات جزءا عاما من عناصرها بحيث أصبحت كوابل الاتصالات في الوقت الحاضر قادرة على نقل كل أنواع الإشارات الرقمية (الصوت، والصورة، والفيديو، ... الخ) عبر الكيبلات المحورية المتصلة بشبكات التلفزيون. كما أن تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالنقل التليفوني أصبحت أكثر تعقيدا.⁴

5. مفهوم تكنولوجيا الاتصال: تتمثل تكنولوجيا الاتصال في نقل في أي شكل ومن مكان الى آخر باستخدام أحد الوسائل الإلكترونية، كما تعرف بأنها مجموعة التقنيات والوسائل أو النظم المختلفة التي نوظف لمعالجة المضمون والمحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي والتي من خلالها يتم جمع المعلومات والبيانات المسموعة والمكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة

¹ - رايح زرباخ، استخدام تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها بجودة إجراء العمل في معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، مجلة الإبداع الرياضي، العدد 01، المجلد 10، 2019، ص 251.

² - رايح زرباخ، مرجع سبق ذكره، ص 252.

³ - سماح ميهوب، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، رسالة دكتوراه قسم الاقتصاد، جامعة قسنطينة 2، 2014، ص 4.

⁴ - علاء عبد الرزاق، تكنولوجيا المعلومات، ط2، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 20.

المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات واسترجاعها¹ في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه الموارد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة المرئية أو رقمية من مكان الى آخر وتبادلها.²

— كما عرفه إياد شاكرك البكري: بأنه ببساطة نقل المعلومات والأفكار من طرف الى آخر من خلال عملية ديناميكية مستمرة ليس لها بداية أو نهاية.³

— وحسب الباحث جورج لندبرج: إن كلمة اتصال تستخدم لتشير الى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك، أي أن الاتصال هو نوع من أنواع التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز.⁴

❖ وفي سنة 1996، تم التطرق الى جمع المصطلحات لتصبح مصطلح واحد " تكنولوجيا المعلومات والاتصال" من طرف دورية العلوم الاجتماعية، وهكذا انتشر في التسعينات هذا المصطلح، حيث انضم الى هذا الرأي كل من " Champeaux et Bret" من خلال وصفهم لعالم التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال بتأكيدهما على أن التقارب التكنولوجي قد مسح الفوارق بين المعلوماتية والاتصال والمعالجة الرقمية للأصوات والصور، وعليه يبقى مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصال واسعا.⁵

● عرفها P. Drucker: " الى حد الان ومنذ خمسين سنة تكنولوجيا المعلومات موجهة للمعطيات، للحصول عليها وإرسالها وتقديمها...".⁶

● عرفت منظمة التعاون والتنمية OCDE على أنها: تلك التي تسمح بجمع، تخزين، معالجة ونقل المعلومات في شكل أصوات بيانات وصور. فهي تشمل الإلكترونيك الدقيق، علم البعديات الإلكترونية والتكنولوجيا الملحقه.¹

¹ - محمد لعربي، تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على البناء التنظيمي للمؤسسات الجزائرية، رسالة دكتوراه تخصص اقتصاد صناعي، الجزائر، 2012، ص42.

² - شهرزاد بن بوزيد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، شهادة ماجستير، بومرداس، 2012، ص69.

³ - عيسى قبوقب، وردة برويس، فعالية الاتصال الاداري في المؤسسة الصناعية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 15، 2015، ص81.

⁴ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص24.

⁵ - شهرزاد بن بوزيد، مرجع سبق ذكره، ص70، بتصرف.

⁶ - نفس المرجع، ص72.

● تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي تقنيات مستخدمة في جميع المجالات بدءا من تجهيزات والبرمجيات وصولا الى التقنيات المستخدمة في مجال الاتصال.²

● تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي تلك الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات لدعم احتياجاتها في اتخاذ القرارات والعمليات التشغيلية في المؤسسة، وتتضمن البرامج الفنية والبرامج الجاهزة وقواعد البيانات وشبكات الربط بين الحواسيب وعناصر أخرى ذات علاقة.³

ومما سبق فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال ركزت على جانبين هما الفكري والمادي، فالجانب الفكري يتمثل في علم المعلومات الذي يهتم بضبط السلوك وخواص المعلومات ويهتم بأنشطة تجهيز المعلومات وإنتاجها وبنائها وتنظيمها وتخزينها واسترجاعها وتفسيرها والاستفادة منها، أما الجانب المادي فهو الذي يتمثل في التطبيق العلمي للاكتشافات الاختراعات والتجارب في مجال معالجة المعلومات وعليه لا بد من تكامل الجانبين للحصول على التقنيات المتطورة التي تستخدم من قبل المستفيدين منها في كافة مجالات الحياة.

ثانيا: أهمية تكنولوجيا المعلومات.

يحدد بعض الباحثين الأسباب التي تدفع المؤسسات في اتجاه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كونها:⁴

__ تساعد في زيادة معدل مقابلة طلبات العملاء.

__ تحسين مهارات حل المشكلات.

__ زيادة فعالية الموارد.

__ تحسين دور القيادة.

__ إمداد مختلف الوظائف بالمعلومات اللازمة وفي الوقت المناسب.

¹- Smail Amrouch; *Utilisation des NTIC et de l'intranet dans le management de l'information et des connaissances*; thèse de magister non publié; Université d'Alger; Alger 2005; p 34.

²- سماح ميهوب، مرجع سبق ذكره، ص3.

³- مصطفى بن ميري، علي فلاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء العاملين، مجلة مجتمع- تربية- عمل، المجلد 5، العدد 1، 2020، ص39.

⁴- أسماء بن عبد الله، دور التكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين التنمية الادارية بمؤسسات الخدمة العمومية، رسالة دكتوراه علوم اقتصادية، سطيف 1، 2019، ص 08_07.

أما من الجانب الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال فهذه الأخيرة أهمية كبيرة سواء على مستوى القطاع الحكومي أو الخاص، في تساعد على:

— خفض تكاليف الانتاج الناجمة عن اقتصاديات الحجم.

— زيادة سرعة الاتصال وكفاءته وخفض تكاليفه.

— توفير وتقديم خدمات أكثر وأفضل للعمال وبالتالي تنظيم أحسن.

— استغلال الوقت بطريقة أفضل، وحسن استغلال الموارد والمخزونات.

المطلب الثاني: خصائص وأنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

أولاً: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

يتم التطرق الى الخصائص المهمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث أنها عوامل أساسية لفهم كيفية دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الحياة اليومية للفرد،

ومن أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي:

- **الريادة:** أي أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تجلب لنا طرق جديدة إضافة الى التي كنا نملكها، مثل الهاتف النقال.¹
- **السرعة:** المعلومات الآتية على شكل كتابة، صورة، أو صوت يتم تبادلها بسرعة كبيرة من خلال اجزاء من الثانية نحو كل العالم وبين عدة متواصلين.
- **الصغر:** عملية التصغير سمة هامة في ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل تطور أجهزة الحواسيب الالكترونية التي تطورت من أجهزة كبيرة جدا عند ظهورها الى محمولة باليد في أيامنا هذه، بل محمولة في الجيب، والامثلة على هذا كثيرة متنوعة.
- **التكاليف:** تكلفة اقتناء واستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ما يبدو في انخفاض مستمر بما سهل انتشارها، حيث أصبحت في متناول غالبية المجتمعات.

¹ - كريمة بكوش، حكيم بناولة، زهرة بوعبدلي ، إشكالية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير التجارة الخارجية، الريادة لاقتصاديات الأعمال، الشلف، العدد 02، المجلد، 03، 2017، ص 21.

- **تقليص المكان:** حيث أصبحت كل الأماكن إلكترونيا متجاورة.
- **تعدد القنوات:** تكنولوجيا المعلومات والاتصال تستعمل ثلاث قنوات، قناة الكتابة التي تشمل الكتابة بكل أشكالها، سواء كانت بحثا، مقالا... إلخ، الصورة التي تشمل الصورة الثابتة، المتحركة، والأيقونات... إلخ وقناة الصوت قرآن، دروس ومحاضرات، أناشيد، موسيقى... إلخ.¹
- **التفاعلية:** تكنولوجيا المعلومات والاتصال تجعل مستعمل المعلومة ومرسل ومستقبل في نفس الوقت، مما يؤدي الى خلق نوع من التفاعل بين مختلف المشاركين في عملية الاتصال، نتيجة تبادل مختلف الأدوار، وهكذا تصبح عملية الاتصال عملية خطية ذات اتجاهين.
- **اللاتزامن:** التي تعني أنه بإمكان أكثر من شخص استعمال نفس المعلومات في وقت واحد.²

ثانيا: أنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

تتعدد تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى الى وجود اختلاف في تقسيمات وتصنيفات.

1. تصنيف E. Brousseau:³

لقد اقترح E. Brousseau تصنيفا قائما على الوسائل أو نوع تكنولوجيا وحسبه فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تنقسم في 3 مجموعات أساسية هي:

● وسائل الاتصال عن بعد Les Outils de Télécommunication:

تساعد هذه الوسائل على الاتصال المباشر بين الأفراد بتعبير ولفظ طبيعيين، من بين هذه الوسائل نجد الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني... إلخ.

● الوسائل المعلوماتية Les Outils de Informatique:

ترتبط بأنشطة محددة تتمثل في جمع وتخزين ومعالجة المعلومات وهذه العمليات تبقى التركيبية التنظيمية سواء كانت مركز عمل أو خدمة أو مؤسسة.

● وسائل التيليماتيك:

¹ - نفس المرجع، نفس الصفحة.

² - كريمة بكوش، حكيم بناولة، زهرة بوعبدلي، مرجع سبق ذكره، ص 21.

³ - شهرزاد بن بوزيد، مرجع سبق ذكره، ص 77.

وسائل وأساليب عمل تهدف الى ربط نظم معلوماتية فيما بينها كالتبادل الألي للمعطيات (EDI).
وتختلف وسائل التيليماتيك عن الوسائل المعلوماتية من حيث تأثر مباشرة على ميكانيزمات التنسيق.

2. التصنيف حسب معيار تسيير المعلومات.¹

حسب هذا المعيار نجد صنفين من تكنولوجيا المعلومات والاتصال الوسائل المتزامنة (Synchrones) والوسائل الغير متزامنة (Asynchrones) فالوسائل المتزامنة تتضمن تبادل المعلومات في الوقت الحقيقي، أما الوسائل غير المتزامنة فتضمن تبادل المعلومات في أوقات مختلفة.

والجدول التالي يبين هذا التصنيف:

جدول (01): تصنيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال حسب معيار الزمن.

وسائل متزامنة Synchrones	الهاتف الثابت، النقال، الوسائل اللحظية، المحادثات، المحاضرات المصورة.
والوسائل الغير متزامنة Asynchrones	الفاكس، الانترنت، الوسائل الالكترونية، المواقع الالكترونية، Wiki، المدونات الالكترونية (Blog)

المصدر: شهرزاد بن بوزيد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، شهادة ماجستير، بومرداس، 2012، ص 69.

المطلب الثالث: مجالات واستخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

أولاً: مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

إن لأي تكنولوجيا طبيعة اقتحاميه، وذلك بما تقدمه من سلع جديدة أو بما تولده من حاجة الى السلع الجديدة أو الخدمات، فتطبيقات هذه التكنولوجيا غير محدودة لأنها شاملة جميع المجالات، ومن بين أهم هذه المجالات:²

- الاقتصاد: يتم استخدام هذه التكنولوجيا في أتمته أعمال البنوك، إدارة الاستثمارات... الخ من العمليات.

¹ - شهرزاد بن بوزيد، مرجع سبق ذكره، ص 78.

² - محمد لحسن علاوي، واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوطن العربي، أبعاد إقتصادية، بومرداس، العدد 01، المجلد 05، 2015، ص 238.

- التعليم والتدريب: تستخدم هذه التكنولوجيا في: نظم التدريب، برمجيات مساندة التعليم ونظم المعلومات التربوية.

- عدة مجالات مثل: النقل، الطب، الأمن والقانون، الاعلام، البيئة...الخ.

ثانيا: استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

لتكنولوجيا المعلومات والاتصال عدة استخدامات في المؤسسة إما على المستوى الداخلي أو الخارجي لها:

1. داخليا:

- تعتبر مصدر للمعلومات الخاصة بالمؤسسة من حيث التعريف بالمؤسسة، نشاطها، مختلف المعلومات عن الخدمات أو المنتجات...
- مساعدة العاملين في الحصول على المعلومات الشخصية من خلال مجموعة من التقنيات والبرامج الخاصة بذلك حيث تسمح بمعرفة الترقيات، العقوبات، الوظائف...
- الربط بين جميع فروع وأجزاء المؤسسة. فهي تسمح بتواصل كل جزء من الأخر ومعرفة كل التطورات الحاصلة في مختلف الأجزاء.
- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية معالجة البيانات والوصول الى أكبر قدر منها بسرعة.
- تحديد الوظائف المعلومات اللازمة حول المنتجات ومواصفاتها وتجنب التكرار.
- تدفق السهل والسريع للمعلومات بين الموظفين داخل المؤسسة.
- توفير التكاليف والوقت المتخذ في نقل الوثائق والمستندات.¹

2. خارجيا:

- تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال وسيلة إجراء وجذب للعملاء والزبائن من خلال التسويق (الاشهار والإعلان) للمنتجات والخدمات.
- تسهيل عملية الشراء الإلكتروني للزبائن.

¹ - حليلة جعواني، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الأفراد في المؤسسة، مذكرة ماستر، تلمسان، 2020، ص 40.

- سهولة التواصل مع الفروع الخارجية للمؤسسة والأطراف الموجودين خارج المؤسسة كمثال البريد الإلكتروني.
- تساهم في كسب المؤسسة لميزة تنافسية وتسهيل معرفة محلها من المنافسة الخارجية.
- تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في حصول المؤسسة على مختلف المعلومات حول المواد التي تحتاجها ومحل تواجدها.¹
- تساهم في زيادة خبرة المؤسسة عن طريق اللجوء الى الاستثمار من مختلف الخبراء والدكاترة والمتخصصين دون أي تكاليف.
- توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة المعرفة كل ما هو جديد في سوق العمالة وجذب مختلف الكفاءات إليها.
- معرفة ردود أفعال المستهلكين منتجات المؤسسة وقياس معدل الرضا لديهم.
- تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال المؤسسة في معرفة التطورات الحاصلة في مجال نشاطها من خلال توفير جميع المعلومات اللازمة حول هذا النشاط.
- سهولة التواصل مع مؤسسات ذات نفس النشاط مجموعة من الخدمات الإلكترونية مثال: التبادل الإلكتروني للمعلومات.

¹ - حليلة جعواني ، مرجع سبق ذكره، ص41.

المبحث الثاني: أساسيات حول اليقظة الاستراتيجية.

يعيش عالم الأعمال اليوم وأكثر من أي وقت مضى مرحلة تتميز بالاعتماد الكبير على المعلومات في كل الميادين، وهذا يعود للتقدم السريع حيث أصبحت المنافسة تمارس ضغطها على المؤسسات في جميع القطاعات.

وفي ظل ديناميكية محيط المؤسسات فهي تعمل جاهدة لتحسين جودة منتجاتها وخدماتها، والعمل على معرفة الأسواق وأليات عملها، وتحسين وضعها مقارنة بالمنافسين وكذا تعظيم أرباحها، ولهذا توجب على المؤسسات تبني نظام جديد وهو اليقظة الاستراتيجية الذي يمكنها من تتبع كل ما يحدث في محيطها ومواكبة تطوراته وتحقيق أهدافها والمتمثلة في البقاء والنمو والاستمرارية.

المطلب الأول: مفهوم اليقظة الاستراتيجية وتطورها التاريخي.

أولاً: مفهوم اليقظة الاستراتيجية.

تتعد وتختلف التعريف المقدمة أو المعطاة لليقظة الاستراتيجية، ولكن قبل التطرق الى بعض التعاريف علينا شرح بعض المصطلحات التي هي من أساسيات اليقظة الاستراتيجية.

ـ **اليقظة:** هي كلمة لاتينية الأصل، مشتقة من اللفظ VIGLLA والذي يعني القيام بالحراسة والمراقبة على حماية مكان أو منطقة معينة والحفاظ عليها، فهي تعني بقاء الفرد في وضعية استقبال، وتلقي لكل ما يريده من محيطه الخارجي، من إشارات، أفعال وأقوال دون معرفة ماهي بالضبط ومتى وأين تحدث.¹

ـ كما تعرف اليقظة بأنها: حالة تالية تنقشع فيها بقايا الخمار العقلي، ويعرف فيها المرء مكانه ووضعه بالنسبة لما يحيط به من أشياء، فتتضح الرؤية، ويكيف حركته ليسير بين عالم الموجودات المادية حوله وينظم علاقته بعالم البشر المحيط به.²

ـ عرفها RIBAUT أنها المراقبة والتابعة الذكية لمحيط المؤسسة من خلال البحث على المعلومات الواقعية والمستقبلية.³

ـ **الاستراتيجية:** يشرحها معجم الجيب لأكسفورد: هي فن الحرب، خاصة تخطيط حركة القوات والسفن... إلخ، الى مواقع مختارة. التخطيط لعمل أو سياسة في عمل تجاري أو سياسي... إلخ.¹

¹ - أنيسة قمان، محاولة بناء خلية لليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، جامعة بومرداس، 2014، ص 27.

² - جاسم سلطان، من الصحوة الى اليقظة استراتيجية الادراك للحركة، أم القرى، ط 04، مصر، 2010، ص 44.

