



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد – الطارف-



UNIVERSITE CHADLI BEN DJEDID –EL TARF-

كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية و علوم التسيير

Faculté Des Sciences Economiques, Commerciales Et Science De Gestion

السنة الجامعية: 2024/2023

الرقم التسلسلي:

قسم: علوم التسيير

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر

تحت عنوان:

دور تكنولوجيات المعلومات والاتصال في تفعيل
نظام اليقظة الاستراتيجية
- دراسة حالة -

تخصص: ادارة استراتيجية

تحت إشراف:

د. نعيجي عبد الكريم

من إعداد الطالبة:

➤ كدمان آية

| | |
|--------|------------------|
| مقرا | نعيجي عبد الكريم |
| رئيسا | عمري سامي |
| مناقشا | فريد حدادة |

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الملخص

إن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تفعيل نظام اليقظة الاستراتيجية في الزمالة التجارية لاتصالات الجزائر لولاية الطارف.

و لتحقيق ذلك إعتدنا على المنهج الوصفي و التحليلي و قسمنا بموجبه الدراسة إلى قسمين : قسم نظري يطلع على مختلف المصادر المتعلقة بالدراسة، و قسم تطبيق يعتمد على التحليل بواسطة برنامج الرزم الاحصائية العلوم الإجتماعية (spss v27) لتتائج الاستبانة وزعت عينة ذات الصلة بموضوع الدراسة.

حيث توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في اليقظة الاستراتيجية بأبعادها الأربعة و المتمثلة في (اليقظة التكنولوجية ، اليقظة التنافسية ،اليقظة التجارية و اليقظة البيئية) بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

و أوصت الدراسة على ضرورة استحداث مصلحة خاصة على مستوى المؤسسة تختص بجمع المعلومات عن مختلف العناصر البيئية بمعنى إيجاد خلية لليقظة الإستراتيجية يتم من خلالها تنظيم وتدعيم جهود الأفراد في البحث عن المعلومات الهامة الإستراتيجية)، بحيث تصبح تؤدي في شكل نشاطات تعنى حقيقة باليقظة على البيئة الخارجية

الكلمات الدالة : تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ، اليقظة الاستراتيجية ،اليقظة التكنولوجية ، اليقظة التنافسية ، اليقظة التجارية ، اليقظة البيئية.

Abstract

The main objective of this study is to identify the role of information and communication technology in activating the strategic vigilance system in the Algeria Telecom Business Fellowship in the state of El Tarf.

To achieve this, we relied on the descriptive and analytical approach and divided the study into two parts: a theoretical section that examines the various sources related to the study, and an application section that relies on analysis using the Statistical Packages for Social Sciences program (SPSS v27) of the questionnaire results, and a sample related to the subject of the study was distributed.

The study found a statistically significant effect of information and communication technology on strategic alertness in its four dimensions, which are (technological alertness, competitive alertness, commercial alertness, and environmental alertness) in the institution under study at a significance level $\alpha = 0.05$.

The study recommended the need to create a special department at the institution level that specializes in collecting information about various environmental elements, meaning creating a strategic vigilance cell through which the efforts of individuals in searching for strategically important information can be organized and supported, so that it becomes carried out in the form of activities that are truly concerned with vigilance about the external environment.

Keywords: information and communication technology, strategic vigilance, technological vigilance, competitive vigilance, commercial vigilance, environmental vigilance.

إهداء

اهدي هذا العمل المتواضع إلى من أوصى بهما الرحمن بقوله تعالى:
(وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا إما يبلغن عندك الكبر أحدهما أو كلاهما فلا تقل لهما
أن ولا تنصرهما وقل لهما قولاً كريماً)

الإسراء (23)

إلى أئمة الحبايب وأعز شخص إلى قلبي أمي الحبيبة " خميري بية "

إلى رفيق دربي ومثلي الأعلى أبي العزيز " كدمان حسونة "

إلى سدي في هذه الحياة زوجي العزيز " بلقار أيمن "

إلى أخي و أخواتي " حمزة ، سناء ، نور الصدي ، هيفاء "

إلى كل الأصدقاء و كل من ساندني في هذا العمل

كدمان آية

شكر و تقدير

الحمد لله الذي أثار درج العلم والمعرفة، وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا على انجاز هذا العلم. نحمد الله كثيرا ونسبحه بكرة وأصيلا على أن هدانا ووفقنا في انجاز هذا العمل المتواضع كما نتوجه بالشكر الجزيل والكفيل بكل صدق ومن الأعماق إلى كل الذين ساعدونا من قريب أو بعيد ولم يبخلوا علينا

باسداداتهم العلمية بغية في إتمام هذا البحث. كما نتوجه كذلك بالشكر

والامتنان إلى الأستاذ المشرف

الدكتور " زعيبي عبد الكريم " وجزاه الله ألف خير.

ولا ننسى الشكر الجزيل لكل من قدم يد المساعدة

وتسهيل العمل خاصة "تقيدة بشري جيهان "

في الختام نسأل الله تعالى أن يوفقنا في هذا العمل والسلام خير الختام.

كدمان أية

قائمة الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل | رقم الشكل |
|--------|---|-----------|
| 5 | التقارب التكنولوجي بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال | (1-1) |
| 6 | التكامل الاقتصادي بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال | (2-1) |
| 17 | مكونات تكنولوجيا المعلومات و الإتصال | (3-1) |
| 31 | التطور التاريخي لمفهوم اليقظة الاستراتيجية | (4-2) |
| 38 | غايات اليقظة الإستراتيجية | (5-2) |
| 43 | عملية مراقبة البيئة | (6-2) |
| 44 | أنواع اليقظة الإستراتيجية حسب porter | (7-2) |
| 45 | ممثلو اليقظة الاستراتيجية | (8-2) |
| 50 | مراحل اليقظة الاستراتيجية | (9-2) |
| 55 | مراحل دراسة السوق | (10-2) |
| 68 | الهيكل التنظيمي العام للوكالة التجارية لإتصالات الجزائر - ولاية الطارف- | (10-3) |
| 72 | متغيرات الدراسة | (11-3) |
| 81 | عينة الدراسة حسب الجنس | (12-3) |
| 82 | عينة الدراسة حسب السن | (13-3) |
| 83 | عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي | (14-3) |
| 84 | عينة الدراسة حسب الأقدمية | (15-3) |

قائمة الجداول

| رقم الجدول | عنوان الجدول | الصفحة |
|------------|--|--------|
| (1-1) | الفرق بين الأنترنت و الأنترنت و الإكسترنانت | 17 |
| (2-2) | المراحل الأساسية لتطور اليقظة الإستراتيجية | 43 |
| (3-2) | دور ممثلو اليقظة الإستراتيجية و خصائص كل منهم | 46 |
| (4-3) | الإستبانات الموزعة على مجتمع الدراسة | 71 |
| (5-3) | الأوزان في سلم ليكرت الحماسي | 74 |
| (6-3) | درجة أهمية المقياس | 75 |
| (7-3) | الأساتذة المحكمين | 76 |
| (8-3) | ارتباط فقرات بعد التجهيزات المادية مع البعد و مع محاورها | 76 |
| (9-3) | ارتباط فقرات بعد التجهيزات الغير المادية مع البعد و مع محاورها | 77 |
| (10-3) | ارتباط فقرات بعد اليقظة التكنولوجية مع البعد و مع محاورها | 77 |
| (11-3) | ارتباط فقرات بعد اليقظة التنافسية مع البعد و مع محاورها | 78 |
| (12-3) | ارتباط فقرات بعد اليقظة التجارية مع البعد و مع محاورها | 78 |
| (13-3) | ارتباط فقرات بعد اليقظة البيئية مع البعد و مع محاورها | 79 |
| (14-3) | اختبار ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ | 80 |
| (15-3) | اختبار chapiro wilk | 80 |
| (16-3) | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس | 81 |
| (17-3) | توزيع عينة الدراسة حسب السن | 82 |
| (18-3) | توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي | 83 |
| (19-3) | توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية | 84 |
| (20-3) | وصف تشخيص فقرات بعد التجهيزات المادية | 85 |
| (21-3) | وصف تشخيص فقرات بعد التجهيزات الغير مادية | 86 |
| (22-3) | وصف تشخيص فقرات بعد اليقظة التكنولوجية | 88 |
| (23-3) | وصف تشخيص فقرات بعد اليقظة التنافسية | 89 |
| (24-3) | وصف تشخيص فقرات بعد اليقظة التجارية | 90 |
| (25-3) | وصف تشخيص فقرات بعد اليقظة البيئية | 91 |

| | | |
|----|--|--------|
| 92 | معاملات الارتباط | (26-3) |
| 93 | معاملات الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و اليقظة التكنولوجية | (27-3) |
| 93 | معاملات الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و اليقظة التنافسية | (28-3) |
| 94 | معاملات الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و اليقظة التجارية | (29-3) |
| 95 | معاملات الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و اليقظة البيئية | (30-3) |
| 96 | معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و اليقظة الاستراتيجية | (31-3) |

قائمة الملحق

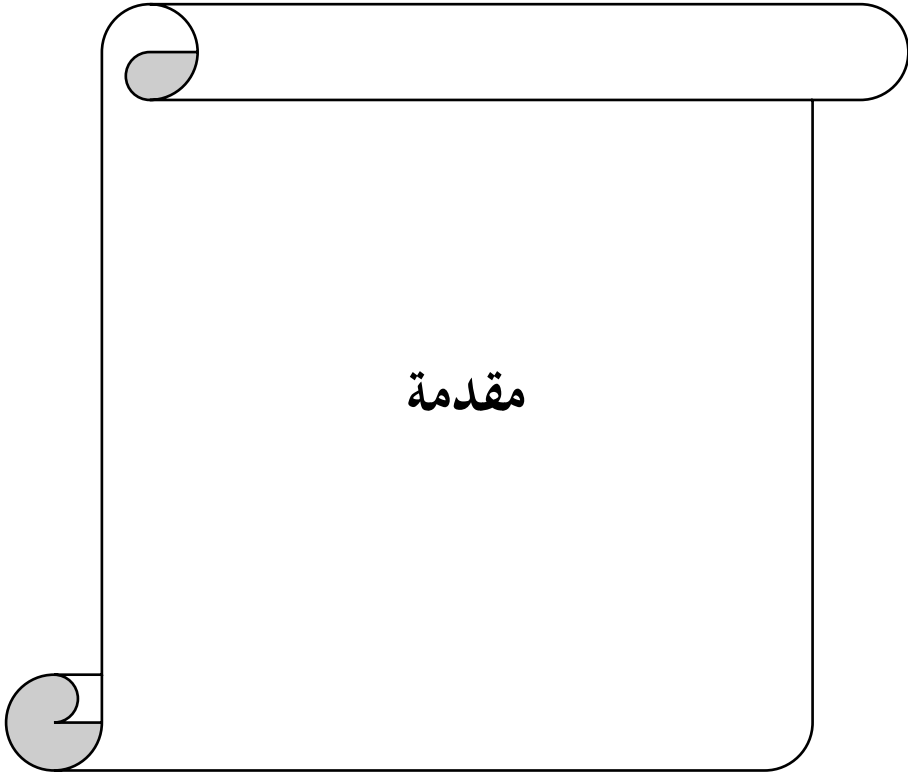
| رقم الملحق | عنوان الملحق |
|--------------|--|
| الملحق رقم 1 | إستمارة الإستبيان |
| الملحق رقم 2 | معلومات خاصة بمؤسسة اتصالات الجزائر - وكالة الطارف - |
| الملحق رقم 3 | الهيكل التنظيمي العام لمؤسسة إتصالات الجزائر لولاية الطارف |
| الملحق رقم 4 | مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS V27 |
| الملحق رقم 5 | إستمارة قبول التبرص |

فهرس المحتويات

| الصفحة | المحتوى |
|--------|--|
| .I | الملخص بالعربية |
| .II | الملخص بالإنجليزية |
| .III | الاهداء |
| .IV | الشكر |
| .V | قائمة الأشكال |
| .VI | قائمة الجداول |
| .VII | قائمة الملاحق |
| .VIII | فهرس المحتويات |
| أ | مقدمة |
| 1 | الفصل الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 2 | تمهيد |
| 3 | المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 3 | 1- مفهوم و أهمية تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 7 | 2- المراحل التاريخية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 10 | 3- خصائص و أهداف تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 12 | المبحث الثاني: أساسيات تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 12 | 1- مكونات تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 18 | 2- وظائف تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 19 | 3- مجالات تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 21 | المبحث الثالث: استخدامات، مزايا و عيوب تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 21 | 1- استخدامات تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 23 | 2- مزايا تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 24 | 3- عيوب تكنولوجيا المعلومات و الإتصال |
| 26 | خلاصة الفصل الأول |
| 27 | الفصل الثاني: الإطار النظري لليقظة الإستراتيجية |
| 28 | تمهيد |

| | |
|----|--|
| 29 | المبحث الأول: ماهية اليقظة الإستراتيجية |
| 29 | 1- مفهوم اليقظة الإستراتيجية |
| 31 | 2- التطور التاريخي لليقظة الإستراتيجية |
| 34 | 3- أهداف و أهمية اليقظة الإستراتيجية |
| 36 | المبحث الثاني: أساسيات اليقظة الإستراتيجية |
| 37 | 1- أنواع و ممثلو اليقظة الإستراتيجية |
| 47 | 2- مراحل اليقظة الإستراتيجية |
| 50 | 3- خصائص و وظائف اليقظة الإستراتيجية |
| 53 | المبحث الثالث: واقع تطبيق اليقظة الإستراتيجية |
| 53 | 1- طرق و وسائل اليقظة الإستراتيجية |
| 58 | 2- مزايا و شروط فعالية اليقظة الإستراتيجية |
| 60 | 3- معوقات و سبل مواجهة معوقات اليقظة الإستراتيجية |
| 61 | 4- دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية |
| 63 | خلاصة الفصل الثاني |
| 64 | الفصل الثالث: دراسة ميدانية |
| 65 | تمهيد |
| 66 | المبحث الأول: تقديم عام للوكالة التجارية لإتصالات الجزائر |
| 66 | 1- نشأة و ميلاد الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر |
| 67 | 2- أهداف و نشاطات الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر |
| 68 | 3- الهيكل التنظيمي العام للوكالة التجارية لإتصالات الجزائر لولاية الطارف |
| 71 | المبحث الثاني: منهجية الدراسة |
| 71 | 1- طريقة الدراسة |
| 72 | 2- أدوات الدراسة |
| 75 | 3- صدق و تباث الإستبيان |
| 80 | المبحث الثالث: تحليل النتائج و اختبار الفرضيات |
| 80 | 1- وصف و تحليل البيانات الشخصية للعينة محل الدراسة |
| 85 | 2- وصف و تشخيص فقرات محاور الدراسة |
| 92 | 3- تحليل نتائج و اختبار الفرضيات |
| 97 | خلاصة الدراسة الميدانية |

| | |
|-----|---------------|
| 98 | خاتمة |
| 103 | قائمة المراجع |
| 111 | قائمة الملاحق |



مقدمة

تقف المؤسسات اليوم على أعتاب عصر جديد تحكمه التكنولوجيا والعلوم الحديثة، عصر المعلوماتية والتغيير السريع والتطور الاقتصادي والاجتماعي الذي ينعكس على المؤسسات سواء بميكلها أو طريقة اتخاذ القرار فيها، بحيث تشكل البيئة المعاصرة بكل متغيراتها تحديات جديدة للمؤسسة، فهي شديدة المنافسة، التعقد الاضطراب، عدم التأكد والديناميكية، بل هي بيئة ذات منافسة قصوى وعدائية مما يفرض على المؤسسة ضرورة التحكم في إدارة العلاقة التي تربطها مع البيئة لفهمها، التكيف معها ومواجهة تأثيراتها.

ولقد رافقت هذه التحولات تغيرات جذرية ونوعية في بيئة الأعمال والمنافسة وفي السوق العالمية فضلا عن التعقيد المتزايد في المتغيرات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي فرضت تحديات مختلفة ومستمرة على كل المؤسسات مهما اختلفت أحجامها ومواردها بغض النظر عن الموقع الريادي أو الحصة السوقية.

أصبحت إدارة المؤسسة تولى أهمية بالغة لنشر وتوليد المعلومات على مستواها، فالمعلومة هي عصب المؤسسات وعنصر أساسي لاستمرارها، وقد أصبحت المعلومات موردا إستراتيجيا هاما تعتمد عليه المؤسسة في ظروف بيئية تتصف بالتغير المستمر والسريع، و لمواكبة هذا العصر أصبح من الضروري لأية مؤسسة أن تتوفر لديها نظاما يمكن من خلالها توفير ما تحتاجه عملية صنع القرارات من معلومات حديثة ودقيقة للعمل على زيادة فعالية المؤسسات فضلا على بقائها وإستمرارها.

وتعتبر نظم المعلومات من أهم الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة لبلوغ أهدافها، ومواكبة التطورات والتغيرات الحاصلة التي تطرأ في محيطها، ولكي تتمكن من التفوق والريادة والاستمرار في النشاط، أصبحت المؤسسات اليوم مطالبة ومجبرة بإرساء نظام يعمل على دراسة وتحليل وتتبع ومراقبة كل ما يحيط بها وأن تكون على دراية كاملة بكافة التغيرات التي قد تطرأ في بيئتها والعمل على إيجاد الحلول والطرق المناسبة للتكيف معها، وهذا ما جعل المؤسسات تتبنى توجه أو وسيلة تسييرية جديدة لمجابهة المنافسة وضمان البقاء والاستمرار في السوق، فبيئة الأعمال التي تحيط بالمؤسسة تشهد حالة من التنافس الشديد لم يسبق لها مثيل من قبل وذلك في ظل التقدم العلمي والتكنولوجي وعملة الأسواق وإنتاحتها وتنامي احتياجات المستهلك ورغباته، حيث تسعى مؤسسات هذا القطاع إلى إثبات وجودها من خلال الإنصات الإستكشائي لمحيطها الخارجي والذي يعد جوهر اليقظة الإستراتيجية، وبذلك صار الاعتماد على اليقظة الإستراتيجية ضرورة جد حتمية داخل المؤسسات الاقتصادية.

2- إشكالية الدراسة

نظرا لأهمية ممارسة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في المؤسسة، سوف نحاول من خلال هذا البحث التعرف على أثر مساهمة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة، و بالتالي يمكن صياغة اشكالية الدراسة كما يلي:

ما هو دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية؟

و للإجابة عن إشكالية الدراسة تم وضع الأسئلة الفرعية التالية:

3- الأسئلة الفرعية

- ما مستوى تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر؟
- ما مستوى اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة؟
- ما طبيعة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الإستراتيجية في الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر؟
- ما طبيعة علاقة تأثير بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجية بأبعادها في المؤسسة محل الدراسة؟
- هل يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و اليقظة الإستراتيجية بأبعادها الأربعة (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية) في الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر بالطرف؟.

1- فرضيات الدراسة

بناء على هذه الأسئلة يمكن تصور فرضيات الدراسة كما يلي:

الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال على اليقظة الإستراتيجية في الوكالة التجارية

لإتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

الفرضية الفرعية الأولى:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال على اليقظة التكنولوجية في الوكالة التجارية لإتصالات

الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

الفرضية الفرعية الثانية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال على اليقظة التنافسية في الوكالة التجارية لإتصالات

الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

الفرضية الفرعية الثالثة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال على اليقظة التجارية في الوكالة التجارية لإتصالات

الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

الفرضية الفرعية الرابعة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال على اليقظة البيئية في الوكالة التجارية لإتصالات

الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

1- الدراسات السابقة:

❖ دراسة بن زاوي شهرزاد، (2020)، تحت عنوان " دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل نظام

اليقظة الإستراتيجية بالمؤسسات"، هذه الدراسة إلى 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 الجمع البيانات والتي تشمل عبارات متعلقة

بالمتغير التابع و 3 أبعاد (اليقظة التكنولوجية اليقظة التنافسية اليقظة التجارية) والمتعلقة بالمتغير التابع التي

وجهت للموظفين في مؤسسة AMC ، وباستخدام برنامج SPSS21 في معالجة البيانات واستخراج النتائج،

و قد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا

المعلومات والاتصال في اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$.

❖ **دراسة أحلام بيوض (2021)، تحت عنوان " دور نظام المعلومات في تفعيل اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة دراسة حالة مؤسسة عمر بن عمر "** تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع نظام المعلومات واليقظة الإستراتيجية في مؤسسة مطاحن عمر بن عمر بقالمة، كما تهدف أيضا إلى إبراز مدى مساهمة نظام المعلومات في تفعيل اليقظة الإستراتيجية، من خلال إجراء مقابلة وتوزيع استبيان على 40 موظف، كما تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي spss لمعالجة البيانات واختبار صحة الفرضيات، و قد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر لتطبيق نظم المعلومات على تحقيق اليقظة الإستراتيجية في مؤسسة مطاحن عمر بن عمر. وتوصي الدراسة بضرورة تطوير نظم المعلومات، واستحداث مصلحة خاصة باليقظة الإستراتيجية، والتركيز على اليقظة البيئية والتكنولوجية، بالإضافة إلى ضرورة ترسيخ ثقافة اليقظة بين الموظفين والاعتماد على نظام اليقظة الإستراتيجية لتفادي الوقوع في المشاكل مستقبلا.

❖ **دراسة أنساعد رضوان، قمري حليلة (2021)، تحت عنوان "مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل خلية اليقظة الاستراتيجية - دراسة تحليلية بمؤسسة كوندور"** تهدف الدراسة إلى التعرف على مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل خلية اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة كوندور، تكونت عينة الدراسة من 33 موظف بالمؤسسة محل الدراسة وهذا بالاعتماد على العينة الميسرة، وتم تقسيم اليقظة الإستراتيجية إلى ثلاثة أبعاد متمثلة في: اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية، و قد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية بأبعادها الثلاث بمؤسسة كوندور، وعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية تعزى لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المركز الوظيفي، سنوات الخبرة)، توصي الدراسة بضرورة الاهتمام أكثر بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وهذا من أجل تبني نظام اليقظة الإستراتيجية بفعالية بمؤسسة كوندور.

❖ **دراسة قاسمي كريمة، جعلاب الزهرة (2022)، تحت عنوان " تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز اليقظة الإستراتيجية دراسة حالة الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية"** تهدف هذه الدراسة إلى إستكشاف مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطبيق اليقظة الإستراتيجية (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية)، لتحقيق أهداف الدراسة واختبار الفروض تم استخدام عينة شاملة، وزعت الباحثين (127) إستبانة لجميع الموظفين داخل فروع بالشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، إتمدت الباحثين المنهج الوصفي التحليلي وإستخدمت الأساليب الإحصائية المناسبة من خلال برنامج الحزمة

الإحصائية للعلوم الإجتماعية SPSS ، أظهرت النتائج الرئيسية لهذه الدراسة وجود تأثير إيجابي قوي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بأبعادها (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها هو إعطاء مزيداً من الإهتمام وتوعية المديرين و الموظفين في الشركة بأهمية اليقظة الإستراتيجية من خلال عقد ورش تكوينية وندوات لمديري الشركة للتعرف على أحدث تكنولوجيا المعلومات والاتصال و آليات تطبيق اليقظة الإستراتيجية، وضرورة تطوير وتحديث شبكة الإتصال والمعلومات في الشركة المبحوثة مما يجعلها أكثر قدرة للحصول ومشاركة المعلومات.

❖ دراسة بوجمعة فاطمة الزهراء (2023) تحت عنوان " أثر نظم المعلومات على تحقيق اليقظة الإستراتيجية

دراسة حالة المجمع الصناعي لإنتاج الألبان GIPLAIT تلمسان"، تهدف هذه الدراسة إلى قياس وتحليل أثر نظم المعلومات على تحقيق اليقظة الإستراتيجية حيث تم إعداد استبيان وتوزيعه على عينة عشوائية مكونة من 35 إطار بالمجمع الصناعي لإنتاج الألبان GIPLAIT تلمسان، وتم إستخدام نمذجة المعادلات البنائية بالمربعات الصغرى الجزئية (SEM-PLS) ، و قد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة إلى وجود أثر موجب ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات على اليقظة الإستراتيجية عند مستوى معنوية 5% لدى عينة الدراسة.

➤ ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بما يلي:

- تحاول هذه الدراسة ربط تكنولوجيا المعلومات و الإتصال باليقظة الإستراتيجية و التي يمكن من خلالها الوصول إلى تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية بواسطة تكنولوجيا المعلومات، هذا ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات العربية التي ربطت تكنولوجيا المعلومات مع عدة متغيرات أخرى.
- استفدنا من اطلاعنا على الدراسات السابقة في اثناء الإطار النظري للدراسة الحالية، و في بناء أداة للدراسة و في التعقيب على النتائج اليت كشفت عنها الدراسة الحالية.

1-أسباب إختيار الموضوع:

أسباب ذاتية

- الميل الشخصي للموضوع و تناسبه مع التخصص
- حكم التخصص العلمي (إدارة استراتيجية) حيث درسنا اليقظة الإستراتيجية كمقياس

ب- أسباب موضوعية:

- حداثة هذا الموضوع أي ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات و الإتصال و ما أصبحت تمثله من رهان حقيقي بالنسبة للمؤسسات
- محاولة ربط بين متقرب الدراسة و البحث في طبيعة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و اليقظة الإستراتيجية.
- محاولة التعرف على الأهمية التي تحققها اليقظة الإستراتيجية و خاصة على مستوى المؤسسة الخدمية.
- أهمية الموضوع نظرا للمستجدات و التغيرات المستمرة في البيئة .

7- أهمية الدراسة

- تم التطرق لموضوع حيوي يساعد المنظمات في تعزيز مكانتها و رفع قيمتها و السيطرة على نشاطاتها المختلفة فتكنولوجيا المعلومات و الإتصال تسمح باستمرار الحياة للمؤسسة و تحقق لها أهدافها المتمثلة في البقاء و النمو و التكيف مع المتغيرات البيئية.
- كما تنبثق أهمية الدراسة في إبراز واقع تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر بولاية الطارف.
- لفت إنتباه المؤسسة إلى مصطلح تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في العصر الحالي.
- كما تنبثق أهمية الدراسة في كونها موجهة إلى مؤسسة ذات خدماتي مهم على المستوى الوطني و هي مؤسسة إتصالات الجزائر حيث أن أي استعمال لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال فيها و يجب أن يساهم في نجاحها و قدرتها على الوفاء بالتزاماتها بكفاءة و فعالية، كما تبرز هذه الدراسة أهمية تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة .
- تزويد و إضافة مرجع أكاديمي لفائدة الطلبة.

8- أهداف الدراسة

- تكتسي الدراسة على مجموعة من الأهداف، أهمها:
- فتح مجال البحث في الموضوع أمام الدراسات المستقبلية

- تقديم نظرة شاملة حول تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و اليقظة الإستراتيجية و توضيح مفاهيمها .
- دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة و التعرف على أثارها.
- تحديد البعد الأكثر تأثيرا بتكنولوجيا المعلومات و الإتصال
- إبراز دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية
- تقديم عدد من التوصيات التي من الممكن أن تفيد الباحثين و المسؤولين في الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر بولاية الطارف.

9- حدود الدراسة

الحدود المكانية: استهدفت الدراسة في الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر بولاية الطارف

الحدود الزمانية: تمت الدراسة خلال فترة 2023-2024

الحدود البشرية: إقتصرت الدراسة على عدد معين من إطارات و عمال الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر

10- منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم بوصف الظواهر و الأحداث موضوع الدراسة بصورة دقيقة و التي من خلالها يمكن تحقيق تقدم كبير في حل المشكلات و الوصول إلى استنتاجات في فهم الواقع المراد دراسته و تطويره، و من خلال الجانب التطبيقي إعتمدنا على الإستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات بالإضافة تم استخدام برنامج SPSS27 لتحليل و معالجة البيانات بناء على إجابات العاملين المتحصل عليها.

11- هيكل الدراسة

للإحاطة بالموضوع و تغطية متغيراته الرئيسية تم تقسيم المذكرة إلى ثلاثة فصول، تسبقهما مقدمة و تعقبهم خاتمة، فصلين يتناولان الجانب النظري للدراسة، و فصل تطبيقي يتضمن الجانب العلمي و الميداني، بحيث قسم كل فصل إلى ثلاث مباحث.

يتناول **الفصل الأول** الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال من خلال تقديم مفهوم و أهمية تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، ثم تم التطرق إلى المراحل التاريخية لتطوير تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، ثم الإنتقال إلى خصائص و أهداف هذه الأخيرة.

كما تم الإعراج على مكونات تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و التعرف على أهم وظائفها و أبرز مجالاتها.

كما تم إبراز أهم إستخداماتها، ثم عرض أبرز مزايا و عيوب تكنولوجيا المعلومات و الإتصال.

و عالج **الفصل الثاني** الإطار النظري لليقظة الإستراتيجية، فقد تم التطرق فيه إلى مفهوم اليقظة و التطور التاريخي لها و عرض أهدافها و أهميتها .

كما تم تناول أنواع اليقظة و أهم الفاعلين فيها، و كذا مراحلها و خصائصها و وظائفها.

و تطرقنا إلى طرق و وسائل اليقظة الإستراتيجية، و عرض مزاياها و شروط فعاليتها، إضافة إلى عيوبها.

و أخيرا تم التطرق إلى دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية.

أما في **الفصل الثالث** فقد تم إسقاط الجانب النظري على الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر، حيث تم تقديم المؤسسة محل الدراسة، و كذا الأدوات المستخدمة في جمع البيانات، إضافة إلى تحليل النتائج المحصل عليها بواسطة برنامج التحليل الإحصائي SPSS، و مناقشتها و ذلك بغرض إبراز دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل اليقظة الإستراتيجية في الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر بولاية الطارف.

12- صعوبات الدراسة

واجهنا في هذه الدراسة عدة صعوبات، و من أهمها:

- عدم القدرة على توظيف بعض المعلومات
- وجود صعوبات من حيث تعدد المصطلحات
- صعوبة إيجاد مؤسسة لإجراء الدراسة الميدانية

13- المفاهيم الأساسية

تكنولوجيا المعلومات (IT) : هي إحدى أنواع التقنيات المستخدمة من قبل الشركات لبناء شبكات اتصال داخل المؤسسة، وحماية بياناتها ومعالجتها لضمان عملها بسلاسة.

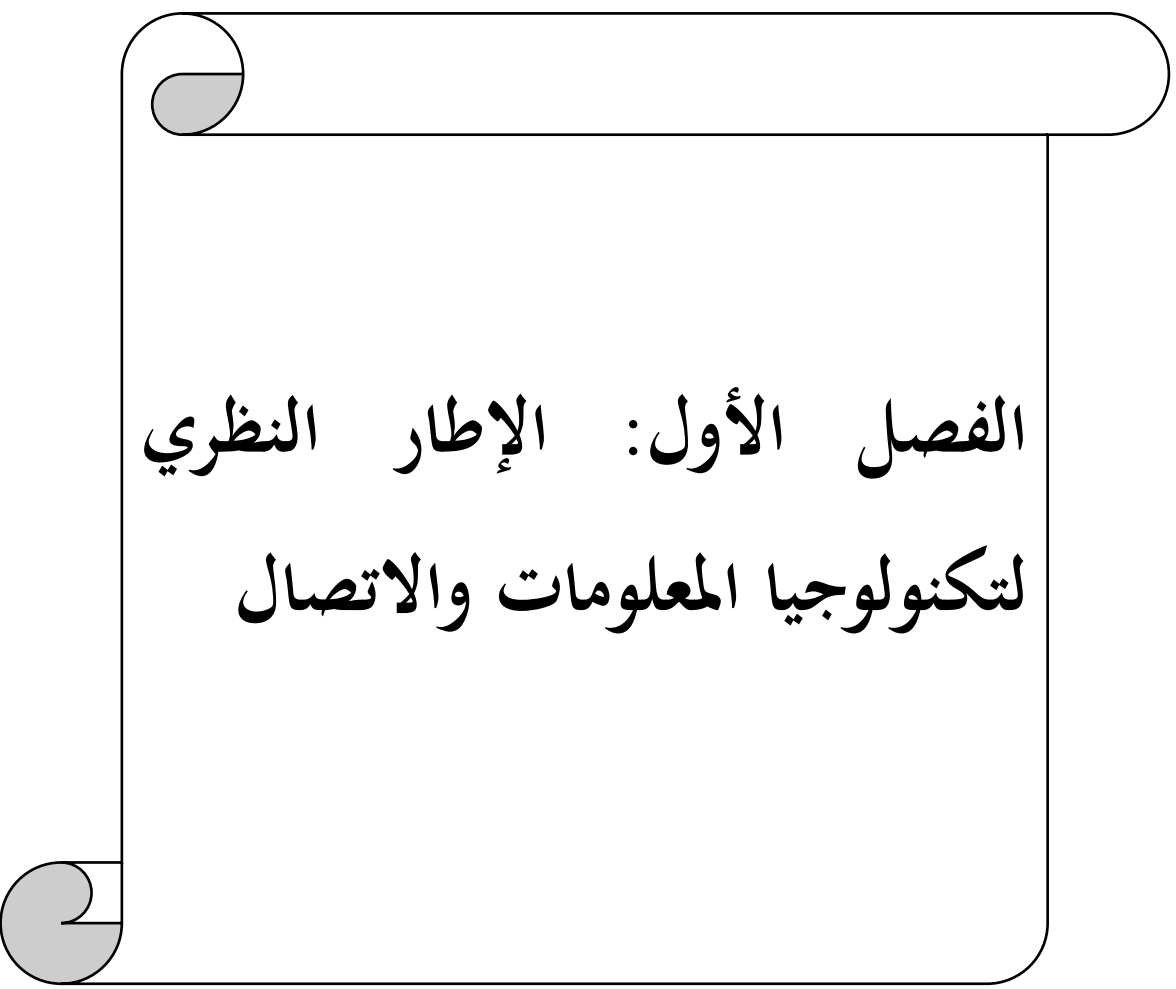
اليقظة الإستراتيجية: هي إحدى المفاهيم الحديثة في علوم التسيير فهي أسلوب منظم في الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة، تركز على تحسين تنافسيتها من خلال التتبع و المراقبة و التحليل للمحيط العلمي و التقني .

اليقظة التكنولوجية: تعرف بأنها " مراقبة و تحليل المحيط العلمي، التقني و التكنولوجي و التأثيرات الاقتصادية الحاضرة و المستقبلية، من أجل توقع المخاطر و التهديدات و فرص التطوير .

اليقظة التنافسية: هي النشاط الذي من خلاله تتعرف المؤسسة على منافسيها الحاليين و المحتملين و هي تهتم أيضا بالمحيط الذي تتطور فيه المؤسسات المنافسة و هذا من خلال جمع المعلومات المحصل عليها من تحليل الصناعة و تحليل المنافسة (نقاط القوة و الضعف) ثم تحليلها و استخراج النتائج و تطبيقها في اتخاذ القرار.

اليقظة التجارية: هي النشاط الذي تدرس المؤسسة من خلاله العلاقة موردين/زبائن و كذا المهارات الجديدة في السوق، معدل نمو السوق... الخ.

اليقظة البيئية: وتخص ما تبقى من عناصر محيط المؤسسة و التي لم تتناولها الأنواع السابقة، كاليقظة الخاصة بعلم البيئة، اليقظة الثقافية، اليقظة المالية... الخ،



الفصل الأول: الإطار النظري
لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تمهيد

يشهد التاريخ بان البشرية مرت بعدة ثورات واخرها ثورة التكنولوجيا والمعلومات والاتصال التي أحدثت القطعية بين كل ما هو قديم وأصبح جديد اليوم قديم الغد. ونتيجة لهذه التطورات تزايد الطلب على هذه التكنولوجيا وبالتالي أصبحت هذه الأخيرة هي مورد أكثر أهمية مقارنة بالموارد الكلاسيكية مما أصبح الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصال المستوفية الشروط المشغل الشاغل لأي مؤسسة باعتبارها نقطة القوة والتميز في عصر سمته الأساسية هي المعلوماتية.

وإذا نظرنا أيضا الى قطاع الاتصالات فنجد أنه في فترة قصيرة تحولا حاسما يفضل التطورات التكنولوجية التي تقوم عليها حيث أصبح شكل البنية التحتية كما يعرف اليوم بالاقتصاد الجديد أو اقتصاد المعرفة الذي يعتمد على المعلومة وطرق ايصالها في أقصر وقت وبأقل التكاليف ونظرا للتطور الهائل الذي شهده هذا القطاع ومدى مساهمته في جميع القطاعات وخاصة في ظل استخدام الأقمار الصناعية الهاتف النقال والانترنت كل هذا وضع المؤسسة امام تحدي جديد الا وهو امتلاك تكنولوجيا.

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أبرز وأكثر المجالات التي عرفت تطورا سريعا وانتشارا كبيرا في كل أنحاء العالم وأحدث بذلك ثورة معلوماتية بين المجتمعات والمؤسسات لدورها في تسهيل وتسريع عملية تبادل المعلومات ورصدها وبالتالي تناولنا في هذا المبحث كل من مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها، المراحل التاريخية لتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفي الأخير خصائص واهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

1- مفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1-1 مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال

"تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الركيزة الأساسية لمعظم المؤسسات الخدمية او انتاجيو ما جعلها محل اهتمام عدة تخصصات وقبل التطرق الى مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال سنتناول أولا تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتعريف تكنولوجيا الاتصال."

1-1-1 تعريف تكنولوجيا المعلومات

تعرف: " بأنها الاستخدام والاستثمار المفيد والامثل لمختلف أنواع المعارف والبحث عن أفضل الوسائل والسبل التي تسهل الحصول على المعلومات التي تقودنا الى معرفة وكذلك جعل مثل هذه المعلومات متاحة للمستخدمين منها وتبادلها وايصالها بسرعة المطلوبة والفعالية والدقة التي تتطلبها اعمال وواجبات الانسان المعاصر".¹

وتعرف أيضا: " بأنها استعمال تكنولوجيا الحديثة للقيام بجمع ومعالجة وتخزين واسترجاع وايصال المعلومات سواء في شكل معطيات رقمية لها او صورة".²

مما سبق يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها مختلف الوسائل والتقنيات المتطورة التي تتعامل مع جميع أنواع البيانات من حيث جمعها تحليلها وتنظيمها حفظها ومعالجتها واسترجاعها في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة بعد تحويلها الى معلومات موثوق بها يمكن الاعتماد عليها في عملية اتخاذ القرارات وحل المشكلات.

1-1-2 تعريف تكنولوجيا الاتصال

تعرف تكنولوجيا الاتصال: " بأنها مجموعة التقنيات او الاحداث او الوسائل او النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون او المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري او المؤسسي والذي يتم من جمع المعلومات

¹ ابراهيم قديليجي، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقها مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع عمان، طبعة الاولى، السنة 2002، ص35.

² Michel paquin gestion des technologies de l'information les éditions agence doec canada 1999p17

والبيانات المسموعة او المكتوبة او المصورة وتخزينها ثم استرجاعها في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية المسموعة او المرئية او المطبوعة او الرقمية ونقله من مكان لآخر وتبادلها.¹

وتعرف أيضا: " بأنها مجموعة من الوسائط المادية والبرمجيات التي تربط المكونات المادية وتنقل المعلومات من محطة الى أخرى فتساعد بذلك على المشاركة في البيانات او الموارد".²

1-1-3 تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعرف: " بأنها مجموعة الطرق والتقنيات الحديثة المستخدمة بغرض تبسيط نشاط معين ورفع أدائه وهي تنظم مجموعة الأجهزة التي تقوم بمعالجة المعلومات وتداولها مثل الحواسيب البرامج والمعدات تقوم بمعالجة المعلومات وتداولها مثل الحواسيب البرامج والمعدات الحفظ الاسترجاع والنقل الالكتروني السلبي واللاسلكي عبر وسائل الاتصال بكل أنواعها سواء مكتوبة او مسموعة او مرئية وغايتها الأساسية تسهيل التواصل الثنائي والجماعي عبر الشبكات المغلقة والمفتوحة".³

وتعرف أيضا: " بأنها تشمل مجموعة التكنولوجيا التي تسمح بجمع تخزين ومعالجة نقل المعلومات في شكل أصوات بيانات وصور وهي تشمل الإلكترونيك الدقيق علم البعديات الالكترونية والتكنولوجيا الملحقه".⁴

و تعتبر على أنها "أداة من أدوات التسيير المستخدمة والتي تتكون من خمسة مكونات هي: العتاد المعلوماتي البرمجيات، تكنولوجيا التخزين، تكنولوجيا الاتصال والشبكات".

كما يمكن تعريفها " بأنها مجموعة المعارف والخبرات والممارسات التقنية والعلاقات المتبادلة بين الأنظمة الفرعية للعمل حيث تطبيقاتها يساهم في اشباع الحاجات الاقتصادية والاجتماعية الحقيقية او المتوقعة"⁵

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن ان نعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على انها مجموعة من المكونات المادية والبرمجيات والاتصالات التي تتفاعل فيما بينها من اجل معالجة مختلف أنواع المعلومات وتخزينها في شكل معطيات رقمية

¹ اقبيني عقيلة، محمد بلخير، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في ظل اقتصاد المعلومات والمعرفة، المؤتمر العلمي السنوي الدولي الاول حول الذكاء الاقتصادي الانظمة الرقمية والذكاء الاقتصادي، جامعة خميس مليانة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، السنة 2014، ص4.

