



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



الموضوع:

دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي بالمؤسسة
الجزائرية
دراسة حالة: الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري - بسكرة -

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في

شعبة علوم التسيير

تخصص: إدارة استراتيجية

الأستاذ (ة) المشرف (ة)

- ربيع المسعود.

من إعداد الطالب (ة):

- إبراهيم علوي.

- عمارة أكرم.

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ التعليم العالي	- قريشي محمد
بسكرة	مقررا	- أستاذ التعليم العالي	- ربيع المسعود
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر - أ.	- بن صوشة رياض

الموسم الجامعي: 2021-2022



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



الموضوع:

دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي بالمؤسسة
الجزائرية
دراسة حالة: الشركة الوطنية نفطال الفرع التجاري - بسكرة -

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في

شعبة علوم التسيير

تخصص: إدارة استراتيجية

الأستاذ (ة) المشرف (ة)

- ربيع المسعود.

من إعداد الطالب (ة):

- إبراهيم علوي.

- أكرم عمارة.

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	- قريشي محمد
بسكرة	مقررا	أستاذ التعليم العالي	- ربيع المسعود
بسكرة	مناقشا	أستاذ محاضر - أ.	- بن صوشة رياض

الموسم الجامعي: 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

1438

شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين،
أما بعد نشكر الله عز وجل

الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل المتواضع في يسر وعافية، كما نسأله سبحانه وتعالى أن ينفعنا مما
علمنا وأن يزيدنا علما ويحفزنا على المزيد وكما ورد

في قول الرسول صلى الله عليه وسلم

«لا يشكر الله من لا يشكر الناس»

لذا نتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ المشرف ربيع السعود على جميع نصائحه وتوجيهاته لجعل هذا
البحث أفضل

كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى جميع أساتذة كلية الاقتصاد الذين سهروا من أجل تكويننا
الجيد خلال طول الفترة الجامعية وإلى طلبة قسم علوم التسيير

كما نهدى عملنا المتواضع هذا إلى ولدينا الغاليين إلى من مهد لنا الطريق وعلمنا الكفاح والمبادئ
الإنسانية

وإلى من ساعدنا ووقف إلى جانبي وكان سنداً لي في هذا المجهود الغالي

إلى من علمنا الصبر وكان سر نجاحنا

في الأخير نشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع من قريب أو بعيد

الملخص باللغة العربية

إن الهدف من خلال هذه الدراسة التعرف على دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي لدى العاملين بالمؤسسة الجزائرية وخاصة العاملين بالشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري (مقاطعة التسويق) بسكرة هذا من جهة، ومن جهة أخرى إلى تقصي وضع اليقظة الإستراتيجية والتفكير الإبداعي بالشركة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة كأداة لجمع البيانات واستخدام الاختبارات والأدوات الإحصائية المناسبة ضمن برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.V 20)، وقد تم توزيع الإستبانة على جميع عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري -بسكرة- وتم إسترداد 50 إستبانة وكانت 36 منها صالحة للتحليل، وقد استغرقت الدراسة الميدانية حوالي أسبوع.

وبعد جمع البيانات وتحليلها توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية بأبعادها المختلفة والتفكير الإبداعي لدى عينة الدراسة من عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والتفكير الإبداعي لدى عينة الدراسة من عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والتفكير الإبداعي لدى عينة الدراسة من عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والتفكير الإبداعي لدى عينة الدراسة من عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة البيئية والتفكير الإبداعي لدى عينة الدراسة من عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-.

كما قدمت الدراسة جملة من التوصيات منها ضرورة فهم مكونات نظام اليقظة الإستراتيجية من أجل العمل على تعزيزها بما يخدم التفكير الإبداعي لعاملين وبالتالي تحقيق أهداف المؤسسة، وعلى هذه الأخيرة أن تولي اهتمامها صوب التفكير الإبداعي وذلك لما يتضمنه من آثار إيجابية على مستوى المؤسسة.

الكلمات المفتاحية: اليقظة الإستراتيجية، التفكير الإبداعي، اليقظة البيئية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة التنافسية.

Summary In English

The aim through this study is to identify the role of strategic vigilance in promoting creative thinking among the workers in the Algerian company, especially the workers of the National NEFTAL Company, the commercial branch (marketing district) in Biskra, on the one hand, and on the other hand, to investigate the development of strategic vigilance and creative thinking in the company, and to achieve the objectives of the study. A questionnaire was designed as a tool for data collection and the use of appropriate statistical tests and tools within the Statistical Package for Social Sciences (SPSS.V 20), and the form was distributed to all workers of the National Naftal Company, the commercial branch - Biskra - and 50 questionnaires were retrieved and 36 of them were valid for analysis. The field study took about a week.

After collecting and analyzing the data, the study reached the following conclusions:

- There is a statistically significant relationship between strategic vigilance with its various dimensions and creative thinking among the study sample of the workers of the National NEFTAL Company, the commercial branch - Biskra -.
- There is a statistically significant relationship between technological vigilance and creative thinking among the study sample of the workers of the National NEFTAL Company, the commercial branch - Biskra -.
- There is a statistically significant relationship between competitive vigilance and creative thinking among the study sample of the workers of the National NEFTAL Company, the commercial branch - Biskra -.
- There is a statistically significant relationship between commercial vigilance and creative thinking among the study sample of the workers of the National NEFTAL Company, the commercial branch - Biskra -.
- There is a statistically significant relationship between environmental vigilance and creative thinking among the study sample of the workers of the National NEFTAL Company, the commercial branch - Biskra -.

The study also presented a number of recommendations, including the need to understand the components of the strategic vigilance system in order to work on strengthening them to serve the creative thinking of employees and thus achieve the goals of the institution, and the latter should pay attention to creative thinking because of the positive effects it contains at the level of the institution.

Keywords: strategic vigilance, creative thinking, environmental vigilance, technological vigilance, commercial vigilance, competitive vigilance.

قائمة

الجداول والأشكال

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
45	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01-03
46	توزيع أفراد العينة حسب العمر	02-03
47	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	03-03
48	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة	04-03
49	درجات مقياس ليكارت	05-03
51	معامل الصدق والثبات	06-03
52	اختبار التوزيع الطبيعي	07-03
54	مقياس الحكم على إجابات الأفراد	08-03
54	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور اليقظة الاستراتيجية	09-03
57	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور التفكير الإبداعي	10-03
59	مصفوفة الارتباط بيرسون بين متغيرات الدراسة	11-03
60	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية	12-03
60	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي	13-03
61	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار العلاقة بين اليقظة التكنولوجية والتفكير الإبداعي	14-03
61	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار العلاقة بين اليقظة التنافسية والتفكير الإبداعي	15-03
62	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار العلاقة بين اليقظة التجارية والتفكير الإبداعي	16-03
62	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار العلاقة بين اليقظة البيئية والتفكير الإبداعي	17-03
63	نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار العلاقة بين اليقظة البيئية والتفكير الإبداعي	18-03

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
ع	نموذج الدراسة	01-00
13	مهارات التفكير الإبداعي	01-01
16	مراحل عملية التفكير الإبداعي	02-01
26	العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاستراتيجي	01-02
30	أنواع اليقظة الاستراتيجية الأربعة وفق نموذج القوى التنافسية لبورتر	02-02
41	الهيكل التنظيمي لمقاطعة نفضال	01-03
45	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	02-03
46	توزيع أفراد العينة حسب العمر	03-03
47	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	04-03
48	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة	05-03
53	التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	06-03

قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق
01	استبانة الدراسة
02	قائمة الأساتذة محكمي الاستبانة
03	طلب مساعدة لإستكمال مذكرة التخرج
04	مخرجات برنامج Spss.20

المقدمة العامة

1. تمهيد

يشهد عالم اليوم ثورة معلوماتية ورقمية جعلت بيئة عالم اليوم تتميز بالديناميكية والسرعة للتغيير، وبذلك أصبح على الدول مواكبة التطور الحاصل لمواجهة مختلف التحديات سواء العولمة والانفتاح والتطورات المتسارعة والتقدم التكنولوجي وغيرها، هذا التغيير يعد تذكرة وصول الدول إلى التنمية المنشودة، والإنسان جوهر هذه التنمية ووسيلتها وأساس تطور وتقدم المجتمعات إذا ما أحسن إعداده وتأهيله وتنميته.

وفي ضوء التغيرات السريعة التي يشهدها عالم اليوم، حظي التفكير الإبداعي باهتمام بالغ لما له من أثر في تقدم المجتمعات وتطورها، فالتقدم العلمي والمعرفي والاختراعات والاكتشافات الحديثة المختلفة ما هي إلا نتاج المفكرين يضاف إلى ذلك ما للتفكير الإبداعي من أثر في إيماء شخصية الفرد وتحريره من النماذج التقليدية في التفكير وإكسابه مهارات تجعله متمكنا من سلوك المسارات البديلة وطرح حلول جديدة للمشكلات التي تواجهه مما يسهم بدوره في مواجهة التحديات التي يشهدها العالم.

وفي ظل هذه التغيرات، أصبحت المعلومات بمثابة مورد أساسي واستراتيجي يتيح القدرة على الاستجابة لمتطلبات السوق بسرعة أكبر لمن يتحكم فيه، ومن هنا تظهر حاجة وأهمية إرساء وتبني المؤسسة لنظام يعمل على رصد الإشارات الضعيفة لكل ما يحدث في البيئة المحيطة بها بشكل دائم ومستمر، هذا النظام يتمثل في اليقظة الاستراتيجية التي أصبحت ضرورة ذات دور فعال في توفير المعلومات اللازمة عن مختلف عناصر بيئة أعمال المؤسسة (عن المنافسين، العملاء، التكنولوجيا) وفي جوانب عديدة من المنتجات، الاستراتيجيات، التكنولوجيات المستعملة، وكل ما يؤثر على التنافس بصفة عامة، حيث يسهل نظام اليقظة الاستراتيجية عملية كشف المعلومات الاستراتيجية التي تمكن المؤسسة من التفتن للفرص والتهديدات التي تصادفها.

ومن هنا أصبح اعتماد المؤسسة على نظام اليقظة الاستراتيجية أمرا حيويا، فهي لا تسمح فقط باستغلال الفرص وتجنب التهديدات، وإنما تسمح بمواكبة التطورات المتسارعة التكنولوجية والمعلوماتية، فالمؤسسة الراشدة تستغل المعلومات التي يوفرها نظام اليقظة من أجل تحسين جودة منتجاتها وخدماتها مع العمل على وضع ميكانيزمات تساهم في فهم أفضل للأسواق وآلية عملها وتفعيل التكنولوجيا لتعظيم وزيادة أرباحها، إلا أن تحقيق هذه الأهداف لا يمكن تحقيقه إلا من خلال توجيه الاهتمام نحو عملية الإبداع، باعتباره من أهم الأساليب الناجحة لتطوير وخلق حلول وأفكار وكذا منتجات وخدمات جديدة، تمكن المؤسسة من الاستمرارية والنمو وتحقيق التميز في مجال نشاطها، لذا يجب على المؤسسة الحرص على توفير جو مناخي يسمح بتعزيز التفكير الإبداعي بداخلها وتوفير مختلف متطلباته.

2. طرح الإشكالية والأسئلة البحثية

• الإشكالية الرئيسية:

ومما تقدم يمكننا ملاحظة كيف يمكن للمنظمات اعتماد كل من اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي في آن واحد بشكل مخطط موجه لتحقيق أهدافها أولا، الاستجابة الكفؤة لمتطلبات المرحلة الراهنة وتحدياتها وتحقيق ميزة تنافسية ثانيا.

وعلى هذا الأساس أمكن صياغة إشكالية الدراسة التالية:

هل لليقظة الاستراتيجية دور في تعزيز التفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة؟

• الأسئلة الفرعية:

لذلك فإن دراستنا هذه تحاول سد جزء من ذلك الفراغ عن طريق الإجابة عن جملة من الأسئلة الفرعية التي تنبثق ضمن هذه الإشكالية وتمثل في:

- ✓ ما مدى اعتماد المؤسسة محل الدراسة على أنواع اليقظة الاستراتيجية؟
- ✓ ما مستوى التفكير الإبداعي لدى موظفي المؤسسة محل الدراسة؟
- ✓ هل توجد علاقة ارتباطية بين اليقظة الاستراتيجية بأنواعها (الاستراتيجية، التنافسية، التجارية، البيئية) والتفكير الإبداعي لموظفي المؤسسة محل الدراسة؟
- ✓ هل يوجد دور لليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة؟
- ✓ هل يوجد دور لليقظة التنافسية في تعزيز التفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة؟
- ✓ هل يوجد دور لليقظة التجارية في تعزيز التفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة؟
- ✓ هل يوجد دور لليقظة البيئية في تعزيز التفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة؟

3. الدراسات السابقة

• الدراسات التي تناولت موضوع اليقظة الاستراتيجية

الدراسة الأولى: بوخریصة خديجة (2014/2015)، بعنوان:

اليقظة الاستراتيجية ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر رام مستغانم - رسالة

ماجستير في إدارة الأعمال

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة اليقظة الاستراتيجية ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، وقد تمثلت عينة الدراسة 32 موظف من المؤسسة باختلاف وظائفهم باعتبارهم كطرف في عملية اليقظة، ولقد تم استرجاع جميع الاستثمارات بعد أربعة أيام من توزيعها ولقد تم انتقاؤها ووجدت 30 استمارة صالحة والأخرى متناقضة وناقصة، وهذه العينة تعادل نسبة 12% من مجتمع الدراسة الكلي.

وتوصلت إلى أن مؤسسة تكرير السكر رام مستغانم تقوم بعملية اليقظة الاستراتيجية لكن بأسلوب عشوائي وعدم اعتمادها على نظام مهيكّل، إلا أنّها تحرص على تتبع بيئتها وترصد كل ما يحدث فيها وهذا ما جعلها تحصل على مزايا تنافسية أهمها:

- حيازة المعلومات اللازمة حسب احتياجاتها والتي تمكنها من اختيار القرار السديد.
- إحداث التغيير الملائم، الاهتمام بالزبائن وكسب ولائهم، والتقليل من حالة عدم التأكد البيئي وتحقيق الميزة التنافسية وبالتالي هذا ما يعزز من تنافسية المؤسسة.

المقدمة العامة

الدراسة الثانية: زواو ضياء الدين (2012/2013)، بعنوان:

دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة-دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية-، رسالة ماجستير في علوم التسيير.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسات من خلال إبراز دور كل من اليقظة التنافسية، البيئية، التجارية، التكنولوجية في تحسين تنافسية المؤسسة، بالتأثير على أحد العوامل التنافسية من التفوق على المنافسين، الإبداع والابتكار وبناء علاقة دائمة مع العملاء. وقد أجريت هذه الدراسة على 30 مؤسسة اقتصادية بولايي سطيف و برج بوعريريج.

وقد توصلت الدراسة إلى ممارسة المؤسسات محل الدراسة ليقظة غير منظمة في شكل دراسة للمحيط الخارجي بالارتكاز على جمع معلومات روتينية عادية من مصادر غير رسمية في الغالب.

• الدراسة التي تناولت موضوع التفكير الإبداعي

الدراسة الأولى: دراسة نانسي محمد جميل الخرابشة (2018)، بعنوان:

أثر استخدام بعض مهارات التفكير الإبداعي في تحصيل طلبة الصف الثالث الأساسي والاحتفاظ بالمعلومة في تدريس مادة العلوم في المدارس الخاصة في العاصمة عمان-رسالة ماجستير في المناهج وطرق التدريس-.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام بعض مهارات التفكير الإبداعي في تحصيل طلبة الصف الثالث الأساسي والاحتفاظ بالمعلومة في تدريس مادة العلوم في المدارس الخاصة في العاصمة عمان. ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الباحثة المنهج شبه التجريبي، وتكونت عينة الدراسة من 42 طالبا وطالبة تم اختيارهم قصديا من مدرستين من المدارس الخاصة في العاصمة عمان تم توزيع استبيان الدراسة عليهم.

وباستخدام الوسائل الإحصائية المناسبة توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة في تحصيل الطلبة بين المجموعة التجريبية التي تعلمت مهارتي التوسع والمرونة والمجموعة الضابطة التي تعلمت بالطريقة الاعتيادية وكانت الفروق لصالح المجموعة التجريبية.

ومن أهم التوصيات التي جاءت بها كانت ضرورة استخدام معلمي المدارس مهارتي التوسع والمرونة في تدريس مادة العلوم ومواد أخرى لما لها من أثر إيجابي على تحصيل الطلبة.

الدراسة الثانية: العالية كوراد (2021)، بعنوان:

أثر التفكير الإبداعي على التخطيط الاستراتيجي-دراسة ميدانية في شركات الاتصالات العاملة في الأردن-، مجلة أبحاث اقتصادية

وإدارية، المجلد 15، العدد 02، 2021، ص 23-57.

المقدمة العامة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التفكير الإبداعي على التخطيط الاستراتيجي في شركات الاتصالات العاملة في الأردن استهدفت شركات الاتصالات في الأردن، بحيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات، وتكون مجتمع البحث من ثلاث شركات هي: زين وأورانج وأمنية، تم توزيع 287 استبانة على المديرين من هذه الشركات من مستوى الإدارة العليا والوسطى واسترجع منها حوالي 210 استبانة كانت 200 منها صالحة للدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى التفكير الإبداعي والتخطيط الاستراتيجي في شركات الاتصالات العاملة في الأردن جاء بدرجة مرتفعة، إلى جانب وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للتفكير الإبداعي في التخطيط الاستراتيجي بأبعاده.

وأوصت الدراسة بـ:

- ضرورة استمرار شركات الاتصالات في الأردن بتعزيز مستوى التفكير الإبداعي بأبعاده من خلال تبني نهج الطاقة والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات.
- التركيز على توفير مناخ عمل يلتزم فيه جميع العاملين من مختلف المستويات الإدارية بالتفكير الإبداعي وتوفير بيئة عمل تشجع تبني الأفكار البداعية
- الدراسات التي تناولت المتغيرين معاً

دراسة سلمى سريدي نسرين بوجمعة (2018/2019)، بعنوان:

دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي بالمؤسسة-دراسة حالة مؤسسة Condor لصناعة الأجهزة الإلكترونية والكهرو-مترلية بولاية برج بوعرييج-

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور اليقظة الاستراتيجية كعامل استراتيجي مهم في خلق وتعزيز التفكير الإبداعي في المؤسسة، الذي يدعم تحقيق التميز وتدعيم الموقف التنافسي لها، ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وتصميم وتطوير استبانة خاصة لذلك، بحيث شملت عينة الدراسة 51 إطار بمؤسسة Condor لصناعة الأجهزة الإلكترونية والكهرو-مترلية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن المؤسسة محل الدراسة تعتمد بدرجة كبيرة على مختلف أنواع اليقظة الاستراتيجية كما تبين أن لهذه الأخيرة أثر كبير في تعزيز التفكير الإبداعي داخل المؤسسة، حيث تفسر درجة اعتماد المؤسسة على اليقظة ما نسبته (70.7%) من التغيرات التي قد تطرأ على مستوى التفكير الإبداعي للعاملين بها.

وعرجت إلى وضع التوصيات التالية:

- يجب على المؤسسة أن تكون في حالة يقظة دائمة لمتابعة ما يحدث حولها من تغيرات واكتساب القدرة على مواكبتها.
- التركيز على تطوير اليقظة البيئية في المنظمة المبحوثة، حيث كان هذا المشكل الوحيد من أشكال اليقظة الاستراتيجية الذي لم يظهر له أثر معتبر في دعم عملية التفكير الإبداعي في المؤسسة المدروسة.
- ضرورة استغلال الطاقات البشرية وقدراتهم الإبداعية حسن استغلال، وتشجيعهم على المبادرة والابتكار والتطوير.

4. نموذج وفرضيات الدراسة

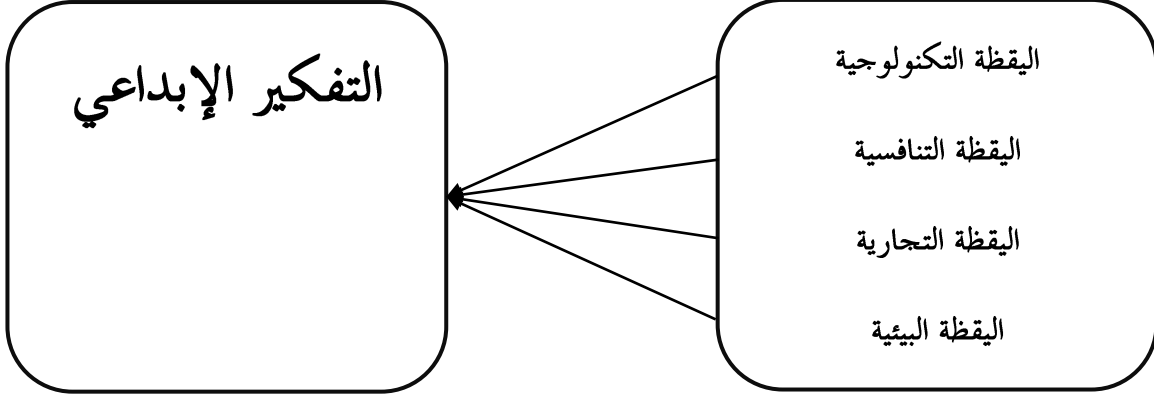
• نموذج الدراسة:

واستكمالاً لمعالجة الدراسة وتحقيق الأهداف المنشودة قمنا بتبني نموذج افتراضي يتكون من متغيرين الأول مستقل يتمثل في اليقظة الاستراتيجية والثاني تابع يتمثل في التفكير الإبداعي وعلى أساس هذين المتغيرين قمنا بصياغة نموذج الدراسة التالي:

الشكل رقم (01): نموذج الدراسة

المتغير التابع: التفكير الإبداعي

المتغير المستقل: اليقظة الاستراتيجية



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على دراسات سابقة

• فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة

$$\alpha = 0.05$$

ويتجزأ عن الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية تعالج كل منها نوع معين من أنواع اليقظة، وجاءت هذه

الفرضيات كما يلي:

• لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى

$$\alpha=0.05$$

• لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة

$$\alpha=0.05$$

• لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة

$$\alpha=0.05$$

المقدمة العامة

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة البيئية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$

5. التموضع الاستمولوجي ومنهجية الدراسة

أولاً: التموضع الاستمولوجي

يهدف الطالبان من خلال هذه الدراسة إلى اعتماد النسقية المركبة لإيجاد مختلف العوامل التي تساعد في دراسة العلاقات سواء أكانت علاقة ارتباط أو تأثير التي تربط بين المتغيرات المفسرة المتمثلة في اليقظة الاستراتيجية والأبعاد المختلفة لها (البيئية، التنافسية، التجارية، التكنولوجية) وهذا بالشكل الذي يحفظ النسق العام لظاهرة التفكير الإبداعي في طابعها التركيبي الكلي المتكامل، اعتقاداً أن وجود اليقظة الاستراتيجية بمختلف أبعادها سواء كلها أو جزء منها سيؤدي إلى تحقيق التفكير الإبداعي داخل المؤسسات، مما يعني أن تأكيد أو نفي هذا الأمر سيكون من خلال الاستقراء والتقصي الميداني الذي يفسره الطلبة من منطلق دراسة للعوامل المختلفة لظاهرة اليقظة الاستراتيجية وأدوارها المختلفة، وبالتالي سيعتمد الطابة في هذه الدراسة على النموذج التفسيري.

ثانياً: منهجية الدراسة

تم استخدام منهجية البحث الوصفي الميداني لتحليلي، فعلى صعيد البحث الوصفي تم الإطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية، وهذا من أجل إدراك ومعرفة الأسس ومنطلقات الإطار النظري، والوقوف عند أهم الدراسات السابقة التي تعتبر خطوة مهمة جداً لضبط إشكالية ونموذج الدراسة التي ينطلق منها الباحث لفهم جيد يثبت من خلاله أهمية موضوعه، ومقارنة النتائج المتوصل إليها فهي بمثابة دعم له، أما من جانب الميداني التحليلي فقد تم إجراء عينة من مجتمع الدراسة، وتم تحليل كامل بياناتها من خلال الإجابة عن الاستبيانات واستخدام الطرق الإحصائية المناسبة، وقد تم الاعتماد على نوعين من البيانات:

- **بيانات أولية:** تم الحصول عليها من خلال استبانة وتوزيعها على عينة البحث، ثم جمعها وفرزها وتفرغها وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS.V.20) وباستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة، بهدف الوصول إلى الدلالات ذات قيمة تخدم أهداف الدراسة وموضوع الدراسة.
- **بيانات ثانوية:** تم الحصول عليها من خلال القيام بمراجعة مختلف الكتب والمجلات والمؤتمرات والرسائل الجامعية سواء الورقية أو الإلكترونية، المتعلقة بالموضوع الخاص بالدراسة بشكل مباشر أو غير مباشر، والتي من خلالها استطاع الطلبة من بناء إطار نظري كدعم لها في جميع مراحل الدراسة، مع استخدام ضوابط التهميش وفقاً لجمعية علم النفس الأمريكية APA الطبعة السادسة.

6. تصميم البحث

أولاً: أهداف الدراسة

- يتجلى الهدف الأساسي لهذه الدراسة في التعرف على مدى مساهمة اليقظة الاستراتيجية بأبعادها المختلفة (التجارية، البيئية، التنافسية، التكنولوجية) في تعزيز التفكير الإبداعي إلى جنب السعي إلى تحقيق جملة من الأهداف التالية:
- إعطاء إطار نظري خاص لكل من اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي أي تناول المفاهيم التنظيمية التي تتعلق بكل من اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي.
 - إسقاط الجانب النظري لليقظة الاستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة.
 - التعرف على أبعاد اليقظة الاستراتيجية على مستوى المؤسسة محل الدراسة.
 - التعرف على طبيعة العلاقة التي تربط بين اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي على مستوى المؤسسة محل الدراسة.
 - توضيح مدى مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي على مستوى المؤسسة محل الدراسة.
 - التوصل إلى مقترحات وتوصيات من شأنها حث المؤسسة على تبني بيئة تنظيمية تتميز باليقظة.

ثانياً:

- نوع الدراسة: تمت الدراسة بناء على علاقة ارتباط بين متغيرين أحدهما مستقل (اليقظة الاستراتيجية) والآخر تابع (التفكير الإبداعي).
- مدى تدخل الباحث: حاول الطلبة الإمام بجميع وكافة الوقائع والأحداث التي تخص ظاهرة الدراسة دون المساس والتغيير فيها أو محاكاتها.
- تخطيط الدراسة: أجريت هذه الدراسة في بيئة غير اصطناعية (طبيعية غير مخططة) أي دراسة الظاهرة على طبيعتها في الواقع.
- وحدة التحليل (مجتمع الدراسة): تم اختيار مجتمع الدراسة والمتمثل في جميع العمال بالشركة الوطنية نفطال الفرع التجاري-بسكرة، اخترنا منهم عين عشوائية مكونة من 55 عامل تم توزيع (50) استبانة تم الاسترداد منها (36) استبانة صالحة للدراسة.
- المدى الزمني: استغرقت الدراسة مدة 27 يوم وهذا لتعقد الإجراءات وضوابط العمل في الشركة الوطنية نفطال أي من 2022/04/18 إلى 2022/05/14.

7. أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة في تسليط الضوء على أحد الموضوعات الإدارية الحديثة في الفكر التنظيمي وهو اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي الذي تزايدت أهميته في المنظمات بصفة عامة، وأصبح على المنظمات تحديد أبعاده والتعامل معها والاستفادة

المقدمة العامة

منها لضمان مواكبة التغيرات المحيطة بها، وبالتالي إبراز دور اليقظة الاستراتيجية كعامل أساسي لاكتشاف وتوفير المعلومات عن البيئة الداخلية والخارجية للمنظمات لخلق المعرفة التي يمكن استغلالها في تعزيز عملية التفكير الإبداعي.

وتتبع أهمية الدراسة من خلال إبرازها لجملة من النقاط التالية:

- إبراز أهمية نظام اليقظة الاستراتيجية كأداة تسيير حديثة تعمل على تحقيق السبق وتوفير مزايا تنافسية وخلق العمليات الإبداعية وتنميتها.
- إبراز مفهوم التفكير الإبداعي كعملية عقلية تؤدي إلى استنتاج حلول وأفكار.
- إبراز الدور الذي تلعبه اليقظة الاستراتيجية بكل أبعادها (التنافسية، التكنولوجية، البيئية، التجارية) في تعزيز التفكير الإبداعي.
- التعرف على واقع اليقظة بالمؤسسات الجزائرية في ظل تحديات العولمة والانفتاح الاقتصادي.

