



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم: علوم التسيير

الموضوع

مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية



لدى المؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر. بسكرة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

فرع: تسيير المنظمات

تخصص إدارة إستراتيجية

الأستاذة المشرفة :

كجودي حنان

إعداد الطالب :

كبن جاب الله محمد

رقم التسجيل:Master-GE/GO- GSO/2019
تاريخ الإيداع:

السنة الجامعية: 2019/2018

قسم: علوم التسيير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الأهـام

إلى من وقفت معي في السراء والضراء، إلى من سهرت علي الليالي وأنفقت علي النفيس والغالي إلى المرأة الشاخصة منبع العطف والحنان، إلى القلب الرؤوف، إلى الشعلة التي أستمد منها طاقتي.

إلى التي لن أوفيها حقها مهما قلت فيها، إلى من تدعمني ليلا ونهارا بالدعاء، إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها
أمي...أمي...أمي الغالية حفظها الله وأدامها بيننا.

إلى من كافح من أجلي، إلى سندي في أمور الحياة، إلى من أعانه الله على أن أوصلي إلى ما أنا عليه...أبي العزيز الغالي...أرسل لهما
تحياتي وأهدي لهما هذا العمل المتواضع.

إلى من أحتمى بظلالهم ولا حياة من دوهم إلى من شاركوني محن الحياة وفرحتها وقاسموني أحلامها وآمالها، إلى من فرحوا لفرحي
وخففوا من أحزاني وكانوا في يسري وعسري...أخواتي نبيلة وصبرينة وإخوتي فارس ومبروك

إلى ابني الغالي براء، وإلى أبناء أخواتي عبد الرحمان، فاتزة، حليلة، يسري، عبد الله، محمد، ياسر، الذين زادت بهم العائلة فرحا وسرورا.

إلى زوجتي التي سانديني في عملي هذا وأهديه لها و أقول لها شكرا.

إلى كل من يعرفني ، وإهداء خاص إلى كل زملائي من دفعة ماستر علوم التسيير دفعة 2019.

شكر و عرفان

يقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله".

من هذا الحديث نتوجه إلى الله تبارك وتعالى بالحمد والثناء والشكر كما يحبه ويرضاه على أن وفقنا في انجاز هذا العمل على ما فيه من ضعف البشر وقصر النظر وأما ما كان فيه من صواب من فضله سبحانه وتعالى فله الحمد والشكر ونسأله العفو والغفران.

لذا نشكر العلي القدير الذي رزقنا من العلم ما لم نكن نعلم وأعطانا من القوة والمقدرة ما نحتاجه للوصول إلى هذا المستوى وإتمام عملنا المتواضع.

وشكر خاص جدا إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة "حنان جودي" إذ لم تبخل علينا بالتوجيه والتوصية والإرشاد.

وأتوجه بالشكر إلى أساتذتي في قسم علوم التسيير بجامعة بسكرة.

فهرس المحتويات العام

8	الملخص
10	قائمة الجداول والأشكال
i	مقدمة
18	الفصل الأول الإطار المنهجي
18	المبحث الأول: إشكالية و فرضيات الدراسة
18	المطلب الأول: طرح الإشكالية
18	المطلب الثاني: فرضيات الدراسة
19	المطلب الثالث: نموذج الدراسة
19	المبحث الثاني: أهداف الدراسة وأهميتها وأسباب اختيار الموضوع
19	المطلب الأول: أهداف الدراسة
20	المطلب الثاني: أهمية الدراسة
20	المطلب الثالث: أسباب اختيار الموضوع
20	المبحث الثالث: منهج الدراسة والدراسات السابقة و التعريفات الإجرائية
20	المطلب الأول: منهج الدراسة
21	المطلب الثاني: الدراسات السابقة
23	المطلب الثالث: التعريفات الإجرائية
23	المطلب الرابع: هيكل الدراسة وحدودها
25	الفصل الثاني الإطار النظري و المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات
22	المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات
23	المطلب الأول: نظرة عامة حول المعلومات و التكنولوجيا
26	المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات ومكوناتها

30	المبحث الثاني: تكنولوجيا الشبكات الخاصة والعامة
31	المطلب الأول : تكنولوجيا الشبكات الخاصة (الإنترنت و الإكسترانت)
37	المطلب الثاني:تكنولوجيا الشبكات العامة (الإنترنت)
44	المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة الاقتصادية
45	المطلب الأول:المجالات الاقتصادية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات
46	المطلب الثاني: المزايا و الفوائد المتحققة من استخدام تكنولوجيا المعلومات
48	المطلب الثالث: المخاطر ووسائل الحماية و التحديات
51	خلاصة الفصل الثاني
52	الفصل الثالث الإطار النظري و المفاهيمي لليقظة الاستراتيجية
53	الفصل الثاني: الإطار النظري و المفاهيمي لليقظة الإستراتيجية
54	المبحث الأول: ماهية اليقظة الإستراتيجية
55	المطلب الأول: مفهوم اليقظة الإستراتيجية وخصائصها وأهدافها
60	المطلب الثاني: المعلومة كمورد أساسي لليقظة
62	المطلب الثالث: متطلبات اليقظة الإستراتيجية ومزاياها وشروط فعاليتها
69	المبحث الثاني:أنواع اليقظة الإستراتيجية ومراحلها ووظائفها
70	المطلب الأول:أنواع اليقظة الإستراتيجية
81	المطلب الثاني: مراحل اليقظة الإستراتيجية ووظائفها وطرقها ووسائلها
90	المبحث الثالث:مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية
93	خلاصة الفصل الثالث
94	الفصل الرابع الدراسة الميدانية
95	تمهيد
96	المبحث الأول :تعريف عام بالمؤسسة

96	المطلب الأول: نشأة المؤسسة
96	المطلب الثاني: واقع المؤسسة
100	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر
101	المبحث الثاني: خصائص مبحوثي الدراسة
101	المطلب الأول: منهجية الدراسة
109	المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة
113	المطلب الثالث: النتائج المتعلقة بإجابات مبحوثي عينة الدراسة حول تكنولوجيا المعلومات
148	المبحث الرابع: اختبار الفرضيات
149	المطلب الأول: تحليل واختبار الفرضية الفرعية الأولى
151	المطلب الثاني: تحليل واختبار الفرضية الفرعية الثانية
153	المطلب الثالث: تحليل واختبار الفرضية الفرعية الثالثة
156	المطلب الرابع: تحليل واختبار الفرضية الفرعية الرابعة
159	المطلب الخامس: تحليل واختبار الفرضية الرئيسية
163	الاستنتاجات العامة والتوصيات
165	الخاتمة
166	قائمة المراجع
172	الملاحق

الملخص

تهدف هذه الدراسة والتي تحت عنوان "مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الاستراتيجية" ومعرفة مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الاستراتيجية، ولتحقيق هذا الهدف تم اختيار عينة مكونة من إطارات مؤسسة اتصالات الجزائر_بسكرة، وقد تم توزيع 50 استمارة استبيان و تم استرجاع 42 استمارة أي 84% وهي نسبة مقبولة لتمثيل إطارات المؤسسة، وقد تم استخدام برنامج spss في تحليل النتائج وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1_ أشارت نتائج الدراسة بأن اليقظة الإستراتيجية تتأثر بعدة عوامل من بينها تكنولوجيا المعلومات.

2_ المؤسسة تتأثر بالتغير التكنولوجي الحاصل في البيئة الخارجية.

3_ وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات واليقظة الإستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة.

4_ تساهم البرمجيات والشبكات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بدرجات متفاوتة في المؤسسة محل الدراسة.

THE ABSTRACT

THE AIM OF THIS STUDY, "THE CONTRIBUTION OF INFORMATION TECHNOLOGY IN ENHANCED STRATEGIC VIGILANCE »AND TO KNOW THE EXENT TO WICHE INFORMATION TECHNOLOGY IN ENHANCED STRATEGIC VIGILANCE, TO RELAIzed THIS AIM,A SIMPLE OF 50 PEOPel WAS SELECTED,IT THAT BEEN DISTRIBUTED 50 QUESTIONNAIRE (84%) WHICH IS ACCEPTABLE TO REPRESENT ENTREPRISE STAFF, SPSS PROGRAM WAS USED IN THE ANALYSIS OF THE RESULTS, THE STUDY HAS REACHED THE FOLLOWING CONCLUSIONS :

1. THE STUDY CONSIDERS THAT STRATEGIC VIGLANCE IS INFLUENCED BY A NUMBER OF FACTORY, INCLUDING INFORMATION TECHNOLOGY.
2. THE INSTITUTION IS INFLUENCED BY THE TECHNOLOGICAL CHANGE IN THE EXTERNAL ENVIRONNMONT.
3. IN THE RELATIONSHIP BETWEEN INFORMATION TECHNOLOGY AND STRATEGIC VIGLANCE IN THE INSTITUTION UNDER STUDY.
4. THE PROGRAMS AND NETWORK CONTRIBUTE TO ENHANCE STRATEGIC VIGLANCE WITH DEFFERENT VARIATION IN THE INSTITUTION UNDER STADY.

قائمة الأشكال

والجداول

قائمة الجداول والأشكال:

أ- قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
19	نموذج الدراسة	الشكل (1)
61	تقسيم AFNOR للمعلومة	الشكل (1-2)
62	المشاركين في عملية اليقظة	الشكل (2-2)
64	أنواع المعلومات التي يتحتم على المنظمة الاهتمام بها	الشكل (3-2)
71	مراحل دورة حياة التكنولوجيا	الشكل (4-2)
78	الأنواع الأربعة لليقظة مجتمعة مع نموذج قوى الخمس للتنافس لـ Michel Porter	الشكل (5-2)
80	أنواع اليقظة الإستراتيجية	الشكل (6-2)
85	مراحل اليقظة الإستراتيجية	الشكل (7-2)
100	الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر	الشكل (1-3)
112	لوحة الانتشار للمتغيرين	الشكل (2-3)
162	ملخص نتائج الدراسة	الشكل (3-3)

ب - قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
42	أهم الفروقات بين الإنترنت و الإنترنت	الجدول (1-1)
43	العلاقة بين الإنترنت و الإنترنت و الإنترنت. الإكستانت.	الجدول (2-1)
63	المشاركين في عملية اليقظة	الجدول (1-2)
103	مقياس "ليكرت الخماسي"	الجدول (1-3)
105	معامل الثبات ألفا كرونباخ	الجدول (2-3)
106	أبعاد تكنولوجيا المعلومات	الجدول (3-3)
107	أبعاد اليقظة الإستراتيجية	الجدول (4-3)
107	أبعاد الدراسة ككل	الجدول (5-3)
108	معامل الارتباط بين درجة كل بعد بالدرجة الكلية للمتغير	الجدول (6-3)
109	توزيع أفراد عينة البحث حسب المتغيرات الشخصية و الوظيفية لمسيري المؤسسة محل الدراسة	الجدول (7-3)
111	اختبار التوزيع الطبيعي (1_sample konmogorov_smirnov k_s)	الجدول (8-3)
113	تحليل العبارة 01	الجدول (9-3)
114	تحليل العبارة 02	الجدول (10-3)
114	تحليل العبارة 03	الجدول (11-3)
115	تحليل العبارة 04	الجدول (12-3)
115	تحليل العبارة 05	الجدول (13-3)
116	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات البعد الأول	الجدول (14-3)
117	تحليل العبارة 06	الجدول (15-3)
117	تحليل العبارة 07	الجدول (16-3)
118	تحليل العبارة 08	الجدول (17-3)
118	تحليل العبارة 09	الجدول (18-3)

119	تحليل العبارة 10	الجدول (19-3)
120	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات البعد الثاني	الجدول (20-3)
121	تحليل العبارة 11	الجدول (21-3)
121	تحليل العبارة 12	الجدول (22-3)
122	تحليل العبارة 13	الجدول (23-3)
122	تحليل العبارة 14	الجدول (24-3)
123	تحليل العبارة 15	الجدول (25-3)
124	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات البعد الثالث	الجدول (26-3)
125	تحليل العبارة 16	الجدول (27-3)
125	تحليل العبارة 17	الجدول (28-3)
126	تحليل العبارة 18	الجدول (29-3)
126	تحليل العبارة 19	الجدول (30-3)
127	تحليل العبارة 20	الجدول (31-3)
128	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات البعد الرابع	الجدول (32-3)
129	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات تكنولوجيا المعلومات	الجدول (33-3)
130	تحليل العبارة 21	الجدول (34-3)
131	تحليل العبارة 22	الجدول (35-3)
131	تحليل العبارة 23	الجدول (36-3)
132	تحليل العبارة 24	الجدول (37-3)
133	تحليل العبارة 25	الجدول (38-3)
134	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات البعد الأول	الجدول (39-3)
135	تحليل العبارة 26	الجدول (40-3)

135	تحليل العبارة 27	الجدول (3-41)
136	تحليل العبارة 28	الجدول (3-42)
137	تحليل العبارة 29	الجدول (3-43)
137	تحليل العبارة 30	الجدول (3-44)
138	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات البعد الثاني	الجدول (3-45)
139	تحليل العبارة 31	الجدول (3-46)
139	تحليل العبارة 32	الجدول (3-47)
140	تحليل العبارة 33	الجدول (3-48)
141	تحليل العبارة 34	الجدول (3-49)
141	تحليل العبارة 35	الجدول (3-50)
142	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات البعد الثالث	الجدول (3-51)
143	تحليل العبارة 36	الجدول (3-52)
143	تحليل العبارة 37	الجدول (3-53)
144	تحليل العبارة 38	الجدول (3-54)
145	تحليل العبارة 39	الجدول (3-55)
145	تحليل العبارة 40	الجدول (3-56)
146	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات البعد الرابع	الجدول (3-57)
147	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات البقطة الإستراتيجية	الجدول (3-58)
148	معامل الارتباط "سبيرمان"	الجدول (3-59)
149	تحليل الانحدار المتدرج لأبعاد تكنولوجيا المعلومات وتعزيز البقطة التكنولوجية	الجدول (3-60)
149	الأبعاد المقصية	الجدول (3-61)
150	نتائج تحليل التباين للانحدار ANOVA للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على البقطة التكنولوجية (معنوية النموذج	الجدول (3-62)

151	اختبار T: معاملات نموذج علاقة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التكنولوجية	الجدول (3-63)
152	تحليل الانحدار المتدرج لأبعاد تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التنافسية	الجدول (3-64)
152	الأبعاد المقصية	الجدول (3-65)
152	نتائج تحليل التباين للانحدار ANOVA للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التنافسية (معنوية النموذج).	الجدول (3-66)
153	معاملات نموذج علاقة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التنافسية	الجدول (3-67)
154	تحليل الانحدار المتدرج لأبعاد تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التجارية	الجدول (3-68)
154	الأبعاد المقصية	الجدول (3-69)
155	نتائج تحليل التباين للانحدار ANOVA للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التجارية (معنوية النموذج).	الجدول (3-70)
155	معاملات نموذج علاقة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التجارية	الجدول (3-71)
156	تحليل الانحدار المتدرج لأبعاد تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة البيئية	الجدول (3-72)
157	الأبعاد المقصية	الجدول (3-73)
157	نتائج تحليل التباين للانحدار ANOVA للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة البيئية (معنوية النموذج).	الجدول (3-74)
158	معاملات نموذج علاقة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اليقظة البيئية	الجدول (3-75)
159	ملخص نتائج الانحدار المتدرج لتكنولوجيا المعلومات و اليقظة الإستراتيجية	الجدول (3-76)
160	تحليل الانحدار المتدرج لأبعاد تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة الإستراتيجية	الجدول (3-77)
160	نتائج تحليل التباين للانحدار ANOVA للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة الإستراتيجية (معنوية النموذج)	الجدول (3-78)
161	معاملات نموذج علاقة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اليقظة البيئية	الجدول (3-79)

المقدمة العامة

أدت الثورة التكنولوجية والمعلوماتية إلى ظهور العالم كقرية صغيرة تسودها المنافسة القوية والصارمة وخرجت من أسر المعامل المتخصصة و الجامعات العملاقة إلى الشارع والبيت ، وعلى إثر هذه التغيرات صار عالم الأعمال يعيش توجهها جديدا يعتمد أساسا على المعلومات في كل الميادين، وهذا نظرا للتقدم المتسارع لتكنولوجيا المعلومات الذي يشهد تطورا متواصلا ما أسفر بتزايد حدة المنافسة التي أضحت تمارس ضغطها على المؤسسات في جميع الدول وكافة القطاعات والتي غيرت مفاهيم تقليدية للبيانات و المعلومات واستطاعت أن تزيد من معدلات تدفق هاته المعلومات ، وقد صاحب هذا التطور في تكنولوجيا المعلومات بظهور و بروز مفاهيم وأساليب جديدة التبنى في مجال إدارة المعلومات وحسن تسييرها لمواكبة مؤسسات اليوم هذا العصر ولعل من أهم هذه الديباجات حديثة النشأة وخصوصا في العالم العربي نجد اليقظة الإستراتيجية، فهذه الأخيرة تعتبر نمط ومنهج معلوماتي منظم تعتمد عليه المؤسسة في التسيير الأمثل والديناميكي للمعلومات ولا سبيل عن الخيار التكنولوجي الذي لم يعد خيارا للرفاهية أو من الكماليات ولكن أصبح تحديا تنمويا في المقام الأول ولم يعد هنالك بديل عنه للدول الراغبة في تحقيق طفرة تنموية في شتى المجالات.

والمؤسسات الاقتصادية الجزائرية هي الأخرى تعاني اليوم من التغيرات والتطورات الحاصلة في بيئتها الاقتصادية الاجتماعية والثقافية وخصوصا بعدما أصبح أحد عوامل نجاح أو فشل المؤسسات يحدد تبعا لمدى تنبئها و تأقلمها مع محيطها وهذا ما يدفعها إلى البحث عن طرق وأساليب فعالة لترصد بيئتها ووسائل جديدة لتدعيم مصادر معلوماتها إضافة إلى تدعيم وتعزيز قدرتها لمواجهة المنافسة وهذا ما تتكفل به عملية اليقظة الإستراتيجية.