² قابر جمعة التجار، نظم المعلومات الإدارية، منظور اداري، دار حمد للنشر والتوزيع، عمان، طبعة 3.

³ بختي إبراهيم شعوبي محمود فوزي دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع التنمية السياحة والفندقة مجلة الباحث العدد7 جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2010 ص275

⁴ Kenneth c I audon and jane price laudon mangement information systems manging the digital firm rontice hall edition 2006p65.

⁵ حيدر شاكر البرنجي، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة منظور اداري تكنولوجي، طبعة 1، دار اسامة للنشر والتوزيع، سنة 2013، ص22.

واستعادتها من طرف أجهزة المعلوماتية من اجل إعادة استعمالها عند الحاجة وتوزيعها الى جهات معينة للاستفادة منها بالشكل المرغوب في لوقت المناسب والسرعة اللازمة.

وعليه فان تكنولوجيا المعلومات والاتصال ناتجة عن تقارب او التلائم التكنولوجي بين تكنولوجيا معالجة المعلومات (المعلوماتية)وتكنولوجيا الاتصال (أقمار صناعية فاكس هاتف شبكات...) ويمكن التعبير عنها بالعلاقة التالية او تلخيصها في الشكل التالي:

$$TI = TIC - TC$$

الشكل رقم (1-1) التقارب التكنولوجي بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال.

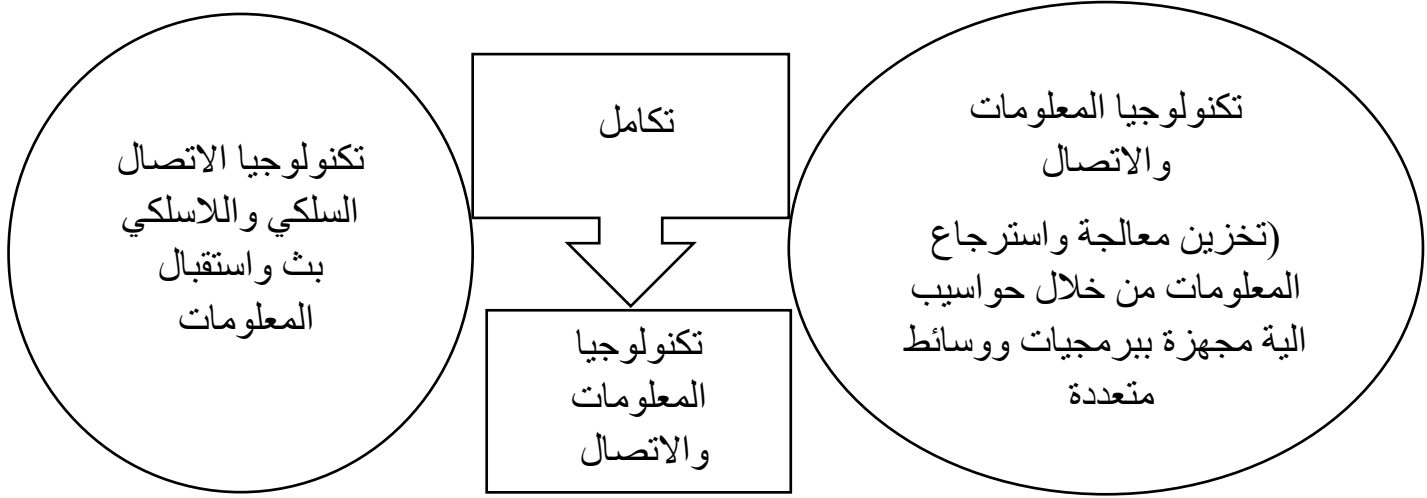


المصدر: من اعداد الطالبة بالإعتماد على العنصر السابق

مما سبق يمكن تعريف تكنولوجيا الاتصال " بانها جميع الأجهزة والنظم والبرمجيات المتعلقة بتداول المعلومات اليا ونقلها من أي مكان في العالم الى أي مكان اخر سواء كانت نص او صورة او فيديو."

-من المؤكد ان تكنولوجيا المعلومات والاتصال تعتبر ناتجا مناسبا للتلائم بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال يمكن التعبير عنها بالشكل التالي:

الشكل رقم (1-2): التكامل الاقتصادي بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال.



المصدر: من اعداد الطالبة بالإعتماد على العنصر السابق

1-2 أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تؤدي تكنولوجيا والاتصال دورا كبيرا في تحديث وتطوير إدارة الأعمال وتؤدي إلى خلق أنواع جديدة من الوظائف ومجالات عمل ونشاطات متنوعة في بيئات الأعمال يمكن ملاحظة ذلك من خلال:

- ✓ تساعد في تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية؛
- ✓ تساعد على توفير قوة عمل فعلية داخل المؤسسة؛
- ✓ تساعد على زيادة قنوات الاتصال الإداري بين مختلف الإدارات؛
- ✓ يساعد على توفير الوقت خاصة للإدارة العليا والتفرغ لواجبات أكثر أهمية؛
- ✓ تساعد على تقليص حجم التنظيمات الإدارية؛
- ✓ توفير المعلومات اللازمة للأشخاص والمنظمات حيث يستطيع الأفراد الاتصال فيما بينهم بسهولة؛
- ✓ تبادل المعلومات في اي وقت واي مكان؛
- ✓ توفير خدمات الاتصال بمختلف أنواعها؛
- ✓ تحقيق رفاهية المجتمع؛
- ✓ تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال دور كبير في تحديث وتطوير إدارة الأعمال؛

✓ تعمل على إلغاء المسافات المادية وإنشاء مسافات افتراضية بين الأشخاص.¹

2-المراحل التاريخية لتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال

ان مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصال رغم حداثة نسبيا ارتباطه الكبير الحواسيب إلا أننا لا نستطيع أن نوضح بأن هذا المصطلح ليس وليد الساعة بل لكونه ارتبط بالمعلومات والاتصالات التي سبقت تكنولوجيا بمفهومها الحديث وهكذا نجد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال مترابطة فيما بينها وقد مرت بمراحل تاريخية عدة نوجزها في خمس مراحل أساسية هي:

2-1مرحلة ثورة المعلومات والاتصال الاولي

تتمثل في اختراع الكتابة ومعرفة للإنسان مثل الكتابة السومرية والمسمارية ثم الكتابة التصويرية حتى ظهر الحروف والتي عملت على أنها عهد المعلومات الشفهية التي تنتهي بوفاة الانسان أو ضعف قدراته الذهنية.

2-2مرحلة ثورة المعلومات والاتصال الثانية

والتي تشمل ظهور الطباعة بأنواعها المختلفة وتطويرها والتي ساعدت على نشر المعلومات واتصالاتها عن طريق كثرة المطبوعات وزيادة نشرها عبر مواقع جغرافية أكثر شيوعا.

2-3مرحلة ثورة المعلومات والاتصال الثالثة

وتتميز بظهور مختلف أنواع وأشكال مصادر المعلومات المسموعة والمرئية الهاتف المذياع التلفاز الأقراص الأنشطة الصوتية واللاسلكي

الإضافة إلى المصادر المطبوعة الورقية هذه المصادر وسعت في نقل المعلومات وزيادة حركة والاتصالات.

2-4مرحلة ثورة المعلومات والاتصال الرابعة

وتتمثل باختراع الحاسوب وتطور مراحلها واجيالها المختلفة مع كافة مميزاته وفوائده على حركة تنقل المعلومات عبر وسائل الاتصال التي ارتبطت بالحواسيب.

¹ عبد الله حسن مسلم، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار المعزز للنشر والتوزيع، الأردن، طبعة الأولى، سنة 2015، ص127.

2-5 مرحلة ثورة المعلومات والاتصال الخامسة

وتتمثل في الترابط ما بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة الأنواع والاتجاهات والتي حققت إمكانية تناقل كميات هائلة من البيانات والمعلومات عبر مسافات جغرافية هائلة بسرعة فائقة بغض النظر عن الزمان والمكان وصولاً إلى شبكات المعلومات وفي قمتها شبكة الانترنت.¹

- حاول العديد من الأساتذة والمهتمين في مجال تكنولوجيا المعلومات والمفكرين والنقاد تقديم قيس الإفصاح عن هذا العالم العجيب وذلك من خلال الكشف عن مخابئ المهام والأعمال الإبداعية التي تقوم بأدائها ومازالت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تكتب تاريخها الذهبي الذي لم يكتمل بعد بل إن التطورات التي تحصل في هذا المجال باتت مفاتيحها للدخول إلى العالم مزال مجهولاً للكثير من المتابعين.

والمهتمين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وهذا ما جعل الجميع معرض لسلطة السؤال الباحث عن ميلاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعن زمن الكشف عنها.

فإذا كان التقدم التكنولوجي المعاصر قد بدأ في منتصف القرن التاسع عشر فإن هذا لا يعني أن الانسان لم يكن يفرق تكنولوجيا المعلومات من قبل وبوجه عام يمكن القول إن بداية عهد الانسان بالتكنولوجيا كان قد بدأ في زمن بعيد جدا من تاريخ حياته البدائية.

أن تطور تكنولوجيا كان يسير بخطى بطيئة جدا لكنه أخذ جانب التدرج فأول الأمر اكتشف الانسان الإبرة من ثم الفأس وأدوات القطع الأشجار الأخرى وتلك كانت الثورة التكنولوجية الأولى في حياة الإنسان فتطور التكنولوجيا ارتبطت بشكل وثيق بظهور الزراعة والحضارات الزراعية التي ركزت على صنف الأنهار الآسيوية والأفريقية الكبرى في بلاد ما بين النهرين ومصر والهند والصين وهكذا فقد استطاعت هذه الحضارات وبالأخص حضارة ما بين النهرين ووادي النيل أن تكون السبابة في ابتكار التكنولوجيا المتعلقة بالنشاط التنفيذي وغيرها.²

لقد شكلت الاحتياجات الزراعية القاعدة الأساسية للانطلاق نحو تكنولوجيا هكذا بدأ العصر الذهبي للتكنولوجيا منطلقاً من أرض العرب ولكن بمرور الوقت بدأ العرب يعيشون حياة حافلة بالصراعات والغزوات والحروب تارة مع بعضهم مع بعضهم وتارة أخرى مع الاستعمار مما أدى إلى انتقال الساحة التكنولوجية إلى الساحة الغربية فبدأت الانطلاقة الجديدة للتكنولوجيا وبالأخص تكنولوجيا المعلومات من أوروبا

¹ انصاف بن سماعيل، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق جودة التعليم العالي، أطروحة لنيل شهادة الماستر بقسم العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، سنة 2019، ص12.

² جعفر الجاسم، تكنولوجيا المعلومات دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ص ص34-35.

أن مصطلح تكنولوجيا القاد من الغرب أصبح يسير بالاتجاهين في نظر الكثير من الأفراد الاول اتجاه الخير إذ يرى بعض الأفراد بأن الانسان سخر الطبيعة لخدمته من خلال ابتكار واكتشاف تكنولوجيا فأصبحت المجتمعات تعيش متقاربة على الرغم من بعد المسافات والمساحات الشاسعة التي تفضل بينها اما الاتجاه الاخر ويتمثل في رؤى بعض الأفراد بأن تكنولوجيا أصبحت خطرا يهدد الأفراد أينما وجدو.

ومن أجل إعطاء الشواهد الزمنية لابد من استدعاء التاريخ بوصفه شاهدا على البدايات الأولى التي قادت من ميلاد تكنولوجيا المعلومات بالمتصفح لتاريخ الإنسانية جيدا سيجد كيف أن الانسان فمنذ القدم قد استعان بعدة أساليب مختلفة وذلك من أجل التفاهم والتعامل مع الآخرين في الحياة اليومية وفي التفكير من أفكاره ورائه وعندما تم اختراع الطباعة دخلت الإنسانية عصر جديد حيث تم نشر المعرفة بواسطة هذه الآلة الذهبية التي جعلت المعلومات تجتاز الحدود وتدخل البيوت والدول من دون استئذان الأفراد والحكومات.¹

لقد اخترع العالم الرياضي الاسكتلندي جون ناير 1617 آلة عرفت باسم الآلة الحشبية وذلك لتبسيط العمليات. الحسائية ويعتبرها البعض اساسا اللوغاريتمات وما زال الفضل في اضافته العلامة العشرية لإظهار اجزاء العدد الكامل رغم انه عاشها قبل حوالي 400 سنة بعد ذلك توالت الاختراعات لتؤكد قدره الانسان على التفكير وتطوير من جانب وعلى احتياجاته اليومية في العمل من جانب اخر ويعد اختراع جوتبرج ويعد اختراع جوت بريك للآلة الطباعة في القرن 15 ميلادي بدا الواقع يؤشر كل يوم الى كم هائل من المعلومات.

بل وملحه جدا الى اختراع نوع جديد من تكنولوجيا المعلومات وتخزين هذه المعلومات فكان المولود الجديد هو تكنولوجيا المصغرة العلمية² ظل الانسان يبحث عن الاسرع والاصغر في مجال الاتصالات السلكية حيث بينت اشارات في الفضاء المفتوح تشبه موجات الراديو وهي بذلك تعطي نسبة بث أسرع من خطوط من خطوط.

خطوط الهاتف او الكوابل المحورية استمر العقل البشري في الاختراع والابتكار وقدم الكثير من الابداعات التي ربما تفوق التصورات ورغم كل ما حصل من تطور في مسار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ظلت عين الانسان وعقله يرومان نحو نافذه أكبر وأعمق لتحطيمهم علما ليس يجري في مكان واحد او ما موجود من بيانات ومعلومات انما الهدف هو ممارسه ملامسه المعرفة لما يجري في كل مكان. وان صح التعبير فقد العقل الانساني الى الانترنت والتي يطلق عليها البعض بانها الاخطبوط او شبكه الشبكات بعد ذلك بدأت انجازات تكنولوجيا المعلومات تتواصل ففي عام 1976 بدا اول بث مباشر بالأقمار الصناعية على الاطباق المقدمة على سطح المنازل أضف على ذلك انه في عام 1977 كان اول استخدام تجاري للأسلاك المصنوعة من الالياف البصرية والتي عملت على زيادة قدره الاتصالات اللاسلكية وفي

¹ حسن جعفر الطائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2013، ص43

² جعفر الجاسم، مرجع سبق ذكره، ص36

ذلك التاريخ 1977 تم اتمام ربط شبكه الالياف البصرية حول العالم الامر الذي سهل عمليه استخدام الوسائل المتعددة والمحمولة وغيرها.

وفي ظلّت زيد الناتج الفكري من جهة وضعف القدرة الشرائية للكثير من المكتبات ومراكز المعلومات وتعالى اصوات المسؤولين عن المكتبات والمؤسسات البحثية الاخرى تطلب الامر التفكير في اعاده النظر في امر فلسفه الحفظ والتخزين والاسترجاع من جهة وتوفير متطلبات القراء من جهة فكانت المحاولات في هذا المجال قد قادت الى ابتكار وسيله جديده يطلق عليها المكتبة المتنقلة وهي تقنيه الاقراص المنتشرة اذا شهد عام 1979 ميلاد تقنيه اقراص الريزر والتي تطورت فيما بعد غير ان العقل البشري لم تتوقف انجازاته عند التكنولوجيا بل استثمر في ظل مجتمعات جديده تعيش في عالم متناسف متسارع يريد الحصول على المعلومة بأسرع وقت واقل تكلفه. فجاء البريد الالكتروني الذي كان يمثل ذروه الاتصالات بين ابناء البشرية حيث يرجع تاريخ اختراع البريد الالكتروني الى 1982 عندما أرسل رايت 2001 او الرسالة الكترونيه في التاريخ وقد وصلت الرسالة الى العنوان الذي ارسلت اليه على الفور فقد ارسلها راي لنفسه وبذلك الغي البريد الالكتروني ما جرى للزمان والمكان بين الدول المختلفه وباختصار فتاريخ تكنولوجيا المعلومات يبدأ منذ القدم بداية بالتدوين والنقش على الجدران والكهوف ومن ثم استخدام الريشة في التدوين اضافة الاقلام بكل انواعها وصولا الى امكانيات الطباعة في الهواتف المصغرات العلمية بعد ذلك جاء دور اجهزه الكمبيوتر في الانترنت يوصفها اخر لحد الان تطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشقيها في تكنولوجيا التخزين والاسترجاع والتكنولوجيا الاتصالات اضافة الى البريد الالكتروني.¹

3- خصائص واهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

3-1 خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال ان التكنولوجيا المعلومات والاتصال مجموعه من الخصائص التي تجعلها تتسم بقدرات عالية وتأثيرات متزايدة في جميع النواحي

3-1-1- التفاعلية: اي ان المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن ان يكون مرسل ومستقبل في وقت واحد.

3-1-2 اللاتزامنية: اي ان استقبال الرسالة باي وقت يناسب المستخدم فالمشاركين في عمليه الاتصال غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.

3-1-3 اللامركزية: هذه التكنولوجيا تسمح باستقلاليه تكنولوجيا. الاستقلالية التكنولوجيا المعلومات والاتصال فالإنترنت تتمتع باستمراريه عملها في كل الاحوال فلا يمكن لأي جهة تعطيل الانترنت على مستوى العالم باسره.

¹ حسن جعفر الطائي، مرجع سبق ذكره ص56.

- 3-1-4 قابليه التواصل: اي امكانيه الربط بين مختلف اجهزه الاتصال المختلفه.
- 3-1-5 التحرك والحركة: اي يمكن للمستخدم الاستفادة من خدماتها اثناء تنقلاته من اي مكان عن طريق وسائل كثيره مثل الهاتف النقال
- 3-1-6 قابليه التحول: بمعنى امكانيه نقل المعلومات من وسيط الى وسيط اخر كتحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مقروءة او مطبوعة.
- 3-1-7 اللامجهريه: امكانيه توجيه الرسالة الانتقاليه الى فرد واحد او جماعه معينه بل توجيهها بالضرورة الى الجماهير الضخمة وهذا يعني امكانيه التحكم فيها حيث تصل مباشره من المنتج الى المستهلك كما انها تسمح بالجمع بين الانواع المختلفه للاتصالات
- 3-1-8 الشبوع والانتشار: بمعنى قابليه الشبكه للتوسع لتشمل أكثر مساحات غير محدد من العالم.
- 3-1-9 العالميه والكونية: المقصود بها المحيط الذي تعمل فيه هذه التكنولوجيا حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفه ومفتقدة وتنشر عبر مختلف محيط عملها¹.
- 3-1-10 تخفيض الوقت: وذلك باختصارها للوقت والمكان.
- 3-1-11 تقليص الوقت: تتبع تكنولوجيا المعلومات وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات والتي يمكن الوصول اليها ببسر وسهولة
- 3-1-12 المرونة: تتعدد استعمالات تكنولوجيا المعلومات بتعدد الاحتياجات إليها.
- 3-1-13 النممة: ويقصد بها الاسرع والاصغر والاقبل تكلفة وهي من اهم مميزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- 3-1-14 إقسام المهام الفكرية مع الآلة: نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث والنظام.
- 3-1-15 النمو والتطور: كلما تغير نظام تكنولوجيا المعلومات كلما تغير النظام الاقتصادي²

¹ بومائلة سعاد، فارس بوباكور، أثر تكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجنت، العدد، 3 سنة 2004، ص 205-206

² يسع ياسمينه، دراسة قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاداء الاقتصادي للمؤسسة، رسالة ماجستير تخصص تسيير المنظمات، جامعة بومرداس، الجزائر سنة 2010، ص22.

2.3 أهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتبنى اغلب المؤسسات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغية تحقيقها للأهداف أهمها ما يلي:

- ✓ تحقيق اتساييه المعلومات والبيانات الضرورية لحسن سير العمل داخل الحكومة تزويد العاملين بما يحتاج نم من معلومات دقيقة في مواقع التنفيذ حتى يتمكن من اتخاذ قرارات سليمة ومناسبة؛
- ✓ التنسيق بين جهود العاملين؛
- ✓ نقل اهداف وخطط المؤسسة إلى العاملين فيها بمجهوداتها خارج المؤسسة من اجل كسب وعدم تأييدهم؛
- ✓ تمكين القيادة العليا من ايصال توجيهاتها وأفكارها وخصائصها إلى العاملين في نفس الوقت؛
- ✓ تهدف الى استكمال النقص في قدرات الانسان وقواه؛
- ✓ تهدف تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى حل المشكلات التي تواجه الأفراد العاملين؛
- ✓ تهدف الى نقل المعلومات والبيانات من المرسل الى المرسل اليه في اقل مدة زمنية وبأقل تكلفة وبأكبر دقة؛
- ✓ خفض تكاليف تعقيد الانتاج وإزالة أثر الميزة التنافسية الناجمة عن اقتصاديات الحجم؛
- ✓ جعل الاتصال أسرع وأكثر كفاءة وأداء؛
- ✓ زيادة كفاءة استغلال المخزون؛
- ✓ تقديم خدمات أفضل للموظفين والمراجعين مما ينعكس ايجابا على التنظيم؛
- ✓ ان هذا النظام يستطيع ان يساهم بصورة فعالة في تحقيق الاستقرار الاقتصادي والنقدي في محاربة التضخم¹.

المبحث الثاني: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال واحدة من أهم الجوانب في العصر الحديث حيث تلعب دورا حاسما في تحسين الاتصال ونقل المعلومات. تطورت هذه ال تكنولوجيا بشكل ملحوظ على مر العقود مما أثر بشكل كبير على مجموعة متنوعة من المجالات وبالتالي تناولنا في هذا المبحث كل من مكونات تكنولوجيا المعلومات ووظائف تكنولوجيا والاتصال وفي الاخير مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

1-مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مزيج معقد تعتمد على مشاركة المعلومات التي تنعكس في بعض أوجهها بشكل تطبيقات خاصة تمكن من زيادة القابليات وتساعد في تحقيق الأهداف مما يجعلها موردا مهما يصعب تقليده بسهولة وفيها يأتي الاستعراض لهذه المكونات.

¹ محمد الصيرفي، تكنولوجيا المعلومات، طبعة 02، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009 ص19.

1/1 التجهيزات المادية : وتمثل اساسا في كل من الحاسوب الهاتف والفاكس.**أ- الحاسوب**

يعتبر الحاسوب جهاز إلكتروني يتكون من مجموعة من العناصر والأجزاء ويمتاز بالقدرة على التعامل مع كم هائل من البيانات وإجراء العمليات الحسابية والمنطقية عليها وتخزينها واسترجاعها في شكل معلومات عند الحاجة ويكون الحاسوب من عناصر هي :

-**العنصر البشري:** يقصد به الاشخاص المسؤولين عن التعامل مع الحاسوب.

-**البرمجيات:** تتمثل في كل من نظم التشغيل وتطبيقات الحاسوب والبيانات.

-**المكونات المادية:** تتمثل في وحدات المعالجة وتعمل كما يلي :

وحدات الادخال: حيث نقوم بإدخال البيانات للحاسوب وتتمثل في لوحة المفاتيح الفأرة الخ.

وحدات الإخراج: تقوم بعرض المعلومات الناتجة عن المستخدم وتتمثل في الشاشة والطابعة الخ.

وحدات المعالجة: تعتبر المسؤولة عن جميع عمليات المعالجة وتتمثل في: المعالج والذاكرة الدائمة والذاكرة المؤقتة

بالإضافة إلى وجود بدائل او وسائط تخزين لها القدرة على تخزين البرنامج والبيانات والمعلومات. التي يرغب المستخدم في الاحتفاظ بها حتى يتمكن من استخدامها فيما بعد وهذه الوسائط هي ما يطلق عليها وسائط التخزين الثانوية والتي تتمثل في الأقراص المرنة الأقراص الصلبة الأقراص الضوئية والقرص فلاش¹ .

ب) الهاتف

يعتبر الهاتف وسيلة اتصال مسموعة يتبادل من خلالها طرف الاتصال الحوار مباشرة ويكتسي أهمية كبيرة في إتمام الاتصالات الداخلية والخارجية حيث لا يمكن لأي منظمة سواء كانت تجارية او خدمية او حكومية أن تصل دون الهاتف كما أنه من السهل الاتصالات بين الدول المختلفة. ويعود اختراع الهاتف إلى سنة 1876م من طرف العالم جراهام بل الذي استطاع نقل الصوت الأدمي إلى مسافات بعيدة معتمدا على مبدأ سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستعملا شريحة رقيقة من المعدن تتهز حيث تصطدم بها الموجات الصوتية وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك وتقوم سماعة الهاتف بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى اشارات صوتية تحاكي الصوت الاصلي.

¹ تقرت محمد، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات المنتدى الوطني لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، جامعة قلمة، الجزائر سنة 2009.

ج) الفاكس

هو عبارة عن جهاز أو كما يسمى الناسخ الهاتفي يقوم ببث الرسائل و النصوص و الصور والوثائق المكتوبة عبر خطوط هاتف العادي.

يعود تاريخ اختراعه الى اواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين. حيث بدأ الكثير من المخترعين في كل من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية العمل على اختراعه.

ويمتاز جهاز الفاكس بسهولة الاستخدام حيث لا يتطلب استعماله سوى وضع الرسالة في الجهاز ثم تشكيل رقم هاتف جهاز فاكس المرسل اليه وبمجرد أن يفتح الخط أو يتم الاتصال تتحرك الأداة الفاحصة الالكترونية في جهاز الارسال وتحول الصفحة المرسله الى مجموعة من الاشارات الكهربائية الرقمية مرة أخرى إلى صورة الوثيقة الرسمية ثم يطبع نسخة منها. كما أنه يمكن إرسال الوثائق إلى عدة جهات في الوقت نفسه وبسرعة ودقة عالية وتكلفة منخفضة¹.

2.1 التجهيزات الغير مادية : وتتمثل أساسا في كل من الأنترنت الإنترنت والإكسترنات

أ-الأنترنت

يرجع أصل كلمة أنترنت أو ما يسمى بالنت إلى شبكة أربانت التي أنشئت سنة 1968 من طرف وكالة مشروعات البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع الامريكى (DARPA)

(La Defense Advanced Research Projects Agency) بهدف توصيل مراكز البحث وتداول المعلومات المرتبطة بوزارة الدفاع الامريكى وفي سنة 1979 راودت مراكز البحث وتداول المعلومات المرتبطة بوزارة الدفاع الامريكى

وفي سنة 1979 راودت طلبة " جامعة دو ك ب دورهام " فكرة تتمثل في ربط اجهزة الحاسوب بهدف تبادل معلومات علمية من الموقع العسكري الى الجامعة.

والانترنت عبارة عن شبكة مكونة من الاف الشبكات المتصلة ببعضها البعض حول العالم اي انها عبارة عن تجمع عالمي لشبكات الحاسوب والتي من خلالها يمكن للمستخدمين تبادل البيانات والمعلومات ولهذا فهي تسمى شبكة الشبكات التي تقدم شبكة الانترنت مجموعة متنوعة من الخدمات والتي تشمل:²

¹ بوحسان سارة كتنز، الاثار الفعلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن تطبيقات تسيير الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير علوم التسيير تخصص ادارة استراتيجية كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، سنة 2012، ص30.

² العياشي زرزار، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأثرها في النشاط الاقتصادي وظهور الاقتصاد الرقمي والمجتمع، عمان، ص218.

البريد الإلكتروني: يعتبر البريد الإلكتروني القوة الواجبة للانترنت وبواسطته يمكن للمستعمل ارسال رسالة مكتوبة خلال ثوان الى صندوق بريد الكتروني متوفر الشبكات في الجانب الاخر من العالم وهذا بتكلفة منخفضة وفي اي وقت ومن اي مكان وترجع شعبية البريد الإلكتروني للأمور التالية:

- ✓ سرعة وصول الرسالة حيث يمكن إرسال رسالة الى أي مكان في العالم واستقبالها خلال لحظات؛
- ✓ ان قراءة الرسالة من المستخدم عادم ما تتم في وقت قد هيا نفسه للقراءة والرد عليها ايضا؛
- ✓ لا يوجد وسيط بين المرسل والمستقبل مما يعني الغاء جميع الحواجز الادارية
- ✓ الكلفة المنخفضة لاستخدام البريد الإلكتروني؛
- ✓ يستطيع المستفيد ان يحصل على الرسالة في الوقت الذي يناسبه؛
- ✓ يستطيع المستفيد إرسال عدة رسائل الى جهات مختلفة في الوقت نفسه.¹

البحث: لم تعد المعلومة حكرا على أحد حيث يمكن الوصول الى مصدر المعلومات الاساسية لأي موضوع من خلال ما يسمى محركات البحث وهي مواقع على الشبكة وظيفتها البحث عن المعلومات مثل موقع Yahoo و موقع Google

البرامج: نوجد العديد من البرامج على مواقع الانترنت المختلفة والتي يمكن تحميلها مجانا ونقلها وتخزينها واستخدامها بكل سهولة.

مجموعات المناقشة: نوجد الالاف من مجموعات المناقشة على الانترنت والتي تهتم بالكثير من الموضوعات مثل البيئة الموسيقى الدراسة بالخارج... الخ وتتيح المشاركة فيها الالتقاء بالأشخاص.² الذين تكون لهم نفس الاهتمامات

المحادثة والدرشة: حيث يمكن للمتصلين بالانترنت اجراء مكالمات وتبادل الرسائل ونقل الصور من خلال برامج المحادثة.

الدعم الفني: تقدم معظم المنظمات مواقع لها على الانترنت حيث تتيح لعملائها الاتصال بقسم الدعم الفني وخدمة العملاء للإجابة عن الاستفسارات الخاصة بمميزات منتج معين او حل مشاكل للاستخدام

ب-الانترنت

استعمل مصطلح الأنترنت لأول مرة سنة 1994 وهي شبكة داخلية في المؤسسة تستطيع ان تؤمن الحصول على البيانات من خلال المؤسسة بالإضافة الى وسائط الربط المعيارية المستخدمة في الانترنت والبرمجيات المطورون لشبكة العنكبوتية العالمية.

¹ عبد الوهاب محمود، وعبد الوهاب مهنا، درجة توظيف الحاسوب في الإدارة المدرسية رسالة ماجستير كلية التربية جامعة فلسطين سنة 2009، ص35.

² أحمد محمد، ومحمود ريان، خدمات الانترنت، طبعة 4، المجتمع الثقافي للنشر، الاسكندرية، سنة 2001، ص ص38_44.

ان الشبكة العنكبوتية بشكل خاص والانترنت بشكل عام هي مفتوحة الاستخدام من طرف الجميع الا ان الانترنت هي شبكة داخلية خاصة تبتغي ان تكون محمية.

وتستخدم شبكات الانترنت عادة في ما يلي:¹

✓ نشر وثائق المنظمة الكترونيا؛

✓ تنمية الصلات الافقية بين زملاء العمل الحد من السلطات غير المبررة لبعض المراكز البيروقراطية بالمؤسسة؛

✓ توزيع البرمجيات حيث يمكن استخدام الانترنت في توزيع البرامج الجديدة او ترقية الخدمات وذلك بوضعها في

مزود الشبكة واتاحه الوصول اليها لأعضاء المؤسسة لاستخدامها عند الحاجة تقديم خدمه النظام التفاعلي

متمثلة في الرسائل ومجموعه التحاور حيث يقوم كل الفرد من خلالها.

ج-الاكسترات

الاكسترات ناتجا لتزواج كل من الانترنت والانترانت فهي شبكة إنترانت تم توسيعها لتمتد الى جمهور خارجي محدود

ومختار (زبائن، موردين، عملاء...) والذي له علاقة بطبيعة نشاطها حيث تسمح له بالمرور عبر الحواجز الامنية

الالكترونية التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المؤسسة وتمتاز المعلومات في الاكسترات بالأمان وهذا يمنع الاخلال

بالأمن من المستخدمين غير المرخص لهم بشفافية شبكات ومؤسسات اخرى من خلال الاكسترات²

¹ عامر إبراهيم قندلجي، وعلاء الدين عبد القادر الجناي، نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، طبعة 08، دار المسيرة للنشر، عمان، ص431.

² سليم الحشبية، نظم المعلومات الإدارية، طبعة 3، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان سنة 2000، ص156.

يمكن اختصار الفرق بين الانترنت والانترانت والاكسترانت في الجدول كالاتي:

الجدول رقم(1-1): يمثل اختصار الفرق بين الانترنت والانترانت والاكسترانت

| المواصفات | انترنت | انترانت | اكسترانت |
|--------------|---------|---------------------------|------------------------------------|
| طبيعة الوصول | عام | خاص | شبه خاص |
| المستخدمون | الجمهور | استخدام العاملين بالمؤسسة | استخدام من ذوي العلاقات مع المؤسسة |
| المعلومات | مجزأة | مملوكة | مشتركة بين مجموعة ذوي العلاقة |

المصدر: من اعداد الطالبة بالإعتماد على العنصر السابق

المخطط الموالي يمثل مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

الشكل رقم (1-3): يمثل مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.



المصدر: من اعداد الطالبة بالإعتماد على العنصر السابق

2-وظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أدى الانتشار الواسع والمتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في وقتنا الحالي الى زيادة الاتفاق الجماهير حولها والاستفادة مما قدمته من خدمات اتصالية في شتى الميادين ذلك في الوظائف التي تقدمها تكنولوجيا لتحقيق حاجاتهم ورغبتهم فهذه الوظائف تختلف من وسيلة لأخرى ومن بين هذه الوظائف نذكر ما يلي:

وظيفة التوثيق ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمتمثلة في الحاسوب والاقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية دورا كبيرا. في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال والاعلام.

- ✓ تقديم المعلومات المتقدمة والمتنوعة والتي تتميز بالضخامة وبشكل غير مسبوق؛
- ✓ الزيادة والسرعة في اعداد الرسائل الإعلامية والقدرات العالية في تحويل الاشكال من مطبوعة الى مرئية ومن مرئية الى مطبوعة والقدرة على نشرها وتوزيعها مخترقة الزمان والمكان؛
- ✓ تجاوز قيود العزلة حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسوب الشخصي بعيدا عن الاخرين ولتجاوز قيود العزلة يتم الاتصال بالأخرين من خلال برامج الحاسوب في إطار واقع وهمي افتراضي؛
- ✓ القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها ومناهضة غيرها من الأفكار الأخرى لتكوين راي عام إقليمي او عالمي نحو القضايا؛
- ✓ وظيفة التسويق او الإعلان يعتبر تحقيق هذه الوظيفة دليلا على اتخاذ القرارات الشرائية للجمهور المتلقين من جهة ومن جهة أخرى تحقق تحويلا لشركات او المؤسسات.
- ✓ ظهور الحواسيب الشخصية والتوسع في استخدامها والاستفادة من المعلومات التي تقدمها للأفراد؛
- ✓ التحول نحو الرخيص المتاح دوما عند استخدام التكتيك¹؛
- ✓ الرقمي للأجهزة الإلكترونية فإن ذلك أدى إلى تصفير المعدات وبالتالي رخصها.

¹ هبة بوطيبة، ربيعة بوقش، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة وأثرها على الاداء الوظيفي للعاملين بالجامعة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بقسم علوم الاعلام والاتصال كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر سنة، 2018 صص 50-51.

3-مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تسهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل عام وتكنولوجيا الاتصال بشكل خاص في تسيير حياة الأفراد عندما يتم توظيفهما بشكل محكم ومن أهم المجالات التي قدمت فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصال خدمة كبيرة نجد :

3-1 مجال التعليم والتعلم

لقد قدمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال خدمة كبيرة في مجال التعليم بدءا من اختراع القلم إلى مرحلة الطباعة ومرحلة التسجيل والتصوير والآن أصبح الحاسوب من أقوى الوسائط المستخدمة في مجالات التعليم بالإضافة إلى استخدام شاشات العرض المختلفة والفيديو وغيرها من التعليم.

وكذلك التعليم عن بعد حيث يمكن للمتعلم في بلد ما ان يستمع ويناقش محاضرا في بلد اخر وأصبحت الشبكة العنكبوتية (الانترنت) مصدرا أساسيا من مصادر التعليم لا غنى عنه للطالب والمعلم ومصدرا للمعلومة لأي شخص اخر.

3-2 مجال الاتصالات

أصبح ممكنا في هذه الأيام أن تشاهد أو تسمع ما يحدث في أبعد مكان في هذا العالم فلم يعد الاتصال مقتصر على الرسائل البريدية وغيرها من الرسائل البريدية الالكترونية او المكالمات الهاتفية فهناك البريد الالكتروني الدردشة الالكترونية وغيرها من الرسائل وكذلك التواصل الفوري للمعطيات او التحدث مع الاخرين عبر اللقاءات المرئية وذلك بفضل تكنولوجيا الاتصال وشبكات الحاسوب حتى أصبح العالم أشبه بقرية صغيرة.

ومن المستجدات امكانية استخدام شبكة الانترنت لإجراء الاتصالات الهاتفية بتكلفة قليلة من خلال ما يسمى الصوت عبر بروتوكول الانترنت.

3-3 التجارة الإلكترونية

يقصد بالتجارة الإلكترونية القيام بعمليات العرض والبيع والشراء للسلع والخدمات والمعلومات عبر النظام الالكتروني بين المنتج والمورد والمستهلك.

3-4 المجال الإداري

يستخدم الادارات الحواسيب والشبكات الداخلية والخارجية في تسيير شؤونها الإدارية وكذلك في التواصل بين فروع المؤسسة التي قد تكون متباعدة.

3-5 الصحة والطب

تقديم توظيف التكنولوجيا المعلومات في مجال الصحة والطب عن بعد بهدف رفع المستوى الصحي للسكان المنطقة النائية وكذلك التبادل المعرفي بين المراكز الطبية المنتشرة في العالم عبر المؤتمرات العلمية والطبية المرئية.

3-6 مجال الاعلام والثقافة

اسهمت التكنولوجيا في تقديم خدمه كبيره في رفع المستوى الثقافي للشعوب من خلال الورق ثم الطباعة وانتاجها من مطبوعات وكتب وصحف ومجلات والتوثيق المصورة حول شتى القضايا والنشر من خلال الانترنت كلها اسهمت جميعا في اتصال المعرفة الى قطاعات واسعة ومكنت كذلك الكثيرين البشرية بتكلفه مقبولة ولقد لعبت وسائل الاعلام وما زالت دور الأساسية في نقل المعلومات وايصالها في وقت قريب من حدوثها سواء كانت مسموع عبر الايداع او الهاتف او مسموعة مرئية عبر البث التلفزيوني وطرق التسجيل الاخرى وحديثا من خلال الانترنت

كما أسهم التكنولوجيا المعلومات والاتصال في توفير المعلومة ومعالجه بثها في وقت قصير وكذلك ترجمتها الى عدة لغات.

3-7 المجال العسكري

استخدم الانسان التكنولوجيا في الحروب سكانه الأسلحة المختلفة عامل اساسيا في كسب الحروب قديما وحديثا وكان دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال مهما في التوصيل الرسائل والمعلومات بشكل سري بين القادة وكذلك لأغراض التجسس وحديثا دخلت التكنولوجيا المعلومات في المجال العسكري بشكل أسرع فهناك الصواريخ الموجهة بالحاسوب وانظمه الاتصال الحديثة والقنابل الذكية وغيرها مما أثر بشكل كبير على اداء الجنود في المعركة.

3-8 المجال الترفيهي

هناك كثير من العاب الحاسوب التي يعتمد بعضها عن الرسومات الثلاثية الابعاد والصوت حيث تستخدم التكنولوجيا المعلومات في انتاج الموسيقى والافلام والتأثيرات الخاصة المصاحبة لها وتسجيلها وعرضها كما تستخدم الانترنت والتواريخ المنتجات المتعددة الاوساط مما يساعد على انتشارها.

3-9 المجال الصناعي

صناعه التكنولوجيا المعلومات تشكل قطاعا مهما في اقتصاد كثير من الدول وقد استخدم الحاسوب ايضا في تصميمه وفحص نماذج الآلات المعقدة كالسيارات والطائرات كمشاعر وخاصة الخطيرة منها واصبحت الكثير من الأجهزة

تستخدم حواسيب مصغره لمراقبه عملها فمثلا أصبح فالسيارة الحديثة عدد من الحواسيب الصغيرة تتحكم في عمل اجزائها المختلفة ان استخدام التكنولوجيا بشكل خاطئ ينعكس سلبا في الفرد والمجتمع ففي¹

ففي المجال الثقافي هنالك خطر سيادة الثقافات واللغات المعينة كونها أكثر حضور على الشبكة العالمية كما ان المحتوى الثقافي للمواد المعروضة الضعيف او الضار في بعض الاحيان مما يتطلب من الفرد الحذر في التعامل معه وان قضايا من المعلومات والتجسس على الرسائل المتبادلة والتعامل مع الرسائل غير المرغوب فيها من القضايا المهمة في عصر المعلومات.

المبحث الثالث: استخدامات مزايا وعيوب تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تكنولوجيا المعلومات والاتصال واحده من الادوات الرئيسية التي يستثمرها الانسان وخاصة المدراء في المؤسسات لكي يواجه التغيرات والتطورات المحيطة به ويتعايش معها بل واستثمارها في تحسين الاداء وتقديم أفضل المنتجات والخدمات. وبالتالي تناولنا في هذا المبحث كل من استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومزايا التكنولوجيا المعلومات والاتصال وفي الاخير عيوب تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

1-استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لتكنولوجيا المعلومات والاتصال عده استخدامات لكن تطرقنا اولا الى دوافع استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصال.