8. خطة مختصرة للدراسة

الفصل التمهيدي: الإطار العام للدراسة

1. مقدمة (تمهيد)
2. طرح الإشكالية والأسئلة البحثية
3. الدراسات السابقة
4. نموذج وفرضيات الدراسة
5. التوضع الإستمولوجي ومنهجية الدراسة
6. تصميم البحث
7. أهمية الدراسة
8. خطة مختصرة للدراسة

الفصل الأول: مدخل مفاهيمي لـ التفكير الإبداعي

المبحث الأول: ماهية التفكير الإبداعي

المبحث الثاني: أساسيات حول التفكير الإبداعي

المبحث الثالث: مراحل التفكير الإبداعي ومعوقاته

الفصل الثاني: مدخل مفاهيمي لـ اليقظة الاستراتيجية

المبحث الأول: ماهية اليقظة الاستراتيجية

المبحث الثاني: أبعاد اليقظة الاستراتيجية

المقدمة العامة

المبحث الثالث: مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

الفصل الأول:
مدخل مفاهيمي للتفكير
الإبداعي

يمثل التفكير الإبداعي أعقد أنواع السلوك البشري، فهو أحد أهم الأركان التي تعتمد عليها المنظمات التي تهدف إلى تقديم كل ما هو فريد ونوعي فضلاً عن اختلاف أشكالها وأنواعها، وفي ضوء ذلك فهو يحظى باهتمام كبير لدى الباحثين ورجال الأعمال، نظراً لكونه يعتبر من العوامل المهمة التي ترغب المنظمات الفاعلة توليده والاهتمام به، فليس غريب أن نجد أن التفكير الإبداعي نشاط إنساني ذهني متميز يؤدي إلى إنتاج أفكار وحلول جديدة مبتكرة للمشكلات النظرية أو التطبيقية في أي مجال من المجالات العلمية أو الدنيوية، لما يتسم من خصوصية تهيتها للظروف المساعدة لنمو الشخص نمواً متكاملًا من جميع النواحي الشخصية، العقلية، الخلقية، الجسدية والروحية.

ولإحاطة بجوانب التفكير الإبداعي ومفهومه وأهم الأبعاد المكونة له والنظريات الخاصة به، قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى

المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية التفكير الإبداعي

المبحث الثاني: أساسيات حول التفكير الإبداعي

المبحث الثالث: مراحل التفكير الإبداعي ومعوقاته

المبحث الأول: ماهية التفكير الإبداعي

يعتبر التفكير الإبداعي ظاهره متعددة الأوجه، أكثر من إعتباره مفهوماً نظرياً أحادياً محدد التعريف، وربما يرجع ذلك إلى أن العمليات العقلية المعرفية المستخدمة في الإبداع تعتمد على درجة عالية من الغموض والتعقيد، ولما كانت مصطلحات الإبداع نتاج الحياة المعاصرة، فالصراع بين الجديد والقديم أو بين التقليد والإبداع كان دائماً قوة فاعلة في التاريخ، قد تحتدم في عصر أكثر من غيره، ولكنها لا تتوقف كلياً، لذا تعددت تلك المصطلحات بتعدد وجهات النظر الشخصية المتخصصة في ذلك.

وبناءً على هذا سوف نتطرق في هذا المبحث إلى مختلف التعاريف التي حظي بها هذا المتغير إلى جانب ذلك ذكر الأهمية التي يحظى بها ومختلف الأبعاد التي تميزه عن باقي المتغيرات التنظيمية.

المطلب الأول: مفهوم التفكير الإبداعي

لعل من المناسب القول بأنه قد تعددت الدراسات والأبحاث التي تناولت مصطلح التفكير الإبداعي منذ بداية الستينات من القرن الماضي، فقد اعتبر كل من **نويل وشاو وسامون** أن هذا النوع من التفكير يعني ذلك الشكل الرفيع من السلوك الذي يظهر جيداً عند حل المشكلات، مع إعتقادهم أن ذلك يشكل عملية إبداعية إذا ما تحققت له بعض الشروط من مثل (الحلاق، 2010، صفحة 39):

- أن يكون التفكير جديداً تجاه المشكلات، وأن تكون له قيمة سواء للفرد أم للجماعة وثقافتها العامة.
- أن يكون من النوع الذي يؤدي إلى التغيير نحو الأفضل ويتعد عن تلك الأفكار التي كانت مقبولة في السابق.
- أن يكون التفكير من النوع الذي يتضمن الدافعية والمثابرة في العمل والقدرة العالية على تحقيق أمر ما.
- أن يكون التفكير من النوع الذي يعمل على تكوين مشكلة ما تكوننا جيداً.

وقد عرفه (خضر و عدوي، 2011) بأنه العملية الذهنية التي نستخدمها للوصول إلى الأفكار والرؤى الجديدة التي تؤدي إلى الدمج بين الأفكار بهذا المعنى لا يخرج عن مفهوم الإبداع، إلا أن الفرق هو أن الإبداع يمثل نتائج التفكير الإبداعي أو ثمرته في حين أن الطريقة المستخدمة في التفكير تعرف بالتفكير الإبداعي. (صفحة 9)

يعرف كذلك على أنه نشاط عقلي هادف يؤدي إلى أفكار جديدة ويعبر عن حلول لمشكلة ورغبة في البحث عن حل منشود والتوصل إلى نتائج لم تكن معروفة من قبل. (الفضل، 2009، صفحة 16)

ويعرف أيضاً بأنه قدرة الفرد على الإنتاج الذي يتميز بأكبر قدر ممكن من الطلاقة الفكرية، والمرونة التلقائية، والأصالة والتداعيات البعيدة، ذلك كاستجابات لمشكلة معينة أو موقف مثير. (العياضي و مرزوقي، 2012، الصفحات

بينما اقترح سعادة وزميله تعريفاً للتفكير الإبداعي على أنه "عملية ذهنية يتفاعل فيها المتعلم مع الخبرات العديدة التي يواجهها بهدف استيعاب عناصر الموقف من أجل الوصول إلى فهم جديد أو إنتاج يحقق حلاً أصيلاً لمشكلته، أو اكتشاف شيء جديد ذي قيمة له أو للمجتمع الذي يعيش فيه". (الحلاق، 2010، صفحة 40)

كما يعرف بأنه "هو قدرة الفرد على الإتيان بإنتاج يتميز بأكبر قدر من الطلاقة الفكرية والمرونة والأصالة، والتداعيات البعيدة كاستجابة لمشكلة أو موقف مثير معين، وهو التفكير فيما وراء الأشياء المألوفة أو الواضحة، وينتج عنه إضافة أفكار وحلول جديدة تؤدي إلى إنتاج جديد". (سويدات و الشيخ، 2007، صفحة 34)

ومما سبق ذكره يتضح لنا أن التفكير الإبداعي من أهم المفاهيم التي شغلت حيزاً كبيراً لدى الباحثين، فهو تعتبر من المفاهيم التنظيمية الحديثة يمكن أن نعرفه على أنه:

أسلوب يستخدمه الفرد في إنتاج أكبر عدد ممكن من الأفكار حول المشكلة التي تعرض لها، هذه الأفكار تتصف بالاختلاف والتنوع وعدم التكرار.

وجمل القول أن التفكير الإبداعي ظاهرة متعددة الأوجه، وتبدو مظاهر التعدد في أنه ناتج وعملية في آن واحد. كما أن الإبداع تفاعل اجتماعي متناغم، والإبداع ابتكارية الحاضر وإدراك للماضي والوعي به، كما أنه عملية نمائية ومستمرة. وهو عملية عقلية معرفية تتسم بإدراك القدرة على حل المشكلات والانتقال من القديم للحدث دون خوف من الفشل. (حضر و عدوي، 2011، صفحة 11)

ويتميز التفكير الإبداعي كغيره من المتغيرات بجملة من نذكر منها ما يلي:

- أصيل يندر وجوده ويقل تكراره في سياقات مختلفة.
- يعكس الاهتمامات المتنوعة.
- يتضمن عمليات عقلية عليا من التفكير.
- التنوع والقدرة على معالجة مجموعة كبيرة من الأفكار.
- متعدد الأفكار ومتدفق.
- التلقائية والدافعية الذاتية.
- يعكس قدرة على صياغة فرضيات، العلاقة بين السبب والنتيجة.
- الفرد المبدع يفترض أن الآخرين مبدعون.
- يستند إلى أدلة وبراهين.
- يتصف بالمرونة والاستقلالية. (بن طراد و مزياي، 2019، صفحة 16)

كما تذكر (المشاقية، 2021) الخصائص التالية:

- الإدراك: كي يكون الشخص مبدعاً يجب أن يُدرك المشاكل من حوله، ولا يكتفي بذلك فحسب بل يندل قسارى جهده لإيجاد حلول لها.
- التفكير الديناميكي: فالشخص المبدع لا يكون تفكيره إبداعياً فقط، بل يجب أن يكون ديناميكياً ومرناً ولديه قدرة كبيرة على التكيف مع كافة الظروف من حوله كي ينجح ويتميز، فالتفكير الإبداعي شرطاً مهماً للنجاح والتميز.
- التفكير المتشعب: فالمقصود من التفكير المتشعب هو الاستمرارية والمرونة والأصالة، وبمكنا ملاحظة هذه الخاصية بوضوح من أعمال كبار الفلاسفة والمفكرين والأدباء.
- التباين: فالتفكير الإبداعي يولد أفكاراً جديدة ومفيدة نتيجة تباينه واختلافه، وهذه الأفكار الجديدة تمنح المفكر المتعة الكبيرة وتثير إعجاب من حوله بإبداعه وتميزه، ومن المهم جداً أن يكون الشخص المبدع مثيراً للإعجاب لكي يُخرج كل ما لديه من طاقة وأفكار.
- المرونة: فمرونة التفكير والسلوك الإبداعي يجعل الشخص يتبنى مواقف وأفكار وسلوكيات جديدة ومميزة.
- الأصالة: هي سمة أساسية من سمات التفكير الإبداعي، فالشخص المبدع لا يكتفي بالأفكار والتجارب، بل يستخدم كل ما هو جديد من أفكار ومواقف وأساليب.
- الفضول: هو مهم من أجل تحقيق الكثير من السمات الإبداعية من الفضول والأصالة والمرونة وغيرها، وبسبب الفضول سيكون الشخص حريصاً على معرفة أشياء جديدة من حوله في أي مجال.
- القدرة على تجاوز الظروف: فالشخص العادي هو شخص محصور في بيئته وظروفه المباشرة ولا يمكنه أن يتفوق عليها، ولكن الشخص المبدع يمتلك القدرة على تجاوز الظروف بسهولة وإظهار أفكار حديثة وجديدة في السلوك والتفكير.
- النظر إلى المشكلة بطريقة مختلفة: ومن وجهة نظر جديدة، فموضوع التفكير يجب أن يكون جديداً وذات قيمة، وأن يكون التفكير متشعباً ومستمرًا، وهذا يؤدي إلى إيجاد حلول جديدة.

كما يوجد بعض الخصائص يتميز بها المديرين، تجعلهم قادرين على التنبؤ بالصعوبات والمشكلات التي قد تطرأ أثناء التعامل مع القضايا، وإيجاد حلول لها باعتماد أساليب علمية تستند على أفكار عميقة مبتكرة، ينتج عنها منتجات وخدمات جديدة وأعمال مميزة تحدث تطورا وتحسينا، ويعتبر الإداري المبدع شخصا مخالفا في تصرفاته للأفكار التقليدية التي يحملها أغلبية الناس، أما المبدع في مجال الإدارة، فهو في الغالب شخص يحب المخاطرة، ويحاول دوما التفكير في طرق جديدة للعمل ويتميز الشخص المبدع عموما بالخصائص التالية (سريدي و بوجعة، 2018-2019، صفحة 50):

- البصيرة الخلاقة أي القدرة على تصور بدائل عديدة للتعامل مع المشاكل.

- الثقة بالنفس وبالآخرين، فالمبدع لا يستسلم بسهولة.
- القدرة على التكيف والتجريب والتحدى.

المطلب الثاني: أبعاد التفكير الإبداعي

لقد لقي التفكير الإبداعي اهتمام من كافة الباحثين في المجالات المختلفة العلمية والأكاديمية والمهنية والتجارية وقطاع الخدمات وقطاع الإنتاج نظرا لأنه متعدد المجالات والمظاهر، حيث أجمع العديد من الباحثين أنه يمكن النظر إلى التفكير الإبداعي من خلال أربعة أبعاد تتداخل وتتكامل معا لتشكل الظاهرة الإبداعية وهذه الأبعاد سوف نتطرق إليها ونحيط بكل جوانبها في هذا المطلب.

الفرع الأول: الشخص المبدع

لا يمكن لعملية الإبداع أن تكون منفصلة عن الدافعية والاستعداد والتمثل الفكري، وعن حياة الأشخاص المبدعين بكل أبعادها، فإن الشخصية كما يتم عرضها تقليديا من وجهة نظر علم النفس، تتضمن الاستعداد والطبع والمزاج وأحيانا الاهتمامات، وبالتدرج أضيفت الدافعية والمواقف العاطفية...، حيث تشمل عوامل الشخصية غالبا ما تعتبر عوامل نفسية، غير عقلية كالعوامل المذكورة سابقا، والذكاء كاستعداد عام ينبغي أن يدخل ضمن هذه العوامل وبهذا يمكن تعريف الشخصية تعريفا مكثفا كما يلي: "هي التنظيم الديناميكي المتكامل أو التركيب الموحد للخصائص النفسية التي تتصف بالثبات، وبدرجة عالية من الاستقرار متضمنة المظهر العقلي الخاص بالإنسان". (سريدي و بو جمعة، 2018-2019، صفحة 62)

ويتميز الشخص المبدع بجملة من الخصائص هي:

أولا: الخصائص المعرفية

يتفق الباحثون عموما على أن الأشخاص المبدعين برغم اختلاف ميادين إبداعهم يشتركون في مجموعة من السمات والقدرات والأساليب معالجة المشكلات والمعلومات، ويمكن تلخيص الخصائص المعرفية العامة للمبدعين فيما يلي: الذكاء المرتفع، الأصالة، الطلاقة اللفظية، الخيال الواسع، القدرة على التفكير الموازي، المرونة، المهارة في اتخاذ القرار، القدرة على التفكير المنطقي، الاستقلالية في إصدار الأحكام، التكيف مع الأوضاع المستجدة، استخدام الصور الذهنية والتصنيفات الشاملة، القدرة على استيعاب المواقف المختلطة، استخدام المعرفة الموجودة كأساس لتوليد أفكار جديدة، إثارة الأسئلة، والتنبه للمواقف الجديدة وللنغرات في المعرفة والقدرة الفنية.

ثانيا: الخصائص الشخصية والدافعية

يتميز الفرد المبدع بخروجه عن المألوف التقليدي، ولديه دافعية قوية و طاقة عالية على المثابرة في العمل وميل واسع للاطلاع يظهر في اندفاعه في تحصيل العلم والرغبة في المعرفة والميل للاستقلالية، كما يمتاز بسعة الخيال

والانفتاح الذهني، ويسعى المبدع دائما لأن يكون مبتكرا ومنتجا وله إهتمام كبير بتوظيف المعلومات التي يكتسبها بشكل أكبر من تحصيلها (آل محمد، بتاريخ 2022/03/20)، كما يتميز الشخص المبدع بالرغبة في التصدي للمواقف العدائية، القيام بالمخاطرات الذكية، المثابرة، الميل للبحث والتحقيق، الالتزام بالعمل، الدافعية الداخلية المرتفعة، التركيز على المهمات، التنظيم الذاتي، الانشغال الذهني الذاتي، التأثير على المحيط والتأمل والانسحاب من المواقف الميؤوس من تطويرها أو تعديلها.

الفرع الثاني: المناخ الإبداعي

وهو كل ما يحيط بالفرد من أسرة ومجتمع حيث تركز على الجوانب الاجتماعية والاقتصادية التي تؤدي إلى تنمية الإبداع، وقد قسم المهتمون بالعملية الإبداعية الظروف البيئية إلى قسمين هما ظروف عامة وهي ترتبط بالمجتمع وثقافته، وظروف خاصة وتمثل بالبيئة التي تحيط بالفرد المبدع.

أولا: الظروف العامة

هي ترتبط بالمجتمع وثقافته بصفة عامة، فالإبداع العلمي ينمو ويتزعرع في المجتمعات التي تتميز الفرصة والتربية المناسبة لأبنائها للتحريب دون خوف أو تردد وتسمح بالمزيد من الاحتكاك الثقافي والأخذ والعطاء بين الثقافات المختلفة فعلى سبيل المثال تشير الأدبيات إلى أن اليابان تعتبر الدولة الأولى في عدد كبير من مظاهر الإنجاز الإبداعي ويبدو ذلك في: (سريدي و بو جمعة، 2018-2019، الصفحات 64-65)

- مظاهر الجودة والدقة.
- الجهد المكثف وزيادة الكفاءة منذ الصغر.
- تعميق الانتماء للجماعة واحترام روح الفريق.
- التدريب على حل المشكلات الذاتي.
- التركيز على تنمية المهارات الحسية والإنتاج.

ثانيا: الظروف الخاصة

وهي التي ترتبط بالتربية لتنمية الإبداع وقدرات التفكير من السنوات الأولى في حياة الإنسان بالمدرسة ودور كل المحيطين في تشجيع ذلك الإبداع، فهو ظاهرة كلية يمكن أن نجدها في كل المجتمعات، وفي مختلف مراحل التطور الاجتماعي والثقافي والسياسي.

ويشير بعض الباحثين إلى أن الإبداع مفهوم نسبي يختلف باختلاف الزمان والمكان، فما قد يكون إبداعا في مجتمع ما قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر، وما قد يعتبر إبداعا في مرحلة تاريخية لجماعة معين لا يعتبر كذلك في مرحلة تاريخية متقدمة بل قد يصبح عائقا في سبيل تطور ذلك المجتمع.

تعرف العملية الإبداعية بأنها سلسلة من الخطوات والمراحل التي يقوم الشخص المبدع بعملها، وذلك عند توضيحه للمشكلة وتحديد العمل عليها، ومن ثم الوصول إلى نتيجة للعمل على حل المشكلة، كذلك يمكن أن توضح العملية الإبداعية بأنها تغير إدراكي سريع نسبياً، وحدث تحول عندما تكتشف فكرة جديدة أو حل للمشكلة، كذلك يمكن أن نعدّها التقنية أو الاستراتيجية التي استخدمها الناس المبدعون.

كما أنه هناك من يرى أن العملية الإبداعية هي مبادرة يبدئها الموظف أو المدير بقدرته عن الخروج عن التسلسل العادي أو التقليدي في التفكير، ويتم هذا التغيير النوعي من خلال العملية التي يصبح عندها الموظف حساساً للمشكلات والنواقص والمتغيرات في المعرفة والعناصر المفقودة عندما يتوجه التفكير الإبداعي نحو متطلبات الحياة العملية الإدارية وخصوصاً في مجال الأعمال.

الفرع الرابع: الناتج الإبداعي

عرف الإبداع بأنه ظهور لإنتاج جديد نابع من التفاعل بين الفرد والمادة والخبرة، وهو أيضاً قدرة الفرد على تجنب الروتين العادي والطرائق التقليدية في التفكير مع إنتاج أصيل وجديد أو غير شائع يمكن تنفيذه أو تحقيقه 4، فالمنتج الإبداعي قد يكون مادياً محسوساً كما في عالم الصناعات والاختراعات أو معنوياً غير ملموس كما في عالم الفن والأدب إلى غير ذلك، وقد يكون شيئاً غير مادي كابتكار أساليب وطرق جديدة في أي علم من العلوم، أو تنمية مهارات، أو استحداث خدمات مميزة أو توليد أفكار جديدة نافعة حيال المشاكل المختلفة... الخ. (سريدي و بوجمعة، 2018-2019، صفحة 66)

المبحث الثاني: أساسيات حول التفكير الإبداعي

يتميز التفكير الإبداعي كغيره من المتغيرات التنظيمية بمجموعة من الأساليب والمستويات سوف نتطرق إليها بشيء من التفصيل في هذا المبحث.

المطلب الأول: مستويات وأساليب التفكير الإبداعي

يتميز التفكير الإبداعي كغيره من المتغيرات التنظيمية بمجموعة من الأساليب والمستويات

الفرع الأول: مستويات التفكير الإبداعي

تؤكد التصورات الحديثة للإبداع أن جميع الناس لديهم القدرات، والخصائص والسمات المكونة، ولكن بدرجات متفاوتة من فرد لآخر، ومن هنا لم يعد مستحيلاً دراسة القدرات الإبداعية، ومستويات الإبداع حيث أن العديد من العلماء، والباحثين يرى ضرورة تحديد مستويات التفكير الإبداعي، حيث ذكر تايلور خمسة مستويات للتفكير الإبداعي قد تزيدنا وعياً للظاهرة الإبداعية وهي (العبد، 2010، الصفحات 78-79):

1. الإبداع التعبيري **Expressive Creativity**

ويشير هذا إلى التعبير الحر المستقل والى تطوير أفكار فريدة بغض النظر عن نوعيتها، ولا يكون للمهارة، أو الأصالة فيه أهمية، كما هو الحال في الرسوم العفوية للأطفال.

2. الإبداع الإنتاجي **Productive creativity**

وهو ناتج لنمو المستوى التعبيري، والمهارات، فيؤدي إلى إنتاج أعمال كاملة، ويتميز هذا المستوى بتعقيد النشاط الحر وضبطه، ولا ينبغي أن يكون الإنتاج مستوحى من عمل الآخرين، وغالباً ما يكون هذا المستوى، أو النوع من الإبداع في مجال تقديم منتجات كاملة على مختلف أنواعها وأشكالها.

3. الإبداع الابتكاري (الابتداعي) **Inventive creativity**

وهذا المستوى من الإبداع يتطلب مرونة في إدراك علاقات جديدة بين أجزاء منفصلة، وكذلك يشير إلى إظهار البراعة في استخدام المواد لتطوير استخدامات جديدة بصورة فردية، دون وجود إسهامات جوهرية في تقديم أفكار أساسية.

4. الإبداع التجديدي (الابتدائي) **Innovative creativity**

إن هذا المستوى من الإبداع يتطلب قدرة عالية على التصور التجريدي مما ييسر للمبدع تحسينها وتعديلها، وذلك بالتطوير، والتحسين الذي يتضمن استخدام المهارات الفردية التصويرية، أي المزاوجة بين المنظومتين.

وهو أرقى المستويات ويتضمن تصور مبدأ جديد تماماً في أكثر المستويات التجريدية. حيث يعني مبدأ جديداً، ومسلمة جديدة تخرج منها صورة أو رؤية جديدة، أي خلق منظومة جديدة.

الفرع الثاني: أساليب التفكير الإبداعي

تمثل تنمية قدرة العمال على التفكير الإبداعي من أهم المزايا التي تسعى المنظمات المتميزة لتحقيقها، بل أن البعض يرى أن تنمية قدرة العامل على التفكير بطريقة تعينهم على التغلب على مشاكل البيئة التي تواجههم تمثل أهم أهداف المؤسسة، ويعتبر التفكير الإبداعي جزءاً من أي موقف تعليمي يتضمن أسلوب حل المشكلات وتوليد الأفكار، ويجب أن يعرف المدير أن تنمية التفكير الإبداعي لا يقتصر على تنمية مهارات العمال وزيادة إنتاجيتهم، ولكن تشمل تنمية درجة الوعي والإدراك عندهم وتوسيع رؤاهم، وذلك بالاعتماد على أساليب معينة أجمع الكثير من الباحثين على أنها أساليب لتنمية القدرات الإبداعية للفرد (بن طراد و مزبان، 2019، صفحة 58)، من بين هذه الأساليب:

أولاً: أسلوب القبعات الست

أصدر (دي بونو) عدة كتب أهمها ميكانيكية العقل، وقبعات التفكير الست وغيرها، ويسمى أسلوب (دي بونو) في التفكير الإبداعي أو طريقته المبتكرة للتفكير باسم القبعات الست، التي حازت على الإقتناع والتطبيق في الكثير من المؤسسات العالمية حيث أن هذا الأسلوب يعتمد على مواقف عقلية تساعد صناع القرار على القيام بما يسمى بالتفكير المتوازي، أي أن الجميع يفكرون بطريقة واحدة أو منهج واحد وذلك حتى تكون الطاقة العقلية المجتمعة قادرة على تحقيق أعلى قدرة تفكير ممكنة، حيث أن القبعات الست تفيده في الاجتماعات الإبداعية إذ تساعد على التفكير الجماعي المتوازي والذي يعتمد على ارتداء الجميع لنفس القبعة حتى يكون عندهم نفس طريقة التفكير بحيث قسم (دي بونو) ألوان القبعات الست إلى الألوان التالية (بن طراد و مزبان، 2019، الصفحات 58-59):

1. القبعة البيضاء: وهي مسئولة عن جمع المعلومات ومعرفة الوضع الحالي وما يحيط به من مشاكل وملايسات أي النظرة الموضوعية للأمر.
2. القبعة الحمراء: وهي خاصة بالمشاعر أي أن الشخص الذي يوصف بارتدائها يقول فقط ما يشعر به اتجاه اقتراح ما من دون إبداء الأسباب، فهي خاصة بالانفعال والحدس والتفكير الفطري.
3. القبعة الخضراء: وهي تزودنا بالأفكار الإبداعية والبدائل والخيارات والاحتمالات وهي في الغالب تكون مسئولة عن الإقتراحات إذ أنها قبعة الأفكار الجديدة والتفكير الخلاق.
4. القبعة الزرقاء: ومهمتها الأساسية هي المساعدة في التحكم وفي الوصول إلى القدرات وتوقع النتائج، أي بمعنى آخر ضبط عملية التفكير.

5. القبة الصفراء: وهذه تكون مسئولة عن المنطق والفوائد وإظهار قيمة الأشياء، إنها قبة الممكن والمنطق الإيجابي.

6. القبة السوداء: وهي قبة التشاؤم والحذر، ويتم التفكير بها بفرض معرفة مشاكل ونقاط الضعف في الموضوع الذي نعالجه، فهي إذن قبة التفكير السلبي.

ثانياً: العصف الذهني

هو أسلوب تعليمي وتدريبى يقوم على حرية التفكير ويستخدم من أجل توليد أكبر كم من الأفكار لمعالجة موضوع من الموضوعات المفتوحة من قبل المهتمين أو المعنيين بالموضوع خلال جلسة قصيرة، وهو يقوم على اجتماع مجموعة من الأشخاص لديهم مشكلة يسعون لحلها فيقومون بطرحها أمام الجميع ويتطوع أحد المشاركين بتسجيل أفكار المشاركين على السبورة أو ورقة بلا اعتراض والجميع يقبلها دون نقد إلى نهاية الجلسة، ويتم تقييم ومناقشة كل فكرة، فهو بذلك إثارة القدرات الإبداعية لدى الأفراد وتنمية التفكير الإبداعي، بالإضافة إلى أنه أسلوب يعتمد على إنتاج كم من الأفكار والمقترحات والحلول وحرية التعبير عن الأفكار التي تدور في ذهن العمال حول تطوير منتجاتهم، حيث تساعد المجموعة على جمع الأفكار والتوفيق بينها بغية الوصول إلى الحل المناسب.

وهناك مجموعة من القواعد الأساسية التي يجب إتباعها عند القيام بالعصف الذهني نذكر منها (بن طراد و مزياي، 2019، صفحة 60):

- تجنب نقد وتقييم الأفكار المطروحة.
- إطلاق حرية التفكير وقبول كل الأفكار المطروحة مهما يكن نوعها.
- التأكد على زيادة كمية الأفكار المطروحة.
- تعميق أفكار الآخرين وتطويرها.

ويعتمد نجاح هذا الأسلوب على مجموعة من الشروط:

- ✓ عدم وضع قيود على حرية التفكير، أي يفكر الفرد بكل حرية، فوضع القيود يقلل من الانطلاق في التفكير. (بلواي، 2008، صفحة 30)
- ✓ تأجيل تقييم الأفكار إلا بعد جمع أكبر عدد من الأفكار لأن ذلك يؤدي إلى تنوعها وبالتالي الحصول على أفكار جيدة.
- ✓ البناء على أفكار الآخرين وتطويرها. (عبد ربه، 2006، صفحة 57)

ثالثاً: أسلوب دلفي

يعتمد هذا أسلوب على تحديد مجموعة خبراء في موضع الدراسة، وإجراء جولات متكررة لآرائهم باستخدام أداة مناسبة من أدوات مسح الرأي الاستبيان في الغالب، مع إخفاء شخصيات الخبراء عن بعضهم البعض، لضمان الموضوعية، ويتم هذا الأسلوب عن طريق عدة خطوات متتالية ومرتبطة للوصول في الأخير إلى القرار الأمثل.