ولهذا تستدعي الضرورة اليوم الاحتياج إلى حيازة المعلومة أكثر من رؤوس الأموال حيث أصبحت المعلومة موردا جوهريا لا يستهان به والتحكم في رصدها وحسن استعمالها يعد من نقاط القوة لدى المؤسسة، وبالتالي فإن عملية اليقظة تعد أحد المداخل والسبل التي توفر للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية السيورة المعلوماتية التي تساعد على التنبؤ والتتبع للتغيرات التي قد تحصل في محيطها البيئي بهدف اكتشاف وخلق فرص للمؤسسة والتقليص من حجم الأخطار وتجنب التهديدات الممكنة، و كذلك تسمح بالاحتياط وبالاكتشاف السريع والمسبق للمفاجآت الإستراتيجية التي قد تنتج عن المنافسة خاصة في ظل الظروف التنافسية الحالية، وهذا من أجل الحفاظ على استمرار الميزات التنافسية الحالية للمؤسسة وحمايتها من التقليد ومحاوله لتحقيق أهدافها لضمان نشاطها وبقاءها في السوق لمدة أطول، وهذه العملية تكون انطلاقا من مراحل سيورة متكاملة التي تبدأ بتعقب وجمع المعلومات من محيط المؤسسة الداخلي والخارجي ثم معالجتها وتحليلها وفيما بعد نشرها وتخزينها وفي الأخير تستغل من طرف صانعي القرار حسب احتياجات المؤسسة.

ولإحراز المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بمختلف أحجامها كبيرة، متوسطة وصغيرة الحجم هذا التوجه ضمن مضمار المنافسة الحالية أصبحت مدعوة لتبني آلية اليقظة الإستراتيجية وذلك من خلال إرساء نظام فعال لليقظة على مستوى إدارتها والذي يساهم بدوره بتوفير المعلومة اللازمة وفي الوقت المناسب والتي تساعد في توفير البدائل لاتخاذ القرار الملائم وفق أهداف المؤسسة المنشودة .

الفصل الأول

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي

يشهد العالم اليوم تغييرا واضحا ونمو متسارعا في معطيات المعلومات على نحو واسع نتيجة للثورة التكنولوجية التي غزت العالم وامتدت أثارها على الجميع، ومن هنا وجدت المؤسسات نفسها مضطرة إلى مواكبة هذا التطور الرهيب في تكنولوجيا المعلومات، حتمت عليها ظروف المنافسة على التيقظ في كافة المجالات، وانطلاقا مما سبق يمكن صياغة إشكالية على النحو التالي:

المبحث الأول: إشكالية و فرضيات الدراسة

المطلب الأول: طرح الإشكالية

ولأجل الإحاطة بجوانب هذا الموضوع نقوم بطرح الإشكالية التالية:

كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بالمؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر إطاراتها

؟

و لأجل تبسيط هذا التساؤل أو الإشكالية المطروحة سنقوم بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

✚ ما مستوى توفر لتكنولوجيا المعلومات في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر إطاراتها؟

✚ ما مستوى اعتماد اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر إطاراتها؟

✚ هل توجد علاقة وتأثير لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة

نظر إطاراتها؟

المطلب الثاني: فرضيات الدراسة

وللإجابة على الإشكالية المطروحة تم صياغة الفرضيات التالية:

أ. الفرضية الرئيسية الأولى:

✚ لا تساهم تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بالمؤسسة من وجهة نظر إطاراتها.

ب. الفرضيات الفرعية:

✚ لا توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة التكنولوجية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر

إطاراتها.

✚ لا توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر

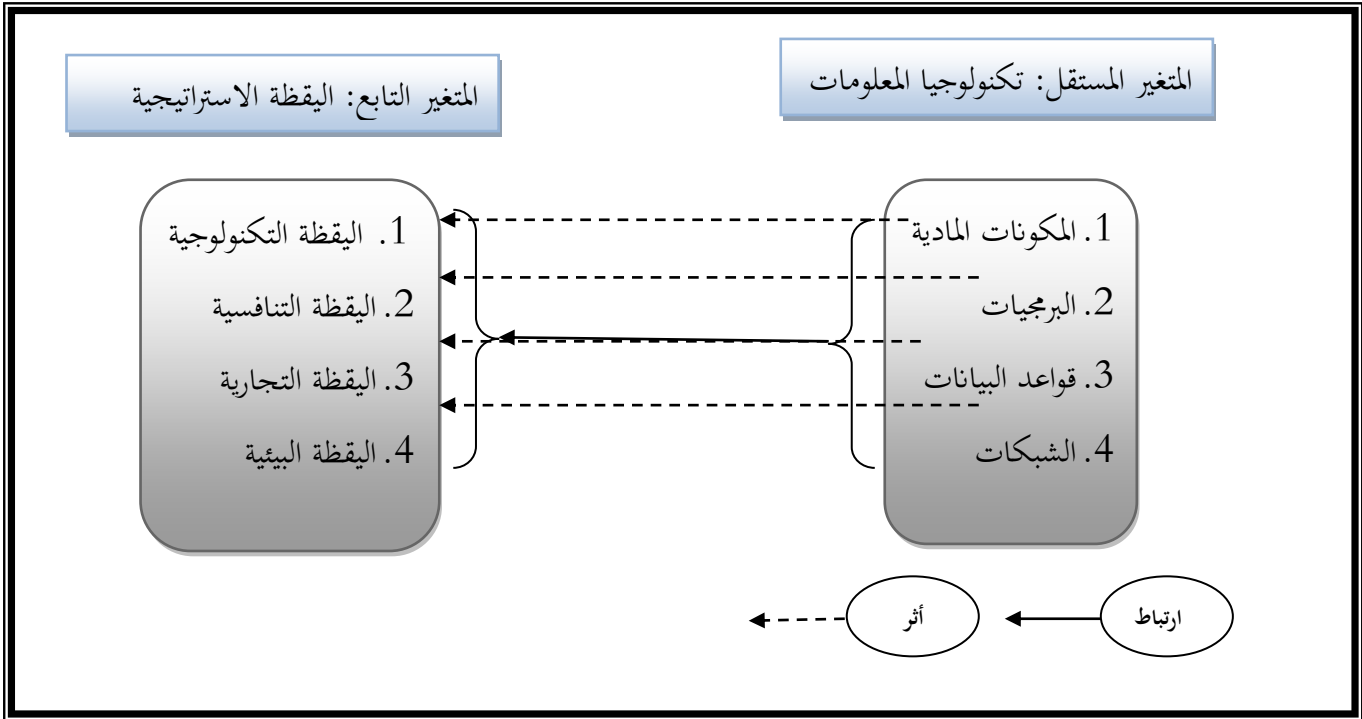
إطاراتها.

✚ لا توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة التجارية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر إطاراتها.

✚ لا توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة البيئية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر إطاراتها.

المطلب الثالث: نموذج الدراسة

ويتمحور نموذج الدراسة في الشكل رقم: 01 التالي:



المصدر: من إعداد الطالب

المبحث الثاني: أهداف الدراسة وأهميتها وأسباب اختيار الموضوع

المطلب الأول: أهداف الدراسة

إن الأهداف التي نرغب الوصول إليها من خلال هذه الدراسة هي كالتالي:

- ✚ تبيين أهمية انفتاح المؤسسة على بيئتها وكذا انتقاءها للمعلومات الإستراتيجية بواسطة تكنولوجيا المعلومات.
 - ✚ التعريف بالمفاهيم الأساسية لتكنولوجيا المعلومات .
 - ✚ إبراز الدور المهم التي تلعبه تكنولوجيا المعلومات كمكون أساسي في نظام اليقظة الإستراتيجية.
 - ✚ توضيح مفهوم اليقظة الإستراتيجية.
 - ✚ التعرف على ممثلي وطرق القيام باليقظة الإستراتيجية؛
 - ✚ التعرف على كيفية التوصل إلى نظام يقظة فعال.
 - ✚ البحث على هذا المفهوم في أرض الواقع وكيفية تطبيقه فعلا.
- كما نأمل من هذا البحث المساهمة في المعرفة العلمية وإثراء المكتبة بمرجع علمي.

المطلب الثاني: أهمية الدراسة

يستمد البحث أهميته من خلال الجوانب التالية:

- ✓ المكانة التي تحتلها اليقظة الإستراتيجية في استمرارية المؤسسة و تطورها و كذلك تميزها.
- ✓ فعالية نظام اليقظة الإستراتيجية له أهمية كبيرة في المؤسسات، حيث أن من بين أسباب نجاح أو فشل هذه المؤسسات في تحقيق أهدافها يرجع بدرجة كبيرة إلى فعالية هذا النظام.
- ✓ المكانة التي تحتلها تكنولوجيا المعلومات في هذا العصر، إذ أنها أصبحت تمثل عنصرا هاما وموردا استراتيجيا تعتمد عليه المؤسسات في تميز خدماتها ومنتجاتها.

المطلب الثالث: أسباب اختيار الموضوع

هناك عدة أسباب دفعتنا لدراسة هذا الموضوع منها ماهي موضوعية ومنها ماهي ذاتية:

أ. الأسباب الموضوعية:

- ✓ إبراز الدور الفعال التي تقوم به تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية.
- ✓ الكشف عن واقع استخدامات تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها بتطوير أو تحسين نظام اليقظة الإستراتيجية.
- ✓ افتقار المؤسسات الجزائرية لمفهوم اليقظة الإستراتيجية.
- ✓ حداثة الموضوع .

ب. الأسباب الذاتية:

- ✓ الشعور بقيمة الموضوع خاصة مع التحولات المستجدة والتوجهات الحديثة.
- ✓ خلفية اهتمامنا بالمواضيع الحديثة والميل الطبيعي والرغبة للبحث والاستطلاع في هذا الموضوع.
- ✓ الرغبة والفضول في الخوض في كل ما هو جديد، كما أن قلة البحوث التي تتناول الموضوع باللغة العربية كان دافعا مشجعا لاختياره.

المبحث الثالث: منهج الدراسة والدراسات السابقة و التعريفات الإجرائية

المطلب الاول: منهج الدراسة

سعيًا للإجابة على الإشكالية المطروحة وتبيان صحة الفرضيات المقترحة من عدمها، اخترنا المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة حالة.

أ- المنهج الوصفي التحليلي:

الذي يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق وتحليلها ولتحقيق منهجية هذه الدراسة تم استخدام أدوات ومصادر البيانات التالية:

- المسح المكتبي بالاطلاع على مختلف المراجع التي لها علاقة بجوانب الموضوع.

- الوثائق الخاصة بالمؤسسة موضوع الدراسة.
- المقابلات والزيارات الميدانية.
- المصادر الأخرى كمواقع الانترنت ومختلف الوثائق.

ب- أداة دراسة الحالة:

تم الاستعانة بدراسة الحالة كأداة من خلال الوقوف على واقع استخدامات تكنولوجيا المعلومات بالمؤسسة محل الدراسة، و كذا مدى استيعاب وتطبيق اليقظة الإستراتيجية ومحاولة استكشاف العلاقة بين الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات وكفاءة و فاعلية نظام اليقظة الإستراتيجية بالمؤسسة.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة

الدراسات سابقة:

هناك عدة دراسات تناولت على الأقل متغير واحد من المتغيرات والدراسة ومن هذه الدراسات نجد:

1. محاجبية نصيرة، حمدي باشا نادية" دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل التنمية المستدامة - التجربة الفرنسية نموذجاً- كلية العلوم الاقتصادية - جامعة البليدة- مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بالمؤتمر العلمي المشترك 2014 " دراسة موضوعية حول أحد متغيرات العالم الرقمي التي اجتاحت حياة الكثيرين من سكان هذا الكون، و أحدثت تغيرات عميقة في حياتنا اليومية، و فتحت أفاقاً واسعة لخلق مجتمع المعلومات و المعرفة، فالإقتصاد الرقمي أو اقتصاد المعلومات أو اقتصاد المعرفة أو الإقتصاد الجديد مصطلحات تناوب ظهورها خلال العقود الثلاث الأخيرة للدلالة على الآثار الاقتصادية و الاجتماعية لتبني تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات . و الجدير بالذكر أنّ المساهمة الجوهرية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في التنمية المستدامة تحظى باهتمام عالمي على اعتبارها أداة رفيعة المستوى للارتقاء بالنمو الاقتصادي لما تحقّقه من مكاسب إنتاجية كبيرة) عبر التجارة الالكترونية، الخدمات الإدارية الالكترونية، الصيرفة الالكترونية (...من جهة، و نتيجة للدور البارز الذي تلعبه في تحقيق كل هدف من الأهداف الإنمائية الثمانية للألفية التي سطرها هيئة الأمم المتحدة من جهة ثانية ١ في هذا السياق نجد أنّ التجربة الفرنسية تحتل موقعا طليعيا في المجال الرقمي مما سمح بنمو تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بوتيرة غير عادية جعلتنا نتساءل حول مقومات و خصائص هذه التجربة لنستفيد منها و نأخذ حذوها كل دولة من دول عالمنا العربي.

2. بجتي ابراهيم ,شعوي محمد فوزي :دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة ,مقال

تم نشره بمجلة الباحث العدد 07، 2010/2009، حيث توصلت الدراسة إلى أن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها تأثير ذو أهمية بالغة في دفع نمو السياحة داخل الدولة ،فعن طريقها يمكن التواصل مع السواح وتزويدهم

بالمعلومات والعروض السياحية وتمكينهم بدءا من الحجز عن بعد , وصولا إلى التسديد على الخط , لكن ما تفتقر إليه معظم بلاد الدول العربية هو ضعف الاستثمار في البنية التحتية للتكنولوجيا المعلومات والاتصال , وهم يستخدمونها كرمز دعاية إعلامية لا أكثر .

3. حسين وليد حسين , ممارسة التفكير الرشيق لإدارة الموارد البشرية ودورها في تعزيز اليقظة الإستراتيجية للمنظمة , مقال تم نشره بمجلة الكلية الإسلامية الجامعة (العدد 49 ، 1997) تهدف هذه الدراسة إلى توضيح انعكاس ممارسات التفكير الرشيق لإدارة الموارد البشرية في تعزيز اليقظة الإستراتيجية للمنظمات , اذ يشكل التفكير الرشيق للموارد البشرية الاتجاه المعاصر لتوفير الجهد والمال في اتخاذ القرارات الصحيحة والسريعة لدعم أهداف المنظمة , كما أن اليقظة الإستراتيجية تشكل إحدى المتطلبات الرئيسية لضمان مواكبة كافة المستجدات التي تحدث في البيئة الديناميكية المعاصرة التي تعمل في إطارها المنظمات , وعليه أشارت مشكلة البحث إلى وجود قصور واضح وقلة وعي بأهمية توظيف ممارسات التفكير الرشيق لإدارة الموارد البشرية في تعزيز عمليات اليقظة الإستراتيجية للمنظمة المبحوثة , ولمعالجة مشكلة البحث وتحقيق الأهداف التي يسعى إليها تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في الجانب التطبيقي للبحث إذ اعتمدت الاستبانة كأداة رئيسية لجمع بيانات البحث والتي تم إعدادها بالاستفادة من أفكار عدد من الدراسات السابقة (LECXE) SPSS هذا المجال , أما لتحليل بيانات البحث فقد استخدم كل من البرامج الإحصائية الجاهزة وقد أسفرت أدوات التحليل الإحصائية عن عدد من النتائج التي أكدت صحة الفرضيات الرئيسة والفرعية التي تضمنها البحث وعليه استنتج الباحث بأن ممارسات التفكير الرشيق لإدارة الموارد البشرية تشكل إحدى المحركات الرئيسة لكافة عمليات اليقظة الإستراتيجية في المنظمة المبحوثة , وعليه أوصى الباحث بضرورة الاهتمام بكيفية توظيف وتنمية ممارسات التفكير الرشيق للموارد البشرية من خلال الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في هذا المجال وتوظيف ذلك في تعزيز اليقظة الإستراتيجية للمنظمة .

4. (Daniles ,N . Carolin) , (1996) , (Information technologie :- The management challenge

تركز هذه الدراسة على ضرورة فهم تكنولوجيا المعلومات كأمر حيوي لكل مدير باعتبار أن تكنولوجيا المعلومات أصبحت جزءاً من وظيفته الأساسية، و قد تناولت الدراسة الاتجاهات الحديثة و الهامة في إدارة الأعمال في عصر تكنولوجيا المعلومات، و أكدت الدراسة أن إنتاجية أي تكنولوجيا تتوقف على التوقعات المنتظرة منها و كل هذا يتوقف على إمكانيات المؤسسة و التكنولوجيا المستخدمة، و قد أوصت الدراسة بضرورة تكامل المعلومات مع المؤسسة، و لا يجب أن يكون الهدف من استخدام التكنولوجيا هو الميكنة و إنما أن يتم إعادة مدراء المؤسسات "Daniels" تصميم العمل بما يتناسب مع التكنولوجيا الجديدة و قد أوصت المهتمين بتحقيق الميزة التنافسية بإعادة هيكلة المؤسسة بما يتناسب مع تكنولوجيا الحديثة.

المطلب الثالث: التعريفات الإجرائية

1. تكنولوجيا المعلومات (TECHNOLOGIES DE LINFORMATION): وهي عبارة

عن أدوات ووسائل تستخدم لجمع المعلومات وتصنيفها وتحليلها وتخزينها وتوزيعها بواسطة توليفة من الآلات الالكترونية و طرق المواصلات السلكية و اللاسلكية.