1-1-دوافع استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة

ان تبني هذا المفهوم في المؤسسة باعتباره أحد اهم المرتكزات يسمح لها باختلاف نشاطها وحجمها من وضع استراتيجية تضمن لها النجاح لبلوغ اهدافها المسطرة فالحصول على المعلومة والاستغلال الجيد لها يعني اتخاذ القرار الصائب وتنفيذ هذا القرار في الوقت المناسب بالشكل الامثل وبطريقه الارض بالإضافة الى هذا توجد مجموعه من الدوافع:

- ✓ الرغبة الدائمة للمسيرين في تعريف الزبائن والشركاء المساهمين بأعمالهم ومنتجاتهم والخدمات التي يقدمونها وكما ان طريقه الاتصال أكثر سرعه واقل تكلفه؛
- ✓ نشر كل المعلومات التي تخص المؤسسة والتي يريد الزبون معرفتها على المنتجات والخدمات المرفقة بها دون الحاجة الى الذهاب الى المؤسسة؛

¹ بوعاتي يسرى، تكنولوجيا المعلومات والاتصال والجامعة الافتراضية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بقسم علم الاجتماع كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي 1945، قالمة الجزائر سنة 2021، ص 52-53

- ✓ نشر كل المعلومات التي تخص المؤسسة والتي يريد الزبون معرفتها عن المنتجات والخدمات المرفقة بها دون الحاجة الى الذهاب الى المؤسسة؛
- ✓ تقديم خدمات العملاء وبأحسن طريقه من حيث السرعة والسهولة؛
- ✓ جلب فئة جديدة من عملاء الذين هم على اتصال بالإنترنت؛
- ✓ انفتاح المؤسسة على السوق المحلي الاقليمي والعالمي.

1-2-1 استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

توجد عدد مستويات لاستخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة سواء كانت على المستوى الداخلي أو على المستوى الخارجي.

1-2-1-1 المستوى الداخلي

- ✓ ستخدم كمصدر مركزي لكل المعلومات (المؤسسة التعريف بالمؤسسة نشاط وهيكلها التنظيم واهدافها معلومات عن الخدمة او المنتج)؛
- ✓ تساهم في وضع دليل العاملين وادراج معلوماتهم الشخصية به (الوظيفة الترقيات العقوبات)؛
- ✓ تربط كل اجزاء المؤسسة مع بعضها البعض حتى وان كانت في أكثر من مكان تسمح لكل جزء فيه بمعرفة ما يجري في الاجزاء الأخرى؛
- ✓ تسمح بالاستعمال الالكتروني لبطاقة الدوام التسجيل اليومي لحضور العاملين تسهيل معالجه البيانات والاستفادة منها بسرعة وسرعه الوصول اليها؛
- ✓ تتيح للموظفين الوصول الى الوثائق المعيارية لشخص والمعالجة (طلب عطلة)؛
- ✓ تستعمل لوصف الوظائف وتحديد مهامها ومسؤولياتها؛
- ✓ تسمح بوضع معلومات عن المنتج ومواصفاته لتجنب تكرار الشرع عدة مرات؛
- ✓ تساعد في الحصول على معلومات متنوعة للمنتجات المنافسة ومميزاتها حتى تبقى المؤسسة في وضعيه تنافسيه جيدة؛
- ✓ تتيح الانتقال السهل والسريع للمعلومات داخل المؤسسة؛
- ✓ تساهم في النقل السريع والاقتصادي للمستندات بتوفير التكاليف البريدية والوقت المستهلك.

1-2-2-2 المستوى الخارجي

- ✓ نشر اعلانات واشهار المنتجات وخدمات المؤسسة لجلب أكبر عدد من العملاء؛

- ✓ السماح للعملاء بشراء عبر الانترنت التجارة الالكترونية؛
- ✓ توفر سرعه الاتصال مع الاشخاص خارج المؤسسة عن طريق البريد الالكتروني فهو يكسب ميزه الهاتف من ناحية السرعة وميزه الخطاب بإعطاء تعبير أحسن؛
- ✓ تمنح امكانيه استفادة الافراد الخارجية عن المؤسسة من مواضيع البحوث التي يقدمها موظفيها؛
- ✓ الاطلاع الدائم على سوق العمالة من اجل اختيار ثم اختبار متطلباتها من الموظفين عند الحاجة؛
- ✓ تقوم باختبار السوق منتجاتها المستهلكين عنها مما يفيدھا في وضع مخططات مستقبلية؛
- ✓ تمكن من اختيار المورد المناسب من خلال العروض المقدمة من طرفهم اجل التسليم مميزات المنتج السعر؛
- ✓ تمنح فرصه متابعه تطور قطاع المؤسسة وذلك عن طريق الاتصال الدائم بالعالم من اجل الحصول على معلومات كزياره مواقع مراسلات اخرى من نفس قطاع نشاط المؤسسة.¹

2-مزايا التكنولوجيا المعلومات والاتصال

ان استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات ادى الى تحقيق العديد من المزايا لها وتتمثل اهم المزايا فيما يلي:

- ✓ تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على زيادة المبيعات من خلال مساعدتها للمنظمة في اشباح حاجات ورغبات المستهلكين ويترتب على زيادة المبيعات وتحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف؛
- ✓ تستخدم العديد من المنظمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين وضعها في البيئة التنافسية والحصول على المنافسة بصوره أكثر فعالية؛²
- ✓ يعتبر تخفيف التكاليف من اهم القواعد الناتجة عن استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصال في المنظمات فيها تقوم بأداء الاعمال المكتبية بطريقه اليه للتكاليف وتستخدم الحسابات الاليه في رقابة الانتاج والمخزون،
- ✓ من اهم اسباب استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصال تحسين جودة المنتج حيث يستخدمها المنظمات لإصدار اوامر او طلب الى الموارد الكترونيا؛
- ✓ تحسين انتاجيه وكفاءه العملية التشغيلية؛
- ✓ توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب للدعم وتحسين عمليه اتخاذ القرار؛
- ✓ صياغة وتنفيذ استراتيجية المنظمة؛

¹ الصديق بن بوز، الاتصال التسويقي في ظل التكنولوجيا المعلومات والاتصال، أطروحة مقدمه لنيل شهادة الدكتوراة في علوم التسيير كليه العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم التجارية، جامعه باتنة، الجزائر، سنة، 2018، ص ص 13-14.

² مجاوي نعيمه، واقع التكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر، مجله الاقتصاد الصناعي، جامعه باتنة، الحاج لخضر المجلد سابع، عدد 13، ديسمبر 2017، ص 420.

- ✓ تحقق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال فوائد عديدة لمختلف القطاعات؛
- ✓ جعل الاتصال أسرع والكشف عن كفاءات واداء بأقل تكلفه؛
- ✓ توفير عمليات المنظمة واجراءات مبسطة لإدارة الموارد وبالتالي فعالية أكبر وأقصر؛
- ✓ تعزيز المسألة والشفافية مما يؤدي الى تقليل الوقوع الاخطاء والتزوير؛
- ✓ تقديم خدمات أقصر الموظفين والمراجعين مما ينعكس ايجابيا على التنظيم؛
- ✓ القضاء على هدر الوقت والجهد والموارد؛
- ✓ تنمية قدرات الافراد من خلال اكتساب المعلومات الصادقة واخذ قرارات أحسن؛
- ✓ التقليل من الاتصالات الشخصية المباشرة لوجود شبكه اتصال وسيطه بين الشركات وهذا ما يساهم في تخفيض تكاليف التنقل والإقامة؛
- ✓ تحقيق تكامل عالمي لأسواق راس المال من خلال وضع ترتيبات واجراءات أكثر مرونة لضمان حركه راس المال على المستوى العالمي؛
- ✓ تطبيق التجارة الالكترونية التي تشمل تبادل الاشياء ذات قيمه بين طرفين او أكثر من خلال وسائل الكترونيه غالبا ما تكون الانترنت ما يحقق الميزة التنافسية وتحسين المستوى الخدمة المقدمة العملاء وتحسين علاقات مع الموردين؛
- ✓ الحاجة الى عمالة اعلى خبره وتعلم بالتالي زيادة اصول العاملين في مهن هذا القطاع؛
- ✓ توزيع المعلومات بشكل فوري الى الملايين من الافراد في مختلف مناطق العالم؛
- ✓ التزويد امكانيات وكفاءات جديده من خلال خدمات مثل (الصراف الالي السيطرة الاليه على الطائرات والمطارات).¹

3-عيوب التكنولوجيا المعلومات والاتصال

- قد تتيح بعض الاثار السلبية عن تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:
- ✓ تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على رفع شبكه البطالة وذلك نتيجة ظهور الات ومعدات حديثه تحل محل افراد تقدم متجدد نوعيه بأقل تكاليف بدون خطأ؛
 - ✓ التكنولوجيا الحديثة مما يجعل الافراد يتقبلونها فتكون هناك الصعوبات كبيره لمواجهتها ومحاربتها نظرا لنسبه الاقبال عليها؛

¹ في فضيلة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسير المعارف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخص ادارة اعمال كليه العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم التجارة، جامعه بسكرة الجزائر، سنة 2008، ص ص 74-75

- ✓ تكنولوجيا المعلومات قد تسمح لبعض المعارضين بنشر افكارهم ودعوتهم بذلك تلميغها بتكنولوجيا المعلومات الحديثة؛
- ✓ ارسال خطابات دوريه لعينه من العملاء للحصول على وجهه نظرهم امام خدمه ما؛
- ✓ زيارات سرية للعملاء حيث يقوم بعض الباحثين بزيارة مواقع الخدمة والتنكر في هيئة عملاء من اجل تقييم الخدمة للتأكد من تقديم العاملين الخدمة وفق معايير المحددة؛
- ✓ في ظل التكنولوجيا المعلومات والاتصال السيادة الوطنية اصبحت مهدده نظرا لحرية التحرك والمعلومات ونهب الاموال عبر الحدود كما هو الشأن بالنسبة للخصوصية الثقافية التي بات مهدده نتيجة تفوق اللغة الإنجليزية؛
- ✓ حوسبه النشاطات التي كان يؤديها الافراد توقف او تنتهي بعض الوظائف؛
- ✓ ستسمح المنظمات بجمع معلومات تفصيليه عن الافراد وبذلك قد تتجاوز على خصوصياتهم وحريةهم الفردية؛
- ✓ تسبب شل المجتمعات في حاله الاعطال الغير المتوقعة او غير المعروفة في هذه الاليه؛
- ✓ من الممكن استخدام وخصه الانترنت في التوزيع نسخ غير قانونيه وبطريقه غير مشروع من البرمجيات والمقالات والكتب والممتلكات الفكرية الأخرى؛
- ✓ تجعل العلاقات بين المتعاملين اقل انسانيه؛
- ✓ هناك اشخاص لم يسعفهم الحظ في الحصول على منصب عمل بسبب هذه التكنولوجيا.¹

¹ عامر إبراهيم قندلجي مرجع سبق ذكره ص512.

خلاصة الفصل الأول

في ظل التوجه العالمي نحو اقتصاديات المعلومات التي تعتمد بشكل أساسي على تلك التقنيات الحديثة في إنتاج واستخدام المعرفة بهدف تحسين مستوى الرفاهية الاجتماعية وكذا استثمار الموارد المختلفة المتاحة للدولة كما أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسيلة بقاء وأداة تطور لا يمكن الاستغناء عنها خاصة في عالم مفتوح يعتمد على القدرة التنافسية كمعيار للتقدم والتطور والازدهار.

فالتطور السريع في وسائل تكنولوجيا الاتصالات بأشكالها المختلفة جعلت عملية نقل وتبادل المعلومات والبيانات من أي مكان في العالم إلى مكان آخر عملية سهلة وتتم بسرعة وتعتبر هذه التكنولوجيا وسيلة لتخفيض التكاليف وزيادة السهولة في معالجة البيانات وتحسين جودة وأداء خدمات المؤسسات.

وتوفر شبكة الانترنت وتحسين جودة مناخ اتصالي مناسب في شتى المجالات وهدف هذه الشبكات هو ايصال المعلومات في وقت قياسي وبدون انقطاع.

الفصل الثاني:

الإطار النظري لليقظة

الاستراتيجية

تمهيد

في ظل التحولات البيئية السريعة والمعقدة ومع التطور التكنولوجي المستمر أصبح يسمى هذا العصر بعصر المعلومات، مما فرض على الشركات بيئة جديدة تتميز بالمنافسة الشديدة والتي تدفع بها إلى البحث عن مداخل للرفع من تنافسيتها، مما أدى إلى ظهور مفهوم جديد في هذا المجال ما يطلق عليه بنظام اليقظة الإستراتيجية وهو نظام معلوماتي يسمح للشركات بالتنبؤ، والترصد، والتتبع لكل ما يحدث أو قد يحدث في بيئتها التي تعمل فيها وقد يؤثر على نشاطها ومستقبلها . فبالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال بجميع مجالات يمكن المستخدمين من إنشاء المعلومات والوصول إليها وتخزينها ونقلها ومعالجتها، وبالتالي فإن إرساء نظام يقظة إستراتيجي قائم على أساس تكنولوجيا المعلومات والاتصال يمكن الشركات من التعرف على بيئتها و إستغلال كافة الفرص والتهديدات المتاحة التي تمكن الشركات من تعزيز تنافسيتها وضمان مكانتها.

المبحث الأول: ماهية اليقظة الاستراتيجية

تعد اليقظة الاستراتيجية وسيلة مراقبة مستمرة للمحيط الخارجي و أداة فعالة لاستباق التغيرات قبل حدوثها و تحليل المؤسسة لبيئتها بواسطة هذه الاخيرة هو أمر ضروري ما يجعلها تحتاج الى درجة عالية من اليقظة والفاعلية والوعي العام وكذلك يساهم حسب استغلالها وتسييرها في توفير البدائل المهمة في صناعه القرار المحقق لتلك الميزة. وبالتالي تناولنا في هذا المبحث كل من مفهوم اليقظة الاستراتيجية التطور التاريخ لليقظة الاستراتيجية وفي الاخير اهداف واهميه اليقظة الاستراتيجية.

1- مفهوم اليقظة الاستراتيجية

لقد تعددت التعريف التي تناولت اليقظة الاستراتيجية وتطورت بمرور الزمان مع تطور ممارستها من قبل المؤسسات ولفهم الدقيق لهذا المصطلح سيتم عرض عدد من التعاريف لكن قبل ذلك سنتناول اولاً مفهوم اليقظة.

1-1 مفهوم اليقظة

على الرغم من النشأة الحديثة لمفهوم اليقظة الا انه عرف انتشاراً واسعاً ضمن اقتصاديات الدول الغربية وهذا ما يجعل تعدد تعريفه امر وارداً ويمكن تحديد بعضها في الآتي:

تعرف بانها "جهد المراقبة الاستشرافية لبيئة اعمال منظمه بحيث يتم ذلك من خلال جمع معلومات ذات طابع وصفي وليس عن طريق نماذج إحصائية لحساب التوقعات."¹

"وتعرف كذلك بانها عبارة عن عمل مخطط لاستهداف وتعقب المعلومات بموجب يقظه ومراقبه مستمرة لبيئة اعمال المنظمة وذلك لغايه استراتيجية."²

وتعرف ايضاً "بانها العملية الجماعية المستمرة التي يقوم بها مجموعه من الافراد بطريقه طوعيه من خلال تتبع وفحص المعلومات المتوقعة المتعلقة بالتغيرات المحتملة في بيئة المؤسسة."³

¹ - cohen corin, **veille et intelligence économique** Edition la voisier, France, 2004, p49

² - Emmanuel Pateyron, **la veille stratégique**, ed economica, paris, 1998, p13

³ الهادي بو فلقول، **اهميه اليقظة الاستراتيجية كنظام المساعدة على اتخاذ القرارات**، مداخله مقدمه في اطار الملتقى الدولي حول اليقظة الاستراتيجية وتنظيم المعلومات في المؤسسة الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعه باجي مختار، عنابة، سنة 2014، ص102

ومن خلال التعريف السابقة يمكن ان نعرف اليقظة على انها "عبارة عن عمل مخطط لاستهداف وتعقب المعلومات بموجب مسح مستمر لبيئة اعمال المنظمة ورصد الاشارات التي تنبأ بحدوث تغييرات مستقبل قد تكون لها اثر ايجابي او سلبي على منظمه الاعمال."

1-2- تعريف اليقظة الاستراتيجية

تطرق العديد من الباحثين في اداره الاعمال الى التعريف اليقظة الاستراتيجية وفيما يلي عرض لاهم التعاريف تعرف اليقظة الاستراتيجية "بانها نظام معلومات الدقيق تهدف المؤسسة من خلاله الى تكوين النظرة الشاملة عن بيئتها الداخلية والخارجية من خلال الترصّد الاستراتيجي للتغيرات بهدف حفر حالات عدم التأكد والتحليل الحالي والتنبؤ المستقبل بالتغيرات البيئة. وذلك من خلال جمع كم كبير من البيانات والمصادر الداخلية والخارجية وتوفير المعلومات اللحظية والدقيقة ورفع المعرفة التنظيمية ودعم متخذي القرارات داخل المؤسسة وتعرف كذلك بانها جامع معلومات حول الاحداث والعلاقات في البيئة الخارجية للمؤسسة والمعرفة التي من شأنها ان تساعد الإدارة العليا في مهمتها المتمثلة في تخطيط مستقبل المؤسسة."¹

و تعرف على أنها: "الرصد الشامل والذكي لمحيط المؤسسة للاطلاع على معلومات واقعيه ومعبره عن المستقبل؛"² وتعرف ايضا على انها: "نشاط مستمر ومكرر لمراقبه المحيط التكنولوجي التجاري التنافسي الذي يهدف الى سبق التطورات"³؛

وتعرف ايضا على انها "تنظيم يشعر لمعرفة بيئة الأعمال واستباق التغييرات فهي سيورة معلوماتية تكون من خلالها المؤسسة في استماع لبيئتها حتى تتمكن من اتخاذ قرارات والتسيير فيما بعد تصنف هذه السيورة ضمن مجموعة نظم المعلومات وهي التي. تسمح للمسيرين بحسن قائدة في الاوقات العصيبة وبذلك يمكن اختبار اليقظة الاستراتيجية كنظام مكون من نظم فرعية متأثرة بتدفقات المعلومات الواردة في بيئة الكلية."⁴

¹ مريم بلحاج، اليقظة الاستراتيجية ضرورة حتميه للاستمرار في البيئة المعاصرة، مجله اقتصاديات المال والاعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجاري وعلوم التسيير، العدد 01، جامعه ابو بكر بلقايد، تلمسان، سنة 2017، ص197

² أسماء حرشاوي، أكرام هماش، دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكوره مكمله لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اداره استراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعه محمد بوضياف، المسيلة، سنة 2020، ص05

³ خالد بلصير عبد الوهاب بن بركة، مساهمه اليقظة الاستراتيجية في تنميته وتطوير المزايا التنافسية، مجله الحقوق الإنسانية، العدد 02 الجزائر ص.331

⁴ - Brouard François, **Développement d'un outil diagnostique des pratiques de veille stratégique des PME**, 7ème congrée internationale francophone en entrepreneuriat PME, 27.28 et 29 octobre 2004, p01-02.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن أن نعرف اليقظة الاستراتيجية على أنها "نشاط مخطط ومنظم يكون في شكل نظام معلومات مفتوح على الخارج يمنح للمؤسسة القدرة على الاستماع الدائم والمستمر لمحيطها بما يسمح للمؤسسة بملاحظة بحث معالجة وكذا تحليل ونشر المعلومات لأهداف استراتيجية وتنافسية اغتنام الفرص وتجنب التهديدات."

2- التطور التاريخي لليقظة الاستراتيجية

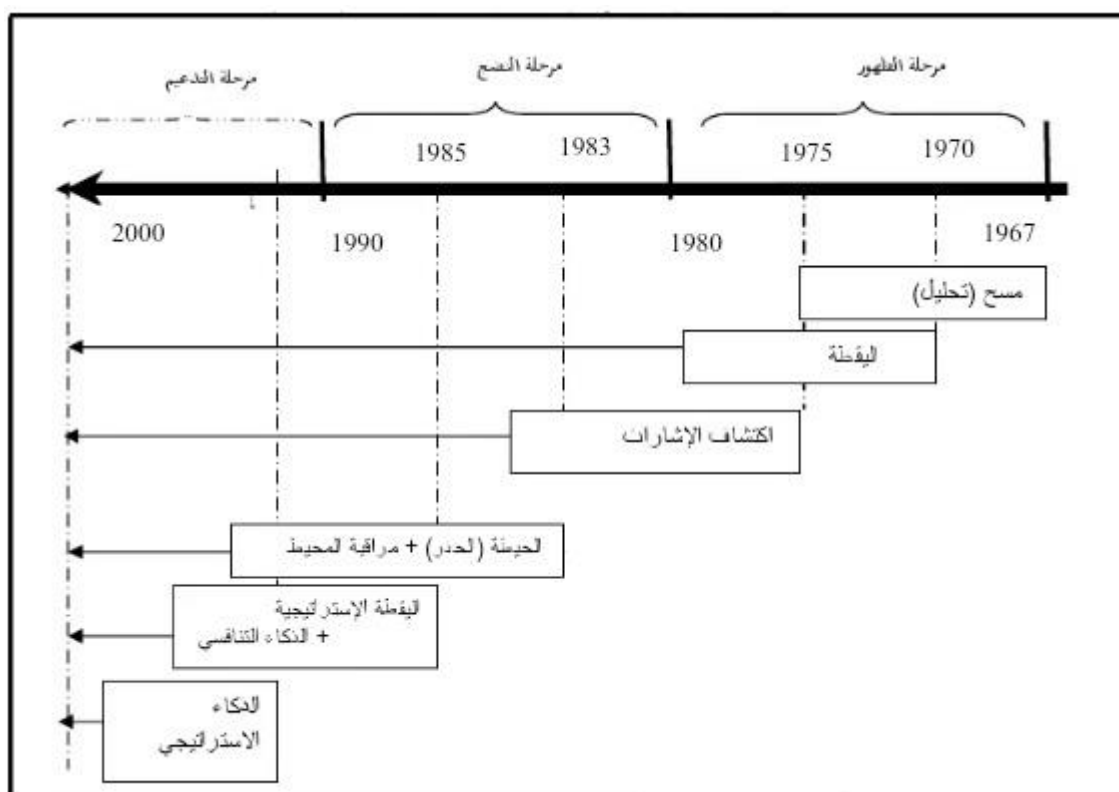
اليقظة نشاط إنساني قديم والمؤسسة منذ نشأتها كانت بحاجة دائمة للاستعلام ومراقبة بيئتها لاسيما وضعها التنافسي ومعرفة اتجاهات أسواق.

فان تطورها يمكن أن يلاحظ من خلال ثلاث مراحل اساسية

مرحلة الظهور 1967_1979 مرحلة النضج 1980_1990 ومرحلة التدعيم او التقوية ابتداء من سنة 1991

ويمكن تلخيص التطور التاريخي لمفهوم اليقظة الاستراتيجية في الشكل التالي :

الشكل رقم(2-4): التطور التاريخي لمفهوم اليقظة الاستراتيجية



المصدر: زواو ضياء الدين، دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة، دراسة تطبيقية على بعض

المؤسسات الاقتصادية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة استراتيجية، جامعة فرحات عباس، سطيف،

2013، ص.6.

2-1- مرحلة التطور

تميزت هذه المرحلة بأولى مراحل القيام المؤسسات بمراقبه وتتبع تطورات في محيط اعمالها ولقد ظهرت هذه الممارسة لأول مره تحت تسميه مسح او تحليل المحيط ليظهر فيها بعده مصطلح اكتشاف الاشارات الضعيفة وفي نفس الوقت تطور مفهوم الذكاء في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وظهر لأول مره مصطلح اليقظة الاستراتيجية في فرنسا سنة 1970 الا ان اولى التعريف رسمي له كان في وسط سنوات الثمانينات.

ولقد بدأ الاهتمام بمراقبة محيط المؤسسة بظهور اساسيات نماذج التخطيط الاستراتيجي بين 1956-1961 وفهم مصطلحات الفرص والتهديدات المميزة للمحيط المؤسسة وأيضا بفضل وضع طرق علمية يمكن ان تستخدمها المؤسسات في دراسة محيطها لأجل التكيف مع المستجدات ازيد اهتمام المؤسسات بضرورة مراقبة محيطها، وفي ضرورة امتلاك المؤسسات لجهاز خاص يسمح المحيط يسعى الى الحصول على المعلومات حول الاحداث والاتجاهات والتداخلات في المحيط ويعمل على كشف تفسير وفهم الفرص والتهديدات الاستراتيجية.

ان ابرز التقنيات الحديثة التي تقوم عليها عمليه التخطيط الاستراتيجي لا تتوافق مع التوقع او اكتشاف الاحداث والتغيرات الغير مرئيه في البيئة معقده للمحيط والسبب يعود الى ان عمليه مسح المحيط تجمع فقط المعلومات التي تتميز بالوضوح والتي تدل مباشرة على تغيير متوقع الحدود سريعا ويكون التخطيط الاستراتيجي فعالا اكثر اذا اعتمد في صياغته على معلومات واضحة وعلى تفسير الاشارات الضعيفة التي تتم لحظاتها في بيئة المؤسسة فقدرت المؤسسة على اكتشاف المعلومات غير المحسوسة هي التي تساعد على تجنب عنصر المفاجئة على مدى زمان طويل خلال مرحله الظهور اصبحت المؤسسات حساسة لمصطلحات المسح التحليل المراقبة واليقظة اكثر وعيا بأهمية وضرورة مراقبه او متابعه التطورات الحاصلة في محيطها اذا تميزت هذه المرحلة بالنزعة المتزايدة نحو البحث عن المعلومات وجمع البيانات

2-2- مرحلة النضج

مع بداية سنوات الثمانينات وبفضل اعمال بورتر حدث تطور نوعي في مفهوم ومراقبه او متابعه محيط المؤسسة متجهة نحو مصطلح جديد هو الذكاء التنافسي اين اصبح التحليل التنافسي يحتل المركز عمل مسح المحيط في نفس الوقت تطورت مصطلحات اخرى مثل الحذر الحراسة واليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي.

تميزت مرحله النضج بازياد عدد من المؤسسات التي تمارس عمليه مراقبه المحيط هذه الممارسات اصبحت تتم بطريقه منظمه وفق منهجيه علميه اذ اصبحت وظيفه جديده من وظائف المؤسسة لها مكانتها ضمن الهيكل التنظيمي فلم تبقى فقط مجرد نشاط يجمع المعلومات وتحليلها من اجل الكشف بل اصبحت لها نهاية استراتيجية تسعى لان تبقى المؤسسة

دائماً في وضعه الاستماع المتوقع للمحيط تستهدف جمع المعلومات لا تعبر فقط عن وضع الحالي بل تشير الى وضع مستقبل خاصا هذه المعلومات انها معلومات جزئية وقليله تتطلب جهود كبيره لتفسيرها واستخراج المعنى منها.

2-3 مرحلة التدعيم

هي المرحلة التي تم الانتقال فيها من الممارسة الى النظرية فأثناء فتره نضج المؤسسات انتهت من وضع وتشغيل نظام اليقظة الخاص بها وبدأت تطرح أسئلة تتعلق بالأثر الحقيقي لنشاط اليقظة التي تتبعه على ربحيتها صعوبة الإجابة عن هذا السؤال نوعا ما عزيمه المؤسسة وجعلها تتبع اساليب أكثر عمليه على غرار المقارنة المرجعية لكن سرعان ما تلاشت هذه الفكرة عندما توضع ان اليقظة الاستراتيجية تتطلب موارد بشرية وماليه اقل وان تقييمه يكون من خلال جمع نتائجها في الإدارة الاستراتيجية المؤسسة وقدرتها على بناء على القرارات الاستراتيجية تميزت هذه المرحلة ايضا بتطور مفهوم اليقظة الاستراتيجية وظهور ما يعرف بالذكاء الاستراتيجي والذي لا يهدف الى الحصول على المعلومة مفيدة بل يتعدى ذلك الحصول على معرفه مفيدة يعرف بانه عمليه رسمية من بحث، جمع و معالجة المعلومات، ومن ثم توصيل معارف مفيدة للإدارة الاستراتيجية وبعيدا عن الوظيفة الإعلامية والتنبؤيه، التوقع بالفرص والتهديدات المستقبلية فان مهمته الأساسية هي التأثير على المحيط الخارجي لخلق فرص وتهديدات غير متوقع المنافسين.¹

¹ زواو ضياء الدين، دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة، دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة استراتيجية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2013، ص ص 8.9

والجدول التالي يوضح المراحل الأساسية لتطور اليقظة الاستراتيجية

جدول رقم (2-2): المراحل الأساسية لتطور اليقظة الاستراتيجية.

| خصائصات اليقظة الاستراتيجية | | | | | المرحلة | الفترة |
|-----------------------------|---|-----------------------|---------------------|-----------|---------|-----------------------|
| الافراد المكلفين | مدى ارتباطها بعملية اتخاذ القرار | التحليل | التوجه | الطريقة | | |
| | | | | | ----- | |
| التسويق | ضعيفة | يكاد التحليل ينعدم | تخطيطي | غير رسمية | الظهور | 1960- 1970 |
| التسويق التخطيط | متوسطة | كمي | تخطيطي | رسمية | النضج | 1980- 1990 |
| خلية اليقظة | مرتفعة | كمي ونوعي | تخطيطي استراتيجي | رسمية | التدعيم | 1990 الى يومنا هذا |

Source : François Brouard, Pertinence d'un outil diagnoqtique des pratiques de veille stratégique pour aider les PME , 6ème congrés francophone sur la PME
october 2002 HE Montréal, canada, p02.

3-اهداف واهميه اليقظة الاستراتيجية

3-1-اهداف اليقظة الاستراتيجية

تهدف اليقظة الاستراتيجية الى خلق الفرص والخفض من حالات عدم التأكد للمؤسسة وخاصة عند الحد من الاختلالات التي تحدث في تطور بيئتها الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية والهدف من اليقظة الاستراتيجية هو السماح وتسهيل التصرف بسرعه في الوقت المناسب ويستخدم الانجلو سكسون المسح البيئي والذكاء او اليقظة التنافسية.

ولليقظة الاستراتيجية العديد من الاهداف ولعل اهمها هو المتعلق بالوظيفة الأساسية لليقظة الاستراتيجية وهي وظيفه توقع الاحداث المستقبلية ففي هذا السياق نجد أن لليقظة الاستراتيجية هدفين اساسيين هما:

الهدف الدفاعي: اليقظة الاستراتيجية موجهة الى التوقع بأحداث تدل وتعلم المؤسسة عن تهديدات يجب ان تنتبه اليها لان احتمال الحاقها الضرر بالمؤسسة كبير وإلى تقليص مدة ردة فعل المؤسسة اتجاه الاحداث المتبقية بها حتى تتمكن من التكيف مع المتغيرات الجديدة قبل حدوثها او بفترة زمنية قصيرة بعد حدوثها ;

الهدف الهجومي: اليقظة الاستراتيجية تستخدم لأجل التوقع وفي أسرع وقت ممكن بالأحداث التي تعلن عن الفرص المستقبلية ان تكون في محيطها وذلك قبل ان يتوقعها المنافسون هذه الرؤية تمكن المؤسسة من ضمن تقدمها وتحسين ادائها كما تعطيها ميزة تنفسيه واختلاف عن المنافسين .

اضافة الى هذا ركز معظم الكتاب والباحثين في مجال اليقظة الاستراتيجية على مجموعه من النقاط تعكس اهداف اليقظة الاستراتيجية تم استخلاصها فيما يلي:

تهدف اليقظة الاستراتيجية الى دراسة التفضيلات الزبائن وسلوكياتهم وموافقته الشرائية باعتبارها المولد الرئيسي والاكثر اهمية وحساسيه لنجاح المنظمة من خلال المتابعة المستمرة الاتجاهات السوق كما انها ترفع خبره الزبائن من خلال الاستجابة الفورية لمشاكلهم وما تطلباهم واولوياتهم وهذا من خلال نظم اداره علاقة الزبائن لرفع درجات الولاء لديهم؛ تقدم اليقظة الاستراتيجية المعلومات الكافية عن تحركات المنافسين والممارسات الحالية والمرتبقة والتنبؤ بتوجهاتهم وعن المستجدات التكنولوجية التي تعتبر اساس نجاح المنظمة وتوفيقها في ظل ما تفرضه المنافسة الحالية لشدها وحداتها فعلى المنظمة ان تكون الرائد في السوق لضمان بقائها؛

تحقيق التكامل والحد من المركزية من خلال تحسين عمليه الاتصال داخل منظمه والتنسيق بين النشاطات وبالتالي رفع المرونة وضمان سرعه الاستجابة للتغيرات الداخلية والخارجية؛

رفع المعرفة التنظيمية لدى العاملين بالاطلاع والمشاركة في تحليل قضايا الاعمال.¹

تساعد على ضمان جودة وسرعة ودقة القرارات من خلال جودة ودقة المعلومات والتي تنعكس على زيادة الارباح وخفض التكاليف كما تساعد على اختصار الوقت وسرعه الاستجابة؛

تحديد اشارات ضعف البيئة وبالتالي خفض حالات عدم التأكد وامكانيه مواجهه التهديدات والتحديات والفوز بالفرص المتاحة والقدرة على التنبؤ والتوقع بالتغيرات المستقبلية؛

¹ ولد عابد عمر، محاضرات في مقياس اليقظة الاستراتيجية، موجهه للسنة الثانية ماستر، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعه الشلف، سنة 2017 ص ص 3، 4.

تساعد اليقظة الاستراتيجية على التحليل الجيد لنشاطات المنظمة المتمثلة في سلسلة القيمة من ادارته الانتاج واداره الموارد البشرية واداره سلسلة التوريد والتحليل المالي والجانب التسويقي.¹

3-2- أهمية اليقظة الاستراتيجية

✓ تعد اليقظة الاستراتيجية عملية استراتيجية لا يمكن المؤسسة ان تستغني عنها فهي عملية مواجهته المنافسة بشكل أحسن والتي تلمس جوانب عديده من البيئة من تهديدات وفرص؛

✓ رغم ان هذه المعلومات مكلفه للحصول عليها لكنها جد مهمه لأنها تساعد على التكيف مع المتغيرات الحادثة في البيئة او التنبؤ بهذه التقلبات والتغيرات قبل حدوثها لاتخاذ القرارات الاستراتيجية المناسبة وجعلها تتوافق مع اهداف المؤسسة عند حدوثها ووقوعها ولهذا فان اليقظة الاستراتيجية تعد مفتاح أساسي لتنافس.

وتتجلى اهمية اليقظة الاستراتيجية المؤسسة في تحقيق المزايا التنافسية والتي يمكن ذكر بعضها في الآتي:

- ✓ المعرفة المعمقة للأسواق؛
- ✓ اكتساب موقع قوة من اجل طرح منتجاتها المبتكرة في السوق؛
- ✓ الزيادة في التآزر في المؤسسة ؛
- ✓ الحصول على مورد من المعارف والخبرات ضمان؛
- ✓ الاستجابة الجيدة لحاجات الزبون التواصل الى حل مشاكل بصفه سريعة؛
- ✓ الوعي في اتخاذ القرارات الاستراتيجية؛
- ✓ التحسين المستمر في المنتجات والقدرة على البحث و التطوير و الابتكار؛
- ✓ الاستفسار السريع للانقطاعات او التغيرات المفاجئة؛
- ✓ اليقظة وسيلة للسباق للتغيرات.²

المبحث الثاني: أساسيات اليقظة الاستراتيجية

تعتبر اليقظة الاستراتيجية الوظيفة التي من خلالها تتمكن المؤسسة من مراقبه اسواقها منافسها بصفه خاصة ومحيطها بصفه عامه كما تسمح لها بالتصرف بسرعه وفي الوقت المناسب أكبر قدر من الفاعلية وبالتالي تناولنا في هذا المبحث كل من انواع اليقظة الاستراتيجية مراحل اليقظة الاستراتيجية وفي الاخير خصائص ووظائف اليقظة الاستراتيجية.

¹ ولد عبد عمر مرجع سبق ذكر ص 5

² ولد عبد عمر مرجع سبق ذكر ص 6-7

1-أنواع ومثلي اليقظة الاستراتيجية

1-1-أنواع اليقظة الاستراتيجية

فمفهوم اليقظة الاستراتيجية مفهوما شامل يتكون من عدة انواع متكاملة تمثل اليقظة الشاملة على محيط المؤسسة وتنقسم هذه الانواع كل حسب مدار النشاط المستهدف وكذا طريقه استعماله.

1-1-1 اليقظة التكنولوجية: تعرف اليقظة التكنولوجية على انها "مجموعه التقنيات التي تقوم بتنظيم منهجي لعملية جمع وتحليل ونشر المعلومات التقنية لضمان بقاء المؤسسة ونموها وتعتبر كوسيله تمكن المؤسسة من متابعة التطورات التكنولوجية التي تؤثر عليها مستقبلا"؛

كما تعرف على انها "النشاط الذي يراقب من خلاله المؤسسة البيئة التكنولوجية المرتبطة بفرص معرفه تطورات وكل ما هو موجود في الميادين التكنولوجية المتعلقة بنشاط المؤسسة"؛

وعرفت اليقظة التكنولوجية بانها "العملية التي تحصل المؤسسة من خلالها التقنيات والتكنولوجيات المستعملة من طرف زبائنها موارد شركائها ومنافسيها في اطار نشاطها وذلك لمتابعة تطورات التي قد لا تؤثر على مستقبلها فحسب وانما على مستقبل زبائنها ومورديها وشركائها ومنافسيها واتخاذ الاجراءات الوقائية ويعتبر هذا التعريف اشمل من الذي سبقه فهو يبين ان اليقظة التكنولوجية التي تؤثر على مستقبل المؤسسة فقط بالمستقبل منافسيها وزبائنها ومواردها.¹

واليقظة التكنولوجية هي "مجموعه التقنيات المباحة التي تهدف الى تنظيم عملية جمع وتحليل وارسال واستغلال المعلومات التكنولوجية".²

من خلال التعاريف السابقة نستنتج ان اليقظة التكنولوجية هي الأداة التي يتم من خلالها:

- ✓ جمع المعلومات العلمية التقنية والتكنولوجية؛
- ✓ رصد التطورات التكنولوجية و الاكتشافات العلمية و التطورات في حاجات الزبائن؛
- ✓ الكشف عن الفرص واستغلالها وتفادي التهديدات.³

¹ أسماء علي؛ اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك؛ رسالة ماجستير؛ تخصص تسويق؛ جامعة محمد بوقرة؛ بومرداس؛ سنة 2014؛ ص67

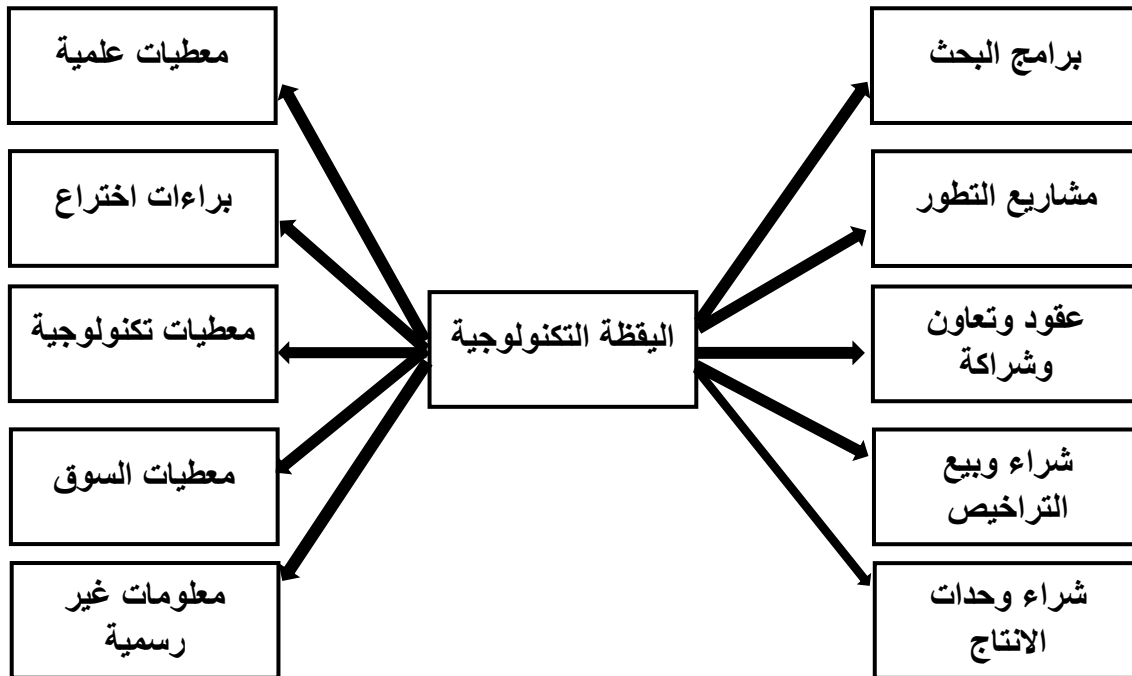
² سمير بوكاني؛ اليقظة الاستراتيجية من مقومات الميز التنافسية؛ مجله الاقتصاد الجديد؛ العدد 11؛ مجله 02؛ جامعه احمد بوقره بومرداس سنة، 2014، ص 334.