في هذا الأسلوب يتم الابتعاد عن تناوب العلاقات بين أفراد المجموعة، والمهدف الأساسي منه هو التخفيف من حدة سيطرة أفكار أحد الأعضاء المجموعة على أفكار الآخرين. (الساقي و نحن، 2015، صفحة 55) ومن أهم خطوات أسلوب دلفي:

✓ تسجيل الأفكار في قصاصات من ورق من قبل كل فرد.

✓ يتم عرض الأفكار ويدونها رئيس الجلسة.

✓ يتم فتح النقاش مع منع النقد.

✓ يقوم كل فرد بتقييم الأفكار المعروضة سرا ليقوم رئيس الجلسة بعرض الأفكار التي استحوذت على الاهتمام الأكبر ليعاد

التصويت مرة أخرى للوصول إلى القرار النهائي. (زدوري، 2011، صفحة 16)

رابعا: تمثيل الأدوار

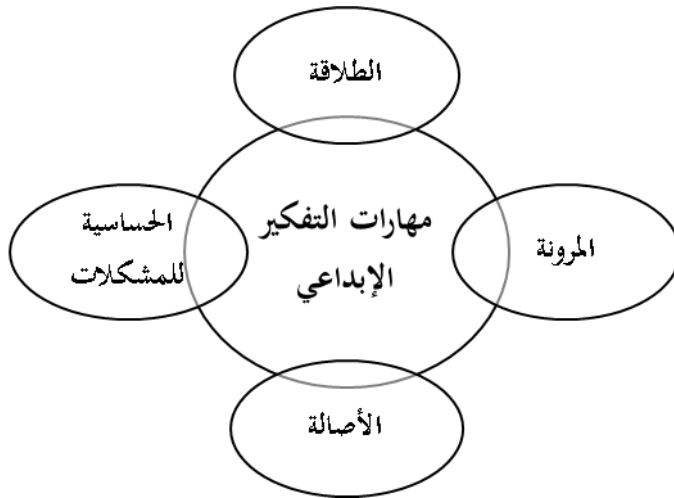
يعرف هذا الأسلوب بأنه مشاركة في مواقف تحاكي المواقف الواقعية كمارسة العامل لدور معين يتم الاتفاق عليه مما يسمح له بالتصرف كصاحب الدور نفسه، ومن ثم يدير مناقشة حوله يتقبل الأسئلة ويجيب عنها، ويختلف هذا الأسلوب عن التمثيل التقليدي أن العمال لا يلتزمون بحفظ نص معين بل يترك لهم المجال لمبادرتهم الخاصة وما يفكرون فيه. (الفالح، بدون سنة، صفحة 337)

خامسا: التركيز العقلي

يعني التركيز العقلي ببساطة توجيه العقل والانتباه لمتابعة ما يقال أو يجري حولنا لفترة زمنية محددة دون تشتت والتي تختلف من شخص إلى شخص ومن موقف إلى آخر، والمقدرة على التركيز مهارة يجب اكتسابها وتنميتها. (بن طراد و مزياي، 2019، صفحة 61)

المطلب الثاني: مهارات التفكير الإبداعي

الشكل رقم (01-01): مهارات التفكير الإبداعي



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الدراسات السابقة

إن التعرف المبتكر على المبدعين هو مفتاح التوصل إلى طاقاتهم وقدراتهم التي تساهم في تنمية جوانب الإبداع لديهم، على الرغم من اختلاف الباحثين في تحديد طبيعة الإبداع والتفكير الإبداعي، ويرى Guilford أن أهم مهارات التفكير تتمثل في:

الفرع الأول: الطلاقة Fluency

هي القدرة على الإنتاج السريع لعدد من الحلول والأمثلة والتوضيحات والأشكال الرياضية بناءً على مشيرات شكلية أو وصفية أو بصرية، وتحدد قوة الطلاقة بكمية أو بعدد الاستجابات وبسرعة إصدارها (بوحجي، 2015، صفحة 51)، وهناك عدة أنواع من الطلاقة:

1. الطلاقة اللفظية: إنتاج أكبر عدد ممكن من الأفكار استجابة لموقف أو مشكلة ما أو مثير ما، تتمثل في إنتاج العديد من الأفكار أو الألفاظ أو المعاني الملائمة في المعنى لفكرة ما، أي مدى توافر الحصيلة اللغوية لدى الفرد.
2. الطلاقة الفكرية: سرعة إنتاج أكبر عدد ممكن من الأفكار ذات العلاقة بموقف معين.
3. الطلاقة الارتباطية: الإنتاج السريع للكلمات التي تشترك في المعنى من ناحية ما، أو في صفة أخرى.
4. الطلاقة الأشكال: هي التي سماها **جيلفورد** بالإنتاج التباعدي لوحداث الأشكال، ويمكن أن تعطى المفحوص شكلا على هيئة خطوط أو كرة، ثم يطلب منه إجراء إضافة بسيطة بحيث يصل إلى أشكال متعددة وحقيقية. (الدسوقي، 2009، صفحة 176)

أهمية الطلاقة في التفكير الإبداعي:

للطلاقة أهمية كبيرة في التفكير الإبداعي، وهي مكون أساسي من مكونات التفكير الإبداعي، وتظهر هذه الأهمية في صورة التفكير العلمي، إذ تلعب فيه الطلاقة دوراً رئيسياً في مرحلة صياغة الفروض، كما تلعب دوراً مهماً في إصدار عدد كبير من الأشكال البصرية والأشكال السمعية واللغة والأدب، والطلاقة ضرورية للنجاح في كثير من المهمات التي تتطلب إبداعاً. (أبو ندي، 2004، صفحة 26)

الفرع الثاني: المرونة Flexibility

تعرف بأنها القدرة على إنتاج عدد متنوع من الأفكار غير متوقعة وإبداء الرأي حول مشكلة ما أو موقف معين، والقدرة على تغيير الوضع من نوع معين في التفكير إلى آخر عند الاستجابة لمثير أو مشكل يتحدى تفكير الفرد. بمعنى أن الفرد له القدرة على المرونة وتغيير الحالة المعرفية للفرد تبعاً للموقف وخصائصه بغرض توليد حلول جديدة، عن طريق التنوع بالأفكار وإصدار العديد من الاستجابات المحتملة، ومن هنا فإن المرونة عكس الجمود الذهني لأنها تمثل جانب الوعي للإبداع أو التفكير الإبداعي، وتتسم المرونة بنوعين هما: (غازي وليث، 2016، صفحة 129)

وللمرونة مظهرين هما:

أ. المرونة التلقائية: وهو إعطاء عدد من الأفكار المتنوعة التي ترتبط بموقف محدد.

ب. المرونة التكيفية: وتعني التوصل إلى حل مشكلة، أو موقف في ضوء التغذية الراجعة التي تأتي من ذلك الموقف. (كوراد، 2021، صفحة 35)

أهمية المرونة في التفكير الإبداعي:

يرى (أبو ندي، 2004) أن الانفجار المعرفي والمعلوماتي الذي نواجهه جعل على المؤسسة التربوية التزاماً أن تقوم بتدريب الناشئين بشكل عام على استقبال المعرفة، وأن تعطى لهم فرص تنمية المرونة التكيفية والتلقائية للقدرة على التعامل مع التنامي الهائل في المعرفة والمعلومة لمواكبة التغير والتكيف معه حسب الموقف والمشكلة للوصول إلى حلول مبدعة غير جامدة، وغير تقليدية. (الصفحة 26)

الفرع الثالث: الأصالة Originality

تعد الأصالة من أكثر الخصائص ارتباطاً بالتفكير الإبداعي، والأصالة هنا بمعنى الجدة والتفرد، وهي العامل المشترك بين معظم التعريفات التي تركز على النواتج الإبداعية كمحك للحكم على مستوى التفكير الإبداعي، وتشير الأصالة إلى القدرة على إنتاج أكبر عدد ممكن من الاستجابات غير العادية، غير المباشرة أو الأفكار غير الشائعة والطريفة، وذلك بسرعة كبيرة ويشترط أن تكون مقبولة ومناسبة للهدف مع إتصافها بالجدة والطرافة. (عبان، الشايب، و وادي، 2021، صفحة 482)

ويختلف عامل الأصالة عن عملي الطلاقة والمرونة من حيث إن:

- الأصالة لا تشير إلى كمية الأفكار الإبداعية التي يقترحها الشخص، بل تعتمد على قيمة تلك الأفكار ونوعيتها وجدتها ضمن الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، وهذا ما يميزها عن الطلاقة.
- الأصالة لا تشير إلى نفور الشخص من تكرار تصوراتها أو أفكاره هو شخصياً كما هو الأمر بالنسبة للمرونة، بل تشير إلى النفور من تكرار ما يفعله الآخرون، وهذا ما يميزها عن المرونة. (غضبان م،، 2011، صفحة 109)

أهمية الأصالة في التفكير الإبداعي:

الأصالة هي أكثر الخصائص ارتباطاً بالتفكير الإبداعي إذ لا يمكن لأي إنتاج أن يكون إبداعياً ما لم يتصف بالتفرد والجدة والابتعاد عن محاكاة أفكار ونتائج الآخرين. (أبو ندي، 2004، صفحة 27)

وتعني إدراك ووعي بوجود مشكلات وأخطاء ونواحي النقص والقصور في موقف ما، ولا شك أن هناك تبايناً بين الأفراد في سرعة ودقة ملاحظة نواحي النقص والقصور في المواقف المتنوعة. (أبو ندي، 2004، صفحة 27)

المبحث الثالث: مراحل التفكير الإبداعي ومعوقاته

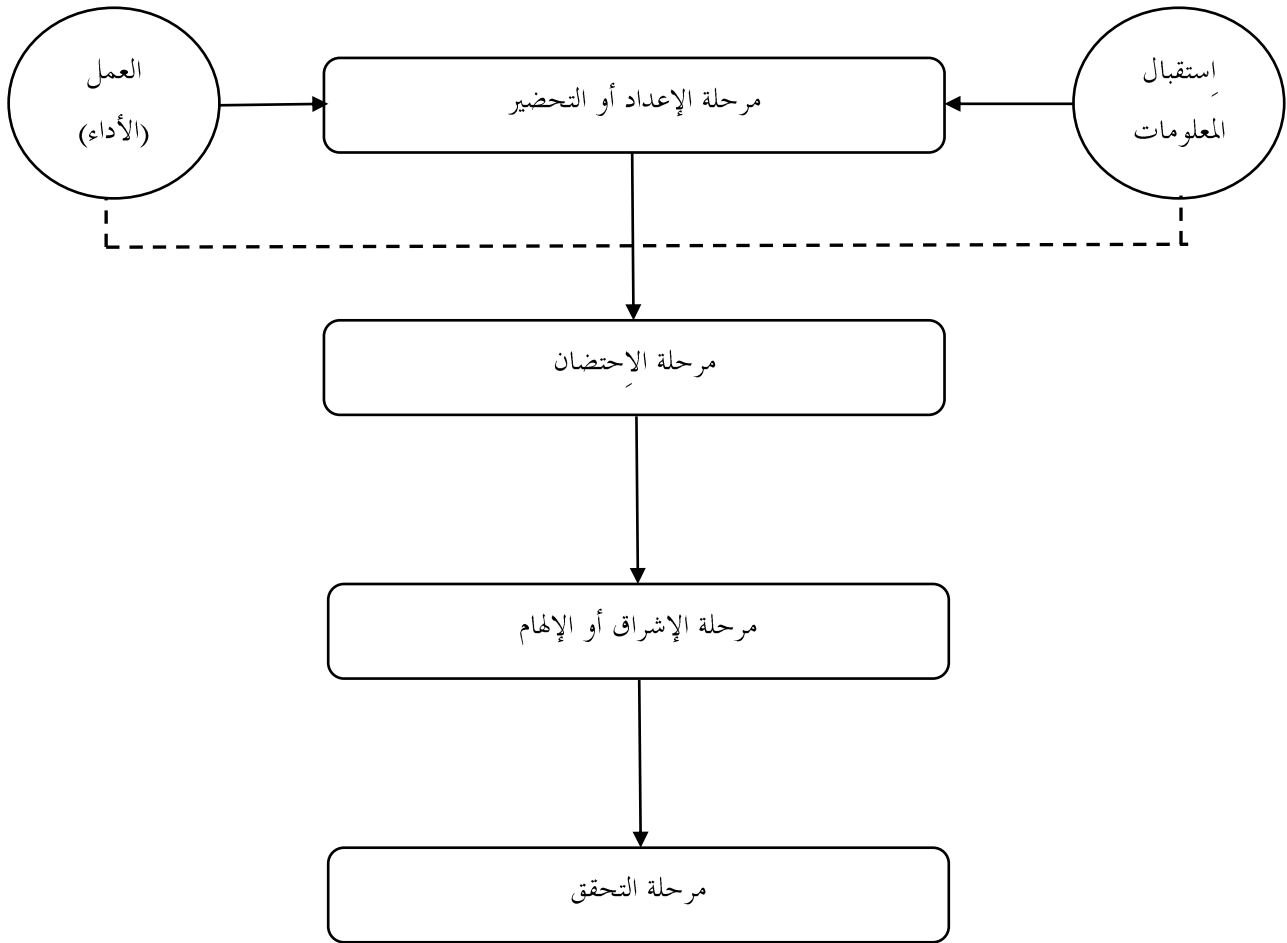
يمثل التفكير الإبداعي عملية ذهنية/عقلية تنطوي على الكثير من الأنشطة والمراحل، وحتى إن اختلفت هذه المراحل بين مبدع وآخر فأغلبية المبدعين يمرون بها، وقد يتميز كغيره من المتغيرات بمعيقات قد تحد من تحقيقه داخل المنظمات، وعليه سوف نتطرق في هذا المبحث إلى أهم المراحل التي ينطوي عليها التفكير الإبداعي وأهم المعوقات التي تحول دون تحقيقه، وننتهي بذكر أهم المقومات الأساسية للتفكير الإبداعي.

المطلب الأول: مراحل عملية التفكير الإبداعي

يشكل الإبداع كعملية ذهنية فكرية أمراً متكاملًا عند الأفراد المبدعين، وتتمثل الآلية التي تتم بها تلك العملية حسب مراحل تتباين فيما بينها وتتابع بتوقيت قد يختلف من مبدع لآخر وتتولد في أثنائها الفكر الجديدة المبدعة. (الخلاق، 2010، صفحة 40)

ويمكن لنا تلخيص مراحل العملية الإبداعية في الشكل التالي:

الشكل (01-02): مراحل عملية التفكير الإبداعي



المصدر: (خبراء المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2012-2013، صفحة 25)

وقد تبين عدد من الباحثين هذه المراحل على النحو التالي:

الفرع الأول: مرحلة الإعداد أو التحضير

تعتبر هذه المرحلة أولية وضرورية، فكل فعل إبداعي يستلزم تحضيراً واعياً وقوياً لفترة طويلة من الزمن، أما من يعتقدون أن الإبداع يحدث لبعض الأفراد الموهوبين دون جهد منهم في الإعداد والتحضير فإن ذلك يعتبر اعتقاداً واهماً.

وتتم مرحلة الإعداد من قبل المبدع على النحو التالي (خبراء المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2012-2013، الصفحات 22-23):

- أ. استقبال المعلومات: فالمبدع دائم الإطلاع والإستقبال للمعلومات الجديدة حتى يعد نفسه إعداداً جيداً على المستوى العام وعلى المستوى الخاص.
- ب. العمل (الأداء): يأتي العمل في مرحلة تالية لمرحلة استقبال المبدع لكافة المعلومات المرتبطة بالمشكلة البحثية محل الدراسة، وتشير الدراسات التي أجريت في هذا الشأن إلى أن النتائج التي يحققها المبدع ترجع في جانب كبير منها إلى ما يقوم به من عمل متواصل.

الفرع الثاني: مرحلة الاحتضان

يتم في هذه المرحلة جمع المعلومات والبيانات عن المشكلة وتنظيم هذه المعلومات وما بينها من علاقات، التي تجعل من السهل على المفكر أن يقترح أفكاراً أو حلول، أو يضع فروضاً لحل المشكلة، حيث يتم التفكير في المشكلة لفترة من الوقت، دون الوصول إلى حل مرضي، حيث يحدث إعادة تنظيم المعلومات للبحث عن الحل، وذلك عن طريق تجريب كل المحاولات الممكنة من توليفات الأفكار المختزنة لديه بإحداث علاقات جديدة بين المعلومات المختزنة تمثل الحل المبتكر للمشكلة القائمة، وفي نهاية هذه المرحلة يتوصل إلى حل سليم للمشكلة نتيجة العصف الذهني. (عليه عبد السلام، 2019، صفحة 9)

ويمكن تنشيط العقل الباطن بأسلوبين أثناء هذه المرحلة هما:

- ✓ اللجوء إلى النوم أو الاسترخاء كوسائل سلبية في إعادة شحن وتجديد الطاقة الذهنية.
- ✓ اللجوء إلى إطالة الفترة الزمنية للتعايش مع المشكلة أو تغيير محور التفكير وخاصة عند الشعور بالإرهاق الذهني في المشكلة إلى ممارسة بعض الهوايات لتقليل حالة الإرهاق الذهني أو التخلص منها. (ربيعي، 2017،

الصفحات 90-91)

الفرع الثالث: مرحلة الإشراق أو الإلهام

وتسمى بلحظة الإلهام لحل المشكلة، وهذه الحالة لا يمكن تحديدها مسبقاً، وتلعب الظروف المكانية والزمانية والبيئة المحيطة دوراً هاماً فيها، فبعد انتهاء مرحلة تبلور الفكرة أو الحل عادة ما تكون هناك أفكار وحلول جيدة، وعادة ما

تنتهي بالفشل أو يصاب الفرد بالإحباط، ومع ذلك فإنه يبدو لمن يراه أنه بسيط وسهل وكان في الإمكان الوصول إليه، وهذا من سمات الحلول المبتكرة المتميزة. (زيتون، 1987، صفحة 117)

بمعنى آخر، في هذه المرحلة يصل الإبداع إلى ذروته، حيث تظهر الفكرة التي يبحث عنها المبدع واضحة جلية، ويصبح واضحاً كل ما كان غامضاً ومبهماً لديه. (خبراء المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2012-2013، صفحة 24)

الفرع الرابع: مرحلة التحقق

تعتبر آخر مراحل العملية الإبداعية، بحيث تهدف هذه المرحلة إلى التحقق من مدى صحة الفكرة التي تم بلورتها في المرحلة السابقة، ولا شك أن التحقق من صحة الحل يأتي بعدما نكون قد تأكدنا من قيمة الحل بالتدليل والبرهنة من أهل الخبرة والرأي، ويتم تحقق ذلك عن طريق:

- ✓ أسلوب داخلي في عقل الشخص المبدع ذاته.
- ✓ أسلوب خارجي بين الشخص المبدع والآخرين من زملاء ورؤساء وأقران.
- ✓ اختيار التوقيت المناسب للتحقق من صحة الحل.
- ✓ توقع كافة النتائج حيث إن عدم توقع بعضها قد يخفض ويقلل من فعالية الحل أو الفكرة. (أبو النصر، 2012، صفحة 35)

المطلب الثاني: مقومات ومعوقات التفكير الإبداعي

الفرع الأول: مقومات التفكير الإبداعي

يتميز التفكير الإبداعي بالعديد من المقومات المتمثلة في:

- ✓ يعتبر تنظيم الوقت لدى الإنسان من أهم الخطوات التي ستجعله لن يتأخر في أي حلم يطمح لأجله، وهذا بسبب أن إهدار الوقت يجعل الإنسان شخص فاشل ولا يتقدم خطوة واحدة للأمام.
 - ✓ يجب ألا يشعر الشخص نفسه بأنه يسير وفق روتين العمل، فهذا يعيق تحقيق أهدافه ويشعره بالملل والكسل.
 - ✓ يجب أن يكون كل شخص مميزاً بفكرة أو عمل معين، فتقليد الآخرين يؤثر بالسلب على صاحبه.
 - ✓ للتخلص من معوقات التفكير الابتعاد عن الأشخاص الذين يفرزون طاقات سلبية للآخرين ويجعلونهم يشعرون باليأس. (الغري و بولداني، 2012، صفحة 331)
 - ✓ معالجة الأفكار الإبداعية وزيادة الرغبة والحماس والدافعية لتنمية التفكير الإبداعي من خلال الجهد الجماعي أو العصف الذهني.
 - ✓ تنمية مهارات الاتصال والقيادة لدى المبدع.
 - ✓ سد الفجوة بين المفاهيم التربوية والاجتماعية المتوارثة وأنماط التغيير الحديثة. (عطا، 2009، صفحة 283)
- ومن جهة أخرى فقط حدد بعض العلماء مقومات علمية مهمة للتفكير الإبداعي يمكن إجمالها في (العبد، 2010، الصفحات 69-71):

1. الذكاء: يذكر **جودوين وموران** في دراسة لهما أن كل مبدع ذكي وليس كل ذكي مبدع، وهذا يعني أن الذكاء يعتبر شرطاً مهماً للإبداع، وهذا يعني أن الفرد يجب أن يتصف بجد أدنى من الذكاء حتى يكون مبدعاً.
2. الناحية الانفعالية: هنا نعني بالناحية الانفعالية القيم، والاتجاهات والميول، والمعتقدات التي يؤمن بها الفرد، ويتصف بها، فهي ذات علاقة بالإبداع عند الفرد، حيث أثبتت بعض الدراسات أن الشخص المبدع يتسم في الغالب بالإنعاز، وبنضوج انفعالي يزيد عن أقرانه، فهو يتصف بالاستقلالية، والثقة بالنفس، ويقدر ذاته كما يحترم الآخرين، ويشعر بالأمان، وعدم الخوف.
3. دافعية الفرد نحو الإبداع: إن للدافعية أثراً كبيراً على الإبداع حيث أن الشخص الذي يكون لديه دافعية داخلية، وتتوفر لديه عوامل الإبداع يكون قادراً على إظهار العمل المبدع وذلك بسبب أن الدافعية الداخلية تدفعه لذلك العمل.
4. أساليب التعليم: إن المعرفة واكتساب المعلومات ضروري للعمل الإبداعي، كما أن أساليب التعلم، وطرقه لها أثر في خلق الشخص المبدع، ونعرف أن هناك أساليب متعددة لتوصيل المعلومات للطلبة منها المحاضرة، وطريقة المناقشة ثم الطريقة الهربارتية ثم الطريقة الاستنتاجية، والاستقرائية، وحل المشكلات، والاستقصائية... الخ
5. قدرة الفرد على التخيل: وفيه يكون المجال للمعاني والأفكار، وعلاقتها مع بعضها البعض، والكشف عن علاقات جديدة، وعن وظائف جديدة ثم إبداع الصيغة الصالحة لتجسيم هذه العلاقات، وإظهار هذه الوظائف.
6. الناحية الاجتماعية: إن توفير الجو الاجتماعي الملائم والعلاقات الإنسانية بين أفراد المجتمع وكذلك الجو الثقافي الذي يسود المجتمع له تأثير كبير على إظهار الإبداع، لذلك ف إن المناخ المدرسي المدعم بالتوجيه، والإرشاد، وكذلك احترام آراء الآخرين يعتبر من الطرق المثمرة في التعليم.
7. الظروف النفسية والاجتماعية للفرد: إن للظروف النفسية، والاجتماعية تأثيراً كبيراً في دفع، أو إعاقة العملية الإبداعية، فقد أوضح **ماسلو (Maslow)** أن الإبداع يشبع حاجة مهمة عند الإنسان هي حاجة تحقيق الذات. كما أثبتت **فريمان** أن الموهبة الإبداعية تزدهر في البيئة التي يتوافر فيها للطفل الثقة، والأمان العاطفي.
8. الإدارة المدرسية: أظهرت الدراسات أن التركيز، والعمل الجاد لمدة لا تقل عن عشر سنوات في مجال المعرفة ضروري لإنتاج اختراعات تفيد المجتمع. وهذا يعني أنه على المدرسة أن تتيح الفرصة للطلبة لكي يختاروا الموضوعات التي يرغبوا البحث فيها وألا يقيدهم، أو يعيقوا عملهم بل يشجعوهم للوصول لإنجازات مهمة.

الفرع الثاني: معوقات التفكير الإبداعي

توجد العديد من المعوقات التي تحول دون تحقيق التفكير الإبداعي داخل المنظمات، ومن بين هذه المعوقات:

● **انعدام التوجيه:** انعدام التوجيه أول عائق يقف أمام التفكير الإبداعي، بمعنى أنه لا يقوم الشخص على تحديد أهداف واضحة له ويسعى جاهداً على تحقيقها، لذلك يجب أن يقوم الإنسان بتحديد الأهداف التي تساعد على الارتقاء من نفسه والتحسين من معيشتة. كما يوجد الكثير من الأشخاص من لا يمتلك مهارات كبيرة وعالية ولا يحسن توجيهها، فتجد هؤلاء الأشخاص يعيشون عيشة مظلمة إلا أن يقوم أحد بتوجه مهاراتهم إلى مكانها الصحيح، فيساعد ذلك على تحسين التفكير الإبداعي وبالتالي تحقيق الإبداع. (هيجان، 1999، صفحة 15)

● **الخوف:** يعتبر الأطباء النفسيون بأن أكبر معوقات التفكير الإبداعي هو الخوف، وفي كثير من الحالات نجد الإنسان يفشل نتيجة خوفه الشديد من الفشل، وكما نجد الكثيرين أيضاً يخافون اظهار إبداعاتهم الفكرية مثل الشعر والقصص وغيرها أمام الكثيرين، خوفاً من قيام الآخرين بالسخرية عليهم وعلى إبداعاتهم. بالإضافة لبعض الأشخاص الذين يخافون خوض الطريق واستكشاف طرق جديدة قد تؤدي لوصولهم إلى قمة النجاح خوفاً من المجهول، والخوف الشديد من المخاطرة والتغير. (توفيق و القرشي، 2006، صفحة 243)

● **عدم القدرة على التغير والتكيف (عدم الثقة بالنفس):** تُعد عدم قدرة الشخص على التغير أو التكيف من معوقات التفكير الإبداعي، بحيث يخشى من عمل، أو قول شيء جديد أو مختلف، وتؤدي هذه التزعة إلى عدم قدرة الشخص على تحقيق النجاح، وتقضي على قدراته في الإبداع والتقدم، ثم يبدأ بتبرير فشله وعدم قدرته على التغير، وتسمى هذه الحالة بالاستتباب.

● **القيادة السيئة والخوف من الرؤساء:** تقف أحياناً القيادة السيئة في وجه التفكير الإبداعي داخل المؤسسات، فإذا لم يُمنح الموظف الوقت أو التشجيع ليكون مبدعاً ومبتكراً، فإنه غالباً لن يبتكر مشاريع جديدة، وآليات جديدة لتحقيقها، وفي كثير من الأحيان يصبح الجو في هذه المؤسسات مليئاً بالانتقادات التي تُشعر بعدم الأمان، والحقد والكثير منا وفي أغلب الأحيان نفتقد للثقة بالنفس أمام أي رئيس باعتقادنا هو أكثر خبرة ودراية منا ولكن يجب على المتعلم أن يفهم أن الرئيس والمسؤول هو إنسان قبل كل شيء بغض النظر عن خبراته فيجب علينا أن نخطط ونحضر جيداً قبل لقاءنا له والوقوف أمامه بثقة وإبداء آرائنا وابتكارنا وأن نجعل تفكيرنا بأن المسؤول عنا هو يصح أخطائنا ولا ينتقدها أبداً.

● **التقييد بالعادات القديمة:** السير على نمط التفكير الذين سبقونه وعدم المحازفة من قبل المتعلم بتخطي هذه العادات سواء كانت ثقافية أو اجتماعية أو دينية.