³ - نصيرة علاوي، اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغير في المؤسسة، شهادة ماجستير، تلمسان، 2011، ص 81.

_ وحسب Ribault فإن اليقظة الاستراتيجية هي المتابعة الاجمالية والذكية لمحيط لأجل رصد المعلومات الحاملة لفرص المؤسسة.²

_ أما Morin فعرّفها على أنها: الاستراتيجية على أنها فن استخدام المعلومات ودمجها بهدف صياغة مخططات عمل، والقدرة على جمع أكبر قدر ممكن من الأمور اليقينية لمواجهة الأمور غير المؤكدة.³

_ عرف F.jakobiak اليقظة الاستراتيجية على أنها مراقبة وتحليل البيئة العلمية والتكنولوجية، والاثار الاقتصادية الحالية والمستقبلية، لاستنتاج التهديدات وفرض التطوير.⁴

_ وتعرف أيضا على أنها: نشاط مستمر يمكن المؤسسة من متابعة التجديد، ومواكبته وخلق ميزة تنافسية تسمح لها أو لدولة بالتكيف مع متغيرات محيطها. أي أنها تهتم بتسيير موارد المعلومات لجعل المؤسسة أكثر ذكاء وتنافسية.⁵

_ ومن جهة نظر Mouline اليقظة الاستراتيجية هي نظام أساسي في المؤسسة حيث تعتبر على نظام المعلومات المستقبلية (SIP) un système d'information prospective أو بنك المعرفة في تقدم معلومات مستقبلية ذات رؤية استراتيجية تكون منظمة وحقيقية.⁶

ثانيا: التطور التاريخي لليقظة الاستراتيجية.

حسب " Corine cohen " صاحبة كتاب: "La veille et L'intelligence stratégique "، فإن تطورها يمكن أن يلاحظ من خلال 3 مراحل أساسية:

مرحلة الظهور بين 1967 _ 1979، مرحلة النضج 1980 _ 1990، مرحلة التدعيم أو التقوية ابتداء من سنة 1991، ويمكن أن نلخص التطور التاريخي في الشكل الموالي:

¹ - جاسم سلطان، التفكير الاستراتيجي والخروج من المأزق الراهن، ط 02، أ/ القرى للترجمة والنشر، المنصورة، مصر، 2010، ص33.

² - أحمد بن خليفة، سامر زلاسي، فعالية اليقظة الاستراتيجية في تحسين الأفضلية التنافسية المستدامة، مجلة الافاق للبحوث والدراسات، الوادي، العدد 02، المجلد 01، 2018، ص441.

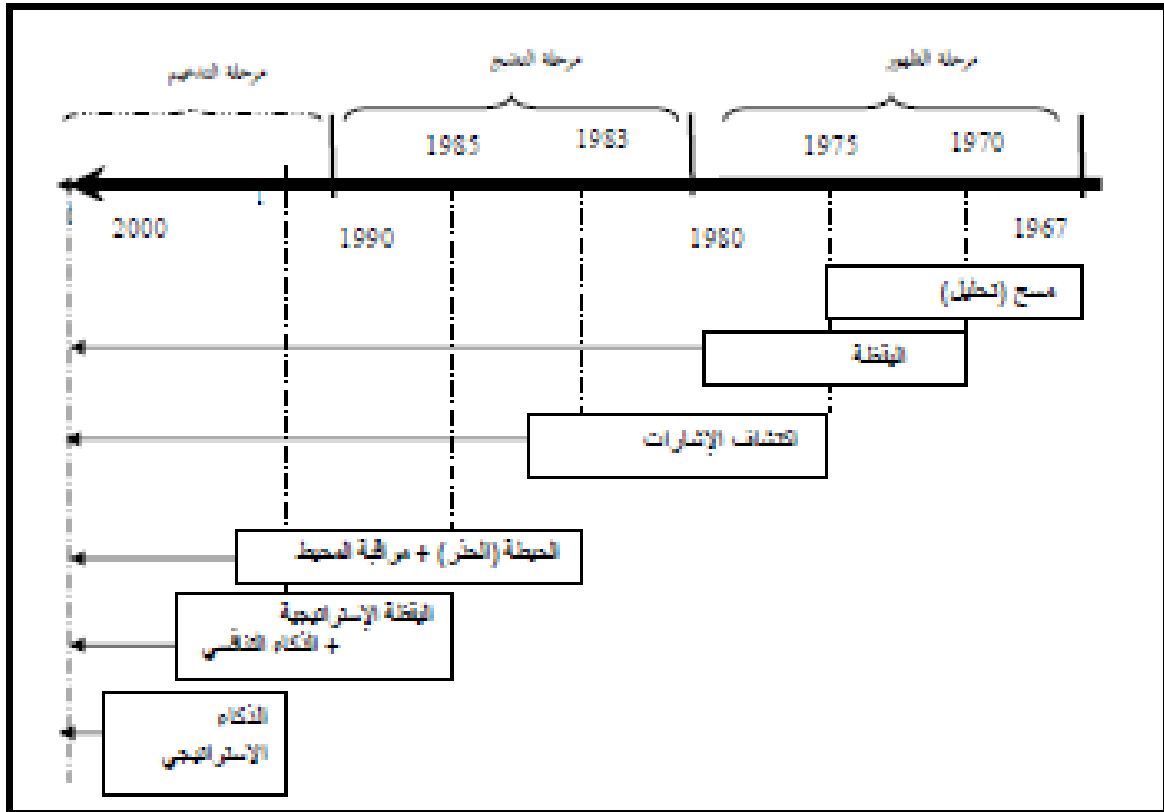
³ - حنان يحي شريف، تأثير نظام المعلومات على اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الغير والمتوسطة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف1، 2018، ص 97.

⁴ - يحي شريف حنان، مرجع سبق ذكره، ص 108.

⁵ - أنيسة قمان، مرجع سبق ذكره، ص28.

⁶ - نادية رافع، خالد قاشي، واقع اليقظة الاستراتيجية في البنوك الاسلامية بالجزائر، مجلة الادارة التنمية للبحوث والدراسات، البلدة، العدد8، 2015، ص115.

الشكل رقم (02): تطور مفهوم اليقظة الاستراتيجية



المصدر: زواو ضياء الدين، دورة اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسات، رسالة ماجستير، جامعة سطيف، 2018، ص 06.

1. **مرحلة الظهور:** تميزت هذه المرحلة بأولى بوادر قيام المؤسسات بمراقبة وتتبع التطورات في محيط أعمالها،¹ ولقد ظهرت هذه الممارسة لأول مرة تحت تسمية " مسح أو تحليل المحيط" ليظهر فيما بعد مصطلح " اكتشاف الإشارات الضعيفة"، وفي نفس الوقت تطور مفهوم الذكاء في كل من الولايات المتحدة وبريطانيا، وظهر لأول مرة مصطلح " اليقظة التكنولوجية" في فرنسا سنة 1970، إلا أن أول تعريف رسمي لها كان في وسط سنوات الثمانينات.

ولقد بدأ الاهتمام بمراقبة محيط المؤسسة (مسح المحيط) بظهور أساسيات نماذج التخطيط الاستراتيجي بين 1959_ 1961، وفهم مصطلحات الفرص والتهديدات المميزة لمحيط المؤسسة، وأيضا بفضل وضع طرق علمية يمكن أن تستخدمها المؤسسات في دراسة محيطها لأجل التكيف مع المستجدات...

¹ - ضياء الدين زواو ، مرجع سبق ذكره ، ص 06.

خلال مرحلة الظهور، أصبحت المؤسسات حساسة لمصطلحات المسح/ التحليل، المراقبة واليقظة، وأكثر وعياً بأهمية وضرة مراقبة أو متابعة التطورات الحاصلة في محيطها، إذ تميزت هذه المرحلة بالنزعة المتزايدة نحو البحث عن المعلومات وجمع البيانات.

2. مرحلة النضج: مع بداية سنوات الثمانينات، وبفضل أعمال "Porter"، حدث تطور نوعي في مفهوم مراقبة أو متابعة محيط المؤسسة، واتجه نحو مصطلح جديد هو الذكاء التنافسي، أين أصبح التحليل التنافسي يحتل مركز عملية مسح المحيط. في نفس الوقت، تطورت مصطلحات أخرى مثل: الحذر " La vigilance"، الحراسة "La surveillance" واليقظة الاستراتيجية "La veille stratégique".

تميزت مرحلة النضج بازدياد عدد المؤسسات التي تمارس عملية مراقبة المحيط، هذه الممارسات أصبحت تتم بطريقة منظمة وفق منهجية علمية، إذ أصبحت وظيفة جديدة من وظائف المؤسسة لها مكانتها ضمن الهيكل التنظيمي، فلم تبقى فقط مجرد نشاط لجمع المعلومات وتحليلها من أجل التكيف، بل أصبح لها نهاية استراتيجية، تسعى لأن تبقى دائماً في وضعية الاستماع التوقعي للمحيط، تستهدف جمع معلومات لا تعتبر فقط على الوضع الحالي بل تشير الى وضع مستقبلي، خاصة هذه المعلومات أنها معلومات جزئية وقليلة تتطلب جهود كبيرة لتفسيرها واستخراج المعنى منها.¹

3. مرحلة التدعيم: هي المرحلة التي تم الانتقال فيها من الممارسة الى النظرية، فأثناء فترة النضج، المؤسسات انتهت من وضع وتشغيل نظام اليقظة الخاص بها، وبدأت تطرح أسئلة تتعلق بالأثر الحقيقي لنشاط اليقظة التي تتبعه على ربحها، صعوبة الاجابة عن هذا السؤال، جمد نوعاً ما عزيمة المؤسسات وجعلها تتبع أساليب أكثر عملية على غرار المقارنة المرجعية، لكن سرعان ما تلاشت هذه الفكرة عندما اتضحت أن اليقظة الاستراتيجية تتطلب موارد بشرية ومالية أقل وأن تقييمها يكون من خلال دمج نتائجها في الادارة الاستراتيجية للمؤسسة وقدرتها على بناء القرارات الاستراتيجية.

تميزت هذه المرحلة أيضاً، بتطور مفهوم اليقظة الاستراتيجية، وظهور ما يعرف بالذكاء الاستراتيجي والذي لا يهدف الى الحصول على معلومة مفيدة بل يتعدى ذلك للحصول على معرفة مفيدة، إذ يعرف بأنه: عملية رسمية من بحث، جمع، معالجة المعلومات، ومن توصيل معارف مفيدة للإدارة الاستراتيجية، وبعيدا عن الوظيفة الإعلامية، والتنبؤية (التوقع بالفرص والتهديدات المستقبلية) فإن مهمته الأساسية هي التأثير على المحيط الخارجية لخلق فرص وتهديدات غير متوقعة للمنافسين...

¹ - ضياء الدين زاو، مرجع نفسه، ص 07.

المطلب الثاني: أهداف وأهمية اليقظة الاستراتيجية.

أولاً: أهداف اليقظة الاستراتيجية.

نذكر منها:

— الهدف الذي يرتبط بالوظيفة التنبؤية لليقظة هو تحقيق التوقع الجيد والفعال للفرص واكتشاف كل التهديدات المحتملة، مهما اختلفت درجاتها.

— الهدف الذي يرتبط بالوظيفة الإعلامية لليقظة هو تغطية احتياجات المستخدمين وتزويدهم بالمعلومة الملائمة في الوقت المناسب.

— الهدف الذي يرتبط بالوظيفة التحليلية والتركيبية هو الحصول واستخراج أفضل النتائج والدلائل من المعلومات المجتمعة.

— حماية المؤسسة من تراكم معارف المؤسسات المنافسة (ضد التعلم التنظيمي للمؤسسات)، وحماية جيدة من التضليل والأعمال غير المشروعة.

— إحداث تنسيق وتوافق أكثر بين القرارات والعمليات.¹

ثانياً: أهمية اليقظة الاستراتيجية.

اليقظة الاستراتيجية تركز على المعلومات الاستراتيجية، فهي تساعد في اتخاذ القرارات الصحيحة، ويمكن تلخيص أهميتها فيما يلي:²

— تسمح اليقظة من الناحية المالية بتحقيق الوفرة لأن المعلومات التي تم جمعها قادرة على التحسين من الخصائص التقنية للمنتج، جودته، والتخفيض من تكلفته.

— تسمح بمرور جيد للمعلومة عبر مختلف المستويات التنظيمية في المؤسسة، كما تسمح لها أيضاً بمراقبة مستمرة ومتواصلة لبيئتها.

— تسمح بالتحذير والتنبيه بالعراقيل المستقبلية التي سوف تواجهها المؤسسة.

¹ - ضياء الدين زاو، مرجع نفسه، ص 20.

² - عمر ولد عابد، ليمين علواطي، أليات تطبيق اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 17، 2017، ص 05.

— تعد وسيلة استراتيجية للتسيير، أين تكشف خلية اليقظة على مناطق النفوذ، التهديدات والفرص والتي تستطيع أن تغير من استراتيجية المؤسسة ومن المنافسة في السوق.¹

المطلب الثالث: أنواع وأبعاد اليقظة الاستراتيجية.

أولاً: أنواع اليقظة الاستراتيجية.

نظراً لتنوع مجالات البيئة المحيطة بالمؤسسة، فإنه قد تم تصنيف أنواع اليقظة الاستراتيجية حسب ميدان النشاط المستهدف والتي تمثل مكونات البيئة المحيطة، فيما يلي نتناول هذه الأنواع:

✓ **اليقظة التكنولوجية:** واليقظة التكنولوجية ذلك النشاط الذي يسمح باستخدام تقنيات مشروعة لمراقبة ما يحدث في البيئة العلمية، التقنية والتكنولوجية من تطورات، من خلال جمع، تنظيم، تحليل ونشر المعلومات الاستراتيجية، التي تسمح للمؤسسة بتنبؤ تلك التطورات وتسهيل عملية الإبداع، وحسب Jakobiak فإن اليقظة التكنولوجية عبارة عن عمليتي ملاحظة وتحليل للبيئة متبوعة بنشر المعلومات التي تم انتقاؤها ومعالجتها حتى تكون مفيدة في عملية اتخاذ القرار.²

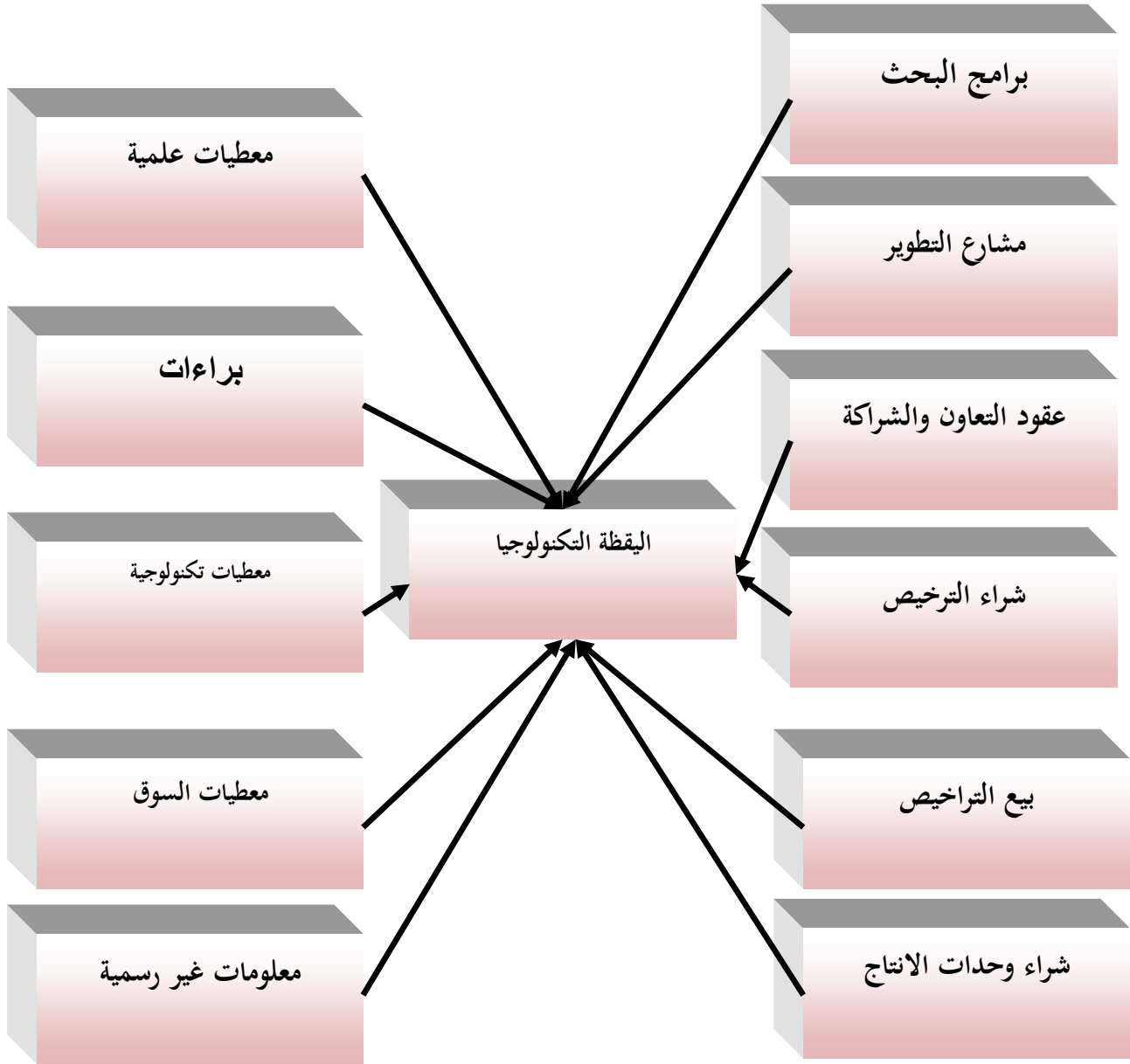
وفي تعريف آخر تعد اليقظة التكنولوجية عنصراً مكوناً لليقظة الاستراتيجية، فهي تهتم بتأثير التطورات التكنولوجية على استراتيجية المؤسسة، وكذلك على التحركات الاستراتيجية للمنافسين، هذا النوع من اليقظة مكرس بصفة أساسية لتطور التكنولوجيات والتقنيات، أي الاكتشافات العلمية والابتداعات التكنولوجية.³

¹ - عمر ولد عابد، علواطي ليمين، مرجع سبق ذكره، ص05.