³ أسماء علي مرجع سبق ذكره ص68

وعلى العموم تختص اليقظة التكنولوجية ب:

- ✓ جمع المعلومات التقنية والعلمية والتكنولوجية لاستغلالها في الابداعات التكنولوجية؛
- ✓ تحديد التقنيات والتكنولوجيات المتبعة من طرف المنافسين؛
- ✓ الاهتمام بالتطور التكنولوجي بما فيه من اكتشافات علمية و الابداع في السلع والخدمات؛
- ✓ التطور في اساليب الصنع و ظهور مفاهيم وموارد جديدة.¹

شكل رقم(2-5): غايات اليقظة التكنولوجية



المصدر: سهام درقالي، نسيمه عيايشة، دور اليقظة الإستراتيجية في تفعيل جودة المشروع، مذكرة ماستر في علوم

التسيير، تخصص إدارة مشاريع، جامعة 08 ماي 1945 قلمة، 2016، ص 17

¹ نوال هاني، وحليم عطيه، دور اليقظة التكنولوجية كعامل الابداع في تحسين اداء التنافسي المؤسسة، مجله شعاع، الدراسات الاقتصادية، عدد 4، مهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، مركز الجامعي المنشاري الجزائر 2018 صفحہ 243

2-1-1 البقظة التنافسية: تعرف البقظة التنافسية على أنها "سلسلة من التوصيات والاجراءات الملموسة التي تتبع عملياته تخطيط منهجية لجمع المعلومات ونشرها حول مختلف اصحاب المصلحة في هذا المجال لإيجاد فرص جديدة او فرص قد يغير الوضع التنافسي للمؤسسة".¹

وتعرف البقظة التنافسية هي النشاط التي من خلاله تتعرف المؤسسة على المنافسين الحاليين والمحتملين وهي تهتم ايضا بالمحيط الذي تتطور فيه المؤسسات المنافسة وهذا من خلال جمع المعلومات المحصل عليها من تحليل الصناعة وتحليل المنافسة (نقاط القوة والضعف) ، ثم تحليلها واستخراج النتائج وتطبيقها في اتخاذ القرار وتقود المؤسسة الى وضع الاستراتيجيات التجارية الأكثر فعالية.

فالبقظة التنافسية تهتم بمراقبه نشاطات المنافسة من خلال جمع معلومات ضرورية لفهم سلوكياتهم وذلك من اجل الاستعداد لمواجهة تصرفات المستقبلية فالتعرف على وضعيه المنافسين قدرتهم الحالية واستراتيجياتهم وتحليلها امر يسمح للمؤسسة بتحديد الطرق الواجب اتباعه في حالة ظهور اي خطر من المنافسين.

وفي هذا المجال يحدد ميشال بورتر المعلومات التي يجب جمعها حول المنافسين في خمس نقاط هي:

✓ الكفاءات الحالية المنافسين؛

✓ اهداف الجديدة المنافسين؛

✓ القدرات المنافسين؛

✓ الفرضيات والقرارات التي يمكن ان يلجا اليها المنافسين؛²

وتعمل البقظة التنافسية على بحث وفهم كل ما له علاقه بالمؤسسة المنافسة وهذا من خلال معرفة:

✓ منتجات المؤسسة المنافسة الشكلية الكاملة القطاعات السوقية والحصص السوقية؛

✓ تقنيه البيع و شبكه التوزيع و خطة التوزيع و كذا الاسعار المطابقة؛

✓ الشركاء شبكه الموردين المقاولين العلاقات مع باقي الاعوان؛

✓ الانتاج نظام الانتاج المواد والمهارات المستعملة تكلفه الإنتاج؛

✓ البحث والتطوير التكنولوجي وبراءات الاختراع المسجل.

¹ Jonathan calof, William Skinner, la veille concurrentielle : la meilleur des mondes pour les gestionnaires, la revue de gestion du secteur public, le coin du gestionnaire, vol28,n2, p42

² احمد بن خليفة، حمزة بعلي واخرون، مساهمة الترخد الاستراتيجي في تحقيق الاسبقية التنافسية مجلة اقتصاديات المال والاعمال العدد7 الجزائر 2018 ص192

1-1-3- اليقظة التجارية: الى جانب الانواع السابقة تهتم المؤسسة ايضا بتطوير ييقظتها التجارية وهي تخص المجال التسويقي اي كل ما يرتبط بالعلاقات والأنشطة التجارية والطرائق التسويقية حيث تركز اهتماماتها على الأسواق الأمامية والخلفية¹ بحيث يمكن تحديد مجال الرصد التجاري في عنصرين اساسيين هما:

أ- الزبائن

ان هدف اي مؤسسه اقتصاديه هو المحافظة على زبائنها واستقطاب زبائن جدد ولذلك يعمل مختلف افراد المؤسسة على تقديم المنتجات الجديدة لتلبية رغبات الزبائن في الوقت المناسب غير انه الوصول الى هذا الهدف تحتاج المؤسسة الى توفير معلومات دائمه ومستمرة عن ظروف زبائنها ودرجه ارتباطهم بها عن طريق منتجاتها ولعل ان المتابعة تم من خلال قاعده معطيات خاصه بالزبائن التي تتضمن المعلومات المتعلقة بطلبات واحتياجات الزبائن وتعرف على عتيقها مهمه حفظ المعلومات بالزبائن ومعالجتها بما يسبح باستنتاج سلوكياتهم.

ب- الموردین

الى جانب الزبون فان المورد يحظى باهتمام المؤسسة طالما انه يؤمن المنتج الماداة الأولية ولهذا فان المؤسسة بحاجه الى متابعه تطور منتجات مورديها امكانيه الحصول على الماداة الاولي باقل سعر احترام اجل التسليم والهدف من وراء ذلك هو تطوير العلاقة المبنية على الثقة مع المورد لضمان التمويل المنتظم للمواد الأولية في شروط مناسبة مما يسمح للمنقش توفير السلع حسب حجم الزبون وبنوعيه جيده وعليه يجب ان يتضمن ملف المورد كل المعلومات التي تتعلق به خاصه قدراته الإنتاجية المزاي التي يقدمها المنتج المقدم نوعيه والقدرة الممكنة للتسليم... الخ²

وبناء على ما سبق يمكن تعريف اليقظة التجارية بانها "عملية البحث المعالجة والنشر للمعلومات المتعلقة بالسوق المؤسسة من خلال معرفه حاجات ورغبات الزبائن الحاليين والمستقبل قصد كسب رضاهم بالإضافة الى معرفه احوال الموردين ووضعتهم المالية وتقييم قدراتهم التفاوضية عند اختيار المورد الذي يعطي ميزه تنافسيه للمؤسسة"³.

¹ زيد خوام محمود، اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في النجاح الاستراتيجي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 96 المجلد 23، العراق، سنة 2019، ص 211

² إيمان بن قيصر، سارة عمرون، دور اليقظة التجارية في توجيه قرارات تطوير المنتجات الجديدة دراسة التحريية عينه من موظفي مطاحن عمر بن عمر قالمة، مجلة الباحث الاقتصادي العدد 5 قالمة ص 277-278

³ أبو بكر بوسالم، فرح الياس الهناني، دور اليقظة الاستراتيجية كأحد أبعاد الذكاء الاقتصادي في تعزيز القرارات التسويقية دراسة تحليله على مؤسسة اتصالات الجزائر مجلة المعيار، العدد 18 الجزائر، سنة 2018 ص 186

1-1-4-اليقظة البيئية: اليقظة البيئية هي "المراقبة والתיقظ والتطورات التي تؤثر في نشاط المؤسسة وهي تخص ما تبقى من عناصر البيئة التي لم تأخذ بعين الاعتبار في الانواع السابقة الذكر كاليقظة الاجتماعية والثقافية السياسية والقانونية والاقتصادية".¹

أ-اليقظة الاجتماعية

تتمثل في تحديد وملاحظة كل الظواهر الاجتماعية مثل الصراعات الاجتماعية المعارضات الدينية وسوء التفاهم بين الأجيال التمسك بالتقاليد وكل ما يهدد من سلامة التنافس التنظيمي وتهدف اليقظة الاجتماعية الى التحذير من الاثار السلبية و العراقيل في العلاقات القائمة بين المؤسسة وعمالها كما تمنح لمسيرى المؤسسة مناخ اجتماعي سليم يساهم في جعل العلاقات جيدة بين افراد الجماعة.²

ب-اليقظة السياسية

تهدف الى تتبع التحولات الحاصلة في البيئة السياسية بما فيها من قوانين والاجراءات ومعايير وقواعد قرارات منح او تنظيم استيراد بعض المواد الخام او السلع النهائية قوانين تشجيع الاستثمار ومنح التسهيلات والقروض والاعفاءات وقوانين حماية البيئة الأيكولوجية والتي لها تأثير حالي او مستقبلي على نشاط المؤسسة.

ج-اليقظة القانونية

تسمح اليقظة القانونية برصد التطور القوانين والتشريعات التي تصدرها الهيئات الحكومية او الوزارية او جميع اصحاب القرار في الدولة بصفه عامه من خلال اعداد المشاريع القوانين والنصوص واللوائح والمعايير التنظيمية للمعلومات المطلوبة في هذه الحالة تخص المسائل القانونية المتعلقة بالقطاع المؤسسات والقوانين والمراسيم والسوابق القضائية المناقشات البرلمانية والمقترحات التشريع المقترحات التشريعية الإدارية وفوائد ارباب العمل.

¹نعيمه بوغلاب، مليكة زغيب، واقع اليقظة الاستراتيجية ودكاء الاعمال في منظمات الاعمال الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر دكاء الاعمال واقتصاد المعرفة جامعة الزيتونة، الأردن، عمان، 2012ص162

²خالد يتيم، عيسى نجيمي، اليقظة الاستراتيجية نظام معلوماتي فعال لإدارة الازمات، دراسة نظرية تحليلية، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، المجلد4، العدد 8، جامعة البليدة، الجزائر 2017ص10،11

د-اليقظة الاقتصادية

ترتبط اليقظة الاقتصادية بمختلف تطورات والمتغيرات الحاصلة في البيئة الاقتصادية للمؤسسة حيث تتبع من خلالها المؤسسة انشطه البنوك ومن وما يتعلق بها والوضع الاقتصادي العام ومستوى المداخيل والاجور وتطورات اسعار الاستهلاك والانتاج اي جميع الأنشطة الاقتصادية.¹

و-اليقظة الثقافية

هي عبارة عن الرصد بكل ما يتعلق بالبيئة الثقافية للمنظمة حيث تدرس الجهات الفعالة ذات الصلة بالمؤسسة من خلال ثقافتهم وسلوكهم والمستوى الاجتماعي واحتياجاتهم.²

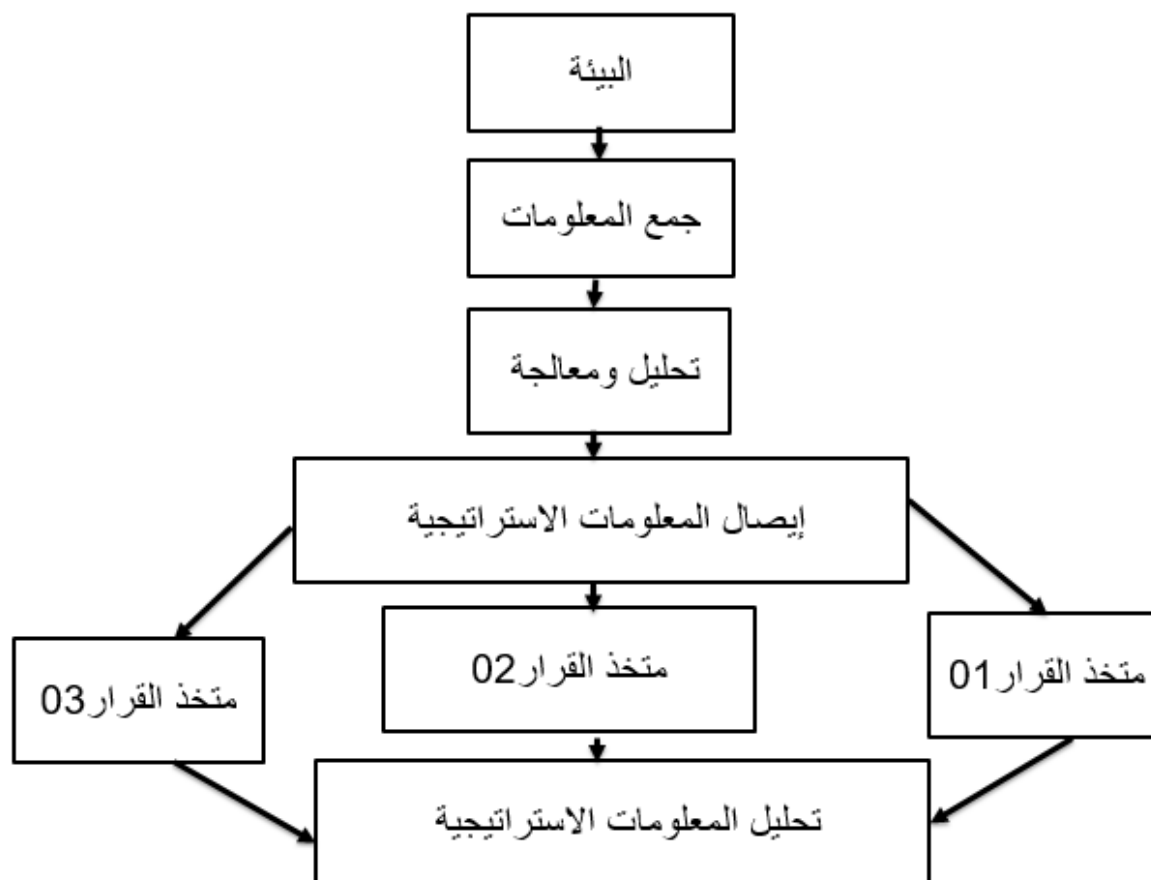
ويعتبر تطبيق اليقظة البيئية مهم بالنسبة للمؤسسة بما انه يتعلق بجانب واسع من البيئة المتبقية وعليه يجدر المؤسسة تعامل مع المعاملات بعنايه كبيره من حيث تحليلها ومعالجتها وارسالها لمتخذي القرار حتى يحدد بدورهم المعلومة الأساسية في عمليه اليقظة.³

¹ خولة شادي، المعلومات و صنع القرار عبر اليقظة الاستراتيجية: نحو نظام فعال لسيرورة المعلومات، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، العدد12، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017، ص440

² فتيحة علوط، معين امين السيد، اليقظة الاستراتيجية كوسيلة فعالة في عملية اتخاذ القرارات بالمؤسسة، مجلة إدارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، العدد07 الجزائر، 2018، ص202

³ عمر ولد عابد، لمن علواطي، اليات تطبيق اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، نموذج مقترح-دراسة تطبيقية بمؤسسة الاسمنت بالشلف، مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية العدد17، جامعة الشلف، سنة 2017، ص6

شكل رقم (2-6) يمثل عملية مراقبة البيئة.

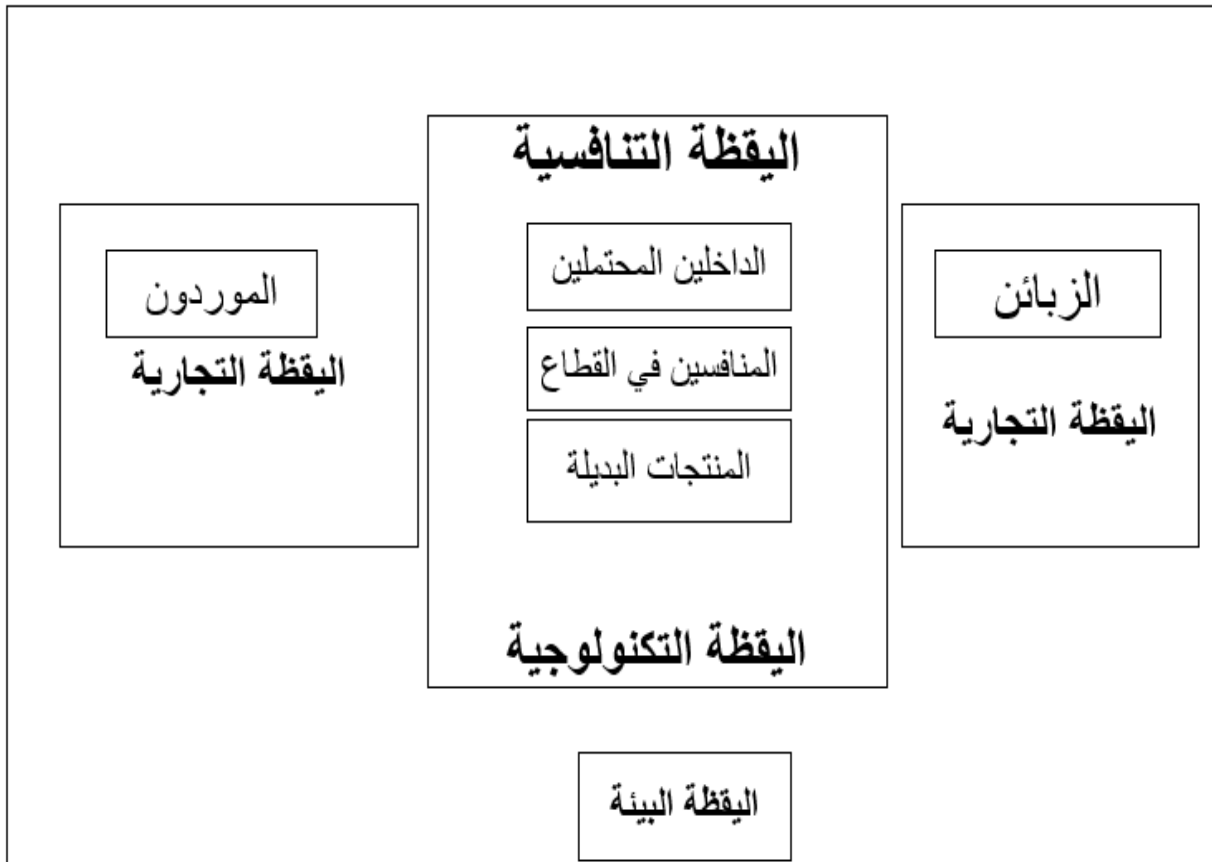


المصدر: سهام درقالي، نسيمه عيايشة، دور اليقظة الإستراتيجية في تفعيل جودة المشروع، مذكرة ماستر في علوم

التسيير، تخصص إدارة مشاريع، جامعة 08 ماي 1945 قلمة، 2016، ص 20

وبحكم اهتمام كل من اليقظة التنافسية واليقظة التكنولوجية اليقظة التجارية واليقظة البيئية بعناصر محدد من بيئة عمل مؤسسه فقط طرح في هذا الصدد رؤية متكامل العلاقة التي تجمع بين قوى التنافس الخمسة لبورتو بمختلف أنواع اليقظة. مثل ماهو موضح في الشكل:

شكل رقم (2-7): أنواع اليقظة الاستراتيجية حسب porter

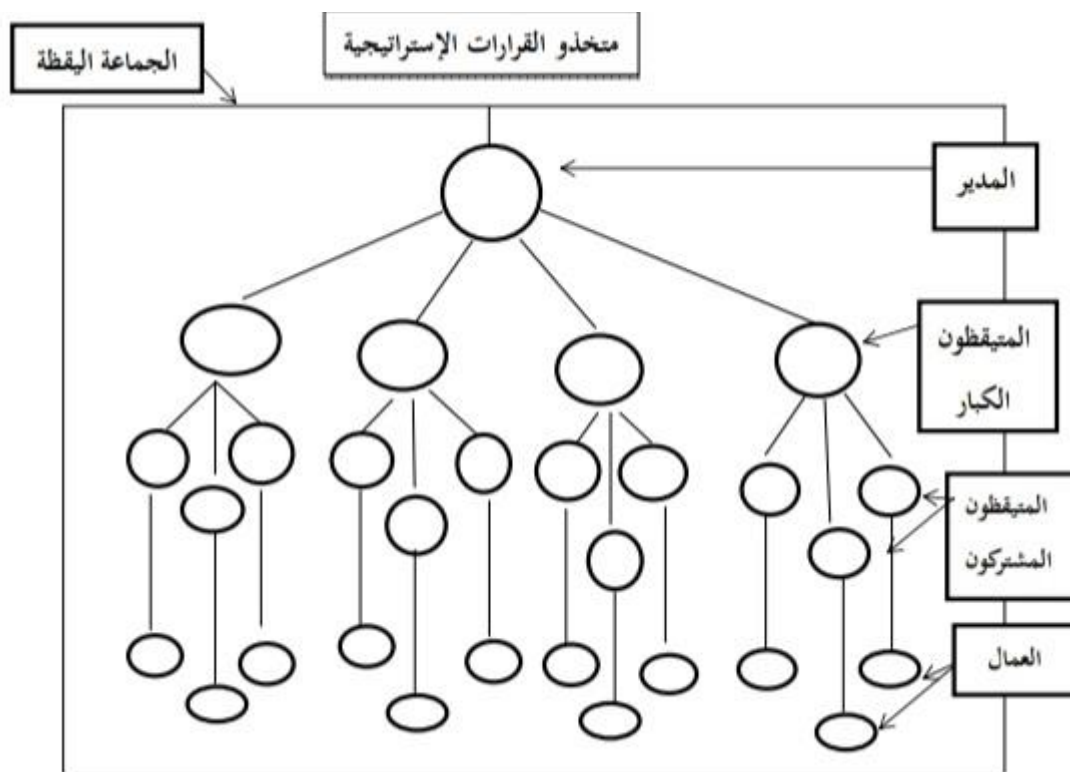


Source : lahloul hafsa, la vieille stratégique et son impact sur les entreprise de l'industrie laitière de la wilaya de Bejaia, Mémoire de magister en sciences de gestion, université Abderahmane Mira, bejaia, 2011,p16

1-2 - ممثلو اليقظة الاستراتيجية.

يعتبر المتيقظ احد ممثلي عملية اليقظة وهو شخص يجيد الاستعمال لما هو حادث خارج مؤسسة مهمة الأساسية تتجلى في كشف الفرص والتنبيه عن المخاطر المحققة بالمؤسسة حيث ان المتيقظ لا يعمل لوحده بل ينتمي لشبكة من المشاركين في هذه العملية حيث تقوم هذه العملية على أساس العمل الجماعي كما يمكن توضيح اليقظة الاستراتيجية في الشكل الموالي:

الشكل رقم (2-8) يمثل: ممثلو اليقظة



المصدر: محمد بوتين، اليقظة التنافسية ضرورة حتمية للمؤسسة مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، العدد 10 الجزائر، 2004 ص50.

وفي ما يلي سيتم التطرق الى دور ممثلي اليقظة الاستراتيجية وخصائص كل منهم:

الجدول رقم(2-3): دور ممثلي اليقظة الاستراتيجية و خصائص كل منهم

| الخصائص | الدور | ممثلو اليقظة |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - تحديد جيد لأهداف المؤسسة - معرفة جيدة للتطورات الحاصلة في البيئة. | <ul style="list-style-type: none"> - يعرضون على جماعة اليقظة الأهداف المرجوة ذات الأولوية بالنسبة للمؤسسة. - تحليل نتائج اليقظة التي قدمت لهم في شكل سيناريوهات - ترجمة السيناريوهات الى اعمال بفضل اتخاذ القرار. - البحث عن الابداع : أي خلق افضل المزايا التنافسية للمؤسسة. | <ul style="list-style-type: none"> متخذو القرارات الاستراتيجية |
| <ul style="list-style-type: none"> -منشط جماعة اليقظة مع القدرة عن العمل الجماعي. - مهارات إدارية كالقدرة على تسيير الموارد البشرية. -معرفة الوسائل المساعدة على اتخاذ القرارات. -القدرة على العمل الجماعي وعلى تفكير الاستراتيجي. -القدرة على التحليل، التركيب وبشكل خاص القدرة على الرؤية المستقبلية - المعرفة التامة بمجمل عملية اليقظة. | <ul style="list-style-type: none"> - همزة وصل بين متخذة القرارات الاستراتيجية وجماعة اليقظة. - الاعداد والاشراف على دفتر الشروط. - تحليل وتركيب وترجمة المعلومات المجمع. - المساهمة جماعيا في اعداد السيناريوهات. - تصحيح الخطوات المتبقية مقارنة مع دفاتر الشروط والتحقق من صحة السيناريوهات مقارنة مع البيئة الخارجية. | <ul style="list-style-type: none"> المتيقظون الكبار |

| | | |
|---|---|-------------------------------|
| <p>- الملاحظة الجيدة القدرة على البحث والاستماع إضافة روح الفضولية.</p> <p>- الحيازة على مصادر المعلومات الاستراتيجية القدرة على مشاطرة المعلومات فيما بينها.</p> <p>- قدرة التحكم في فائض المعلومات.</p> | <p>- تحليل مصادر والمعلومات</p> <p>- إستكشاف البيئة مع انجاز ترجمة وتصفية أولية لها.</p> | <p>المتيقظون المشركون</p> |
| <p>- نشاط دائم الحيوي في العمل.</p> <p>- روح عمل جماعية عالية.</p> | <p>- دعم اليقظة من خلال العمليات الأولية التي تسهل مرحلة الجمع ومعالجة العمليات.</p> <p>- إضافة الى الدعم الخاص بالجانب التقني والمعلوماتي.</p> | <p>العمال</p> |

المصدر: سلمى سريدي، نسرين بوجمعة، دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي بالمؤسسة، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، 2018، ص 22.

2-مراحل اليقظة الاستراتيجية

كما اختلف الباحثون في تسمية اليقظة الاستراتيجية وتصنيفها اختلفا كذلك في مراحلها فمنهم يرى بان عملية اليقظة تتكون من ثلاثة مراحل ومنهم من يحددها في ستة مراحل وهناك من يذهب الى عشرة مراحل ويعود هذه الاختلاف حسب البعض ولا يراها البعض الاخر، فان الغاية من التقسيم هو ابراز مختلف الحلقات المتسلسلة المكونة لعملية اليقظة نفسها، وهذا يعني اننا نقبل الفكرة القائلة بان اليقظة عبارة سيرورة عملية معلوماتية تنظيمية وبشرية تضع المؤسسة في علاقة مع المصادر الفعالة للمعلومات الخارجية وفي ما يلي هذه المراحل:¹

2-1- التعبير عن الاحتياجات من المعلومات.

قبل ان يكلف أصحاب القرار المتعقبين بجمع المعلومات عليهم أولا تحديد احتياجات المؤسسة منها أي ماذا يريدون بالضبط لان جمع المعلومات عشوائيا بتعيين في تكلفة ووقت ضائع من دون ان يكون لها أي فائدة وتحديد هذه

¹ منصف بن خديجة ، محددات اليقظة الاستراتيجية ، أطروحة الدكتوراه ، تخصص لإدارة الاستراتيجية، جامعة باجي مختار، الجزائر 2012

الاحتياجات يعتبر بدوره عملية تكون من عدة مراحل ضرورية أساسها توضيح الأهداف التي يريد أصحاب القرار تحقيقها من خلال تطبيق اليقظة الاستراتيجية.

لذا فان تحديد الأهداف هو اول عمل يقوم به أصحاب القرار بعد ذلك يتم وضع خطة البحث عن المعلومات الضرورية لتحقيق تلك الأهداف وذلك عن طريق التشخيص الدقيق في عمق نشاطات المؤسسة.

2-2- تحديد القائمين على اليقظة الاستراتيجية

يتم في هذه المرحلة العاملين الذين سيقومون بحمة اليقظة، فهؤلاء يجب ان يكونوا على اتصال مباشر بمصادر المعلومات الممكنة كما يجب ان يكونوا على درجة كبيرة من التيقظ والانتباه لما يحدث في محيط المؤسسة مع قدرتهم كذلك على اتصال بسهولة لبلوغ اكبر قدر من المعلومات ولكن حتى يتسنى لهؤلاء العاملين تأدية مهمتهم يجب ان يلغوا التحفيز اللازم من قبل إدارة المؤسسة.

2-3- البحث عن المعلومات وجمعها

بعد وضع استراتيجية البحث عن المعلومة يجب انجاز مخطط للاستعلام يسمح بجمع فعال للمعلومات المفيدة اذ لا بد من التساؤل حول مكان وجود المعلومة والوسائل المستعملة لرؤية مصادرها وكذا طريقة الحصول عليها والميزانية المخصصة لذلك وأماكن تخزينها وأرشفتها.¹

ويتم جمع المعلومات من مصادر مختلفة منها:

- ✓ من ميدان عمل المؤسسة عن طريق علاقتها على الموردين والزبائن؛
- ✓ الدوريات العلمية والتقنية والاقتصادية وتلك المتعلقة بالتسيير؛
- ✓ شهادات الاختراع؛
- ✓ المؤتمرات المتلقيات المعارض والصالونات؛
- ✓ المعلومات الغير رسمية؛
- ✓ المصادر الداخلية للمؤسسة.

¹ سهيلة عمور، التصد الاستراتيجي، حاجة وضرورة المؤسسة الجزائرية في ظروف تنافسية- حالة سونلغاز-رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم

2-4- تحليل و المعالجة والمصادقة على المعلومات

بعد جمع مختلف البيانات والمعلومات يتم معالجتها حسب الاحتياجات المحددة في البداية هذه المعالجة تسمح باستخراج المعلومات المهمة تم يتم المصادقة عليها من طرف خبير في مجال، فهذا الحيز هو الذي يقرر ماهي المعلومات المهمة من غير المهمة من غير مهمة او تلك التي مازالت تحتاج الى المزيد من المعالجة فهذا الشخص يحكم الخبرة والمعرفة التي يمتلكها تعطي له بعض الصلاحيات في اختيار المعلومات المحصلة تم المصادقة عليها.¹

2-5- نشر المعلومات اليقظة

هي العملية التي من خلالها لها يتم وضع المعلومات والمعرفة الناتجة عن عمليتي الانتقاد والمعالجة في متناول المستخدمين المحتملين الذين غالبا ما يكونوا المسؤولين العمليين لاتخاذ القرارات الاستراتيجية والغرض من هذه العملية فهو إيصال المعلومات الجيدة في اللحظة المناسبة الى الشخص المناسب الى حد هذه المرحلة لن تكون هناك استفادة من تلك المحصلة مالم يتم نشرها لمستخدميها في المؤسسة لذلك يجب تنتشر المعلومات بسرعة حتى يتم تحقيق الاستفادة منها في اتخاذ القرارات المختلفة.

¹ مراد مرمي، أهمية نظم المعلوماتية الإدارية كأداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، سنة 2010 ص 130-131

2-6- تقسيم وتعديل اليقظة الاستراتيجية

في النهاية يتم تقييم عمل اليقظة من خلال تعديل وإعادة توجيه الرسائل والاهداف الاستراتيجية المسطرة

ويمكن تلخيص المراحل السابقة من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (2-9) : مراحل اليقظة الإستراتيجية



المصدر: مرمي مراد، أهمية نظم المعلومات الادارية كأداة لتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير قسم العلوم التسيير، فرع إدارة اعمال، المدرسة العليا للتجارة فرحات عباس، سطيف 2010 ص ص 130-131.

3- خصائص و وظائف اليقظة الاستراتيجية

3-1- خصائص اليقظة الاستراتيجية

تتميز اليقظة الاستراتيجية بمجموعة من الخصائص تجعل منها مسارا ديناميكيا مستمرا في المؤسسة من أهمها:

3-1-1- الطابع الاستراتيجي: إن المعلومات التي تهتم بها اليقظة الاستراتيجية لا تتعلق بالأنشطة الروتينية المتكررة وانما باتخاذ قرارات غير روتينية، غير متكررة ليست مألوفة ولا تخضع لنموذج من النماذج المعروفة والمقدمة بفعل التجربة فهي قرارات تؤثر على المركز التنافسي للمؤسسة لارتباطها بالمستقبل لها تأثيرات وتبعات ذات أهمية معتبرة وعادة ما تتخذ في ظروف عدم التأكد.

3-1-2-2-1-3 نشاط اداري(طوعية): مستحدث للفعل في المؤسسة هي ناتجة عن اداره فعل من قبل المسيرين الذين لا يريدون ان تكون مؤسستهم خاضعه لتأثيرات البيئة ومتكيفة معها وحسب بالاستباق هذه الاحداث وتجاوزها فهي اداره مرفقه بالفعل نابعه من رغبه واقناع الإدارة والذي يعد احد العوامل الأساسية لنجاح اليقظة في المؤسسة كما سنرى.

3-1-3-3 مسار جماعي ديناميكي مستمر: يعرف المسار بكونه مجموعته متتاليه من المراحل المرتبطة في مبانيتها من خلال توجيه هدف مشترك فيه بينها وتير اليقظة الاستراتيجية مسار التنظيمي متكرر يمر بعدة مراحل مرتبطة تستوجب مساهمه عده اشخاص بأدوار ومهارات مختلفة ومتكاملة في كاهه مستويات المؤسسة واتجاهات هؤلاء الاشخاص يشكلون ما يسمى حلقة اليقظة يزاولون نشاط في جميع معلومات اليقظة تحليلها بشكل مستمر وديناميكي (تفاعل تطور).

3-1-4-3 ذكاء جماعي: الذكاء يعني معرفه حصر العناصر الاختيار وكيفية ايجاد الروابط او العلاقات التي تجمع هذه العناصر بشكل معنى هذا الذكاء في اطار اليقظة الاستراتيجية لا تقتزن بالفرض فقط بالجماعة من الافراد الذين يظهرون قابليه في تنسيق مهاراتهم وقدراتهم مع بعضهم البعض لالتقاط واستشعار الاشارات والاحداث ترجمتها ومحاوله فهمها للمساعدة على اتخاذ القرار والتصرف المناسب والاكثر ابتكارا وهذا يكون البحث الاداري الذي يمثل التنشيط القبلي لمعلومات اليقظة الاستراتيجية لا يمكن ان تكون خطوه فرديه معزولة.¹

3-2-3- وظائف اليقظة الاستراتيجية

الوظيفة هي ما يجب على شخص القيام به او انجازه في منصب عمله فالأمر يتعلق بنشاط مهمه دور خدمه او عمل واليقظة الاستراتيجية مجموعة من وظائف او مهام تسعى الى تأديتها من بين هذه الوظائف نجد الوظيفة التنبؤية والتي تشكل بسبب وجودها الوظيفة الإعلامية، الوظيفة التحليلية والتركيبية، وظيفة التشكيل، وظيفة الإتصال و الإعلام، و أخيرا وظيفة الكشف عن الاحتياجات من المعلومات.

3-2-1-3 الوظيفة التنبؤية: الوظيفة الاولى لليقظة وسبب وجودها هي التنبؤ بالتهديدات والفرص التي تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة، فاليقظة عليها ان تتوقع تطور الأسواق، تطور المنافسة والقوانين ، وتعرف الفرص بانها² عوامل² واطراف خارجيه تساعد المؤسسة كثيرا في جهودها الرئيسية الى تحقيق اهدافها " ، بينما التهديدات هي "اي موقف يؤدي تجاهله او ضعف التعامل معه الى عرقلة مسيرة المنظمة او الحاق الاذى بها".

¹ صالحه كاريش، واقع تطبيق نظام اليقظة الاستراتيجية في مؤسسه نفضال مجله المؤسسة، عدد 3، جامعه الجزائر 3 2014 سنة ، ص201

² زواو ضياء الدين، مرجع سبق ذكره، ص50

ونظر للتعدد واختلاف مصادر الفرص والتهديدات لابد من وضع آلية خاصة لمراقبه كل هذه المصادر وفي نفس الوقت، فالتهديدات لا يمكن ان تأتي فقط من المنافسين بل ايضا من القوانين او التشريعات الجديدة متقدمة الرصيد العلمي والتقني للمؤسسة، بينما القرارات يمكن أن تكون من خلال اندماج او تحالف محتمل لتصميم وتحديد الدخول الى السوق الخارجي الجديد فاليقظة الاستراتيجية هي الآلية التي تعمل على مراقبة كل المصادر الممكنة التي تخلق فرص او تهديدات ومن خلالها فقط تمكن المؤسسة من توقع التهديدات والفرص الجديدة المحتملة وبذلك اخذ الاجراءات اللازمة اتجاهاها.

3-2-3- الوظيفة الإعلامية: هي وظيفة قاعدية اساسية ضمن نشاط اليقظة اذ توفر المعلومات للمستخدمين، تشكل السبب الثاني لوجود اليقظة ولا بد من ان تكون المعلومة المقدمة من قبل جهاز اليقظة في المؤسسة او معالجة وتنصف بالموائمة ويتطلب الحصول على هذه الأخيرة القيام بإجراءات التحليل والتركيب والتشكيل.

3-2-3- وظيفه التحليل والتركيب : هي وظائف او مهام اساسية في عمليه اليقظة الاستراتيجية وبالخصوص عندما تكون المعلومة المتوفرة مهمتها تحليل المعلومات المجمعة، يعني ان تجزئتها للحصول على العناصر الأساسية والمهمة والتي تدل على التغيرات المستقبلية في محيط المؤسسة بينما تركيب المعلومات المجمعة هو تجميع المعلومات المجزئة المتفرقة والمتقاطعة وغير المتجانسة لإيجاد العلاقات والروابط بين المعلومات والبناء صورة تدل على واقع ومستقبل محيط المؤسسة.

3-2-5- وظيفة الاتصال والاعلام: لابد ان ترسل المعلومات التي تم جمعها ومعالجتها الى الاشخاص المناسبين وفي الوقت المناسب فهذه الوظيفة تقوم على تشغيل شبكات اليقظة وتحفيز الاشخاص القائمين على جهاز اليقظة لأجل تسهيل تدفق المعلومات التي تمر ضمن هذه الشبكات، هذه الوظيفة تعمل على إيجاد آليات اتصال وتواصل فعال بين الاشخاص المعنيين باستغلال المعلومات وجعلها متاحة لهم في الوقت المناسب بالصفة الموائمة.

3-2-6- وظيفة تحديد الاحتياجات من المعلومات: تشير بعض الادبيات الى ان اليقظة الاستراتيجية وظيفتها ايضا القيام بتحديد الاحتياجات من المعلومات التي يجب ان تتوفر عن توقعات المستخدمين سواء كانت هذه التوقعات ضمنية او مصرح بها، بمعنى أن اليقظة تستخدم تقنية الاستهداف اي تحدد نوع وطبيعة ومصدر المعلومات التي يجب الحصول عليها او تحديد اجراء المحيط الخارجي والتي يجب وضعها تحت المراقبة.¹

¹ زواو ضياء الدين مرجع سبق ذكره ص ص 51- 52

المبحث الثالث: واقع تطبيق اليقظة الاستراتيجية

ان تطبيق اليقظة الاستراتيجية بشكل كامل وبفاعلية من قبل المؤسسات يتطلب امكانيات مالية وبشرية معتبرة والتي قد لا تكون متاحة لكل مؤسسة خاصة المنهج التي لا يملك في العادة امكانيات مالية كبيرة كما ان العاملين لا يتوفرون في الغالب على قدر كبير من الخبرة والكفاءة اللازمة، وبالتالي تناولنا في هذا المبحث كل من طرق ووسائل اليقظة الاستراتيجية و كذا مزايا وشروط فاعلية اليقظة الاستراتيجية وفي الاخير معوقات وسبل مواجهة معوقات اليقظة الاستراتيجية.

1- طرق ووسائل اليقظة الاستراتيجية

هناك العديد من الاساليب التي يتم من خلالها ممارسة عملية اليقظة والتي تمكن من الحصول على المعلومات المفيدة والمطلوبة والقيام بعملية اليقظة، يتطلب تواجد وسيلة فعالة تسهل للمؤسسة عمليه البحث عن المعلومات بأسرع وقت والتي من خلالها تعزز المؤسسة يقظتها الاستراتيجية.

1-1- طرق اليقظة الاستراتيجية: ان تعدد الطرق المستعملة لعمليه اليقظة الاستراتيجية تمنح للمؤسسة امكانيه الحفاظ على موقع تنافسي قوي في السوق وعلى امتلاك ميزة تنافسيه دائمة، ومن بين هذه الطرق والوسائل الاكثر اتباعا من قبل المؤسسة المعاييرة دراسة السوق تحليل (swot) strengths, weaknesses, opportunities et threats

طريقة المعاييرة: تعتبر طريقه المعاييرة طريقه تنافسيه جد مستعملة في التنافس الاقتصادي ظهرت هذه الطريقة في الولايات المتحدة الأمريكية وهي عباره عن "سيرورة لتطور الاداء الناتج الناجع من المؤسسات، الخدمات ، الوظائف ، الطرق والتطبيقات، بالنظر لأحسن مؤسسات العالمية".

من خلال هذا التعريف في طريقه المعاييرة يتضح لنا ان الطريقة للمقارنة التنافسية ابتدعها شركه في السبعينيات لصد المنافسة الدولية لسوق الآلات الناسخة حوالي سنه 1975 وقامت هذه الشركة بتطوير الطريقة لصد المنافسة اليابانية بالأخص شركه والتي ادت الى انخفاض حصتها السوقية من 80 بالمائة الى 41 بالمائة ، فقامت هذه الشركة كذلك بمقارنه نشاطاتها بنشاط المؤسسة الرائدة المختلفة وقد ادى استعمال الطريقة الى تحقيق النجاح في مجال الانتاج مما شجع

على تطبيقه في كافة المستويات وذلك بهدف تحقيق الريادة، تنتمي طريقه المعايير أو القياس المقرن إلى أسلوب التحسين المستمر الذي يعتبر بدوره من تقنيات تحسين جوده المنتجات والخدمات¹

وتقوم عملية المعايير على اساس المراحل التالية:

- ✓ تحديد العملية التي تحتاج إلى التحسين؛
- ✓ تحديد أفضل مؤسسة للتميز في أداء العملية؛
- ✓ تجميع المعلومات عن هذه المؤسسة؛
- ✓ تحليل البيانات ودراسة الفرق بين ادائها في المؤسسين واسبابها؛
- ✓ تحديد اهداف وخطه التحسين التساوي بالمنافسين أو التفوق عليه؛
- ✓ تشكيل فريق عمل متكامل لتضع المعاملين المرتبطين بالعملية في موضع التحسين؛
- ✓ تنفيذ عمليه التحسين ومراقبه التقدم.