● **عدم تنظيم الوقت وتأجيل الأعمال:** على كل متعلم مبدع أن يعطي اهتماماً كبيراً للوقت والالتزام بيه وعدم تأجيل أي فكرة تخطر على باله ويجب عليه تدوين كل ملاحظة وكل فكرة وكل ابتكار لكي لا يدركه الوقت لتذكره هذه الأشياء أثناء العمل بها والالتزام بموعده تسليمه لأي مقترح أو مخطط أو عمل تم العمل به من قبله. (سلمان، 2019-2020، الصفحات 07-08)

ومن زاوية أخرى، تتمثل أبرز معوقات الإبداع كما أوردها (غانم، 2009) فيما يلي:

- العقبات الشخصية: مثل ضعف الثقة بالنفس والميل لمجاعة الآخرين، والحماس المفرط واستعجال النتائج قبل نضوج الحالة، والتفكير النمطي، ويعني أن الفرد إذا اعتاد على حل فلا يفكر في غيره، وعدم الحساسية للمشكلات.
- العقبات الظرفية: ويقصد بها العقبات المتعلقة بالموقف ذاته، أو بالجوانب الاجتماعية، أو الثقافية السائدة مثل مقاومة التغيير.
- معوقات الإبداع في الأسرة: ومن أبرزها المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتدني، والمستوى التعليمي والثقافي المنخفض وأسلوب التنشئة القائم على التسلط.
- معوقات الإبداع في المدرسة: طرق التدريب التلقينية، المناهج المكثفة وأساليب التقويم المعتمدة على الحفظ ونقص الإمكانيات التربوية الملائمة والمناخ الصفّي المتسلط.
- معوقات الإبداع في المجتمع: ومن أهمها الاتجاهات والقيم السائدة مثل الخضوع، والإقتداء، والتمييز بين الجنسين، والتدهور الاقتصادي والاجتماعي، واتجاهات جماعة الرفاق. (صفحة 225)

خلاصة الفصل

لقد أصبح التفكير الإبداعي هدفاً استراتيجياً وأساسياً للتطور ورفع مستوى الأداء، حيث يمكن العامل من التعامل بكفاءة وفعالية في حل المشكلات وتوليد الأفكار المميزة.

فالظاهرة الإبداعية واقع موجود، وتعتبر الخيار الأمثل لتحقيق أهداف المنظمة التي تحرص على بلوغ قفزات كمية ونوعية في مختلف مجالات العمل ومختلف المستويات الإدارية، من خلال تطبيق الأفكار الجديدة التي تؤدي إلى تحسين إيجابي وناجح يعود بالنفع عليها، مما يساهم في رفع قدرة المنظمة على الإبداع وتجديد نشاطها والاستفادة من إمكانياتها بتوفير جميع الإمكانيات والموارد اللازمة لذلك. وبالتالي ينبغي على المؤسسات إجراء القياسات المختلفة التي من شأنها أن تحدد القدرات الإبداعية لعمالها حتى يمكن تقييم برامج التنمية الإدارية التي تتلاءم مع هذه القدرات، وإيجاد الطرق المثلى لتوفير متطلبات التفكير الإبداعي.

لهذا تولي المؤسسات الكبيرة والمتقدمة أهمية قصوى لهذا الجانب، ولا ريب في أن ما توصلت إليه من نجاح ليس وليد الصدفة، بل يعتمد بشكل كبير على تهيئة الظروف المناسبة للمبدعين، باعتبارها الركيزة الأساسية لإطلاق مواهبهم وإبداعهم في إنجاز الأعمال وحل المشاكل وتنفيذ الاستراتيجيات والخطط.

الفصل الثاني:
مدخل مفاهيمي لليقظة
الإستراتيجية

تمهيد

يشهد عالم اليوم تحولات بيئية سريعة لامتناهية إلى جانب التطور التكنولوجي السريع حيث أضحى عصر اليوم يسمى بعصر المعلوماتية، هذا ما فرض على المؤسسات بيئة تتميز بالمنافسة الشديدة تدفع بها إلى الرفع من تنافسيتها ناهيك عن اكتساب مزايا تنافسية تؤهلها لاستمرار نشاطها وضمان بقاءها أمام منافسيها، هذا ما يدعو كل مؤسسة إلى تبني الأساليب التشخيصية اللازمة لبيئتها الداخلية والخارجية ذلك بغرض اكتشافها لنقاط الثوة والضعف من جهة الفرص والتهديدات من جهة أخرى، ما يمكنها من تبني استراتيجيات ناجعة تسمح لها بالتأقلم مع المحيط التنافسي الذي تنشط فيه.

ومما لا شك فيه أضحى المعلومة تمثل مورداً أساسياً للمؤسسة مهما كان مجال نشاطها، بحيث أن التحكم فيها وحسن استخدامها وتسييرها العقلاني يعتبر أحد نقاط قوة المؤسسة باعتبارها أساساً في صنع القرارات، هذا ما يستوجب على المؤسسة اعتماد نظام معلومات يتماشى مع المتغيرات البيئية المعقدة ما أدى إلى ظهور مفهوم حديث في هذا المجال ما يسمى بنظام اليقظة الاستراتيجية (بلغسل، 2017-2018، صفحة 06)، بحيث يعد هذا الأخير من أهم المفاهيم الإدارية المعاصرة التي نشأة وتطورت في مجال إدارة الأعمال، ولاقى اهتماماً كبيراً في الآونة الأخيرة (صلاح الدين، 2020، صفحة 200).

وللإحاطة بجوانب اليقظة الاستراتيجية ومفهومها وأهم الأبعاد المكونة لها وعلاقتها بالتفكير الإبداعي، قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية اليقظة الاستراتيجية

المبحث الثاني: أبعاد اليقظة الاستراتيجية

المبحث الثالث: مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي

المبحث الأول: ماهية اليقظة الاستراتيجية

نظرا للظروف التي تخلفها التنافسية من الضروري على المؤسسات تبني أنماط وأساليب ناجحة لحيازة المعلومات الضرورية وحسن استغلالها وتسييرها، ولعل من أبرز هاته الأساليب نظام اليقظة الاستراتيجية الذي يعتبر من أهم الطرق الحديثة النشأة والتطبيق خاصة في دول العالم العربي، بحيث تحاول المؤسسة من خلال تطبيقها لهذا النظام تحقيق التفوق التنافسي وكسب المزايا التنافسية وتحقيق الإستمرارية، إلى جانب ذلك فتساهم اليقظة في بتوفير المعلومات اللازمة لمتخذي القرار في الوقت المناسب وبأقل تكلفة ممكنة، ولهذا سوف نتطرق في هذا المبحث إلى تعريف اليقظة الاستراتيجية، أهميتها وأهدافها، مع ذكر أهم خصائصها.

المطلب الأول: تعريف اليقظة الاستراتيجية

الفرع الأول: تعريف اليقظة الاستراتيجية

تعددت التعاريف المقدمة لمصطلح اليقظة الاستراتيجية بتعدد وجهات نظر الكتاب والاقتصاديين، كما يعود ذلك إلى بعض الالتباسات والارتباطات بين مفهوم اليقظة الاستراتيجية ومفاهيم أخرى، ومن بين التعاريف المعطاة لليقظة الاستراتيجية:

يعرف Dhenin et Fournier اليقظة الاستراتيجية على أنها: "أسلوب منظم في الإدارة الاستراتيجية يركز على تحسين تنافسيتها بالجمع معالجة المعلومات ونشر المعرفة المفيدة للتحكم في المحيط (الفرص والتحديات)". (بوسالم و فراح، ب س، صفحة 104)

وعرفها Jean Michel Ribault على أنها: "المتابعة الإجمالية والذكية لمحيط المؤسسة لرصد المعلومات الحاملة لفرص المؤسسة". (بوتيفور و لكحل، 2009، صفحة 05)

وتعرف اليقظة الاستراتيجية على أنها: "عملية مستمرة تؤدي إلى الجمع المخصص والمتكرر لبيانات أو معلومات ومعالجتها وفقا لغرض أو أكثر من أغراض المستخدمين باستخدام الخبرة ذات صلة بالموضوع أو طبيعة المعلومات المجمعة". (بومدين، 2010، صفحة 21)

وتعتبر اليقظة الاستراتيجية عملية منظمة تشمل البحث والتحليل والاختيار المناسب للمعلومة التي تمكن المنظمة من الحصول على مزايا تنافسية، كما أنها عملية رصد للمحيط الذي يتبع بالبحث العادي للمعلومة التي تم تحليلها معالجتها بهدف دعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية. (غضبان و قرون، 2020، صفحة 311).

وعرفت المنظمة الفرنسية للتقييس AFNOR اليقظة الاستراتيجية بأنها: "النشاط المستمر (المتكرر إلى حد كبير) للمراقبة الفعالة بهدف استباق التغيرات الطارئة في المحيط التكنولوجي، التجاري، المجتمعي... إلخ"، ويوضح هذا التعريف نطاق وحدود اليقظة الاستراتيجية. (رمللي، 2014، صفحة 256)

وتعرف اليقظة الاستراتيجية بأنها تنظيم يسعى لمعرفة بيئة الأعمال واستباق التغيرات، فهي سيرورة معلوماتية تكون من خلالها المؤسسة في استماع لبيئتها حتى تتمكن من اتخاذ القرارات والتسيير فيما بعد، تصنف هذه السيرورة ضمن مجموع نظم المعلومات، وهي تسمح للمسيرين بحسن القيادة في الأوقات العصيبة، وبذلك يمكن اعتبار اليقظة الاستراتيجية كنظام مكون من نظم فرعية متأثرة بتدفقات المعلومات الواردة من البيئة الكلية. (Brouard, 2004, pp. 01-02)

وتعرف كذلك بأنها: "العملية الجماعية المستمرة التي تقوم بها مجموعة من الأفراد بطريقة تطوعية فيتبعون ويتعقبون ومن ثم يستخدمون المعلومات المتوقعة التي تخص التغيرات التي من المحتمل أن تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة". (El Qasmi, 2022)

هذا وقد عرفت اليقظة الاستراتيجية على أنها إحدى الطرق المتيسرة لضمان النجاح المستمر للمنظمات في بيئات شديدة المنافسة، ويقصد بها السياق المعلوماتي الذي تتمكن المنظمة من الاصغاء المسبق والإداري (الطوعي) إلى بيئتها الخارجية بغرض فتح منافذ على الفرص المناسبة لاستغلالها في وقتها، أو لمعرفة الأخطار وتفاديها والتقليل من آثارها، وتتضمن هذه العملية تجميع وتوزيع وتحليل المعلومات الاستراتيجية ونشرها بغرض تغذية القرارات الاستراتيجية. (بلعسل، 2017-2018، صفحة 27)

ومما سبق ذكره نستطيع وضع تعريف عام وشامل لليقظة الاستراتيجية على أنها:

عملية بحث وترصد (مستمرة) للمعلومات حول التغيرات التي تحدث في محيط المؤسسة ثم معالجة هذه المعلومات والقيام بنشرها من أجل استغلالها من طرف متخذي القرار لانتهاز الفرص وتقليص التهديدات.

الفرع الثاني: علاقة اليقظة الاستراتيجية بالذكاء الاقتصادي

إن العلاقة بين اليقظة والذكاء الاقتصادي غير واضحة حيث أن المفهومان متداخلان ومن خلال ما ذكر آنفاً، فاليقظة الاستراتيجية تهتم في مضمونها برصد محيط المؤسسة وهي عملية منظمة ومستمرة بغرض البقاء على علم بكل المستجدات البيئية التي تعني المؤسسة والتي لها تأثير على نشاطها، وتنتهي هذه العملية بتحصيل وتحليل ونشر المعلومات، أما الذكاء الاقتصادي فهو أشمل من ذلك إذ يتضمن إضافة إلى نتائج عملية اليقظة القيام بترجمة هذه المعلومات كمؤشرات لاتخاذ القرارات الاستراتيجية الممكنة التي تتوافق وأهداف المؤسسة.

و من خلال هذا يمكن أن نستنتج العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية و الذكاء الاقتصادي أهمها مصطلحان متكاملان، فاليقظة الاستراتيجية هي الجزء و الذكاء الاقتصادي هو الأشمل حيث أن تطبيق اليقظة الاستراتيجية يكون على المستوى الجزئي أي المؤسسة في حين أن الذكاء الاقتصادي يكون على المستوى الكلي، كما نستطيع القول أن اليقظة تختلف عن الذكاء الاقتصادي في كونها لا تغير و لا تعدل بيئة المؤسسة التي تمارس فيها نشاطها، فدورها يتجلى في الكشف والرصد عن التغيرات والمستجدات بهدف التنبؤ وتنبه المؤسسة، بينما الذكاء الاقتصادي يسعى

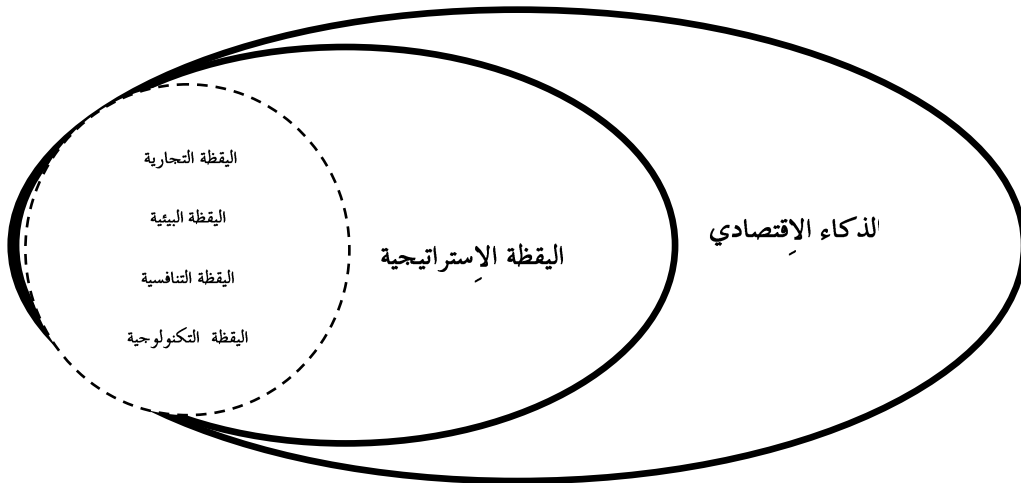
لتمكين المؤسسة من التموّج الصحيح في بيئتها ومساعدتها على مواجهة المنافسة. (بوخریصة، 2014-2015، صفحة 45)

ومن زاوية أخرى، يوجد حالياً مدخلان يتنازعان حول طبيعة العلاقة بين اليقظة والذكاء:

• الإِتجاه الأول:

وهو يعتبر اليقظة كمرحلة من مراحل الذكاء الإقتصادي وهي تهتم في مضمونها برصد محيط المؤسسة (المحيط التنافسي، التكنولوجي، التجاري، القانوني... إلخ)، وهي عملية منظمة ومستمرة (متكررة) بغرض البقاء على علم بكل المستجدات في القطاع الذي تشغله المؤسسة، وتنتهي هذه العملية بتحصيل وتحليل ونشر المعلومات، أما الذكاء الإقتصادي فهو أشمل إذا يتضمن إضافة إلى نتائج العملية السابقة (اليقظة) القيام بترجمة هذه المعلومات كمؤشرات لإِتخاذ القرارات الإستراتيجية والمناورات التكتيكية بما يخدم أهداف المؤسسة والشكل الموالي يوضح العلاقة التي تعكس الإِتجاه الأول. (أنساعد و قمری، 2020، الصفحات 28-29)

الشكل رقم (02-01): العلاقة بين اليقظة الإستراتيجية والذكاء الإقتصادي



المصدر: (بوخریصة، 2014-2015، صفحة 45)

• الإِتجاه الثاني:

والذي يتبنى التعارض بين المفهومين، حيث ينظر إلى اليقظة الإستراتيجية كرد فعل إِتجاه تغيرات البيئة، في حين أن الذكاء الإقتصادي هو التأثير على البيئة بحد ذاتها، بمعنى أن اليقظة الإستراتيجية هي وظيفة لإثارة انتباه متخذي القرار لما يحدث في البيئة الخارجية، بينما الذكاء الإقتصادي يضمن موقعا أفضل للمؤسسة في السوق، ويرى هذا الإِتجاه أن اليقظة الإستراتيجية هي رد فعل أما الذكاء الإقتصادي فهو الفعل. (أنساعد و قمری، 2020، صفحة 29)

المطلب الثاني: أهمية وأهداف اليقظة الاستراتيجية

الفرع الأول: أهمية اليقظة الاستراتيجية

أصبحت اليقظة الاستراتيجية ضرورة حتمية، حيث اكتسبت مكانة محورية مهمة تعود بفائدة كبيرة على المنظمات، تتجلى أهميتها في تحقيق المزايا التنافسية للمؤسسة، والتي يمكن ذكر بعضها كالآتي:

- المعرفة المعمقة للأسواق والمنافسة.
- ضمان الاستجابة الجيدة لحاجات الزبون، من خلال التحسين الدائم لعلاقتها مع الزبائن والموردين.
- إكساب المؤسسة موقع قوة من أجل طرح سلعتها وخدماتها المبتكرة في السوق.
- الزيادة من التآزر والتعاقد في المؤسسة.
- التوصل إلى حل المشاكل بصفة سريعة.
- الوعي في اتخاذ القرارات.
- التحسين المستمر في السلع والخدمات والقدرة على البحث والتطوير والابتكار.
- تخفيض الأخطار الناتجة عن عدم التأكد البيئي ورفع درجة الأمان.
- اليقظة الاستراتيجية تعتبر وسيلة للاستشعار السريع للانقطاعات والتغيرات المفاجئة.
- اليقظة وسيلة لاستباق التغييرات.
- اليقظة أداة لإعادة توجيه استراتيجية المؤسسة، بالشكل الذي يوافق متطلبات وضع الاستراتيجية.
- اليقظة وسيلة لرفع القدرة الابتكارية.
- وسيلة مساعدة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية. (زواو، 2012-2013، الصفحات 21-22) ومن زاوية أخرى، تضيف (Jamal, 2021, pp. 2106-2107):

- تكتسب المنظمة مكانة قوية من أجل طرح سلعتها وخدماتها المبتكرة في السوق .
- اليقظة الاستراتيجية هي أداة لإعادة توجيه استراتيجية المنظمة بطريقة تناسب مع متطلبات وضع الاستراتيجية، فضلا عن دعم الوعي في صنع القرار.
- اليقظة المالية تسمح بتحقيق وفرة من المعلومات التي يمكن جعلها قادرة على تحسين الخصائص التقنية وجودة المنتج أو الخدمة والتحقق من تكلفتها، أي الاستخدام الأمثل لموارد المنظمة.
- يحذر ويتنبأ بالعقبات التي ستواجهها المنظمة في المستقبل.
- السماح بمرور المعلومات بشكل جيد عبر المستويات التنظيمية المختلفة في المنظمة وتسمح لها بمراقبة بيئتها بشكل مستمر.
- تتيح اليقظة التوقع والتفوق على المنافسين من خلال تطوير عدد من المزايا التنافسية، حيث تتيح التحسين المستمر للسلع والخدمات، ومن ثم تحسين علاقتها مع عملائها ومورديها.

- اليقظة يمكن أن تغير استراتيجية المنظمة والمنافسة في السوق من خلال أهميتها في تحديد نقاط القوة والضعف في المنظمة.
- تسمح للمنظمة بالتكيف مع بيئتها من خلال الحصول على مورد ومعرفة وخبرة أخرى حول المنظمة ومحيطها.

الفرع الثاني: أهداف اليقظة الاستراتيجية

لليقظة الاستراتيجية عدد من الأهداف، ولعل أهمها هو المتعلق بالوظيفة الأساسية لليقظة الاستراتيجية وهي وظيفة توقع الأحداث المستقبلية. ففي هذا السياق نجد لليقظة الاستراتيجية هدفين أساسيين-هدف دفاعي وهدف هجومي-، هما السبب وراء سعي المؤسسات إلى استحداث وظيفة اليقظة الاستراتيجية.

• الهدف الدفاعي (الغاية):

في المجال الدفاعي، اليقظة الاستراتيجية موجهة إلى التوقع بأحداث تدل وتُعلم المؤسسة عن تهديدات يجب أن تنتبه إليها، لأن احتمال إلحاقها الضرر بالمؤسسة كبير. وإلى تقليص مدة ردة فعل المؤسسة اتجاه الأحداث المتوقع بها، حتى تتمكن من التكيف مع التغييرات الجديدة قبل حدوثها أو بفترة زمنية قصيرة بعد حدوثها.

ففي الهدف الدفاعي لليقظة الاستراتيجية الأمر يتعلق بالمعرفة المسبقة بالتهديدات حتى يتم التكيف بسرعة وقبل فوات الأوان، بحيث تتفاعل المؤسسة باستمرار مع التهديدات المكتشفة، أي تكون تفاعلية، وتتجه دائماً للإجابة عن التساؤلات التالية:

❖ هل هناك خطر مرتقب؟

❖ ما هو؟

❖ ما وقت حدوثه؟

❖ وكيف نتصرف حتى نتفادى أو نتجنب الخطر المحتمل؟

• الغاية أو الهدف الهجومي:

في المجال الهجومي، اليقظة الاستراتيجية تستخدم لأجل التوقع وفي أسرع وقت ممكن بالأحداث التي تعلن عن الفرص المستقبلية الممكن أن تكون في محيطها، وذلك قبل أن يتوقعها المنافسون. هذه الرؤية تمكن المؤسسة من ضمان تقدمها وتحسين أداؤها، كما تعطيها ميزة تنافسية واختلاف عن المنافسين.

بغض النظر عن الهدف الهجومي أو الدفاعي لليقظة الاستراتيجية، فهي تمكن في الحالتين من اتخاذ قرارات استراتيجية، ومن بناء استراتيجيات جيدة، هذه القرارات تسمح بضمان استمرارية المؤسسة، أي أن الهدف الأول والأساسي لها هو توفير آلية داعمة ومساعدة لاتخاذ أفضل القرارات، ولصياغة أفضل الاستراتيجيات، وهذا طبعاً من

خلال تتبع ورصد محيط المؤسسة، وجمع معلومات عنه ثم تنظيمها، تفسيرها ونقلها بسرعة إلى المختصين وذلك لاستباق الأحداث المستقبلية. (زواو، 2012-2013، الصفحات 18-19)

المطلب الثالث: خصائص اليقظة الاستراتيجية

تتميز اليقظة الاستراتيجية بجملة من الخصائص والمميزات نأتي على ذكرها فيما يلي (بوخریصة، 2014-2015، الصفحات 43-44):

1. الاستراتيجية:

مفهوم لا يأخذ بالمعنى الآني أو الحالي، ويستعمل من أجل الإشارة إلى أن المعلومات المزودة لليقظة الاستراتيجية ليست مرتبطة بالعمليات الجارية والرائجة أو المذكورة، وكان لها نموذج مفحوص ومقيم بفعل التجربة، أي أن المعلومات المستعملة في اليقظة الاستراتيجية يجب أن تتميز بالإبداع، الندرة وعدم التكرار، وذلك للوصول إلى اتخاذ قرارات لها تأثير كبير على تنافسية المؤسسة.

2. المحيط:

يمثل العنصر الأساسي لليقظة الاستراتيجية، حيث نستمد منه المواد الأولى والخام لقيامه، وبحكم أنه مكون من عدة عوامل مؤثرة فيه بالدرجة الأولى.

3. التطوعية:

لا تعد اليقظة الاستراتيجية عملاً سلبياً ومحدوداً حيث لا تقتصر على المتابعة والترصد البسيط للمحيط، بل تعتبر تطوعية من خلال التيقظ والانتباه الجيد للمعلومات المتوقعة وفي الغالب التحري عنها.

4. إنشاء الإبداع:

اليقظة الاستراتيجية تشمل تفسيرات علامات الإنذار المبكرة والتي ترتبط بالإبداع. في الواقع المعلومات المقصودة يتحرى عنها ولا تصف الأحداث المحققة سابقاً ولكن تسمح بتحرير الفرضيات وخلق رؤية استباقية.

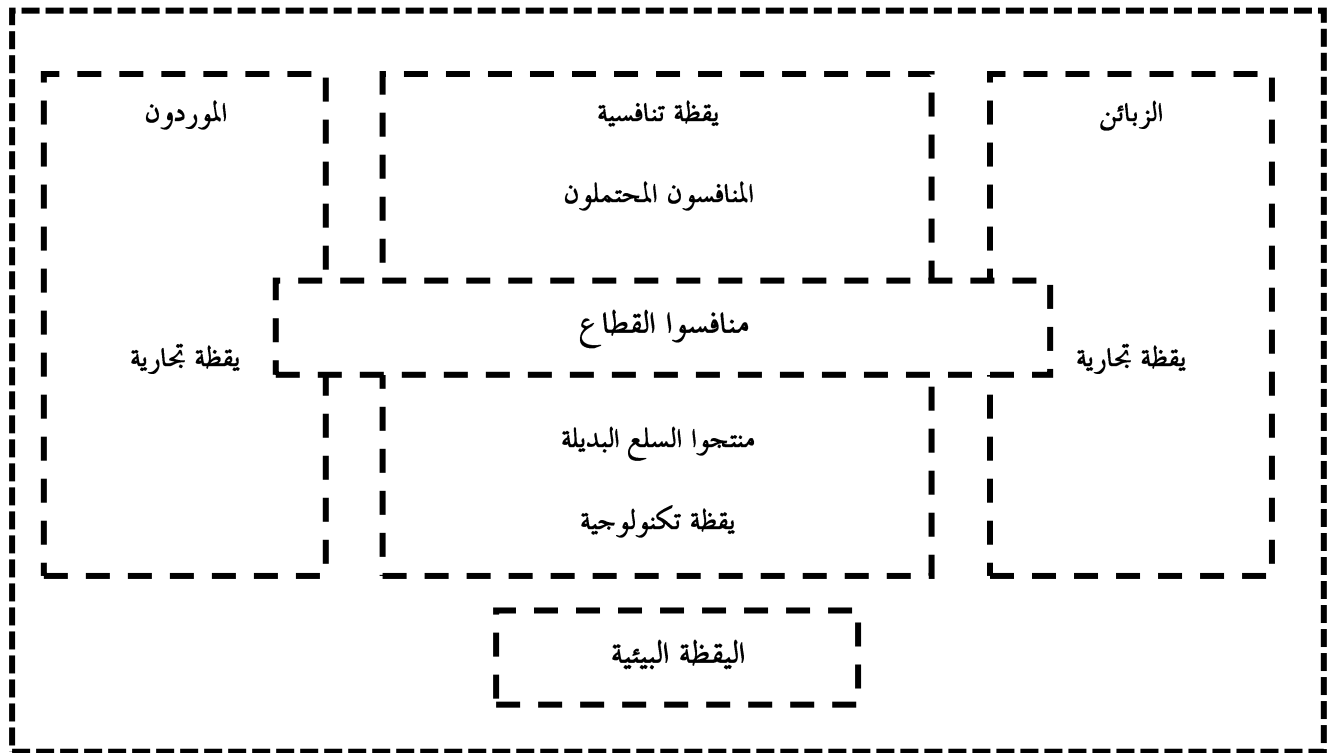
5. التوقع:

عبارة عن المعلومات التنبؤية التي تفيد بالتوضيحات المستقبلية للمؤسسة.

المبحث الثاني: أبعاد (أنواع) اليقظة الاستراتيجية

يشمل مفهوم اليقظة الاستراتيجية تعبيراً شاملاً عن اليقظة والتي تتكون من عدة أنواع متكاملة، حيث تعطي اليقظة الاستراتيجية للمؤسسة القدرة على التصرف بسرعة وفي الوقت المناسب مع أكبر قدر من الفعالية، وأقل قدر ممكن من الوسائل مساهمة في تحقيق وتحسين تنافسيتها الدائمة، وقد اختلف العديد من الكتاب والباحثين حول أبعاد اليقظة الاستراتيجية، لكن جامعة لافال قدمت تصنيفاً اتفق عليه العديد من الباحثين يتضمن أربعة مكونات ثانوية هي اليقظة التجارية (التسويق)، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة البيئية، ويتم دمج هذه الأنظمة معاً في نموذج القوى التنافسية بقلم مايكل بورتر، وعليه سوف نتطرق إلى الأنواع الأساسية الأربعة لليقظة الاستراتيجية. وفق الشكل التالي:

الشكل رقم (02-02): أنواع اليقظة الاستراتيجية الأربعة وفق نموذج القوى التنافسية لبورتر



المصدر: (أنساعد و قمري، 2020، صفحة 30)

المطلب الأول: اليقظة التكنولوجية

تعددت التعاريف المعطاة لليقظة التكنولوجية حسب وجهة نظر المفكرين فقد عرفها جاكوبياك Jakobiak على أنها: "ملاحظة وتحليل المحيط العلمي، التقني، والتكنولوجي والتأثيرات الاقتصادية الحالية والمستقبلية، من أجل توقع المخاطر والتهديدات وفرص التطوير. (كرغلي، 2013-2014، صفحة 67)

واليقظة التكنولوجية هي مختلف الجهود المبذولة من قبل المؤسسة بغرض معرفة التطورات وكل ما هو جديد في الميدان التكنولوجي والمتعلقة بنشاط المؤسسة سواء الحالي أو المستقبلي. (قواسمية و مبارك، 2021، صفحة 12)

وعليه يمكن القول أن اليقظة التكنولوجية تمثل مجموع النشاطات التي تسمح بـ:

- مراقبة محيط المؤسسة ومتابعة الإبداعات التكنولوجية.
- جمع المعلومات عن التطورات والابتكارات التكنولوجية ومعالجتها.
- إيصال هذه المعلومات إلى مراكز اتخاذ القرار في المؤسسة.