² - محمد قادري، أثر بيئة المؤسسة على نشاط اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية، مجاميع المعرفة، العدد02، المجلد 05، 2019، ص45.

³ - أنيسة قمان، مرجع سبق ذكره، ص 32.

الشكل رقم (03): دور اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية.



المصدر: أنيسة قمان، محاولة بناء خلية لليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، جامعة بومرداس،

2014، ص33.

✓ **اليقظة التنافسية:** هي النشاط الذي تتعرف المؤسسة من خلاله على منافسيها الحاليين والمحتملين، وبالبيئة التي تتطور فيها المؤسسة المنافسة، وهي عملية جمع وتحليل المعلومات التي تسمح بتحقيق اختراقات في السوق والمنافسة.¹

¹ - محمد قادري، مرجع سبق ذكره، ص46.

تشير اليقظة التنافسية الى ذلك المسار الذي يقوم بجمع وتحليل وتقييم بأسلوب منهجي منظم للمعطيات المتعلقة بالمنافسين الحاليين والمرقبين، بغرض توفير منتج نهائي يكون في شكل معلومات مفيدة للمسيرين في عملية اتخاذ القرار.¹

✓ **اليقظة التجارية:** وتسمى كذلك باليقظة التسويقية، يهتم هذا النوع من اليقظة أساسا بدراسة كل من الزبائن الذين يعرفون بالسوق الخلفية، والموردين الذين يعرفون بالسوق الأمامية، فالمؤسسة بحاجة دائمة لمعلومات عن الموردين لضمان تمولينها المستمر بالموارد، وعن الزبائن للحفاظ عليهم وكسب ولائهم.²

واليقظة التجارية هي ذلك النشاط الذي تتمكن من خلاله المؤسسة من دراسة العلاقة بين الموردين والزبائن والمهارات الجديدة التي تظهر في السوق ومعدل نموه، وبهذا تستطيع معرفة نقاط قوتها وضعفها في تعاملاتها مع السوق بغرض تحسين أدائها وتنافسيتها، وتسمح اليقظة التجارية للمؤسسة وكذا قدرة الزبائن على الدفع، وبما أن المؤسسة تقدم منتوجات جديدة وتخلق أسواقا وقنوات توزيع جديدة فلا بد لها من متابعة تطور عرض السلع الجديدة وتطور العلاقات التي تربطها بمورديها وقدراتهم في تقديم حاجاتها بأقل تكلفة، دون أن تحمل المؤسسة سوق العمل كحالة خاصة إذ يجب عليها تتبع تطور عرض المهارات الجديدة وأسعار اليد العاملة.³

✓ **اليقظة البيئية:** يختص هذا النوع من اليقظة بما بقي من عناصر في بيئة المؤسسة، وهي تهتم بالجوانب المختلفة للبيئة الخارجية العامة للمؤسسة وهي العوامل الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، السياسية، الجيوسياسية والدولية للمؤسسة، وهناك من الباحثين والمهتمين في المجال من يطلق عليها اسم اليقظة الاجتماعية.

كما تعرف اليقظة البيئية: **Environmental Intelligence** وتعرف أيضا باليقظة الشاملة، وتضم باقي المتغيرات البيئية دون متغيرات المحيط التشغيلي وتسعى الى المراقبة المستمرة بجمع المعلومات المتعلقة بالتطورات والأحداث التي تطرأ في مختلف الميادين الاقتصادية، السياسية، القانونية والثقافية والتطورات الجبائية والمالية... إلخ.⁴

والشكل الموالي يبين الانواع الاربعة لليقظة الاستراتيجية حسب بوتر

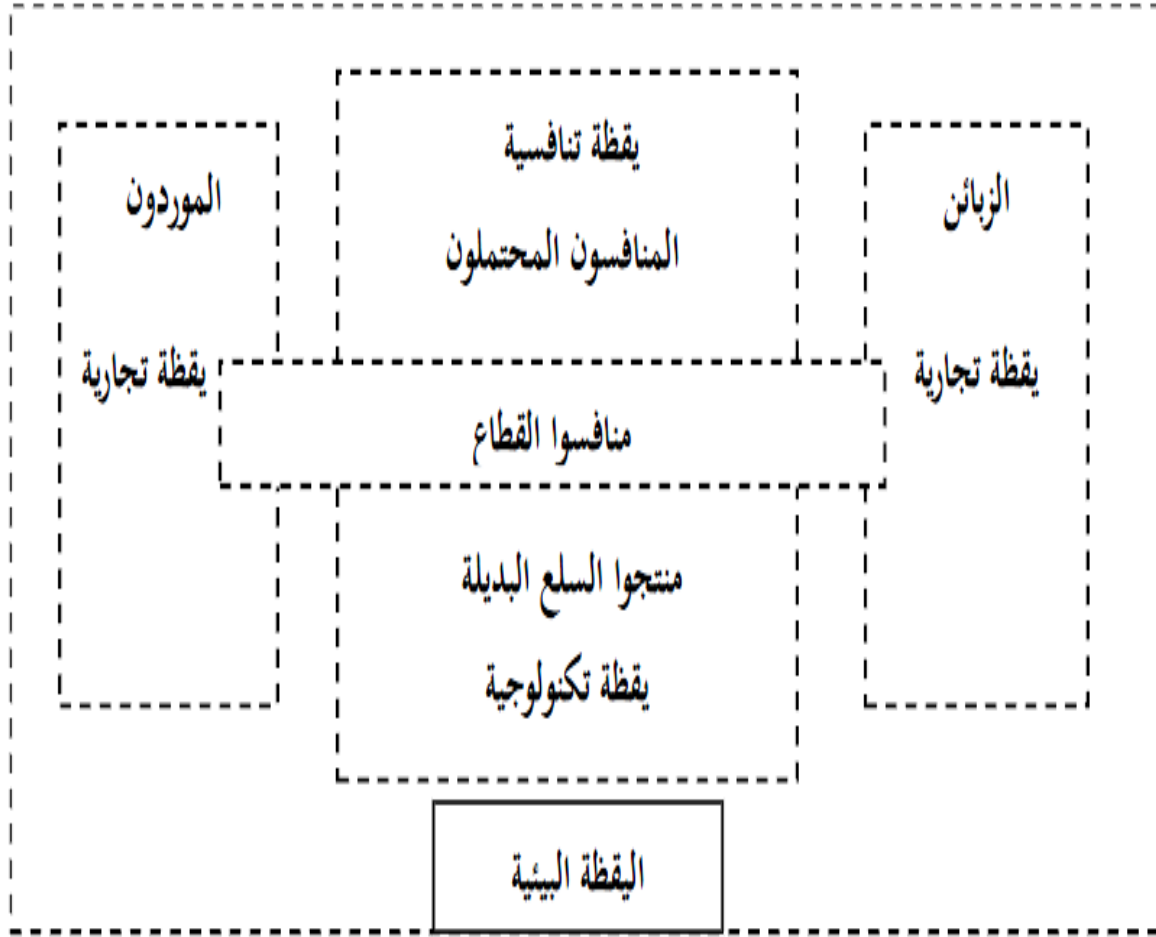
¹ - مريم مروس، أنواع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الحديثة، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والانسانية، العدد 04، المجلد 02، 2019، ص 73.

² - قادري محمد، مرجع سبق ذكره، ص 46.

³ - نور العابدين قوجيل، دور اليقظة الاستراتيجية في ترشيد الاتصال بين المؤسسة ومحيطها، رسالة ماجستير، عنابة، 2012، ص 36.

⁴ - نورهان قرون، حسام الدين غضبان، تشخيص ممارسات اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، بسكرة، العدد 01، المجلد 14، 2020، ص 313_314.

الشكل رقم (04): أنواع اليقظة الاستراتيجية طبقا لقوى المنافسة لبورتر



المصدر: رضوان أنساعد، حليلة قمرية، تأثير اليقظة الاستراتيجية في اختراق الاسواق الدولية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 01، المجلد 14، 2020، ص 30.

ثانيا: مزايا اليقظة الاستراتيجية.

تمكن اليقظة الاستراتيجية المؤسسات من التحكم في المعلومات التي تمكنها من التكيف مع المحيط الخارجي لها، حتى تتمكن من البقاء والاستمرار وتحقيق الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة.

ومن أهم المزايا التي تقدمها اليقظة الاستراتيجية للمؤسسة:

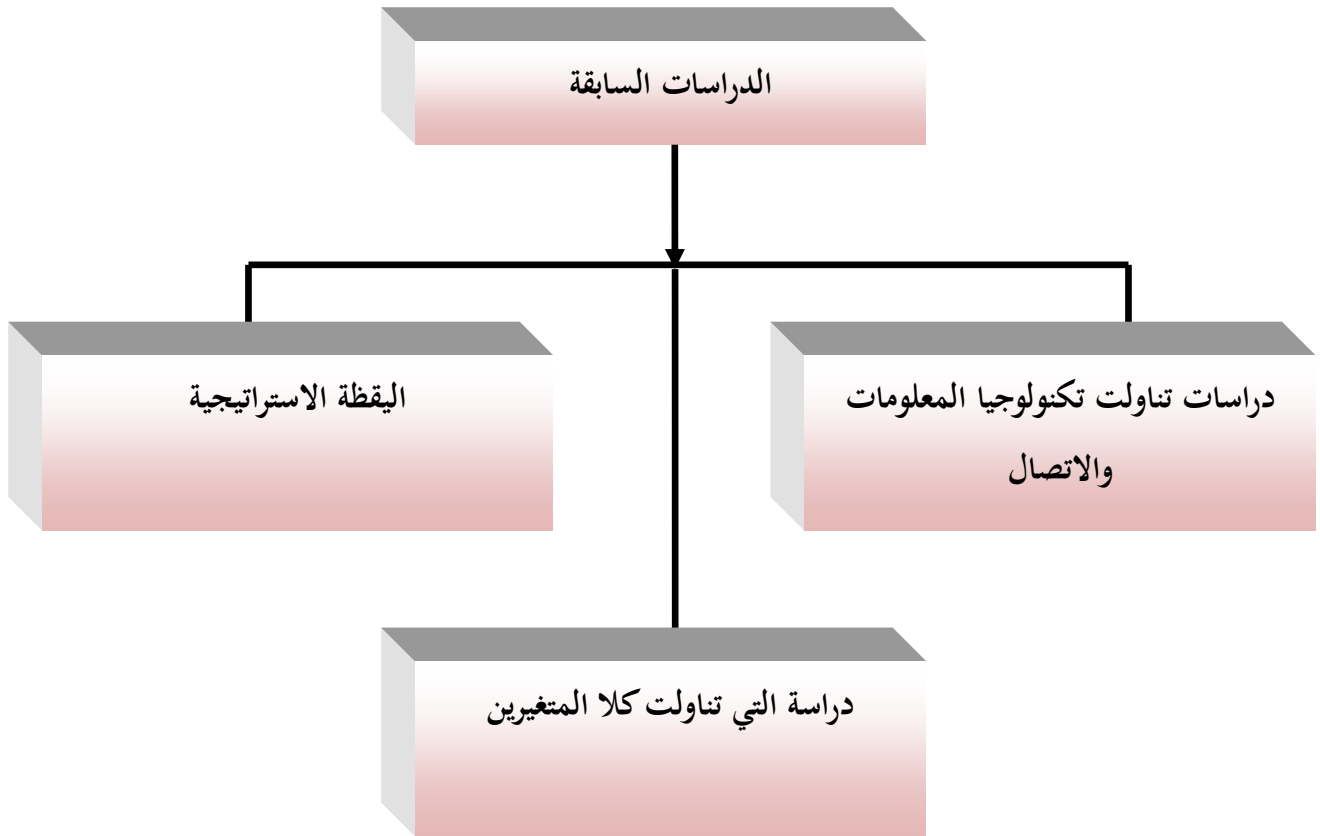
- ✓ تسمح باتخاذ أفضل القرارات: وهذا من خلال ما توفره من معلومات ذات طبيعة استراتيجية حول محيط المؤسسة.¹
- ✓ رصد، ومراقبة وسبق التغيرات الحاصلة: بحيث لا تتفاجئ المؤسسة بالتغيرات الحاصلة في المحيط سواء كانت تكنولوجية، تنافسية، اجتماعية...إلخ.
- ✓ التقييم الموضوعي لوضعية المؤسسة التنافسية: حيث ومن خلال المراقبة المستمرة والمتواصلة لمحيط المؤسسة فإنها تسمح لها بمعرفة وضعيتها التنافسية الحالية والمستقبلية وتقييمها ومنه توقع الوضعية المستقبلية.
- ✓ زيادة هامش الربح: تسمح اليقظة الاستراتيجية من الناحية المالية بتحقيق الوفرة لأن المعلومات التي يتم جمعها قادرة على التحسين من الخائص التقنية للمنتج، جودته والتخفيض من كلفته وذلك التموقع في أسواق جديدة.
- ✓ التسيير الجيد للوقت في كل نشاطاتها.²

¹ - خليفة بليصير، عبد الوهاب بن بركة، مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تنمية وتطوير المزايا التنافسية، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، الخلفة، العدد03، المجلد 12، ص 333.

المبحث الثالث: دراسات سابقة.

من خلال عملية المسح المكتبي الذي قمنا به للتعرف على الدراسات السابقة حول موضوع دراساتنا، تبين في حدود علم الباحثة أن هناك ندرة في الدراسات التي تناولت الموضوع من خلال الربط بين متغيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الاستراتيجية، حيث هناك العديد من الدراسات تناولت تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلاقتها بمتغيرات أخرى، في حين هناك العديد من الدراسات التي تناولت اليقظة الاستراتيجية وعلاقتها بالمتغيرات عديدة، وهذا ما يبرز المساهمة التي نحن بصدد إنجازها، وسيتم عرض هذه الدراسات وفقا للشكل الموالي:

الشكل رقم (05): عرض الدراسات السابقة.



المصدر: اعداد الطالبة.

المطلب الأول: الدراسات التي تناولت متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

1. البحيصي، 2005، دراسة استطلاعية للواقع الفلسطيني بعنوان (تكنولوجيا المعلومات الحديثة وتوفيرها لمتخذي القرارات الإدارية في منظمات الأعمال).

تهدف هذه الدراسة للتعرف على مدى استغلال المنشآت الفلسطينية للتكنولوجيا الحديثة وتوفيرها لمتخذي القرارات، و تناقش هذه الدراسة المزايا التي يمكن لمنظمات الأعمال تحقيقها نتيجة استخدامها تكنولوجيا المعلومات و على الأخص تكنولوجيا الانترنت و شبكات الاتصال الداخلية (Intranet) والخارجية (Extranet)، وقد تم استخدام استبانة تم توزيعها على أفراد العينة و قد خلصت الدراسة إلى أن الجزء الأكبر من الشركات الفلسطينية لا تستخدمها إنما تقوم بذلك بشكل جزئي فقط، وقد تبين أن عدم معرفة المدراء بأهمية الانترنت نابع من ضعف إمكانياتهم في اللغة الانجليزية، ويوصي " البحيصي " بضرورة إحداث تحول في نظم المعلومات الإدارية التقليدية المستخدمة في الشركات الفلسطينية بالإضافة إلى مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة، مع ضرورة تطوير قدرات المديرين بالمهارات الإدارية في كيفية استخدام التكنولوجيا الحديثة.

2. دراسة قام بها قدور وياسين، 2006، دراسة بعنوان "نموذج مقترح لدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاستخدام الأمثل للموارد في المنشأة"، الأردن.

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم نموذج مقترح لدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاستخدام الأمثل للموارد في المنشأة الصناعية و كيفية تفعيل هذا التأثير بما يحقق الاستخدام الأمثل للموارد من خلال معرفة طبيعة المنشأة و علاقة ذلك بما تحصل عليه من عائد. كما تحاول الدراسة تحليل بعض النماذج المعروفة التي تحاول تقويم تكنولوجيا المعلومات في المنشأة الاقتصادية الحديثة و بصورة خاصة دورها في تحقيق الميزة التنافسية الاستراتيجية للمنشأة، و قد تم استخدام استبانة تم توزيعها على جميع أفراد العينة و توصلت الدراسة إلى أن ما يحصل عليه المنتج من خفض في التكلفة التسويقية نتيجة لتغير تكنولوجيا المعلومات يتناسب طرديا مع مرونة الطلب بشرط ثبات مرونة العرض.

3. دراسة قام بها الباحث سعيد فرح العلاونة، 2006، بعنوان " مدى تأثير الاستثمار في التكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء المالي للشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية"، أطروحة دكتوراه، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن.

هدفت الدراسة الى التعرف على مختلف الأسباب التي تحد من عمليات التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية من قبل عملاء المصاريف الأردنية، حيث توصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها:

• الاستخدام الواسع للصراف الألي وقدرت نسبته ب85%، أما باقي القنوات الإلكترونية فالتعامل من خلالها ضعيف جدا، حيث قدر استخدام الأنترنت 5% والهاتف 3.3%

• بينت الدراسة أن السبب الرئيسي لعدم انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية هو غياب الدور الإعلامي، صعوبة الاستخدام وعدم توفر الأمان والسرية.