2. اليقظة الإستراتيجية (LA VEILLE STRATEGIQUE): هي عملية مستمرة تهدف لرصد

واستشعار (تتبع، مراقبة) التغيرات المحيطة بالمؤسسة داخليا وخارجيا من خلال الملاحظة، البحث الجمع والتخزين، التحليل والاستنتاج وأخيرا نشر النتيجة المتوصل إليها لتحقيق أهداف المؤسسة أي استباق الأحداث من خلال اقتناص الفرص وتجاوز التهديدات، ومن ثمة اتخاذ القرار الاستراتيجي الأمثل والأفضل للمؤسسة.

المطلب الرابع: هيكل الدراسة وحدودها

هيكل الدراسة :

تطرقنا إلى الفصل الأول إلى الإطار المنهجي للدراسة حسب قمنا بتقديم الإشكالية والتساؤلات الفرعية، تطرقنا إلى الفصل الثاني إلى الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات وأهميتها في المؤسسة ، أما الفصل الثالث فقد تعلق بالإطار المفاهيمي لليقظة الإستراتيجية ، وفي المطلب الأخير حاولنا التطرق إلى العلاقة بين المتغيرين في الدراسة، أما الفصل الأخير فقد تضمن دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر-مديرية بسكرة و الذي قسم إلى أربع مباحث أولها التعريف بالمؤسسة محل الدراسة، و المبحث الثاني حول خصائص المبحوثين، أما المبحث الثالث تمثل في اختبار التوزيع الطبيعي وتحليل محاور الاستبانة، أما المبحث الأخير فكان عن اختبار الفرضيات والمتمثلة في تفسير النتائج التي سوف نتحصل عليها من خلال دراسة الفرضيات الموضوعية في إشكاليتنا وتحليلها.

حدود الدراسة:

*الحدود البشرية: أنجزت الدراسة الميدانية على أفراد مؤسسة اتصالات الجزائر – مديرية بسكرة.

*الحدود الموضوعية: اقتصر البحث على دراسة العلاقة بين المتغيرين التاليين: تكنولوجيا المعلومات واليقظة الإستراتيجية.

*الحدود المكانية: أنجزت الدراسة الميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر مديرية بسكرة.

*الحدود الزمنية: أنجزت الدراسة الميدانية خلال الفصل الثاني من السنة الجامعية 2019/2018.

الفصل الثاني

الإطار النظري و المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات

الفصل الثاني: الإطار النظري و المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات

إن التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات في العالم أدت إلى ظهور الاقتصاد المعلوماتي (الرقمي) التي تعتبر فيه المعلومة موردا رئيسيا و استراتيجيا وموردا أساسيا لبقاء ونمو المؤسسة ويكمن دور هذه المعلومات بشكل تام إذا ما تم إيصال هذه المعلومات بالوسيلة و الأداة اللازمة لذلك و لهذا أصبح الأفراد و المؤسسات يتجهون نحو اكتساب و استخدام هذه التكنولوجيا و متابعة كل التطورات الحاصلة في هذا القطاع.

إذ ستناول في هذا الفصل إلى الإطار النظري والمفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات، حيث تم تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث، في المبحث الأول سنتطرق إلى ماهية تكنولوجيا المعلومات وأنواعها من مكونات مادية وبرمجيات وشبكات وقواعد بيانات ، أما المبحث الثاني ستناول للشبكات الخاصة والعامة،أما المبحث الأخير سنتطرق إلى تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة الاقتصادية من حيث مجالات تطبيق هاته التكنولوجيا وكذلك إلى المزايا والفوائد المحققة من استخدام تكنولوجيا المعلومات، أما في المطلب الأخير سنتطرق إلى المخاطر ووسائل الحماية والتحديات التي تواجه تكنولوجيا المعلومات.

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات

لقد أصبحت المعلومات قوة مؤثرة تتحكم في مختلف نواحي الحياة بما فيها المنظمات، و باتت مختلف عمليات و نشاطات المنظمة تعتمد إلى حد كبير على حجم و نوعية المعلومات المتوفرة لها .
ولا تستطيع أي منظمة جمع و تخزين المعلومات و تحليلها و نشرها و الاستفادة منها بدون توافر أساليب و تقنيات حديثة و متطورة هكذا تبرز أهمية تكنولوجيا المعلومات في المنظمات ، كما و أصبح الحاسوب و البرمجيات و شبكات الحاسوب و نظم المعلومات و نظم الذكاء الصناعي و الانترنت و غيرها جزءاً أساسياً من مختلف الأنشطة ووظائف المنظمة مثل الإنتاج.

المطلب الأول: نظرة عامة حول المعلومات و التكنولوجيا

قبل التطرق إلى مفهوم تكنولوجيا المعلومات يجب إعطاء بعض التعاريف حول المعلومات والتكنولوجيا ولهذا سوف نحاول الإلمام بهذه المفاهيم، ولقد تعددت التعاريف الخاصة بالتكنولوجيا واختلفت باختلاف الزمان و المكان و الشخص أو الهيئة القائمة بالتعريف ، و لهذا سوف نحاول الإلمام بأبعاد هذا المفهوم.

الفرع الأول: تعريف المعلومات و خصائصها

1. تعريف المعلومات

أما المعلومات فهي العصب المحرك لأي نشاط يقوم به إنسان في ممارساته اليومية على اختلاف مجالات استخدامها، و نظرا للتداخل بين مفهوم كل من المعلومات و البيانات، سوف يتم التعرف على كل واحد منها على حدة و قبل التطرق إلى مفهوم المعلومات يجب التطرق إلى مفهوم البيانات فهي عبارة عن "مجموعة من الحقائق أو المشاهدات أو التقديرات غير المنظمة، قد تكون أرقاما أو كلمات أو رموزا أو حروفا"¹، و يمكن أن تعرف البيانات على أنها: "ملاحظات أو حقائق خام حول ظواهر ملموسة أو معاملات تنظيمية أي أنها تعتبر مقاييس موضوعية عن خصائص وحدات الأفراد، المواد الخام، الأحداث"²، و يمكن أن تعرف البيانات على أنها "عبارة عن أرقام أو رموز أو عبارات أو حقائق أو اصطلاحات تمثل أفراد أو أهدافا أو أحداثا و قيما و كميات..... كما يمكن أن تعرف البيانات بأنها مجموعة من الحقائق الخام الغير مرتبة"³.

2. خصائص المعلومات: وهنالك العديد من خصائص المعلومات نذكر منها: ⁴

- ✚ **التوقيت:** أن تكون المعلومة حاضرة في الوقت و الزمن الملائم.
- ✚ **الموضوعية:** أي أن المعلومة في مضمونها تكون مقبولة وصالحة للاستخدام.
- ✚ **الملائمة و خاصية الوضوح:** يجب أن تكون المعلومة خالية من الغموض و مفهومة.
- ✚ **التفصيل:** أن تكون المعلومة سهلة الاستخدام عند استعمالها.
- ✚ **الشمول:** يجب أن تكون المعلومة شاملة و تفي بالغرض.

¹ نجم الدين الحميدي، نظم المعلومات الإدارية "مدخل معاصر"، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص 23.

² منال محمد الكردي، جلال إبراهيم العيد، مقدمة في نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية الإسكندرية، سنة النشر لم تذكر، ص 29 .

³ نجحي مصطفى حلمي، أساسيات نظم المعلومات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1998، ص 72.

⁴ عبد الله حمود سراج، خصائص المعلومات القاعدية لبناء قرارات الإنتاج التي تسمح بالأسبقية التنافسية في إطار الإستراتيجية التنافسية، حالة القطاع الصناعي اليمني الخاص، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2005، ص 74.

الفرع الثاني: تعريف التكنولوجيا وأنواعها

1- تعريف التكنولوجيا

"يرجع أصل التكنولوجيا إلى الكلمة اليونانية (TECHNO LOGOS) التي تتكون من مقطعين (TECHNO) تعني التشغيل الصناعي و الثاني (LOGOS) أي العلم أو المنهج، لذا تتكون من كلمة واحدة هي علم التشغيل الاصطناعي"¹.

وأما سمير عبده فعرّفها على أنها "الأدوات و الوسائل التي تستخدم لأغراض عملية تطبيقية، و التي يستعين بها الإنسان في عمله لإكمال قواه و قدراته و تلبية تلك الحاجيات، التي تظهر في إطار ظروفه الاجتماعية و مراحلها التاريخية"².

وحسب معجم (WEBSTER) التكنولوجيا "بأنها اللغة التقنية و العلم التطبيقي و الطريقة الفنية لتحقيق غرض علمي، فضلا عن كونها مجموعة الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس و رفاهيتهم"³، و من خلال هذا التعريف يتضح بأن التكنولوجيا هي نفسها مفهوم التقنية والتي تعرف على أنها "منتجات التكنولوجيا من طرائق ووسائل الإنتاج"⁴.

و يمكن تعريف التكنولوجيا على إنها: "تطبيق الإجراءات المستمدة من البحث العلمي والخبرات العلمية لحل المشكلات الواقعية، ولا تعني التكنولوجيا هنا الأدوات والمكائن فقط بل أنها الأسس النظرية والعلمية التي ترمي إلى تحسين الأداء البشري في الحركة التي تتناولها"⁵. (في حالة الاستفادة من المرجع في التهميش)

ويمكن إعطاء تعريف آخر للتكنولوجيا على أنها "التطبيق العلمي لهذا العلم على أرض الواقع"⁶، و من خلال هذا التعريف يتضح بأن التكنولوجيا هي نفسها مفهوم العلم لأن هذا الأخير عبارة عن معرفة يتم اكتسابها بواسطة العديد من الطرق كالملاحظة و التجربة.... الخ.

وعرفها لوثنانز (LUTHANS) على أنها "تمثل خلاصة الأساليب الآلية و المعرفية التطبيقية التي تستخدم من قبل الفرد للسهام في تحقيق أهداف المنظمة"⁷، من ملاحظة هذا التعريف نجد أنه قد ركز على التكنولوجيا كعملية وهي تبدأ بتحديد الهدف انطلاقا من الحاجة و تنتهي بالوصول إلى حل و تحقيق الهدف المنشود.

¹ محمد الصبري، إدارة تكنولوجيا المعلومات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 13.

² محمد الفتاح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الأبيار، الجزائر، 2011، ص 02.

³ غسام قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا لمفاهيم و مداخل و تقنيات و تطبيقات عملية، دار المنهاج للنشر، عمان، الأردن، 2010، ص 22.

⁴ خالد عبد الله إبراهيم، العلاقة بين استخدام التكنولوجيا و تحقيق الإبعاد التنافسية، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 02، العراق، 2008، ص 03.

⁵ عبد الباري، إبراهيم درة، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات: الأسس النظرية و دلالاتها في البيئة العربية المعاصرة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003، ص 26.

⁶ عفاف عبد المنعم درويش، تكنولوجيا إدارة المؤسسات الرياضية (المعلومات-اتخاذ القرار-الاتصال-التوثيق-المتابعة-والرقابة-التعاملات)، منشأة المعارف، مصر، 2009، ص: 17.

⁷ خليل محمد حسن الشماع، خضير كاظم حمود، نظرية المنظمة، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الأردن، 2000، ص 339.

وينظر للتكنولوجيا بمفهوم ثلاثي الأبعاد متكونا من الأجهزة و المعدات و البرمجيات و نظم دعم الذكاء، إذ تحتوي الأجهزة و المعدات على وسائل مادية و منطقية مختلفة والتي تعني باختيار المعدات لتحقيق الأهداف و الغايات، أما البرمجيات فهي مجموعة قواعد وإجراءات تهتم باستخدام الأجهزة و المعدات و تساهم أجهزة الذكاء في أداء و تشغيل الأجهزة و البرمجيات¹.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن إعطاء التعريف للتكنولوجيا كذلك على أنها مجموعة من التقنيات المتسلسلة لإنتاج مصنوع بطريقة آلية متطورة من خلال استخدام نتائج البحث العلمي، فالتكنولوجيا هي الحلقة الوسيطة بين البحث العلمي وبين الصناعة، وهذا يؤكد أن المنتجات المختلفة الجديدة ليست تكنولوجيا وإنما هي نتائج التكنولوجيا.

2- أنواع التكنولوجيا : يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها مايلي :

● على أساس درجة التحكم نجد مايلي :

التكنولوجيا الأساسية: و هي التكنولوجيا التي تمتلكها أغلب المؤسسات الصناعية و المسلم بها و تتميز بدرجة التحكم كبير جدا.

تكنولوجيا التمايز: و هي التي تملكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية و هي التكنولوجيا التي تتميز بها عن بقية منافسيها.

● على أساس موضوعها هناك :

تكنولوجيا التسيير : وهي التي تستخدم في تسيير تدفقات موارد، و من أمثلتها البرامج و التطبيقات التسييرية .

تكنولوجيا التصميم : وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة كالتصميم بمساعدة الحاسوب.

تكنولوجيا أسلوب الإنتاج : وهي تلك المستخدمة في عمليات الصنع ، وعمليات التركيب و المراقبة .

تكنولوجيا المعلومات والاتصال: وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات و المعطيات و نقلها.

● على أساس درجة التعقيد نجد :

تكنولوجيا ذات درجة عالية: وهي التكنولوجيا شديدة التعقيد، والتي من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق استغلاله إلا بطلب من صاحب البراءة.

تكنولوجيا العادية : وهي أقل تعقيدا من سابقتها، حيث بإمكان المختصين المحليين في الدول النامية استيعابها غير أنها تتميز أيضا بضخامة تكاليف الاستثمار².

¹ غسام قاسم اللامي، مرجع سابق، ص25.

² لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004 / 2003، ص ص: 9- 10 .

المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات ومكوناتها

الفرع الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات

يقول نائب الرئيس الأمريكي السابق "آل غور" عن ثورة الاتصالات لاسيما الانترنت: "أنها خدمة كونية لمتناول جميع أبناء المجتمعات, يقول فيها كل فرد كلمته, فهي تشجع الممارسة الحقيقية للديمقراطية برفع نسبة المواطنين في اتخاذ القرار, كما تشجع تعاون الأمم, إني أرى فيها عهداً جديداً للديمقراطية".¹

حيث يعرفون الاقتصاد الجديد بأنه: "اقتصاد يتميز بنمو مرتفع طويل الأمد يرجع إلى نمو مرتفع مستدام يعزى في الأساس إلى إنتاج و اقتناء و الانتشار المستمر لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات".²

لم تحض تكنولوجيا المعلومات - كغيرها من المصطلحات الجديدة - خاصة مع ظهور الاقتصاد الجديد بتعريف موحد, بل تعددت هذه التعاريف وتنوعت تبعاً لرؤية كل واحد لها, لذا سندرج عدة تعاريف حتى تبرز لنا أوجه الاختلاف والاتفاق فيما بينها.

تعريف الأول: "تكنولوجيا المعلومات هي استعمال التكنولوجيا الحديثة للقيام بالتقاط ومعالجة، وتخزين واسترجاع، وإيصال المعلومات سواء في شكل معطيات رقمية، نص، صوت أو صورة"³ من خلال هذا التعريف أن تكنولوجيا المعلومات هي حقل من حقول التكنولوجيا والتي تهتم بمعالجة المعلومات.

التعريف الثالث: "هي جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل، ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات"⁴.

وتعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها: "خليط من أجهزة الكمبيوتر و وسائل الاتصال ابتداء من الألياف الضوئية إلى الأقمار الصناعية و التقنيات المصغرات و الفيلمية و الاستنساخ، تمثل مجموعة كبيرة من الاختراعات الذي يستخدم المعلومات خارج العقل البشري"⁵.

وتعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها: "القاعدة الأساسية التي تبنى في ضوئها المنظمات الإدارية و المنشآت ميزتها التنافسية". و يقصد بالتكنولوجيا كل أنواع المعرفة الفنية و العلمية والتطبيقية التي يمكن أن تسهم

¹ مجلة الاقتصاد و الأعمال, العدد 255 ص 56.

² مجلة التمويل و التنمية, العدد جويلية 2001, ص 38.

³ مراد رايس, أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة, رسالة ماجستير في علوم التسيير فرع إدارة الأعمال, جامعة الجزائر, 2005, ص 200.

⁴ سعاد بومايله وفارس بوباكور, أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية, مجلة الاقتصاد المناجمت, العدد 03 مارس 2004, ص 205.

⁵ محمد الهادي, تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها, دار الشروق, القاهرة, 1989 ص 32.

في توفير الوسائل، المعدات، الآلات، الأجهزة الميكانيكية و الإلكترونية ذات الكفاءة العالية و الأداء الأفضل التي تسهل للإنسان الجهد و توفير الوقت و تحقق للمنظمة أهدافها النوعية و الكمية بكفاءة و فاعلية"¹.

ويمكن القول بان تكنولوجيا المعلومات هي جميع الأجهزة وآليات المستخدمة في تخزين واسترجاعها بطريقة آلية عن طريق أجهزة وبرمجيات عن طريق متخصصين تسمح للمؤسسة من الاستغلال الأمثل لهاته البيانات والمعلومات.

الفرع الثاني: مكونات تكنولوجيا المعلومات

تتكون تكنولوجيا المعلومات من المكونات المادية و البرمجيات و قواعد البيانات إضافة إلى الموارد البشرية و أخيرا مختلف الشبكات و سوف نتطرق لكل بعد على حدا:

1. المكونات المادية (HARDWARE)

حيث تشمل المعدات المستخدمة لإدخال المعلومات و تخزينها ونقلها وتداولها، استرجاعها، استقبالها و بثها للمستفيدين، كما أنها تتضمن الحاسب و ما يرتبط به من أجهزة منها: لوحة المفاتيح، شاشة العرض، الفأرة ووحدة المعالجة المركزية وغيرها.