ويبرز دور اهمية هذه الطريقة من خلال إدراك المؤسسة ان هناك فجوه بينها وبين غيرها وكذا بين ما يؤديه المنافس المتميز وبين ما تؤديه المؤسسة وهذه الفجوات هي مشكلات يجب حلها أو فرص يجب اكتشافها لذلك يجب المراقبة المستمرة لإدراك هذه الفجوات وتحليل اسبابها واتخاذ الاجراءات المناسبة للتعامل معها.

1-1-2-دراسة السوق: تقوم المؤسسة بدراسة السوق سعياً للحصول على المعلومات التي تمكنها من معرفه جيدة لسوقها ولبيئتها ككل اذ يتسنى لها من ذلك التيقظ الدائم لكل ما يجري حولها من ثم اتخاذ القرارات سديدة والاستمرار في الابداع والاداء العالي امام المنافسة لذلك تعتبر دراسة السوق اسلوباً مهماً لدراسة عملية اليقظة وتطويرها.

وتعرف دراسة السوق بأنها "مجموعة الاجراءات التقنية المستعملة لإنتاج وتوفير المعلومة المفيدة والصحيحة بغيه اتخاذ القرار في المجالات التسويقية، هذه المعلومة يمكن استغلالها لتحليل المشكلة ما تقوم باقتراح عدد معين من الحلول أو المراجعة كفاءة القرارات المتخذة.

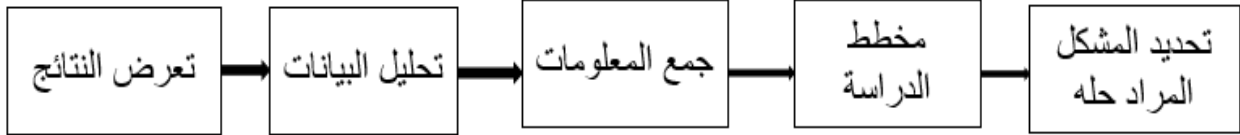
تتكون دراسة السوق من مجموعة الأبحاث المتعلقة اساساً بمختلف جوانب التسويق الذي اصبح نشاطاً رئيسياً في المؤسسة ويؤثر على أنشطتها الاخرى ومن اهم العناصر التي عادة ما تكون محلاً للدراسة (نذكر الزبائن الحاليين والمرتقبين)

¹لمياء حليمي، دور اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسيه المؤسسات الضعيفة والمتوسطة، مذكره مقدمه لنيل شهادة ماجستير، في علوم

التسيير، التخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعه بومرداس، ص. 29.

تقدير الموردين وعروضهم المنافسين وما يعرضونهم من منتجات، أسعار تموضع المنتج في السوق، تحليل المنافسة سياسات الاتصال، التسويق المؤسسية، واثارها في السوق وغيرها من المواضيع التي تتعلق بالمسائل التسويقية للمؤسسة وتؤثر فيها، وللقيام بهذه الدراسات غالبا ما تتبع المؤسسة مجموعه من الخطوات يوضحها الشكل التالي:

الشكل رقم (2-10): مراحل دراسة السوق



المصدر: بومعزة سهيلة، دور البقظة في تنمية الميزة التنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكر مقدمه لنيل شهاده ماجستير في العلوم الاقتصادية التخصص التحليل الاستشراق الاقتصادي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قسنطينة، 2009 ص 134

هناك نوعان من دراسة السوق تكمل احدهما الاخرى وهما الكمية والنوعية حيث تهدف الدراسة الكمية الى تحديد الكمية الى تحديد الكمية التي يمكن بيع وهو الاوقات التي تباع فيها تصريف السلعة فهي توصلنا للإجابة على التساؤلات (كم نتج ومتى نتج)؟ اما الدراسة النوعية فالهدف من ورائها الحصول على معلومات عن السوق ستؤثر في النهاية على طبيعة السلعة وتكشف عن استعمالات جديده يمكن للسلعة ان تقوم بها هذا النوع من الدراسة يوصل للإجابة على التساؤل ماذا نتج؟¹

1-1-3- تحليل SWOT

هو تحليل المؤسسة من خلال تشخيص البيئة الداخلية التي يسمح بمعرفه نقاط القوه ونقاط الضعف وكذا بتشخيص البيئة الخارجية التي يمكن من كشف الفرص والتهديدات يهدف هذا التحليل الى تجميع المعلومات الضرورية في بناء خيارات الاستراتيجية والتنافسية كفيلة بضمان استمرارية المؤسسة وتفوقها في بيئتها الشديدة والتناسبية والديناميكية فمثلا اذا كانت المعلومات تبين وجود فرص مهمه في البيئة وكانت المؤسسة تتمتع بقدرات وكفاءات داخلية فهذا سيتيح للمؤسسة تبني استراتيجية هجومية لاستغلال تلك الفرص بغية النمو وزياده حصتها في السوق وخلق مزايا تنافسية جديدة وحاسمة

¹ بومعزة سهيلة، دور البقظة في تنمية الميزة التنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكر مقدمه لنيل شهاده ماجستير ، في العلوم الاقتصادية، التخصص التحليل الاستشراق الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قسنطينة 2009 سنة، ص 134-135

اما في الحالة العكسية فالمؤسسة يمكنها اختيار استراتيجية دفاعية تخفض من اخطار التهديدات واثار نقاط ضعفها والحفاظ على المزايا التنفسية التي تمتلكها.¹

1-2 وسائل اليقظة الاستراتيجية

تحتاج اليقظة الاستراتيجية الى مواد مادية متمثلة في الوسائل التكنولوجية الحديثة حتى تؤدي اليقظة الاستراتيجية عملها على اكمل وجه يتطلب تواجد وسيلة فعالة وتقنية حديثة حتى تسهل المؤسسة عمل البحث عن المعلومة بأسرع وقت ممكن من بين هذه الوسائل نذكر ما يلي:

1-2-1- الانترنت كوسيلة لليقظة

في اواخر سنة 1968 تمكن مركز البحث القومي الامريكى التابع لوزارة الدفاع الامريكى من تحقيق انشاء شبكه معلومة للاتصالات هدفها ربط مختلف مراكز البحث العسكري ومع مرور الزمن فتح مراكز البحث القومي الامريكى شبكه الباحثين ثم توسعت وانتشرت في اكثر من ميدان واكثر من مجال التطور ما يسمى اليوم بالانترنت.

والانترنت هي شبكه عالميه تربط عدة آلاف من الشبكات وحاسبات آلية وهذا من خلال التوافق بين مجموعه من معايير الاتصال تدعى بروتوكول الانترنت و للانترنت عده اوجه للاستخدام والتي يمكن تسميتها بالتطبيقات او بالأحرى الخدمات من منظور تجاري ولهذا سيتم التركيز على اهم الخدمات والمتمثلة في:

أ- خدمة البريد الالكتروني

تسمح هذه الخدمة بإرسال واستقبال رسائل الكترونيه من والى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم على المستوى التجاري، يمكن استخدام البريد الالكتروني لطلب معلومات حول منتج معين او طلب فواتير شكلية او ارسال طلبيات الموردين وبالتالي البريد الالكتروني حل مكان الهاتف الفاكس والرسائل البريدية.

ب- خدمة بروتوكول نقل الملفات

يسمح بروتوكول نقل الملفات بالاتصال المؤقت بين حاسبين بفضل هذه الخدمة يمكن جلب الملفات وتحويلها من حساب الى اخر عبر الشبكة العالمية.

¹ عبد الفتاح بوخمخم، صالح محمد، الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها، مداخلة مقدمة في المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن سنة، 2012، ص، 351.

ج- خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات

خدمه الويب هي من اهم خدمات الانترنت حيث ارتبط بالخدمة العديد من المؤسسات العلمية والصناعية والحكومية والتجارية والثقافية وامتدت حتى للأفراد فخدمة الويب هي وسيله من وسائل الترويج والدعاية والاعلان على المستوى المحلي والاقليمي والعالمي.¹

ويمكن المؤسسة استغلال الانترنت لتدعيم يقظتها من خلال:

- ✓ مراقبه عروض المنافسين؛
- ✓ مراقبه رسائل موظف في المنافسين؛
- ✓ الاستعلام عن الاعلانات الخاصة بمنتجات المنافسين بفضل موزع الويب؛
- ✓ تحليل التجاوب الذي تخطى به المنتجات المنافسة بفضل المنتجات وقوائم النشر.²

1-2-2-برمجيات اليقظة

يمكن صناعه اليقظة الاستراتيجية بواسطة برمجيات مطوره شرط حصول المؤسسة على تنظيم المعايين وتمكنها من استخدام الوسائل القاعدية للمعلوماتية وهذه البرمجيات او الوسائل نوعين:

أ- أدوات لعامة المجتمع: تطورت الانترنت ووسائل البحث المرتبطة بها تقدم امكانيات كبيره للبحث والدراسة واختيار المعلومات وتحويلها الى معارف من اجل تطبيقها الوصول الى الاهداف التي يحددها الافراد والجماعات فالإنترنت تقدم هذه الامكانيات لمن عنده معرفه بهذه الوسائل وطرق استخدامها فالذي يجد فيها المصادر الملائمة، يراقبها بانتظام وذكاء وسيساهم في تحليل بياناتها وبصرفتها في شكل مخططات ويوضح طبيعة العلاقات الموجودة فيها يستطيع احداث تيقظ يتبعها تخزين وبث للمعرفة بالمشاركة مع الاخرين.

ب- أدوات احترافية: وهي خاصه بالمؤسسات الكبيرة التي تبحث عن حلول معلوماتي تسمح لها باستغلال مخزونها المهمة من البيانات المتعلقة بزبائنهم من اجل انتاج معلومات تمكنها من اتخاذ قرارات مناسبة.³

¹ نصيرة علاوي، اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تخصص إدارة موارد بشرية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011، ص ص 93-94

² رتيبة حديد، نوفيل حديد، مداخلة مقدمة في المؤتمر العالمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة الجزائر، سنة 2005 ص ص 195-196

³ مجيد الشعباني، انيسه قمان، محمد بوهدي، دراسة السوق اداه لتحقيق اليقظة الاستراتيجية، المجال الجزائري للاقتصاد والمالية، عدد 3، جامعه المدية سنة 2015 ص ص 140 141

2-مزايا وشروط اليقظة فعالية اليقظة الاستراتيجية

تفرض اليقظة الاستراتيجية على المؤسسة التحكم في المعلومة اللازمة لمراقبه بيئتها واذا كان هدفها الأساسي يتمثل في الابداع وخلق مزايا تسمح للمؤسسة بمساعدة التحولات الحاصلة في بيئتها ولتطبيق اليقظة الاستراتيجية لابد من شروط لفعاليتها نظرا للميزات التي تحققها وهذا ما سيتم التطرق اليه.

2-1-مزايا اليقظة الاستراتيجية

ان من اهم تقدمه يقظه الاستراتيجية من مزايا المؤسسة تمثل في ما يلي:

- ✓ تسمح اليقظة من الناحية المالية بتحقيق الوفرة لان المعلومات التي تم جمعها قادرة،
- ✓ على التحسين من الخصائص التقنية المنتج جودته والتخفيض من كلفته؛
- ✓ تسمح بمرور جيد المعلومة عبر مختلف المستويات التنظيمية في المؤسسة كما تسمح لها ايضا بمراقبه مستمرة ومتواصلة لبيئتها؛
- ✓ تسمح بالتحذير والتنبؤ بالعراقيل المستقبلية التي سوف تواجهها المؤسسة؛
- ✓ وسيله استراتيجية للتسيير اين تكشف خليه اليقظة عن المناطق النفوذ التهديدات الفرص والتي تستطيع ان تغير الاستراتيجية المؤسسة ومن المنافسة في السوق؛¹

ونذكر كذلك اهم المزايا التنافسية التي تحققها اليقظة الاستراتيجية المؤسسة كالآتي:

- ✓ تسمح المؤسسة برد فعل سريع والاستعداد في الوقت المناسب كما تسمح بالاقتصاد في المواد لان التأخير يؤدي الى ارتفاع التكلفة؛
- ✓ تمثل وسيله للسباق التغيرات وربح الوقت من اجل اتخاذ القرارات الهامة ؛
- ✓ تساعد في ادارته الاخطار والرفع من درجه الأمان؛
- ✓ تساهم في البحث عن استراتيجية تجاربه جديده؛
- ✓ تؤدي الى تحسين قدره الإبداعية في المؤسسة والميزة في السوق الحالي.²

¹رتيبة نحاسيه، اهمية اليقظة الاستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية، المؤسسة مذكرة مقدمه لنيل لشهادة الماستر، في العلوم الاقتصادية، تخصص اداره اعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعه الجزائر سنة 2003 ص 75

²بباية وقوي، اهمية شبكه الانترنت في تفعيل اليقظة الاستراتيجية، مجله المعارف، جامعه البويرة، العدد 18، سنة 2015 ص 335.

2-2- شروط فعالية البقظة الاستراتيجية

يتطلب نظام البقظة الفعالة توفر شروط ومقاييس ضرورية لنجاحه كضمن تحقيق الاهداف المرجوة منه سواء من طرف الإدارة او من طرف الممثلين في حد ذاتهم على راسهم المنشط او المسؤول عن مشروع فيما يلي اهم الشروط:

2-2-1- دعم الإدارة

يعتبر جهاز الإدارة الجهاز الاكثر اهمية في المؤسسة والاكثر تأثيرا والقرار الاخير يعود اليه لذا فهو يؤثر على عملية البقظة بصفه مباشره ونجاحها مرتبط بدعم الإدارة المادي والمعنوي.

2-2-2- إرساء ثقافة البقظة داخل المؤسسة

اي نشاط تقوم به المؤسسة يجب ان يكون ضمن قيم عادات والسلوكيات افرادها لذا وجب تغيير وتعديل ثقافته المؤسسة وافرادها بما يتماشى مع متطلبات نظام البقظة وهو ما يسمى بثقافته المعلومات والتي تعتبر اليوم من اولويات الإدارة.

2-2-3- نظام اتصال فعال

يعرف الاتصال فعال بانه عملية نقل المعلومات من شخص لأخر ويتضح من هذا التعريف العلاقة الوطيدة بين الاتصال والمعلومة داخل مؤسسه فبدون اتصال لا تنتقل المعلومة ولا يتم تبادل المعارف ونظرا لهذه العلاقة فان نجاح نظام البقظة الاستراتيجي في المؤسسة المشروط بوجود نظام اتصال فعال.

2-2-4- تخطيط عملية بناء خلية البقظة الاستراتيجية

بنفس الطريقة التي يجب على المؤسسة وضع خطه عمل لتحقيق الاهداف التي حددتها وتحقيق النتائج المرجوة من البقظة الاستراتيجية ويتم التخطيط البقظة الاستراتيجية من خلال التحديد الدقيق لجميع الاجراءات التي تؤدي لبناء خلية البقظة منذ الفكرة الى غايه البدء في عملية التنفيذ بحيث ان تنظيم الطابع الرسمي على سيرورة عملية البقظة الاستراتيجية يساعد على نجاح البقظة الاستراتيجية المؤسسة.¹

¹ انيسه قمان، محاوله بناء ذليه للبقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كاداه لتنمية الصادرات خارج المحروقات مذكرة مقدمه لنادي شهاده

الماجستير في علوم التسيير، تخصص ادارة اعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعه احمد بوقره، بومرداس، ص95

3- معوقات وسبل مواجهة معوقات اليقظة الاستراتيجية

ممارسه اليقظة الاستراتيجية تتوقف على رهانات وتحديات تفعيلها على مستوى المنظمة التي تنشط في بيئة معقدة تحكمها متغيرات ومعلومات متعددة المصدر ومختلفة الانماط ولذلك يجب التصاعد لهذه التحديات من خلال انتهاز طرق علميه وعملية رفع من فعالية اداء اللياقة الاستراتيجية وتحقيق أهدافها.

3-1- معوقات اليقظة الاستراتيجية

تعددت صعوبات تنشيط نظام يقظه الاستراتيجية حسب سبل ممارسته ودرجه تفعيله ومن اهم هذه الصعوبات:

ضعف المؤشرات فاذا افتقد مسؤول المشروع الى مؤشرات دقيقة فيمكن ان يتردد اختياراته ومؤشرات ضعيفة وقليله الملائمة تتسبب في نقص الوضوح والرؤية في التسيير؛

مشكل سرية التوجهات الاستراتيجية للمؤسسة: ان اخفاء هذه التوجهات عن ممثلي اليقظة الاستراتيجية عملهم غير متناسب مع هذه التوجهات ولا يصل اصحاب القرار الى الاهداف المرغوبة كما يتسبب ايضا في احباط الممثلين لإحساسهم بعدم الانتماء والتهميش مما ينتج عنه نقص في كفاءه العمل؛

نقص في ضابط وتحديد الاهداف الاستراتيجية التوجهات الاستراتيجية المؤسسة تصرف في شكل اهداف فاذا كانت هذه الاهداف غير واضحة ولم تخص لها الامكانيات المناسبة لذلك فقد يمدد ممثل اليقظة الصعوبات لبدء العمل والتقدم فيه؛

نقص المعلومات المجمع: الاعتماد على المقارنات التاريخية في التحليل بصفه مطلقه لان التغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية إلى إعطافات حادة وتقلبات جذرية؛

فقدان الثقة: فكثير من الاشخاص لا يثقون في المعلومات التي تصلهم ولا في الشخص الذي يجب ان يرسلوا اليه معلوماتهم؛

مركزية اليقظة: باعتبارها احد المجالات الاكثر سرية في المؤسسة؛

نقص فاعلية الاجتماعات: باعتبارها عنصر في نظام المعلومات؛

طبيعة المؤسسة: فهناك مؤسسه تعتمد على رد الفعل السريع ومؤسسه مطاوعة في طبيعة المؤسسة او مسير او مسيره يمكن ان يكون عائق امام تحقيق اهداف اليقظة الاستراتيجية من خلال التسرع في اتخاذ القرارات والتصرف او التماطل حتى تنتهز الفرص من المنافسين.¹

¹ سلمى علاوة، اليقظة الاستراتيجية وسيله تسريجه في ظل عصر المعرفة، مجله المؤسسة، العدد 6، جامعه الجزائر 3 سنة، 2013، ص 92-93

3-2- سبل مواجهة معوقات اليقظة الاستراتيجية

لتخفيف حده الصعوبات المذكورة اعلاه ولما لا القضاء عليها وتعزيز ممارسة اليقظة الاستراتيجية وعلى المؤسسة السعي الجاد للقيام بما يلي:

- ✓ نشر ثقافة اليقظة في كل اجزاء المؤسسة واعتبارها التحدي الرئيسي لمواجهة المنافسة وتنمية المزايا التنافسية تسمح بالاستمرار والنجاح؛
- ✓ اطفاء المرونة الكافية للهيكل للتنظيم وحتى لنظام اليقظة لتمكينه من الاستجابة والتكيف مع المتغيرات الخارجية وحتى الداخلية؛
- ✓ تشجيع وتنمية الطاقات الفكرية والقدرات الإبداعية لدى الافراد مع تامين روح الجماعة والعمل كفريق متكامل فليقظه طلب تضافر للجهود وتحفيزها لتحقيق اداء تنافس عالي؛
- ✓ تحسين الاتصال الداخلي يولد السماح للمعلومة بالانتقال بالسهولة الى الجهات الطالبة لها مع الحث على عدم احتكارها من قبل شخص ام مستوى تنظيمي معين لتعظيم الاستفادة من اليقظة الاستراتيجية؛
- ✓ اتباع برنامج التكوين في ممارسه اليقظة الاستراتيجية وتشجيع كل الافراد للمشاركة فيها لتحسيسهم بأهميتهم من جهة واكسابهم المهارات والخبرة القيام بها من جهة أخرى؛
- ✓ تدعيم الاستثمار المقيد والمخطط بدقه في نشاط اليقظة على المستوى المالي والمادي والبشري مع الحرص على تعظيم الاستفادة من هذا النشاط وتخفيض تكاليفه الى اقصى الحد¹

4- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل نظام اليقظة الاستراتيجية

ان التكنولوجيا الاعلام والاتصال في الوقت الحالي تعتبر من أكبر مصادر معلومات ليقظه الاستراتيجية فمع ظهور التطور الحاصل في التكنولوجيا المعلومات والاتصال ازدادت حده المنافسة في مختلف القطاعات مما أدى الى اللجوء الى نظام اليقظة الاستراتيجية .

استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البحث والتوزيع للمعلومات فالطرق التقليدية لم تعد تكفي لمواجهه التطورات فتكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مختلف الادوات التي تستخدم للبناء نظام المعلومات التي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات التي تدعم حاجتها في اتخاذ القرارات وفي مختلف العمليات والتي تتضمن عتاد الحاسوب وبرامجه

¹ سهيلة بن معزه، مرجع سبق ذكره، ص 147

وقواعد البيانات والشبكات بمختلف أنواعها واخير المكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تشكل قاعده انطلاق التقنية لجميع النظم والادوات والتقنيات المعلوماتية المستخدمة في المشروع.¹

وبذلك فتكنولوجيا المعلومات و الإتصال تساهم بشكل فعال في دعم اليقظة الإستراتيجية بمختلف أنواعها في المؤسسة ويمكن توضيح ذلك من خلال ما يلي²:

- ✓ تزويد المؤسسات بمختلف البيانات والمعلومات والمستجدات العلمية والتقنية التي تستفيد منها المؤسسة في دعم الابتكار التكنولوجي ;
- ✓ تعتبر إدارة المعلومة حجر أساسي لأي إستراتيجية تكنولوجية تتبناها أي مؤسسة نظام المعلومات التسويقي يقوم بمعالجة ونشر المعلومات التي تحتاجها المؤسسة ;
- ✓ يقتضي نظام المعلومات دمج الإستراتيجية البيئية من خلال تقديم خدمات ومنتجات خضراء مصاحبة للبيئة والحد من استنزاف الموارد والاستخدام الأمثل لها ;
- ✓ يعمل نظام المعلومات على دعم الإنتاج والتسويق الأخضر باحترام معايير السلامة البيئية أو ما يسمى التكنولوجيا الخضراء.

¹ سعد غالب، ياسين اساسيات، نظم المعلومات الإدارية والتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج النشر والتوزيع الطبعة الاولى عمان 2012 صفحه 44

² - بن سالم عبد الحكيم عيساني إسماعيل "نظم المعلومات كدعامة لتفعيل اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الحكومية - دراسة حالة بلدية بشار"، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية الجزائر المجلد 7 العدد 2، 2020، ص 26

خلاصة الفصل الثاني

من خلال ما تم سرده في هذا الفصل توصلنا الى أنه في ظل التغيرات والتحويلات السريعة التي تشهدها منظمات اليوم وجب على هذه الأخيرة مواكبه هذه التغيرات ومجراتها بما يوافق اهدافها وتطلعاتها فالمنظمات الرائدة اليوم قد لا تكون كذلك عمدا لذا عليها تبني وسائل التسريع حديثه تساعدها على مجارات التحويلات والبقاء في الريادة.

ومن بين هذه الوسائل المنتشرة هنا وهناك وجدنا مصطلح اليقظة الاستراتيجي الذي يوجهها للتيفظ والمراقبة والركز الأساسية لارتقاء المعلومات المتعلقة بالمحيط بغية التعرف عليها وكذا تهديدات العمل، والعمل على تجنبها كما انه يقدم للمنظمة القدرة على التصرف بسرعه وفي الوقت المناسب مع درجه عالية من الفاعلية واقل قدر ممكن من التكاليف ويمكن القول ان اليقظة الاستراتيجية عباره عن مسار معلوماتي يبدأ بمسح المحيط من خلال رصد اي اشارات ضعيفة ويبقى بنشر المعلومات لطالبها وتكوين رؤية مستقبلية للمنظمة ومهمه.

نظام اليقظة الاستراتيجية هو دعم الأنشطة والعمليات الرئيسية للمنظمة ومساعدة المديرين في اتخاذ القارات وتحقيق استراتيجية فعالة بهدف بناء مثل تنافسيه والمساهمة في خلق القيمة فإن اليقظة الاستراتيجية هي عمل استباقي يوجه افراد خليتها لأجل استكشاف اي بوادر لمعلومات انذار مبكرة، ومنه التخطيط ووضع سيناريوهات واستراتيجيات تعمل على احتواء هذه المعلومات وتوجيهها بما يناسب اهداف المنظمة وبالتالي محاوله تجنب احتماليه وقوع أزمات.

الفصل الثالث:

الدراسة الميدانية

تمهيد

بعد استعراضنا في الفصل الأول و الفصل الثاني لأهم المفاهيم النظرية المتعلقة بكل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الاستراتيجية، تم في هذا الفصل التطبيقي إسقاط أهم الأسس النظرية السابقة، مما يسمح لنا لا محالة بالتأكد من الفرضيات التي وضعناها في مستهل دراستنا ، بحيث تناولنا في هذا الفصل منهجية الدراسة وبين مجتمع وعينة الدراسة كما وضحت الأبعاد التي جاءت في تكنولوجيا المعلومات و الإتصال 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.

و تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث مقسمة كالآتي:

المبحث الأول: تقديم عام للوكالة التجارية

المبحث الثاني: منهجية الدراسة

المبحث الثالث: تحليل النتائج و اختبار الفرضيات

المبحث الأول: تقديم عام للوكالة التجارية لإتصالات الجزائر

تعمل مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الطارف على مواكبة التطورات العلمية التقنية، وادخال أحدث التقنيات الى المؤسسات ككل، وبالتالي تحسين مستوى الخدمات المقدمة للمواطن¹.

و تناولنا في هذا المبحث: نشأة و ميلاد الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر، أهدافها و نشاطاتها، و الهيكل التنظيمي العام للوكالة التجارية لإتصالات الجزائر بولاية الطارف.

1- نشأة و ميلاد الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر

تعد اتصالات الجزائر مؤسسة رائدة في سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر، التي تشهد تطورا مذهلا في هذا المجال، حيث تقترح تشكيلة واسعة من خدمات الهاتف الثابت والأنترنيت الموجهة للزبائن الحواص والمحترفين. وقد اكتسبت اتصالات الجزائر هذه المكانة من خلال سياسة الابتكار التي تتماشى تماما مع تطلعات الزبائن، ذات توجه نحو الاستخدامات الجديدة.

✓ نشأة و ميلاد الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر

اتصالات الجزائر هي شركة ذات أسهم برأسمال عمومي تنشط في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية والهاتف الثابت والأنترنيت. تأسست وفق القانون 2000/03 المؤرخ في 05 أوت 2000 المتعلق بإعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، والذي كرس الفصل بين نشاطات البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، والمحدد للقواعد العامة للبريد والمواصلات، فضلا عن قرارات المجلس الوطني المساهمات الدولة (CNPE) بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية اقتصادية أطلق عليها اسم "اتصالات الجزائر". وفق هذا القانون الذي حدد نظام مؤسسة عمومية اقتصادية تحت الصيغة القانونية مؤسسة ذات أسهم " برأسمال اجتماعي قدره 11500 مليار سنتيم ومقيدة في المركز الوطني للسجل التجاري يوم 11 ماي 2002 تحت رقم B001808302 وقانون 03/2000

✓ ميلاد الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر

نص قرار 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع البريد والمواصلات، حيث تم بموجب هذا القرار انشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكلفت بتسيير قطاع البريد، وكذلك مؤسسة الصالات الجزائر مستقلة في تسييرها من وزارة البريد هذه الأخيرة أوكلت لها مهمة المراقبة وبعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، تبعا لقرار 03/2000 أضحت اتصالات الجزائر حقيقة حسدت سنة 2003

¹ - أنظر الملحق 2

✓ الانطلاقة لمجمع اتصالات الجزائر 01 جانفي 2003

كان على اتصالات الجزائر واطاراتها الانتظار حتى الفاتح من جانفي 2003 لكي تبدأ الشركة في اتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال، لكن برؤى مغايرة تماما لما كانت عليه قبل هذا التاريخ، حيث أصبحت الشركة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد، ومجبرة على اثبات وجودها في عالم لا يرحم فيه المنافسة شرسة البقاء فيها للأقوى والأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافس.

2- أهداف و نشاطات الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر

2-1- أهداف الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر

تسعى مؤسسة اتصالات الجزائر إلى تحقيق ثلاث أهداف أساسية وهي الجودة والفعالية، وكذلك نوعية الخدمات) وقد سمحت هذه الأهداف الثلاثة ببقائها في السوق رائدة رقم واحد في سوق الاتصالات، وتلخص إلى جملة من الأهداف كما يلي:¹

التحسين وتطوير جودة الخدمات المقدمة للزبون، وجعلها أكثر قدرة على المنافسة في مجال الخدمات.

زيادة العرض من الخدمات الهاتفية ;

وضع الزبائن في محور قرارات وإجراءات المؤسسة ;

توفير خدمات بأسعار تتماشى مع تطلعات الزبون وتكون جد مغرية ;

إرساء اقتصاد رقمي في الجزائر مع تهيئة حلقة إيجابية لإضفاء القيمة ;

العمل على كسب سمعة حسنة والمحافظة عليها.

2-2- نشاطات الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر

تتمثل نشاطات ومهام مؤسسة اتصالات الجزائر في :

تسويق خدمات المؤسسة التي تمكنها من نقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والبيانات الرقمية، والاعلام السمعي والبصري;

تعمل على تطوير وتسيير شبكات الاتصالات العامة والخاصة ;

العمل على رقمنة المجتمع والاقتصاد، من خلال تحقيق المزيد من التقدم والرقمي ;

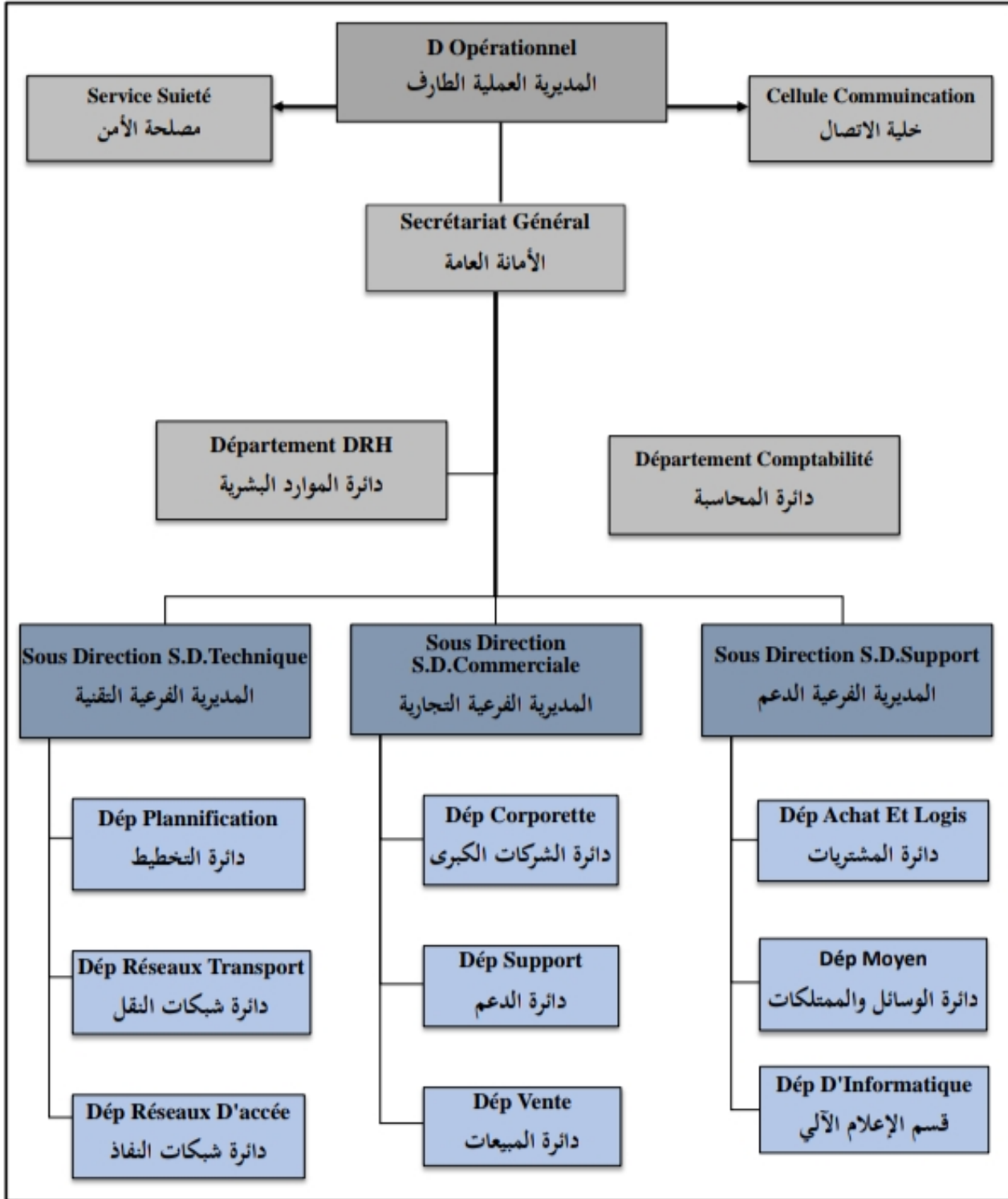
تلبية احتياجات ومتطلبات الزبائن وإرضائهم، مع المساهمة في تحقيق رفاهيتهم وراحتهم ;

¹- أنظر الملحق 2

الحرص على توفير الخدمة والمسؤولية لدى موظفي المؤسسة.

3- الهيكل التنظيمي العام للوكالة التجارية لإتصالات الجزائر لولاية الطارف

الشكل الموالي (3-10): يبين الهيكل التنظيمي العام للوكالة التجارية لإتصالات الجزائر لولاية الطارف



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على وثائق المؤسسة- أنظر الملحق 03-

كما يمكن شرح الهيكل التنظيمي للمديرية العملية لاتصالات الجزائر - وكالة الطارف ، كما يلي: ¹

المديرية العملية الطارف: وهي المديرية التنفيذية التي تتولى مهمة تنفيذ سياسات المؤسسة عبر المستوى الولائي.

الأمانة العامة: وهي تحت اشراف المدير وهي تتكلف بالمهام التالية :

المراسلات والبريد الوارد والصادر.

تنظيم الملفات والوثائق واستقبال الزبائن.

تسجيل المكالمات الهاتفية وضبط المواعيد للمدير.

طباعة الرسائل والوثائق السرية، وهي مكلفة بمختلف أعمال الرقمية وكتابة البرقيات.

خلية الأمن: دورها توفير كل شروط الحماية والأمن والنظافة لمختلف هياكل المؤسسة التقنية التجارية والإدارية.

خلية الاتصال: دورها الاهتمام بكل شؤون الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة.

دائرة المحاسبة: هي المكلفة بمراقبة كل العمليات والتقارير المالية التي يتم تنفيذها وكذا تسجيلها المحاسبي في

الجدول المالية مع احترام الميزانية المالية والخزينة للمديرية العملية.

دائرة الموارد البشرية: تقوم بالتنسيق بين مختلف نشاطات المستخدمين داخل المديرية العملية، بالإضافة إلى

تطبيق سياسات إدارة الموارد البشرية التي حولها لها القانون الداخلي للمؤسسة، كما تعمل على القيام بالدراسات

والتحليلات المتعلقة بتطوير العمالة وتنفيذها من خلال المكلفين على مستواها الذين يعملون على تطوير الموارد

البشرية والتكوين، إدارة الأحرور، بالإضافة إلى الشؤون الاجتماعية.

المديرية الفرعية التقنية: تتكون من :

— **دائرة التخطيط:** ومن مهامها تكوين قاعدة بيانات شبكة الاتصالات وتخطيط للهيكل الضرورية التي

تستجيب بفعالية المطالب الزبائن من خلال إعداد المخطط، ومتابعة الوضع في الخدمة التقنية.

— **دائرة شبكة النقل:** تتكون إدارة شبكة النقل لكل المديرية العملية من مكلف بشبكة الإذاعة، ومكلف

بتجهيزات النقل، ومكلف بشبكة الخطوط، أما مهامها فهي موزعة حسب محاور نشاطها.

— **دائرة شبكة النفاذ:** تحتم أساسا بتطوير شبكة الولوج بالتعاون مع إدارة التخطيط، واستغلال وصيانة

شبكة الولوج الإذاعة والثابت وتسيير ومراقبة نوعية الخدمات المقدمة الزبائن.

المديرية الفرعية التجارية: وتتكون من :

— **دائرة الشركات الكبرى:** تقوم هذه الإدارة بالتخطيط والتنظيم وضمان متابعة تنفيذ نشاطات التعاون والتكفل

بالمؤسسات الخارجية الشركات الاقتصادية مثل البنوك، سونلغاز، صناديق التأمينات... الخ). مهامها تقديم

¹ - انظر الملحق 3

عروض خاصة لهذه الشريحة من الزبائن معالجة طلباتهم، دراسة احتياجاتهم، متابعة عملية الفوترة وتنسيق اقتناء التجهيزات مع المديرية الفرعية للدعم.

- دائرة الدعم: تقوم هذه الدائرة بالتشغيل السليم الأنظمة المعلومات وإعداد الفواتير على المستوى المحلي (مديرية العملية، ACTEL، نقاط الحضور ... الخ) بالإضافة إلى المتابعة التصحيحية للعيوب التشغيلية لأنظمة المعلومات، كما أنها مسؤولة عن مراقبة عملية الفواتير والمدفوعات للسنة المالية الحالية.
- دائرة المبيعات: تسعى إلى رعاية جيدة للزبون أو العميل قبل البيع، وعند البيع، وبعد البيع من خلال إشرافها على السير الحسن لوكالات تجارية ACTEL، ونقاط بيع Points De Présence التابعة لها، بالإضافة إلى نقاط بيع للخواص بموجب اتفاقية. كما تعمل على توطيد العلاقة مع العملاء، المبيعات ونهج لترويجها وإدارة المخزون.

المديرية الفرعية للدعم: تتكون من :

- دائرة المشتريات: تقوم باقتناء اللوازم المكتبية والعتاد باحترام الإجراءات والتنظيمات السارية المفعول مع السهر على تنفيذ الالتزامات تجاه المتعاملين والرقابة على المواد المخزنة.
- دائرة الوسائل والممتلكات: إنجاز المشاريع وإعادة تأهيل المرافق وتسيير الممتلكات العقارية.
- قسم الإعلام الآلي: وتتكلف بالمهام التالية :
- تسيير جميع تجهيزات الإعلام آلي.
- صيانة أنظمة الإعلام الآلي.

المبحث الثاني: منهجية الدراسة

يمكن اعتبار أن منهج الدراسة هو الطريقة التي يتبعها الباحث ليصل في النهاية إلى نتائج تتعلق بموضوعها، و هو الأسلوب المنظم المستخدم في حل مشكلات الدراسة،

و تطرقنا في هذا المبحث إلى طريقة الدراسة و كذا الأدوات المستخدمة في جمع البيانات المحصل عليها (أدوات إحصائية، الإستبيان) .

1- طريقة الدراسة

1-1- منهج الدراسة

اعتمدنا في معالجة هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث أن الجانب الوصفي يتمثل في وصف السياق النظري وعرض بعض الدراسات السابقة، أما الجانب التحليلي يستند على جمع المعلومات و البيانات على الظاهرة المدروسة وتحليلها وتفسيرها، قصد الوصول الى نتائج محددة، و اعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات الأولية تم البحث في الجانب الميداني من خلال القيام بمقابلات شخصية ذات طابع غير رسمي مع مجموعة من مسؤولي و موظفي الوكالة من خلال طرح مجموعة من الأسئلة تتعلق بمتغيرات الدراسة، البيانات الثانوية تم الحصول على المعلومات من مصادر البيانات الثانوية المتمثلة في الكتب، المقالات بالإضافة إلى وثائق المؤسسة... إلخ.

1-2- مجتمع و عينة الدراسة

1-2-1- مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة في جميع العاملين في المستويات الإدارية العليا من فئة الإطارات (السامية، العادية) في الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر لولاية الطارف، حيث قامت الباحثة بإختيار العينة العشوائية المنظمة من عينة الدراسة و بلغ عدد المستجوبين ب31 مستجوب، و قد تم إختيار فئة الإطارات لكونهم الأكثر ارتباطا و وعيا بدور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة، و الجدول التالي يوضح عدد الإستبيانات الموزعة على مجتمع الدراسة.