أوصى الباحث بعمل حملات تسويقه لزيادة الوعي المصرفي مع ضرورة التركيز على عنصري الأمان والسرية في الخدمات المصرفية الخدمات المصرفية الالكترونية.

4. قام بهذه الدراسة لحمير عباس، 2017، بعنوان "الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات الاقتصادية"، هدفت هذه الدراسة الى دراسة مسألة الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال التطرق الى دورها في خلق القيمة والابداع في تنظيم العمل، وكذلك الأثار الناجمة عن استخدام هذه التكنولوجيا، أكدت هذه الدراسة على ان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي وسيلة فاعلة في خدمة استراتيجية المؤسسات تعمل على خلق النوعية والفعالية والتميز.

المطلب الثاني: الدراسات التي تناولت اليقظة الاستراتيجية.

1. **Françoi brouard، 2004**، تحت عنوان "تطوير أداة تشخيصية لممارسات اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة" الهدف من البحث هو مساعدة مسيري المؤسسة بالأهمية التي توفرها أنشطة اليقظة الاستراتيجية لتحقيق التقدم وأهداف المؤسسات، حيث تم تطوير أداة تشخيصية لممارسات اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال بناء نموذج أولي كنظام خبير، يركز الهيكل التشخيصي على خمسة مكونات رئيسية هي: أنواع اليقظة، سياق اليقظة، تنظيم اليقظة، عمليات اليقظة، وأمن المعلومات، تم إجراء الدراسة الميدانية على 6 مؤسسات متوسطة كندية بمشاركة 33 خبير من أجل تصميم نموذج النظام الخبير، قامت الشركات الست بالعديد من الاتصالات لتطوير الأداة التشخيصية مرت بأربعة مراحل: المرحلة الأولى تعرض للإطار المفاهيمي للأداة، تسليط الضوء من خلال تركيز على منهجية، مناقشة النتائج، تحديد فوائد البحث.

2. دراسة العبداني حبيبة، 2016، بعنوان: اليقظة الاستراتيجية كخيار استراتيجي لتعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"، هدفت الدراسة لإبراز الدور الفاعل لمعلومات اليقظة الاستراتيجية كأساس لتعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية، تمثلت عينة الدراسة في 109 استبانة، منها 103 صالحة للتحليل. توصلت الدراسة لوجود علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (0.01 $\alpha \geq$) بين اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر مسؤولي مؤسسة كوندور للصناعة الالكترونية والكهر ومنزلية حيث بلغ معامل الارتباط 57.1 %، توصي الدراسة بضرورة تبني المؤسسات الجزائرية لثقافة اليقظة الاستراتيجية وتفعيل وظيفة اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة كوندور من خلال استحداث وحدة منفصلة في مديرية البحث والتطوير.

3. دراسة مقدمة، " Nicoles Lesca"، 2002، مقدمة كذلك في إطار الحصول على درجة دكتوراه في علوم التسيير من مدرسة الدكتوراه بقرونوبل وتحمل عنوان:

"Construction du sens; le cas de la veille stratégique et de l'exploitation collective des signes d'alerte précoce (Application aux entreprises tunisiennes)".

حيث تطرقت هذه الدراسة إلى أدوات معالجة معلومات اليقظة الاستراتيجية كما تناولت مختلف النماذج التي يمكن للمؤسسة الاستعانة بها لاستخراج المعنى من المعلومات، من أهمها النموذج الجماعي لبناء المعنى. ودراسات أخرى تتناول أدوات اليقظة الاستراتيجية، ومن أهم الأدوات كثيرة التداول في هذه الدراسات هي الانترنت، من بينها دراسة الهدف منها هو البحث عن إمكانية يتم إدماج الانترنت كأداة من لليقظة في Sophie Espitalier، في شكل مذكرة تخرج - مناقشة سنة 2000 - من المدرسة العليا للتجارة -مرسلية- ، بعنوان:

"l'intégration d'Internet en tant qu'outil de veille dans une entreprise internationale".

3. دراسة نادية رافع، خالد شافي، 2015، بعنوان "واقع اليقظة الاستراتيجية في البنوك الاسلامية في الجزائر، دراسة حالة بنك السلام _الجزائر_".

حيث هدفت الدراسة للكشف على واقع تطبيق اليقظة الاستراتيجية في البنك الاسلامي السلام _ الجزائر_ ومدى ادراك المدراء والموظفين لأهميتها وقد خلصت الدراسة الى اظهار ذلك النقص في اعتماد اليقظة الاستراتيجية في غياب الاهتمام بها في البنك وانما يتم القيام بمراقبة البيئة حتى يتم الاطلاع على مختلف القوانين والفتاوى الشرعية لأجل تكييف نشاطها و المساهمة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية وقد بينت الدراسة ايضا الى وجود ادراك كبير وسط المستجوبين لقيمة واهمية اليقظة الاستراتيجية وقد اوصت الدراسة بضرورة الاهتمام باليقظة الاستراتيجية وتوفير الموارد المادية والبشرية لتفعيل دورها وتعزيز المشاركة الجماعية في تحليل ونشر المعلومات الخاصة بها.

المطلب الثالث: الدراسة التي تناولت كلا المتغيرين.

دراسة رضوان أنساعد، حليلة قمرفي، 2020، "مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل خلية اليقظة الاستراتيجية" دراسة تحليلية بمؤسسة كوندور.

تهدف الدراسة الى التعرف على مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل خلية اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة كوندور، تتكون عينة الدراسة من 33 موظف بالمؤسسة محل الدراسة وهذا بالاعتماد على العينة المسيرة، وتم تقسيم اليقظة الاستراتيجية الى 3 أبعاد متمثلة في: اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية.

حيث توصلت الدراسة الى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية بأبعادها الثلاثة بمؤسسة كوندور، وعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المركز الوظيفي، سنوات الخبرة). توصي الدراسة بضرورة الاهتمام أكثر بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وهذا من أجل تبني نظام اليقظة الاستراتيجية بفعالية بمؤسسة كوندور.

المطلب الرابع: مقارنة الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية.

تطرق دراسة البحصي، 2005، دراسة استطلاعية للواقع الفلسطيني بعنوان (تكنولوجيا المعلومات الحديثة وتوفيرها لمتخذي القرارات الإدارية في منظمات الأعمال)، وقد تم استخدام طريقة الاستبانة لجمع المعلومات، وكانت نتيجة هذه الدراسة أن الجزء الأكبر من الشركات الفلسطينية لا تستخدمها إنما تقوم بذلك بشكل جزئي فقط، وقد تبين أن عدم معرفة المدراء بأهمية الانترنت نابع من ضعف إمكانياتهم في اللغة الانجليزية، في حين تطرقت دراسة قدور وياسين، 2006، دراسة بعنوان "نموذج مقترح لدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات على

الاستخدام الأمثل للموارد في المنشأة"، الأردن، واعتمدت هذه الدراسة أيضا على طريقة الاستبانة في التقصي عن المعلومات، توصلت الدراسة إلى أن ما يحصل عليه المنتج من خفض في التكلفة التسويقية نتيجة لتغير تكنولوجيا المعلومات يتناسب طرديا مع مرونة الطلب بشرط ثبات مرونة العرض، **سعيد فرح العلاوانة، 2006**، بعنوان " مدى تأثير الاستثمار في التكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء المالي للشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية"، أطروحة دكتوراه، الأردن، وتوصلت هذه الدراسة الى نتائج التالية: الاستخدام الواسع للصراف الآلي وقدرت نسبته بـ 85%، بينت الدراسة أن السبب الرئيسي لعدم انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية هو غياب الدور الإعلامي، صعوبة الاستخدام وعدم توفر الأمان والسرية، أما دراسة **لحمير عباس، 2017**، بعنوان "الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات الاقتصادية"، حيث أكدت هذه الدراسة أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي وسيلة فاعلة في خدمة استراتيجية المؤسسات تعمل على خلق النوعية والفعالية والتميز.

في حين الدراسة التالية قامت بدراسة متغير اليقظة الاستراتيجية، فدراسة **Françoi brouard، 2004**، والتي كانت تحت عنوان "تطوير أداة تشخيصية لممارسات اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، تم إجراء الدراسة الميدانية على 6 مؤسسات متوسطة كندية بمشاركة 33 خبير، وخرجت هذه الدراسة بتطوير أداة تشخيصية لممارسات اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال بناء نموذج أولي كنظام خبير، أما دراسة **العبداني حبيبة، 2016**، بعنوان: اليقظة الاستراتيجية كخيار استراتيجي لتعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"، تم اعتماد طريقة الاستبانة في جمع المعلومات، تم استخلاص لوجود علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.01$) بين اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية، و دراسة ، **Nicoles Lesca** "، 2002، والتي تحت عنوان:

Construction du sens; le cas de la veille stratégique et de l'exploitation collective des signes d'alerte précoce (Application aux entreprises tunisiennes)".

الهدف منها هو البحث عن إمكانية يتم إدماج الانترنت كأداة من لليقظة، كما أن هذه الدراسة كانت عبارة عن تنمة لدراسة **Sophie Espitalier، 2000**، والتي كانت بعنوان:

"l'intégration d'Internet en tant qu'outil de veille dans une entreprise internationale".

أما دراسة نادية رافع، خالد شاقى، 2015، والتي كانت بعنوان "واقع اليقظة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية في الجزائر، دراسة حالة بنك السلام _الجزائر_"، فقد أظهر نتائجها ذلك النقص في اعتماد اليقظة الاستراتيجية، كما أظهرت وجود ادراك كبير وسط المستجوبين لقيمة واهمية اليقظة الاستراتيجية.

كما وجدت دراسة رضوان أنساعد، حليلة قمرى، 2020، وكانت هذه الأخيرة تجمع بين كلا متغير الدراسة، فهي تحت عنوان "مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل خلية اليقظة الاستراتيجية" دراسة تحليلية بمؤسسة كوندور، اعتمدت أيضا على الاستبانة لجمع المعلومات، استخلصت هذه الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية بأبعادها الثلاثة بمؤسسة كوندور، وعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المركز الوظيفي، سنوات الخبرة).

أما دراستنا فتندرج تحت عنوان "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة AMC" بالعلمة، اشتركت هذه الدراسة مع سابقاتها بطريقة جمع البيانات، كما درست نفس متغيرات دراسة رضوان أنساعد، حليلة قمرى، واختلفت معها في مؤسسة محل الدراسة.

خلاصة الفصل

حاولنا من خلال هذا الفصل الإلمام بالجوانب النظرية للموضوع حيث تم التطرق للمفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها، كما تطرقنا إلى خصائص وأنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومجالاتها واستخداماتها، كما تم التطرق إلى مفهوم اليقظة الاستراتيجية وتطورها التاريخي، أهدافها وأهميتها، أنواعها أبعادها، كما اعتمدنا في دراستنا على الدراسات السابقة التي لها صلة بالموضوع.

الفصل الثاني:
الدراسة الميدانية لمؤسسة

AMC

تمهيد:

بعد استعراضنا في الفصل الأول لأهم المفاهيم النظرية المتعلقة بكل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الاستراتيجية، سيتم في هذا الفصل التطبيقي إسقاط أهم الأسس النظرية السابقة، كما يسمح لنا لا محالة بالتأكد من الفرضيات التي وضعناها في مستهل بحثنا، بحيث يتناول هذا الفصل منهجية الدراسة ويبين مجتمع وعينة الدراسة كما يوضح الأبعاد التي جاءت في تكنولوجيا المعلومات واليقظة الاستراتيجية على حد سواء، وهذا بغرض جمع البيانات اللازمة، والإجراءات العلمية المستخدمة في التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة، والكيفية التي طبقت بها الدراسة الاستطلاعية وكذا الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل بيانات الدراسة .

المبحث الأول: تقديم المؤسسة محل الدراسة.

المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة.

أولاً: تقديم المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس و المراقبة [AMC].

تعتبر المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس من أهم وأقدم المشاريع الإقتصادية على مستوى ولاية سطيف، والوحيدة من نوعها على المستوى الإفريقي في مجال صناعة الميكانيك الدقيقة، أنشأت بعد إعادة الهيكلة العضوية، التي مست مؤسسة سونلغاز طبقا للمرسوم 83/63 المؤرخ بتاريخ 1953/11/05، هذه المؤسسة تابعة لقطاع الصناعات الثقيلة، تتخصص في صنع مختلف أجهزة القياس و المراقبة المستعملة في قياس الماء، و الكهرباء، والغاز، كما تتخصص أيضا في صناعة بعض أنظمة التحكم الكهربائي، كالمقاييس، وأزرار اللمس، والموصلات الحرارية، وتعد منتجاتها واسعة ومتنوعة، وموجهة لمختلف الاستعمالات المنزلية، والفلاحية، والصناعية أنشأت للصنع بتاريخ 1975/06/12 في جنوب شرق مدينة العلمة، بمساحة 13 هكتار منها ومن مقرها الإجتماعي حيث يتواجد على الطريق الرابط بين مدينة العلمة و مدينة جميلة.

في 19 مارس 1989 دخلت المؤسسة في مرحلة الإستقلالية برأس مال يقدر ب: 30 000 000 دج و ارتفع إلى 10 500 000 دج، وفي 1997 قدر ب: 560 000 000 دج ليصل سنة 2000 إلى 770 000 000 دج وفي سنة 2015 إلى 1 462 825 000 دج.

تقوم المؤسسة بتسويق أجهزة العد و القياس و التنظيم و الحماية و لواحق هذه الأجهزة ومكوناتها، كذلك من مهامها البحث والتنمية و الإستيراد والتصدير وقد دخلت عملية الإنتاج تدريجيا بعد حصولها على الفحص من قبل أصحاب المنتج الأصليين.

ثانيا: تقديم منتجات المؤسسة الوطنية للإنتاج أجهزة القياس و المراقبة.

تقم المؤسسة بتسويق تشكيلة متنوعة من المنتجات ذات الجودة العالية، التي تغطي كل مجالات القياس المراقبة، التحكم، الحماية، وتوضح مختلف منتجاتها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (02): أهم منتجات مؤسسة AMC.

الخط	المنتجات	الدخول في الإنتاج	الطاقة السنوية	التشكيلية	مانح الرخصة
الكهرباء	-أحادي القطب 5161		700.000	قواطع	ABB
	-ثنائي القطب				
	-تفاضلي F 191	1985	300.000		STOTX
	رباعي الأقطاب	1985	45.000		ألمانيا
	تفاضلي F 194	1985			
	-أحادي الطور	1980	220.000	عداد كهرباء	LANDIZ
	-ثلاثي الطور	1980	40.000		AND GYR
	-أزرار التماس القوة LC ID		200.000	أزرار إلتماس	TELE
	موصلات حرارية LR ID		100.000	موصلات	MECANIQUE
	-قاطع أزرار LE IP	1980	35.000	حرارية	فرنسا
	-أزرار إلتماس				
	مساعدة CA2DN		50.000		
	-غلب أزرار نحاس MAIP		85.000		
	-منتجات غاز AC 5 M		70.000	منتجات	AMCD
	السوائل	-منظم غاز 18933-1293B		70.000	غاز
-قذف واحد 3م ³ /سا SNR				عداد	AQNA METRO
-قذف متعدد 3م ³ /سا SNR				الماء	سويسرا
قذف متعدد 5م ³ /سا SNR			200.000		
-50			1.200	موزع بنزين	NVOVO
-90			300		إيطاليا

المصدر: وثائق داخلية للمؤسسة.

من خلال الجدول يتضح أن أغلب منتجات المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس، ناجحة في الحصول على تراخيص من أحسن الشركات الأجنبية التي تنشط على المستوى العالمي.

وقد بلغ عدد العمال 550 عامل من بينهم:

-الإطارات: 133.

-المتحكمون 150.

-المنفذون 267.

المطلب الثاني: أهمية وأهداف وأهم المؤسسات التي تتعامل معها مؤسسة AMC.

أولاً: الأهمية الاقتصادية للمؤسسة الوطنية لإنتاج أجهزة القياس والمراقبة.

باعتبار المؤسسة " ENAMC " الوحيدة من نوعها في الوطن التي تنتج العدادات وأجهزة القياس المختلفة، فإنها تعتبر ذات أهمية اقتصادية بالغة فهي:

- تستجيب للطلبات الوطنية من منتج العدادات وأجهزة القياس والتي تشهد طلبا متزايدا ودائما.

- تقوم بخلق صناعة جيدة وحديثة في مجال الميكانيك الدقيقة.

- نظرا لكثرة منتجاتها وتنوع خدماتها، فهي توفر بذلك مناصب شغل جديدة، وتعمل على التخفيض من أزمة البطالة في الوطن.

- كون المؤسسة تقوم بالتصدير والاستيراد، مما جعلها تكون علاقات مع أكبر المتعاملين الاقتصاديين في العالم.

- كون المؤسسة هي الوحيدة من نوعها على المستوى الإفريقي، فهذا جعل الإقبال الواسع على منتجاتها يزيد من سنة إلى أخرى.

ثانيا: أهداف المؤسسة الوطنية لإنتاج أجهزة القياس والمراقبة.

تسعى المؤسسة إلى تلبية احتياجات السوق من العدادات وأجهزة الرقابة كما تطمح أيضا لتصدير منتجاتها عبر دخولها في شراكة مع الأجانب لتطوير الإمكانيات التكنولوجية المتوفرة لديها بغية تطوير منتجاتها، ويمكن أن توجز الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها فيما يلي:

- تلبية حاجيات السوق الوطنية من أجهزة القياس والمراقبة.