فتحسين ذاكرة الحاسوب و قدرته على معالجة البيانات و سرعته تمثل مجالا واسعا للتطورات التكنولوجية الحديثة، بحيث يعد العلماء والمهندسون في شركات الحاسبات والاتصالات مصدرا أساسيا لهذه التطورات الهائلة².

وتعرف أيضا على أنها: "مجموعة من المكونات المادية الملموسة التي تتكون منها الكمبيوتر، والتي يمكننا بالفعل رؤيتها عندما ننظر إلى الكمبيوتر"³.

2. البرمجيات (SOFTWARE)

هي مصطلح يطلق على البرامج والتعليمات التي يمكن تشغيلها في الحاسوب و بواسطتها تتحكم في البيانات و يمكننا من تطبيق مختلف العمليات للحصول على النتائج وحل للمشاكل حسب الحاجة وعند الطلب حيث يتكون الحاسوب من نوعين من البرمجيات هما برامج النظام و برامج التطبيقات كما يلي:⁴

أ- برامج النظام (SYSTEM SOFTWARE): هي البرامج التي تسمح بتشغيل وإدارة والتحكم في كل الوحدات لتقوم بعملها ويتكون من:

¹ شاهر فلاح العرود و طلال حمدون شكر، جودة تكنولوجيا المعلومات وأثرها في كفاءة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية و الخدمية المساهمة العامة الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 5، العدد 4، 2009 ص 478.

² غسان قاسم داوود اللامي، أميرة شكروني ألباتي، تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال* الاستخدامات و التطبيقات*، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 19.

³ يحيى مصطفى حلمي، محمد السعيد خشيه، الكمبيوتر و نظم المعلومات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1990، ص 16.

⁴ سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 145-146.

● لغات البرمجة: وهي مجموعة من الرموز والقواعد لتوجيه العمليات في الحاسوب مثل: لغة جافا JAVA، لغة C، وغيرها تسمى لغة الآلة.

● نظام التشغيل: وهي مجموعة من برامج تتحكم وتشرف وتدعم معدات الحاسوب من أمثلتها: WINDOWS، UNIX، MS.DOS، وغيرها من نظم التشغيل.

● الواجهة في البرمجيات: وهي الطريقة التي يتواصل من خلالها المستخدم مع الحاسوب، إذ تقدم أنظمة التشغيل المختلفة واجهات مختلفة.

ب- برامج التطبيقات: هي كل البرامج التي تمت كتابتها لتقوم بعمل محدد وينقسم إلى نوعين هما:

● برامج التطبيقات العامة: وتشمل برامج معالج النصوص "WORD"، الجداول الالكترونية "EXCEL"، برامج البريد الالكتروني "E-MAIL"، وصفحات الويب "WEB" وغيرها.

● برامج التطبيقات الخاصة: وهي البرامج المعدة لمجالات وأنشطة محددة كالمحاسبة، التحليل المالي، إدارة سلاسل التوريد وغيرها.

ويمكن تعريف البرامج على أنها: "مجموعة من المكونات المنطقية (الغير ملموسة) التي تقوم بتشغيل الكمبيوتر، وهي التي تتكون من مجموعة تعليمات التي توجه الكمبيوتر إلى ما يفعله، وهذه البرامج أفكار مجردة يستوعبها العقل ولا يمكن لمسها باليد"¹.

ت- قاعدة البيانات (DATA BASE)

قاعدة البيانات هي نظام لحفظ البيانات وتنظيمها في ملفات الحاسب بالإضافة إلى هذا يسمح النظام بإضافة وتعديل وتحديث البيانات كلما لزم ذلك ما يساعد الإدارة على استخدام البيانات في أداء عملها.² كما تعرف أيضا على أنها: المستودع الذي يشمل كل البيانات والمعلومات المتواجدة في المؤسسة³، عموما قاعدة البيانات هو الخزان الذي يضم جميع المعلومات الخاصة بالمؤسسة، فهي أشبه بمستودع ضخم يمكن العودة إليه إذا ما تقادم عليه الزمن بسهولة ويسر دون جهد أو عناء يذكر، وتتكون أي قاعدة بيانات من مجموع من الصفوف والأعمدة التي تكون "خلية" أو بالأحرى عدد من الخلايا يتم تخزين المعلومات فيها بطريقة متقنة ومنضبطة، بحيث تتضمن كل خلية معلومة واحدة فقط.

ث- الشبكات (RESEAUX)

تعرف الشبكات على أنها: "هي نظام للعلاقات الترابطية داخل المؤسسة أو فيما بين المؤسسات"⁴، وتعرف أيضا: "أن مفهوم الشبكة المعلوماتية في مراكز المعلومات تعني مجموعة من مراكز ومؤسسات المعلومات المتجانسة أو الغير متجانسة، تتفق فيما بينها على المشاركة في المصادر مستخدمة في ذلك الحواسيب ووسائل الاتصال

¹ يحي مصطفى حلمي، محمد السعيد خشية، مرجع سبق ذكره، ص 16.

² يحي مصطفى محمد، مرجع سابق، ص 225.

³ محمد الهادي، التطورات الحديثة لنظم المعلومات المبنية على الكمبيوتر، دار الشروق، القاهرة، مصر، 1993، ص 97.

⁴ لين علوطي، مرجع سابق، ص ص: 09-10.

الحديثة فهي مشروعات تعاونية توفر فرص لكافة المشاركين فيها للحصول على المعلومات عن طريق التوزيع أو البث من خلال وسائل الاتصال عن بعد حيث تتناقل وتتبادل المعلومات بشتى أنواعها¹.

الفرع الثالث: خصائص تكنولوجيا المعلومات

تتميز تكنولوجيا المعلومات بمجموعة من الخصائص أهمها:²

- **تقليص الوقت:** فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن الإلكترونية متجاورة، مثال على ذلك شبكة الانترنت التي تسمح لكل واحد منها بالحصول على ما يلزمه من معلومات و معطيات في وقت قصير مهما كان موقعه الجغرافي،
- **رفع الإنتاجية:** تعمل تكنولوجيا المعلومات على رفع الإنتاجية حين يتم استعمالها بشكل جيد و فعال؛
- **المرونة :** تعددت استعمالات تكنولوجيا المعلومات لتعدد احتياجاتنا لها، أبسط مثال على ذلك الحاسوب الذي نستعمله في حياتنا اليومية والعملية، فهو أداة للكتابة والقيام بمختلف العمليات المعقدة مثل الاتصال عن البعد أو القرب الخ. كما أنها تمنح للإنتاج كفاءة عالية وهذا بكسب تكنولوجيا المعلومات مرونة كبيرة بالمقارنة مع آلة محدودة الاستعمال.
- **التمتمة la miniaturisation:** ويقصد بها الأسرع و الأصغر و الأقل تكلفة وهي من أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات فهي تتميز بالتحسن الدائم في سرعتها وسعة ذاكرتها.

¹ إيمان فاضل السامرائي، هشام محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2005، ص 161.

² غنية لالوش، دور المعلومات في توجيه إستراتيجية المؤسسة (دراسة حالة مجمع صيدال)، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2002/2001 ص ص 89-99.

المبحث الثاني: تكنولوجيا الشبكات الخاصة والعامة

سنتطرق في هذا المبحث عن بعد من أبعاد المتغير المستقل ألا وهو الشبكات ، وتنقسم الشبكات إلى عامة وخاصة وسنحاول إعطاء صورة عامة حول الانترنت والاكسترنترنت والانترانت وإعطاء أوجه الاختلاف وأوجه الشبه، إذ تعتبر هاته الشبكات بمثابة العنصر الأساسي في قنوات دوران المعلومة، فهي تجمع علاقات ترابطية بين المؤسسة وبين المؤسسات الأخرى.

المطلب الأول : تكنولوجيا الشبكات الخاصة (الإنترنت و الإكسترنات)

سنتناول في هذا المطلب إلى مفهوم الشبكات الخاصة وأنواعها التي تعتبر عنصرا مهما في علاقة المؤسسة مع الموظفين والمؤسسات التي لها صلة ،حيث أي خطأ في الشبكة سوف يؤثر سلبيا على صورة المؤسسة ،فتوفير المعلومات عبر هاته الشبكات يعتبر بمثابة العنصر الأساسي في قنوات دوران المعلومة،فهي تجمع علاقات ترابطية بين المؤسسة وبين المؤسسات الأخرى.

الفرع الأول: نظرة عامة حول الانترنت

تستخدم الإنترنت في تأدية عمل المؤسسة، كما تسمح بإنشاء شبكات خاصة للاستعمال الحصري من قبل المؤسسة تدعى بالشبكات الداخلية (الإنترنت) و شبكات خاصة بالزبائن و موردي و شركاء المؤسسة و التي تسمى بالشبكات الخارجية (الإكسترنات).

1- تعريف الإنترنت :

فالإنترنت هي عبارة عن "شبكة خاصة لمؤسسة تمكن المستخدمين الموجودين فيها فقط من الاستفادة من خدمات الشبكة و لا تسمح لأي مستخدم من خارج المؤسسة أو الشركة من الاستفادة من خدمات هذه الشبكة. و الإنترنت هي في الواقع نسخة مصغرة من شبكة الإنترنت تعمل داخل مؤسسة يستطيع العاملون في هذه المؤسسة وحدهم الوصول إلى المعلومات الموجودة فيها"¹.

و ربما تسمح إدارة الشركة بإعطاء موافقة خاصة للأشخاص الغير العاملين مثل الموردين أو العملاء الكبار للاستفادة من موارد الإنترنت و باستخدام نظام الحماية و السيطرة و تقنيات الرقابة على المعلومات مثل برامج جدران النار (Firewalls) و غيرها، تستطيع المؤسسات حماية موارد الشبكة و ضمان الاستخدام الشرعي لها"².

وعليه هي شبكة اتصال تستخدم الموارد المتاحة للإنترنت من أجل توزيع المعلومات وتطبيقها، حيث يمكن لمجموعات خاصة فقطولوج إليها، والانترنت نظام وثيق الصلة بالانترنت فهو يتكون من شبكة تعتمد على معايير وإجراءات مفتوحة معدة لانترنت وتسمح بتوفير خدمات عديدة لأشخاص محدودين داخل المؤسسة وتكون المعلومات فيه بما يعرف بالجدار النار وبهذا ترفع كفاءة عمليات المؤسسة وتزيد من قدراتها التنافسية.

2 - أسباب استخدام الإنترنت :

تستخدم شبكة الإنترنت بصورة واسعة من قبل المؤسسات المتوسطة و الكبيرة و ذلك للأسباب التالية³:

¹سلوى محمد الشرف، دورة إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، عمارة الدراسات العليا، 2008 ص 64.

²بشير عباس العلاق، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و تطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، مصر، 2007 ، ص 20.

³ بشير عباس العلاق، سعد غالب ياسين، الأعمال الإلكترونية، دار المناهج، عمان، 2006 ، ص ص 59 - 60.

* **تخفيض التكاليف** : يعمل جهاز الخادم في شبكة الإنترنت على تقليل الحاجة من وجود نسخ متعددة من البرامج و قواعد البيانات و هذه لوجود تشابه بنيوي بين الإنترنت و الإنترنت، حيث تسمح هذه البنية بخدمة تنزيل الملفات و التطبيقات بسهولة و يسر، و كذلك وصول للبيانات المشتركة إلى المستخدمين كل حسب صلاحيته.

و بتالي يمكن للمؤسسة أن تستغني عن الكثير من المطبوعات و النماذج الورقية التي تقدم الإنترنت حلولاً إلكترونية لها مثل : دليل الهاتف و طلبات الصيانة و الخدمات الإدارية المتعددة.

****توفير الوقت** : تساهم الإنترنت تقليل الكثير من الوقت الضائع في الاتصال بين أقسام و إدارات المؤسسة الواحدة. كما يعد وسيلة ضمان لدقة سير الاتصالات و عدم تكرارها.

فإن تنظيم تبادل المعلومات الإدارية يتم عن طريق نماذج معيارية متفق عليها و لا يتم إرسالها عن طرق النظام البريد الداخلي قبل استيفاء المعلومات المطلوبة بكاملها، من ثم يتم حفظها آلياً في الجهاز المزود أو جهاز خادم البريد الإلكتروني، وتظهر لدى الطرف الثاني بعد وقت قصير جداً، وبذلك تؤمن الإنترنت الدقة و توفر الوقت.

***الاستقلالية و المرونة** : توفر الإنترنت إمكانية النفاذ إلى موارد المعلومات عن طريق تطبيق واحد هو المستعرض (Browser)، و من منصات عمل مختلفة، تمكن هذه الميزة المستخدمين من الولوج إلى محتويات الجهاز الخادم بغض النظر عن منصة العمل التي يعملون عليها، إضافة إلى أن نشر المعلومات عن طريق الموقع الداخلي يتم في الزمن الحقيقي و لا يحتاج إلى أي عمليات إعداد مسبقة.

* **تسخير خدمات الإنترنت** : تسمح الإنترنت للمستخدم باستعمال الخدمات التي توفرها الإنترنت مع الفرق في كون هذه الخدمات تتم على مستوى المؤسسة وهي تسير من خلال ما يسمى بخادم الإنترنت و من أهم هذه الخدمات ¹:

- خدمة البريد الإلكتروني؛
- خدمة الدراسة عبر الويب؛
- خدمة البريد الفوري؛
- خدمة البحث عن المعلومات؛
- خدمة منتديات الحوار على الويب؛
- خدمة البحث عن المعلومات؛
- خدمة الهاتفية عبر الإنترنت على مستوى المؤسسة؛
- خدمة قوائم النشر.

¹نوفل حديد، رتيبة حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة : المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة الجزائر، 121، 2005، ص 123.

● متطلبات وضع شبكة الإنترنت: ¹

إن وضع نظام شبكة الإنترنت يشابه المراحل الكلاسيكية لمشروع المعلوماتية، ولكن هناك اختلاف فيما يخص بعض الخصائص التقنية، مثل خصائص تصميم الصفحات ومعالجتها اليومية.

لكل مشروع إنترنت مؤطر، يكون عموماً رئيس مصلحة والذي يقرر شراء النظام يترأس هذا المؤطر لجنة المشروع تتكون من الأعضاء التاليين:

● المؤطر؛

● الأفراد المعلوماتيون الذين يقومون بوضع الموقع وتأمين ملائمته؛

● ممثلي المصالح مصادر أو أصحاب المعلومات التي توضع في الموقع؛

● (Web master) مصممي المواقع.

إن مصممي المواقع هم الأشخاص المخولة لهم الحفاظ على الكلمات السرية الضرورية لإدخال صفحة جديدة إلى الموقع، أو تغيير الصفحات الموجودة، ويستمر دورهم خلال تشغيل الموقع عن طريق الصيانة والقيادة.

تقوم لجنة المشروع بتحديد الوسائل المعلوماتية الضرورية) الهياكل القاعدية، البرمجيات (الموجه إليه الموقع) المستخدم (ومضمون الموقع) سياسة الكتابة والتحرير)، حيث يقسم المحتوى إلى عناوين تمكن من خلالها الوصول إلى صفحات أخرى.

وكذلك وضع التصميم البياني للموقع، عند توفر هذه العناصر الثلاث يصل المشروع إلى مرحلة أخرى هي مرحلة تغذية المصالح بالمعلومات حيث تجب كتابة صفحات المعلومات حسب التصميم البياني للموقع، إنها لجنة التحرير التي تقوم بترأس هذه المرحلة، حيث تعتمد على مراسل من كل مصلحة للتموين بالمعلومات. أما إدماج صفحات جديدة في الموقع فهي تتم من طرف مختصين تحت سلطة مصمم الموقع. إن نجاح الموقع مرتبط أساساً بتأثير الإدارة العامة للمؤسسة عن طريق استخدامها للشبكة والتعريف بها، كذلك يجب استعمال الاتصال، المعلومات والملاحظات لتحفيز أفراد المؤسسة على استخدامها. حيث أن موقع الشبكة في حالة عدم زيارته وتحسينه باستمرار سوف يؤدي إلى إهماله. يجب التنسيق بين مختلف المصالح لتطوير وتحسين الشبكة وبما أنها أداة للاتصال داخل المؤسسة فهي تتمتع بتسيير غير مركز، حيث نجد أنه في المؤسسات الكبرى تتوفر كل مديرية على نظام انترانيت خاص بها لإثبات وجودها. لذا وجب تشكيل لجنة للتنسيق تتكون من ممثلي المصالح المعنية ويترأسها مدير الاتصالات الداخلية أو الأمين العام للمؤسسة، مع توفير محركات بحث تسمح بالبحث في كافة الصفحات عن موضوع معين.

¹ علوطني لمين، مرجع سابق، ص 11 .

وظائف وتأثيرات الإنترنت على المؤسسة¹ :

تسمح الإنترنت في المؤسسة بالتوفير السهل لصالح العمال وثائق مختلفة ومتنوعة، مما يسمح بالوصول للمركز لذاكرة المؤسسة.

1_وظائف الإنترنت :

- توفير المعلومات على المؤسسة؛
- توفير الوثائق التقنية؛
- محرك بحث للوثائق المرجعية؛
- نظام تسيير؛
- تبادل البيانات بين أفراد المؤسسة؛
- دليل المستخدمين؛
- تسيير المشاريع، المساعدة على اتخاذ القرار، الهندسة بواسطة الحاسوب؛
- الرسائل الإلكترونية؛
- التحاور الإلكتروني المباشر؛
- المحاضرات المرئية،
- منفذ إلى شبكة الإنترنت.

بهذا الشكل تقوم الإنترنت بتحسين الاتصال على مستوى المؤسسة وتحديد الأخطاء الناتجة عن الدوران السيئ للمعلومات. المعلومات المتوفرة في الشبكة تتغير باستمرار كما يمكن لشبكة الإنترنت أن تستخدم في عمليات: التكوين عن بعد، بث القوانين والتعليمات الخاصة بالمؤسسة الإدارية اللامركزية للأفراد،... إلخ، ويمكن التمييز بينها وبين الإكسترنات التي هي عبارة عن إنترنت موسعة إلى عملاء خاصين خارج المؤسسة وتكون محمية ضد عمليات القرصنة.