وعليه فإن تطور التكنولوجيا والعلوم المتسارع، أمر يتطلب من المؤسسة وضع مصالح إعلامية تتم بالبحث عن التكنولوجيا الجديدة (كطرق صنع منتج ما، تطوير تقنيات التغليف وحفظ المنتج...) وطرق الحصول عليها، وكذا التعرف على رخص براءات الاختراع الممنوحة، الشيء الذي يدعو إلى اعتبار أن الرصد التكنولوجي هو نشاط منظم يحتاج إلى أشخاص مراقبين مهمتهم رصد المعلومات التقنية والعلمية، وأشخاص محللين يتكفون بمعالجة هذه المعلومات وتقييمها، ومتخذي قرارات يستغلون هذه المعلومات. (خلفاوي، 2017، صفحة 06)

وعموماً فاليقظة التكنولوجية تطرح وتجب على تساؤلات كثيرة أهمها:

- ما هي براءات الاختراع اللازمة لهذا النشاط؟
- ما هي المعدات والتجهيزات الجديدة والتكنولوجيا الحديثة اللازمة في هذه البيئة؟
- ما هي المؤسسات المتطورة تكنولوجيا والرائدة في هذا النشاط؟
- ما هي المعايير المعمول بها حالياً في المجال التكنولوجي؟ (داودي، رحال، و شين، 2007، الصفحات 12-

14)

المطلب الثاني: اليقظة التنافسية

تشير اليقظة التنافسية إلى تلك العملية التي تجمع وتحلل وتقيم بطريقة منهجية ومنظمة المعلومات المتعلقة بالمنافسين المحتملين من أجل توفير منتج نهائي في شكل معلومات مفيدة للمديرين من أجل تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة. (Jamal, 2021, p. 2108)

ونظراً لأن اليقظة التنافسية تهدف إلى معرفة وفهم كل ما يتعلق بالمنظمة المنافسة، كان من الضروري معرفة ما

يلي (Jamal, 2021, p. 2110):

1. منتجات المنظمة المنافسة والتشكيلة الكاملة لمنتجات المنظمات المنافسة وحصصها في السوق.
2. الشركاء والعلاقة مع المنظمات والموردين والمقاولين الآخرين.
3. تقنية البيع والتوزيع وتشمل الأسعار المطبقة وخطة التوزيع وشبكات التوزيع.

4. الإنتاج ويشمل كل ما يتعلق بتكلفة الإنتاج ونظام الإنتاج والموارد والمهارات المستخدمة.
5. البحث والتطوير ويشمل براءات الاختراع المسجلة والتقنيات المستخدمة وكل ما يتعلق بالسوق الحديث.
6. معرفة نقاط القوة والضعف لدى المنافسين للاستعداد لمواجهةها أو التركيز على نقاط الضعف تلك. يمكن تحديد ذلك من خلال مراقبة وتتبع المنتجات والقدرات المالية والقدرات الإدارية والتنظيم والبيع والتكاليف الإجمالية للمنافسين.

وتتميز اليقظة التنافسية بجملة من الأهداف نذكر من بينها:

- اتخاذ القرارات بطريقة آمنة.
- المعرفة المعمقة للأسواق المنافسة.
- الحصول على مورد وافر من المعلومات والخبرات.
- ضمان الإستجابة الجيدة لاحتياجات الزبائن. (لموس، 2019، صفحة 76)

وتعتمد العديد من المنظمات التي تمارس اليقظة التنافسية على تكوين ملفات خاصة لأهم المنافسين تحتوي على التقارير السنوية والملخصات التي تنتجها المنظمة من المعارض والفعاليات التجارية والإعلانات في المجالات والمقالات الصحفية ... إلخ.

المطلب الثالث: اليقظة التجارية

تعرف اليقظة التجارية بأنها: "هي قدرة المنظمة على مراقبة ومراقبة تغيرات عدم اليقين في السوق، والتي تتعلق بسلوك المستهلك والتغيرات وكذلك الرغبات والشراء غير المستقر المدعوم من الموردين والموزعين". (Alhasani & Alkshali, 2021, p. 674)

ومن منظور آخر، تتكفل اليقظة التجارية بالمتابعة المستمرة لتطور احتياجات الزبائن، وقدرتهم على الوفاء ووضعية موردي المؤسسة وقدرتهم على توفير المادة الأولية، الشيء الذي يسمح لنا بالقول أن المؤسسة يجب أن تكون على دراية تامة بالسوق وظروفه من خلال المعلومات التسويقية التي تتعلق بالمستهلكين والمشتريين والموردين، إذن نحتاج إلى تنمية قدرات ومهارات توكل إليها مهمة الحصول على المعلومات. (خلفاوي، 2017، صفحة 05)

إذا نستطيع القول أن مجال اليقظة التجارية يتمثل في عنصرين أساسيين هما: الزبائن والموردين، أي محاولة تعزيز الروابط بالأسواق الأمامية والخلفية للمؤسسة.

المطلب الرابع: اليقظة البيئية

تمثل اليقظة البيئية في ذلك الترصد الإجتماعي المرتبط بمحيط المؤسسة والمظاهر الاقتصادية والجيوسياسية والاجتماعية والثقافية والقانونية والتشريعية والنظامية، وعموما فهي تجيب المؤسسة على جملة الأسئلة التالية:

- ما هي التقنيات والتشريعات الخاصة بالتصدير في مناطق جغرافية معينة؟
- ما هي قدرات وردود أفعال المؤسسة فيما يتعلق بعملية سن القوانين والتشريعات؟
- ما هو المناخ والثقافة التنظيمية السائدة داخل المؤسسة؟ ما هو المناخ الاجتماعي؟ ما هي المشاكل الداخلية؟

وبالتالي فاليقظة البيئية تتمثل في مراقبة كل التغيرات التي لها علاقة بمختلف أوجه الحياة الاجتماعية للأفراد،

وتشمل هذه المتغيرات:

- تطور النمو الديمغرافي.
- عادات الاستهلاك.
- تغيير الموضة في اللباس.
- التجمعات السكانية... إلخ (لمروس، 2019، الصفحات 79-80)

ومن أهداف اليقظة البيئية هو تحفيز الإدارات على إعادة النظر بالاستراتيجية العامة للمؤسسة، لغرض الحد من مستوى عدم التأكد الذي يتعلق ببيئتها، ويجب أن تكون المؤسسة يقظة بيئياً، وعلى علم بالتطورات التي تحدث في بيئتها الخارجية، وقادرة على الرصد البيئي المستمر للحد من التأثير السلبي، والأنشطة التي يقوم بها المنافسون. (صلاح الدين، 2020، صفحة 212)

المبحث الثالث: مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي

تعمل اليقظة الاستراتيجية من خلال أنواعها المتمثلة في اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية واليقظة البيئية على استحداث بدائل استراتيجية تترجم بخلق وطرح منتجات جديدة، أو طرق وأساليب إنتاج جديدة، وفي هذا المبحث سوف نتناول مساهمة مختلف أبعاد اليقظة الاستراتيجية (البيئية، التكنولوجية، التنافسية، تجارية) في تعزيز التفكير الإبداعي.

المطلب الأول: مساهمة اليقظة التكنولوجية في تعزيز التفكير الإبداعي

تعنى اليقظة التكنولوجية بملاحظة وتحليل المحيط العلمي، التقني، التكنولوجي متبوعاً بنشر جيد للمعلومات المنتقاة والمعالجة للمسؤولين في المؤسسة لاستعمالها في اتخاذ القرار الاستراتيجي (بوسالم و فراح، ب س، صفحة 106)، فهي بهذا تمثل مجموعة التقنيات التي تقوم بتنظيم منهجي لعملية جمع، تحليل ونشر المعلومات التقنية لضمان بقاء المؤسسة ونموها. (كرغلي، 2013-2014، صفحة 67)

وبالتالي فهي أداة تسمح بالبقاء على اتصال مستمر مع البيئة التكنولوجية للتكيف مع المستجدات الحاصلة في مجال العمل، فوجود المؤسسة في وضع اليقظة يسمح لها بالإطلاع باستمرار على التكنولوجيات الحديثة للاستفادة منها في تحديث طريقة عملها وتطوير منتجاتها التي تساهم في زيادة قدرتها التنافسية. (كرغلي، 2013-2014، صفحة 69)

هذا وتعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي جزء من أدوات اليقظة التكنولوجية، والتي تلعب دوراً كبيراً في تعزيز قدرة المؤسسة على خلق الإبداع وتطوير التفكير الإبداعي والتميز في قطاع الأعمال، وذلك من خلال تحقيق سبق على المنافسين في رصد المتغيرات البيئية والأفكار الجديدة ونقل المعلومة وإدراجها في تكنولوجيات المؤسسة مما يسمح بتحسين المنتجات الموجودة والخدمات الموفرة للزبون، وتعمل اليقظة التكنولوجية على تحقيق الإبداع من خلال عملية تنشيط الاستهلاك عبر إدخال منتجات جديدة تتلاءم مع الرغبات المتزايدة للمستهلكين أو تحسين منتجات في الجودة، وفي نفس الوقت تسهر لضمان سلامة المستهلك (سريدي و بوجعة، 2018-2019، صفحة 67)، ومن جهة أخرى يعتبر الوصول للإبداع داخل المؤسسة من كل الجوانب بمثابة تحدي أكبر لليقظة التكنولوجية.

إن فعالية نظام اليقظة التكنولوجية يتوقف على مصداقية المعلومات التي تم جمعها من البيئة التكنولوجية، وعليه فالخيارات الاستراتيجية التي تتبعها المؤسسة هي من تفتح لها الطريق إلى الإبداع، فعلى سبيل المثال التعاون مع مخابر البحث الجامعية ومخابر البحث الصناعية تسمح للمؤسسة استغلال معارف جديدة وتطوير تعلمها في مجال البحث العلمي.

وفي الأخير يمكن القول أن دور اليقظة التكنولوجية يتمثل في مراقبة المؤسسة لمحيطها والبحث واستخدام بعض المعلومات ذات الطابع الاستراتيجي، وكذلك رصد تطور المعرفة والتكنولوجيا التي تمكن من خلق إبداعات والتي تتيح للمؤسسة ميزة تنافسية مستدامة. (سريدي و بو جمعة، 2018-2019، صفحة 68)

المطلب الثاني: مساهمة اليقظة التنافسية في تعزيز التفكير الإبداعي

تتم اليقظة التنافسية بالبحث، المعالجة ونشر معلومات متعلقة بمنافسي المؤسسة، فالأمر يتعلق بمراقبة وترصد المنافسين المباشرين وغير المباشرين، الحاليين والمحتملين. (carlo, 2000, p. 13)

ولتعزيز التفكير الإبداعي، أثبتت اليقظة التنافسية أنها أداة فعالة للغاية تستعمل في مراقبة ظهور أسواق جديدة، منافسين جدد، منتجات جديدة كلها عناصر موازية لإيجاد الأفكار وإنشاء الابتكارات الخاصة بالعامل، وهنا يبرز دور اليقظة الذي تجاوز مجرد توفير الاحتياجات من المعلومات، إلى قيادتها لعملية التغيير والإبداع الذي يمثل أساس إنشاء وتنمية المزايا التنافسية من خلال توفير معلومات كمية ونوعية مناسبة عن المنافسين، هذه المعلومات تعطي صورة واضحة عن البدائل والخيارات الاستراتيجية المتعلقة بالمنتج والخدمة، وما تحمله من تحديات، فرص وتهديدات، وهو ما عبّر عنه ميشال كارتي في قوله "الهدف النهائي لليقظة هو الإبداع والحفاظ أو خلق مزايا تنافسية تسمح للمنظمة بالتكيف مع تحولات بيئتها". (سريدي و بو جمعة، 2018-2019، صفحة 68)

المطلب الثالث: مساهمة اليقظة التجارية في تعزيز التفكير الإبداعي

تعرف اليقظة التجارية بأنها: "هي قدرة المنظمة على مراقبة ومراقبة تغيرات عدم اليقين في السوق، والتي تتعلق بسلوك المستهلك والتغيرات وكذلك الرغبات والشراء غير المستقر المدعوم من الموردين والموزعين". (Alhasani & Alkshali, 2021, p. 674)

إذن، اليقظة التجارية هي اليقظة التي تخص المجال التسويقي، والتي تتمكن المؤسسة من خلالها دراسة وتحليل علاقة القوة القائمة بين الموردين والزبائن والمهارات الجديدة التي تظهر في السوق ومعدل نموه، كما تتم اليقظة التجارية بمتابعة عروض الموردين التي تتعلق بالمنتجات الجديدة والأفكار الجديدة ما يسمح لإنشاء خريطة فرص الإبداع، وهو ما يعزز التفكير الإبداعي داخل المؤسسة فيما يتعلق بتغيير نطاق المفاوضات بين الموردين والزبائن، فإذا كان إبداع وابتكار المنتجات أو أساليب الإنتاج متاح أمام عدد كبير من الموردين فإن انتقال الزبائن من مورد لآخر يكون بمعدلات مرتفعة، الأمر الذي يزيد من شدة المنافسة بين الموردين ويضعف قوتهم التفاوضية أمام الزبائن، وبالمقابل فإن الإبداع يمكن أن يؤدي إلى ظهور موردين جدد، أو يطور قدرات الموردين الحاليين.

أما بالنسبة للزبائن فتؤدي اليقظة التجارية دورا مهما في تعزيز القدرات الإبداعية القادرة على تعديل تكاليف التبديل والتحديث، حيث قد يؤدي التطور التكنولوجي إلى تنميط المنتجات الموجودة في السوق كما تعمل اليقظة التجارية على رصد المجال التجاري والتركيز على السوق، أي إدراك الفرص التي يمنحها المحيط قبل اشتداد المنافسة،

كل هذا لخلق أفكار إبداعية جديدة والتي تستعملها المؤسسات في إقناع الزبائن بطرق متطور وذلك قصد إشباع حاجات كامنة. (سريدي و بو جمعة، 2018-2019، الصفحات 68-69)

المطلب الرابع: مساهمة اليقظة البيئية في تعزيز التفكير الإبداعي

تتم اليقظة البيئية بمكونات البيئة وتسمى أيضا اليقظة الشاملة لأنها تهتم بمراقبة التطورات السياسية والقانونية والاجتماعية والاقتصادية والديموغرافية والثقافية التي تؤثر بشكل كبير على عمل المؤسسات، أي العوامل الخارجية التي لا ترتبط مباشرة بمهمة المؤسسة التي يجب أن تعرفها المؤسسة للتكيف معها. (Jamal, 2021, p. 2108)

ومن خلال هذا النوع من اليقظة تحدد المؤسسة علاقة أنشطتها بالقضايا الاجتماعية والقيم الثقافية التي تتمسك بها البيئة الاجتماعية، وذلك ما يمكنها من معرفة درجة الانفتاح أو المقاومة للإبداع ومن أهم مكونات هذا النوع من اليقظة هي القيم والمبادئ والعادات الثقافية والاجتماعية. (سريدي و بو جمعة، 2018-2019، صفحة 69)

وتسمح اليقظة البيئية بتعزيز التفكير الإبداعي من خلال اكتشاف الفرص المتاحة التي تسمح بـ:

- وضع تصوراتها المستقبلية بتعاون من المبدعين.
- وضع نماذج لتطوير المؤسسة والتي تنقلها من واقعها إلى مرحلة الطموح والتطور.
- أن ترافق خطواتها التطويرية معززات للسلوك المتطور، وأن يحس العاملون بالنتائج الإيجابية لإبداعهم وأفكارهم وسلوكياتهم المتجددة والمبدعة ويكون ذلك بالترقيات والمكافآت ومنح الأوسمة... الخ.
- توفر قنوات الاتصالات المفتوحة التي تسمح بنقل المعلومات المرتدة والسماح لكل المستويات بتوصيل ما لديها من أفكار أو تحفظات. (العززي، 2002، الصفحات 46-47)

ومع ذلك، فإن تحليل المنافسين للحكم على قوة وإمكانيات المنافسين يتطلب تحديد عوامل النجاح في القطاع من خلال تحديد وتصنيف الشركات المنافسة، ثم وضع افتراضات وسيناريوهات لمعرفة حجم القوى التنافسية، ثم تحديد المركز التنافسي. (Alhasani & Alkshali, 2021, p. 675)

في نهاية محتوى هذا الفصل نلخص إلى القول أن اليقظة الإستراتيجية بمختلف سلوكياتها وأنواعها وأدواتها مهمة جداً للاستدامة في دعم التفكير الاستراتيجي الذي يساعد في اتخاذ القرارات في المؤسسات مما يساهم في خلق البيئة الذكية داخل المنظمة وإيجاد الحلول المثلى والتميز، وبالتالي فهي تعتبر ضرورة حتمية في إطار ما تفرضه التغيرات البيئية المعاصرة، ذلك باعتبارها أحد العوامل المحددة لقدرة المؤسسة في الصمود أمام المنافسة الشديدة.

وتعتبر اليقظة الإستراتيجية يقظة مستقبلية واستشرافية تسمح للمسيرين بالتنبؤ بالتغيرات المتوقعة والممكن حدوثها في المحيط، وعليه تسعى المؤسسات إلى مواكبة التطورات السريعة في البيئة بشتى الطرق بحيث يتم تقديم الخدمات على أفضل وجه ، وذلك لمواجهة التحديات المتمثلة في تعدد الأهداف ونموها، إلى جانب زيادة وتنوع احتياجات المجتمع، وندرة الموارد والتحولات الاقتصادية شديدة التنافسية، حيث لا توجد منظمات متميزة ، ولكن هناك منظمات تسعى لتحقيق التميز من خلال تحسين الأداء والإنتاجية نحو المتطلبات الحديثة وفق منهجيات وأساليب وتقنيات متطورة، حيث أن التميز هو انعكاس لفكرة الإدارة وتطورها.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية بالوكالة الوطنية نضال الفرع
التجاري-مقاطعة التسويق-بسكرة-

تمهيد

بعد استعراضنا لأهم المفاهيم النظرية المتعلقة بكل من التفكير الإبداعي واليقظة الإستراتيجية، سوف نحاول في هذا الفصل الإلمام بجوانب الدراسة الميدانية المتعلقة بدور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي في المؤسسة الجزائرية دراسة حالة الشركة الوطنية نفضال الفرع التجاري (مقاطعة التسويق) -بسكرة-، وهذا من خلال ما تحصلنا عليه من معلومات من طرف الموظفين من مختلف الفئات، وقد ساعدتنا الإستبانة التي تم تخصيصها لهذه الدراسة في الحصول على هذه المعلومات بعد توزيعها على عينة البحث المختارة.

وللإحاطة بجوانب الدراسة الميدانية جيدا قسمنا هذا الفصل إلى المحاور التالية:

- ❖ المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة
- ❖ المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية
- ❖ المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة

ستكون الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري (مقاطعة التسويق) -بسكرة-محط أنظارنا في هذا المبحث، أين تم إجراء الدراسة بها والتعريف بها ونشأتها.

المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة

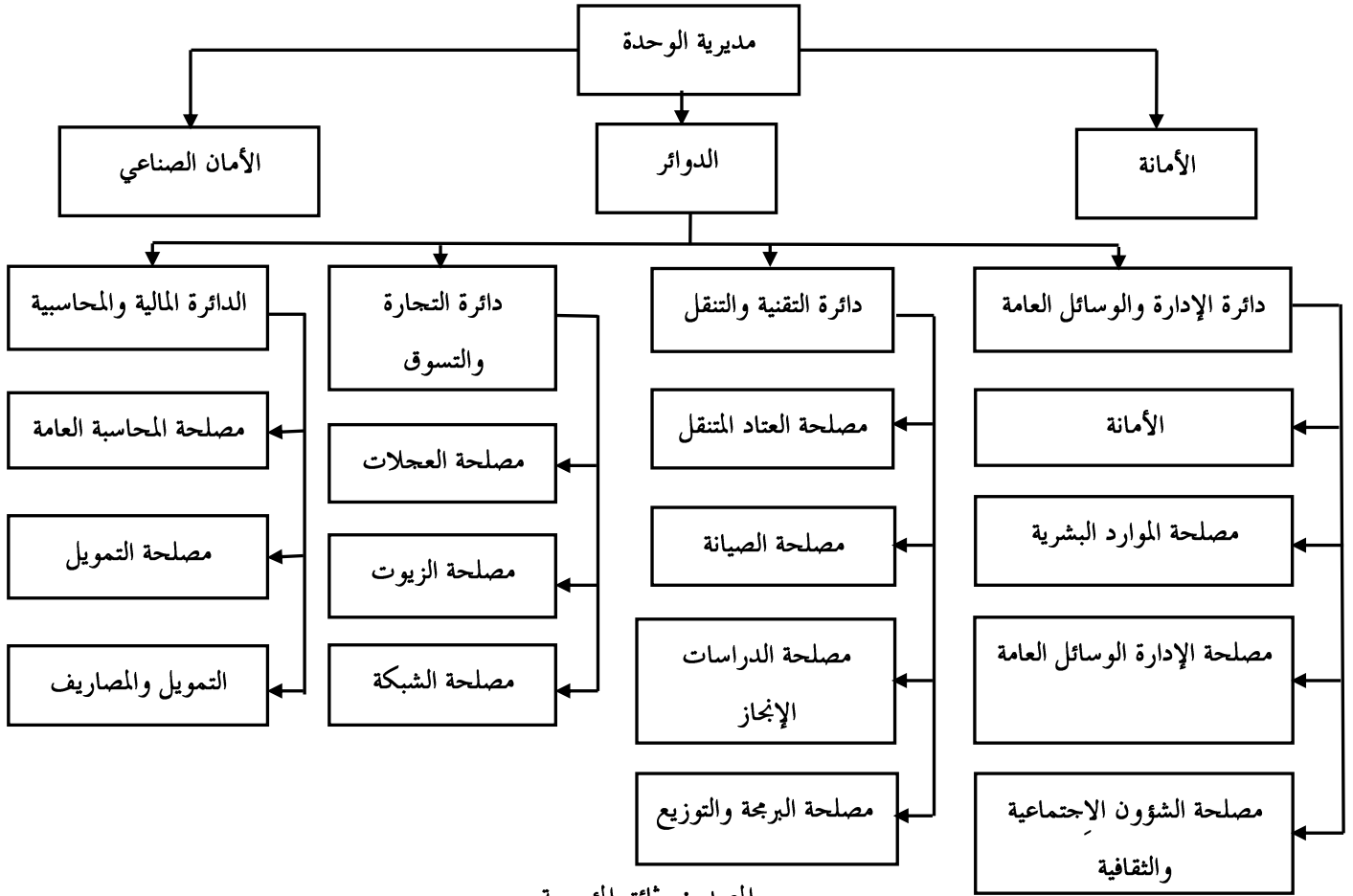
تعتبر الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري مقاطعة التسويق من إحدى المقاطعات الإثني عشر (12) للمؤسسة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية، فرع التسويق NAFTAL BRANCHE COM، وقد تم إنشاء مقاطعة نפטال بسكرة في 21 فيفري 1984 بموجب قرار صادر عن إدارة مقاطعة نפטال المركزية، وبموجب المرسوم رقم 84/70 المؤرخ في 1984/11/24 تحولت وحدة نפטال إلى منطقة توزيع، تقع مقاطعة التسويق بسكرة والمركز المتعدد المواد في المنطقة الصناعية لولاية بسكرة حيث يجاورها:

- في الشمال: المؤسسة الوطنية لصناعة الكوابل الطريق يفصل بين الموقعين.
- في الجنوب: المؤسسة الوطنية لنقل المسافرين الطريق يفصل بين الموقعين.
- في الشرق: المؤسسة الوطنية للتبغ والكبريت ومصنع صناعة الزجاج.
- في الغرب: المؤسسة الوطنية للنسيج حائط يفصل بين الموقعين.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمؤسسة

تتميز مؤسسة نפטال الفرع التجاري-بسكرة-بالهيكل التنظيمي التالي:

الشكل رقم (01-03): الهيكل التنظيمي لمقاطعة نפטال-بسكرة-



المصدر: وثائق المؤسسة

وبالتالي فإن مقاطعة نפטال-بسكرة-تتكون من (سجلات المؤسسة، 2022):

1. المديرية:

ويمثلها مدير المقاطعة المسؤول الأول عن إدارة الدوائر والمصالح والأقسام المكونة للمقاطعة حيث يقوم بتوجيهها والتنسيق بينها، ويقوم كذلك بإصدار الأوامر واللوائح في حدود صلاحيتها، كما يقوم بتعيين وتوجيه وإقترح الإطارات.

2. مصصلحة المعلوماتية والتسيير:

في هذه المصلحة يتم إنجاز تقارير المراكز ومتابعة النشاط الاقتصادي شهريا وإعداد قوائم عن مردودية النشاط بالمركز. ومن بين المهام المسندة إليها:

- غلق العمليات في نهاية كل شهر على مستوى مركز متعدد المواد.
- تخزين المعطيات في الملفات.
- إدخال الوثائق في آلة الكمبيوتر فيما يخص نظام البيع والزبائن...إلخ.

1. دائرة الإدارة والوسائل العامة: تتكون من الأمانة و خلية الشؤون والثقافة كما يوجد بها خمسة مصالح وهي:
 - الكتابة: حيث تقوم بتنظيم شؤون المكتب من حيث الوثائق الإدارية وإستقبال المكالمات الهاتفية وتحديد المواعيد والحفاظ على أسرار المهنة...إلخ.
 - مصلحة الموارد البشرية: يقوم بتسييرها ثلاثة موظفين وهم رئيس المصلحة وإطار دراسات والمكلف بالدراسات كل ما يتعلق بالمستخدمين في المقاطعة من إحصائيات حول عدد العمال والأعمار التكوين بالإضافة إلى الإشراف على التمهين والتربصات في الوحدة وأعداد الإحصائيات.
 - مصلحة الإدارة: يسهر على تسييرها ستة موظفين وتنقسم إلى فرعين:
 - فرع يتمثل في تسيير ومتابعة الملفات.
 - فرع يتمثل في تسيير الأجور ومن مهامه التسيير الشهري لكل عامل سواء الدائمين أو المؤقتين وكذلك التمهينين.
 - مصلحة الوسائل العامة: ويتمثل دور هذه المصلحة في إمداد جميع الدوائر والمصالح بالوسائل والتجهيزات المادية من مكاتب وآلة مكتبية مثل (أرقام، أوراق...) والإهتمام بأعمال الصيانة وكذا وسائل النقل والاتصال، وتتكون هذه المصلحة من ثلاثة فروع:
 - فرع المراسلات.
 - فرع الصيانة.
 - فرع الوسائل.
 - مصلحة الشؤون الاجتماعية والثقافية: وتخص هذه المصلحة بتنظيم نشاطات اجتماعية وتمثل في الرياضة للعمال والرحلات الشتوية والمخيمات الصيفية لأبناء العمال وعائلاتهم كما تقوم بمختلف الخدمات الاجتماعية كالمراقبة الطبية السنوية للعمال وتقديم المساعدات المادية للعمال.
2. دائرة التجارة: وتتكون الدائرة التجارية من أربع مصالح وأمانة و خلية تحصيل الديون من الزبائن وتمثل هذه المصالح في:
 - مصلحة المحروقات: تعتبر مصلحة الوقود من أحد عناصر المكملة للدائرة التجارية بحيث تعمل على خدمة الزبائن من حيث المبيعات أو من حيث فتح ملفات للزبائن الجدد كما نجد أن هذه المصلحة تقوم بجمع وإحصاء المبيعات اليومية لمادة الوقود ومن ثم نقوم بإعداد التقارير الشهرية...إلخ. مهام هذه المصلحة:
 - دراسة طلبات الزبائن.
 - تجميع المعلومات.

- بعث التقارير الشهرية والسنوية.

- مصلحة الزيوت: ويتمثل دوره في مساعدة رئيس الدائرة وضمان تلبية رغبات المستهلكين، ويتبع باستمرار عملية تموين المحطات والتوزيع خاصة بمحطات التسيير المباشر Gestion Direct
- مصلحة الشبكة: وتسمى هذه الشبكة محطة نפטال للتوزيع بحيث تحتوي على نقاط البيع وسميت بالشبكة لأن فيها تموين بمعنى كاملة شاملة للشبكة عبر كل مناطق الولاية تعد الشبكة الطريق الرابط بين المصالح الثلاثة والزيائن، وظيفة الشبكة: مراقبة وضمان تسيير نقاط البيع، التوزيع بشكل، إلى جانب تسيير مباشر.
- مصلحة العجلات: تتكون من رئيس المصلحة وإطار تقني يهتمان بمنتوج العجلات توريدا وتسويقا وللعلم فإن العجلات المطاطية يتم إستيرادها من الخارج ويتم توزيعها عن طريق نפטال وفي ظل الإقتصاد الحر فإن المقاطعة تسعى أن تكون منتجتها أو المواد الموزعة عن طريقها أقل سعرا من المواد المماثلة المعروضة في السوق الحرة.