- تصدير منتجاتها إلى الخارج وخصوصا بلدان المغرب العربي وإفريقيا.

- تطوير وتوسيع تشكيلة منتجاتها.

إعادة الاعتبار للصناعة الثقيلة خاصة الصناعات الميكانيكية الدقيقة.

البحث عن شركاء أجنبى بغبة جذب أحدث التكنولوجيات المستخدمة فى الخارج.

ثالثا: أهم المؤسسات التى تتعامل معها المؤسسة:

تعتبر المؤسسة الوطنية لإنتاج أجهزة القياس والرقابة، من أهم المشاريع الاقتصادية على المستوى الوطنى والإفريقي، وينعكس ذلك على حجم العلاقات التجارية التى تربطها بكبار المؤسسات، سواء كانت داخلية أم خارجية ويمكن تقسيم هذه المؤسسات، بمجموعتين رئيسيتين:

1. المؤسسات الوطنية: تضم هذه الفئة جميع المؤسسات المحلية التى تساهم فى تمويل المؤسسة، بمختلف

اللوازم التى تساعد على القيام بنشاطها، ويمكن حصر هذه المؤسسات التى تتعامل معها المؤسسة فى:

- BCR عين الكبيرة تمون الشركة باللوالب.
- ENIP ولاية سكيكدة تمون المؤسسة بالمواد الأولية.
- NAFTAL بالعلمة تمون المؤسسة بالزيت.
- ENIP للطلاع والدهن، تمون المؤسسة بالدهن.
- SMC تقع فى بازر سكرة تمون المؤسسة بالورق.
- SOVTELEC الجزائر العاصمة تمون المؤسسة بالمواد المساعدة فى عملية التلحيم.

2. المؤسسات الأجنبية:

- B.MASON إنجليزية تمون المؤسسة بالمواد المعدنية.
- CIBA GEIYOI فرنسية تمون المؤسسة بالمواد الكيميائية.
- PERSTROP إيطالية تمون المؤسسة بالمواد الأولية.
- GEBEAUET GRILLA النمساوية تمون المؤسسة بالمواد الكيميائية.
- KRUBERLU BRIC ATE بلجيكية تمون المؤسسة بالمواد الأولية.
- A.B.B الألمانية تمون المؤسسة بالمواد الكيميائية، قطع الغيار، مواد ثانوية.

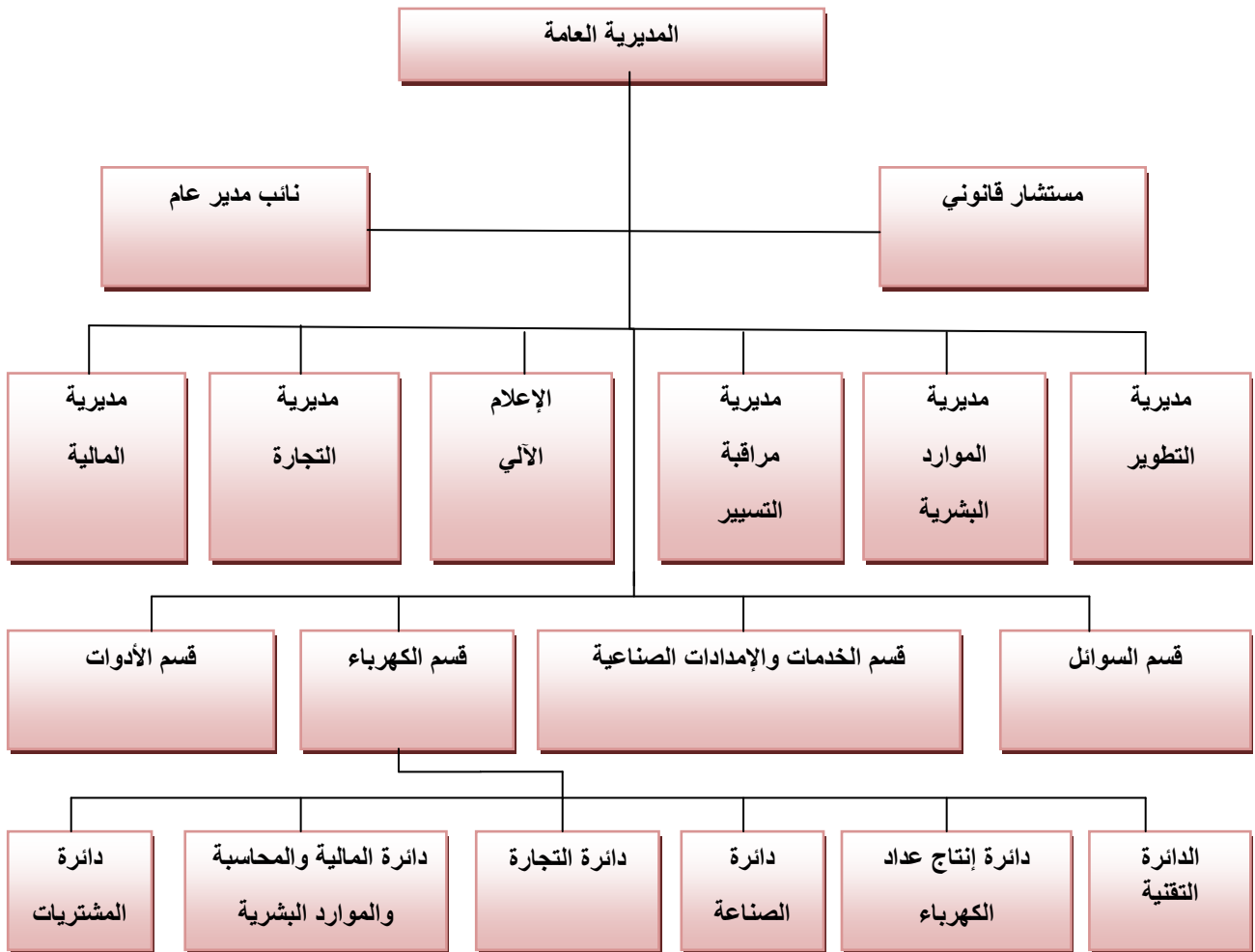
- ALLUBEU ZIREU سويسرية تمون المؤسسة بالمواد الأولية.

- AUGUST KREMPEZ ألدانية تمون المؤسسة بالمواد الأولية.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

تقوم المؤسسة الوطنية لأجهزة القياس والرقابة بتأدية مهامها أو وظيفتها، من خلال اعتمادها على الهيكل التنظيمي التالي:

الشكل رقم (06): الهيكل التنظيمي لمؤسسة AMC .



المصدر: دائرة الموارد البشرية.

المبحث الثاني: الطرق والأدوات.

يبرز هذا العنصر الطرق والأدوات التي اعتمدنا عليها في جمع المعلومات المتعلقة بهذه الدراسة.

المطلب الأول: الطريقة أدوات الدراسة.

أولاً: الطريقة المتبعة.

تحديد منهج الدراسة: من أجل تحقيق أهداف دراستنا والتي يدور محتواها حول دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل نظام اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة AMC بالعلمة وسعيًا للإجابة على الإشكالية المطروحة "ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين نظام اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة AMC"، اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي.

مجتمع الدراسة: انصبت هذه الدراسة على المديرين في المستويات الوسطى والإشرافية بمؤسسة AMC كمجتمع دراسة حيث تم توزيع (40) استمارة على مجتمع الدراسة.

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات والاتصال)
- المتغير التابع (اليقظة الاستراتيجية)

ثانياً: أدوات الدراسة.

1. الأدوات الإحصائية المستخدمة.

من أجل تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال قوائم الإستبيان، تمت عملية تفرغ البيانات في برنامج Excel والإستعانة ببرنامج Spss، حيث تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية وذلك على النحو التالي:

- استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة.
- استخدام المتوسطات الحسابية.
- استخدام الانحرافات المعيارية.

• أساليب تحليل الانحدار والارتباط لإثبات وجود علاقة بين إدارة المسارات المهنية وسلوك المواطنة التنظيمية.

• معامل الثبات معيار كرونباخ ألفا.

• (One way ANOVA) اختبار تحليل التباين الأحادي.

2. الأدوات المستخدمة في جمع البيانات.

_ الإستبيان:

في موضوع بحثنا هذا سيتم الاعتماد على الاستبيان بشكل كبير كوسيلة لجمع البيانات الخاصة بالدارسة ويتكون الاستبيان من جزئين يتمثلان في:

الجزء الاول: ويتعلق بالمعلومات الشخصية لعينة عمال AMC مثل: (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الخبرة في مجال العمل، الرتبة الوظيفية، عدد الدورات التدريبية).

الجزء الثاني: يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحتوي على 14 عبارة.

الجزء الثالث: يتعلق بأبعاد اليقظة الاستراتيجية ويحتوي على 12 عبارة.

وتم الاعتماد على سلم ليكرت الخماسي كأداة لقياس اتجاهات العاملين، وتم وضع الأوزان كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(03): يوضح الأوزان في سلم ليكرت الخماسي.

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
5	4	3	1

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الاستبيان.

كما تم الاعتماد على المتوسط الحسابي بمجالاته الموضحة في الجدول رقم(1) وذلك لتفسير مستوى ومعدل إجابات أفراد العينة على كل عبارة من عبارات الاستبيان أو على كل محور من محاور الاستبيان.

الجدول رقم (04): تقسيم متوسطات العينات.

المجالات	درجات السلم	الإجابة
غير موافق بشدة	1	من 1 إلى 1.79
غير موافق	2	من 1.80 إلى 2.59
محايد	3	من 2.60 إلى 3.39
موافق	4	من 3.40 إلى 4.19
موافق بشدة	5	من 4.20 إلى 5

المصدر: من إعداد الطالبة.

ويوضح الجدول الموالي عدد الاستبيانات الموزعة.

الجدول رقم (05): يوضح الاستبيانات الموزعة والمستردة.

البيان	العاملين	النسبة %
الاستمارات الموزعة	40	100%
الإستمارات المستردة	40	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج Spss.

_ الملاحظة العلمية :

بحيث تم الاعتماد على الملاحظة و الذي كان لها دور كبير في فسح المجال لاستكشاف ميدان الدراسة والتعرف على الفروع والهياكل و المصالح، وذلك من خلال الزيارات والتنقل بمختلف الأماكن بميدان الدراسة والتي سمحت بالتعرف على طبيعة وظروف العمل وملاحظة سلوك وعلاقات العمال.

3. صدق وثبات الاستبيان.

لقد تمت إجراء عدد من الاختبارات على الاستبيان للتأكد من صحته وثباته مستخدما في ذلك تحكيم الاستبيان من خلال محكمين متخصصين في هذا الموضوع، بالإضافة للاختبارات اللازمة للتحقق من الصدق والثبات.

– صدق المحكمين:

ولغرض معرفة مدى وضوح أسئلة الاستبيان فقد تم عرضها على الأستاذ المشرف للتعرف على توجيهاته، وبعد ذلك تم صياغة العبارات بشكل ملائم وأكثر وضوحا وبساطة لتظهر في شكلها النهائي.

– ثبات الاستبيان:

لقد تم فحص عبارات الاستبيان من خلال مقياس ألفا كرونباخ، الموضح في الجدول الذي في الأسفل لحساب ثبات المقياس.

فلو حظ ان معامل الثبات لمؤسسة AMC نسبتها مقبولة، وتعد هذه النسبة ذات دلالة إحصائية عالية وتفي بأغراض الدراسة. بحيث يجب ان لا تقل قيمة المعامل عن 60 % لكي نعتمد النتائج المتوصل إليها في البحث.

جدول رقم (06): معاملات الثبات AMC باستخدام طريقة ألفا لاكروبانخ.

المؤسسة	AMC
معامل ألفا لاكروبانخ	0,979

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج Spss.

من الجدول نلاحظ أن معامل ألفا يصل إلى 97,9 %، حيث تعتبر ذو مستوى ممتاز من الثقة والثبات ، وهذا يعني أن هناك استقرار بدرجة عالية في نتائج الاستبيان وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعه على أفراد العينة عدة مرات .

المطلب الثاني: النتائج والمناقشة.

نعرض في هذا العنصر مخرجات البرنامج المستخدم في معالجة معلومات العينة المدروسة، وكذا إثبات أو نفي الفرضيات التي انطلقت منها الدراسة.

• عرض نتائج الدراسة:

أولاً: خصائص عينة الدراسة

قصد التعرف على الخصائص الديمغرافية للأفراد المشاركين في الدراسة الميدانية قسمناه كما يلي:

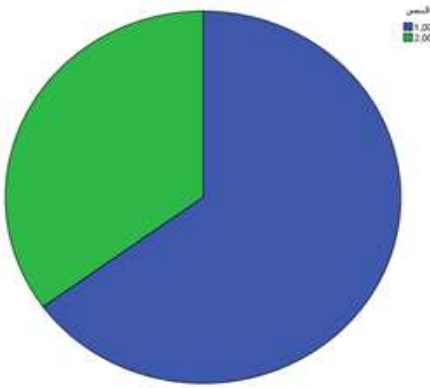
1_ توزيع عينات الدراسة حسب متغير الجنس

شكل رقم(07): يمثل الدائرة النسبية

جدول رقم(07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

لمتغير الجنس.

متغير الجنس.



النسبة %	التكرار	الجنس
%60	26	ذكر
%40	14	أنثى
%100	40	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على نتائج التحليل الإحصائي spss.

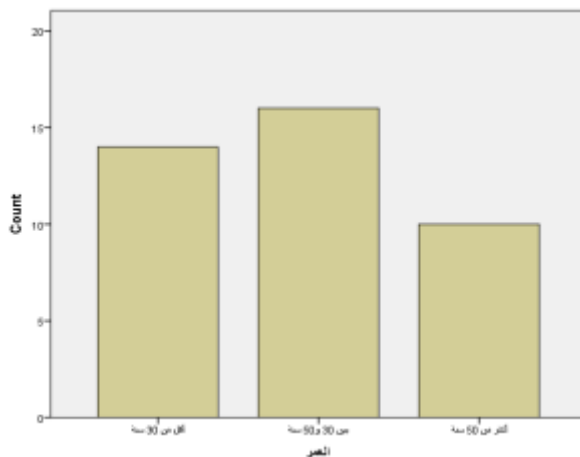
من خلال الجدول السابق يتضح لنا توزيع النسب حسب الجنس لأفراد العينة حيث نلاحظ أن أغلب عينة الدراسة كانوا كلهم ذكور و ذلك بنسبة 65 % أما الإناث بنسبة 35 % و بالتالي فإن أغلب العاملين في مؤسسة AMC من الذكور، و يفسر ذلك باعتماد نشاط المؤسسة على فئة الذكور.

2_ توزيع عينات الدراسة حسب متغير العمر.

شكل رقم(08): يمثل الشكل البياني لفئة العمر.

جدول رقم (08): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

متغير العمر.



النسبة (%)	التكرار	فئة العمر
%8	4	أقل من 30 سنة
%64	32	من 30 الى أقل من 40 سنة
%22	11	من 40 الى أقل من

		50 سنة
6%	3	من 50 فما فوق
100%	50	المجموع

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على نتائج التحليل الإحصائي spss .

يتضح من خلال الجدول السابق ان الأفراد الذين أعمارهم أقل من 30 سنة والتي كانت بنسبة 35% وكذا الأفراد الذين كانت أعمارهم بين 30 و 50 سنة بنسبة 40% اما الأفراد الذين اعمارهم اكبر من 50 سنة فكانت بنسبة 25% و هي أقل نسبة، هذه النتيجة تدل على أن المؤسسة تعتمد على عنصر الشباب أكثر من غيره من الفئات العمرية الأخرى.

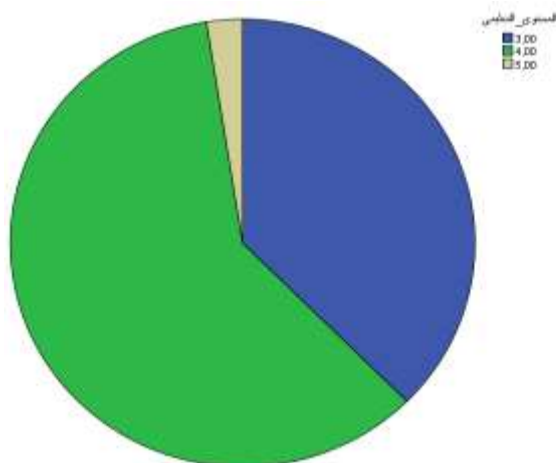
3_ توزيع عينات الدراسة حسب المستوى التعليمي.

شكل رقم(09): توزيع افراد العينة حسب

جدول رقم (09): يوضح توزيع افراد العينة

متغير المستوى التعليمي

حسب متغير المستوى التعليمي.



النسبة (%)	التكرار	المستوى التعليمي
0%	0	ابتدائي
37.5%	15	ثانوي
60%	24	جامعي
2.5%	1	دراسات عليا
100%	50	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على نتائج التحليل الإحصائي spss.