2- تأثيرات الإنترنت على المؤسسة :

تتمثل تأثيرات الشبكات الداخلية في ما يلي:

✚ إعادة التنشيط بصفة متزايدة، تغيير التنظيمات الداخلية والخارجية تكون بسرعة أكبر، حيث تقوم المؤسسة بزيادة نشاطها في كل المجالات؛

✚ التناسق، فالاتصال السريع يسمح للهياكل المعقدة بالعمل بسرعة، تقسيم العمل بين الوظائف بين المواقع الجغرافية لا تتمتع التبادلات مما يؤدي إلى تناسق بين هذه الوظائف وتصبح القيادة غير مسؤولة لوحدها عن تحقيق الانسجام؛

✚ تحقيق المؤسسة الشبكة، حيث تحقق عن طريق الإنترنت و الإكسترنات؛

✚ التقليل من استنساخ الوثائق والأرشفيف وانخفاض تكاليف الإرسال؛

¹ المرجع نفسه، صص 11-13.

تشجيع التعاون بين أعضاء المؤسسة حيث تزايد الوظائف المنجزة جماعيا وانحصر العمل الفردي؛

إعطاء أكثر ثقة للشركاء الخارجيين، حيث يزدادون في ارتباطهم بالمؤسسة؛

تسمح الإنترنت بخلق نظام معلوماتي بتكلفة قليلة جدا، وبالتالي تؤدي شبكة الإنترنت إلى تحسين الأداء

الاقتصادي للمؤسسة.

الفرع الثاني: نظرة عامة عن الإكسترنات

أ. مفهومها:

تستخدم المؤسسات المتطورة بالإضافة إلى الإنترنت ما يسمى الإكسترنات، فهي امتداد للشبكة الداخلية بحيث تسمح هذه الشبكة لمجموعات خارجية كالموردين والزبائن وأطراف أخرى بالاطلاع على المعلومات المعروضة بواسطة الانترنت والاكسترنات عبارة عن شبكة أعمال إلكترونية خاصة مكونة من عدة أطراف (زبائن، موردين، شركاء...) تقع خارج حدود المؤسسة أي خارج حدود الانترنت، لكنها ذات علاقة مباشرة مع عمليات هذه المؤسسة إذ تعمل على تحقيق عمل منظم في أسرع وقت وبأقل تكلفة وجهد»¹.

كما تعرف على أنها: "المشاركة بين الإنترنت الخاص بالشركة و شركائها التجاريين"².

و الواقع أن شبكة الإكسترنات تساهم في زيادة فعالية الأعمال من خلال تحسين جودة الأنشطة و مرونة عالية للاتصال الفوري مع اللاعبين الرئيسيين و مع مختلف فئات المستفيدين. كما تساهم شبكة الإكسترنات في تحقيق الميزة التنافسية من خلال دورها المباشر في إنجاز أنشطة القيمة المنظمة بمستوى تكلفة منخفض بالمقارنة مع المنافسين أو بطريقة تقدم للمشتري (أو المستفيد) قيمة مضافة.

وشبكات الإكسترنات أنواع تجتمع جميعها نجد تطبيقاتها اليوم في مجالات عديدة مثل نظم تعليم، نظم تدريب العملاء، نظم التشارك على قواعد البيانات التابعة لمنظمات أو مراكز مختلفة وشبكات منظمات الخدمات المالية و المصرفية و نظم إدارة الموارد البشرية و الموارد الأخرى الخاصة بالشركات العالمية³.

ب. تصنيفاتها:

و يعتمد تصنيف شبكات الإكسترنات على قطاع الأعمال، حيث نصنف إلى ثلاث أنواع رئيسية هي :

1- شبكة إكسترنات التزويد أو التكميل :

ترتبط هذه الشبكات المخازن و المستودعات الخاصة بالبضائع فيها تقوم بالتوفيق بين المخازن الفرعية و المستودعات الرئيسية للتحكم في مستوى المخزن بنظام، لتفادي مشكلات العجز و المحافظة على كميات ثابتة من المخزون.

¹ بشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 125، 124.

² محمد الصالح الخناوي، الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004 ص 293.

³ بشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 123.

2- شبكة إكسترنات التوزيع :

يعتبر هذا النوع من الإكسترنات أكثر أنواع تواجد فهو يقدم خدمة الطلب الإلكتروني للعملاء من حجز و اشتراكات و غيرها من خدمات، في ظل خدمات النشر الفوري للتعديلات و التغييرات التي قد تحدث على هذه الخدمات من تغير أسعار و مواصفات¹.

3- شبكات إكسترنات التنافسية :

هذا النوع من الشبكات يمنح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و كبيرة الحجم فرصا متكافئة في مجال البيع و الشراء عن طريق ربط الشركات الصغيرة و الكبيرة لكي تنتقل الأسعار و المواصفات التقنية بينهما مما يرفع من مستوى الخدمة في ذلك القطاع و يعزز جودة المنتجات و يقضي على الاحتكار².

ج - خدمات الإكسترنات :

لقد حققت عديد من المؤسسات فوائد من تطبيق شبكة الإكسترنات، نذكر في ما يلي بعض المجالات التي يمكن أن تستخدم فيها الإكسترنات لتحسين العمل و نقله خطوة عن طريق الانتقال إلى الأعمال الإلكترونية وذلك من خلال:

1- تسهيل عمليات الشراء في المؤسسات : يمكن للمؤسسة أن تقوم بإرسال طلب شراء عبر الإكسترنات و تلغي الحاجة إلى المراسلات بكل أنواعها.

2- متابعة الفواتير: تسهل هذه الخدمة عملية توقيع الفواتير من مديري الفروع المنتشرين في مناطق مختلفة كما تسمح لهم بمتابعة إجراء الصرف أو القبض ووضع العلامات التي تشير إلى كل عملية تجرى على الفاتورة أثناء تناقلها بين الفروع و الأقسام.

3- خدمة التوظيف : تستخدم الإكسترنات لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع سوق العمل المتخصصة بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع لكلا الطرفين.

إذ تجد الموارد البشرية المؤهلة فرصة العمل المناسبة في الوقت المناسب، كما يمكن لسوق العمل تأمين احتياجاته عن طريق الشبكة نفسها و قد تصل فعالية الشبكة إلى درجة المشاركة بالتخطيط مع مصادر الموارد البشرية لما فيه صالح سوق العمل.

4- تواصل شبكات توزيع السلع : تسمح شبكة إكسترنات بربط الموزعين المحليين بالمزود الرئيسي و ذلك لتسريع عمليات الطلب و الشحن و تسوية الحسابات. كما يمكن أن تبنى التطبيقات المستندة إلى مفهوم نقطة الطلب لإتمام كامل عمليات التوزيع و تسوية الحسابات المتعلقة بها³.

¹علاء السالمي، حسين السالمي، شبكات الإدارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، الأردن، 2005 ص41

²بشير عباس العلاق، مرجع سابق، ص 24.

³زينب شطيبة، مرجع سبق ذكره، ص ص 72-73.

المطلب الثاني: تكنولوجيا الشبكات العامة (الإنترنت)

لقد أصبح اهتمام المؤسسات ينصب أكثر فأكثر على إيجاد الطرق الأكثر فعالية للاتصال بالمستهلكين و تلبية حاجاتهم و رغباتهم و هو ما حصل بفعل عامل التقدم التكنولوجي، مما أدى إلى ظهور ما يسمى بمراكز الاتصال الافتراضية و المتمثلة في الإنترنت.

الفرع الأول: نشأة الانترنت وتطوره وتعريفه

يبدأ تاريخ شبكة الانترنت مع تطور الحواسيب الرقمية في الخمسينات من القرن الماضي، طورت المفاهيم الأولية لشبكات في العديد من مختبرات علوم الحاسوب في الولايات المتحدة الأمريكية و المملكة المتحدة و فرنسا...منحت وزارة الدفاع الأمريكية عقودا في وقت مبكر من الستينات لتطوير أنظمة الشبكات (تبادل الرزم) وتضمن ذلك تطوير شبكة الاربانت تم إرسال أول رسالة عبر شبكة الاربانت بإشراف البروفسور ليونارد كلينروك من جامعة كاليفورنيا في لونس أنجلس إلى معهد ستانفورد للأبحاث، تم تطوير العديد من الشبكات في نهاية الستينات ومطلع السبعينات من القرن العشرين من هذه الشبكات مخبر الفيزياء القومي وسكيلادا وميريت وتيم نت وتيلي نت باستعمال مجموعة متنوعة من بروتوكولات الاتصالات، في نفس الوقت نجح دونالد ديفيز في مختبر الفيزياء القومي في بناء أول شبكة تبادل الرزم وقد استمرت الشبكة في العمل كحقل تجارب في المملكة المتحدة خلال عقدين التاليين، أما العمل في تطوير شبكة الاربانت فقد أدى إلى تطوير بروتوكولات اتصال سمحت بالربط بين الشبكات المختلفة لتشكيل شبكة واحدة مترابطة.

في عام 1981 تم دعم الوصول إلى شبكة الاربانت عندما قامت مؤسسة العلوم القومية بتمويل شبكة علوم الحاسوب في عام 1982 جرى اعتماد حزمة بروتوكولات الانترنت كنموذج قياسي في شبكة الاربانت وفي أوائل الثمانينات مولت مؤسسة العلوم القومية إنشاء عدد من المراكز القومية للحواسيب الفائقة في عدة جامعات ثم دعمت في عام 1986 توصيلها مع شبكة مؤسسة العلوم القومية وقد سمح هذا المشروع للمراكز البحثية والمؤسسات التعليمية في الولايات المتحدة بالنفاذ إلى شبكة الحواسيب الفائقة، بدأت مزودات الانترنت التجارية في الظهور في أواخر الثمانينات من القرن العشرين ثم أخرجت شبكة الاربانت من الخدمة في عام 1990 ، قامت عدة شركات تجارية في عدد من المدن الأمريكية بالاتصال ببعض أجزاء شبكة الانترنت .

في الثمانينات القرن الماضي قادت الأبحاث التي اشرف عليها تيم بيرنرزي في المنظمة الأوروبية للأبحاث النووية إلى تطوير شبكة الويب ونتج عن ذلك ربط مستندات النص التشعبي بنظام المعلومات يمكن النفاذ إليه من أي موقع في الشبكة، منذ منتصف التسعينات من القرن الماضي أصبحت الانترنت لها تأثير قوي على الثقافة والتجارة و التكنولوجيا وشمل ذلك التراسل الفوري وتطور البريد الالكتروني والمكالمات الهاتفية عبر شبكة الانترنت وفي سنة 1995 عرفت NSFNET تطورا كبيرا حيث بدأت تشكل العمود الفقري لشبكة ضخمة مكونة من عدد كبير من الشبكات المحلية الأمريكية و الدولية. بعد أن كانت تربط بين مختلف الجامعات الأمريكية، و أصبحت قادرة على الربط بين مزودي خدمات الشبكات غير الحكوميين، الأمريكيين و غير الأمريكيين و من ثم انتقلت إلى مرحلة جديدة من مراحل تطورها ألا و هي توفير الخدمات التجارية إضافة إلى الخدمات البحثية الأكاديمية، ذلك بعد أن كانت في مرحلتها الأولى تهتم

فقط يربط المواقع العسكرية الأمريكية طبعاً وتدعى هذه الشبكة جد المتطورة بالشبكة العالمية أو شبكة الشبكات "الإنترنت".¹

■ تعريف الانترنت

ويمكن تعريف الانترنت على أنه: "شبكة الاتصال الأم التي تربط جميع أجهزة الكمبيوتر في العالم كله"²، وهنالك تعريف آخر على أنه: "يصعب في الواقع تقديم تعريف محدد ودقيق للإنترنت فتكوينه جاء حصيلة استخدام برمجيات حاسوبية (COMPUTER SOFTWARE)، وبما أن هذه البرمجيات تبرمج تحديد ماهيته بدق ووضوح تامين، لكن التعريف الضيق للإنترنت يشير إلى انه عبارة عن حاصل جمع إجمالي الأجهزة المترابطة باستخدام بروتوكول الانترنت"³.

من خلال التعاريف السابقة يمكن اعطاء تعريف شامل عن الانترنت فهي عبارة عن مجموعة من الاجهزة المادية المتصلة فيما بينها بتنظيم معين بهدف اتصال المستخدمين فيما بينهم والمشاركة في تبادل المعلومات وتتضمن الإنترنت ما يلي:

■ الحواسيب الحكومية في أرجاء مختلفة من العالم؛

■ الحواسيب التي تدار من قبل آلاف الجامعات والمدارس؛

■ الحواسيب التي تعود ملكيتها إلى المؤسسات غير التجارية؛

■ الحواسيب الكبيرة الخاصة بالمؤسسات مثل: IBM ,MICROSOFT

■ الحواسيب الخاصة بالمؤسسات التجارية، التي تجني الأرباح عن طريق إتاحة المجال للجمهور للوصول إلى هذه

المنظومة الهائلة؛

■ الحواسيب الخاصة بالعائلات والأفراد.

الإنترنت ليست شبكة تتمتع بالاستقلال الإداري. وإنما مجموعة من آلاف الشبكات التي يتم إدارة كل منها بطريقة مستقلة. وتعتمد الشبكات المكونة لها بالأساس على ما يسمى بروتوكولات نقل وهو اللغة المتداولة في الإنترنت التي تمكن (File transfert protocole) وهو مختصر (FTP) الملفات الحواسيب من الاتصال بعضها ببعض.⁴ وقد نشطت العديد من المؤسسات في الفترة الأخيرة لإنشاء وتطوير خدمات الإنترنت لديها، وذلك للمميزات التالية لها:

¹ Ar.M.wikipedia/wiki/تاريخ_الانترنت/ vue le:19/02/2019.

² محمد صلاح سالم، العصر الرقمي... وثورة المعلومات*دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، الطبعة 01، الهرم، مصر، 2002، ص 78.

³ بشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 119.

⁴ Micro Hebdo, REVUE, HYBDOMADAIRE D'INFORMATIQUE, Paris. N°113, p 10.

توفر واجهة للبحث عن المعلومات تشمل في آن واحد موارد خارجية عن الإنترنت، وموارد داخلية من خلال الإنترنت باستخدام نفس المتصفح عبر المؤسسة؛

سهولة استخدام الواجهة الموحدة أو المتصفح للوصول إلى كافة أشكال المعلومات دون الحاجة إلى استخدام عدة برمجيات تقليدية مختلفة؛

الاقتصاد في الكلفة من خلال استخدام واجهة واحدة لكل البرمجيات والخدمات. ويظهر ذلك واضحا من خلال الاقتصاد في زمن التدريب اللازم، ومن خلال دمج موارد معلومات متعددة والاستفادة منها بشكل متكامل.

متطلبات الاتصال مع الإنترنت:

أهم متطلبات الدخول إلى الإنترنت ومواقعها المعلوماتية، هو الحصول على الوسيلة المناسبة والقادرة على إيصالك دون عوائق أو مشكلات فنية. وتتطلب عملية الاتصال بالإنترنت ما يلي¹:

1- المعدات والأجهزة:

جهاز حاسوب: يتميز بالموصفات التالية:

جهاز حاسوب من أي طراز؛

قرص صلب توجد فيه مساحة كافية لاستيعاب برامج الاتصال والأدوات للاتصال مع أكثر من نظام، والملفات

الواردة من البريد الإلكتروني. وينصح بوجود مساحة 540 ميغابايت من القرص الصلب؛

دعم الصور الملونة عالية الدقة بوجود بطاقة Super VGA وذلك لدعم الصور والألوان؛

معدات وسائط متعددة: مثل بطاقات الصوت والسماعات وجهاز الميكروفون لدعم الاتصالات الهاتفية والمحادثات

الصوتية والمرئية.

جهاز المودم (MODEM): ويستخدم هذا الجهاز للاتصال بين أجهزة الحاسوب عن بعد ويركب المودم بالجهاز

الشخصي ويمتد منه سلك ينتهي بالهاتف المخصص لعملية الاتصال. وتتم عملية الاتصال عن طريق برامج معينة تؤمن

الارتباط مع جهاز آخر أو موفر للخدمة (عن طريق خط هاتف. ويقوم المودم بتحويل الإشارات) SEGEM كمودم

الرقمية إلى إشارات تناظرية يمكن إرسالها عبر خطوط الهاتف.

خط اتصال هاتفي: وهو خط الهاتف العادي التقليدي. حيث يتم استخدام أسلاك الشبكة الهاتفية العامة والتي تغطي

معظم المناطق، بدلا من إنشاء شبكة جديدة مخصصة للاتصال بين الحواسيب، حيث يمكن استخدام الشبكة الهاتفية

العامة وما يعزها من نظم الأقمار الصناعية والكابلات البحرية.

¹ ربحي مصطفى عليان ومحمد عبد الدبس، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء، عمان، الأردن، ص 124.

2- البرمجيات والأدوات **Software and Tools**: تحتاج عملية الاتصال بالإنترنت إلى برامج للقيام بتلك

العملية وتهيئة التوافقية بالبروتوكولات المتعارف عليها بين الحاسوب الشخصي وجهاز موثر الخدمة وشبكة الإنترنت.

برنامج الاتصالات: فمن المعروف أن الاتصال بشبكة الإنترنت لا يتطلب برنامج اتصالات أو (Xmode) متطور أو باهض التكاليف، وإنما برنامج يستطيع تنفيذ نقل البيانات بصيغة ومن المعروف أيضا أن غالبية أجهزة المودم المتوفرة في الوقت الحاضر (Zmode).