جدول رقم(3-4) : عدد الإستبيانات الموزعة على مجتمع الدراسة

| المسترجعة | الموزعة | الإستبيانات |
|-----------|---------|-------------|
| 31 | 35 | / |

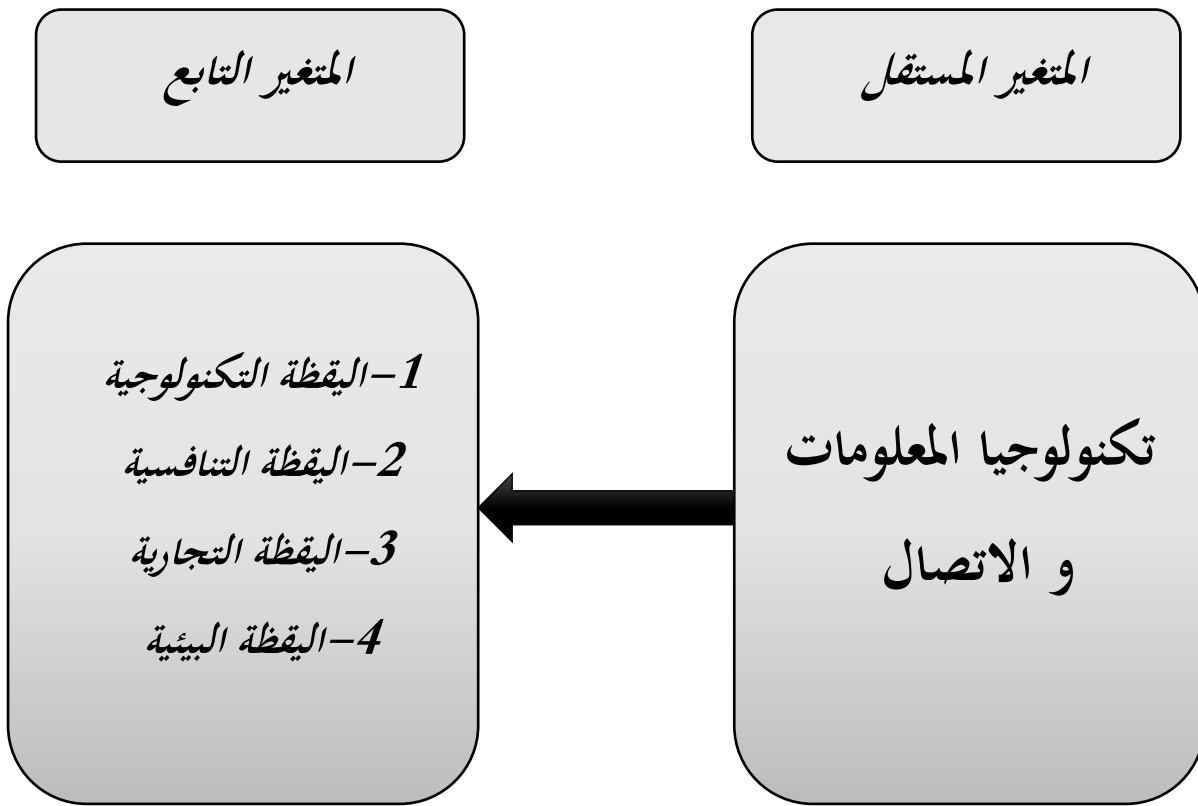
المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الإستبيان

1-2-2- عينة الدراسة

استخدمنا العينة العشوائية البسيطة حيث تقوم هذه العينة بإختيار مفردات العينة من بين مفردات مجتمع البحث بصفة شخصية و ليس وفقا لأي نظام أو قانون إحتمالي، و لقد أخذنا نوعا من العينات العشوائية.

1-3- متغيرات الدراسة

الشكل رقم (3-11) يمثل متغيرات الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة

2- أدوات الدراسة

2-1- الأدوات المستخدمة في جمع البيانات

لجمع البيانات اللازمة للإجابة على إشكالية بحثنا والمتمثلة في دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية ، حيث وقع اختيارنا على الملاحظة والاستبيان كأدوات للبحث.

2-1-1- الملاحظة

استخدمت الملاحظة لجمع المعلومات وكذلك معرفة علاقة العمال ببعضهم، علاقة الرؤساء بالمرؤوسين معرفة الأنشطة الموجودة في المؤسسة و أقسام المؤسسة و هيكلها التنظيمي، حيث تتطلب منا ملاحظة هذه الظواهر في ميدان البحث، لذا استعملناها كتقنية من جهة وكذلك لضبط الفرضيات وتحديد سلوك الفاعلين و معرفة تطلعاتهم و مشاكلهم.

2-1-2- الإستبيان :

هي مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وصفها في استمارة توزع أو ترسل إلى الأشخاص المبحوثين أو تسلم لهم تمهيدا للحصول على الأجوبة حول الأسئلة المطروحة وهي نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد المبحوثين من أجل الحصول على معلومات و معطيات حول الموضوع أو المشكلة أو الموقف، و قد تم مراعاة العديد من الجوانب خلال اعداد الاستمارة و تصميم وتصميم الأسئلة منها: التدرج في الأسئلة و تسلسلها بهدف اثاره المستجوبين ليتسنى لهم فهمها والإجابة عليها وذلك بالاعتماد على لغة بسيطة مرتبطة بمصطلحات المؤسسة و الابتعاد عن تلك الأسئلة المخرجة التي تمنع الأفراد من الادلاء بالبيانات الواقعية.

و لتحديد أبعاد هذه الظاهرة وضبط محاورها فقد تم الاعتماد في تصميم هذه الاستمارة على الاطار النظري لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال و نظام اليقظة الإستراتيجية، وكذا على مجموعة من الدراسات السابقة، حيث قمنا بتصميم استبيان تم توجيهه لفئة الإطارات (العادية و السامية لمعرفة دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة) ، حيث تم توزيع أغلب هذه الاستبيانات بتدخل منا في ملئها سواء بالشرح أو التفسير مما تطلب الوقت والجهد، كما طلب منا الرجوع الى استلامها بعد فترة، نظرا لكثرة مشاغل هؤلاء لكن في الأخير لم تستعمل جميع الاستبيانات هناك استبيانات غير صالحة حيث لمسنا عدم الجدية في الإجابة، ويعتبر التوزيع الشخصي للاستبيانات أفضل وسيلة لجمع البيانات حيث يكون للباحث القدرة على جمع قدر من الإجابات في فترة زمنية أقل كما يمكن توضيح أي استفسار.¹

أقسام و محاور الإستبيان

تم تصميم الاستبيان بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، للاستفادة من معلومات أسهمت في تصميم الاستبيان حيث قامت الباحثة بتصميم استبيان.

¹ - تقيدة بشرى جيهان، بن عمار بجمية سارة، مقاومة العاملين للتغيير التنظيمي في مؤسسات القطاع العام، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، تخصص إدارة استراتيجية، جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف، 2021، ص 100.

تكونت الاستبانة من ثلاثة أجزاء رئيسية، يختص الجزء الأول بالبيانات المتعلقة بالخصائص الشخصية و الوظيفية الأفراد عينة الدراسة، واشتمل الجزء الثاني على أبعاد تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و ذلك بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي وقد شمل الجزء الثالث على أبعاد اليقظة الإستراتيجية.

المحور الأول: و يتعلق بالمعلومات الشخصية و الوظيفية لعينة عمال الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر لولاية الطارف
مثل: الجنس، السن، المؤهل العلمي، الاقدمية.

المحور الثاني: يتعلق بأبعاد تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و يتكون من 14 عبارة

المحور الثالث: يتعلق بأبعاد اليقظة الاستراتيجية و يحتوي على 14 عبارة

و الجدول رقم(3-5): يوضح الأوزان في سلم ليكرت الخماسي

| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة |
|------------|-------|-------|----------------|
| 5 | 4 | 3 | 1 |

المصدر: نعيجي عبد الكريم، مدى نجاعة تطبيق النظام المحاسبي المالي على محاسبة و جباية مجمع الشركات، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه: كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير، تخصص محاسبة و مراقبة التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016، ص 224.

فيما يخص الحدود المعتمد عليها في التعليق على الوسط الحسابي للمتغيرات فقد تم تحديد خمسة مستويات::

$$\text{حيث طول الفئة} = \text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى} / \text{عدد المستويات} = 5/1-5 = 0.8$$

وبذلك تكون المستويات كالتالي:

- المجال: [1-1.8]: ضعيفة جدا

- المجال: [1.8-2.6]: ضعيفة

- المجال [2.6-3.4]: متوسطة.

- المجال [3.4-4.2]: مرتفعة

- المجال [4.2-5]: مرتفعة جدا

ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (3-6): درجة أهمية المقياس

| مرتفعة جدا | مرتفعة | متوسطة | ضعيفة | ضعيفة جدا | درجة الموافقة |
|------------|---------|---------|---------|-----------|---------------|
| 4.2-3.4 | 4.2-3.4 | 3.4-2.6 | 2.6-1.8 | 1.8-1 | قيمة الوسط |

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات spss

2-2- الأدوات الإحصائية المستخدمة

بغية الإجابة عن إشكالية الدراسة والتحقق من فرضياتها، قمنا بتحليل البيانات ومعالجتها بواسطة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS V27) ، حيث استخدمنا مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لهذا الغرض، تذكرها فيما يلي :

الجدول والتكرارات والنسب المئوية والأشكال البيانية: تم استخدامها من أجل تمثيل الخصائص الديمغرافية والشخصية لأفراد عينة الدراسة،

معامل ألفا كرونباخ (Alpha de cronbach): من أجل قياس مدى ثبات الدراسة؛

الوسط الحسابي: لتحديد مستوى استجابة عينة الدراسة لفقرات الاستبيان ومؤشر لترتيب الأبعاد حسب أهميتها من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؛

الانحراف المعياري: تم استخدامه لبيان درجة تشتت القيم عن وسطها الحسابي؛

اختبار **chapiro wilk**: من أجل اختبار اعتدالية التوزيع

معامل الارتباط **سبيرمان** : من أجل دراسة الارتباط بين متغيرات الدراسة

بالإضافة إلى الاعتماد على برنامج الجداول الالكترونية (**Excel**): لعرض وتحليل البيانات المجمعة من الاستبيان.

3- صدق و ثبات الإستبيان

3-1- قياس الصدق الظاهري للاستبيان:

بعد صياغة الاستبيان بمساعدة الأستاذ المشرف، لدراسة دقة صياغة العبارات ودرجة ملائمتها لأهداف الدراسة كان لابد من قياس الصدق الظاهري له واختباره، تم عرضه فيما بعد على مجموعة من الأساتذة المحكمين ذوي الاختصاص من أجل معرفة آرائهم عن مدى وضوح وترابط الفقرات ومقدار ملائمتها لقياس متغيرات الدراسة وشمولية الأبعاد، وقد تم الأخذ إجمالاً بكل توجيهاتهم شكلاً وجوهراً، إذ أضيفت فقرات جديدة وحذفت أخرى واستبدلت بفقرات أكثر ملائمة بما يضمن الدقة في القياس، ليتم في الأخير الحصول على الاستبيان في صورته النهائية.

الجدول رقم (3-7) يمثل قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

| الرقم | الإسم و اللقب | الرتبة |
|-------|------------------|-------------------------|
| 01 | نعيجي عبد الكريم | أستاذ محاضر -أ- (مشرف) |
| 02 | بن قديدح سفيان | أستاذ محاضر -أ- |
| 03 | سعادي عماد | أستاذ محاضر -أ- |

المصدر: من إعداد الطالبة

3-2- قياس الثبات

3-2-2- قياس الاتساق الداخلي للاستبيان

من أجل التحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان تم حساب معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة من فقرات كل محور مع البعد الذي تنتمي إليه ومع محورها هذا المحور الذي تنتمي إليه الفقرات، وكانت النتائج كالتالي:

- تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أ. بعد التجهيزات المادية

الجدول رقم (3-8) ارتباط فقرات بعد التجهيزات المادية مع البعد ومع محورها

| الفقرة | معامل الارتباط مع البعد | معامل الارتباط مع المحور |
|--------|-------------------------|--------------------------|
| 01 | 0.638** | 0.597** |
| 02 | 0.813** | 0.700** |
| 03 | 0.794** | 0.817** |
| 04 | 0.787** | 0.641** |
| 05 | 0.826** | 0.639** |
| 06 | 0.692** | 0.561** |
| 07 | 0.596** | 0.587** |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

من نتائج الجدول السابق يتبين أن معاملات الارتباط بين فقرات بعد التجهيزات المادية مع البعد الذي تنتمي إليه، ومع المحور دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات ارتباط الفقرات مع البعد 0.596، والحد الأعلى 0.826، في حين تراوح معامل الارتباط مع المحور بين 0.561 و0.700.

وعليه فإن فقرات بعد التوجه نحو الابتكار متسقة داخليا مع البعد ومع محورها التي تنتمي إليها، وهذا مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا البعد.

ب. بعد التجهيزات غير المادية

الجدول رقم (3-9): ارتباط فقرات بعد التجهيزات غير المادية مع البعد ومع محورها

| الفقرة | معامل الارتباط مع البعد | معامل الارتباط مع المحور |
|--------|-------------------------|--------------------------|
| 08 | 0.692** | 0.694** |
| 09 | 0.765** | 0.680** |
| 10 | 0.761** | 0.768** |
| 11 | 0.501** | 0.597** |
| 12 | 0.686** | 0.574** |
| 13 | 0.638** | 0.570** |
| 14 | 0.726** | 0.640** |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

من نتائج الجدول السابق يتبين أن معاملات الارتباط بين فقرات بعد التجهيزات غير المادية مع البعد الذي تنتمي إليه، ومع المحور جميعها دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات ارتباط الفقرات مع البعد 0.501، والحد الأعلى 0.765، في حين تراوح معامل الارتباط مع المحور بين 0.570 و0.768. وعليه فإن فقرات بعد التجهيزات غير المادية متسقة داخليا مع البعد ومع محورها التي تنتمي إليها، وهذا مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات هذا البعد.

– محور اليقظة الاستراتيجية

أ- اليقظة التكنولوجية

الجدول رقم (3-10) ارتباط فقرات بعد اليقظة التكنولوجية مع بعدها ومع محورها

| الفقرة | معامل الارتباط مع البعد | معامل الارتباط مع المحور |
|--------|-------------------------|--------------------------|
| 01 | 0.521** | 0.493** |
| 02 | 0.642** | 0.548** |
| 03 | 0.855** | 0.646** |
| 04 | 0.770** | 0.602** |
| 05 | 0.834** | 0.639** |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

من نتائج الجدول السابق يتبين أن معاملات الارتباط بين فقرات بعد اليقظة التكنولوجية مع البعد ومع المحور دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، حيث تراوحت معاملات ارتباط الفقرات مع البعد بين 0.521 و0.855، بينما تراوح الارتباط مع المحور بين 0.493 و0.646.

ب- اليقظة التنافسية

الجدول رقم (3-11): ارتباط فقرات بعد اليقظة التنافسية مع بعدها ومع محورها

| الفقرة | معامل الارتباط مع البعد | معامل الارتباط مع المحور |
|--------|-------------------------|--------------------------|
| 06 | 0.405* | 0.484** |
| 07 | 0.839** | 0.720** |
| 08 | 0.742** | 0.509** |
| 09 | 0.686** | 0.593** |
| 10 | 0.746** | 0.582** |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

من نتائج الجدول السابق يتبين أن معاملات الارتباط بين فقرات بعد اليقظة التنافسية مع البعد ومع المحور دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، حيث تراوحت معاملات ارتباط الفقرات مع البعد بين 0.405 و0.839، بينما تراوح الارتباط مع المحور بين 0.484 و0.720.

ت- اليقظة التجارية

الجدول رقم (3-12): ارتباط فقرات بعد اليقظة التجارية مع بعدها ومع محورها

| الفقرة | معامل الارتباط مع البعد | معامل الارتباط مع المحور |
|--------|-------------------------|--------------------------|
| 11 | 0.334 | 0.426** |
| 12 | 0.859** | 0.706** |
| 13 | 0.678** | 0.583** |
| 14 | 0.722** | 0.655** |
| 15 | 0.852** | 0.743** |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

من نتائج الجدول السابق يتبين أن معاملات الارتباط بين فقرات بعد اليقظة التجارية مع البعد ومع المحور دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، باستثناء الفقرة الأولى التي لم يكن الارتباط مع بعدها دالاً، ولكنها لا تؤثر على اتساق البعد.

وقد تراوحت معاملات ارتباط الفقرات مع البعد بين 0.334 و0.859، بينما تراوح الارتباط مع المحور بين 0.426 و0.743.

ث - اليقظة البيئية

الجدول رقم (3-13) ارتباط فقرات بعد اليقظة البيئية مع بعدها ومع محورها

| الفقرة | معامل الارتباط مع البعد | معامل الارتباط مع المحور |
|--------|-------------------------|--------------------------|
| 11 | 0.666** | 0.682** |
| 12 | 0.548** | 0.518** |
| 13 | 0.613** | 0.457** |
| 14 | 0.501** | 0.198 |
| 15 | 0.727** | 0.543** |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

من نتائج الجدول السابق يتبين أن معاملات الارتباط بين فقرات بعد اليقظة البيئية مع البعد ومع المحور دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، باستثناء الفقرة الرابعة عشر التي لم يكن ارتباطها مع المحور دالاً إحصائياً لم يكن، ولكنها لا تؤثر على اتساق البعد.

وقد تراوحت معاملات ارتباط الفقرات مع البعد بين 0.501 و0.727، بينما تراوح الارتباط مع المحور بين 0.198 و0.682.

وإجمالاً فإن جميع فقرات الاستبيان متسقة داخلياً مع البعد الذي تنتمي إليه، ومع محورها، وبالتالي فإن أداة الاستبيان متسقة ومتناسكة داخلياً، مما يؤكد صلاحيتها للدراسة.

2- قياس ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان أنه يعطي نفس النتائج في حالة تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، وهذا ما يعني أن تكون النتائج التي يعطيها الاستبيان متقاربة إذا تم تكراره على عينة الدراسة.

ولغرض التحقق من ثبات أداة الدراسة والاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان، تم حساب معامل ألفا كرونباخ (Alpha cronbach) لمعرفة مدى قوة الارتباط والتماسك بين فقرات النموذج، وقد كانت النتائج كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-14): اختبار ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل Alpha Cronbach

| | |
|-------------|--------------------|
| عدد الفقرات | معامل ألفا كرونباخ |
| 34 | 0.979 |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss-27

وضح الجدول أعلاه معامل الثبات (Alpha cronbach)، حيث بلغت قيمة الفا كرونباخ الكلي للاستبيان 0.979 أي 97.9% وهي قيم كبيرة وأعلى من معامل القبول 0.60، وهذا ما دل على صلاحية أداة الدراسة وثبات محاورها.

3- اختبار اعتدالية التوزيع

تم استخدام اختبار شايبرو لمعرفة ما إذا كانت البيانات محل الدراسة تتبع التوزي الطبيعي أم لا، وهو اختبار ضروري في حالة الفرضيات ، والجدول التالي يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

الجدول رقم (3-15) اختبار Chapiro wilk

| المحور | قيمة الاختبار | القيمة الاحتمالية sig | نوع التوزيع |
|------------------------------|---------------|-----------------------|-------------|
| تكنولوجيا المعلومات والاتصال | 0.738 | 0.001 | غير طبيعي |
| اليقظة الاستراتيجية | 0.673 | 0.001 | غير طبيعي |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss- 27

يتضح من خلال الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية Sig للمحورين أقل من مستوى المعنوية 0.05، وبالتالي فإن بيانات الدراسة لا تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي يتم استخدام الاختبارات الإحصائية غير المعلمية لنموذج الدراسة.

المبحث الثالث: تحليل النتائج واختبار الفرضيات

بعد جمع المعلومات من أفراد عينة الدراسة، يتناول هذا المبحث وصف وتحليل متغيري الدراسة الميدانية المتمثلين في تكنولوجيا المعلومات و الإتصال كمتغير مستقل واليقظة الإستراتيجية كمتغير تابع، وقبل ذلك سيتم عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وصولاً في النهاية إلى تحليل نتائج الدراسة واختبار فرضياتها

1- وصف وتحليل البيانات الشخصية لعينة المؤسسة محل الدراسة

سيتم في هذا المطلب تناول المعلومات الشخصية المتعلقة بأفراد الدراسة والتي تتمثل في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية.

1-1- الجنس

الجدول رقم (3-16) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

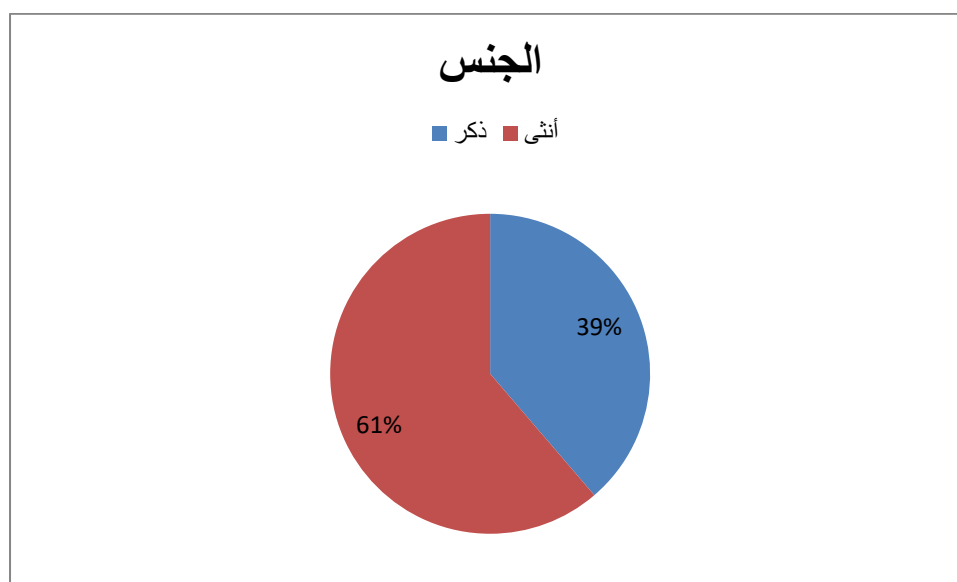
| الجنس | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| ذكر | 12 | 38.7% |
| أنثى | 19 | 61.3% |
| المجموع | 31 | 100% |

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss v27

يشير الجدول السابق أن فئة عينة الدراسة تتكون من 19 موظفة بنسبة 61.3%، وهي النسبة الأعلى، وأيضاً من 12 موظف أي 38.7% من عينة الدراسة أي أن الأغلبية هي فئة الإناث، وهو ما يفسر باتجاه المؤسسة إلى توظيف الإناث بصفة أكبر من الذكور.

وهذا ما يبينه الشكل الموالي:

الشكل رقم (3-12)-..: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss v27

1-2- السن

الجدول رقم (3-17): توزيع عينة الدراسة حسب السن

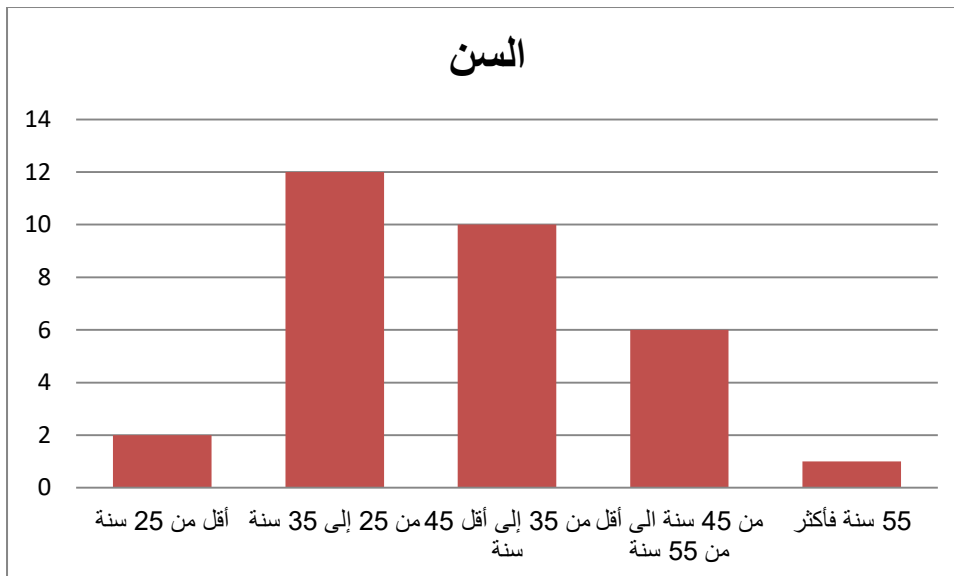
| السن | التكرار | النسبة المئوية |
|-----------------------------|---------|----------------|
| أقل من 25 سنة | 02 | 6.5% |
| من 25 إلى 35 سنة | 12 | 38.7% |
| من 35 إلى أقل 45 سنة | 10 | 32.3% |
| من 45 سنة الى أقل من 55 سنة | 06 | 19.4% |
| 55 سنة فأكثر | 01 | 3.2% |
| المجموع | 31 | 100% |

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss v27

يشير الجدول السابق أن فئة الموظفين الذين ينتمون إلى الفئة العمرية من 25 سنة إلى 35 سنة هي الفئة التي تحتل المرتبة الأولى ضمن عينة الدراسة بنسبة 38.7%، تليها فئة من 35 إلى 45 سنة بنسبة 32.3%، ثم فئة من 45 إلى أقل من 55 سنة ب 19.4%، ثم فئة أقل من 25 سنة بنسبة 6.5%، وأخيرا فئة الموظفين من يملكون من 55 سنة فأكثر بنسبة 3.2%.

وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (3-13) توزيع عينة الدراسة حسب السن



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss

1-3- المؤهل العلمي

الجدول رقم (3-18) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

| المؤهل العلمي | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|---------|----------------|
| ثانوي | 01 | 3.2% |
| تقني سامي | 08 | 25.8% |
| دراسات جامعية | 18 | 58.1% |
| مهندس | 02 | 6.5% |
| دراسات عليا | 02 | 6.5% |
| المجموع | 31 | 100% |

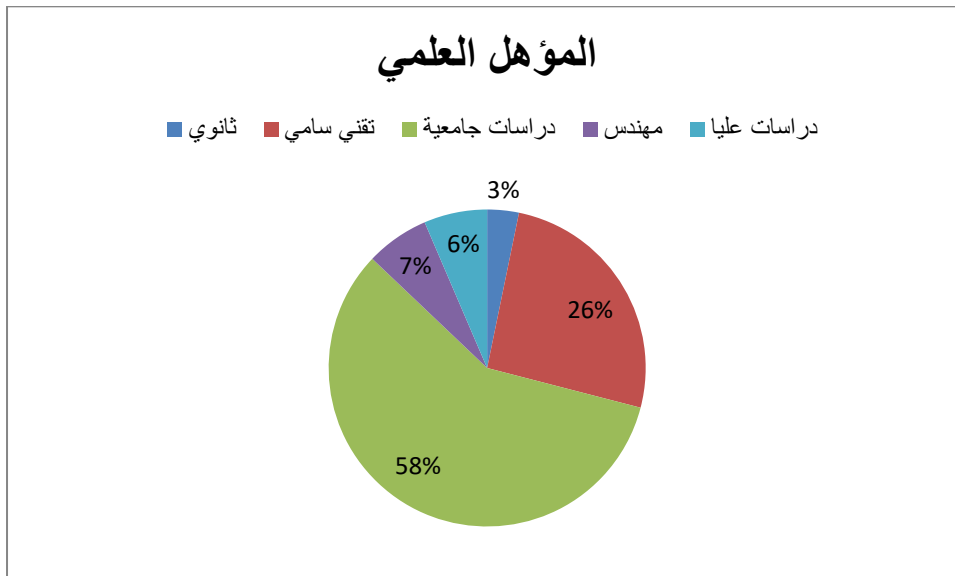
المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss v27

ويمكن توضيح نتائج الجدول السابق من خلال الشكل الموالي:

يشير الجدول السابق أن فئة من يملكون مؤهل دراسات جامعية هي الفئة الغالبة على عينة الدراسة بنسبة 58.1%، ثم تليها فئة من يملكون شهادة تقني سامي بنسبة 25.8%، تليها فئة حاملي شهادة مهندس ودراسات عليا بـ 6.5% معاً، وأخيراً فئة ذوي مستوى ثانوي بنسبة 3.2%.

وهذا ما يبينه الشكل الموالي:

الشكل رقم (3-14) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss v27

4-1- الأقدمية

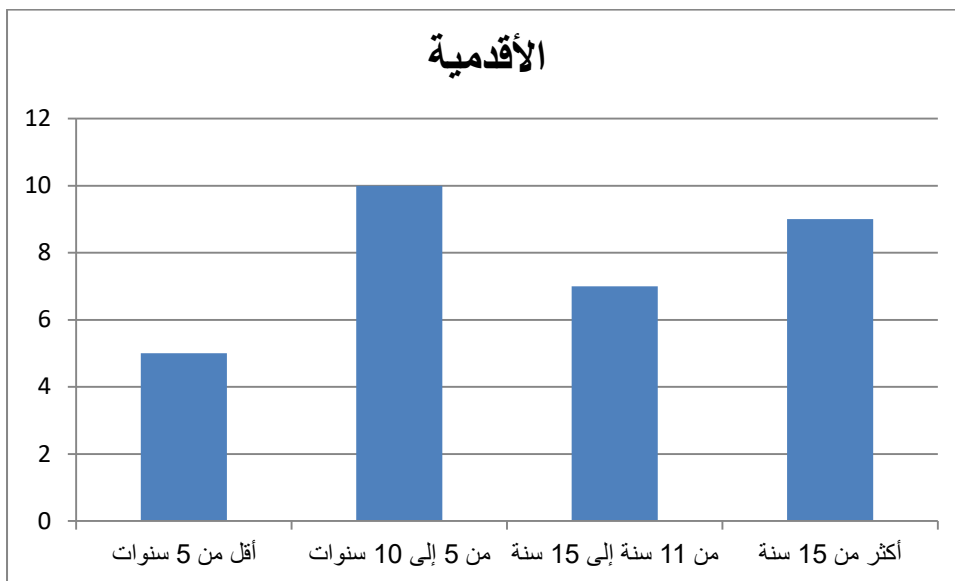
الجدول رقم (3-19) توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية

| النسبة المئوية | التكرار | سنوات الخبرة |
|----------------|---------|----------------------|
| 16.1% | 05 | أقل من 5 سنوات |
| 32.3% | 10 | من 5 إلى 10 سنوات |
| 22.6% | 07 | من 11 سنة إلى 15 سنة |
| 29% | 09 | أكثر من 15 سنة |
| 100% | 31 | المجموع |

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

يشير الجدول السابق إلى توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة، حيث احتلت الفئة التي تمتلك عدد سنوات خبرة أكثر من 15 سنة المرتبة الأولى بنسبة 42.5%، يليها عدد الموظفين الذين يملكون عدد سنوات خبرة من 5 إلى 10 سنوات بنسبة 23.8%، ثم فئة من يملكون عدد سنوات خبرة من 11 إلى 15 سنة بنسبة 21.3%، وأخيراً فئة من يملكون عدد سنوات خبرة أقل من 5 سنوات بنسبة 12.5% والشكل الموالي يوضح النتائج السابقة:

الشكل رقم (3-15) توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

2- وصف وتشخيص فقرات محاور الدراسة

يتناول هذا المطلب وصف وتشخيص محاور الدراسة المتمثلة في المتغير المستقل وهو تكنولوجيا المعلومات والاتصال، واليقظة الاستراتيجية كمتغير تابع.

2-1- وصف وتشخيص فقرات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

- بعد التجهيزات المادية

جدول رقم (3-20) وصف وتشخيص فقرات بعد التجهيزات المادية

| الرقم | العبرة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | الاتجاه العام |
|-------|--|---------------|-------------------|----------|---------------|
| 01 | تستخدم المؤسسة الوسائل المعلوماتية (الحاسوب- الفيديو) | 4.12 | 0.76 | 01 | مرتفع |
| 02 | تعتمد المؤسسة على تقنيات وبرامج حديثة | 4.00 | 0.81 | 02 | مرتفع |
| 03 | تقدم المؤسسة خدمات ذات جودة عالية من خلال تطبيق نظم وشبكات الحاسوب المتميز | 3.80 | 0.83 | 06 | مرتفع |
| 04 | تعمل المؤسسة بشكل مستمر على عصنة إدارتها من خلال الاعتماد على السجلات والوثائق الالكترونية | 3.74 | 0.77 | 07 | مرتفع |
| 05 | تعمل المؤسسة على تدريب العاملين بشكل مستمر على أحدث التكنولوجيا المتعلقة بمجال نشاطها | 3.83 | 0.93 | 05 | مرتفع |
| 06 | توفر المؤسسة طرق وأساليب تقنية حديثة في عملية الاتصال داخليا وخارجيا | 4.00 | 0.81 | 02 | مرتفع |
| 07 | تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جميع فروع وأقسام المؤسسة | 3.96 | 0.79 | 04 | مرتفع |
| | التجهيزات المادية | 3.92 | 0.70 | - | مرتفع |

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

يتبين من خلال الجدول السابق أن اهتمام عينة الدراسة بعد التجهيزات المادية مرتفع، وهذا ما تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي بلغت 3.92، وكذلك قيم الوسط الحسابي للفقرات المشكلة له والتي تراوحت بين 4.12 و3.74، وهي جميعا قيم كبيرة تقع ضمن المجال المرتفع.

بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 4.12 للفقرة الأولى "تستخدم المؤسسة الوسائل المعلوماتية (الحاسوب - الفيديو)"، مما جعلها تحتل المرتبة الأولى في هذا المحور، وهي قيمة كبيرة تثبت اتجاه عينة الدراسة نحو الموافقة على هذه الفقرة وبشدة، وبانحراف معياري قدره 0.76.

جاءت الفقرة الثانية" تعتمد المؤسسة على تقنيات وبرامج حديثة" في المرتبة الثانية بقيمة وسط حسابي بلغت 4.00، وهي قيمة مرتفعة، بينما بلغ الانحراف المعياري 0.81، وبنفس القيم والمرتبة جاءت الفقرة السادسة "توفر المؤسسة طرق وأساليب تقنية حديثة في عملية الاتصال داخليا وخارجيا".

تراوحت قيم الوسط الحسابي لباقي فقرات البعد بين القيمتين 3.96 و3.74.

جاءت الفقرة الأولى: تعمل المؤسسة بشكل مستمر على عصنة إدارتها من خلال الاعتماد على السجلات والوثائق الالكترونية في المرتبة الأخيرة، بقيمة وسط حسابي بلغت 3.74، وهي قيمة مرتفعة، ولا تعكس المرتبة المتأخرة لهذه الفقرة.

يتبين من خلال النتائج السابقة أن الاختلاف في الترتيب ما هو إلا اختلاف في درجة أهمية الفقرات، لأن جميعها ضمن المجال المرتفع مما يؤكد أهمية التجهيزات المادية للمؤسسة، والاهتمام الكبير به.

— بعد التجهيزات غير المادية

جدول رقم (3-21) وصف وتشخيص فقرات بعد التجهيزات غير المادية

| الرقم | العبارة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | الاتجاه العام |
|-------|---|---------------|-------------------|---------|---------------|
| 01 | تهتم المؤسسة بالإتفاق على تكنولوجيا المعلومات والاتصال | 3.93 | 0.62 | 03 | مرتفع |
| 02 | توفر المؤسسة قاعدية بيانية متاحة للوحدات | 3.74 | 0.89 | 07 | مرتفع |
| 03 | تعمل قواعد البيانات على تجميع و معالجة و تخزين و من ثم بثها عبر الشبكات الاتصالية | 3.90 | 0.90 | 05 | مرتفع |
| 04 | تساهم البرامج المثبتة في إيجاد الحلول للمشاكل التي تواجه المؤسسة | 3.87 | 0.92 | 06 | مرتفع |
| 05 | تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات و الاتصال للترويج لمنتجاتها | 3.90 | 0.78 | 04 | مرتفع |
| 06 | تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات و الاتصال لتقليل الوقت | 4.09 | 0.90 | 01 | مرتفع |

| | | | | | |
|-------|----|------|------|--|----|
| | | | | و تحسين جودة الخدمات | |
| مرتفع | 02 | 0.83 | 3.96 | تتميز الأنظمة الإلكترونية في المؤسسة بالكفاءة العالية في تحصيل وتنظيم وتحديث البيانات والمعلومات | 07 |
| مرتفع | - | 0.67 | 3.91 | التجهيزات غير المادية | |

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

يتبين من خلال الجدول السابق أن اهتمام عينة الدراسة ببعد التجهيزات غير المادية مرتفع، وهذا ما تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي بلغت 3.92، وكذلك قيم الوسط الحسابي للفقرات المشكلة له والتي تراوحت بين 4.12 و 3.74، وهي جميعاً قيم كبيرة تقع ضمن المجال المرتفع.

بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 4.09 للفقرة السادسة "تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتقليل الوقت وتحسين جودة الخدمات"، مما جعلها تحتل المرتبة الأولى في هذا المحور، وهي قيمة كبيرة تثبت اتجاه عينة الدراسة نحو الموافقة على هذه الفقرة وبشدة، وبانحراف معياري قدره 4.09.

جاءت الفقرة السابعة "تتميز الأنظمة الإلكترونية في المؤسسة بالكفاءة العالية في تحصيل وتنظيم وتحديث البيانات والمعلومات" في المرتبة الثانية بقيمة وسط حسابي بلغت 3.91، وهي قيمة مرتفعة، بينما بلغ الانحراف المعياري 0.67. تراوحت قيم الوسط الحسابي لباقي فقرات البعد بين القيمتين 3.93 و 3.74.

جاءت الفقرة الثانية: توفر المؤسسة قاعدة بيئية متاحة للوحدات والفروع، الأسام المختلفة في المرتبة الأخيرة، بقيمة وسط حسابي بلغت 3.74، وهي قيمة مرتفعة، ولا تعكس المرتبة المتأخرة لهذه الفقرة.

يتبين من خلال النتائج السابقة أن الاختلاف في الترتيب ما هو إلا اختلاف في درجة أهمية الفقرات، لأن جميعها ضمن المجال المرتفع مما يؤكد أهمية التجهيزات غير المادية للمؤسسة، والاهتمام الكبير به.

كما يتضح من خلال النتائج السابقة أن بعدي محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال متقاربين في قيم الوسط الحسابي الخاص بهما، بالإضافة إلى أنهما يقعان ضمن المجال المرتفع مما يوضح درجة الاستجابة الكبيرة لهما من طرف عينة الدراسة.

2-2- وصف وتشخيص فقرات محور اليقظة الاستراتيجية

- بعد اليقظة التكنولوجية

جدول رقم (3-2) وصف وتشخيص فقرات بعد اليقظة التكنولوجية

| الرقم | العبارة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | الاتجاه العام |
|-------|---|---------------|-------------------|----------|---------------|
| 01 | تعمل المؤسسة على الاستعانة بأنظمة وآليات متطورة تساعد في تحصيل وإدارة المعلومات | 3.90 | 0.59 | 02 | مرتفع |
| 02 | تعمل المؤسسة على اقتناء عتاد متطور وعصري | 3.96 | 0.75 | 01 | مرتفع |
| 03 | تعمل المؤسسة على متابعة تكنولوجيا الشركات المتطورة | 3.61 | 0.88 | 05 | متوسط |
| 04 | تراقب مؤسستكم بشكل متواصل الاكتشافات العلمية المتعلقة بها | 3.83 | 0.86 | 04 | مرتفع |
| 05 | تصمم المؤسسة الخدمات و المنتجات تماشياً مع التطور التقني و التكنولوجي | 3.90 | 0.87 | 03 | مرتفع |
| | اليقظة التكنولوجية | 3.84 | 0.68 | - | مرتفع |

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يتبين من خلال الجدول السابق أن اهتمام عينة الدراسة بعد اليقظة التكنولوجية مرتفع، وهذا ما تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي بلغت 3.84، وكذلك قيم الوسط الحسابي للفقرات المشكلة له والتي تراوحت بين 3.96 و 3.61، وهي جميعاً قيم كبيرة تقع ضمن المجال المرتفع، باستثناء الفقرة الأخيرة منه والتي جاءت ضمن المجال المتوسط بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 3.96 للفقرة الثانية "تعمل المؤسسة على اقتناء عتاد متطور وعصري"، مما جعلها تحتل المرتبة الأولى في هذا المحور، وهي قيمة كبيرة تثبت اتجاه عينة الدراسة نحو الموافقة على هذه الفقرة وبشدة، وبانحراف معياري قدره 0.59.

جاءت الفقرة الأولى "تعمل المؤسسة على الاستعانة بأنظمة وآليات متطورة تساعد في تحصيل وإدارة المعلومات" في المرتبة الثانية بقيمة وسط حسابي بلغت 3.90، وهي قيمة مرتفعة، بينما بلغ الانحراف المعياري 0.59، وبنفس القيمة للوسط الحسابي جاءت الفقرة الخامسة في المرتبة الثالثة وذلك نظراً لكون قيمة انحرافها المعياري مقارنة بالفقرة الأولى.

جاءت الفقرة الثالثة: تعمل المؤسسة على متابعة تكنولوجيا الشركات المتطورة في المرتبة الأخيرة، بقيمة وسط حسابي بلغت 3.61، وهي قيمة متوسطة.

يتبين من خلال النتائج السابقة أن الاختلاف في الترتيب ما هو إلا اختلاف في درجة أهمية الفقرات، لأن أغلبية هذه الفقرات جاءت ضمن المجال المرتفع مما يؤكد أهمية اليقظة التكنولوجية للمؤسسة، والاهتمام الكبير بها.