يتضح من الجدول أن المستوى التعليمي لأغلب أفراد عينة الدراسة هو جامعي حيث كانت نسبته 60%، في حين أن المستوى الابتدائي لعمال المؤسسة يبلغ 0%، أما مستوى الثانوي فبلغ 37.5%، أما الدراسات العليا

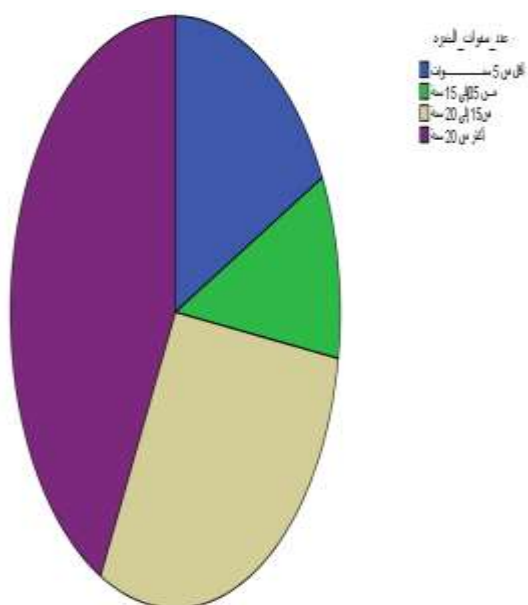
فنسبتها 2.5 % ، وهذا المؤشر يدل على ان مؤسسة بدر تعتمد بالدرجة الأولى على الكفاءات الجامعية نظرا لطبيعة العمل الذي يتطلب ذلك.

4: توزيع عينات الدراسة حسب سنوات الخبرة.

جدول رقم(10): يوضح توزيع افراد العينة حسب شكل رقم (10): يمثل الدائرة النسبية حسب

متغير سنوات الخبرة.

متغير سنوات الخبرة.



سنوات الخبرة	التكرار	النسبة (%)
أقل من 5 سنوات	7	17.5%
من 5 إلى 15 سنة	4	10%
من 15 إلى 20 سنة	12	30%
أكثر من 20 سنة	17	42.5%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائي spss.

تشير النتائج في الجدول أن الفئة العمرية (أكثر من 20 سنة) تحصلت على أكبر نسبة 42.5 % ثم تليها الفئة (من 15 إلى 20 سنة) بنسبة 30% ثم تليها (أقل من 5 سنوات) بنسبة 17.5% و(15 إلى 20 سنة) بنسبة 10 % .

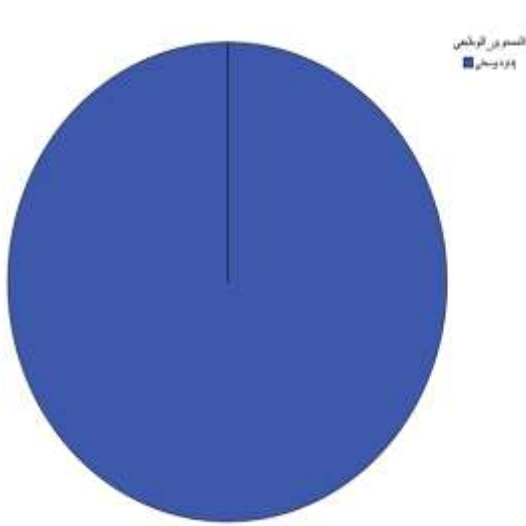
5: توزيع عينات الدراسة حسب المستوى الوظيفي.

شكل رقم (11): يمثل الدائرة النسبية

جدول رقم(11): يوضح توزيع افراد العينة حسب

متغير المستوى الوظيفي.

متغير المستوى الوظيفي.



النسبة %	التكرار	المستوى الوظيفي
%100	40	الإدارة الوسطى
%0	0	إدارة الاشراف

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من الجدول السابق أن المستوى الوظيفي لكل أفراد عينة الدراسة هو الإدارة الوسطى حيث كانت نسبته %100.

ثانيا: عرض و تحليل البيانات.

و من أجل تحليل بيانات العبارات اعتمدنا على مقياس " ليكارت " ذي 5 درجات الذي تم ذكره سابقا، و النتائج التالية توضح ذلك:

1_ تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

جدول رقم (12): تحليل أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	انحراف معياري	المستوى
1	تطور المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتسهيل عملية تبادل المعلومات.	4,0750	1,251	موافق
2	تستخدم المؤسسة الوسائل المعلوماتية (الحاسوب، الفيديو...).	3,9500	1,177	موافق
3	تتحم المؤسسة بالإتفاق على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	3,9500	0,767	موافق
4	لدى المؤسسة شبكة إلكترونية داخلية (أنترانت) لتبادل وتوزيع المعلومات بين العاملين .	3,7000	1,703	موافق
5	توفر المؤسسة قاعدة بيانات متاحة للوحدات والفروع، الأقسام المختلفة.	3,6000	1,938	موافق
6	يمكنني استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أي وقت.	4,0500	0,921	موافق
7	يمكنني التواصل باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع زملائي في أي وقت.	3,3750	1,471	محايد
8	تمكنني تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة من الحصول على المعلومات في الوقت المناسب.	4,1750	0,969	موافق
9	توفر لي المؤسسة حاسوب مرتبط بشبكة داخلية للمؤسسة.	4,3750	0,702	موافق بشدة
10	تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الترويج لمنتجاتها.	3,9750	0,948	موافق
11	تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التواصل مع الخارج.	3,2250	2,025	محايد
12	تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقليل الوقت.	3,1500	1,567	محايد
13	تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين العمليات.	3,9250	1,507	موافق
14	تعتمد المؤسسة على تقنيات وبرامج حديثة.	4,0000	1,179	موافق
	المتوسط العام لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	3,8232	1,119	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن المتوسط العام ل فقرات هذا البعد المتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال في AMC بلغ (3,82) وانحراف معياري (1,11) هذا ما يدع على أن المتوسط الحسابي أكبر من المتوسط الفرضي الذي يقدر ب 3، وبالتالي فإن كل المتوسطات الحسابية المستخرجة لأفراد عينة الدراسة من خلال استجابتهم على عبارات هذا المحور إذا فاقت المتوسط الفرضي فهذا يعني أن العبارة متوسطة الأهمية أما العبارات التي ما دون المتوسط الفرضي فلا يأخذ بها أو يمكن القول بأنها غير مهمة، وبناء عليه يمكن ترتيب عبارات المحور من حيث الاتجاه كالتالي: فقد احتلت العبارات (9)، (8)، (1) في المراتب الأولى بمتوسط حسابي (4,37)، (4,17)، (4,07) وانحراف معياري (0,70)، (0,96)، (1,25)، في حين جاءت العبارة رقم (10) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3,97)، وانحراف معياري مقدر ب (0,94) كما لوحظ ان كل العبارات في الجدول ذات متوسط حسابي مرتفع مما يدل على أن درجة استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال مرتفعة على مستوى المؤسسة AMC .

2_ أبعاد اليقظة الاستراتيجية.

__ اليقظة التكنولوجية.

جدول رقم (13): تحليل بعد اليقظة التكنولوجية.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	انحراف معياري	المستوى
اليقظة التكنولوجية				
15	تتبع المؤسسة أحر المستجدات العلمية والتكنولوجية.	3,5000	1,590	موافق
16	تعتمد المؤسسة المقارنة التطويرية.	3,7750	1,358	موافق
17	تبرم المؤسسة على الابتكارات التكنولوجية.	3,6750	1,815	موافق
18	تسعى المؤسسة لشراء التراخيص.	4,2750	0,666	موافق بشدة
	المتوسط العام	3,8063	1,213	موافق

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن المتوسط العام لقرارات هذا البعد المتعلق اليقظة التكنولوجية في AMC بلغ (3,80) وانحراف معياري (1,21) هذا ما يدع على أن المتوسط الحسابي أكبر من المتوسط الفرضي الذي يقدر ب 3، وبالتالي فان كل المتوسطات الحسابية المستخرجة لأفراد عينة الدراسة من خلال استجابتهم على عبارات هذا المحور إذا فاقت المتوسط الفرضي فهذا يعني أن العبارة متوسطة الأهمية أما العبارات التي ما دون المتوسط الفرضي فلا يأخذ بها أو يمكن القول بأنها غير مهمة، وبناءا عليه يمكن ترتيب عبارات المحور من حيث الاتجاه كالتالي: فقد احتلت العبارات (18)، (16)، (17) في المراتب الأولى بمتوسط حسابي (4,27)، (3,77)، (3,67) وانحراف معياري (0,66)، (1,35)، (1,81)، في حين جاءت العبارة رقم (15) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3,50) وانحراف معياري مقدر ب (1,59) كما لوحظ ان كل العبارات في الجدول ذات متوسط حسابي مرتفع مما يدل على أن اليقظة التكنولوجية مرتفعة على مستوى المؤسسة AMC.

– اليقظة التنافسية.

جدول رقم (14): تحليل اليقظة التنافسية.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف معياري	المستوى
اليقظة التنافسية				
19	تراقب المؤسسة بشكل روتيني الحصة السوقية للمنافسين.	2,7000	1,703	محايد
20	تتحرى المؤسسة عن الاستراتيجيات المتبعة من قبل المنافسين في إعداد تشكيلة المبيعات الجديدة .	2,8750	1,497	محايد
21	تقوم المؤسسة بالتحري عن القرارات الاستراتيجية للمنافسين.	2,6500	1,105	محايد
22	تقوم المؤسسة بالبحث المعمق عن الأسواق والمنافسة.	2,3250	2,020	غير موافق
	المتوسط العام	2,7000	1,703	محايد

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج الإستبيان.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن المتوسط العام لقرارات هذا البعد المتعلق اليقظة التكنولوجية في AMC بلغ (2,70) وانحراف معياري (1,70) هذا ما يدع على أن المتوسط الحسابي أقل من المتوسط الفرضي الذي يقدر

ب 3، وبالتالي فإن كل المتوسطات الحسابية المستخرجة لأفراد عينة الدراسة من خلال استجابتهم على عبارات هذا المحور إذا فاقت المتوسط الفرضي فهذا يعني أن العبارة متوسطة الأهمية أما العبارات التي ما دون المتوسط الفرضي فلا يأخذ بها أو يمكن القول بأنها غير مهمة، وبناءا عليه يمكن ترتيب عبارات المحور من حيث الاتجاه كالتالي: فقد احتلت العبارات (20)، (19)، (21) في المراتب الأولى بمتوسط حسابي (2,87)، (2,70)، (2,65) وانحراف معياري (1,49)، (1,70)، (1,10)، في حين جاءت العبارة رقم (22) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2,32) وانحراف معياري مقدر ب (2,02)، وفي هذه الاخيرة يظهر لنا أن تباين له نفس قيمة المتوسط الحسابي وهذا ما يدل على أن العاملين ليس لهم علاقة على بالبحث المعمق عن الأسواق والمنافسة، كما لوحظ ان كل العبارات في الجدول ذات متوسط حسابي متوسط مما يدل على أن اليقظة التنافسية متوسطة على مستوى المؤسسة AMC .

- اليقظة التجارية.

جدول رقم (15): تحليل بعد اليقظة التجارية.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
اليقظة التجارية				
23	تسعى المؤسسة لاقتناص الفرص.	3,6000	1,477	موافق
24	تسعى المؤسسة لتقديم منتجات بأسعار مقبولة لدى العملاء.	3,5000	1,795	موافق
25	تعمل المؤسسة على تتبع مصادر الموردين.	3,5750	1,379	موافق
26	تتحرى المؤسسة عن الاستراتيجيات المتبعة من قبل المنافسين في التعامل مع الموردين.	2,9250	1,917	محايد
	المتوسط العام	3,4000	1,570	موافق
	المتوسط العام لليقظة الاستراتيجية	3,2813	1,333	محايد

المصدر: من إعداد الطاب بناء على نتائج الإستبيان.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن المتوسط العام ل فقرات هذا البعد المتعلق اليقظة التكنولوجية في AMC بلغ (3,28) وانحراف معياري (1,33) هذا ما يدع على أن المتوسط الحسابي أكبر من المتوسط الفرضي الذي يقدر

ب 3، وبالتالي فإن كل المتوسطات الحسابية المستخرجة لأفراد عينة الدراسة من خلال استجابتهم على عبارات هذا المحور إذا فاقت المتوسط الفرضي فهذا يعني أن العبارة متوسطة الأهمية أما العبارات التي ما دون المتوسط الفرضي فلا يأخذ بها أو يمكن القول بأنها غير مهمة، وبناء عليه يمكن ترتيب عبارات المحور من حيث الاتجاه كالتالي: فقد احتلت العبارات (23)، (25)، (24) في المراتب الأولى بمتوسط حسابي (3,60)، (3,57)، (3,50) وانحراف معياري (1,47)، (1,37)، (1,79)، في حين جاءت العبارة رقم (26) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2,92)، وانحراف معياري مقدر ب (1,91) كما لوحظ ان كل العبارات في الجدول ذات متوسط حسابي مرتفع مما يدل على أن اليقظة التجارية متوسطة على مستوى المؤسسة AMC .

المطلب الثالث : اختبار التوزيع الطبيعي للأبعاد:

أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال:

الجدول رقم (16): التوزيع الطبيعي لتكنولوجيا المعلومات.

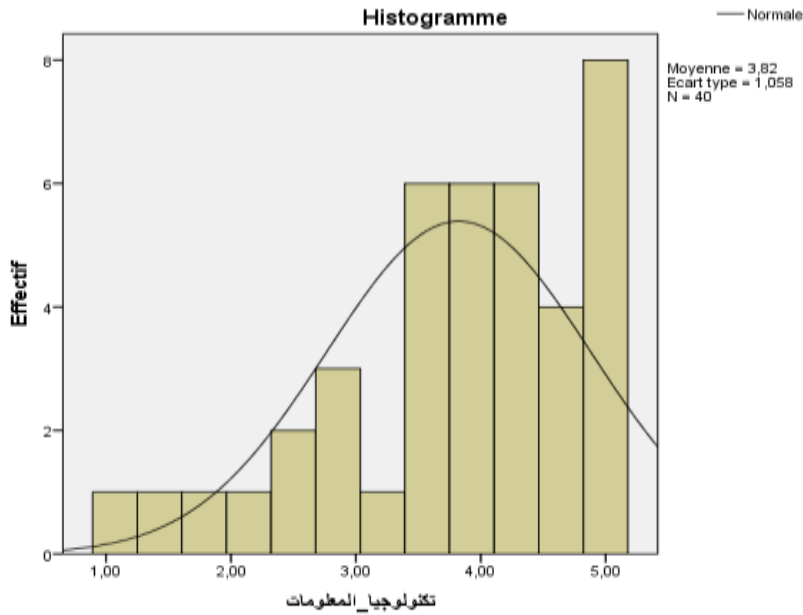
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
المعلومات_تكنولوجيا	0,159	40	0,012	0,902	40	0,002

a. Lilliefors Significance Correction

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

الشكل رقم (12): التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لتكنولوجيا المعلومات.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

بما أن عدد العينة 40 نستخدم Shapiro-Wilk من خلال الجدول السابق:
 نلاحظ ان المعنوية اقل من 5% وبالتالي هذا البعد يتبع التوزيع غير الطبيعي لذا نقوم بتعديله من أجل أن تصبح
 المتغيرات تتبع التوزيع الطبيعي.

لذا نجد حسب برنامج SPSS الجدول التالي:

الجدول رقم (17): التوزيع الطبيعي المعدل لتكنولوجيا المعلومات.

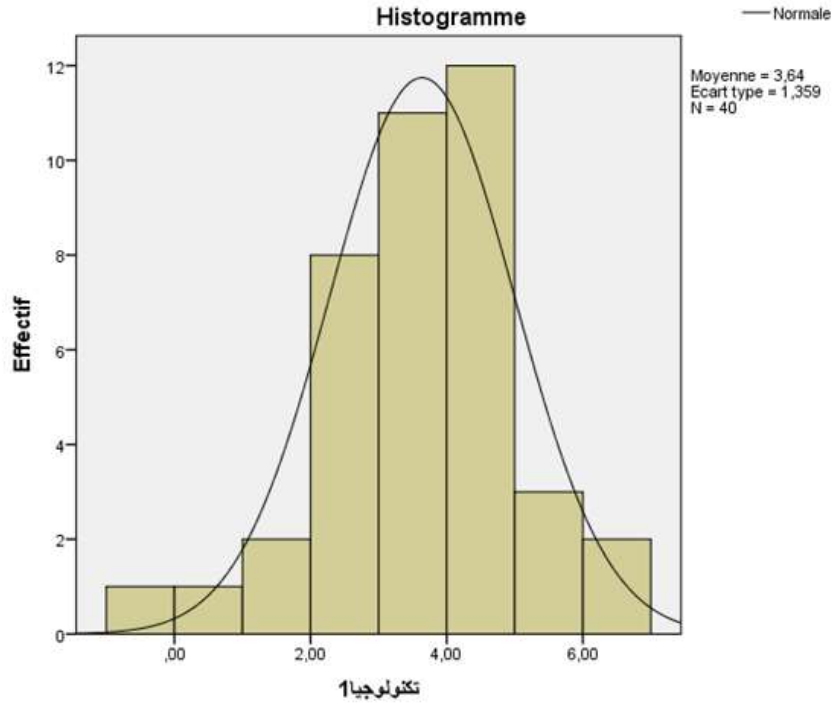
Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistique	Ddl	Significatio n	Statistique	Ddl	Significatio n
1تكنولوجيا	0,072	40	0,200 [*]	0,983	40	0,794

*. Il s'agit d'une borne inférieure de la signification réelle.

a. Correction de signification de Lilliefors

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

الشكل رقم (13): التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال المعدلة.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

بما أن عدد العينة 40 نستخدم Shapiro-Wilk من خلال الجدول السابق:

نلاحظ ان المعنوية أكبر من 5% وبالتالي هذا البعد يتبع التوزيع الطبيعي .