3. دائرة التقنية والنقل:

في حين تتكون هذه الدوائر من أربع مصالح وهي:

- مصلحة التخطيط والتموين والتوزيع: تهتم هذه المصلحة بتلبية احتياجات السوق المحلية بتموين جميع الزيائن بالمنتجات كما تقوم بالمراقبة وتوزيعها، ومن ناحية أخرى تقوم باستخدام المعطيات الإحصائية مراقبة الزيائن.
- مصلحة النقل: تتكون من رئيس مصلحة ومفتش العتاد المتحرك، حيث يهتمان بالعتاد المتحرك ويتمثل في الشاحنات وصيانتها إن اقتضى الأمر أو عند الضرورة.
- مصلحة الاستغلال وصيانة العتاد: وتمثل مهام هذه المصلحة في صيانة التجهيزات والمعدات الخاصة بالمنطقة، كما تقوم بإصلاح المحطات، وكذا تحويل السيارات الخاصة التي تستهلك الوقود العادي إلى سيارات تستهلك سيرغاز، وتنقسم بدورها إلى ثلاث فروع:

- فرع صيانة المركز.

- فرع الشبكة.

- فرع تحويل السيارات إلى سير غاز.

- مصلحة الدراسات والإنجاز: تقوم هذه المصلحة بالدراسات الميدانية وإعداد جميع التقارير الخاصة بالأشغال واحتياجات الوحدة، ويسهر على تنفيذ هذه المخططات مهندس في الهندسة المدنية والمسؤول عن الأشغال الجديدة ومتابعتها داخل المنطقة، وكذا الإشراف على الترميمات العامة (كالكهرباء والدهن).

4. دائرة المالية والمحاسبة:

وتتم هذه المصلحة بصفة عامة بكل أنواع الإجراءات والعمليات المالية والمحاسبية التي تهدف لضمان السير الحسن للمقاطعة حيث يمكن إتمامها أيضا بتخصيص جميع الأموال الضرورية وتنفيذ الإجراءات الخاصة بدفع المصروفات وتحصيل الإيرادات وإثباتها حسابيا لضمان المحاسبة كما تحتوي هذه الدوائر على خلية المراقبة، الامانة، خلية الأملاك، خلية التأمينات والمنازعات وثلاثة مصالح أخرى وهي:

- مصلحة المحاسبة.
- مصلحة الديون.
- مصلحة التمويل والمصاريف.

المطلب الثالث: وظائف ومهام المؤسسة

إن مهمة مقاطعة نفطال يمكن أن نحصرها في نشاطين أساسيين هما:

1. معالجة التكرير: تكرير البترول الخام للحصول على مختلف المنتجات.

2. التوزيع (التسويق): ويتمثل في تسويق مجموعة من المنتجات الوطنية المستوردة.

ومن خلال مزاوله الشركة لنشاطها فإنها تسعى الى تحقيق هدف مزدوج:

- مواصلة مهمتها في توزيع وتسويق المنتجات البترولية المتنوعة.
- تحسين جودة خدماتها.

لذلك تسخر الشركة كامل مواردها البشرية وامكانياتها المادية من أجل بلوغ هذا الهدف، إضافة الى ذلك

فإن مؤسسة نفطال تقوم بعدة إجراءات تسمح لها بتحقيق أهداف استراتيجية متنوعة منها:

- تجديد وإعادة تأهيل بنيتها التحتية لوظيفة التخزين.
- تنمية وتطوير استراتيجية التسيير والتي تضمن لها البقاء في المركز الريادي بالنسبة لتوزيع المنتجات النفطية في السوق المحلية.
- تحسين معدل الخدمة والتطلع لاحتياجات الزبائن المستقبلية.
- تطوير الشراكة مع المتعاملين من ذوي الخبرة والبحث عن تحالفات استراتيجية.
- تكثيف الإجراءات الرامية الى سيطرة على التكاليف وتحسين نوعية المنتجات والخدمات.
- تنفيذ برنامج تكوين وتدريب فعال للموارد البشرية وذلك بما يتوافق مع احتياجات الشركة.
- تجديد وسائل النقل البرية وكذا معدات المناولة الخاصة بها.
- زيادة طاقة النقل عبر الأنابيب.
- تحديث وتوسيع شبكتها من مراكز الخدمة. (سجلات المؤسسة، 2022)

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الأفراد العاملين في مؤسسة مركب صناعة الكوابل-بسكرة-عدددهم 135 عامل، وقد أخذت عينة تقدر بـ 50 عامل، وتم توزيع الاستبانة عليهم وتم استرجاع 36 استبانة كلها مستوفاة الشروط المطلوبة للتحليل الإحصائي.

الفرع الثاني: وصف إحصائي لأفراد عينة الدراسة

فيما يلي سنتطرق إلى دراسة خصائص عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية والوظيفية.

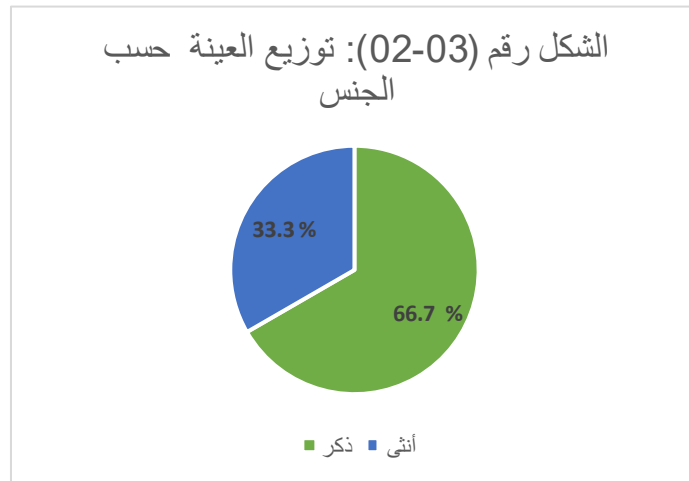
أولاً: خصائص عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (03-01): توزيع العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
66.7%	24	ذكر
33.3 %	12	أنثى
% 100	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال الإحصائيات المتحصل عليها في الجدول الموضح أعلاه، نلاحظ أن ما نسبته 66.7 % من مفردات عينة الدراسة هم الذكور أما الإناث فتمثل بنسبة 33.3 %، ومن خلال النسبة المبينة أعلاه نلاحظ أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث والشكل الموالي يوضح توزيع مفردات العينة حسب الجنس:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

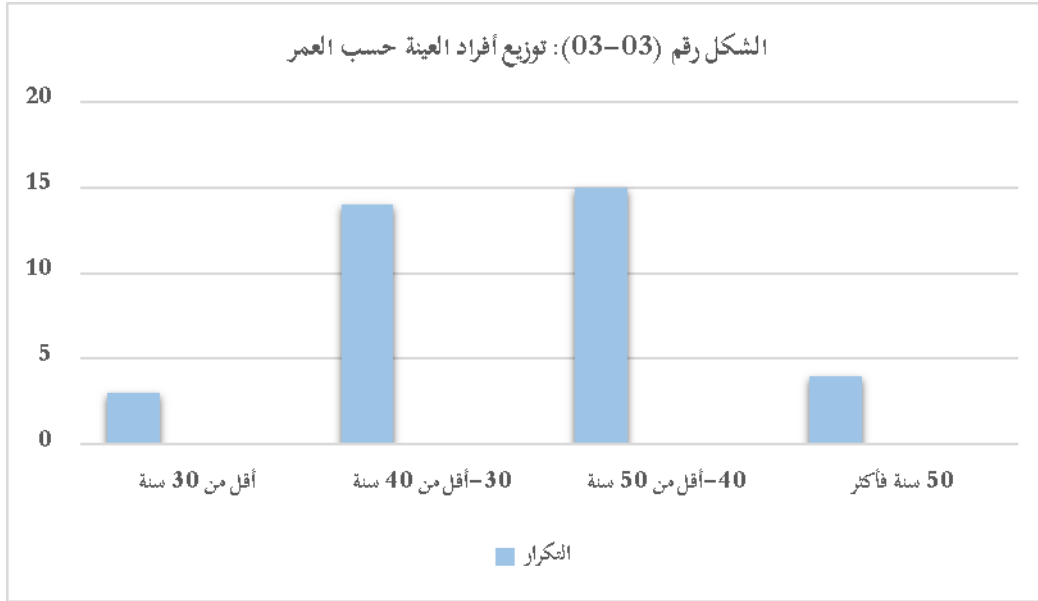
ثانياً: خصائص عينة الدراسة حسب متغير العمر

الجدول رقم (03-02): توزيع العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	3	8.3 %
30-أقل من 40 سنة	14	38.9 %
40-أقل من 50 سنة	15	41.7 %
50 سنة فأكثر	4	11.1 %
المجموع	36	100 %

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

نلاحظ من خلال نتائج الإحصائيات الموضحة في الجدول أعلاه أن أغلبية مفردات العينة تقل أعمارهم عن 50 سنة، أي أن حوالي 41.7 % من عينة الدراسة هم من فئة الشباب، وتوزعت مفردات عينة الدراسة بين فئة (30-أقل من 40 سنة) بنسبة 38.9 %، أما الفئتين الأخيرتين أقل من 30 سنة و 50 سنة فأكثر فقد جاءتا بنسبة 8.3 % و 11.1 % على الترتيب. والشكل الموالي يوضح لنا توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

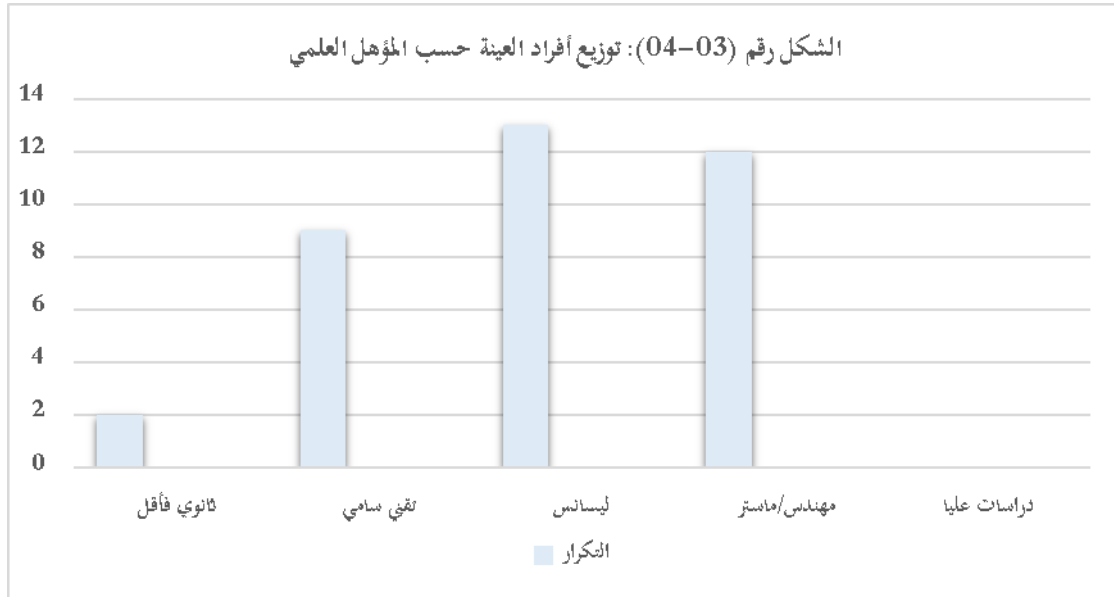
ثالثاً: خصائص عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

الجدول رقم (03-03): توزيع العينة حسب المؤهل العلمي

العمر	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي فأقل	2	5.5 %
تقني سامي	9	25 %
ليسانس	13	36.2 %
مهندس/ماستر	12	33.3 %
دراسات عليا	0	0 %
المجموع	36	100 %

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال الجدول السابق نلاحظ وجود تنوع في المستويات والمراحل التعليمية المختلفة، بحيث نلاحظ أن نسبة 36.2 % من أفراد عينة البحث بدرجة ليسانس في حين أن ما نسبتهم 33.3 % يمثلون الحاصلين على شهادة الماستر/مهندس، أما نسبة الحاصلين على شهادة تقني سامي فهي 25 %، في حين أن الحاصلين على شهادة ثانوي فأقل فقدرت نسبتهم بـ 5.5 % إلى جانب الحاصلين على شهادة الدراسات العليا بنسبة 0 %، ومما سبق نلاحظ أن المؤسسة محل الدراسة تقوم بتوظيف العاملين المتحصلين على شهادة الليسانس وشهادة التقني سامي والماستر والمهندس بنسبة أكبر من الشهادات العلمية الأخرى. والشكل البياني الموالي يوضح لنا توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

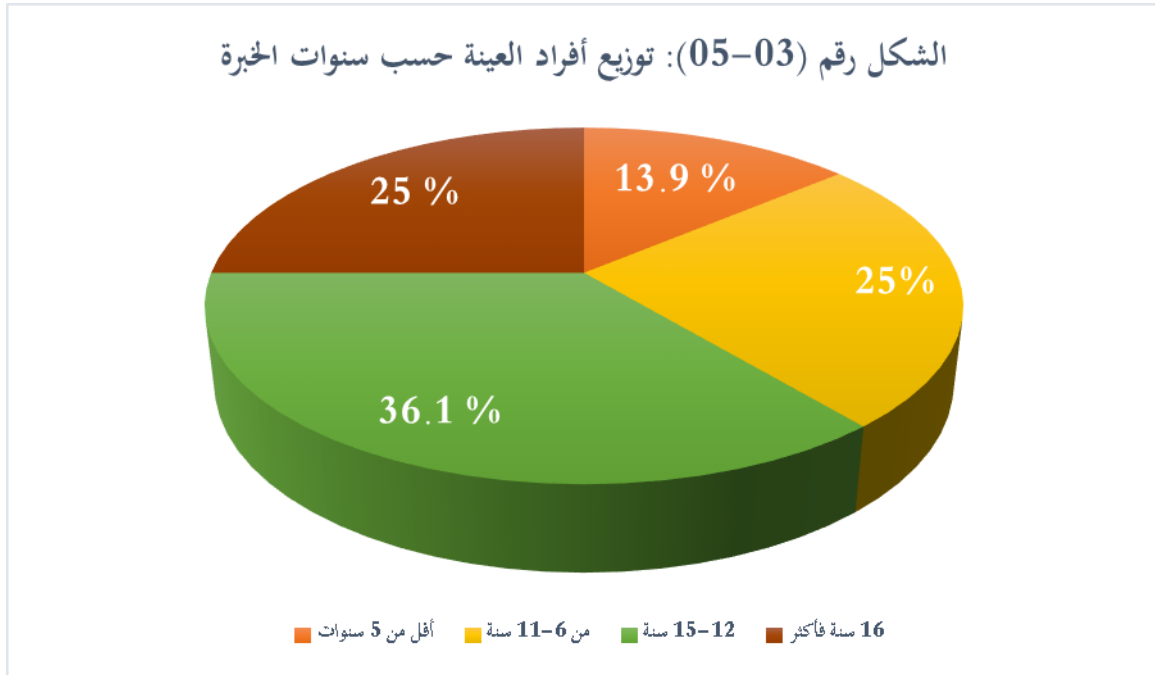
رابعاً: خصائص عينة الدراسة حسب المتغير سنوات الخبرة

الجدول رقم (03-04): توزيع العينة حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	5	13.9 %
5 أقل من 10 سنة	9	25 %
10 سنوات أقل من 15 سنة	13	36.1 %
15 سنة فأكثر	9	25 %
المجموع	36	100 %

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال نتائج الجدول السابق نلاحظ أن أغلب مفردات العينة تمثل ما يقارب وبنسبة 36.1 % ذات خبرة مهنية من 10 إلى أقل من 15 سنة عمل، ومنهم 25 % ذات خبرة مهنية 5 أقل من 10 سنوات ومن 15 سنة عمل فأكثر، ونسبة 13.9 % ذات خبرة مهنية أقل من 5 سنوات عمل، كل ذلك يعكس لنا مدى التنوع في تركيبة العاملين من ذوي الخبرات المتنوعة في المؤسسة محل الدراسة. والشكل البياني التالي يوضح لنا ذلك:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

المطلب الثاني: المعلومات والأساليب الإحصائية المستخدمة

الفرع الأول: بناء أداة الدراسة

اعتماداً على ما ورد في الإطار النظري والدراسات السابقة، تم بناء استبيان خصيصاً لقياس اتجاهات مفردات العينة، وفق المحاور الرئيسية للدراسة (أنظر الملحق رقم 01)، تم تقسيم هذا الاستبيان إلى جزئين، يتعلق أحد أجزاءه (القسم الأول) بالخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وتشمل كل من الجنس، العمر، المؤهل العلمي وسنوات الخبرة، وقد خصص القسم الثاني لمحاور الاستبانة، يتعلق المحور الأول بمتغير اليقظة الاستراتيجية حيث يتكون من 20 عبارة مقسمة على أربعة أبعاد وذلك لقياس مستوى اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة وهي:

✓ البعد الأول: اليقظة التكنولوجية تم قياسه من خلال العبارات من 1 إلى 5.

✓ البعد الثاني: اليقظة التنافسية تم قياسه من خلال العبارات من 6 إلى 10.

✓ البعد الثالث: اليقظة التجارية تم قياسه من خلال العبارات من 11 إلى 15.

✓ البعد الثالث: نحو اليقظة البيئية تم قياسه من خلال العبارات من 16 إلى 20.

أما المحور الثاني والأخير من الاستبيان يتعلق بالتفكير الإبداعي ويتكون بدوره من أربعة عشر (14) عبارة.

وقد تم اختيار مقياس ليكارت الخماسي لاعتباره أكثر المقاييس المستخدمة في قياس آراء لسهولة فهمه وتوازن درجاته، وتمت ترجمة درجاته كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-05): درجات مقياس ليكارت

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على دراسات سابقة

الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة

يتم معالجة البيانات باستخدام العديد من الأساليب الإحصائية المستخرجة من برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار عشرون، وقد تم استخدام في هذه الدراسة الأساليب التالية:

- **مقاييس الإحصاء الوصفي:** وذلك لوصف مجتمع البحث وإظهار خصائصه، بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات والإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات البحث حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- **الوسط الحسابي:** يمثل القيمة التي لو أعطيت لكل مفردة من مفردات المجموعة فإن مجموع القيم الجديدة يساوي مجموع القيم الأصلية، ومعنى آخر أن الوسط الحسابي يساوي مجموع نقاط الفقرات مقسوماً على عددها.
- **معامل الارتباط لبيرسون:** وذلك لمعرفة طبيعة علاقات الارتباط بين أبعاد النموذج واختبار صحة الفرضيات.
- **معامل الارتباط ألفا كرونباخ ALPHA DE CRONBACH:** وذلك لقياس ثبات أداة البحث.
- **معامل صدق المحك:** وذلك لقياس صدق أداة البحث.
- **معامل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد.**

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

الفرع الأول: صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق الأداة قدرة الاستبانة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها، ولتحقق من صدق استبانة هذه الدراسة نعتمد على ما يلي:

- **صدق المحتوى أو الصدق الظاهري:** للتحقق من صدق محتوى أداة البحث والتأكد من أنها تخدم الأهداف الخاصة بالبحث، تم عرضها على مجموعة من المحكمين الأكاديميين المختصين في هذا المجال الذين يعملون بجامعة بسكرة، بحيث طلب منهم النظر في مدى كفاية أداة البحث من حيث عدد العبارات، وتنوع محتواها وشموليتها، وتصحيح الأخطاء اللغوية، أو أي ملاحظات يروها مناسبة فيما يتعلق بالتعديلات، وهذا ما يعتبر بالصدق الظاهري، وصدق محتوى الأداة وبذلك تم اعتبار هذه الأداة صالحة للدراسة وتفي بالغرض الذي هدفت له.
- **صدق المحك:** تم حساب معامل صدق المحك من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات " ألفا كرونباخ"، إذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة البحث بلغ (0.559) وهو معامل مرتفع جداً ومناسب لأغراض وهدف الدراسة، كما أنه يتبين لنا أن جميع معاملات الصدق لمحاور البحث هي مرتفعة وصادقة لما وضعت من أجله.

الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة

يسعى اختبار الثبات لقياس مدى صدق الإجابة على فقرات الاستبيان، إذ يعتبر الاختبار ثابتاً إذا حصلنا على نفس نتائج القياس في كل مرة لو تم إعادة نفس الاختبار مرة أخرى، ولقياس مدى ثبات أداة الدراسة نلجأ لحساب معامل ألفا كرونباخ ALPHA DE CRONBACH ومنه استنتج صدق المحك والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (03-06): معامل الصدق والثبات

محاور الدراسة	عدد العبارات	معامل الثبات	صدق المحك
محور الأول: اليقظة الاستراتيجية	15	0.853	0.923
محور الثاني: التفكير الإبداعي	14	0.952	0.975
الصدق والثبات العام للإستبيان	34	0.559	0.747

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال إحصائيات الجدول السابق، يتضح لنا أن معامل الثبات العام مرتفع جدا حيث بلغ 0.881، كما أن معاملات الثبات لمحاور الدراسة مرتفعة جميعها حيث تجاوزت الـ 60 % باعتبار الحد الأدنى المقبول في معظم الدراسات، وهذا يدل على أن لجميع محاور الاستبانة درجة عالية من الثبات، لذلك يمكن القول أنه يمكن الإعتماد على هذه الأداة في الدراسة الميدانية وهو ما يؤكد أيضا صدق المحك الذي تجاوز معامل العام نسبة 90 %.

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

بعد تناولنا لبناء أداة الدراسة والتأكد من صدقها وثباتها، نتجه الآن إلى تحليل محاورها والوقوف على أهم النتائج التي جاءت بها، وقد خصصنا هذا المبحث للإلمام بهذه العناصر حق الإلمام.

المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي

من أجل اختبار ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، ومن أجل التحقق من ذلك تم حساب قيمة معامل الالتواء ومعامل التفلطح للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع ومن المعلوم أن البيانات تقترب من التوزيع الطبيعي إذا كان معامل الالتواء يقع في المجال (1,1-) وقيمة معامل التفلطح تقع في المجال (3,3-) وتظهر قيم معامل الالتواء والتفلطح في الجدول التالي:

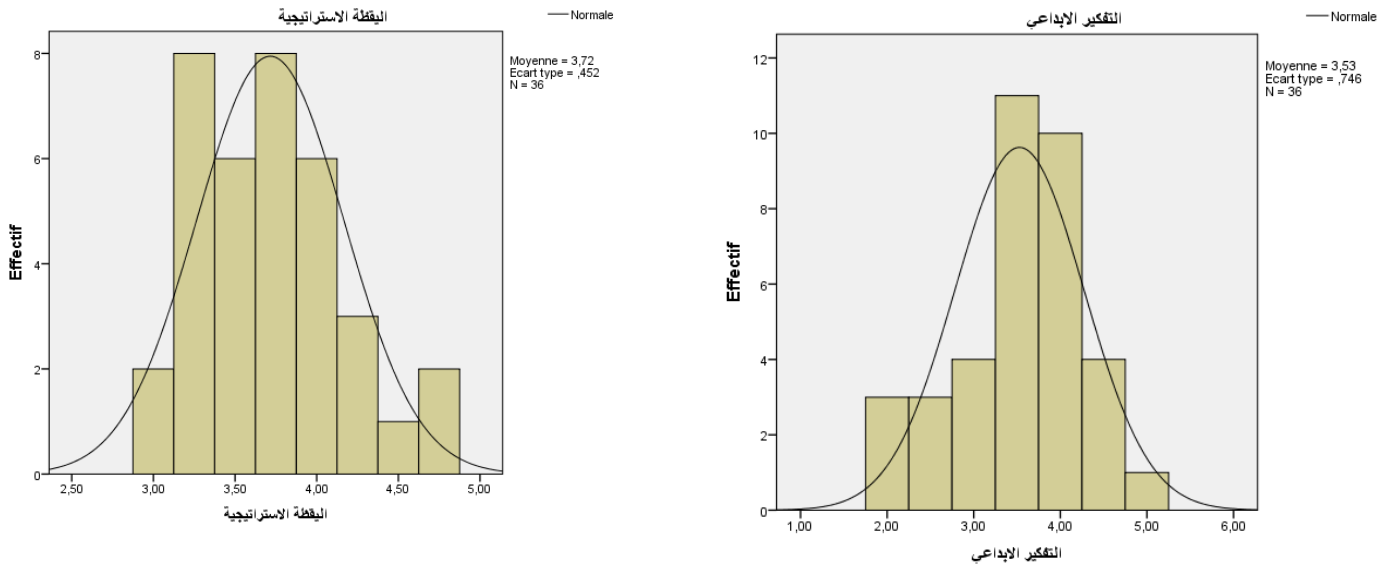
الجدول رقم (03-07): معاملات الالتواء والتفلطح

معامل التفلطح		معامل الالتواء		المتغير وأبعاده
الخطأ المعياري	القيم الإحصائية	الخطأ المعياري	القيم الإحصائية	
0.768	0.919	0.393	0.057	اليقظة التكنولوجية
0.768	-0.699	0.393	-0.300	اليقظة التنافسية
0.768	1.145	0.393	-0.976	اليقظة التجارية
0.768	-0.390	0.393	0.409	اليقظة البيئية
0.768	-0.127	0.393	0.557	اليقظة الاستراتيجية
0.768	-0.123	0.393	-0.483	التفكير الإبداعي

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.20

من خلال الجدول رقم (03-07) نجد أن قيمة معامل الالتواء بالنسبة لجميع متغيرات الدراسة وأبعادها تقع في المجال (1,1-)، وقيمة معامل التفلطح تقع في المجال (3,3-)، مما يشير إلى أن متغيرات الدراسة تتوزع توزيعاً طبيعياً. والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (03-07): التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة



المصدر: مخرجات برنامج Spss. V.20

المطلب الثاني: تحليل محاور الاستبيان

سوف نتناول فيما يلي كل من التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات والذي يتم فيه الإجابة عن تساؤلات الدراسة باستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الموضح في الجدول رقم (03-08) لإجابات أفراد العينة البحث عن عبارات الاستبيان المتعلقة بكل بعد.

وبعد حساب المدى كالتالي: المدى = 5 - 1

- طول الفئة = المدى / عدد الدرجات
- طول الفئة = $0.8 = 5/4$ ، تمت إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1)، وهكذا أصبح طول الفئات حسب

الجدول التالي:

الجدول رقم (03-08): مقياس الحكم على إجابات الأفراد

الاتجاه العام	فئات المتوسط الحسابي
غير موافق بشدة	1.80-1
غير موافق	2.60-1.81
محايد	3.40-2.61
موافق	4.20-3.41
موافق بشدة	5-4.21

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على دراسات سابقة

الفرع الأول: تحليل فقرات محور اليقظة الاستراتيجية

□ ما مدى اعتماد الشركة الوطنية نفضال الفرع التجاري-بسكرة-على أنواع اليقظة الاستراتيجية؟

للإجابة على هذا السؤال سنقوم بتحليل فيما يلي فقرات محور المتغير المستقل اليقظة الاستراتيجية، والخاصة بكل بعد من أبعاد اليقظة الاستراتيجية.