– بعد اليقظة التنافسية

جدول رقم (3-23) وصف وتشخيص فقرات بعد اليقظة التنافسية

| الرقم | العبارة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | الاتجاه العام |
|-------|--|---------------|-------------------|---------|---------------|
| 01 | تعمل المؤسسة وفق استراتيجية واضحة | 3.96 | 0.70 | 01 | مرتفع |
| 02 | تعمل المؤسسة على جمع المعلومات و مراقبة التغيير في استراتيجيات المنافسين | 3.58 | 0.83 | 04 | متوسط |
| 03 | تتقرب المؤسسة باستمرار تطورات المؤسسات الرائدة في مجال نشاطها | 3.67 | 0.83 | 02 | مرتفع |
| 04 | تسعى المؤسسة على عقد شراكة مع مؤسسات أخرى متعلقة بمجال نشاطها | 3.67 | 0.87 | 03 | مرتفع |
| 05 | المؤسسة على علم دائم بأهم أهداف المؤسسات المنافسة لها | 3.41 | 0.84 | 05 | متوسط |
| | اليقظة التنافسية | 3.66 | 0.66 | - | متوسط |

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

يتبين من خلال الجدول السابق أن اهتمام عينة الدراسة بعدد اليقظة التنافسية متوسط، وهذا ما تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي بلغت 3.66، وكذلك قيم الوسط الحسابي للفقرات المشكلة له والتي تراوحت بين 3.96 و 3.41، وهي قيم تقع ضمن المجال المرتفع والمتوسط

بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 3.96 للفقرة الأولى "تعمل المؤسسة وفق استراتيجية"، مما جعلها تحتل المرتبة الأولى في هذا المحور، وهي قيمة كبيرة تثبت اتجاه عينة الدراسة نحو الموافقة على هذه الفقرة، وانحراف معياري قدره 0.70.

جاءت الفقرة الثالثة "تتقرب المؤسسة باستمرار تطورات المؤسسات الرائدة في مجال نشاطها" في المرتبة الثانية بقيمة وسط حسابي بلغت 3.67، وهي قيمة مرتفعة، بينما بلغ الانحراف المعياري 0.83، وبنفس القيمة للوسط الحسابي جاءت الفقرة الثانية في المرتبة الثالثة وذلك نظرا لكبر قيمة انحرافها المعياري مقارنة بالفقرة الثالثة.

جاءت الفقرة الخامسة: المؤسسة على علم دائم بأهم أهداف المؤسسات المنافسة لها في المرتبة الأخيرة، بقيمة وسط حسابي بلغت 3.41، وهي قيمة متوسطة.

— بعد اليقظة التجارية

جدول رقم (3-24) وصف وتشخيص فقرات بعد اليقظة التجارية

| الرقم | العبارة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | الاتجاه العام |
|-------|---|---------------|-------------------|----------|---------------|
| 01 | تتابع المؤسسة القدرة التفاوضية للموردين ومزوديها بالعتاد | 3.80 | 0.70 | 05 | مرتفع |
| 02 | عمل المؤسسة على تلبية احتياجات زبائنها وتوفير خدمات جيدة لهم | 3.83 | 0.96 | 04 | مرتفع |
| 03 | تقوم المؤسسة للترويج لخدماتها عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي | 4.00 | 0.81 | 01 | مرتفع |
| 04 | تتابع المؤسسة التطورات الحاصلة في أذواق الزبائن و احتياجاتهم | 3.87 | 0.76 | 03 | مرتفع |
| 05 | تسعى المؤسسة باستمرار إلى المحافظة على العملاء الحاليين و استقطاب العملاء المحتملين | 3.90 | 0.83 | 02 | مرتفع |
| | اليقظة التجارية | 3.88 | 0.96 | - | مرتفع |

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

يتبين من خلال الجدول السابق أن اهتمام عينة الدراسة بعد اليقظة التجارية مرتفع، وهذا ما تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي بلغت 3.88، وكذلك قيم الوسط الحسابي للفقرات المشكلة له والتي تراوحت بين 4.00 و 3.80، وهي قيم تقع ضمن المجال المرتفع.

بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 4.00 للفقرة الثالثة "تقوم المؤسسة للترويج لخدماتها عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي"، مما جعلها تحتل المرتبة الأولى في هذا المحور، وهي قيمة كبيرة تثبت اتجاه عينة الدراسة نحو الموافقة على هذه الفقرة، وبانحراف معياري قدره 0.81.

جاءت الفقرة الخامسة "تسعى المؤسسة باستمرار إلى المحافظة على العملاء الحاليين واستقطاب العملاء المحتملين" في المرتبة الثانية بقيمة وسط حسابي بلغت 3.90، وهي قيمة مرتفعة، بينما بلغ الانحراف المعياري 0.83.

جاءت الفقرة الأولى: تتابع المؤسسة القدرة التفاوضية للموردين ومزوديها بالعتاد في المرتبة الأخيرة، بقيمة وسط حسابي بلغت 3.41، وهي قيمة مرتفعة بدورها

يتبين من خلال النتائج السابقة أن الاختلاف في الترتيب ما هو إلا اختلاف في درجة أهمية الفقرات، لأن أغلبية هذه الفقرات جاءت ضمن المجال المرتفع مما يؤكد أهمية اليقظة التجارية للمؤسسة، والاهتمام الكبير بها.

— بعد اليقظة البيئية

جدول رقم (3-25) وصف وتشخيص فقرات بعد اليقظة البيئية

| الرقم | العبارة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | الاتجاه العام |
|-------|---|---------------|-------------------|---------|---------------|
| 01 | تقوم المؤسسة بمراقبة محيطها من خلال جمع البيانات | 3.90 | 0.83 | 02 | مرتفع |
| 02 | تعتمد المؤسسة على الحصول على المعلومات من البيئة الخارجية كالمقابلات والإنترنت | 3.87 | 0.71 | 03 | مرتفع |
| 03 | تتعامل المؤسسة بإيجابية مع القيم والمعتقدات الاجتماعية وتتلاءم معها كالأعياد والمناسبات الدينية | 3.77 | 0.76 | 04 | مرتفع |
| 04 | تعمل المؤسسة على استخدام الطرق الصحيحة في التخلص أو التقليل من التلوث البيئي الناجم عن عملها | 3.90 | 0.65 | 01 | مرتفع |
| 05 | تسعى المؤسسة لاحترام قيم و عادات المجتمع التي تعمل فيه | 3.74 | 0.72 | 05 | مرتفع |
| | اليقظة البيئية | 3.85 | 0.62 | - | مرتفع |

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

يتبين من خلال الجدول السابق أن اهتمام عينة الدراسة بعد اليقظة البيئية مرتفع، وهذا ما تعكسه قيمة الوسط الحسابي التي بلغت 3.85، وكذلك قيم الوسط الحسابي للفقرات المشكلة له والتي تراوحت بين 3.90 و 3.74، وهي قيم تقع ضمن المجال المرتفع.

بلغت أعلى قيمة للوسط الحسابي 3.90 للفقرة الرابعة "تعمل المؤسسة على استخدام الطرق الصحيحة في التخلص أو التقليل من التلوث البيئي الناجم عن عملها"، مما جعلها تحتل المرتبة الأولى في هذا المحور، وهي قيمة كبيرة تثبت اتجاه عينة الدراسة نحو الموافقة على هذه الفقرة، وبانحراف معياري قدره 0.65، وبنفس قسمة الوسط الحسابي جاءت الفقرة الأولى التي تقول تعتمد المؤسسة على الحصول على المعلومات من البيئة الخارجية كالمقابلات والإنترنت، في المرتبة الثانية، وذلك بسبب كبر قيمة انحرافها المعياري مقارنة بالفقرة الرابعة.

جاءت الفقرة الخامسة "تسعى المؤسسة لاحترام قيم وعادات المجتمع الذي تعمل فيه" في المرتبة الأخيرة لهذا البعد بقيمة وسط حسابي بلغت 3.90، وهي قيمة مرتفعة، بينما بلغ الانحراف المعياري 0.83.

يتبين من خلال النتائج السابقة أن الاختلاف في الترتيب ما هو إلا اختلاف في درجة أهمية الفقرات، لأن أغلبية هذه الفقرات جاءت ضمن المجال المرتفع مما يؤكد أهمية اليقظة البيئية للمؤسسة، والاهتمام الكبير بها.

3- تحليل النتائج واختبار الفرضيات

من خلال هذا المطلب سيتم تحليل نتائج الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة، وذلك من خلال الارتباط بين المتغيرات لمعرفة العلاقة بينها. هذه الأخيرة تحسب بمعامل الارتباط سبيرمان الذي يدرس الارتباط بين المتغيرات عندما تكون البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وذلك حسب القيم التالية:

جدول رقم (3-26) معاملات الارتباط

| المعنى | قيمة المعامل |
|-------------------|--------------|
| ارتباط طردي تام | 1 |
| ارتباط طردي قوي | 0.99 - 0.7 |
| ارتباط طردي متوسط | 0.69 - 0.5 |
| ارتباط طردي ضعيف | 0.49 - 0.1 |
| لا يوجد ارتباط | 0 |

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v27

وقد كانت النتائج كالتالي:

3-1- اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التكنولوجية في

الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

الفرضية العدمية (H₀): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التكنولوجية في

الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

الفرضية البديلة (H₁): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التكنولوجية في

الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

جدول رقم (3-27) معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التكنولوجية

| نوع العلاقة | اليقظة التكنولوجية | | | البيان |
|-------------|--------------------|---------------|----------------|------------------------------|
| | حجم العينة | مستوى الدلالة | معامل الارتباط | |
| ارتباط قوي | 31 | 0.001 | 0.923 | تكنولوجيا المعلومات والاتصال |

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss v27

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التكنولوجية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.923)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بوحدة انحراف معياري واحدة سيؤدي إلى زيادة اليقظة التكنولوجية ب 92.3% ومنه:

- يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) القائلة بعدم وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التكنولوجية
- قبول الفرضية البديلة (H_1)، أي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التكنولوجية.

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التنافسية في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

الفرضية العدمية (H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التنافسية في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التنافسية في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

جدول رقم (3-28) معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التنافسية

| نوع العلاقة | اليقظة التنافسية | | | البيان |
|-------------|------------------|---------------|----------------|------------------------------|
| | حجم العينة | مستوى الدلالة | معامل الارتباط | |
| ارتباط قوي | 31 | 0.001 | 0.831 | تكنولوجيا المعلومات والاتصال |

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss v27

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التنافسية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.831)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بوحدة انحراف معياري واحدة سيؤدي إلى زيادة اليقظة التنافسية ب 83.1% ومنه:

- يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) القائلة بعدم وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التنافسية
- قبول الفرضية البديلة (H_1)، أي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التنافسية.

الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التجارية في

الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

الفرضية العدمية (H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التجارية في

الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة التجارية في الوكالة

التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

جدول رقم (3-29) معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التجارية

| نوع العلاقة | اليقظة التنافسية | | | البيان |
|-------------|------------------|---------------|----------------|------------------------------|
| | حجم العينة | مستوى الدلالة | معامل الارتباط | |
| ارتباط قوي | 31 | 0.001 | 0.860 | تكنولوجيا المعلومات والاتصال |

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss v27

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التجارية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.860)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بوحدة انحراف معياري واحدة سيؤدي إلى زيادة اليقظة التنافسية ب 83.1% ومنه:

- يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) القائلة بعدم وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التجارية
- قبول الفرضية البديلة (H_1)، أي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة التجارية.

الفرضية الفرعية الرابعة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة البيئية في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

الفرضية العدمية (H₀): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة البيئية في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

الفرضية البديلة (H₁): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة البيئية في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

جدول رقم (3-30) معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة البيئية

| نوع العلاقة | اليقظة التنافسية | | | البيان |
|-------------|------------------|---------------|----------------|------------------------------|
| | حجم العينة | مستوى الدلالة | معامل الارتباط | |
| ارتباط قوي | 31 | 0.001 | 0.817 | تكنولوجيا المعلومات والاتصال |

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss v27

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة البيئية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.817)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بوحدة انحراف معياري واحدة سيؤدي إلى زيادة اليقظة البيئية بـ 81.7 % ومنه:

- يتم رفض الفرضية العدمية (H₀) القائلة بعدم وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة البيئية.

- قبول الفرضية البديلة (H₁)، أي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة البيئية.

3-2- اختبار الفرضية الرئيسية

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

الفرضية العدمية (H₀): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

الفرضية البديلة (H₁): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اليقظة الاستراتيجية في الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر بولاية الطارف عند مستوى معنوية = 0.05

جدول رقم (3-31) معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الاستراتيجية

| نوع العلاقة | اليقظة الاستراتيجية | | | البيان |
|-------------|---------------------|---------------|----------------|------------------------------|
| | حجم العينة | مستوى الدلالة | معامل الارتباط | |
| ارتباط قوي | 31 | 0.001 | 0.923 | تكنولوجيا المعلومات والاتصال |

المصدر: إعداد الطالبة وفقا لمخرجات برنامج spss v27

تم تسجيل وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الاستراتيجية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب (0.923)، وهذا ما يعني أن كل زيادة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بوحدة انحراف معياري واحدة سيؤدي إلى زيادة اليقظة الاستراتيجية ب 92.3 % ومنه:

- يتم رفض الفرضية العدمية (H_0) القائلة بعدم وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الاستراتيجية
- قبول الفرضية البديلة (H_1)، أي وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الاستراتيجية.

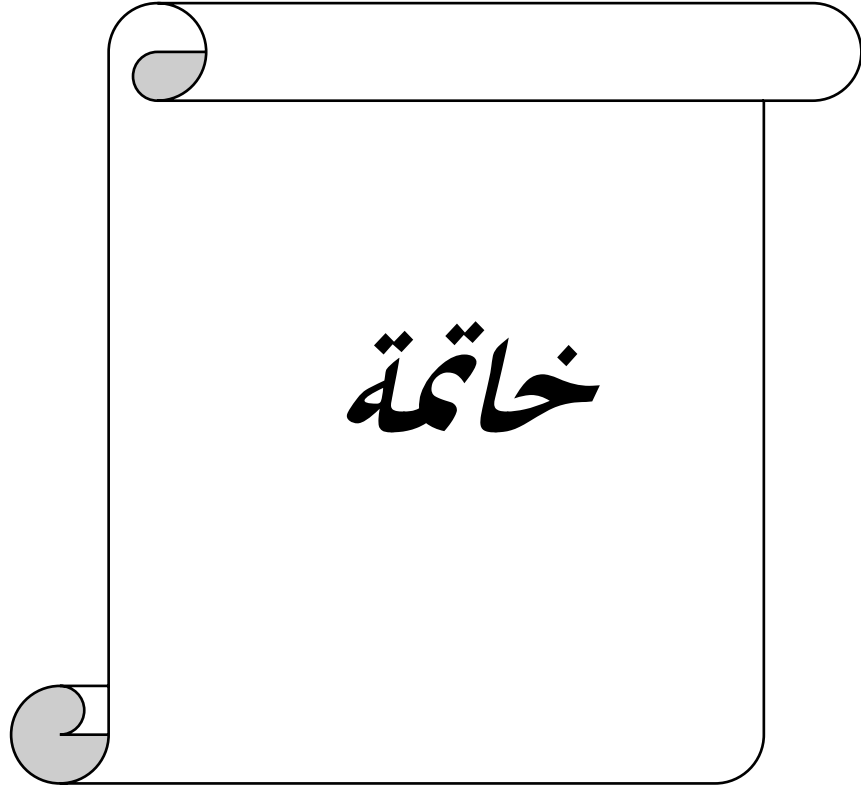
خلاصة الفصل الميداني

جاء هذا الفصل في شكل فصل تحليلي ميداني للتحقق من تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل نظام اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة اتصالات الجزائر.

في بداية هذا الفصل تم تقديم المؤسسة، ثم عرض تفصيلي لطريقة ومنهجية الدراسة من إجراءات، أدوات، أساليب، منهج ونموذج الدراسة وتصميم الاستبيان، وبعد ذلك التطرق إلى وصف متغيرات الدراسة وتحليل نتائج الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة.

وبذلك تم إسقاط مختلف المفاهيم النظرية المقدمة في الفصل النظري على ما يدور فعلا في مؤسسة اتصالات

الجزائر، من أجل الوصول إلى أهم الاستنتاجات والوصول إلى أبرز التوصيات.



نتيجة ما يشهده العالم في العقود الأخيرة من تحديات وتغيرات سريعة، ونظرا لما تعيشه المؤسسات خاصة الاقتصادية منها، أصبح لزاما على هذه الأخيرة أن تتبنى نهج المؤسسات الذكية والرائدة وذلك لأن نجاح أي مؤسسة وتفوقها على منافسها يستلزم بأن تكون أكثر تيقظ وفطنة وفي إنصات دائم للبيئة وأكثر قدرة على رصد وتحليل والتنبؤ بالتغيرات التي تحدث في البيئة الداخلية والخارجية والاستعداد لما قد يحدث في المستقبل ومواجهة التهديدات واستغلال الفرص وأكثر كفاءة في النقاط الإشارات الضعيفة وذلك من خلال سرعة حصولها على المعلومات وكفاءة تحليلها وتفسيرها لهذه المعلومات من خلال اليقظة الإستراتيجية، حيث أصبح استعمال اليقظة الإستراتيجية في ظل في الوضع الراهن بعد من نقاط القوة لدى المؤسسة. وخيار إستراتيجي لضمان البقاء والاستقرار والحفاظ على الحصة السوقية والسمعة التجارية، إلا أن آلية اليقظة الإستراتيجية وحدها لا تكفي بل يجب أن تمتلك المؤسسة نظام يساعد على استغلال المعلومات وهو نظام المعلومات الذي بات ضرورة ملحة، لأن المؤسسات التي لا تواكب التطورات المعلوماتية وتتكيف معها من خلال تكنولوجيا معلومات و اتصال فعالة لا يمكن أن تنمو وتصمد وتحقق الأهداف المسطرة، ولأن قطع تأشيرة البقاء والتفوق بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية لا يكون إلا من خلال امتلاك المؤسسة لتكنولوجيا معلومات و اتصال كفئة وفعالة وتبنيها لليقظة الإستراتيجية اللذان يمكن اعتبارهما في الوقت الراهن من أهم موارد وأصول المؤسسة. لأن المؤسسة التي لا تمتلك نظام معلومات و يقظة إستراتيجية يمكن اعتبارها مؤسسة تعمل تحت التهديد ويمكن أن تتعرض لمخاطر كثيرة غير متوقعة.

نتائج الدراسة

النتائج المتعلقة بالجانب النظري

- فمن خلال دراستنا لهذا البحث تبين بالفعل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مختلف أنواع الوسائل المادية والبرمجية وشبكات المعلومات التي تستخدم الإنجاز المستلزمات الضرورية لتلبية حاجات الإدارة والمواطن.
- كما استخلصنا حقيقة أن التقدم المذهل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد زاد من فعالية أنظمة المعلومات وتعلق هذه التكنولوجيا بكل جوانب التعامل مع المعلومات سواء كان عملية جمع البيانات تحليلها وتشغيلها، تخزينها والحفاظ عليها، تعديلها وتنقيحها والحصول عليها بواسطة المسيرين على كافة المستويات عندما يحتاجون إليها.
 - بالإضافة أن الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يؤدي إلى إحداث تغييرات في تحسين أداء المؤسسة ، حيث أن الإدارات أصبحت تهتم بتحسين نوعية الخدمات التي تقدمها وكذا تقوم بنشر الأفكار والمفاهيم الجديدة ؛

- يؤدي المزج استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتوفير الموظفين المؤهلين للتعامل مع هذه الوسائل إلى فعالية وكفاءة عالية في الاداء؛
- تساهم اليقظة الإستراتيجية في جعل المؤسسات أكثر تحسسا للإشارات الضعيفة والإنذارات المبكرة التي يرسلها المحيط، فهي تعمل كرادار مبني يضمن رصد ومتابعة أي تغير قد يطرأ على مختلف مكونات البيئة الخارجية سواء كانت تأثيراتها مباشرة أو غير مباشرة على المؤسسة وأدائها واستمرارها في السوق، فتبني ثقافة تعقب المعلومات وإعطاء عملية اليقظة حيزا أكبر من الاهتمام من إدارة المؤسسة من حيث تكوين الكادر البشري وتخصيص المورد المالي من شأنه أن يجعل هذه العملية أكثر كفاءة وفعالية؛
- تلعب تكنولوجيا المعلومات و الإتصال دورا رئيسا في دعم اليقظة التنافسية، وذلك من حيث توفير المعلومات ذات الطابع الإستراتيجي والتي تساهم فيما بعد في اتخاذ القرارات الإستراتيجية التي يكون تأثيرها حاسما بالنسبة للمستقبل المؤسسة ويجب أن يكون هامش الخطأ فيها منخفض جدا إن لم نقل متعدهم، كما أنها تحسن من صياغة الإستراتيجيات التنافسية وذلك من خلال القيام بالتشخيص البيئي اللازم فضلا على المساهمة في اكتساب المزايا التنافسية؛
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على اليقظة التكنولوجية من خلال دعم عملية الإبداع والابتكار وحسن إدارة الموارد التكنولوجية كما أنها تساهم في تفعيل اليقظة التسويقية عبر التطبيقات المبتكرة في ما يتعلق بإدارة العلاقة مع الزبون، حيث لم تعد الأساليب التسويقية التقليدية قادرة على الاحتفاظ بالزبون وكسب ولائه خاصة أن رغباته واحتياجاته تتميز بالسرعة في التغير بفعل تأثيرات التكنولوجيا والتطور التقني والعلمي وتسمح نظم المعلومات خاصة التسويقية منها ؛
- يجمع المعلومات الكفيلة بالتنبؤ بالاتجاهات المحتملة في الأذواق والطباع ومن ثم إيجاد أمثل الطرق والأساليب الجذب الزبون قبل قيام المنافسين بذلك.

النتائج المتعلقة بالجانب التطبيقي

- وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و اليقظة التكنولوجية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب 0.9223.
- وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و اليقظة التنافسية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب 0.831.
- وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و اليقظة التجارية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب 0.860.

— وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و اليقظة البيئية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب 0.817.

— و أخيرا وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و اليقظة الإستراتيجية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بمعامل ارتباط قدر ب 0.923.

و هذا ما يعني أن كل زيادة في تكنولوجيا المعلومات و الإتصال بوحدة انحراف معياري سيؤدي إلى زيادة اليقظة الإستراتيجية ب 92.3%

التوصيات و الاقتراحات

- بناء على ما تم عرضه في هذه الدراسة، نتقدم بجملة من التوصيات والاقتراحات التي من الممكن أن تفيد المسؤولين بالمؤسسة محل الدراسة، نذكر منها ما يلي:
- هناك ضرورة التطوير وتحديث شبكة الاتصال والمعلومات مما يجعلها أكثر قدرة للحصول ومشاركة المعلومات ;
 - هناك ضرورة لإنشاء مصلحة مختصة باليقظة الاستراتيجية، والتي تتيح المعلومات الضرورية المتعلقة ببيئتها وتحليلها لاتخاذ القرارات بشكل أفضل ;
 - ضرورة وهى المديرين والموظفين في الشركة بأهمية اليقظة الاستراتيجية، وتوعية والشركاء جميع في جميع وتعقب المعلومات التي لها علاقة بالشركة ;
 - عقد ورش تكوينية وندوات لمديري الشركة للتعرف على أحدث تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليات تطبيق اليقظة الاستراتيجية ;
 - استحداث مصلحة خاصة على مستوى المؤسسة تختص بجمع المعلومات عن مختلف العناصر البيئية بمعنى إيجاد خلية لليقظة الإستراتيجية يتم من خلالها تنظيم وتدعيم جهود الأفراد في البحث عن المعلومات الهامة الإستراتيجية)، بحيث تصبح تؤدي في شكل نشاطات تعنى حقيقة باليقظة على البيئة الخارجية ;
 - ضرورة إنشاء نظام متكامل لمراحل اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة وتنشيطه بشكل متواصل ومستمر من خلال تحيين قواعد البيانات والاعتماد على أحدث البرمجيات للاقتراب من المؤسسات الرائدة في هذا النشاط ;
 - يجب أن يكون عمل خلية اليقظة الإستراتيجية منظماً من خلال توفير لجان مختصة باليقظة التنافسية، وأخرى باليقظة التجارية واليقظة التكنولوجية واليقظة البيئية، وهذا كي تتمكن من القيام بدورها بشكل صحيح وغير عشوائي وتحقيق النتائج المرجوة منها ;

- ضرورة الاهتمام بإقامة ملتقيات ومؤتمرات للتعريف باليقظة الإستراتيجية، إبراز أهميتها، وعرض المزايا التي تتحصل عليها المؤسسة جراء إنشائها خلية لليقظة التكنولوجية ;
- تصميم نظام معلومات يستجيب لمتطلبات نظام الاتصال الفعال، وهذا مما يشكل قفزة نوعية في مجال التسيير الحديث بالنسبة للمؤسسة.

آفاق الدراسة

- على ضوء ما سبق تقديمه من نتائج وتوصيات، يمكن اقتراح بعض الدراسات المستقبلية للمواضيع الآتية:
- دور نظام اليقظة الإستراتيجية في تحسين أداء منظمات الأعمال.
- دور خلية اليقظة الإستراتيجية في تحسين الأداء الكلي للمؤسسة .
- اليقظة الإستراتيجية وعلاقتها بفاعلية نظام المعلومات الاستراتيجي .
- نظام اليقظة الإستراتيجية وعلاقته بإدارة الأزمات التنظيمية .
- دراسة مقارنة لواقع اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية والخدمية بالجزائر.

قائمة المراجع

1. ابراهيم قنديلجي، ايمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقها مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع عمان، طبعة الاولى، السنة 2002
2. أحمد محمد، ومحمود ريان، خدمات الانترنت، طبعة 4، المجتمع الثقافي للنشر، الاسكندرية، سنة 2001.
3. جعفر الجاسم، تكنولوجيا المعلومات دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، بدون سنة.
4. حسن جعفر الطائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2013
5. حيدر شاكر البرتجي، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة منظور اداري تكنولوجي، طبعة 1، دار اسامة للنشر والتوزيع، سنة 2013
6. سعد غالب، ياسين اساسيات، نظم المعلومات الإدارية والتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع الطبعة الاولى عمان 2012 .
7. سليم الخشبية، نظم المعلومات الإدارية، طبعة 3، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان سنة 2000.
8. عامر إبراهيم قنديلجي، وعلاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، طبعة 08، دار المسيرة للنشر، عمان، بدون سنة.
9. عبد الله حسن مسلم، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار المعتز للنشر والتوزيع، الأردن، طبعة الأولى، سنة 2015
10. عبد الوهاب محمود، وعبد الوهاب مهنا، درجة توظيف الحاسوب في الإدارة المدرسية رسالة ماجستير كلية التربية جامعة فلسطين سنة 2009.
11. عبد الوهاب محمود، وعبد الوهاب مهنا، درجة توظيف الحاسوب في الإدارة المدرسية رسالة ماجستير كلية التربية جامعة فلسطين سنة 2009.
12. قابر جمعة التجار، نظم المعلومات الإدارية، منظور اداري، دار حمد للنشر والتوزيع، عمان، طبعة 3، بدون سنة.
13. محمد لصيرفي، تكنولوجيا المعلومات، طبعة 02، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009

المجلات و الدوريات العلمية

1. أبو بكر بوسالم، فرح الياس الهناني، دور اليقظة الاستراتيجية كأحد أبعاد الذكاء الاقتصادي في تعزيز القرارات التسويقية دراسة تحليله على مؤسسة اتصالات الجزائر مجلة المعيار، العدد 18 الجزائر، سنة 2018.
2. احمد بن خليفة، حمزة بعلي واخرون، مساهمة التردد الاستراتيجي في تحقيق الاسبقية التنافسية مجلة اقتصاديات المال والاعمال العدد 7 الجزائر 2018 .
3. ايمان بن قيصر ،سارة عمرون، دور اليقظة التجارية في توجيه قرارات تطوير المنتجات الجديدة دراسة التحريية عينه من موظفي مطاحن عمر بن عمر قالمه ، مجلة الباحث الاقتصادي العدد 5 قالمه .
4. بختي إبراهيم شعوي محمود فوزي دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع التنمية السياحة والفندقة مجلة الباحث العدد 7 جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2010.
5. بن سالم عبد الحكيم عيساني إسماعيل "نظم المعلومات كدعم لتفعيل اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الحكومية - دراسة حالة بلدية بشار"، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية الجزائر المجلد 7 العدد 2 2020
6. بومايلة سعاد، فارس بوباكور، أثر تكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجنت، العدد، 3 سنة 2004
7. بياية وقوني، اهميه شبكه الانترنت في تفعيل اليقظة الاستراتيجية ،مجله المعارف، جامعه البويرة ،العدد 18، سنة 2015
8. خالد يتيم، عيسى نجيمي، اليقظة الاستراتيجية نظام معلوماتي فعال لإدارة الازمات، دراسة نظرية تحليلية، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، المجلد 04، العدد 8، جامعة البليدة، الجزائر 2017.
9. خولة شادي، المعلومات و صنع القرار عبر اليقظة الاستراتيجية: نحو نظام فعال لسيرورة المعلومات، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، العدد 12، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017.
10. زيد خوام محمود، اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في النجاح الاستطلاعي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 96 المجلد 23، العراق، سنة 2019.
11. سلمى علاوة، اليقظة الاستراتيجية وسيله تسريجه في ظل عصر المعرفة، مجله المؤسسة، العدد 6، جامعه الجزائر 3 سنة 2013 .

12. سمير بوكاني؛ اليقظة الاستراتيجية من مقومات الميز التنافسية؛ مجله الاقتصاد الجديد؛ العدد 11؛ مجله 02؛ جامعه احمد بوقره بومرداس سنة، 2014.
13. صالحه كاريش، واقع تطبيق نظام اليقظة الاستراتيجية في مؤسسه نفضال مجله المؤسسة، عدد 3، جامعه الجزائر 3، 2014
14. عمر ولد عابد، لمين علواطي، اليات تطبيق اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، نموذج مقترح-دراسة تطبيقية بمؤسسة الاسمنت بالشلف، مجله الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية العدد17، جامعه الشلف، سنة 2017.
15. فتيحة علوط، معين امين السيد، اليقظة الاستراتيجية كوسيلة فعالة في عملية اتخاذ القرارات بالمؤسسة، مجله إدارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، العدد07 الجزائر، 2018ص202
16. مجيد الشعباني، انيسه قمان، محمد بوهدي، دراسة السوق اداه لتحقيق اليقظة الاستراتيجية، المجال الجزائري للاقتصاد والمالية، عدد 3، جامعه المدية سنة 2015 .
17. محمد بوتين، اليقظة التنافسية ضرورة حتمية للمؤسسة مجله العلوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد10 الجزائر، 2004.
18. نوال هاني، وحليم عطيه، دور اليقظة التكنولوجية كعامل الابداع في تحسين اداء التنافسي المؤسسة، مجله شعاع، الدراسات الاقتصادية، عدد 4، مهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، مركز الجامعي المنشاري الجزائر 2018.
19. يجياوي نعيمه، واقع التكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر، مجله الاقتصاد الصناعي، جامعه باتنة، الحاج لخضر المجلد سابع، عدد 13، ديسمبر 2017.

المذكرات و الأطروحات

1. اسماء حرشايوي، اكرام هماش، دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية، مذكره مكمله لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اداره استراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعه محمد بوضياف، المسيلة، سنة 2020.
2. اسماء علي؛ اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك؛ رسالة ماجستير ؛ تخصص تسويق؛ جامعه محمد بوقرة؛ بومرداس؛ سنة 2014.

3. انصاف بن سماعين، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق جودة التعليم العالي، أطروحة لنيل شهادة الماستر بقسم العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، سنة 2019
4. انيسه قمان، محاوله بناء ذليه لليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كاداه لتنمية الصادرات خارج المحروقات مذكره مقدمه لنادي شهاده الماجستير في علوم التسيير، تخصص اداره اعمال، كليه العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعه احمد بوقره، بومرداس.
5. بهية بوطيبة، ربيعة بوقش، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة وأثرها على الاداء الوظيفي للعاملين بالجامعة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بقسم علوم الاعلام والاتصال كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر سنة، 2018.
6. بوحسان سارة كنزة، الاثار الفعلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن تطبيقات تسيير الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير علوم التسيير تخصص ادارة استراتيجية كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، سنة، 2012.
7. بوعاتي يسرى، تكنولوجيا المعلومات والاتصال والجامعة الافتراضية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بقسم علم الاجتماع كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة الجزائر سنة 2021.
8. بومعزة سهيلة، دور اليقظة في تنميته الميزة التنافسية المؤسسة الاقتصادية، مذكر مقدمه لين شهاده ماجستير، في العلوم الاقتصادية، التخصص التحليل الاستشراف الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قسنطينة 2009
9. تقرت محمد، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، جامعة قالمة، الجزائر سنة 2009.
10. خالد بلصير عبد الوهاب بن بريكة، مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تنميته وتطوير المزايا التنافسية، مجله الحقوق الإنسانية، العدد 02 الجزائر .
11. رتيبة نحاسيه، اهمية اليقظة الاستراتيجية في تنميته الميزة التنافسية، المؤسسة مذكره مقدمه لنيل لشهاده الماستر، في العلوم الاقتصادية، تخصص اداره اعمال، كليه العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعه الجزائر سنة 2003 .
12. زواو ضياء الدين، دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة، دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة استراتيجية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2013
13. سلمى سردي، نسرين بوجعة، دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي بالمؤسسة، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2018

14. سهام درقالي، نسيمه عيايشة، دور اليقظة الإستراتيجية في تفعيل جودة المشروع، مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مشاريع، جامعة 08 ماي 1945 قلمة، 2016
15. سهيلة عمور، التصدد الاستراتيجي، حاجة وضرورة المؤسسة الجزائرية في ظروف تنافسية-حالة سونلغاز-رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قلمة
16. الصديق بن بوزه، الاتصال التسويقي في ظل التكنولوجيا المعلومات والاتصال، أطروحة مقدمه لنيل شهادة الدكتوراة في علوم التسيير كليه العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم التجارية، جامعه باتنة، الجزائر، سنة 2018.
17. في فضيلة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسيير المعارف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخص ادارة اعمال كليه العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم التجارية، جامعه بسكرة الجزائر، سنة 2008,
18. لمياء حليمي، دور اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسيه المؤسسات الضعيفة والمتوسطة، مذكرة مقدمه لنيل شهادة ماجستير، في علوم التسيير، التخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كليه العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعه بومرداس
19. مراد مرمي، أهمية نظم المعلوماتية الإدارية كأداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، سنة 2010.
20. مرمي مراد، أهمية نظم المعلومات الادارية كأداة لتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير قسم العلوم التسيير، فرع إدارة اعمال، المدرسة العليا للتجارة فرحات عباس، سطيف 2010
21. مريم بلحاج، اليقظة الاستراتيجية ضرورة حتميه للاستمرار في البيئة المعاصرة، مجله اقتصاديات المال والاعمال، كليه العلوم الاقتصادية والتجاري وعلوم التسيير، العدد 01، جامعه ابو بكر بلقايد، تلمسان، سنة 2017، ص 197
22. منصف بن خديجة ، محددات اليقظة الاستراتيجية ، أطروحة الدكتوراه ، تخصص لإدارة الاستراتيجية، جامعة باجي مختار، الجزائر 2012
23. نصيرة علاوي، اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تخصص إدارة موارد بشرية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011 .
24. ولد عابد عمر، محاضرات في مقياس اليقظة الاستراتيجية، موجهه للسنة الثانية ماستر ،تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة قسم علوم التسيير، كليه العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعه الشلف ،سنة 2017.

25. يسع ياسمينه، دراسة قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاداء الاقتصادي للمؤسسة، رسالة ماجستير تخصص تسيير المنظمات، جامعة بومرداس، الجزائر سنة 2010

المؤتمرات و الملتقيات العلمية

1. رتيبة حديد، نوفيل حديد، مداخلة مقدمة في المؤتمر العالمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة الجزائر ، سنة 2005.
2. قيني عقيلة، محمد بلكبير، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في ظل اقتصاد المعلومات والمعرفة، المؤتمر العلمي السنوي الدولي الاول حول الذكاء الاقتصادي الانظمة الرقمية والذكاء الاقتصادي، جامعة خميس مليانة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، السنة 2014
3. الهادي بو قلقول، اهمية اليقظة الاستراتيجية كنظام المساعدة على اتخاذ القرارات، مداخلة مقدمه في اطار الملتقى الدولي الثاني حول اليقظة الاستراتيجية وتنظيم المعلومات في المؤسسة الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعه باجي مختار، عنابة، سنة 2014.
4. نعيمة بوغلاب، مليكة زغيب، واقع اليقظة الاستراتيجية وذكاء الاعمال في منظمات الاعمال الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة جامعة الزيتونة، الأردنية، عمان، 2012.
5. عبد الفتاح بوخمخم، صالح محمد، الذكاء الاقتصادي سياسة حوار بين المنظمة ومحيطها، مداخلة مقدمة في المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن سنة، 2012.

الكتب بالأجنبية

1. cohen corin, veille et intelligence économique Edition la voisier, France,2004
2. Emmanuel Pateyron, la veille stratégique, ed economica, paris,1998
3. Kenneth c l audon and jane price laudon mangement information systems manging the digital firm rontice hall edition 2006
4. Michel paquin gestion des technologies de l'information les éditions agence doec canada 1999

المقالات بالأجنبية

1. Jonathan calof, William Skinner, la veille concurrentielle : la meilleur des mondes pour les gestionnaires, la revue de gestion du secteur public, le coin du gestionnaire, vol28,n2.

الأطروحات و المذكرات بالأجنبية

1. lahloul hafsa, la vielle stratégique et son impact sur les entreprise de l'industrie laitière de la wilaya de Bejaia, Mémoire de magister en sciences de gestion, université Abderahmane Mira, bejaia, 2011.

المؤتمرات و الملتقيات بالأجنبية

1. Brouard François, Développement d'un outil diagnostique des pratiques de veille stratégique des PME, 7ème congrée internationale francophone en entrepreneuriat PME, 27.28 et 29 octobre 2004





وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم علوم التسيير



الإستبيان

الأخ الفاضلالأخت الفاضلة.....
السلام عليكم ورحمة الله و بركاته.....

لنا عظيم الشرف أن نضع بين أيديكم هذه الإستبانة لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم
بإعدادها استكمالاً للحصول على شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة إستراتيجية.
تحت عنوان:

" دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية "

دراسة حالة: الوكالة التجارية لإتصالات الجزائر - الطارف-

و أخيرا نرجو منكم أن تولوا هذا الإستبانة اهتمامكم فمشاركتكم ضرورية و رأيكم عامل أساسي من
عوامل نجاحها، علما أن جميع إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.
و تقبلوا منا فائق الإحترام و التقدير

الأستاذ:

نعيجي عبد الكريم

naidji-abdelkrim@univ-eltarf.dz

الطالبة:

كدمان آية

ayakadmene2311@gmail.com

السنة الجامعية: 2024/2023

المحور الأول: البيانات الشخصية و الوظيفية

نرجو منكم وضع إشارة (x) في المربع المناسب لاختيارك

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن: أقل من 25 سنة من 25 إلى أقل من 35 سنة

من 35 إلى أقل من 45 سنة من 45 سنة إلى أقل من 55 سنة من 55 سنة فأكثر

3- المؤهل العلمي: ثانوي تقني ساي دراسات جامعية

مهندس دراسات عليا الكفاءة المهنية

4- الأقدمية : أقل من 5 سنوات من 5 إلى 10 سنوات

من 10 إلى 15 سنة أكثر من 15 سنة

المحور الثاني: أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال

| الرقم | الفقرات | درجة القبول | | | |
|--|--|-------------|-------|-------|----------------|
| | | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة |
| التجهيزات المادية (الأجهزة، المعدات،) | | | | | |
| 01 | تستخدم المؤسسة الوسائل المعلوماتية (الحاسوب، الفيديو.....) | | | | |
| 02 | تعتمد المؤسسة على تقنيات و برامج حديثة | | | | |
| 03 | تقدم المؤسسة خدمات ذات جودة عالية من خلال تطبيق نظم وشبكات الحاسوب المتميز | | | | |
| 04 | تعمل المؤسسة بشكل مستمر على عصنة إدارتها من خلال الاعتماد على السجلات والوثائق الإلكترونية | | | | |
| 05 | تعمل المؤسسة على تدريب العاملين بشكل مستمر على أحدث التكنولوجيا المتعلقة بمجال نشاطها | | | | |
| 06 | توفر المؤسسة طرق وأساليب تقنية حديثة في عملية الاتصال داخليا وخارجا | | | | |
| 07 | تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جميع فروع و أقسام المؤسسة | | | | |

| التجهيزات الغير مادية (قواعد البيانات ، شبكات الاتصال.....) | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| 08 | تهتم المؤسسة بالإنفاق على تكنولوجيا المعلومات والاتصال | | | | |
| 09 | توفر المؤسسة قاعدة بيانات متاحة للوحدات و الفروع، الأقسام المختلفة | | | | |
| 10 | تعمل قواعد البيانات على تجميع و معالجة و تخزين و من ثم بثها عبر الشبكات الاتصالية | | | | |
| 11 | تساهم البرامج المثبتة في إيجاد الحلول للمشاكل التي تواجه المؤسسة | | | | |
| 12 | تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال للترويج لمنتجاتها | | | | |
| 13 | تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتقليل الوقت و تحسين جودة الخدمات | | | | |
| 14 | تتميز الأنظمة الإلكترونية في المؤسسة بالكفاءة العالية في تحصيل وتنظيم وتحديث البيانات والمعلومات | | | | |

المحور الثالث: أبعاد اليقظة الإستراتيجية

| درجة القبول | | | | | الفقرات | الرقم |
|---------------------------|-----------|-------|-------|------------|--|-------|
| غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة | | |
| اليقظة التكنولوجية | | | | | | |
| | | | | | تعمل المؤسسة على الاستعانة بأنظمة وأليات متطورة تساعد في تحصيل وإدارة المعلومات | 15 |
| | | | | | تعمل المؤسسة على اقتناء عتاد متطور وعصري | 16 |
| | | | | | تعمل المؤسسة على متابعة تكنولوجيا الشركات المتطورة | 17 |
| | | | | | تراقب مؤسستكم بشكل متواصل الاكتشافات العلمية المتعلقة بها | 18 |
| | | | | | تصمم المؤسسة الخدمات و المنتجات تماشياً مع التطور التقني والتكنولوجي | 19 |
| اليقظة التنافسية | | | | | | |
| | | | | | تعمل المؤسسة وفق استراتيجية واضحة | 20 |
| | | | | | تعمل المؤسسة على جمع المعلومات و مراقبة التغيير في استراتيجيات المنافسين | 21 |
| | | | | | ترقب المؤسسة باستمرار تطورات المؤسسات الرائدة في مجال نشاطها | 22 |
| | | | | | تسعى المؤسسة على عقد شراكة مع مؤسسات أخرى متعلقة بمجال نشاطها | 23 |
| | | | | | المؤسسة على علم دائم بأهم أهداف المؤسسات المنافسة لها | 24 |
| اليقظة التجارية | | | | | | |
| | | | | | تتابع المؤسسة القدرة التفاوضية للموردين ومزودها بالعتاد | 25 |
| | | | | | عمل المؤسسة على تلبية احتياجات زبائنهم وتوفير خدمات جيدة لهم | 26 |
| | | | | | تقوم المؤسسة للترويج لخدماتها عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي | 27 |
| | | | | | تتابع المؤسسة التطورات الحاصلة في أذواق الزبائن و احتياجاتهم | 28 |
| | | | | | تسعى المؤسسة باستمرار إلى المحافظة على العملاء الحاليين و استقطاب العملاء المحتملين | 29 |
| اليقظة البيئية | | | | | | |
| | | | | | تقوم المؤسسة بمراقبة محيطها من خلال جمع البيانات | 30 |
| | | | | | تعتمد المؤسسة على الحصول على المعلومات من البيئة الخارجية كالمقابلات والإنترنت | 31 |
| | | | | | تتعامل المؤسسة بإيجابية مع القيم والمعتقدات الاجتماعية وتتلأم معها كالأعياد والمناسبات الدينية | 32 |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|----|
| | | | | | تعمل المؤسسة على استخدام الطرق الصحيحة في التخلص أو التقليل من التلوث البيئي الناجم عن عملها | 33 |
| | | | | | تسعى المؤسسة لاحترام قيم و عادات المجتمع التي تعمل فيه | 34 |

الملحق 02: معلومات خاصة بمؤسسة اتصالات الجزائر - وكالة الطارف

ميلاد مؤسسة اتصالات الجزائر وقانون 03/2000

نص قرار 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع البريد والمواصلات، حيث تم بموجب هذا القرار انشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكلفت بتسيير قطاع البريد، وكذلك مؤسسة اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها عن وزارة البريد هذه الأخيرة أوكلت لها مهمة المراقبة وبعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، تبعا لقرار 03/2000 أضحت اتصالات الجزائر حقيقة حسدت سنة 2003.