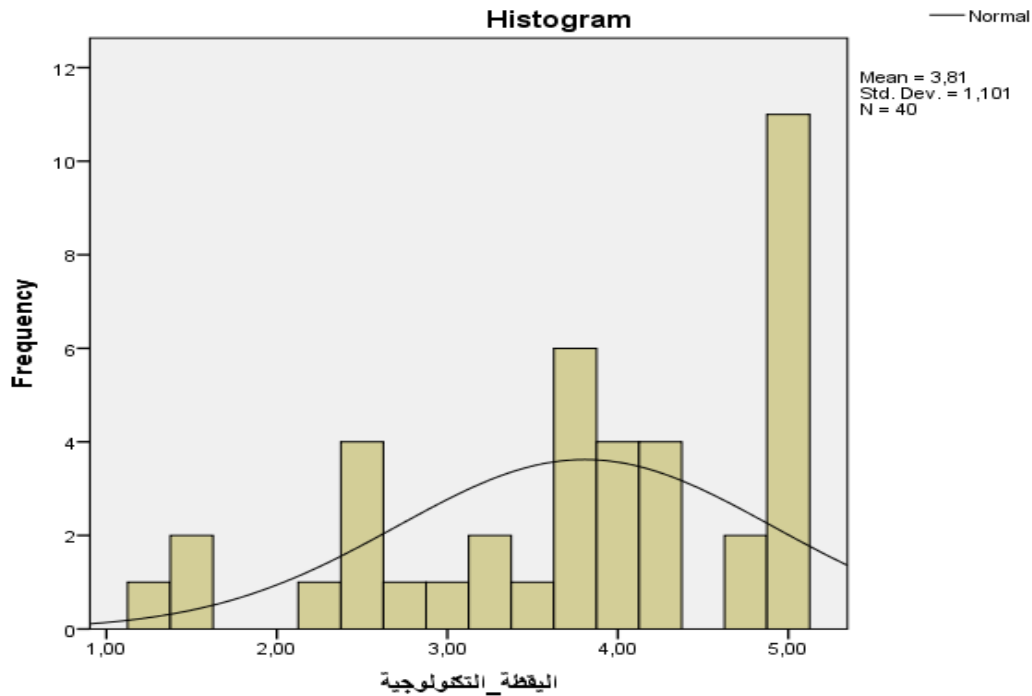
ثانيا: اختبار التوزيع الطبيعي لليقظة التكنولوجية.

الجدول رقم (18): التوزيع الطبيعي لليقظة التكنولوجية.

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
التكنولوجية_اليقظة	0,155	40	0,017	0,895	40	0,001
a. Lilliefors Significance Correction						

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

الشكل رقم (14): التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التكنولوجية.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

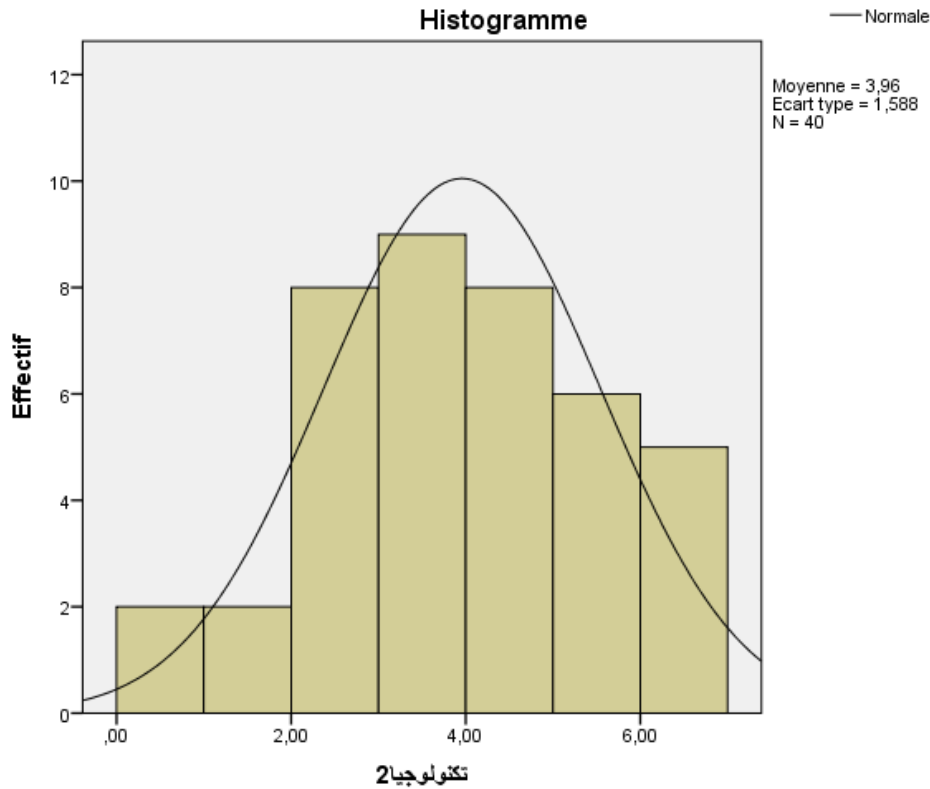
بما أن عدد العينة 40 نستخدم Shapiro-Wilk من خلال الجدول السابق:
 نلاحظ ان المعنوية اقل من 5% وبالتالي هذا البعد يتبع التوزيع غير الطبيعي لذا نقوم بتعديله من أجل أن تصبح
 المتغيرات تتبع التوزيع الطبيعي.
 لذا نجد حسب برنامج SPSS الجدول التالي:

الجدول رقم (19): التوزيع الطبيعي المعدل لليقظة التكنولوجية.

Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiqu e	Ddl	Significati on	Statistiqu e	Ddl	Signification
2تكنولوجيا	0,081	40	0,200*	0,965	40	0,252
* Il s'agit d'une borne inférieure de la signification réelle.						
a. Correction de signification de Lilliefors						

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

الشكل رقم (15): التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التكنولوجية المعدلة.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS

بما أن عدد العينة 40 نستخدم Shapiro-Wilk من خلال الجدول السابق.

نلاحظ ان المعنوية اكبر من 5% وبالتالي هذا البعد يتبع التوزيع الطبيعي.

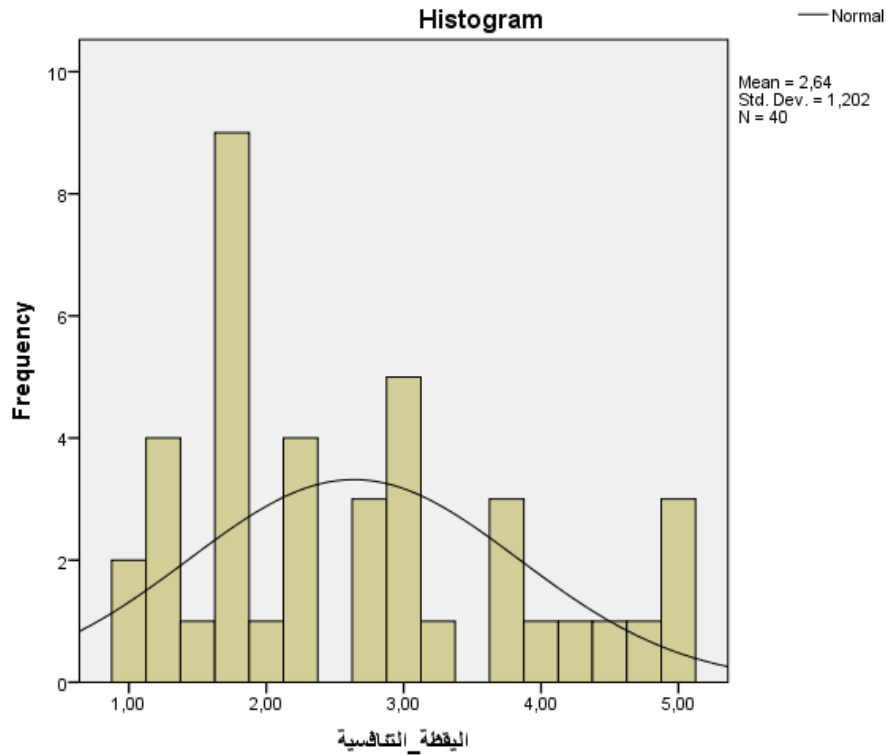
ثالثا: اختبار التوزيع الطبيعي للبعد اليقظة التنافسية:

الجدول رقم (20): التوزيع الطبيعي لليقظة التنافسية.

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
التنافسية_اليقظة	0,170	40	0,005	0,916	40	0,006
a. Lilliefors Significance Correction						

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

الشكل رقم (16): التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التنافسية.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS

بما أن عدد العينة 40 نستخدم Shapiro-Wilk من خلال الجدول السابق:
 نلاحظ ان المعنوية اقل من 5% وبالتالي هذا البعد يتبع التوزيع غير الطبيعي لذا نقوم بتعديله من أجل أن تصبح
 المتغيرات تتبع التوزيع الطبيعي.

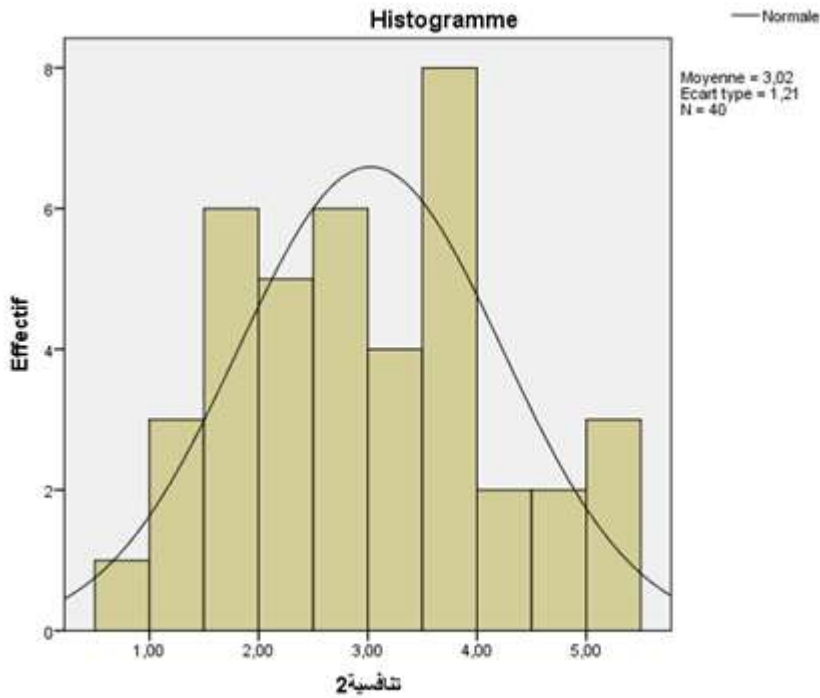
لذا نجد حسب برنامج SPSS الجدول التالي:

تعديل الجدول رقم (21): التوزيع الطبيعي المعدل لليقظة التنافسية.

Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistique	Ddl	Signification	Statistique	Ddl	Signification
2تنافسية	0,084	40	0,200*	0,972	40	0,424
* Il s'agit d'une borne inférieure de la signification réelle.						
a. Correction de signification de Lilliefors						

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

الشكل رقم (17): التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التنافسية المعدلة.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

بما أن عدد العينة 40 نستخدم Shapiro-Wilk من خلال الجدول السابق

نلاحظ ان المعنوية اكبر من 5% وبالتالي هذا البعد يتبع التوزيع غير الطبيعي.

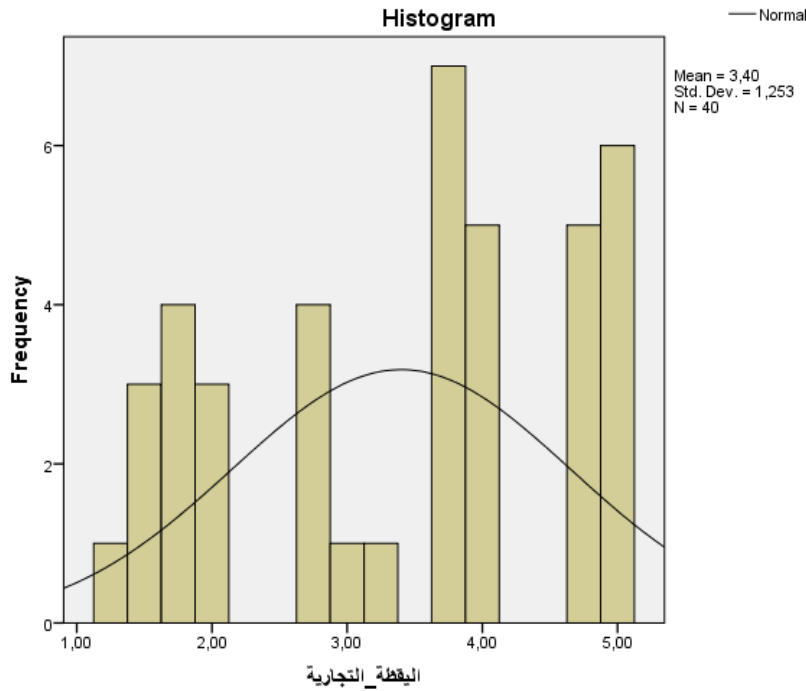
رابعا: اختبار التوزيع الطبيعي للبعد اليقظة التجارية:

الجدول رقم (22): التوزيع الطبيعي اليقظة التجارية.

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
التجارية_اليقظة	0,185	40	0,001	0,898	40	0,002
a. Lilliefors Significance Correction						

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

الشكل رقم (18): التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التجارية.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS

بما أن عدد العينة 40 نستخدم Shapiro-Wilk من خلال الجدول السابق:
 نلاحظ ان المعنوية اقل من 5% وبالتالي هذا البعد يتبع التوزيع غير الطبيعي لذا نقوم بتعديله من أجل أن تصبح
 المتغيرات تتبع التوزيع غير الطبيعي.

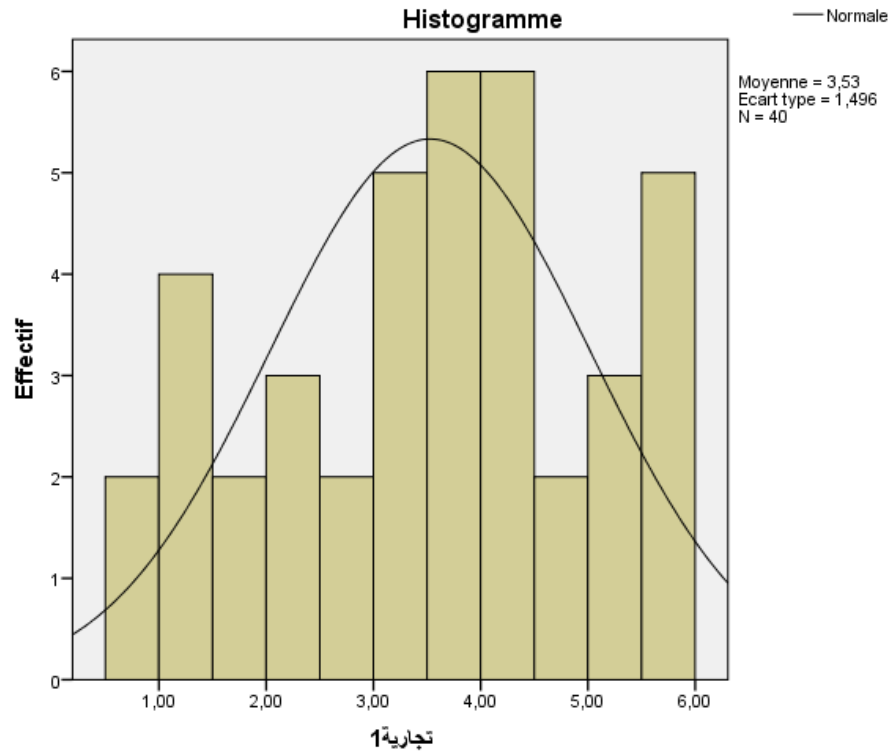
لذا نجد حسب برنامج SPSS الجدول التالي:

الجدول رقم (23): التوزيع الطبيعي لليقظة التجارية.

Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistique	Ddl	Significati	Statistique	ddl	Signification
تجارية اليقظة	0,098	40	0,200*	0,945	40	0,050
* . Il s'agit d'une borne inférieure de la signification réelle.						
a. Correction de signification de Lilliefors						

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

الشكل رقم (19): التمثيل البياني لتوزيع الطبيعي لليقظة التجارية المعدلة.



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS

بما أن عدد العينة 40 نستخدم Shapiro-Wilk من خلال الجدول السابق.

نلاحظ ان المعنوية اكبر من 5% وبالتالي هذا البعد يتبع التوزيع الطبيعي.

المطلب الرابع: اختبار فرضيات الدراسة.

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية.

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية في

مؤسسة AMC عند مستوى أقل أو يساوي $\alpha \leq 0.05$ ، هنا نقوم باختبار صحة الفرضية من خلال مصفوفة

الارتباطات بين المتغيرات كالتالي:

الجدول رقم (24): يوضح العلاقات الارتباطية بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية وتكنولوجيا المعلومات.

Corrélations					
		تكنولوجيا المعلومات والاتصال	اليقظة التكنولوجية	اليقظة التنافسية	اليقظة التجارية
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	Corrélation de Pearson	1	0,559**	0,462**	0,544**
	Sig. (bilatérale)		0,000	0,003	0,000
	N	40	40	40	40

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

من خلال مصفوفة الارتباط في الجدول السابق نلاحظ ان العلاقة بين جميع العبارات هي علاقة طردية ، كما أن العلاقة بين العبارات بشكل عام متوسطة، ماعدا العلاقة بين المتغير التابع تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمتغير المستقل البعد اليقظة التنافسية، والتي هي الوحيدة من نوعها حيث بلغت %2, 46، مما يسمح بقبول الفرضية الرئيسية .