الجدول رقم (03-09): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور

اليقظة الاستراتيجية

الرقم	أبعاد اليقظة الاستراتيجية وعبارات القياس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى الموافقة
1	تتبع المؤسسة التطورات التكنولوجية باستمرار لتطوير نشاطها	4.00	0.535	1	موافق
2	تهتم المؤسسة بمعرفة التكنولوجيا والتقنيات المتبعة من قبل منافسيها	3.50	0.845	5	موافق
3	تقوم المؤسسة بتدريب العاملين على استخدام الأجهزة والبرمجيات الخاصة بنظام المعلومات	3.86	0.723	3	موافق
4	تصمم المؤسسة خدمات تتماشى مع التطور التكنولوجي والتقني	3.89	0.667	2	موافق
5	تقوم المؤسسة بتحديث البنية التحتية والمعدات بما يتوافق مع التطورات المعاصرة	3.81	0.577	4	موافق
	اليقظة التكنولوجية	3.90	0.410	1	موافق
6	تقوم المؤسسة بدراسة وضعية المنافسين بصورة مستمرة	3.33	0.826	1	محايد
7	ترصد المؤسسة كل ما يتعلق بسياسات واستراتيجيات المنافسين	3.28	0.779	2	محايد
8	تعمل المؤسسة على جمع المعلومات حول كفاءات منافسيها بصورة	3.19	0.889	4	محايد

				مستمرة	
محايد	3	0.929	3.22	تتابع المؤسسة الخدمات الجديدة للمنافسين باستمرار	9
محايد	5	0.749	3.19	تترقب المؤسسة باستمرار تطورات المؤسسات الرائدة في مجال نشاطها	10
محايد	4	0.659	3.26	اليقظة التنافسية	
موافق	4	0.941	3.53	تتابع المؤسسة التطورات الحاصلة في أذواق الزبائن واحتياجاتهم	11
موافق	2	0.786	3.69	تحافظ المؤسسة على أعلى مستوى للجودة من خلال الاستماع المتواصل لزبائنهم	12
موافق	1	0.841	3.75	تعتبر المؤسسة الزبائن والموردين من أهم مصادر المعلومات التي تلجأ إليها لتتبع البيئة الخارجية	13
موافق	3	0.766	3.61	تعمل المؤسسة بصفة مستمرة على مراقبة كل ما يؤثر في علاقتها مع الموردين	14
موافق	5	0.735	3.44	تركز المؤسسة على تقييم ردة فعل الزبون تجاه المنتج	15
موافق	3	0.691	3.48	اليقظة التجارية	
موافق	5	0.806	3.42	تراقب مؤسستكم باستمرار التطور الثقافي للمجتمع.	16
موافق	1	0.774	3.97	تطلع مؤسستكم باستمرار على التشريعات المتعلقة بنشاطها.	17
موافق	3	0.798	3.86	تسعى المؤسسة لإحترام قيم وعادات المجتمع الذي تعمل فيه	18
موافق	2	0.924	3.94	تتابع المؤسسة القوانين المتعلقة بحماية البيئة والحد من التلوث.	19
موافق	4	0.931	3.64	تطلع المؤسسة عند تصميم منتجات على معايير الأمن والسلامة البيئية.	20
موافق	2	0.675	3.527	اليقظة البيئية	
موافق	-	0.451	3.715	اليقظة الاستراتيجية	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V.20

من خلال إحصائيات الجدول السابق نلاحظ أن:

1. بعد اليقظة التكنولوجية: من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أنه جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة الدراسة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.90) بانحراف معياري (0.410)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن بعد اليقظة التكنولوجية يقع ضمن الفئة (3.41-4.20)، وهو يشير إلى مستوى موافقة موافق، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.50-4.00) وتراوحت انحرافاتهما المعيارية ما بين (0.535-0.845)، ويفسر ذلك أن المؤسسة تهتم اهتمام كبير بمختلف التطورات التكنولوجية والتقنيات المختلفة ما يسهم في تطوير بنيتها التحتية.

2. بعد اليقظة التنافسية: جاء بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.26) بانحراف معياري (0.659)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن بعد اليقظة التنافسية يقع ضمن الفئة (2.691-3.40)، وهو يشير إلى مستوى موافقة محايد، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.19-3.33) وتراوحت انحرافاتهما المعيارية ما بين (0.749-0.826)، مما يدل على أن المؤسسة لا تقوم بالمراقبة المستمرة للسوق التنافسي.

3. بعد اليقظة التجارية: لقد جاء هذا البعد بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.48) بانحراف معياري (0.691)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن بعد اليقظة التجارية يقع ضمن الفئة (3.41-4.20)، وهو يشير إلى مستوى موافقة موافق، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.44-3.75) وتراوحت انحرافاتهما المعيارية ما بين (0.735-0.841) ويفسر ذلك بأن المؤسسة تهتم ولو قليلا بمجالها التجاري.

4. بعد اليقظة البيئية: جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.527) بانحراف معياري (0.675)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يقع في درجة الموافقة ضمن الفئة (3.41-4.20)، وهو يشير إلى مستوى موافقة موافق، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.42-3.97) وتراوحت انحرافاتهما المعيارية ما بين (0.774-0.806) ويفسر ذلك أن المؤسسة تهتم بمحيطها البيئي كما أنها تعمل على المراقبة المستمرة للمحيط الثقافي للمجتمع.

وبناء على ما تقدم نستنتج أن مستوى اليقظة الاستراتيجية في الشركة الوطنية نفضال الفرع التجاري-بسكرة-جاء مرتفعا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات المبحوثين عن أبعاد اليقظة الاستراتيجية ككل بمختلف عباراتها (3.715) بانحراف معياري (0.451) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا المتغير يقع ضمن الفئة (3.41-4.20).

الفرع الثاني: تحليل فقرات محور التفكير الإبداعي

ما مدى إدراك موظفي الشركة الوطنية نفضال الفرع التجاري-بسكرة-للتفكير الإبداعي؟

للإجابة على هذا السؤال، وجب علينا دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجداول التالية والخاصة بكل بعد من أبعاد المتغير التابع التفكير الإبداعي.

الجدول رقم (03-10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور

التفكير الإبداعي

الرقم	عبارات التفكير الإبداعي وعبارات القياس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى الموافقة
1	تعطي المؤسسة الفرص للعاملين للتعبير عن أفكارهم بكل حرية.	3.53	0.910	2	موافق
2	تسعى المؤسسة لكشف الطاقات الإبداعية الكامنة لدى أفرادها	3.19	1.037	13	محايد
3	يقوم عمال المؤسسة بإنجاز عملهم بأسلوب متجدد ومتطور	3.58	0.967	1	موافق
4	تمنح المؤسسة مكافآت وحوافز للموظف المبدع	3.22	1.198	11	محايد
5	تفسح المؤسسة المجال لعمالها لطرح أفكار إبداعية لتطوير العمل.	3.22	1.098	12	محايد
6	تتوفر مؤسستكم على الموارد اللازمة لتطبيق الأفكار الإبداعية	3.36	1.073	9	محايد
7	يتم ترجمة الأفكار الإبداعية إلى منتجات جديدة	3.31	1.009	10	محايد
8	تشجع مؤسستكم حرية تفكير العمال وذلك لتوليد أكبر كم من الأفكار	3.42	1.180	5	محايد
9	تدعم ثقافة المؤسسة التفكير الإبداعي لدى عمالها	3.42	1.079	6	محايد
10	تتميز مؤسستكم بالسرعة في الاستجابة لطلبات العملاء	3.39	0.903	8	محايد
11	تدعم مؤسستكم الأفكار الإبداعية الجديدة	3.19	1.037	13	محايد
12	تشجع مؤسستكم جلسات العمل الجماعي	3.53	1.082	4	موافق
13	تلجأ المؤسسة إلى خبراء خارجيين لاكتساب خبرات جديدة	3.39	0.934	7	محايد
14	تحرص إدارة المؤسسة على تغيير أساليب وطرق العمل	3.53	0.810	3	موافق
	التفكير الإبداعي	3.527	0.745	-	موافق

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V.20

وبناء على ما تقدم من الجدول أعلاه، نستنتج أن مستوى التفكير الإبداعي في الشركة الوطنية نفضال الفرع التجاري-بسكرة- جاء باتجاه عام موافق وفقاً لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات الباحثين عن عبارات التفكير

الإبداعي ككل بمختلف عباراتها (3.527) بانحراف معياري (0.745) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا المتغير يقع ضمن الفئة (3.41-4.21).

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

قبل التطرق لاختبار الفرضيات باستخدام معامل الانحدار سنقوم بدراسة الارتباط بين مختلف متغيرات الدراسة وأبعادها باستخدام مصفوفة الارتباط بيرسون كما يوضحه الشكل التالي:

الجدول رقم (03-11): مصفوفة الارتباط بيرسون بين متغيرات الدراسة

		البقطة التكنولوجية	البقطة التنافسية	البقطة التجارية	البقطة البيئية	البقطة الاستراتيجية	التفكير الإبداعي
البقطة التكنولوجية	معامل الارتباط	1	-.140	.121	.345*	.712**	.312
	Sig.		.416	.483	.040	.000	.064
	N	36	36	36	36	36	36
البقطة التنافسية	معامل الارتباط	-.140	1	.540**	.175	.068	.406*
	Sig.	.416		.001	.306	.695	.014
	N	36	36	36	36	36	36
البقطة التجارية	معامل الارتباط	.121	.540**	1	.215	.216	.527**
	Sig.	.483	.001		.208	.207	.001
	N	36	36	36	36	36	36
البقطة البيئية	معامل الارتباط	.345*	.175	.215	1	.904**	.395*
	Sig.	.040	.306	.208		.000	.017
	N	36	36	36	36	36	36
البقطة الاستراتيجية	معامل الارتباط	.712**	.068	.216	.904**	1	.437**
	Sig.	.000	.695	.207	.000		.008
	N	36	36	36	36	36	36
التفكير الإبداعي	معامل الارتباط	.312	.406*	.527**	.395*	.437**	1
	Sig.	.064	.014	.001	.017	.008	
	N	36	36	36	36	36	36

** ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05)

* ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.01)

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ وجود ارتباط معنوي بين كل من البقطة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي فقدر — 0.437 بمستوى دلالة 0.008 ، وكذلك ارتباط معنوي بين الثقة التنظيمية وبين كل بعد من أبعاد الثقة التنظيمية والمتمثلة في الأبعاد: البقطة البيئية، التنافسية، التجارية، بمستوى دلالة 0.014، 0.001، 0.017، 0.017، 0.395، 0.527، 0.406، 0.395 على الترتيب أي أن الارتباط بين متغيري الدراسة دال إحصائيا.

من خلال ما تم التوصل إليه من علاقات الارتباط بين أبعاد نموذج الدراسة الذي تم وضعه، سنقوم باختبار صحة الفرضيات حسبه.

❖ اختبار الفرضية الرئيسية

H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة

$\alpha = 0.05$

تم استخدام نتائج تحليل التباين للانحدار (Analyses of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار هذه الفرضية والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول (03-12): نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة
الانحدار	1.367	1	1.367	8.047	0.008*
الخطأ	5.777	34	0.170		
المجموع الكلي	7.144	35			

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha=0.05)$ المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

- معامل الارتباط $R=0.437$
- معامل التحديد $R^2=0.191$
- معامل التحديد المعدل $R_a^2=0.168$

من خلال النتائج الواردة في الجدول (03-15) يتبين لنا ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (8.047) بقيمة احتمالية (0.008^*) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد $(\alpha=0.05)$ ، مما يدل على أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي التنظيمي بالشركة الوطنية نفضال الفرع التجاري- بسكرة-، كما يتضح لنا من خلال الجدول أن المتغير المستقل بشكله الإجمالي وهو اليقظة الاستراتيجية يفسر ما مقداره 43.7% من التباين في المتغير التابع الذي يعبر عنه التفكير الإبداعي، وبناءً على ثبات صلاحية النموذج نستطيع اختبار الفرضية الرئيسية بفروعها المختلفة وذلك كما هو مبين في الجدول (03-17)

الجدول (03-13): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T
اليقظة الاستراتيجية	0.265	0.093	0.437	2.837	0.000

ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha=0.05)$ المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال الجدول السابق، يتضح لنا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي في المؤسسة ومحل الدراسة، إلى جانب وجود أثر لليقظة الاستراتيجية على التفكير الإبداعي وهذا ما دعمته قيمة T المحسوبة البالغة (2.837) ونلاحظ أن مستوى الدلالة 0.000 هي أقل من مستوى المعنوية 0.01 وبالتالي نقبل الفرضية البديلة التي تنص على: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي بالشركة الوطنية نفعال الفرع التجاري-بسكرة-عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الفرع الثاني اختبار الفرضيات الفرعية

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى

جاءت صيغتها كالتالي: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$

الجدول رقم (03-14): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار العلاقة بين اليقظة التكنولوجية والتفكير الإبداعي

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
اليقظة التكنولوجية	0.172	0.090	0.312	1.915	0.000	0.312	0.097

ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05=α) المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال الجدول السابق، يتضح لنا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين أبعاد اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي في المؤسسة ومحل الدراسة، إلى جانب وجود أثر لليقظة التكنولوجية على التفكير الإبداعي وهذا ما دعمته قيمة T المحسوبة البالغة (1.915) ونلاحظ أن مستوى الدلالة 0.000 هي أقل من مستوى المعنوية 0.01 وبالتالي نقبل الفرضية البديلة التي تنص على: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والتفكير الإبداعي بالشركة الوطنية نفعال الفرع التجاري-بسكرة-عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

ثانياً: اختبار الفرضية الفرعية الثانية

مفادها: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الجدول (03-15): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار العلاقة بين اليقظة التنافسية والتفكير الإبداعي

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	معامل الارتباط	معامل التحديد

R ²	R						
0.164	0.406	0.000	2.587	0.406	0.139	0.359	اليقظة التنافسية

ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha=0.05$) المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال الجدول السابق، يتضح لنا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين اليقظة التنافسية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة، إلى جانب وجود أثر لليقظة التنافسية على التفكير الإبداعي وهذا ما دعمته قيمة T المحسوبة البالغة (2.587) ونلاحظ أن مستوى الدلالة 0.000 هي أقل من مستوى المعنوية 0.01 وبالتالي نقبل الفرضية البديلة التي تنص على: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والتفكير الإبداعي بالشركة الوطنية نفعال الفرع التجاري- بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

القائلة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة

$$\alpha = 0.05$$

الجدول (03-16): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار العلاقة بين اليقظة التجارية والتفكير الإبداعي

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
اليقظة التجارية	0.489	0.136	0.527	3.615	0.000	0.527	0.278

ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha=0.05$) المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال الجدول السابق، يتضح لنا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين اليقظة التجارية والتفكير الإبداعي في المؤسسة ومحل الدراسة، إلى جانب وجود أثر لليقظة التجارية على التفكير الإبداعي وهذا ما دعمته قيمة T المحسوبة البالغة (3.615) ونلاحظ أن مستوى الدلالة 0.000 هي أقل من مستوى المعنوية 0.01 وبالتالي نقبل الفرضية البديلة التي تنص على: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والتفكير الإبداعي بالشركة الوطنية نفعال الفرع التجاري- بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

رابعاً: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

مفادها: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة البيئية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الجدول (03-17): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار العلاقة بين اليقظة البيئية والتفكير الإبداعي

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
اليقظة البيئية	0.358	0.143	0.395	2.510	0.000	0.395	0.156

ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha=0.05)$ المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال الجدول السابق، يتضح لنا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين أبعاد اليقظة البيئية والتفكير الإبداعي في المؤسسة ومحل الدراسة، إلى جانب وجود أثر لليقظة البيئية على التفكير الإبداعي وهذا ما دعمته قيمة T المحسوبة البالغة (2.837) ونلاحظ أن مستوى الدلالة 0.000 هي أقل من مستوى المعنوية 0.01 وبالتالي نقبل الفرضية البديلة التي تنص على: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين اليقظة البيئية والتفكير الإبداعي بالشركة الوطنية نفضال الفرع التجاري- بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الفرع الثالث: تحليل الانحدار الخطي المتعدد

الجدول (03-18): نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
اليقظة التكنولوجية	0.421	0.276	0.232	1.522	0.138	0.648	0.420
اليقظة التنافسية	0.249	0.192	0.221	1.297	0.204		
اليقظة التجارية	0.362	0.181	0.336	2.003	0.054		
اليقظة البيئية	0.226	0.166	0.205	1.360	0.184		

ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha=0.05)$ المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال الجدول السابق، يتضح لنا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين اليقظة التجارية والتفكير الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة، في حين باقي الأبعاد غير دال إحصائيا وهذا ما يجبرنا إلى القول أن العاملين في مؤسسة نفضال لديهم يقظة أكبر تجاه الجانب التجاري باعتبارهم مؤسسة تقدم خدمات وهذا يعني أن التوجه بنقطة واحدة تجاه اليقظة التجارية يزيد من التفكير الإبداعي بما يقارب 37%.

خلاصة

تعرفنا من خلال هذا الفصل على نشأة وتطور الشركة الوطنية نفضال الفرع التجاري بسكرة، ولقد اعتمدنا على الاستبانة في جمع معلومات البحث الميداني التي تم توزيعها على العمال بالمنظمة، والتي تحتوي على محورين رئيسيين هما **اليقظة الاستراتيجية والتفكير الإبداعي**، وقد كان هدفنا من خلالها الإجابة على إشكالية بحثنا هذا، وبعد استرجاعها قمنا بتفريغها وتحليل بياناتها باستخدام أساليب إحصائية عديدة، وتوصلنا إلى عدة نتائج أهمها: مدى إدراك موظفي المؤسسة محل الدراسة لليقظة الاستراتيجية جاء بمستوى جيد في حين جاء مدى إدراك موظفي المؤسسة محل الدراسة للتفكير الإبداعي جاء بمستوى متوسط، حيث توصلنا كذلك إلى أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير اليقظة الاستراتيجية كمجموعة على التفكير الإبداعي. وعند بحث أثر كل بعد من أبعاد اليقظة الاستراتيجية على نحو مستقل على التفكير الإبداعي للمؤسسة وجدنا أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.01) لليقظة الاستراتيجية بأبعادها المختلفة على التفكير الإبداعي بالمؤسسة محل الدراسة.

الخاتمة العامة

اختبرت هذه الدراسة دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي حيث تم تكوين خلفية نظرية حول متغيرات الدراسة وذلك من أجل فهم العلاقة بينهما، حيث تم دراسة أبعاد المتغير المستقل المتمثل في اليقظة الاستراتيجية المتمثلة في: اليقظة البيئية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة التنافسية، إلى جانب دراسة المتغير التابع وهو التفكير، وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج النظرية والتطبيقية وبالتالي تم تقديم توصيات لمؤسسة نפטال الفرع التجاري-مقاطعة التسويق- بولاية بسكرة.

النتائج:

ومما سبق ذكره توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. النتائج النظرية:

- يجب على المؤسسة أن تكون في حالة يقظة دائمة لمتابعة مختلف الأحداث من تغيرات حول محيطها واكتساب القدرة على مواكبتها.
- ضرورة مواصلة المنظمة المبحوثة العمل على امتلاك وتطوير نظام فعال لليقظة الإستراتيجية فيها بحيث يشمل هذا النظام جميع أشكال اليقظة الإستراتيجية (التكنولوجية، التنافسية، التجارية والبيئية) بما يساعدها على حيازة المعلومات المفيدة التي تعطيها ميزة السبق التنافسي.
- إن اليقظة الإستراتيجية بأبعادها تدعم التفكير الإبداعي.

2. النتائج التطبيقية:

- مستوى اليقظة الإستراتيجية في الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-. جاء مرتفعا.
- مستوى اليقظة التكنولوجية في الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-. جاء مرتفعا.
- مستوى اليقظة التنافسية في الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-. جاء منخفضا.
- مستوى اليقظة التجارية في الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-. جاء متوسطا.
- مستوى اليقظة البيئية في الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-. جاء متوسطا.
- مستوى التفكير الإبداعي في الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-. جاء متوسطا.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة الإستراتيجية بأبعادها المختلفة والتفكير الإبداعي لدى عينة الدراسة من عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية والتفكير الإبداعي لدى عينة الدراسة من عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية والتفكير الإبداعي لدى عينة الدراسة من عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-.

الخاتمة العامة

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية والتفكير الإبداعي لدى عينة الدراسة من عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة البيئية والتفكير الإبداعي لدى عينة الدراسة من عمال الشركة الوطنية نפטال الفرع التجاري-بسكرة-.

التوصيات:

1. ضرورة الإرتقاء بتسيخ مفاهيم اليقظة الإستراتيجية والتفكير الإبداعي في منظمات اليوم من خلال زيادة وعي الموظفين وعقد المؤتمرات وإقامة دورات تدريبية وثقافية بهدف تنمية التفكير لديهم.
2. ينبغي على المؤسسة محل الدراسة السعي نحو الإعتماد على الوسائل المناسبة لتشجيع العاملين، وتطوير خبراتهم ورفع مستوى مهاراتهم الإبداعية من خلال تبني برامج خاصة تفضي إلى رفع مستويات اليقظة لدى العاملين بصفة عامة والعاملين بالإدارة العليا بصفة خاصة.
3. ضرورة إستغلال مختلف الطاقات البشرية وقدراتهم الإبداعية حسن إستغلال، وتشجيعهم على المبادرة والابتكار والتطوير.

آفاق لدراسة:

يقترح الطالب دراسة المتغيرات التالية:

- اليقظة الإستراتيجية ودورها في تعزيز الأداء الإستراتيجي.
- دور عمليات اليقظة الإستراتيجية في تحقيق التمكين الإداري.
- دور القيادة التحويلية في تحقيق التفكير الإبداعي.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	البسمة
	شكر وعرفان
	الملخص بالعربية
	English Abstract
	قائمة الجداول والأشكال
	الفصل التمهيدي: الإطار العام للدراسة (أ-ي)
ب	مقدمة
ب	طرح الإشكالية والأسئلة الفرعية
ج	الدراسات السابقة
و	نموذج وفرضيات الدراسة
و	الموضوع الابستمولوجي ومنهجية الدراسة
ح	تصميم لدراسة
ح	أهمية الدراسة
ط	خطة مختصرة للدراسة
	الفصل الأول: مدخل مفاهيمي لـ التفكير الإبداعي
02	تمهيد
02	المبحث الأول: ماهية التفكير الإبداعي
02	المطلب الأول: مفهوم التفكير الإبداعي
06	المطلب الثاني: أبعاد التفكير الإبداعي
09	المبحث الثاني: أساسيات حول التفكير الإبداعي
09	المطلب الأول: مستويات وأساليب التفكير الإبداعي

12	المطلب الثاني: مهارات التفكير الإبداعي
16	المبحث الثالث: مراحل التفكير الإبداعي ومعوقاته
16	المطلب الأول: مراحل عملية التفكير الإبداعي
18	لمطلب الثاني: مقومات ومعوقات التفكير الإبداعي
22	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: مدخل مفاهيمي لـ اليقظة الإستراتيجية	
24	تمهيد
25	المبحث الأول: ماهية اليقظة الإستراتيجية
25	المطلب الأول: تعريف اليقظة الإستراتيجية
28	المطلب الثاني: أهمية وأهداف اليقظة الاستراتيجية
30	المطلب الثالث: خصائص اليقظة الاستراتيجية
31	المبحث الثاني: أبعاد اليقظة الإستراتيجية
31	المطلب الأول: اليقظة التكنولوجية
32	المطلب الثاني: اليقظة التنافسية
33	المطلب الثالث: اليقظة التجارية
33	المطلب الرابع: اليقظة البيئية
34	المبحث الثالث: مساهمة اليقظة الإستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي
34	المطلب الأول: مساهمة اليقظة التكنولوجية في تعزيز التفكير الإبداعي
35	المطلب الثاني: مساهمة اليقظة التنافسية في تعزيز التفكير الإبداعي
35	المطلب الثالث: مساهمة اليقظة التجارية في تعزيز التفكير الإبداعي
37	المطلب الرابع: مساهمة اليقظة البيئية في تعزيز التفكير الإبداعي
38	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية	
40	تمهيد

41	المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة
41	المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة
42	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمؤسسة
45	المطلب الثالث: أهداف المؤسسة لسنة 2020
46	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية
46	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة ووصف إحصائي لعينة الدراسة
50	المطلب الثاني: أداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة
51	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
53	المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
53	المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي
54	المطلب الثاني: تحليل محاور الاستبيان
59	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات
63	خلاصة الفصل
الخاتمة العامة	
فهرس المحتويات	
قائمة المصادر والمراجع	
فهرس الملاحق	

قائمة المراجع

قائمة المراجع المعتمدة

أولاً: المقالات

1. الساسي، م. ا.، & مخن، س. (2015). القدرة على التفكير الإبتكاري قراءة مفاهيمية جامعة قاصدي مرباح ورقلة -الجزائر. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية العدد 21، p. 12.
2. الشنطي، ع. ا.، & الشريف، ش. ت. (2019). دور عمليات إدارة المعرفة في تحسين الرشاقة الاستراتيجية بالمنظمات غير الحكومية - قطاع غزة. مجلة جامعة العين للاعمال و القانون، 03(01).
3. العياضي، ع.، & مرزوقي، س. (2012). الذكاء الوجداني وعلاقته بالتفكير الإبداعي لدى مدربي الفئات الشبانية الصغرى بالجزائر. ملتقى: الذكاء الوجداني وعلاقته بالتفكير الإبداعي لدى مدربي الفئات الشبانية الصغرى بالجزائر، (p. 22)الجزائر.
4. الغربي، ع.، & بولوداني، ن. ا. (2012). معوقات التفكير الابداعي في المؤسسات الجزائرية جامعة قسنطينة 2. 339-329.
5. الفالح، س. ب. (بدون سنة). فاعلية برنامج مقترح في تنمية مهارات تدريس التفكير الإبداعي والاتجاه نحو تعليم هذا التفكير لدى معلمات العلوم بالمرحلة المتوسطة بالمملكة العربية السعودية. مجلة جامعة الملك سعود، المجلد 22، الرياض.
6. أنساعد، ر.، & قمري، ح. (2020). تأثير اليقظة الإستراتيجية في اختراق الأسواق الدولية "دراسة ميدانية بمؤسسة كوندور". مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 14، العدد 02، pp. 23-46.
7. بن طراد، ز.، & مزياي، ا. (2019). التفكير الإبداعي في ظل النظرية المعرفية السلوكية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
8. بوتيفور، ا.، & لكحل، ل. (2009، 04 15). اليقظة أداة لإتخاذ القرار في المؤسسة "دراسة ميدانية على مستوى 13 مؤسسة اقتصادية بوهرا". الملتقى الدولي لصنع القرار في المؤسسة الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية، المسيلة، الجزائر: جامعة المسيلة.
9. بوحجي، ب. م. (2015). فاعلية برنامج أنشطة موجهة في تنمية قدرات التفكير الإبداعي لدى طالبات المرحلة الثانوية بمملكة البحرين. المؤتمر الدولي الثاني للموهوبين والمتفوقين تحت شعار نحو استراتيجية وطنية لرعاية المبتكرين. كلية التربية، الإمارات العربية المتحدة: جامعة الإمارات العربية المتحدة.
10. بوسالم، أ.، & فراح، إ. (ب.س). دور أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تفعيل اليقظة الاستراتيجية "دراسة تطبيقية على شركة سوناطراك البترولية". حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، pp. 99-115.
11. بومدين، ي. (2010، 11 8-9). آلية اليقظة والذكاء الاستراتيجي أداة لمواهة التحديات المستقبلية وأحد عوامل التنافسية. الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية.
12. خلفاوي، ش. ض. (2017، 03 26). تميم نظام اليقظة الاستراتيجية لتنمية المنافسة بالمؤسسات. المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 26، pp. 01-16.

- 13.خوني، ر.، & شنافي، ن. (2017). دور إدارة المعرفة في تعزيز الرضا الوظيفي-دراسة حالة مديرية التربية لولاية بسكرة-. مجلة التنمية الاقتصادية، 04، pp. 201-211.
- 14.رمللي، ح. (2014، 12). دراسة استطلاعية حل واقع اليقظة الاستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة. مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، pp. 253-275.
- 15.سجلات المؤسسة، (2022).
- 16.سويدات، أ.، & الشيخ، ف. (2007). أثر التفكير الإبداعي على فاعلية اتخاذ القرار الإداري: دراسة ميدانية من وجهة نظر الإدارة العليا والوسطى في شركات التأمين العاملة في الأردن. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، العدد 1، المجلد 13، الأردن.
- 17.صلاح الدين، ن. م. (2020). ممارسات اليقظة الاستراتيجية بجامعة السلطان قابوس-دراسة ميدانية-، العدد 44، الجزء الرابع. مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد 44، الجزء الرابع(ص ص 177-260)، pp. 177-260.
- 18.عبابنة، ر. ا.، & حتاملة، ا. م. (2013). دور الثقافة التنظيمية في دعم إدارة المعرفة في المستشفيات الحكومية في الاردن. المجلة الاردنية في ادارة الاعمال ، 9(04)
- 19.عباني، م.، الشايب، م.، & وادي، ف. (2021). مستوى القدرة على التفكير الإبداعي في حل المشكلات الرياضية. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية، المجلد 13، العدد 04، pp. 477-492.
- 20.عطا، ع. ا. (2009 ، 9). ادارو الابداع في المؤسسات الاعلانية و دورها في تنمية مهارات التفكير الابداعي للمحترفين. مجلة بحوث التربية النوعية العدد 15 جامعة المنصورة ، pp. 270-290.
- 21.غازي، ا.، & ليث، ح. (2016، 11 5). دور معلمي التربية الاسلامية في تنمية مهارات التفكير الابداعي لدى طلبة الصف العاشر الأساسي في اربد. مجلة المنارة المجلد 22 العدد 3 ، pp. 119-159.
- 22.غضبان، ح.، & قرون، ن. (2020). تشخيص ممارسات اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية "دراسة حالة المجمع الصناعي عموري بسكرة". مجلة البحوث الاقتصادية وإدارية، pp. 307-326.
- 23.غضبان، م. (2011، ديسمبر). التفكير الإبداعي قدراته ومقاييسه "اختبار التفكير الإبداعي اللفظي لـ بول توران النسخة أ نموذجاً". مجلة العلوم الإنسانية، العدد 36، pp. 105-119.
- 24.قواسمية ، س.، & مبارك، ص. (2021، 09). اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (العوائق والتصديات). مجلة البحوث والدراسات التجارية، المجلد 05، العدد 02، pp. 09-22.
- 25.كوراد، ا. (2021). أثر التفكير الإبداعي على التخطيط الاستراتيجي دراسة ميدانية في شركات الاتصالات العاملة في الأردن. مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 15، العدد 02، pp. 23-57.
- 26.لمروس، م. (2019 ، 09). أنواع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الحديثة. مجلة الميدان للدراسات الرياضية، الاجتماعية والإنسانية، المجلد الثاني، العدد الثامن، pp. 68-86.