وأن العديد من الرزم المتكاملة مثل (Cross-talk). أو (Qmode) تتضمن برنامجا مثل (Windows) تتضمن

برامج اتصالات. كما أن نظام التشغيل ويندوز (Windows terminal). يتضمن برنامج (Microsoft works)

معاملات الاتصالات: إذ يتطلب الاتصال بالحاسوب الرئيسي لشبكة الإنترنت من المستخدم أن يكون عارفا لكيفية تركيب وضبط برنامج الاتصال به.

وتكون مهمة مدير النظام في هذه الحالة تزويد المستخدم ببعض المعلومات فيما يتعلق ببتات وضوابط، (Parity) وبت الاختبار، (Stop bits) وبتات الإيقاف، (Data bits) البيانات التحكم في سريان المعلومات فيما بينها، ولذلك يجب ضبط هذه المعلومات بصورة صحيحة. ويجب على المستخدم أيضا معرفة نوعية مقلدة المحطة الطرفية التي يمكن تكون مناسبة VT أو VT 102 استخدامها وفي الغالب فإن أطوار 100 وتتطلب العملية كذلك:

الاشتراك في الإنترنت: ويتم باختيار أحد مزودي الخدمة وتوقيع عقد حساب الاشتراك مع الشبكة؛

اسم الدخول: إذ يتعين على مدير النظام أن يخصص للمستخدم اسما للدخول إلى الشبكة.

ويستخدم في إمكانية تعرف حاسوب الشبكة أو حاسوب مزود الخدمة على المستخدم حتى يسمح له بالدخول إلى الشبكة. ويجب كتابة اسم الدخول حسب الصيغة المتفق عليها؛ إذ لا يحتاج المستخدم فقط تعريف نفسه إلى الحاسوب

(Mot de Passe): كلمة السر

الرئيس لشبكة الإنترنت، بل يجب أيضا التأكيد على أنه هو الشخص المخول بالدخول إليها، وذلك بكتابة كلمة السر الخاصة به، وكلمة السر عبارة عن كلمة أو مجموعة من الرموز أو الحروف تخصص لكل مستخدم يفترض أن لا يعرفها أحد غيره.

الفرع الثاني: خدمات الانترنت

توفر الإنترنت العديد من الخدمات نذكر منها:

1- **خدمة البريد الإلكتروني**: يعد البريد الإلكتروني من أول الخدمات التي تم تطويرها على الإنترنت و بالرغم أن الهدف الأصلي لوجود شبكة تربط المواقع البعيدة عن بعضها البعض¹.

¹بهاء شاهين، الإنترنت و العولمة، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة 1999 ص 42.

و البريد الإلكتروني " يعد من الإستخدامات الشائعة و التي توفر إمكانية الاتصال بالملايين من البشر حول العالم"¹. كما تسمح هذه الخدمة بإرسال و استقبال رسائل الإلكترونية من و إلى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم، على مستوى التجاري يمكن الاستخدام البريد الإلكتروني في طلب معلومات حول المنتج معين أو طلب فواتير شكلية أو إرسال طلبيات للموردين أو إلغائها.

كما يمكن للبريد الإلكتروني من نقل الرسائل في كلا الاتجاهين بل و حتى الوثائق و الصور و كذلك اللوحات الإشهارية للتسويق و النماذج التصميمية عن طريق الإرفاق Attachment يشترط أن تكون محمولة في شكل ملفات رقمية و عند وصولها يمكن للمستلم أن يطبعها بشكلها و ألوانها الأصلية مما يجعل البريد الإلكتروني متميز عن الفاكس شكلا و تكلفة².

2- خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات WWW (World Wide Web)

و تسمى أيضا بالنسيج العالمي الواسع، و يطلق عليها خدمة الويب، فهي من أكثر الخدمات استخداما في الإنترنت و يمكن من خلالها الإبحار في مختلف المواقع على شبكة الإنترنت و تصفح ما بها من صفحات عن طريق وسائط متعددة قد تكون مكتوبة أو مرسومة أو بالصوت أو بالصورة³.

كما تعد هذه الخدمة وسيلة من وسائل الترويج و الدعاية و الإعلان على المستوى المحلي و الإقليمي و العالمي⁴.

3- خدمة بروتوكول نقل الملفات FTP :

وهو بروتوكول يستعمل لنقل الملفات عبر شبكة الإنترنت كتحميل بعض الملفات من جهاز خادم بعيد، و يستعمل مسيرو المواقع الإلكترونية المعروفة بالواب ماستر webmasters هذا البروتوكول لإرسال التحديثات اللازمة إلى الأجهزة الخادمة التي يشرفون على تسييرها.

4- خدمة منتديات النقاش forums de discussion :

تسمح هذه الخدمة للمشاركين فيها بالتعبير عن آرائهم حول موضوع معين يطرح للنقاش، و يستخدم البريد الإلكتروني للإدلاء بالآراء، و غالبا ما تخضع هذه المجموعات إلى إدارة شخص واحد، يعمل على إدارة المناقشات و توجيهها و استبعاد ما لا يناسب منها، و تستعمل بعض المؤسسات هذه النوادي لطرح نقاشات خاصة بمنتجاتها لمعرفة ردود فعل المستهلكين و آرائهم الشخصية⁵.

¹ محمد عبد حسين آل فرج الطائي، الموسوعة الكاملة في نظم المعلومات الإدارية الحاسوبية، الطبعة الأولى، دار الزهران، عمان، 2002 ص 231.

² إبراهيم بخي، التجارة الإلكترونية مفاهيم و إستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008 ص ص 27-28.

³ خالد ممدوح إبراهيم، الإدارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010 ص 96.

⁴ أمينة رابعي، التجارة الإلكترونية والآفاق تطورها في البلدان العربية، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص نفود و مالية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004/2005 ص 8.

⁵ نور الدين شارف، التسويق الإلكتروني ودوره في زيادة القدرة التنافسية (دراسة حالة مؤسسة جوباب فرع الاتصالات الجزائر)، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد حلب، البليدة، 2007 ص 24.

1. أوجه الشبه و الفروقات بين الانترنت و الانترانت

ولكن هناك عدة فروقات بين الإنترنت و الإنترنت يمكن توضيح ذلك في الجدول التالي :

الجدول رقم (1-1) أهم الفروقات بين الإنترنت و الإنترنت

الإنترنت	الإنترنت	المعيار
هو ملك للمؤسسة التي تستضيفه	غير مملوك لأحد	الملكية
لا يمكن لأي شخص الوصول إليه إلا الذين سمح لهم بذلك	أي شخص يمكنه الوصول إليه	إمكانية النفوذ
يحتوي على المواضيع و المعلومات التي توافق عليها المؤسسة	يحتوي على العديد من المواقع أو الصفحات و التي يمكن أن تكون مفيدة للمؤسسة	حجم المواضيع

المصدر : نوفل حديد، رتبية حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة :المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة الجزائر، 2005،121.

من خلال الجدول رقم 1-1: فان الفرق بين الانترنت يكمن في الملكية فالانترنت الاكتفاء فقط بالاشتراك أما الانترنت فهو ملكية خاصة وعبارة عن قواعد بيانات ومعلومات من و إلى المستخدمين داخل المؤسسة بهدف ربح الوقت والجهد، هذه المعلومات لاستطيع الوصول إليها إلى عن طريقة الموافقة من قبل الشخص المسؤول أما الانترنت إلا عن طريق الاشتراك والموافقة من صاحب الموقع، أما الحجم المعلوماتي فالانترنت بحر من المعلومات الموثوقة والغيرية أما الانترنت فهي معلومة التي تريد المؤسسة الاطلاع عليها.

أما الأوجه الشبه بين الإنترنت و الإنترنت يمكن تلخيصها فيما يلي :

- كل من الشبكتين تستخدمان صفحات كتبت بلغة HTML؛
- يستعمل كل منها متصفح الويب لمشاهدة الصفحات؛
- كل يستعمل نفس البرتوكولات في استقبال و إرسال المعلومات¹.

¹ نوفيل حديد، مرجع سابق، ص 121.

2. العلاقة بين الإنترنت و الإنترنت و الإكسترنات

و انطلاقا مما ذكر يمكن توضيح العلاقة بين الإنترنت و الإنترنت و الإكسترنات و هذا من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (1- 2) : العلاقة بين الإنترنت و الإنترنت و الإكسترنات.

نوع المعلومات	الوصول	المستخدمين	نوع الشبكة
عامة، شعبية، تسويقية	عدد غير محدود من العامة، بدون قيود	أي شخص عن طريق الهاتف أو شبكة العمل	الإنترنت
خاصة بالمؤسسة و بما يرتبط بالعمل	خاص و مقيد و محظور على العاملين	العاملون المرخص لهم فقط	الإنترانت
مشتركة بين مجموعات الشركاء	خاص و محظور على شركاء العمل المرخص لهم	مجموعات خاصة من شركاء العمل	الإكسترنات

المصدر : خالد ممدوح إبراهيم، الإدارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010 ص96.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتبين أعلاه هاته الشبكات هي عبارة عن معلومات لها جانب رسمي مرخص لأشخاص معينين، وجانب غير رسمي وحرية الاطلاع على المعلومات من قبل أشخاص، حيث الهدف الاسمي بين هاته الشبكات هو إقامة علاقات ترابطية بين المؤسسة والموظفين وبين المؤسسات ذات صلة وبين الزبائن والموردين.

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة الاقتصادية

إن تكنولوجيا المعلومات تغيرت العديد من المفاهيم التقليدية إذ تغير مفهوم الوقت و المكان في المؤسسة فأصبحت المؤسسات أكثر شفافية وأصبح من السهل البلوغ لمركز المعلومة وبعثت روح التعاون المشاركة و العمل الجماعي من خلال الشبكات والبرمجيات والمكونات المادية إضافة إلى قواعد البيانات و يمكن تجسيد العلاقة بين هاته العناصر في الدور التي تلعبه من اجل بلوغ هات الأهداف ومن اجل تبرير الميزانيات الضخمة المخصصة لاقتناء مثل تلك التكنولوجيات ،ولعل أكثر استخدامات تكنولوجيا المعلومات في مجالات المال والاقتصاد ومجالات التعلم والتدريب وهذه المبررات السابقة سوف تساعد كلها على اليقظة الإستراتيجية التي بدورها ستعود على المؤسسة بالربحية والتقليل من التهديدات وانتهاز الفرص والتقليل من التكاليف وتجنب المخاطر والتحديات.

المطلب الأول: المجالات الاقتصادية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات

ساعدت التكنولوجيا بصفة عامة المجتمعات في ممارسة أعمالهم اليومية بسهولة، و تكنولوجيا المعلومات في الآونة الأخيرة لم تترك مجتمعا إلا و اقتحمت جميع أنشطته سواء السياسية أو المدنية، العسكرية، التجارية، التعليمية،... و باتت بذلك تطبيقاتها غير محدودة ولا متناهية وبل وشملت الميادين التي عجز الإنسان عن اقتحامها ففتحت بذلك آفاقا جديدة و أوجدت مجالات حديثة للبحث ويمكن الإشارة إلى بعض التطبيقات التي مست علم الاقتصاد على سبيل المثال لا الحصر في ما يلي¹ :

الفرع الأول: قطاع المال والاقتصاد

- إكمال أعمال البنوك : من اجل تحسين الخدمة بشكل عام ، و سرعة الضبط للحسابات،بالإضافة إلى مساندة الرقابة المالية على البنوك.
- تحويل الأموال إلكترونيا :والهدف منه سرعة الخدمة، تقليل العمل الورقي للعمليات بين البنوك.
- إقامة النماذج الاقتصادية لتحليل أداء النظم الاقتصادية وتقييم الإستراتيجيات.
- إدارة الاستثمارات :بتعظيم عائد الاستثمارات، وتحليل المخاطر.
- تنظيم معلومات أسواق الأوراق المالية من خلال فورية بث المعلومات للمتعاملين و استخراج إحصائيات السلاسل الزمنية لتغير أسعار الأسهم والسندات والمؤشرات الاقتصادية الأخرى.
- التصميم بمساعدة الكمبيوتر :لسرعة تعديل وتعهد تجارب التصميم وتوفير جهد ما بعد التصميم من خلال قيام النظام الآلي بتحديد قوائم المكونات والمواد الداخلة فيه.

الفرع الثاني: مجال التعليم والتدريب

- نظم التدريب من خلال المحاكاة لرواد الفضاء والطيارين على قيادة المركبات وهذا ما يقلل التكاليف و الخطر.
 - برمجيات مساندة التعليم و التعلم :الهدف منها زيادة إنتاجية المعلم والطالب في مواجهة تضخم المادة التعليمية وتعقدها.
 - نظم المعلومات التربوية، والتي تساعد على صياغة ووضع السياسات التربوية والتخطيط التربوي وجهود البحوث و التنظير في مجال التعليم.
- هذا وغيرها من المجالات التي مستها هذه التكنولوجيا، ولا تعتبر نوعا من المبالغة إذا قلنا أنها مست مختلف مجالات الحياة بدون استثناء (الطب والدواء، النقل والمواصلات،الأمن و القانون،الإعلام، البيئة...الخ).

¹كمال عبد الحميد زيتون ، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات و الاتصال،عالم الكتب ، القاهرة،مصر،2002 ، ص ص:159-161.

المطلب الثاني: المزايا و الفوائد المتحققة من استخدام تكنولوجيا المعلومات

الفرع الأول: المزايا المتحققة من استخدام تكنولوجيا المعلومات

يترتب على تطبيق واستخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات العديد من المزايا أهمها:¹

1- رفع مستوى الأداء والإنتاجية في المنظمات:

حيث يؤثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات تأثيرا إيجابيا على مستويات الأداء والإنتاجية في المنظمات بشرط وجود درجة من التوافق بين ظروف المنظمة واستراتيجيات تطبيق تكنولوجيا المعلومات.

2- زيادة قيمة المنظمة:

يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات إلى خلق القيمة للمنظمة هذا بالإضافة إلى معاونتها في تنفيذ استراتيجيا وخاصة في ظل زيادة حدة المنافسة بين المنظمات.

3- فعالية اتخاذ القرارات:

تبسط تكنولوجيا المعلومات مهمة المديرين في اتخاذ القرارات التنظيمية وذلك من خلال توفير البيانات والمعلومات الدقيقة والملائمة في التوقيت الملائم وبالشروط المطلوبة.

4- تنمية العمل:

حيث تعمل تكنولوجيا المعلومات على توفير النظام والانضباط بالوحدات الإدارية ويتم بتعريف الأفراد بما يدور حولهم وإمدادهم بصورة مستمرة بالتطورات التي تحيط بهم.

5- إعادة هندسة عمليات التشغيل:

تعد تكنولوجيا المعلومات عنصرا جوهريا لإنجاح إعادة هندسة عمليات التشغيل سواء قبل تصميم عمليات التشغيل بما تقدمه من مقترحات لأفضل التصميمات أو بعد عمليات التصميم من خلال دورها في مراحل التطبيق المختلفة.

6- تدعيم نجاح المنظمات في الحالات الإدارية والتنظيمية المعقدة:

يعتمد المديرون في مختلف المستويات والوحدات الإدارية على استخدام تكنولوجيا المعلومات في النواحي الإدارية والتنظيمية المعقدة والتي يصعب فيها استخدام النظم التقليدية.

7- تنمية السلوك الايجابي لأفراد المنظمة:

حيث تؤثر تكنولوجيا المعلومات على تدعيم عمليات الاتصال داخل و خارج المنظمة هذا إلى جانب مساعدة على إدارة الوقت بكفاءة و تقليل درجة الغموض المحيط بمناخ العمل.

8- تحسين إدارة الجودة الشاملة:

تساعد تكنولوجيا المعلومات في عملية تحسين إدارة الجودة الشاملة من خلال جمع و مراقبة البيانات و تلخيصها و تحليلها و التقرير عنها، كما تساعد تكنولوجيا المعلومات في زيادة سرعة عمليات المراقبة و التفتيش و تحسين نوعية

¹ Turban, Mclean, Wetherbe, Information Technology, 2nd edition, John Wiley & Sons, Inc. 1999, P 13-14

الاختبارات و تخفيض تكلفة القيام بمختلف نشاطات المراقبة و تساعد تكنولوجيا المعلومات أيضا في اكتشاف الأخطاء قبل ظهورها.

9- تحسين إدارة المعلومات و المعارف:

حيث يتم استخدام الأجهزة و البرمجيات و قواعد البيانات التي تسهل عمليات جمع و معالجة و تخزين و استرجاع المعلومات و البيانات كما تعمل على تطوير معارف فنية و تسويقية و مالية و تكنولوجية و تشغيلية يمكن استخدامها في خلق ميزة تنافسية مقارنة بالمنظمات الأخرى.

10- تحسين و تطوير الخدمات المقدمة للعملاء.

الفرع الثاني: الفوائد

حيث تؤدي تكنولوجيا المعلومات دورا هاما في دعم و خدمة العملاء من خلال استخدام التجارة الإلكترونية و عمليات إعادة هندسة العمليات للوفاء باحتياجات العملاء و نيل رضاهم و سرعة تأدية الخدمات المقدمة لهم و بناء على ذلك يمكن تحديد أهم الفوائد المترتبة على تطبيق و استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات بما يلي:

- السرعة و الدقة في عمليات معالجة و إيصال و استرجاع و حفظ البيانات والمعلومات؛
- تحسين العمليات الإنتاجية؛ تخفيض الوقت و التكلفة و تحسين مستوى جودة المنتجات؛
- تحسين الوضع التنافسي للشركة؛
- المساعدة في عمليات التخطيط و الرقابة و اتخاذ القرارات.