ثانيا: اختبار الفرضية الأولى.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التكنولوجية في مؤسسة AMC عند مستوى أقل أو يساوي $\alpha \leq 0.05$.

للإجابة على هذه الفرضية نستخدم الانحدار الخطي البسيط، حيث يتمثل المتغير التابع في الطاقة التنظيمية والمتغير المستقل في البعد الانساني، وباستخدام برنامج SPSS كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (25): أثر اليقظة التكنولوجية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

البيان	مستوى الدلالة	R	R-deux	معامل الانحدار	الثابت
القيمة	0,000	0,559 ^a	0,313	0,478	1,744

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

يظهر من الجدول أن مستوى الدلالة (0,000) وهي أقل من (0.05) وهذا يبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أن قيمة معامل الارتباط R الذي يقيس قوة العلاقة

بين المتغير المستقل والتابع 55.9% أي درجة الارتباط متوسطة طردية وبالنسبة لمعامل التحديد **R-deux** قدر بـ **0.313** أي أن اليقظة التكنولوجية مسؤولة عن 31.3% من التغيرات الحالة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما معدل الانحدار قدر بـ 0.478 حيث الاعتماد على اليقظة التكنولوجية بوحدة واحدة يؤدي الى تحقيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال بـ 47.8% من هذه الوحدة، مما يسمح بقبول الفرضية ومنه نستخرج العلاقة التالية:

$$Y=0,478X + 1,744$$

حيث: **X** = اليقظة التكنولوجية، **Y** = تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثالثا: اختبار الفرضية الثانية.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التنافسية في مؤسسة AMC عند مستوى أقل أو يساوي $\alpha \leq 0.05$.

للإجابة على هذه الفرضية نستخدم الانحدار الخطي البسيط، حيث يتمثل المتغير التابع في الطاقة التنظيمية والمتغير المستقل في البعد الانساني، وباستخدام برنامج SPSS كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (26): أثر اليقظة التنافسية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

البيان	مستوى الدلالة	R	R-deux	معامل الانحدار	الثابت
القيمة	0,003	0,462 ^a	0,214	0,519	2,069

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

يظهر من الجدول أن مستوى الدلالة (0,003) وهي أقل من (0.05) وهذا يبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أن قيمة معامل الارتباط **R** الذي يقيس قوة العلاقة بين المتغير المستقل والتابع 46.2% أي درجة الارتباط متوسطة طردية وبالنسبة لمعامل التحديد **R-deux** قدر بـ **0,214** أي أن اليقظة التنافسية مسؤولة عن 21.4% من التغيرات الحالة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما معدل الانحدار قدر بـ 0.519 حيث الاعتماد على اليقظة التنافسية بوحدة واحدة يؤدي الى تحقيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال بـ 51.9% من هذه الوحدة، مما يسمح بقبول الفرضية ومنه نستخرج العلاقة التالية:

$$Y=0,519X + 2,069$$

حيث: X = اليقظة التنافسية، Y = تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

رابعا: اختبار الفرضية الثالثة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التجارية في مؤسسة AMC عند مستوى أقل أو يساوي $\alpha \leq 0.05$.

للإجابة على هذه الفرضية نستخدم الانحدار الخطي البسيط، حيث يتمثل المتغير التابع في الطاقة التنظيمية والمتغير المستقل في البعد الانساني، وباستخدام برنامج SPSS كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (27): أثر اليقظة التجارية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

البيان	مستوى الدلالة	R	R-deux	معامل الانحدار	الثابت
القيمة	0,000	0,544 ^a	0,296	0,494	1,894

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج ال SPSS .

يظهر من الجدول أن مستوى الدلالة (0,000) وهي أقل من (0.05) وهذا يبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أن قيمة معامل الارتباط R الذي يقيس قوة العلاقة بين المتغير المستقل والتابع 54.4% أي درجة الارتباط متوسطة طردية وبالنسبة لمعامل التحديد R -deux قدر ب 0,296 أي أن اليقظة التجارية مسؤولة عن 29.6% من التغيرات الحالة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما معدل الانحدار قدر ب 0.494 حيث الاعتماد على اليقظة التجارية بوحدة واحدة يؤدي الى تحقيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال ب 49.4% من هذه الوحدة، مما يسمح بقبول الفرضية ومنه نستخرج العلاقة التالية:

$$Y=0,494X + 1,894$$

حيث: X = اليقظة التجارية، Y = تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

من خلال ما سبق وبعد إثبات صحة الفرضيات السابقة تبين لنا أن اليقظة الاستراتيجية لها أثر معنوي على تكنولوجيا المعلومات والاتصال وهذه النتيجة مقبولة جدا، حيث تسعى المؤسسات الى تحقيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

خلاصة الفصل:

من خلال النتائج المتوصل اليها تبين أن مؤسسة AMC تعتمد على اليقظة الاستراتيجية بأنواعها (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية)، كما أنها تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملها وهذا ما مكنها من البقاء والاستمرارية في مجال عملها، رغم تواجدها في سوق تنافسية.

كما تبين عدم وجود فروقات في أغلب تقديرات المبحوثين حول واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الاستراتيجية تبعا لخصائصهم العامة باستثناء بعضها والتي كانت منطقية حيث أن الخبرة والمركز الوظيفي الذي يتمتع به الاشخاص تجعله يقدر الأمور بطريقة تختلف عن أصحاب الخبرة القليلة أو المركز الوظيفي القاعدي، كما اتضح أن اليقظة الاستراتيجية وكل أنواعها تأثيرا إيجابيا على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

خاتمة

تتوجه المؤسسات اليوم الى تفعيل اليقظة الاستراتيجية فهي أحد أهم الأساليب الإدارية الحديثة التي أصبحت من الضروري الاعتماد عليها، وهذا راجع بدرجة الى أن المؤسسة أصبحت أكثر تفاعل مع محيطها الخارجي والقيام بردة فعل اتجاهه، وليس عليها الانتظار للقيام برد الفعل تجاه المتغيرات البيئية المحيطة بها، وخاصة من ناحية اقتناص الفرص المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهذا ما حولنا معالجته من خلال هاته الدراسة التي تندرج تحت عنوان " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة AMC "، وقد تم طرح الاشكالية الموالية " ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة AMC؟" وحتى تتمكن من الاجابة على هذه الاشكالية تم التطرق الى أدبيات الدراسة النظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة، متبوعة بدراسة ميدانية بمؤسسة AMC وتم التوصل الى النتائج التالية:

النتائج الخاصة بالفرضيات:

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن أنواع اليقظة الاستراتيجية المتبعة في المؤسسة محل الدراسة هي:

✓ أثبتت نتائج الدراسة الميدانية بأن أنواع اليقظة الاستراتيجية المتبعة في المؤسسة محل الدراسة هي: اليقظة التكنولوجية بمتوسط حسابي بلغ 3,8063 وانحراف معياري قدره 1,213 تليها اليقظة التجارية بمتوسط حسابي 3,4000 وانحراف معياري 1,570 مما يشير الى تطبيقها بدرجة متوسطة، وأخيرا اليقظة التنافسية بمتوسط حسابي 2,7000 وانحراف معياري قدر ب 1,703 بدرجة.

✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضيات وجود تأثير قوي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية بأبعادها بالمؤسسة محل الدراسة.

✓ تم قبول الفرضية الرئيسية لثبوت صحتها إذ بينت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

✓ تم قبول الفرضية الفرعية الاولى لثبوت صحتها إذ بينت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في اليقظة التكنولوجية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

✓ تم قبول الفرضية الفرعية الثانية لثبوت صحتها إذ بينت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في اليقظة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

خاتمة

✓ تم قبول الفرضية الفرعية الثالثة لثبوت صحتها إذ بينت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في اليقظة التجارية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الاقتراحات:

- بناءً على النتائج المتوصل إليها نقدم الاقتراحات التالية للقائمين بالمؤسسة بضرورة:
- _ الاهتمام بتطوير علاقتها بمحيطها الخارجي، ومتابعته المستمرة لاقتناص الفرص الملائمة وتجنب التهديدات من خلال الاعتماد على الاساليب الحديثة.
 - _ بقاء المؤسسة في حالة يقظة مستمرة وهذا من أجل القدرة على السيطرة على الاسواق ومواكبتها للتغيرات الحاصلة بها.
 - _ البحث و توفير الجهود ووضع دورات تدريبية تكوينية في مجال البحث عن المعلومات.
 - _ وضع دورات تدريبية لإتقان التعامل واستغلال الامثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمؤسسة.
 - _ اهتمام المؤسسة باليقظة الاستراتيجية وجعلها ضمن أولوياتها من خلال تخصيص ميزانية خاصة بها.

المراجع

قائمة المراجع:

1. المراجع العربية:

أولاً: الكتب

1. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998.
2. جاسم سلطان، التفكير الاستراتيجي والخروج من المأزق الراهن، ط 02، أم القرى للترجمة والنشر، المنصورة، مصر، 2010.
3. جاسم سلطان، من الصحوة الى اليقظة استراتيجية الادراك للحركة، أم القرى، ط 04، مصر، 2010.
4. محسن علي عطية، تكنولوجيا الاتصال في التعليم الفعال، ط 1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.

ثانياً: المقالات

1. خليدة بلبصير، عبد الوهاب بن بريكة، مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تنمية وتطوير المزايا التنافسية، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، الجلفة، العدد 03، المجلد 12.
2. رضوان أنساعد، حليلة قمرية، تأثير اليقظة الاستراتيجية في إختراق الاسواق الدولية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 01، المجلد 14، 2020.
3. عمر ولد عابد، ليمين علواطي، آليات تطبيق اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 17، 2017.
4. عيسى قبوقب، وردة برويس، فعالية الاتصال الاداري في المؤسسة الصناعية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 15، 2015.
5. محمد قادري ، أثر بيئة المؤسسة على نشاط اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية، مجاميع المعرفة، العدد 02، المجلد 05، 2019.
6. محمد لحسن علاوي، واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوطن العربي، أبعاد إقتصادية، بومرداس، العدد 01، المجلد 05، 2015.
7. مريم لمروس، أنواع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الحديثة، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والانسانية، العدد 04، المجلد 02، 2019.

8. مصطفى بن ميري، علي فلاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء العاملين، مجلة مجتمع- تربية- عمل، المجلد 5، العدد 1، 2020.
 9. نادية رافع، خالد قاشي، واقع اليقظة الاستراتيجية في البنوك الاسلامية بالجزائر، مجلة الادارة التنمىة للبحوث والدراسات، البليدة، العدد8، 2015.
 10. نورهان قرون، حسام الدين غضبان، تشخيص ممارسات اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، بسكرة، العدد01، المجلد 14، 2020.
- ثالثا: أطروحة الدكتوراه ورسائل الماجستير
1. أحمد بن خليفة، سامر زلاسي، فعالية اليقظة الاستراتيجية في تحسين الأفضلية التنافسية المستدامة، مجلة الافاق للبحوث والدراسات، الوادي، العدد 02، المجلد 01، 2018.
 2. أسماء بن عبد الله، دور التكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين التنمية الادارية بمؤسسات الخدمة العمومية، رسالة دكتوراه علوم اقتصادية، سطيف 1، 2019.
 3. أنيسة قمان، محاولة بناء خلية لليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، جامعة بومرداس، 2014.
 4. حليلة جعواني، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الأفراد في المؤسسة، مذكرة ماستر، تلمسان، 2020.
 5. حنان يحي شريف، تأثير نظام المعلومات على اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف 1، 2018.
 6. شهرزاد بن بوزيد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، شهادة ماجستير، بومرداس، 2012.
 7. عزيز سطحاوي، دور تكنولوجيا المعلومات في عملية التنبؤ بالمبيعات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، بسكرة، 2008.
 8. كاميليا يزغش، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التوجهات الاستراتيجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، بسكرة، 2009.
 9. نصيرة علاوي، اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغير في المؤسسة، شهادة ماجستير، تلمسان، 2011.

10. نور العابدين فوجيل، دور اليقظة الاستراتيجية في ترشيد الاتصال بين المؤسسة ومحيطها، رسالة ماجستير، عنابة، 2016.

رابعاً: المراجع باللغة الأجنبية

1- Smail Amrouch; Utilisation des NTIC et de l'intranet dans le management de l'information et des connaissances; thèse de magister non publié; Université d'Alger; Alger 2005.

الملحقات

رقم الإستمارة...

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريبيج

قسم: علوم التسيير

التخصص : إدارة أعمال

استبيان موجه إلى المديرين في المستويات الوسطى والإشرافية بمؤسسة AMC

بعد واجب التحية والتقدير،...

في إطار إنجازنا لبحث العلمي ميداني نضع بين أيديكم استمارة خاصة بدراسة :

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل اليقظة الاستراتيجية -دراسة حالة مؤسسة AMC بالعلمة.-.

فإننا نضع بين أيديكم هذه الاستمارة، والتي نرجو من سيادتكم المحترمة التكرم بالإجابة على فقراتها من وجهة نظرکم. حيث أن استكمال الإجابة على كافة عبارات الاستبيان والدقة في الإجابة ستنعكس على دقة النتائج التي سيتم التوصل إليها. كما نؤكد بأن كل المعلومات التي تقدمونها من آراء ووجهات نظر أو بيانات لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ولکم منا جزيل الشکر على حسن تعاونکم.

ملاحظة: يرجى وضع إشارة (X) في المكان الذي يعبر عن واقع مؤسستکم.

إشراف الأستاذ:

- بونقيب أحمد

إعداد الطالبين:

- بن زاوي شهرزاد

السنة الجامعية: 2021/2020

الجزء الأول: معلومات عامة

1. السن: أقل من 30 سنة بين 30 و 50 سنة
2. المستوى التعليمي: ابتدائي ثانوي دراسات عليا
- متوسط جامعي
3. الجنس: ذكر أنثى
4. عدد سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات من 05 إلى 15 سنة
- من 15 إلى 20 سنة أكثر من 20 سنة
- 5- المستوى الوظيفي: إدارة وسطى إدارة إشرافيه

الجزء الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					1- تطور المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتسهيل عملية تبادل المعلومات.
					2- تستخدم المؤسسة الوسائل المعلوماتية (الحاسوب، الفيديو...).
					3- تهتم المؤسسة بالإتفاق على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
					4- لدى المؤسسة شبكة إلكترونية داخلية (أنترنيت) لتبادل وتوزيع المعلومات بين العاملين.
					5- توفر المؤسسة قاعدة بيانات متاحة للوحدات والفروع، الأقسام المختلفة.
					6- يمكنني استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أي وقت.
					7- يمكنني التواصل باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع زملائي في أي وقت.
					8- تمكنني تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة من الحصول على '<&' المعلومات في الوقت المناسب.
					9- توفر لي المؤسسة حاسوب مرتبط بشبكة داخلية للمؤسسة.
					10- تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الترويج لمنتجاتها.
					11- تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التواصل مع الخارج.
					12- تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقليل الوقت.
					13- تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين العمليات.
					14- تعتمد المؤسسة على تقنيات وبرامج حديثة.

الجزء الثاني: اليقظة الاستراتيجية.

العبارات					موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
البعد الأول: اليقظة التكنولوجية									
15- تتبع المؤسسة آخر المستجدات العلمية والتكنولوجية.									
16- تعتمد المؤسسة المقارنة التطويرية.									
17- تبرم المؤسسة على الابتكارات التكنولوجية.									
18- تسعى المؤسسة لشراء التراخيص.									
البعد الثاني: اليقظة التنافسية									
19- تراقب المؤسسة بشكل روتيني الحصة السوقية للمنافسين.									
20- تتحرى المؤسسة عن الاستراتيجيات المتبعة من قبل المنافسين في إعداد تشكيلة المبيعات الجديدة.									
21- تقوم المؤسسة بالتحري عن القرارات الاستراتيجية للمنافسين.									
22- تقوم المؤسسة بالبحث المعمق عن الأسواق والمنافسة.									
البعد الثالث: اليقظة التجارية									
23- تسعى المؤسسة لاقتناص الفرص.									
24- تسعى المؤسسة لتقديم منتجات بأسعار مقبولة لدى العملاء.									
25- تعمل المؤسسة على تتبع مصادر الموردين.									
26- تتحرى المؤسسة عن الاستراتيجيات المتبعة من قبل المنافسين في التعامل مع الموردين.									

الملخص

ملخص:

هدفت هذه الدراسة الى معرفة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة AMC بالعلمة، باعتبارها مطلبين أساسين للمنظمات المعاصرة من أجل تحقيق الريادة والتميز، ولتحقيق أهداف الدراسة تم إستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات والتي تشمل عبارات متعلقة بالمتغير التابع، و3 أبعاد (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية) والمتعلقة بالمتغير التابع التي وجهت للموظفين في مؤسسة AMC، وباستخدام برنامج SPSS21 في معالجة البيانات واستخراج النتائج، حيث توصلت الدراسة الى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، اليقظة الاستراتيجية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية، مؤسسة AMC .

Summary:

This study aimed at knowing the impact of information and communication technology on strategic vigilance in AMC institution at El-alma as basic demands for modern organizations to achieve leadership and excellence. In order to achieve the objectives of the study, a questionnaire was used as a tool to collect data that involves a dependent variable and three dimensions (technological vigilance, competitive vigilance and commercial vigilance). The questionnaire is related to the dependent variable that was directed to the employees of AMC institution using the SPSS21 program to analyse data and draw results. The study reached the conclusion that there was a strategically significant effect of information and communication technology on strategic vigilance at the understudy institution at the level of $\alpha \leq 0.05$.

Key words: quality of life, organizational loyalty.

information and communication technology on shategio, strategic vigilance, technological vigilance, competitive vigilance, commercial vigilance.