27. هاشم، ج. ا.، & إقبال، غ. ا. (2017). إثر تفاعل نظم المعلومات وإدارة المعرفة في تحقيق التغيير الإداري. مجلة جامعة بابل للعلوم الصرفة والتطبيقية، 1523. p.

28. هيجان، ع. ا. (1999، 4). معوقات الابداع في المنظمات السعودية . مجلة الادارة العامة المجلد 39 العدد 1 ، p. 22.

ثانيا: الكتب

1. الحلاق، ه. س. (2010). التفكير الإبداعي "مهارات تستحق التعلم". دمشق، سوريا: منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب.

2. الدسوقي، ع. ا. (2009). تطوير الأنشطة العلمية لتنمية التفكير (في ضوء المشروعات العالمية)، سلسلة تعلم العلوم، النسخة 03. مصر: المكتب الجامعي الحديث.

3. الزعي، ج. ز. (2015). آخر استخدام تكنولوجيا المعلومات في إدارة المعرفة التنظيمية. القاهرة، مصر: دار الكتب المصرية.

4. النجار، ن. ف. (2016). الاقتصاد المعرفي ودوره في تعزيز القدرات التنافسية. الإسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.

5. الفضل، م. ع. (2009). الإبداع في اتخاذ القرارات الإدارية. الأردن: إثراء للنشر والتوزيع.

6. الكبيسي، ع. (2005). إدارة المعرفة وتطوير المنظمات. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

7. أبو النصر، م. (2012). التفكير الإبداعي والابتكاري طريقك إلى التميز والنجاح. القاهرة - مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.

8. توفيق، ع. ا.، & القرشي، ح. ل. (2006). كلنا مبدعون ولكن. القاهرة: مركز الخبرات المهنية للإدارة بيمك.

9. خبراء المجموعة العربية للتدريب والنشر. (2013-2012) التفكير الابتكاري والإبداعي في ظل القبعات الست للتفكير (الطبعة 01) القاهرة، مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.

10. حضر، ع. ا.، & عدوي، ف. ص. (2011). التفكير النمطي والإبداعي. القاهرة: دار الكتب المصرية.

11. زيتون، ع. (1987). تنمية الإبداع والتفكير الإبداعي في تدريس العلوم. عمان: الجامعة الأردنية للنشر.

12. سيد علي، ا. م. (2013). إدارة المعرفة اتجاهات إدارية معاصرة الجزء الأول. كفر الشيخ، مصر: العلم والإيمان للنشر والتوزيع.

13. صلاح الدين الكبيسي. (2005). إدارة المعرفة. بغداد: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

14. طيطي، خ. م. (2010). إدارة المعرفة "التحديات والتقنيات والحلول (الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع.

15. محمد عواد الزبادات. (2014). اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة. عمان، الأردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع.

16. محمد عواد الزيادات. (2014). إتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة. عمان: دار صفاء.
17. نجم، ع. ن. (2005). إدارة المعرفة "المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات". الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.
18. نجم، ن. ع. (2007). الإدارة والمعرفة الإلكترونية "الاستراتيجية-الوظائف-المجالات". (الطبعة العربية). عمان، الأردن: دار البازودي العلمية للنشر والتوزيع.
19. نور الدين، ع. (2010). إدارة المعرفة والتكنولوجيا الحديثة. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
20. همشري، م. أ. (2013). إدارة المعرفة الطريق إلى التميز والريادة. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.

ثالثا: الأطروحات والرسائل

1. العيد، و. ح. (2010). تحليل النشاطات التقييمية في كتاب "لغتنا الجميلة" للصف الرابع الأساسي في ضوء مهارات التفكير الإبداعي ومدى اكتساب الطالب لها، رسالة ماجستير في طرق ومناهج التدريس. الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين: كلية التربية.
2. العتري، ب. ب. (2002). الثقافة التنظيمية والإبداع الإداري "دراسة استطلاعية على العاملين في المؤسسات العامة في مدينة الرياض. رسالة ماجستير في الإدارة العامة. السعودية: جامعة الملك سعود.
3. بلعسل، ه. (2017-2018). مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تطوير المؤسسة-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر "مستغانم".-رسالة ماستر في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية، مستغانم، الجزائر: جامعة عبد الحميد ابن باديس.
4. بلواني، ا. ش. (2008). دور الإدارة المدرسية في تنمية الإبداع في المدارس الحكومية في محافظات شمال فلسطين ومعيقاتها من وجهة نظر مديريها. رسالة ماجستير. نابلس، كلية الدراسات العليا، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.
5. بن طاطا، ع. (2016-2017). أثر تفاعل نظم المعلومات وإدارة المعرفة على تحقيق المزايا التنافسية، أطروحة دكتوراه. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تلمسان: جامعة أبي بكر بلقايد.
6. بو ندي، خ. (2004). التفكير الإبداعي وعلاقته بكل من العزو السببي ومستوى الطموح لدى تلاميذ الصفين الخامس والسادس الابتدائيين. رسالة ماجستير في علم النفس. الجامعة الإسلامية: كلية التربية.
7. بوخريصة، خ. (2014-2015). اليقظة الاستراتيجية ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية - دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر رام مستغانم. -رسالة ماجستير في إدارة الأعمال. كلية العلوم الاقتصادية، وهران، الجزائر: جامعة وهران 2.
8. تفرقتيت، ز. (2015). نفاعل ادارة المعرفة و الذكاء الاقتصادي لتحقيق المزايا التنافسية للمؤسسة دراسة حالة شركة سونطراك. اطروحة دكتوراه. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير قسم علوم التسيير، الجزائر: جامعة محمد خيضر.

9. حسيني، ا. (2018/2019). مساهمة إدارة المعرفة في بناء رأس المال الفكري في المؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة مؤسسة الاتصالات-بسكرة. أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية، بسكرة :جامعة محمد خيضر.
10. ربيعي، ف. (2017). أثر استخدام برنامج تعليمي الكتروني في مادة التربية العلمية و التكنولوجيا في تنمية التفكير الابداعي لدى تلاميذ السنة الرابعة ابتدائي دراسة ميدانية بمدينة باتنة. رسالة ماجستير. باتنة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية قسم علم النفس و علوم التربية و الارطوفونيا، الجزائر :جامعة باتنة.
11. زدوري، ا. (2011). راس المال الفكري في منظمات الاعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة. ادارة راس المال الفكري و تنمية القدرات الابداعية في ظل المنظمات الحديثة. قلمة -الجزائر :جامعة 8ماي 1945.
12. الزطمة، ن. م. (2011). إدارة المعرفة وأثرها على تمييز الأداء، رسالة ماجستير. كلية التجارة، غزة :الجامعة الإسلامية.
13. زواو، ض. (2012-2013). دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة "دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية. رسالة ماجستير في علوم التسيير. كلية العلوم الاقتصادية، سطيف، الجزائر :جامعة فرحات عباس.
14. سردي، س.، & بو جمعة، ن. (2018-2019). دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي، مذكرة ماستر في علوم التسيير. دراسة حالة مؤسسة condor لصناعة الأجهزة الإلكترونية والكهرومترية بولاية برج. جامعة 8 ماي 1945، قلمة.
15. سلمان، ذ. د. (2019-2020). الإبداع والتفكير الابتكاري العمل الإبداعي في التعليم ومعوقاته. ورقة بحثية في ماجستير التربية الرياضية. جامعة المستنصرية، مصر.
16. عبد ربه، ا. ع. (2006). أثر استخدام طريقة العصف الذهني لتدريس التعبير في تنمية التفكير الإبداعي لدى طالبات الصف الثامن الأساسي بمدينة غزة. رسالة ماجستير. غزة، كلية التربية -جامعة بنغازي -قسم المناهج وطرق التدريس، فلسطين :الجامعة الإسلامية عمادة الدراسات العليا.
17. عربوات، ا. (2019). متطلبات تطبيق ادارة المعرفة في الجامعة الجزائرية دراسة ميدانية بجامعة باتنة. 1. أطروحة دكتوراه. باتنة، كلية الحقوق و العلوم السياسية قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، الجزائر :جامعة باتنة. -1
18. العطري، م. إ. (2010). دور أسلوب القيادة التحويلية في تفعيل إدارة المعرفة وأثرهما على أداء المنظمة، رسالة ماجستير. الأردن، كلية الأعمال، الأردن :جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
19. عليان، ح. خ. (2009). دور ادارة المعرفة في فاعلية أنشطة المؤسسات الأهلية في القدس الشرقية. رسالة ماجستير. القدس، عمادة الدراسات العليا تخصص علم الاجتماع، فلسطين :جامعة القدس.
20. عليه عبد السلام، س. ب. (2019). فعالية برنامج قائم على أنشطة التربية الفنية لتنمية بعض مهارات التفكير الابتكاري لدي الطالبات المعلمات برياض الأطفال. رسالة ماجستير. مدينة السادات بالاسكندرية، قسم المناهج و طرق التدريس، مصر :تربية جامعة مدينة السادات.
21. غزالي، ع. (2015-2016). دور إدارة المعرفة في الدفع من أداء التنظيم الصناعي الجزائري، أطروحة دكتوراه. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، سطيف :جامعة محمد مين دباغين.

22. كحلات، س. (2009). تمكين المعرفة في المنظمة الجزائرية دراسة ميدانية بمكتبات جامعة باتنة. رسالة ماجستير . قسنطينة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية قسم علم المكتبات، الجزائر :جامعة منتوري، قسنطينة.
23. كرعلي، أ. (2013-2014). اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك "دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العاملة بمقر ولاية البويرة. رسالة ماجستير في العلوم التجارية . كلية العلوم الاقتصادية، بومرداس، الجزائر :جامعة أحمد بوقرة.
24. ماضي، ص. م. (2011). اتجاهات المدراء في البلديات الكبرى في قاع غزة لدور غدارة المعرفة في الأداء الوظيفي . رسالة ماجستير في إدارة الأعمال .كلية التجارة، غزة، فلسطين :الجامعة الإسلامي.
25. داودي، ا.، رحال، س.، & شين، ف. (2007). اليقظة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية. مداخلة ضمن الملتقى الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية. الشلف، الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي.

المواقع الإلكترونية:

1. آل محمد، ج. (بتاريخ 2022/03/20). سمات الشخصية المبدعة <http://www.uobabylon.iq/uobcoleges/lecture.aspx?fid=11&lcid=46758>
2. المشاقبة، إ. (2021، 12 16). ما هو التفكير الإبداعي موقع سطور، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2022/03/18 : <https://sotor.com>

المراجع الأجنبية

1. Alhasani، A.، & Alkshali، S. (2021). The Impact of Organizational Support on Strategic Vigilance in Ministry of Civil Service in Sultanate Oman. *International Journal of academic research in business & social sciences* ، 11(5)، pp. P 669-683.
2. Brouard، F. (2004، 10 27-28-29). Développement d'un outil diagnostique des pratique de veille stratégique des PME. *7ème congrée internationale francophone en entrepreneuriat PME*.
3. carlo، R. (2000). *L'intelligence stratégique sur internet ; 2ème édition*. paris: édition Dunod.
4. El Qasmi، M. (2022). *le management par processus & la veille stratégique*، consulté le: 04/04/2022. Récupéré sur El Qasmi: http://isdm.univtln.fr/PDF/isdm%2024/isdm24_elqasmi.pdf
5. Jamal، D. (2021). THE EFFECT OF THE DIMENSIONS OF STRATEGIC VIGILANCE ON ORGANIZATIONAL EXCELLENCE (AN APPLIED

STUDY OF PREMIUM CLASS HOTELS IN BAGHDAD)· 18(08).
PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology· p 2101-2137

قائمة

الملاحق

الملحق رقم (01): استبانة الدراسة



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

الموضوع:



دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي في المؤسسة الجزائرية

استمارة بحث مقدمة كجزء من متطلبات لبات نيل
شهادة الماجستير في علمي علوم التسيير
تخصص إدارة إستراتيجية

إشراف الأستاذ:

ربيع المسعود.

إعداد الطلبة:

➤ علوي إبراهيم.

➤ عمارة أكرم.

هذه الاستمارة أنجزت لغرض علمي بحثي، ولن
تستعمل لأي غرض آخر، ولن تسلم لأي جهة
مهما كانت صفتها.

السنة الجامعية: 2022/2021

أخي الكريم...، أختي الكريمة...،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يسرنا أن نقدم لكم هذه الاستبانة التي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها
استكمالاً للحصول على شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص: إدارة إستراتيجية بعنوان:

دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي في المؤسسة الجزائرية دراسة حالة: الوكالة الوطنية

نפטال-بسكرة-

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي في
المؤسسة الجزائرية — الوكالة الوطنية نפטال-بسكرة-، موجهة إلى عمال وإطارات المؤسسة،
ونظراً لأهمية رأيكم في هذا المجال، نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الإستمارة بدقة، حيث أن صحة
النتائج تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجاباتكم، لذلك نهيب بكم أن تولوا هذه الإستمارة اهتمامكم،
فمشاركاتكم ضرورية ورأيكم عامل أساسي من عوامل نجاحها.

ونحيطكم علماً أن جميع إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام.

القسم الأول: البيانات الشخصية

يهدف هذا القسم إلى التعرف على الخصائص الشخصية لعمال مؤسسة NAFTAL بغرض تحليل النتائج فيما بعد. نرجو منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة بوضع الإشارة (X) في الخانة المناسبة لاختيارك:

01		الجنس
		ذكر
		أنثى
02		العمر
		أقل من 30 سنة
		30-أقل من 40 سنة
		40-أقل من 50 سنة
		50 سنة فأكثر
03		المؤهل العلمي
		ثانوي فأقل
		تقني سامي
		ليسانس
		مهندس / ماستر
		دراسات عليا
04		سنوات الخبرة
		أقل من 5 سنوات
		5 أقل من 10 سنوات
		10 سنوات أقل من 15 سنة
		15 سنة فأكثر

القسم الثاني: محاور الإستبانة

فيما يلي عدد من العبارات التي تقيس كل من أبعاد اليقظة الإستراتيجية والتفكير الإبداعي في المؤسسة الوطنية NAFTAL، الرجاء تحديد درجة موافقتك على كل من هذه العبارات بعد قراءة العبارة بتمعن مع شرحها، وذلك بوضع إشارة (x) في المكان المناسب لاختيارك.

الرقم	عبارات اليقظة الإستراتيجية وأبعاد القياس	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1. اليقظة التكنولوجية						
01	تتبع المؤسسة التطورات التكنولوجية باستمرار لتطوير نشاطها					
02	تهتم المؤسسة بمعرفة التكنولوجيا والتقنيات المتبعة من قبل منافسيها					
03	تقوم المؤسسة بتدريب العاملين على استخدام الأجهزة والبرمجيات الخاصة بنظام المعلومات					
04	تصمم المؤسسة خدمات تتماشى مع التطور التكنولوجي والتقني					
05	تقوم المؤسسة بتحديث البنية التحتية والمعدات بما يتوافق مع التطورات التكنولوجية المعاصرة.					
2. اليقظة التنافسية						
06	تقوم المؤسسة بدراسة وضعية المنافسين بصورة مستمرة					
07	ترصد المؤسسة كل ما يتعلق بسياسات وإستراتيجيات المنافسين					
08	تعمل المؤسسة على جمع المعلومات حول كفاءات منافسيها بصورة مستمرة					
09	تتابع المؤسسة الخدمات الجديدة للمنافسين باستمرار					
10	تترقب المؤسسة باستمرار تطورات المؤسسات الرائدة في مجال					

						نشاطها
3. اليقظة التجارية						
						11 تتابع المؤسسة التطورات الحاصلة في أذواق الزبائن واحتياجاتهم
						12 تحافظ المؤسسة على أعلى مستوى للجودة من خلال الاستماع المتواصل لزيائنها
						13 تعتبر المؤسسة الزبائن والموردين من أهم مصادر المعلومات التي تلجأ إليها لتتبع البيئة الخارجية
						14 تعمل المؤسسة بصفة مستمرة على مراقبة كل ما يؤثر في علاقتها مع الموردين
						15 تركز المؤسسة على تقييم ردة فعل الزبون تجاه المنتج
4. اليقظة البيئية						
						16 تراقب مؤسستكم باستمرار التطور الثقافي للمجتمع.
						17 تطلع مؤسستكم باستمرار على التشريعات المتعلقة بنشاطها.
						18 تسعى المؤسسة لإحترام قيم وعادات المجتمع الذي تعمل فيه
						19 تتابع المؤسسة القوانين المتعلقة بحماية البيئة والحد من التلوث.
						20 تطلع المؤسسة عند تصميم منتجات على معايير الأمن والسلامة البيئية.
						الرقم عبارات التفكير الإبداعي وأبعاد القياس
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
						01 تعطي المؤسسة الفرص للعاملين للتعبير عن أفكارهم بكل حرية.
						02 تسعى المؤسسة لكشف الطاقات الإبداعية الكامنة لدى أفرادها

					يقوم عمال المؤسسة بإنجاز عملهم بأسلوب متجدد ومتطور	03
					تمنح المؤسسة مكافآت وحوافز للموظف المبدع	04
					تفسح المؤسسة المجال لعمالها لطرح أفكار إبداعية لتطوير العمل.	05
					تتوفر مؤسستكم على الموارد اللازمة لتطبيق الأفكار الإبداعية	06
					يتم ترجمة الأفكار الإبداعية إلى منتجات جديدة	07
					تشجع مؤسستكم حرية تفكير العمال وذلك لتوليد أكبر كم من الأفكار	08
					تدعم ثقافة المؤسسة التفكير الإبداعي لدى عمالها	09
					تتميز مؤسستكم بالسرعة في الإستجابة لطلبات العملاء	10
					تدعم مؤسستكم الأفكار الإبداعية الجديدة	11
					تشجع مؤسستكم جلسات العمل الجماعي	12
					تلتجأ المؤسسة إلى خبراء خارجيين لاكتساب خبرات جديدة	13
					تحرص إدارة المؤسسة على تغيير أساليب وطرق العمل	14

شاكرين لكم جهودكم الطيب

وتقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

الملحق رقم (02): قائمة المحكمين على الاستبانة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
نحان أحلام	أستاذ محاضر - أ-	جامعة محمد خيضر بسكرة
مليكة علالي	أستاذ التعليم العالي	جامعة محمد خيضر بسكرة
ربيع المسعود	أستاذ التعليم العالي	جامعة محمد خيضر بسكرة

الملحق رقم (03): طلب مساعدة لاستكمال مذكرة تخرج

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
عمادة الكلية
الرقم: 20 / ك.ق.ت.ت / 2021

بسكرة في: 15 - 12 - 2021

إلى السيد: مدير مؤسسة نفضال
- بسكرة -

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطلاب:

1 - علوي ابراهيم

2 - عمارة أكرم

تخصص: إدارة إستراتيجية

المسجلان بالسنة: ثانية ماستر

و ذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة الماستر المعنونة ب:

" دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الابداعي في المؤسسات الجزائرية "

تحت إشراف: د/ ربيع المسعود

في الأخير تقبلوا منا أسى عبارات التقدير والاحترام

عميد الكلية



عميد الكلية
العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
و.جروي صناد

Account
1/101
22

تأشيرة المؤسسة المستقبلية



جامعة بسكرة

ص.ب 145 ق.ر - بسكرة

الملحق رقم (04): مخرجات برنامج Spss.20

```
FREQUENCIES VARIABLES=s1 s2 s3 s4  
/STATISTICS=MEAN  
/ORDER=ANALYSIS.
```

Effectifs

[$\$$ Ensemble_de_données] C:\Users\Admin\Desktop\التفريغ\الكوكي\علوي وعمارية.sav

Statistiques

		الجنس	العمر	العلمي المؤهل	الخبرة سنوات
N	Valide	36	36	36	36
	Manquante	0	0	0	0
Moyenne		1.33	2.56	2.97	2.72

Tableau de fréquences

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	24	66.7	66.7
	نثى	12	33.3	100.0
Total		36	100.0	100.0

العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة 30 من اقل	3	8.3	8.3
	سنة 40 الى 30	14	38.9	47.2
	سنة 50 الى 40	15	41.7	88.9
	فاكثر سنة 50	4	11.1	100.0

Total	36	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

العلمي المؤهل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
فائق ثانوي	2	5.6	5.6	5.6
سامي تقني	9	25.0	25.0	30.6
Valides ليسانس	13	36.1	36.1	66.7
ماستر /مهندس	12	33.3	33.3	100.0
Total	36	100.0	100.0	

الخبرة سنوات

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنوات 5 من أقل	5	13.9	13.9	13.9
سنوات 10 من أقل 5	9	25.0	25.0	38.9
Valides سنة 15 من أقل سنوات 10	13	36.1	36.1	75.0
فأكثر سنة 15	9	25.0	25.0	100.0
Total	36	100.0	100.0	

معاملات الثبات

معامل الثبات للمحور الأول: اليقظة الاستراتيجية

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	36	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	36	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	20

معامل الثبات للمحور الثاني: التفكير الإبداعي

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	36	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	36	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	14

معاملات الثبات لكل الاستمارة

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	36	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	36	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.559	2

الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير التابع التفكير الإبداعي

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
y1	36	3.53	.910
y2	36	3.19	1.037
y3	36	3.58	.967
y4	36	3.22	1.198
y5	36	3.22	1.098
y6	36	3.36	1.073
y7	36	3.31	1.009
y8	36	3.42	1.180
y9	36	3.42	1.079
y10	36	3.39	.903
y11	36	3.19	1.037
y12	36	3.53	1.082
y13	36	3.39	.934
y14	36	3.53	.810
الابداعي التفكير	36	3.5278	.74589
Valid N (listwise)	36		

الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير المستقل اليقظة

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
x11	36	4.00	.535
x12	36	3.50	.845
x13	36	3.86	.723
x14	36	3.89	.667
x15	36	3.81	.577
x21	36	3.33	.828
x22	36	3.28	.779
x23	36	3.19	.889
x24	36	3.22	.929
x25	36	3.19	.749
x31	36	3.53	.941
x32	36	3.69	.786
x33	36	3.75	.841
x34	36	3.61	.766
x35	36	3.44	.735

x41	36	3.42	.806
x42	36	3.97	.774
x43	36	3.86	.798
x44	36	3.94	.924
x45	36	3.64	.931
التكنولوجية اليقظة	36	3.9028	.41091
التنافسية اليقظة	36	3.2639	.65994
التجارية اليقظة	36	3.4861	.69165
البيئية اليقظة	36	3.5278	.67554
الاستراتيجية اليقظة	36	3.7153	.45179
Valid N (listwise)	36		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
x11	36	4.00	.535
x12	36	3.50	.845
x13	36	3.86	.723
x14	36	3.89	.667
x15	36	3.81	.577
x21	36	3.33	.828
x22	36	3.28	.779
x23	36	3.19	.889
x24	36	3.22	.929
x25	36	3.19	.749
x31	36	3.53	.941
x32	36	3.69	.786
x33	36	3.75	.841
x34	36	3.61	.766
x35	36	3.44	.735
x41	36	3.42	.806
x42	36	3.97	.774
x43	36	3.86	.798
x44	36	3.94	.924
x45	36	3.64	.931
y1	36	3.53	.910
y2	36	3.19	1.037
y3	36	3.58	.967
y4	36	3.22	1.198
y5	36	3.22	1.098
y6	36	3.36	1.073
y7	36	3.31	1.009
y8	36	3.42	1.180
y9	36	3.42	1.079

y10	36	3.39	.903
y11	36	3.19	1.037
y12	36	3.53	1.082
y13	36	3.39	.934
y14	36	3.53	.810
التكنولوجية اليقظة	36	3.9028	.41091
التنافسية اليقظة	36	3.2639	.65994
التجارية اليقظة	36	3.4861	.69165
البيئية اليقظة	36	3.5278	.67554
الاستراتيجية اليقظة	36	3.7153	.45179
الابداعي التفكير	36	3.5278	.74589
N valide (listwise)	36		

الختبار التوزيع الطبيعي

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

		اليقظة التكنولوجية	التنافسية اليقظة	التجارية اليقظة	البيئية اليقظة	اليقظة الاستراتيجية	الابداعي التفكير
N		36	36	36	36	36	36
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	3.9028	3.2639	3.4861	3.5278	3.7153	3.5278
	Ecart-type	.41091	.65994	.69165	.67554	.45179	.74589
	Absolute	.288	.168	.188	.172	.136	.207
Différences les plus extrêmes	Positive	.268	.128	.145	.172	.136	.124
	Négative	-.288	-.168	-.188	-.119	-.096	-.207
Z de Kolmogorov-Smirnov		1.728	1.005	1.128	1.029	.816	1.244
Signification asymptotique (bilatérale)		.005	.265	.157	.240	.518	.090

a. La distribution à tester est gaussienne.

b. Calculée à partir des données.

اختبار الفرضيات الفرعية

اختبار الفرضية الأولى

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الابداعي التفكير ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: التكنولوجية اليقظة

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,312 ^a	,097	,071	,39610

a. Predictors: (Constant), الابداعي التفكير

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,575	1	,575	3,667	,064 ^b
	Residual	5,334	34	,157		
	Total	5,910	35			

a. Dependent Variable: التكنولوجيا اليقظة

b. Predictors: (Constant), الابداعي التفكير

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,296	,323		10,191	,000
	الابداعي التفكير	,172	,090	,312	1,915	,064

a. Dependent Variable: التكنولوجيا اليقظة

الفرضية الثانية

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الابداعي التفكير ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: التنافسية اليقظة

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,406 ^a	,164	,140	,61205

a. Predictors: (Constant)، الابداعي التفكير

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.506	1	2.506	6.691	.014 ^b
	Residual	12.737	34	.375		
	Total	15.243	35			

a. Dependent Variable: التنافسية اليقظة

b. Predictors: (Constant)، الابداعي التفكير

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.998	.500		3.998	.000
	الابداعي التفكير	.359	.139	.406	2.587	.014

a. Dependent Variable: التنافسية اليقظة

الفرضية الثالثة

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الابداعي التفكير ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: التجارية اليقظة

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.527 ^a	.278	.256	.59643

a. Predictors: (Constant)، الابداعي التفكير

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.648	1	4.648	13.067	.001 ^b
	Residual	12.095	34	.356		

Total	16.743	35			
-------	--------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: التجارية اليقظة

b. Predictors: (Constant)، الابداعي التفكير

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.762	.487		3.619	.001
	الابداعي التفكير	.489	.135	.527	3.615	.001

a. Dependent Variable: التجارية اليقظة

الفرضية الرابعة

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الابداعي التفكير ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: البيئية اليقظة

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.395 ^a	.156	.131	.62956

a. Predictors: (Constant)، الابداعي التفكير

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.496	1	2.496	6.299	.017 ^b
	Residual	13.476	34	.396		
	Total	15.972	35			

a. Dependent Variable: البيئية اليقظة

b. Predictors: (Constant)، الابداعي التفكير

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,265	,514		4,405	,000
	الإبداعى التفكير	,358	,143	,395	2,510	,017

a. Dependent Variable: البيئية اليقظة

الفرضية الرئيسية

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الإبداعى التفكير ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الاستراتيجية اليقظة

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,437 ^a	,191	,168	,41220

a. Predictors: (Constant), الإبداعى التفكير

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,367	1	1,367	8,047	,008 ^b
	Residual	5,777	34	,170		
	Total	7,144	35			

a. Dependent Variable: الاستراتيجية اليقظة

b. Predictors: (Constant), الإبداعى التفكير

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,780	,337		8,260	,000
	الإبداعى التفكير	,265	,093	,437	2,837	,008

a. Dependent Variable: الاستراتيجية اليقظة

الحمد لله