المطلب الثالث: المخاطر ووسائل الحماية و التحديات

الفرع الأول: المخاطر

- 1- **الفيروسات:** الفيروس برنامج له ثلاث خواص: التضاعف، التخفي، إلحاق الأذى ويقصد بالتضاعف هو التكاثر عن التحاق الفيروس بأحد الملفات حيث يتمكن من الانتقال من برنامج إلى آخر، أما التخفي فان الفيروس يلجا إلى عدة أساليب حتى لا ينكشف أمره، ثم تأتي الخطوة الثالثة وهي إلحاق الأذى والذي يمكن أن يكون مدمرا فيتم مسح لكل المعلومات المخزنة على القرص الصلب أو العبث بالملفات الموجودة وذلك بمجرد فتح البرنامج الحامل للفيروس وهناك أنواع أخرى تشبه الفيروسات كالدودة والحصان وكلها لها آثار تخريبية على برنامج وأنظمة الحواسيب¹.
- 2- **القرصنة والاختراق:** ويقصد به الدخول إلى نظام التشغيل في أجهزة المستخدمين الآخرين اعتمادا على نقاط القوة والضعف في الجوانب الأمنية لمواقع الشبكة بطريقة غير مشروعة ولأغراض غير مشروعة كالسرقة والتخريب عن طريق نقل أو مسح ملفات أو إضافة ملفات وبرامج².
- 3- **الخداع وإخفاء أو انتحال الشخصية:** هي عملية خداع يقوم بها البعض بتقديم أنفسهم للآخرين بشكل خادع وغير صحيح على أنهم ممثلين لشركات واضعين مواقع وهمية على الويب، تسمح لهم بجمع المعلومات سرية عن كل زائر متوقع للموقع³.
- 4- **الجرائم المالية والاقتصادية:** تشمل جرائم غسيل الأموال ولعب القمار والسطو على أرقام البطاقات الائتمانية التي تعتبر من أكثر الجرائم المالية تأثيرا على الأفراد والمؤسسات المالية والمصرفية حيث أصبح من الممكن سرقة مئات الآلاف من أرقام البطاقات في يوم واحد من خلال شبكة الانترنت ثم بيع هذه المعلومات لمن يستغلها فيما بعد في سرقة أموال الأفراد.

الفرع الثاني: وسائل الحماية

1. **الحماية من الفيروسات:** الوقاية من الفيروس الحاسوبي تشمل عددا من الإجراءات التي يجب على المستخدم إتباعها نذكر منها⁴:
 - ❖ استخدام نسخ البرامج الأصلية فقط.
 - ❖ عمل نسخ احتياطية (BACKUP) للملفات.
 - ❖ استخدام أي برنامج من برامج المضاد للفيروسات (ANTI-VIRUS) في اختبار البرامج الجيدة والتأكد من خلوها من الفيروسات.

¹ حسن طاهر داود، أمن شبكات المعلومات، مركز البحوث، الرياض، السعودية، ص 166.

² المرجع نفسه، ص 142.

³ عامر إبراهيم قنديل، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2002، ص 178.

⁴ هيثم حمود الشليبي، الحاسوب نماذج وتطبيقات في إدارة الأعمال والتسويق، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 38.

❖ عند تحميل القرص الصلب يجب أن يتم التحميل من القرص الصلب الأصلي للبرنامج.

❖ الحماية عن طريق كلمة المرور (BASSWORD).

2. الحماية من الاعتراض والاختراق:¹

أ. التشفير (ENCRYPTIONS): وهي وسيلة هامة وأساسية في حماية البيانات وموارد الشبكات الحاسوبية خاصة الانترنت والاكسترنيت ، كلمات المرور، الرسائل، الملفات والبيانات الأخرى يمكن أن ترسل بواسطة نظام الحاسوب للمستخدمين المخولين فقط، ويشتمل على استخدام حسابات رياضية خاصة أو مفاتيح لتحويل البيانات إلى رموز مجمعة قبل إرسالها ثم القيام بفك رموز هذه البيانات عند استعمالها.

ب. جدار النار (FIRE WALL): عبارة عن مكونات مادية (معدات، أجهزة) وبرمجيات خاصة توضع بين الشبكة الداخلية للمنظمة من جهة وبين الشبكات الخارجية من جهة أخرى ويعمل على منع المستخدمين الخارجيين من التوغل في الشبكات الخاصة والدخول غير المرخص لهم، وقد صمم بطريقة تؤمن له اعتراض كل حزمة رسائل تمر بين الشبكتين وتفحص صفاته ومن ثم رفض أي رسالة منها غير محولة الدخول.

الفرع الثالث: تحديات تكنولوجيا المعلومات

في هذا المطلب سوف نتطرق إلى تحديات إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهم تطبيقاتها.

أولا: تحديات إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

يمثل التنفيذ الفعلي للعمل الشبكي والبنية التحتية الجديدة لتكنولوجيا المعلومات ف رصا سائحة كما يمثل في الوقت نفسه تحديات ينبغي على منظمات العمل على مواجهتها لكي تبقى في وضع تنافسي جيد وهذه التحديات هي:²

1- فقدان سيطرة الإدارة على النظم:

تشير التجارب والتطبيقات الميدانية إلى تنامي وتعقد الصعوبات والمشكلات المتعلقة أو الناتجة عن إدارة تكنولوجيا المعلومات وبيانات المنظمة في بيئة موزعة وذلك بسبب الافتقار إلى إدارة مركزية موحدة قادرة بمفردها على تسيير جميع قضايا هذا النوع من التكنولوجيا.

متطلبات التغيير التنظيمي:

حيث تعتبر الحوسبة الشاملة فرصة إعادة هندسة المؤسسة لتصبح بمثابة وحدة فاعلة، لكن مثل هذا العمل يخلق العديد من المشكلات أو الفوضى في حالة عدم معالجة بعض القضايا التنظيمية، وعليه تحتاج المؤسسة إلى هندسة جذرية في الفكر الإداري والأداء والرسالة أيضا.

¹ عامر إبراهيم قنديل، إيمان فاضل السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص 68.

² بشير عباس العلق، تكنولوجيا مرجع سابق، ص 138-141.

3التكاليف الضمنية لحوسبة المشروع:

أدركت شركات عديدة أن الوفرات التي توقعها من حوسبة المزود/ الزبون الموزعة لم تتحقق بسبب التكاليف الضمنية، فالوفرات المستحقة نتيجة تملك الأجهزة قد تبددت بفعل التكاليف التشغيلية السنوية المترتبة على الحصول على قوى عاملة ووقت إضافي مطلوب لإدارة النظام والشبكة فمهام مثل إدامة الشبكة ودعم البيانات، وحل المشكلات الفنية والعتاد والبرمجيات، تتطلب لأدائها وقتا طويلا، حيث الوقت يمثل مالا أيضا وعليه ينبغي إجراء نوع من الموازنة ما بين المكاسب في الإنتاجية والكفاءة المتحققة.

4-التوسع الاعتمادية والأمن:

ينبغي على المنظمات الراغبة في التحول إلى العمل الإلكتروني أن تكون قادرة ومؤهلة ومستعدة لتكوين بنية تحتية متجددة لتكنولوجيا المعلومات تكون فاعلة من حيث قدرتها على توفير موجة عريضة وطاقة استيعابية كافية لبث وإدامته جميع أنواع البيانات الناتجة عن عملياتها الناتجة عن تعاملات التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية. أما الاعتمادية فتعني درجة اعتماد المنظمة على البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في أداء رسالتها وخدمة أهدافها وأهداف المتعاملين معها وهذا أمر صعب لأنه يتطلب موارد مالية وبشرية وفنية هائلة. أما مسألة الأمن فهي غاية في الأهمية والخطورة خصوصا بالنسبة لمنظمات الأعمال التي تتعامل مع عدد كبير من الأفراد والمنظمات خارج حدودها الإقليمية وعليه يشكل هذا خطر على المؤسسة.

خلاصة الفصل الثاني

إن التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات أدى بانتقال الاقتصاد من الاقتصاد الكلاسيكي إلى الاقتصاد الرقمي الذي يعتمد على المعلومة في حد ذاتها كمورد تنافسي تحقق من ورائه المؤسسات مكانة وبعدا استراتيجيا، فمكانة هذه الأخيرة أصبحت مرهونة بما تملكه من تسبق في الحصول على المعلومة، ولا يكفي الحصول عليها بل يجب استخدامها في الوقت المناسب.

ولعل امتلاك تكنولوجيا المعلومات أولا والتحكم فيها ثانيا هي الخطوة الأولى ومعرفة كل ما هو جديد لأن أهم ميزة تميز هذا الاقتصاد الجديد المبني على المعرفة هي الإهلاك السريع والغير مسبوق لكل ما هو جديد. وعلى العموم يجب الاهتمام بالعنصر البشري ، لأن هذا الأخير هو أساس وغاية أي عملية، وما تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلا وسيلة للوصول إلى هذه الغاية وبدون تحديد الأهداف لا يمكن الوصول، وبالتالي لا طائل من الركوض وراء جلب التكنولوجيا المتطورة في هذا المجال إذا لم يكن هناك توافق بينها وبين الموارد البشرية التي تقوم بالاستفادة منها والإفادة.

فتكنولوجيا المعلومات أصبحت سلاحا فتاكا لدى المؤسسات من اجل انتهاز الفرص وتجنب التهديدات، فأصبحت تخصص ميزانيات ضخمة من اجل مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل وكسب ميزة تنافسية وبلوغ الهدف الاسمي لكل مؤسسة وهو البقاء والاستمرارية، فوجب استعمال هاته التكنولوجيا في مخارج تضمن للمؤسسة بلوغ هدفها.

الفصل الثالث

الإطار النظري و المفاهيمي لليقظة الاستراتيجية

الفصل الثالث: الإطار النظري و المفاهيمي لليقظة الإستراتيجية

اليقظة الإستراتيجية عملية إستراتيجية تزود المؤسسة بالمعلومات التي تؤهلها مواجهة المنافسة بشكل أفضل باعتماد على أسس ومقاييس علمية فهي المفتاح الأساسي للتنافس، ففي جميع القطاعات تبحث المؤسسات عن طرق للكشف عن بيئتها وتبحث عن الوسائل لتدعيم مصادر معلوماتها وتدعيم قدرتها على الدفاع والهجوم وكذا السبيل لإبطال خطط المنافس وامتلاك أكبر حصة من السوق.

حيث سنتناول في هذا الفصل ثلاث مباحث، المبحث الأول تم تخصيصه ماهية اليقظة الإستراتيجية من تعريفها وخصائصها وأهدافها... الخ، ثم سنتناول في المبحث الثاني مراحل وأنواع اليقظة الإستراتيجية، وفي المبحث الأخير سوف نبرز العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات واليقظة الإستراتيجية.

المبحث الأول: ماهية اليقظة الإستراتيجية

تعيش المؤسسات اليوم في ظل محيط عالمي سريع التغيير ، شديد الاضطراب يؤثر بشكل كبير على أدائها و استمرارها مما يجعل من الحتمي عليها مواجهة هذا التهديد عن طريق تنمية قدراتها على التنبؤ بتطوراتها و الاستعداد الدائم لمسايرتها سواء باستغلال الفرص التي يوفرها أو بتجنب المخاطر الناتجة عنه، وذلك ما يتطلب توفرها على خصائص معينة أهمها المعرفة الجيدة بمحيطها و عناصره و أداة هذه المعرفة ما يسمى باليقظة.

و اليقظة الإستراتيجية تعتبر عملية معلوماتية تقوم بها المؤسسة بطريقة إرادية للبحث عن المعلومات بطريقة مسبقة حول التطورات التي تحدث في بيئتها بهدف خلق الفرص و التخفيف من المخاطر المرتبطة بعدم التأكد. و من أجل التطرق لمفهوم اليقظة الإستراتيجية و يجب أولا التحدث عن نظريات اليقظة ثم التطرق لمفاهيم حول اليقظة و أخيرا تنظيم اليقظة في المؤسسة.

المطلب الأول: مفهوم اليقظة الإستراتيجية وخصائصها وأهدافها

الفرع الأول: مفهوم اليقظة الإستراتيجية ونظرياتها

1- مفهوم اليقظة الإستراتيجية:

تعددت التعاريف المتعلقة باليقظة الإستراتيجية وهذا الاختلاف آراء الباحثين ونذكر منها ما يلي:

-عرفها Humbert Lesca على أنها " عملية جماعية مستمرة يقوم بها مجموعة من الأفراد وتستخدم المعلومات المتوقعة حول التغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية للمنظمة من اجل خلق فرص العمل والحد من المخاطر وعدم اليقين بشكل عام من خلال الإنذار المبكر".¹

-كما تعرف بأنها "رادار المنظمة من خلال استشعارها للمختلف التطورات المحيطة بالمنظمة لأجل فتح فرص الإبداع وتقييم المخاطر المرتبطة بعدم اليقين".²

-كما تعرف بأنها " العملية الاستعلامية المقصودة التي تبحث المؤسسة بها عن المعلومات ذات الطابع السبقي لمحيطها الاجتماعي والاقتصادي سعيا إلى خلق الفرص وتقليل المخاطر"³.

من خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج تعريف شامل وموحد وهو أن اليقظة الإستراتيجية عملية مستمرة تهدف لرصد واستشعار(تتبع، مراقبة) التغيرات المحيطة بالمؤسسة داخليا وخارجيا من خلال الملاحظة، البحث الجمع والتخزين، التحليل والاستنتاج وأخيرا نشر النتيجة المتوصل إليها لتحقيق أهداف المؤسسة أي استباق الأحداث من خلال اقتناص الفرص وتجاوز التهديدات، ومن ثمة اتخاذ القرار الاستراتيجي الأمثل والأفضل للمؤسسة.

2- نظريات اليقظة الإستراتيجية:

في ظل التحولات العميقة التي يشهدها الاقتصاد العالمي ،و الذي وصف بأوصاف شتى: اقتصاد المعرفة ، الاقتصاد الرقمي ، اقتصاد المعلومات،و التي انعكست بوضوح على قطاع الأعمال ،لم يعد هناك مكان للتسيير التقليدي الذي يقوم على قرارات فردية يتخذها صاحب المؤسسة (أو المسير) حيث كانت الأدوات و الآليات متواضعة نسبيا و الهياكل أقل بساطة و المعلومات محدودة ، و كان ينظر للمؤسسة على أنها نظام مغلق لا علاقة لها بالبيئة الخارجية و هذا ما صورته النظريات الكلاسيكية.

لذا ظهرت نظريات حديثة للمؤسسة أعطت أهمية كبيرة لتأثير المحيط الخارجي على نشاط المؤسسة ، حيث عرفت الثنائية "مؤسسة -محيط" تطورات هامة أدت إلى بروز البعد الموضوعي في تحليل سلوك المؤسسات ، بعدما كان البعد الذاتي هو المحدد .و لقد كان هذا التطور متلازما أو بالأحرى متأثرا بتطور الفكر الإستراتيجي الذي أدى بدوره إلى تنامي أهمية

¹ Humbert Lesca, **Veille Stratégique Concepts et Démarche de mise en place dans l'entreprise guides pour la pratique de l'information scientifique et technique**, Ministère de l'Education National de la Recherche et de la Technologie, Paris, France 2001, p.1.

² Iamm Ciheam, **L'information un outil de gestion stratégique pour l'entreprise**, veille stratégique et reseautinternet des outils et méthodes à maitrise, Paris, France, p.6.

³ عبد المللك مزهودة، التسيير الاستراتيجي لمؤسسات مقاربات مفهومية وتحديات تنافسية، مجلة الباحث، العدد 04 ، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2006، ص.91 .

الإدارة الإستراتيجية للمؤسسات ، فمنذ بداية الثمانينات بدأت تأخذ هياكل المؤسسات طابعا استراتيجيا ، و هذا لأن اعتبارات تصميم الهياكل لم تعد داخلية بحتة بل أصبح يراعى فيها أيضا تغيرات المحيط الحالية أو المرتقبة.¹

أ: النظرية التطورية للمؤسسة

عرفت النظرية التطورية ظهورها انطلاقا من أعمال Sedney Winter و Richard Nilson في 1982 من خلال كتابها المعنون بحول تطور الكائنات الحية "théory of economic change an evolutionary" ، و من ناحية اقتصادية Darwin هذا الاتجاه في البحث ركز على أعمال من خلال نظريته حول " التطور الاقتصادي Joseph Schumpeter يركز هذا الاتجاه على أبحاث في 1926.²

تنطلق المدرسة التطورية من المبدأ القائل بأن محرك المؤسسة و الذي يتمثل في الأداء ، لا يتأسس عن ، طريق الربح و لكن بواسطة قدرتها على العيش و الاستمرار (سلوك الرضا و ليس تعظيم الربح)³ و الذي لا يتحقق إلا من خلال الفهم الدائم للعلاقة بين المؤسسة و محيطها الخارجي. و عليه ، فإن المحيط ، و ليس فقط السوق الذي يختار المؤسسات المؤهلة ، غير أن هناك تعددية في البيئات انطلاقا من بنية السوق ، درجته في الانفتاح ، طبيعة التنظيمات .

و تقوم النظريات الاقتصادية الجديدة للمؤسسة بنقل عينة من المعارف المجدية نحو إدراك جيد للوظيفة الحالية للمؤسسات ، كما أنها توضح الاختيارات الإستراتيجية و تبني أشكال المؤسسات الأكثر فعالية .

و توظف المقاربة التطورية مفهوم الكفاءات الخاصة بالسلوكات التجارية من أجل دراسة ظواهر المؤسسات و آليات الاختيار .

تتطور المؤسسات و تنتقل من أجل الاستجابة للتحريصات و التغيرات الداخلية و الخارجية ، و بالتالي فإن مفهوم الكفاءة يشكل في الحقيقة إحدى الظواهر التحليلية المركزية للنظرية التطورية ، حيث تتفاعل المؤسسة مع محيطها و تتلاءم بفضل كفاءاتها و قدراتها التعليمية .

و يعرف و يحدد التعلم كعملية قائمة على الإعادة و الخبرة المجمعمة ، و التي تجعل المهام منفذة بصورة جيدة و أكثر سرعة.⁴

¹ ربح حسين، التغيير في المؤسسة و دور الكفاءات ،مدخل النظم، مجلة العلوم الإنسانية ،جامعة محمد خيضر بسكرة،الجزائر،العدد . السابع،فيفري 2005،ص2 .