الانطلاقة لجمع اتصالات الجزائر 01 جانفي 2003

كان على اتصالات الجزائر واطاراتها الانتظار حتى الفاتح من جانفي 2003 لكي تبدأ الشركة في التمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال، لكن برؤى مغايرة تماما لما كانت عليه قبل هذا التاريخ، حيث أصبحت الشركة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد، ومحبرة على اثبات وجودها في عالم لا يرحم فيه المنافسة شرسة البقاء فيها للأقوى و الأحدث خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافس.

أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر:

تسعى مؤسسة اتصالات الجزائر إلى تحقيق ثلاث أهداف أساسية وهي الجودة والفعالية، وكذلك نوعية الخدمات وقد سمحت هذه الأهداف الثلاثة بقائها في السوق رائدة رقم واحد في سوق الاتصالات، وتلخص إلى جملة من الأهداف كما يلي:

تحسين وتطوير جودة الخدمات المقدمة للزبون، وجعلها أكثر قدرة على المنافسة في مجال الخدمات.

زيادة العرض من الخدمات الهاتفية.

وضع الزبائن في محور قرارات وإجراءات المؤسسة.

توفير خدمات بأسعار تتماشى مع تطلعات الزبون وتكون جد مغرية.

إرساء اقتصاد رقمي في الجزائر مع تهيئة حلقة إيجابية لإضفاء القيمة.

العمل على كسب سمعة حسنة والمحافظة عليها.

نشاطات مؤسسة اتصالات الجزائر:

تتمثل نشاطات ومهام مؤسسة اتصالات الجزائر في:

تسويق خدمات المؤسسة التي تمكنها من نقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والبيانات الرقمية، والاعلام السمعي والبصري.

تعمل على تطوير وتسيير شبكات الاتصالات العامة والخاصة.

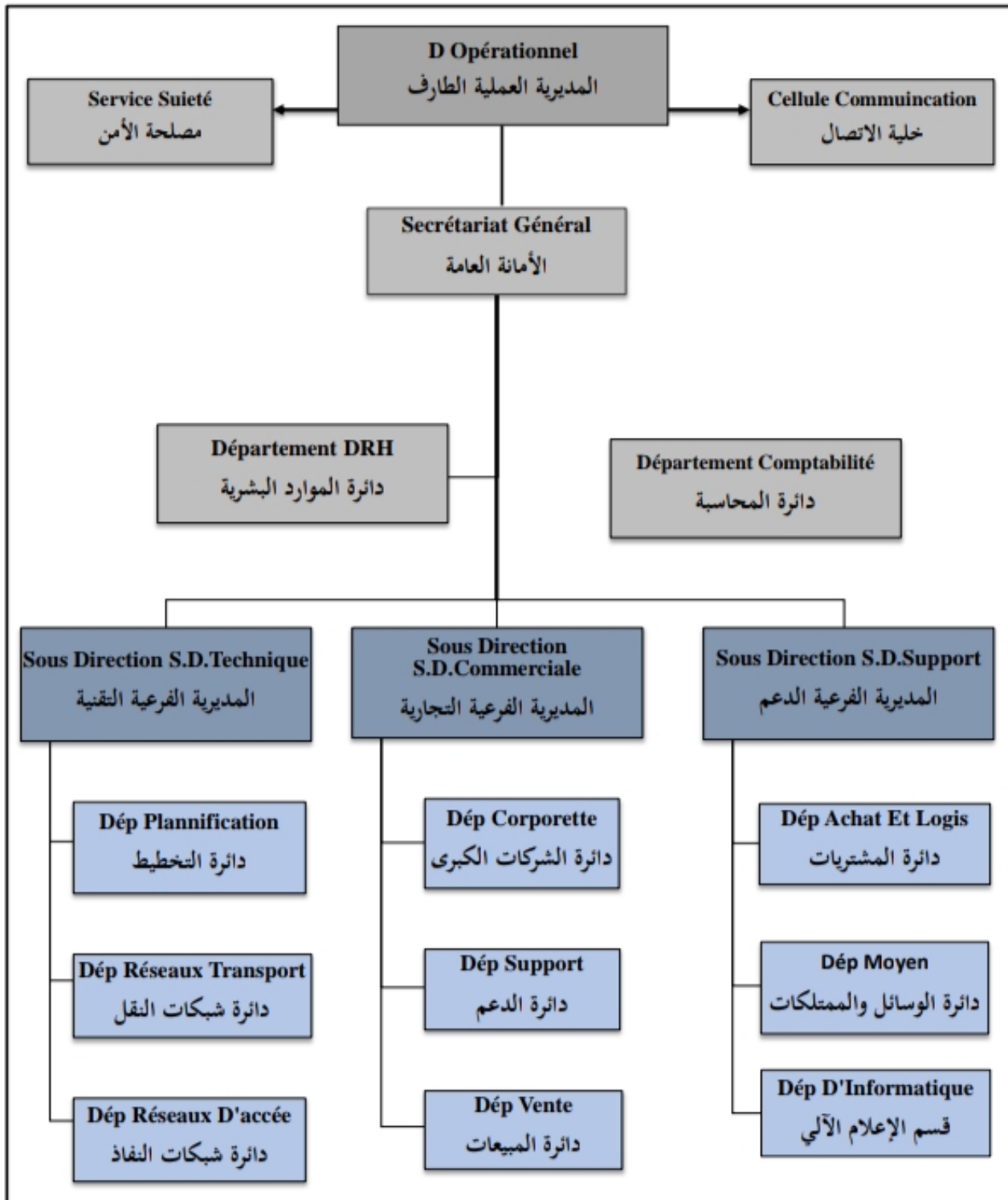
العمل على رقمنة المجتمع والاقتصاد، من خلال تحقيق المزيد من التقدم الرقمي.

تلبية احتياجات ومتطلبات الزبائن وإرضائهم، مع المساهمة في تحقيق رفاهيتهم وراحتهم.

الحرص على توفير الخدمة والمسؤولية لدى موظفي المؤسسة.

انشاء واستثمار وتسيير الاتصالات مع جميع مشغلي الشبكات مع التغطية الجغرافية الربوع الوطن.

الملحق رقم 03: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر - وكالة الطارف-



الملحق رقم 04: مخرجات SPSS

معامل الثبات الفاكرونباخ

Récapitulatif de traitement des observations

| | | N | % |
|--------------|--------------------|----|-------|
| Observations | Valide | 31 | 100,0 |
| | Exclu ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 31 | 100,0 |

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,979 | 34 |

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات وأبعاد الدراسة

Statistiques descriptives

| | N | Minimum | Maximum | Moyenne | Ecart type |
|-----|----|---------|---------|---------|------------|
| x1 | 31 | 1,00 | 5,00 | 4,1290 | ,76341 |
| x2 | 31 | 1,00 | 5,00 | 4,0000 | ,81650 |
| x3 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8065 | ,83344 |
| x4 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,7419 | ,77321 |
| x5 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8387 | ,93441 |
| x6 | 31 | 1,00 | 5,00 | 4,0000 | ,81650 |
| x7 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9677 | ,79515 |
| x8 | 31 | 2,00 | 5,00 | 3,9355 | ,62905 |
| x9 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,7419 | ,89322 |
| x10 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9032 | ,90755 |
| x11 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8710 | ,92166 |
| x12 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9032 | ,78972 |
| x13 | 31 | 1,00 | 5,00 | 4,0968 | ,90755 |
| x14 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9677 | ,83602 |
| y1 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9032 | ,59749 |
| y2 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9677 | ,75206 |
| y3 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,6129 | ,88232 |
| y4 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8387 | ,86011 |

| | | | | | |
|------------------------------|----|------|------|--------|--------|
| y5 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9032 | ,87005 |
| y6 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9677 | ,70635 |
| y7 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,5806 | ,84751 |
| y8 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,6774 | ,83215 |
| y9 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,6774 | ,87129 |
| y10 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,4194 | ,84751 |
| y11 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8065 | ,70329 |
| y12 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8387 | ,96943 |
| y13 | 31 | 1,00 | 5,00 | 4,0000 | ,81650 |
| y14 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8710 | ,76341 |
| y15 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9032 | ,83086 |
| y16 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8710 | ,71842 |
| y17 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,7742 | ,76200 |
| y18 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9032 | ,65089 |
| y19 | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,7419 | ,72882 |
| y20 | 31 | 1,00 | 5,00 | 4,0000 | ,81650 |
| التجهيزات المادية | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,9263 | ,70361 |
| التجهيزات غير المادية | 31 | 1,14 | 5,00 | 3,9171 | ,67489 |
| اليقظة التكنولوجية | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8452 | ,68451 |
| اليقظة التنافسية | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,6645 | ,66410 |
| اليقظة التجارية | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8839 | ,69431 |
| اليقظة البيئية | 31 | 1,00 | 5,00 | 3,8581 | ,62009 |
| تكنولوجيا المعلومات والاتصال | 31 | 1,07 | 5,00 | 3,9217 | ,66710 |
| اليقظة الاستراتيجية | 31 | 1,00 | 4,65 | 3,8129 | ,61940 |
| N valide (liste) | 31 | | | | |

البيانات الشخصية لعينة الدراسة

| | | الجنس | | Percentage | Percentage |
|--------|------|-----------|-------------|------------|------------|
| | | Fréquence | Pourcentage | valide | cumulé |
| Valide | ذكور | 12 | 38,7 | 38,7 | 38,7 |
| | إناث | 19 | 61,3 | 61,3 | 100,0 |
| Total | | 31 | 100,0 | 100,0 | |

| | | السن | | Percentage | Percentage |
|--------|---------------|-----------|-------------|------------|------------|
| | | Fréquence | Pourcentage | valide | cumulé |
| Valide | أقل من 25 سنة | 2 | 6,5 | 6,5 | 6,5 |

| | | | | |
|-------------------|----|-------|-------|-------|
| أقل من 35-25 | 12 | 38,7 | 38,7 | 45,2 |
| أقل من 45-35 | 10 | 32,3 | 32,3 | 77,4 |
| من 45 - أقل من 55 | 6 | 19,4 | 19,4 | 96,8 |
| من 55 سنة فأكثر | 1 | 3,2 | 3,2 | 100,0 |
| Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

المؤهل

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|---------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide ثانوي | 1 | 3,2 | 3,2 | 3,2 |
| تقني سامي | 8 | 25,8 | 25,8 | 29,0 |
| دراسات جامعية | 18 | 58,1 | 58,1 | 87,1 |
| مهندس | 2 | 6,5 | 6,5 | 93,5 |
| دراسات علي | 2 | 6,5 | 6,5 | 100,0 |
| Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

الأقدمية

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|-----------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide أقل من 5 سنوات | 5 | 16,1 | 16,1 | 16,1 |
| من 5 إلى 10 سنوات | 10 | 32,3 | 32,3 | 48,4 |
| من 10 إلى 15 سنة | 7 | 22,6 | 22,6 | 71,0 |
| أكثر من 15 سنة | 9 | 29,0 | 29,0 | 100,0 |
| Total | 31 | 100,0 | 100,0 | |

اختبار التوزيع الطبيعي

Tests de normalité

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|------------------------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
| | Statistiques | ddl | Sig. | Statistiques | ddl | Sig. |
| تكنولوجيا المعلومات والاتصال | ,235 | 31 | ,000 | ,738 | 31 | ,000 |
| اليقظة الاستراتيجية | ,271 | 31 | ,000 | ,673 | 31 | ,000 |

a. Correction de signification de Lilliefors

الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان

Corrélations

| | | | x1 | x2 | x3 |
|-------------------|----|----------------------------|--------|--------|--------|
| Rho de Spearman | x1 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,753** | ,536** |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,000 | ,002 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x2 | Coefficient de corrélation | ,753** | 1,000 | ,595** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | . | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x3 | Coefficient de corrélation | ,536** | ,595** | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,002 | ,000 | . |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x4 | Coefficient de corrélation | ,441* | ,579** | ,683** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,013 | ,001 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x5 | Coefficient de corrélation | ,491** | ,767** | ,614** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,005 | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x6 | Coefficient de corrélation | ,374* | ,519** | ,576** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,038 | ,003 | ,001 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x7 | Coefficient de corrélation | ,578** | ,438* | ,444* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,014 | ,012 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| التجهيزات_المادية | | Coefficient de corrélation | ,638** | ,813** | ,794** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |

Corrélations

| | | | x4 | x5 | x6 |
|-----------------|----|----------------------------|--------|--------|--------|
| Rho de Spearman | x1 | Coefficient de corrélation | ,441* | ,491** | ,374* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,013 | ,005 | ,038 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x2 | Coefficient de corrélation | ,579** | ,767** | ,519** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,000 | ,003 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x3 | Coefficient de corrélation | ,683** | ,614** | ,576** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,001 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x4 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,576** | ,486** |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,001 | ,006 |

| | | | | |
|-------------------|----------------------------|--------|--------|--------|
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x5 | Coefficient de corrélation | ,576** | 1,000 | ,610** |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 | . | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x6 | Coefficient de corrélation | ,486** | ,610** | 1,000 |
| | Sig. (bilatérale) | ,006 | ,000 | . |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x7 | Coefficient de corrélation | ,587** | ,406* | ,430* |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,024 | ,016 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| التجهيزات_المادية | Coefficient de corrélation | ,787** | ,826** | ,692** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |

Corrélations

| | | x7 | التجهيزات_المادية | |
|-------------------|----|----------------------------|-------------------|--------|
| Rho de Spearman | x1 | Coefficient de corrélation | ,578** | ,638** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x2 | Coefficient de corrélation | ,438* | ,813** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,014 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x3 | Coefficient de corrélation | ,444* | ,794** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,012 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x4 | Coefficient de corrélation | ,587** | ,787** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x5 | Coefficient de corrélation | ,406* | ,826** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,024 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x6 | Coefficient de corrélation | ,430* | ,692** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,016 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x7 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,596** |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| التجهيزات_المادية | | Coefficient de corrélation | ,596** | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | . |
| | | N | 31 | 31 |

Corrélations

| | | | x8 | x9 | x10 |
|-----------------------|-----|----------------------------|--------|--------|--------|
| Rho de Spearman | x8 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,599** | ,739** |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x9 | Coefficient de corrélation | ,599** | 1,000 | ,574** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | . | ,001 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x10 | Coefficient de corrélation | ,739** | ,574** | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,001 | . |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x11 | Coefficient de corrélation | ,452* | ,315 | ,491** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,011 | ,085 | ,005 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x12 | Coefficient de corrélation | ,523** | ,604** | ,491** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,003 | ,000 | ,005 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x13 | Coefficient de corrélation | ,329 | ,399* | ,360* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,071 | ,026 | ,046 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x14 | Coefficient de corrélation | ,464** | ,418* | ,410* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,009 | ,019 | ,022 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| التجهيزات_غير_المادية | | Coefficient de corrélation | ,692** | ,765** | ,761** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |

Corrélations

| | | | x11 | x12 | x13 |
|-----------------|-----|----------------------------|--------|--------|-------|
| Rho de Spearman | x8 | Coefficient de corrélation | ,452* | ,523** | ,329 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,011 | ,003 | ,071 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x9 | Coefficient de corrélation | ,315 | ,604** | ,399* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,085 | ,000 | ,026 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x10 | Coefficient de corrélation | ,491** | ,491** | ,360* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,005 | ,005 | ,046 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x11 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,123 | ,186 |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,509 | ,317 |

| | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------|--------|--------|
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x12 | Coefficient de corrélation | ,123 | 1,000 | ,517** |
| | Sig. (bilatérale) | ,509 | . | ,003 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x13 | Coefficient de corrélation | ,186 | ,517** | 1,000 |
| | Sig. (bilatérale) | ,317 | ,003 | . |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x14 | Coefficient de corrélation | ,377* | ,603** | ,597** |
| | Sig. (bilatérale) | ,037 | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| التجهيزات_غير_المادية | Coefficient de corrélation | ,501** | ,686** | ,638** |
| | Sig. (bilatérale) | ,004 | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |

Corrélations

| | | x14 | التجهيزات_غير_المادية | |
|-----------------------|-----|----------------------------|-----------------------|--------|
| Rho de Spearman | x8 | Coefficient de corrélation | ,464** | ,692** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,009 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x9 | Coefficient de corrélation | ,418* | ,765** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,019 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x10 | Coefficient de corrélation | ,410* | ,761** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,022 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x11 | Coefficient de corrélation | ,377* | ,501** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,037 | ,004 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x12 | Coefficient de corrélation | ,603** | ,686** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x13 | Coefficient de corrélation | ,597** | ,638** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | x14 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,726** |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| التجهيزات_غير_المادية | | Coefficient de corrélation | ,726** | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | . |
| | | N | 31 | 31 |

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

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

| | | | y1 | y2 | y3 |
|--------------------|----------------------------|----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Rho de Spearman | y1 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,421 [*] | ,461 ^{**} |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,018 | ,009 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y2 | Coefficient de corrélation | ,421 [*] | 1,000 | ,402 [*] |
| | | Sig. (bilatérale) | ,018 | . | ,025 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y3 | Coefficient de corrélation | ,461 ^{**} | ,402 [*] | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,009 | ,025 | . |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y4 | Coefficient de corrélation | ,523 ^{**} | ,330 | ,663 ^{**} |
| | | Sig. (bilatérale) | ,003 | ,069 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y5 | Coefficient de corrélation | ,556 ^{**} | ,502 ^{**} | ,650 ^{**} |
| | | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,004 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة التكنولوجية | Coefficient de corrélation | ,521 ^{**} | ,642 ^{**} | ,855 ^{**} | |
| | Sig. (bilatérale) | ,003 | ,000 | ,000 | |
| | N | 31 | 31 | 31 | |

Corrélations

| | | | y4 | y5 | اليقظة التكنولوجية |
|--------------------|----------------------------|----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Rho de Spearman | y1 | Coefficient de corrélation | ,523 ^{**} | ,556 ^{**} | ,521 ^{**} |
| | | Sig. (bilatérale) | ,003 | ,001 | ,003 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y2 | Coefficient de corrélation | ,330 | ,502 ^{**} | ,642 ^{**} |
| | | Sig. (bilatérale) | ,069 | ,004 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y3 | Coefficient de corrélation | ,663 ^{**} | ,650 ^{**} | ,855 ^{**} |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y4 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,546 ^{**} | ,770 ^{**} |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,002 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y5 | Coefficient de corrélation | ,546 ^{**} | 1,000 | ,834 ^{**} |
| | | Sig. (bilatérale) | ,002 | . | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة التكنولوجية | Coefficient de corrélation | ,770 ^{**} | ,834 ^{**} | 1,000 | |

| | | | | |
|--|-------------------|------|------|----|
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | . |
| | N | 31 | 31 | 31 |

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

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

Corrélations

| | | | y11 | y12 | y13 |
|------------------|-----|----------------------------|-------|--------|--------|
| Rho de Spearman | y11 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,181 | ,158 |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,329 | ,397 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y12 | Coefficient de corrélation | ,181 | 1,000 | ,478** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,329 | . | ,007 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y13 | Coefficient de corrélation | ,158 | ,478** | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,397 | ,007 | . |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y14 | Coefficient de corrélation | ,448* | ,558** | ,500** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,011 | ,001 | ,004 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y15 | Coefficient de corrélation | ,216 | ,742** | ,600** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,244 | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة_ التجارية | | Coefficient de corrélation | ,334 | ,859** | ,678** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,066 | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |

Corrélations

| | | | y14 | y15 | اليقظة_ التجارية |
|-----------------|-----|----------------------------|--------|--------|------------------|
| Rho de Spearman | y11 | Coefficient de corrélation | ,448* | ,216 | ,334 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,011 | ,244 | ,066 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y12 | Coefficient de corrélation | ,558** | ,742** | ,859** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y13 | Coefficient de corrélation | ,500** | ,600** | ,678** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,004 | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y14 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,546** | ,722** |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,002 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y15 | Coefficient de corrélation | ,546** | 1,000 | ,852** |

| | | | | |
|-----------------|----------------------------|--------|--------|-------|
| | Sig. (bilatérale) | ,002 | . | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة_التجارية | Coefficient de corrélation | ,722** | ,852** | 1,000 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | . |
| | N | 31 | 31 | 31 |

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

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

Corrélations

| | | | y16 | y17 | y18 |
|-----------------|----------------|----------------------------|--------|--------|--------|
| Rho de Spearman | y16 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,444* | ,340 |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,012 | ,061 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y17 | Coefficient de corrélation | ,444* | 1,000 | ,412* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,012 | . | ,021 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y18 | Coefficient de corrélation | ,340 | ,412* | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,061 | ,021 | . |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y19 | Coefficient de corrélation | ,229 | ,269 | ,451* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,216 | ,144 | ,011 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y20 | Coefficient de corrélation | ,452* | ,137 | ,548** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,011 | ,463 | ,001 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | اليقظة_البيئية | Coefficient de corrélation | ,666** | ,548** | ,613** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,001 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |

Corrélations

| | | | y19 | y20 | اليقظة_البيئية |
|-----------------|-----|----------------------------|-------|--------|----------------|
| Rho de Spearman | y16 | Coefficient de corrélation | ,229 | ,452* | ,666** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,216 | ,011 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y17 | Coefficient de corrélation | ,269 | ,137 | ,548** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,144 | ,463 | ,001 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y18 | Coefficient de corrélation | ,451* | ,548** | ,613** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,011 | ,001 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y19 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,339 | ,501** |

| | | | | | |
|----------------|--|----------------------------|--------|--------|--------|
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,062 | ,004 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| y20 | | Coefficient de corrélation | ,339 | 1,000 | ,727** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,062 | . | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة_البيئية | | Coefficient de corrélation | ,501** | ,727** | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,004 | ,000 | . |
| | | N | 31 | 31 | 31 |

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

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

Corrélations

| | | | y6 | y7 | y8 |
|-----------------|------------------|----------------------------|--------|--------|--------|
| Rho de Spearman | y6 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,576** | ,271 |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,001 | ,140 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y7 | Coefficient de corrélation | ,576** | 1,000 | ,590** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,001 | . | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y8 | Coefficient de corrélation | ,271 | ,590** | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,140 | ,000 | . |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y9 | Coefficient de corrélation | ,193 | ,511** | ,615** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,297 | ,003 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y10 | Coefficient de corrélation | ,244 | ,494** | ,452* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,185 | ,005 | ,011 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | اليقظة_التنافسية | Coefficient de corrélation | ,405* | ,839** | ,742** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,024 | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |

Corrélations

| | | | y9 | y10 | اليقظة_التنافسية |
|-----------------|----|----------------------------|--------|--------|------------------|
| Rho de Spearman | y6 | Coefficient de corrélation | ,193 | ,244 | ,405* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,297 | ,185 | ,024 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y7 | Coefficient de corrélation | ,511** | ,494** | ,839** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,003 | ,005 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | y8 | Coefficient de corrélation | ,615** | ,452* | ,742** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,011 | ,000 |

| | | | | |
|------------------|----------------------------|--------|--------|--------|
| | N | 31 | 31 | 31 |
| y9 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,336 | ,686** |
| | Sig. (bilatérale) | . | ,064 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| y10 | Coefficient de corrélation | ,336 | 1,000 | ,746** |
| | Sig. (bilatérale) | ,064 | . | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة التنافسية | Coefficient de corrélation | ,686** | ,746** | 1,000 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | . |
| | N | 31 | 31 | 31 |

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

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

| | | | x1 | x2 | x3 | x4 | x5 | x6 |
|-----------------|----|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Rho de Spearman | x1 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,753** | ,536** | ,441* | ,491** | ,374* |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,000 | ,002 | ,013 | ,005 | ,038 |
| | | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| | x2 | Coefficient de corrélation | ,753** | 1,000 | ,595** | ,579** | ,767** | ,519** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | . | ,000 | ,001 | ,000 | ,003 |
| | | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| | x3 | Coefficient de corrélation | ,536** | ,595** | 1,000 | ,683** | ,614** | ,576** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,002 | ,000 | . | ,000 | ,000 | ,001 |
| | | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| | x4 | Coefficient de corrélation | ,441* | ,579** | ,683** | 1,000 | ,576** | ,486** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,013 | ,001 | ,000 | . | ,001 | ,006 |
| | | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| | x5 | Coefficient de corrélation | ,491** | ,767** | ,614** | ,576** | 1,000 | ,610** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,005 | ,000 | ,000 | ,001 | . | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| | x6 | Coefficient de corrélation | ,374* | ,519** | ,576** | ,486** | ,610** | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,038 | ,003 | ,001 | ,006 | ,000 | . |
| | | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |

| | | | | | | | |
|----------------------------------|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| x7 | Coefficient de corrélation | ,578** | ,438* | ,444* | ,587** | ,406* | ,430* |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,014 | ,012 | ,001 | ,024 | ,016 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x8 | Coefficient de corrélation | ,491** | ,527** | ,631** | ,589** | ,592** | ,602** |
| | Sig. (bilatérale) | ,005 | ,002 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x9 | Coefficient de corrélation | ,374* | ,436* | ,358* | ,288 | ,426* | ,543** |
| | Sig. (bilatérale) | ,038 | ,014 | ,048 | ,116 | ,017 | ,002 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x10 | Coefficient de corrélation | ,509** | ,700** | ,603** | ,579** | ,552** | ,447* |
| | Sig. (bilatérale) | ,003 | ,000 | ,000 | ,001 | ,001 | ,012 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x11 | Coefficient de corrélation | ,570** | ,411* | ,648** | ,546** | ,346 | ,388* |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,022 | ,000 | ,001 | ,057 | ,031 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x12 | Coefficient de corrélation | ,344 | ,471** | ,503** | ,445* | ,329 | ,382* |
| | Sig. (bilatérale) | ,058 | ,008 | ,004 | ,012 | ,071 | ,034 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x13 | Coefficient de corrélation | ,376* | ,258 | ,525** | ,271 | ,282 | ,378* |
| | Sig. (bilatérale) | ,037 | ,161 | ,002 | ,140 | ,125 | ,036 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x14 | Coefficient de corrélation | ,511** | ,487** | ,569** | ,430* | ,368* | ,293 |
| | Sig. (bilatérale) | ,003 | ,006 | ,001 | ,016 | ,042 | ,109 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| تكنولوجيا المعلومات و الاتصال | Coefficient de corrélation | ,597** | ,700** | ,817** | ,641** | ,639** | ,561** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,001 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |

Corrélations

| | | x7 | x8 | x9 | x10 | x11 | x12 | |
|-----------------|----|----------------------------|--------|--------|-------|--------|--------|------|
| Rho de Spearman | x1 | Coefficient de corrélation | ,578** | ,491** | ,374* | ,509** | ,570** | ,344 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,005 | ,038 | ,003 | ,001 | ,058 |

| | | | | | | | |
|-----|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x2 | Coefficient de corrélation | ,438* | ,527** | ,436* | ,700** | ,411* | ,471** |
| | Sig. (bilatérale) | ,014 | ,002 | ,014 | ,000 | ,022 | ,008 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x3 | Coefficient de corrélation | ,444* | ,631** | ,358* | ,603** | ,648** | ,503** |
| | Sig. (bilatérale) | ,012 | ,000 | ,048 | ,000 | ,000 | ,004 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x4 | Coefficient de corrélation | ,587** | ,589** | ,288 | ,579** | ,546** | ,445* |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,000 | ,116 | ,001 | ,001 | ,012 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x5 | Coefficient de corrélation | ,406* | ,592** | ,426* | ,552** | ,346 | ,329 |
| | Sig. (bilatérale) | ,024 | ,000 | ,017 | ,001 | ,057 | ,071 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x6 | Coefficient de corrélation | ,430* | ,602** | ,543** | ,447* | ,388* | ,382* |
| | Sig. (bilatérale) | ,016 | ,000 | ,002 | ,012 | ,031 | ,034 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x7 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,512** | ,495** | ,453* | ,324 | ,360* |
| | Sig. (bilatérale) | . | ,003 | ,005 | ,010 | ,075 | ,047 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x8 | Coefficient de corrélation | ,512** | 1,000 | ,599** | ,739** | ,452* | ,523** |
| | Sig. (bilatérale) | ,003 | . | ,000 | ,000 | ,011 | ,003 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x9 | Coefficient de corrélation | ,495** | ,599** | 1,000 | ,574** | ,315 | ,604** |
| | Sig. (bilatérale) | ,005 | ,000 | . | ,001 | ,085 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x10 | Coefficient de corrélation | ,453* | ,739** | ,574** | 1,000 | ,491** | ,491** |
| | Sig. (bilatérale) | ,010 | ,000 | ,001 | . | ,005 | ,005 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x11 | Coefficient de corrélation | ,324 | ,452* | ,315 | ,491** | 1,000 | ,123 |
| | Sig. (bilatérale) | ,075 | ,011 | ,085 | ,005 | . | ,509 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |

| | | | | | | | |
|------------------------------|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| x12 | Coefficient de corrélation | ,360* | ,523** | ,604** | ,491** | ,123 | 1,000 |
| | Sig. (bilatérale) | ,047 | ,003 | ,000 | ,005 | ,509 | . |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x13 | Coefficient de corrélation | ,572** | ,329 | ,399* | ,360* | ,186 | ,517** |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,071 | ,026 | ,046 | ,317 | ,003 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| x14 | Coefficient de corrélation | ,586** | ,464** | ,418* | ,410* | ,377* | ,603** |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,009 | ,019 | ,022 | ,037 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| تكنولوجيا المعلومات والاتصال | Coefficient de corrélation | ,587** | ,694** | ,680** | ,768** | ,597** | ,574** |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,001 |
| | N | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 |

Corrélations

| | | x13 | x14 | تكنولوجيا المعلومات والاتصال | |
|-----------------|----|----------------------------|--------|------------------------------|--------|
| Rho de Spearman | x1 | Coefficient de corrélation | ,376* | ,511** | ,597** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,037 | ,003 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x2 | Coefficient de corrélation | ,258 | ,487** | ,700** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,161 | ,006 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x3 | Coefficient de corrélation | ,525** | ,569** | ,817** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,002 | ,001 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x4 | Coefficient de corrélation | ,271 | ,430* | ,641** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,140 | ,016 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x5 | Coefficient de corrélation | ,282 | ,368* | ,639** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,125 | ,042 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x6 | Coefficient de corrélation | ,378* | ,293 | ,561** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,036 | ,109 | ,001 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x7 | Coefficient de corrélation | ,572** | ,586** | ,587** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,001 | ,001 |
| | | N | 31 | 31 | 31 |
| | x8 | Coefficient de corrélation | ,329 | ,464** | ,694** |

| | | | | |
|------------------------------|----------------------------|--------|--------|--------|
| | Sig. (bilatérale) | ,071 | ,009 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x9 | Coefficient de corrélation | ,399* | ,418* | ,680** |
| | Sig. (bilatérale) | ,026 | ,019 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x10 | Coefficient de corrélation | ,360* | ,410* | ,768** |
| | Sig. (bilatérale) | ,046 | ,022 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x11 | Coefficient de corrélation | ,186 | ,377* | ,597** |
| | Sig. (bilatérale) | ,317 | ,037 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x12 | Coefficient de corrélation | ,517** | ,603** | ,574** |
| | Sig. (bilatérale) | ,003 | ,000 | ,001 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x13 | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,597** | ,570** |
| | Sig. (bilatérale) | . | ,000 | ,001 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| x14 | Coefficient de corrélation | ,597** | 1,000 | ,640** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | . | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| تكنولوجيا المعلومات والاتصال | Coefficient de corrélation | ,570** | ,640** | 1,000 |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,000 | . |
| | N | 31 | 31 | 31 |

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

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

الارتباط بين المتغيرات

Corrélations

| | | تكنولوجيا المعلومات و الاتصال | اليقظة التكنولوجية | اليقظة التنافسية |
|------------------------------|------------------------|----------------------------------|--------------------|------------------|
| تكنولوجيا المعلومات والاتصال | Corrélation de Pearson | 1 | ,923** | ,831** |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة التكنولوجية | Corrélation de Pearson | ,923** | 1 | ,777** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة التنافسية | Corrélation de Pearson | ,831** | ,777** | 1 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة التجارية | Corrélation de Pearson | ,860** | ,864** | ,881** |

| | | | | |
|----------------------|------------------------|--------|--------|--------|
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة_ البيئية | Corrélation de Pearson | ,817** | ,826** | ,748** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة_ الاستراتيجية | Corrélation de Pearson | ,923** | ,933** | ,917** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |

Corrélations

| | | اليقظة_ التجارية | اليقظة_ البيئية | اليقظة_ الاستراتيجية |
|--------------------------------|------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| تكنولوجيا_ المعلومات_ والاتصال | Corrélation de Pearson | ,860** | ,817** | ,923** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة_ التكنولوجية | Corrélation de Pearson | ,864** | ,826** | ,933** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة_ التنافسية | Corrélation de Pearson | ,881** | ,748** | ,917** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة_ التجارية | Corrélation de Pearson | 1 | ,818** | ,960** |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة_ البيئية | Corrélation de Pearson | ,818** | 1 | ,908** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | | ,000 |
| | N | 31 | 31 | 31 |
| اليقظة_ الاستراتيجية | Corrélation de Pearson | ,960** | ,908** | 1 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | |
| | N | 31 | 31 | 31 |

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

تكنولوجيا_ المعلومات_ و
الاتصال

| | | | |
|-----------------|--------------------------------|----------------------------|--------|
| Rho de Spearman | تكنولوجيا_ المعلومات_ والاتصال | Coefficient de corrélation | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | . |
| | | N | 31 |
| | اليقظة_ التكنولوجية | Coefficient de corrélation | ,772** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | | N | 31 |
| | اليقظة_ التنافسية | Coefficient de corrélation | ,611** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | | N | 31 |

| | | |
|---------------------|----------------------------|--------|
| اليقظة_التجارية | Coefficient de corrélation | ,553** |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 |
| | N | 31 |
| اليقظة_البيئية | Coefficient de corrélation | ,432* |
| | Sig. (bilatérale) | ,015 |
| | N | 31 |
| اليقظة_الاستراتيجية | Coefficient de corrélation | ,695** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 31 |

Corrélations

| | | | اليقظة_التكنولوجية | اليقظة_التنافسية |
|-----------------|------------------------------|----------------------------|--------------------|------------------|
| Rho de Spearman | تكنولوجيا_المعلومات_والاتصال | Coefficient de corrélation | ,772** | ,611** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |
| | اليقظة_التكنولوجية | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,481** |
| | | Sig. (bilatérale) | . | ,006 |
| | | N | 31 | 31 |
| | اليقظة_التنافسية | Coefficient de corrélation | ,481** | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | ,006 | . |
| | | N | 31 | 31 |
| | اليقظة_التجارية | Coefficient de corrélation | ,630** | ,541** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,002 |
| | | N | 31 | 31 |
| | اليقظة_البيئية | Coefficient de corrélation | ,482** | ,488** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,006 | ,005 |
| | | N | 31 | 31 |
| | اليقظة_الاستراتيجية | Coefficient de corrélation | ,770** | ,763** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 |
| | | N | 31 | 31 |

Corrélations

| | | | اليقظة_التجارية | اليقظة_البيئية |
|-----------------|------------------------------|----------------------------|-----------------|----------------|
| Rho de Spearman | تكنولوجيا_المعلومات_والاتصال | Coefficient de corrélation | ,553** | ,432* |
| | | Sig. (bilatérale) | ,001 | ,015 |
| | | N | 31 | 31 |
| | اليقظة_التكنولوجية | Coefficient de corrélation | ,630** | ,482** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,006 |
| | | N | 31 | 31 |
| | اليقظة_التنافسية | Coefficient de corrélation | ,541** | ,488** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,002 | ,005 |
| | | N | 31 | 31 |

| | | | |
|---------------------|----------------------------|--------|--------|
| اليقظة_التجارية | Coefficient de corrélation | 1,000 | ,681** |
| | Sig. (bilatérale) | . | ,000 |
| | N | 31 | 31 |
| اليقظة_البيئية | Coefficient de corrélation | ,681** | 1,000 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | . |
| | N | 31 | 31 |
| اليقظة_الاستراتيجية | Coefficient de corrélation | ,863** | ,796** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 |
| | N | 31 | 31 |

Corrélations

| | | اليقظة_الاستراتيجية | |
|-----------------|------------------------------|----------------------------|--------|
| Rho de Spearman | تكنولوجيا_المعلومات والاتصال | Coefficient de corrélation | ,695** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | | N | 31 |
| | اليقظة_التكنولوجية | Coefficient de corrélation | ,770** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | | N | 31 |
| | اليقظة_التنافسية | Coefficient de corrélation | ,763** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | | N | 31 |
| | اليقظة_التجارية | Coefficient de corrélation | ,863** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | | N | 31 |
| | اليقظة_البيئية | Coefficient de corrélation | ,796** |
| | | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | | N | 31 |
| | اليقظة_الاستراتيجية | Coefficient de corrélation | 1,000 |
| | | Sig. (bilatérale) | . |
| | | N | 31 |

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

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

الملحق رقم 05: إستمارة قبول التبرص



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
Université chadli benjedid - el tarf
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
Faculté Des Sciences Economiques, Commerciales Et Sciences De Gestion
قسم علوم التسيير
Département Des Sciences De Gestion



الطارف في : 2024/03/18

رقم : 04... احش ب ج / ك ع / ا ق ع ت / 2024

إلى السيد / المدير العملي للاتصالات
بالتاريخ

الموضوع : تصريح بإجراء تبرص

فلي إطار استكمال طلبية السنة الثانية ماستر مساهمهم الدراسي وفق متطلبات التخرج والتحضير للذكرة التخرج، نطلب من سيادتكم إفادتهم من الرصيد الوثائقي والخبرات الموجودة على مستوى هيئتهم، والصماح للطلبية الآتية أسماءهم من إعداد تبرص من قسم الأبحاث :

الطالب (ة) : كدهان آحيد

الطالب (ة) :

وعليه فإننا نتمس منكم أخذ هذا الطلب بعين الاعتبار، وذلك لتأكيد التحصيل العلمي والميداني للطلبة في ظل الإمكانيات المتاحة والقوانين المعمول بها.

تقبلوا مننا فائق الاحترام والتقدير

رئيس القسم
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
رئيس مكالمة بسم علوم التسيير
الطالبة كفاقي

امضاء وختم الهيئة المستقبلة
Chef Département
Ressources Humaines
BELAD Siham