² Jean-Paul Marichal, *Eléments d'analyse économique de la firme*, Didact Economie, Presses universitaires de Rennes, 1999, p 197.

³ Jean-Michel Plane, *Management des organisation*, Dunod, Paris, 2003, p 153.

⁴ شليل عبد اللطيف، من التكوين إلى تطوير الكفاءات في المؤسسة ،دراسة ميدانية لبعض مؤسسات ولاية تلمسان، 2008 أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص إدارة أعمال، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ،الجزائر، 2008/ 2009،ص36.

و التعلم هو أيضا العملية التي من خلالها يتم اكتساب معارف و مهارات جديدة عن طريق إعادة و تكرار المهام و التجارب، و يتميز التعلم بخاصيتين أساسيتين هما:

1-التعلم التراكمي : بمعنى أن كل ما تم تعلمه في لحظة ما يعتمد على ما تم تعلمه من خلال الفترات السابقة.

2-التعلم الشامل : حيث يستلزم وجود كفاءات تنظيمية أكثر منها فردية.

تنشأ المعرفة عن طريق التعلم الذي يتجسد في الروتينات التنظيمية التي تعرف على أنها نماذج للتفاعل التي تكون حلول فعالة لمشاكل معينة.

الروتينيات ، الكفاءات و التعلم كلها عوامل تساهم في توضيح الفكرة التي جاء بها " Winter " العمليات التي من خلالها تكون المعرفة مخزنة داخل المؤسسة مهما تغير الأفراد داخلها¹.

كذلك فإن النظرية التطورية عاجلت حالة عدم الثبات في هيكل المؤسسة، حيث أدرجت التعلم كظاهرة للتجديد و الإبداع، و هذا لأن المؤسسة في تفاعل دائم مع المستجدات الخارجية.

ب: نظرية الأنظمة

تأتي نظرية النظم في إطار النظريات الحديثة التي تقوم على أساس نقد النظريات السابقة سواء التقليدية أو السلوكية لأن كل منها ركز على أحد متغيري التنظيم (العمل و الإنسان) باعتبار أن التنظيم نظام مغلق ، بينما يرى للتنظيم في نظرية النظم إلى أنه نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة المحيطة به و ذلك ضمانا لاستمرارية التنظيم.

ويعتبر (Ludwig von Bertalanffy) (1956) مؤسس هذه النظرية حيث كان هدفه تقديم طرق للتحليل الدقيق و الصارم في مجال علوم الإنسان². ووفق هذه النظرية تعتمد مقدرة المؤسسة على الاستمرار و النمو على مقدرتها على خلق علاقة ايجابية متوازنة مع البيئة الخارجية ، و يتشكل سلوك المؤسسة بناء على المعطيات البيئية ، حيث تفرض البيئة مجموعة من القيود و المطالب على المؤسسة ، تتباين هذه القيود و المطالب بتباين البيئة و بالتالي تقسم نظرية النظم إلى نوعين:

أ -النظام المغلق : هو النظام الذي ينفصل تماما عن البيئة المحيطة به و لا توجد أية حدود مشتركة بينهما³، و يكون النظام مغلقا إذا لم توجد أي علاقات تبادل بأي صورة من الصور بين النظام و ما يحيط به من بيئة، و ما تحتويه تلك البيئة من أنظمة أخرى على اختلاف أنواعها ، حيث أنه غير قابل للتأثر بقوى متغيرات البيئة الخارجية عن نطاقه ، فقيم متغيراته عادة ما تتحدد داخليا في نطاق الخصائص و العلاقات القائمة بين أجزاء النظام ووظائفه⁴.

ب -النظام المفتوح : هو ذلك النظام الذي يتبادل العلاقات و الموارد مع ما يحيط به من بيئة ، بمعنى أنه ذلك النظام الذي يعتمد في أدائه على بعض متغيرات البيئة ، و يتأثر و يؤثر في تلك المتغيرات ، و قد يتضمن في طياته مدخلات

¹ Jean-Paul Marichal,op cit,pp :200-201

² Pierre Conso, Farouk Hémici, L'entreprise en 20 leçons, Dunod ,4 eme édition , Paris, 2006,p37.

³ محمد السعيد خشبة،نظم المعلومات ،المفاهيم و التكنولوجيا ،جامعة الأزهر، 1987 ،ص29 .

⁴ محمد نور عبد اله ، تحليل و تصميم أنظمة المعلومات الحاسوبية،مؤسسة الوراق ،عمان ، 1998 ،ص13 .

عشوائية أو غير متفق عليها سابقا ، و مثال عن ذلك : الإنسان، النبات ، الحيوان ، ... الخ ، فهي نظم مفتوحة تتأثر بالبيئة التي تعيش فيها و تؤثر عليها ، و النظام المفتوح عادة ما يفتقر إلى القدرة على التحكم في كل المتغيرات التي تؤثر على أدائه أو في نتائجه حيث لا يستطيع التأثير في قيم تلك المتغيرات أو خصائصها و من ثم تعتبر بالنسبة إليه في حكم المعطيات. و تمثل المتغيرات و المعطيات التي لا يمكن للنظام المفتوح التحكم فيها القيود المفروضة عليه من البيئة المحيطة به و التي عليه أن يؤدي وظيفته في ظلها و من ثم تؤثر في أدائه و نتائجه¹.

وعليه يمكن القول أن النظام المفتوح ينجح في فهم و تطوير وظيفة المعلومات المرتدة و في استيعاب التأثيرات البيئية و التعامل معها.

*المؤسسة الاقتصادية كنظام مفتوح²:

إن الجديد لدى مدرسة الأنظمة ، هي أنها تلخصت من الطرق التي سبقتها في تحليل المؤسسة ، وبشكل أكثر عقلانية و تقنية، و أعطت لها تعريفات و أشكالاً أكثر مرونة و تكيفا مع الحالات المتنوعة و المختلفة، حتى سمحت بإنشاء نماذج واستعملت كأداة ، أو وسيلة توضيح في التحليلات الخاصة بالمؤسسة.

وقد تميزت هذه النظرية في هذا المجال عن نظريات الإدارة و التنظيم التي سبقتها بأخذها بعين الاعتبار محيط المؤسسة كعنصر هام في التحليل ، عكس النظريات التي سبقتها خاصة الكلاسيكية منها و الكمية.

ف نجد تايلور مثلا يعتبر محيط المؤسسة ثابت أو على الأقل متغير بشكل بطيء ، و لا يزعج حركة الو رشات. في حين أن هذا المحيط يمثل سوقا المنتوجات المؤسسة ، ويتمتع بالطلب الفعال و يعتبر مصدر موارد مادية واليد عاملة. أما هذا المحيط لدى أصحاب المدرسة التنظيمية ، فله دور هام في تصرف المؤسسة إذ يتفاعل بشكل متبادل، و بحركة مستمرة، و تغيرات متواصلة تحدد حياة المؤسسة

بمدى قدرتها على مسايرة هذه الحركة، و التأقلم مع الحالات الجديدة باستمرار.

الفرع الثاني: خصائص اليقظة الإستراتيجية

من خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج أهم الخصائص المرتبطة بمفهوم اليقظة الإستراتيجية³ :

1- الإستراتيجية: فهي تتعلق بالقرارات غير المتكررة، والتي ليس لها أي نموذج من النماذج المفحوصة والقيمة بفعل التجربة مع الأخذ بالحسبان المعلومات الناقصة جدا لكنها من الممكن أن تعبر عن القرارات التي لها تأثير كبير جدا على تنافسية وبقاء واستمرار المؤسسة.

¹ محمد نور عبد اله ، مرجع سبق ذكره ، ص 12 .

² ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية ، الطبعة الثانية، الجزائر ، ص 42 .

³ Humbert lesca, op cit, pp, 2-5.

2-تطوعية: لا يمكن لليقظة الإستراتيجية أن تكون عملا سلبيا و محدودا بالمراقبة والمراقبة البسيطة للمحيط لكونها هدف إبداعي فهي على العكس من ذلك تعتر تطوعية، باشرط الذهاب إلى واجهة المعلومات المتوقعة مع انتباه الحاد وتنشيط كل الحواس وفي بعض الأحيان التحري عن المعلومات

3-الذكاء الجماعي: هو وجود مجموعة من الأفراد،تقوم بملاحظة العلامات أو الإشارات في المحيط من أجل مقارنتها إعطائها معنى معين،والذي يمثل هدف العمل الجماعي حيث يكون بمقتضاه أعضاء المجموعة أو الفريق في اتصال وتفاعل في ضل كل الأشكال الملائمة،مع عدم تجاوز واحترام القواعد السلوكية لعمل المجموعة أو الفريق.

4-المحيط: محيط المؤسسة ليس مفهوم مجرد أو شيء إحصائي، فهو مكون من عدة عوامل مؤثرة، لذا سيتم تأثرها بطريقة عملية،لاسيما عند التكلم عن استهداف اليقظة الإستراتيجية.

5-إنشاء الإبداع: تتضمن اليقظة الإستراتيجية- مع الأخذ بعين الاعتبار-خصائص المعلومات المعنية والمستقصاة-تفسيرات إشارات الإنذار المبكرة والتي ترتبط بعنصر الإبداع.فالمعلومات المعنية التي هي بصدد التقصي عنها،لاتصف أيا من الأحداث والأعمال المنفذة سابقا،ولكنها تسمح بصياغة الفرضيات وإنشاء رؤية تطوعية.

6-التوقع: و عبارة عن المعلومات التي تمتلك بنفسها على المميزات التنبؤية،حيث يجب أن تقوم بالتزويد بالتوضيحات كإضاءة عن المستقبل،وليس من المهم أن تعبر عن الماضي و الحاضر.

الفرع الثالث: أهداف اليقظة الإستراتيجية

وتمثل أهداف اليقظة الإستراتيجية في النقاط التالية للذكر لا على سبيل الحصر:¹

✚ تمكن المؤسسة من معرفة المستجدات الآنية للبيئة في كل الميادين والمجالات، بهدف اقتناص الفرص، وتجنب التهديدات، وكذا تحديد المركز التنافسي؛

✚ تسمح من تحقيق الوفرة المالية، من خلال تحسين الخصائص التقنية والجودة والتكاليف للمنتج؛

✚ تساعد المعلومات المجمع في تنمية الإبداع التكنولوجي وبحوث التطوير؛

✚ تساعد في توقع التهديدات التكنولوجية الممكنة والخروج بالمعلومات المناسبة لاتخاذ القرارات؛

✚ تساعد في ضمان وجود المعلومات وتدقيقها في المؤسسة باستمرار، مما يساعد على التنبؤ.

¹حليمي لامية، دروازي يسمين، دور اليقظة الإستراتيجية في خلق الميزة التنافسية، أبعاد اقتصادية مجلة علمية أكاديمية محكمة، جامعة أحمد بوقرة بومرداس،2015،ص63.

المطلب الثاني: المعلومة كمورد أساسي لليقظة

تعتبر المعلومة مورد جوهري لمؤسسات في عصرنا الحالي الذي يعتبر التغير والسرعة أي سماته، ومن أجل الوصول إلى هذا المورد الجوهري الذي يضمن تحليله الدقيق نجاح المؤسسة وبقائها يجب معرفة المعلومة التي تلبى احتياجات المؤسسة وهي تلك المعلومة التي تجمعها اليقظة الإستراتيجية على قائمة واجباتها¹.

الفرع الأول: إدارة المعلومة

تعرف المعلومة على أنها بيانات تمت معالجتها لتصبح أكثر نفعا للفرد، لها قيمة مدركة في الاستخدام الحالي أو المتوقع أو في القرارات التي يتم اتخاذها .

فالمعلومة مورد يمكن استغلاله أكثر من مرة، فهي لا تفقد قيمتها وقابلة لزيادة كلما تم استخدامها، ومن جهة أخرى تهدف اليقظة لتقليل درجة عدم التأكد مع استباق الأحداث المستقبلية وتوفير المعلومة المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب لاتخاذ القرار المناسب، لذا فالمعلومة مورد رئيسي في عملية اليقظة².

ولضمان تسيير المعلومة بدقة في المؤسسة يجب: تحديد الاحتياجات: من خلال الإجابة على السؤال التالي ما الذي نسعى الوصول إليه؟

* تحديد مصادر المعلومات: مصادر وثائقية كالصحافة، الكتب...، ومصادر ميدانية كالمعارض الموردين و المحاضرات.
* التحكم في مختلف عمليات استغلال البيانات.

فإدارة المعلومة تشجع التعاون بين مختلف مصالح المؤسسة، كما أنها تساهم في معرفة الاتجاه العام لما يحصل في البيئة من أجل التكيف معها، فهي الجسر الرابط بين مختلف أنواع اليقظة الإستراتيجية، فبعض المعلومات مثلا تم مدير التسويق ومدير الموارد البشرية في نفس الوقت، ولضمان تقاس هذه المعلومات لابد من تسيير خاص بها أي لابد من إدارة المعلومة بما يضمن الكشف عن الفرص والتهديدات والمساعدة على اتخاذ القرار³.

كما يجب على المؤسسة إدارة المعلومات بشكل دائم لأنها تواجه كما هائلا من المعلومات ومن المستحيل معالجتها كليا.

وفي مجال إدارة المعلومة تتميز اليقظة بما يلي:

* تختص اليقظة بالمعلومات المساعدة على اتخاذ القرار.

* تخضع المعلومات لقواعد زمنية صارمة.

* لا تهتم اليقظة فقط بالمعلومات الرسمية بل تعتمد على المعلومات غير الرسمية (المعلومات الرسمية يسهل الحصول عليها من خلال الصحافة، الكتب، بنوك المعلومات...، أما المعلومات غير الرسمية فيصعب الوصول إليها، من مصادرها

¹ محمد أحمد حسان، نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص112.

² كرجلي أسماء، اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك (دراسة مرجعية مقارنة البنوك العامة بمقر ولاية البويرة)، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقره، بومرداس، الجزائر، 2014 / 2013، ص58.

³ Simony et Jaffer, *encyclopédie de gestion*, édition économique, 2ème édition, Paris, France 1997, p.350.

كالزبائن، المنافسين، المحاضرات وهي قابلة للاستعمال بعد معالجتها.)، وحسب Humbert. Lesca تنقسم المعلومة التي تحتاجها المؤسسة إلى ثلاثة أقسام:¹

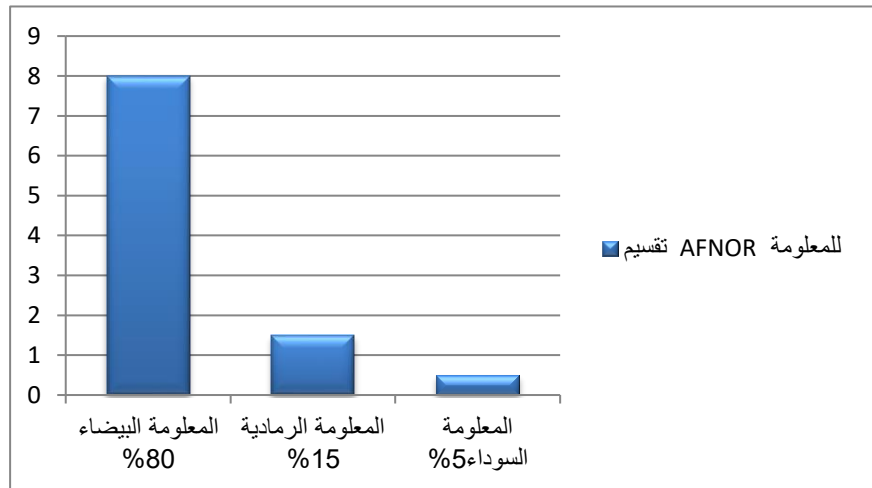
- 1- **معلومات مصدرها المؤسسة:** وتستخدم داخليا تسمح بمعرفة كيفية سير العمل داخل المؤسسة.
- 2- **معلومات مستمدة من البيئة:** وتستخدم داخل المؤسسة من خلال رصد التغيرات المحيطة بالمؤسسة والتكيف مع هذه المتغيرات.
- 3- **معلومات مصدرها المؤسسة وموجهة للخارج:** بهدف تحسين المسؤولية الاجتماعية (هي عملية طوعية تهدف لزيادة وتحسين رفاة المجتمع)، وتنمية العلاقات مع المؤسسات.

الفرع الثاني: طرق الحصول على المعلومة

وقد طرح مكتب AFNOR تقسيم حديث للمعلومة يركز هذا التقسيم على حسب إمكانية الحصول عليها وهي كالتالي:

- * **المعلومة البيضاء:** معلومة متوفرة لمن يطلبها مصدرها بنوك المعطيات، براءات الاختراع والنشرات العلمية، يسهل الحصول عليها وبدون مقابل، ذات أهمية لمتخذ القرار، تمثل 80 % من المعلومة المتاحة.
- * **المعلومة الرمادية:** معلومة إستراتيجية يمكن الحصول عليها من خلال التحليل ودراسة المحيط الخارجي، تمثل 15 % من المعلومة المتاحة.

* **المعلومة السوداء:** يتم الحصول عليها بطريقة غير شرعية أي من خلال التجسس أو تقديرات وتصورات على مدار 24 ساعة، تمثل 5 % من المعلومة المتاحة وهو ما يوضحه الشكل الموالي:



المصدر: من إعداد الطالب

جدول رقم 01-02

من خلال الجدول رقم 01-02 : نلاحظ أن ما نسبته 80% من المعلومة متاحة وبدون مقابل، وما نسبته

15% من خلال التحليل ودراسة البيئة الخارجية، و5% من المعلومات على المؤسسة استعمال كافة الطرف المشروعة

والغيرية قصد الحصول عليها لأنها معلومات ذات أهمية كبيرة، قد تعتبر كتهديد مباشر أو فرصة... الخ.

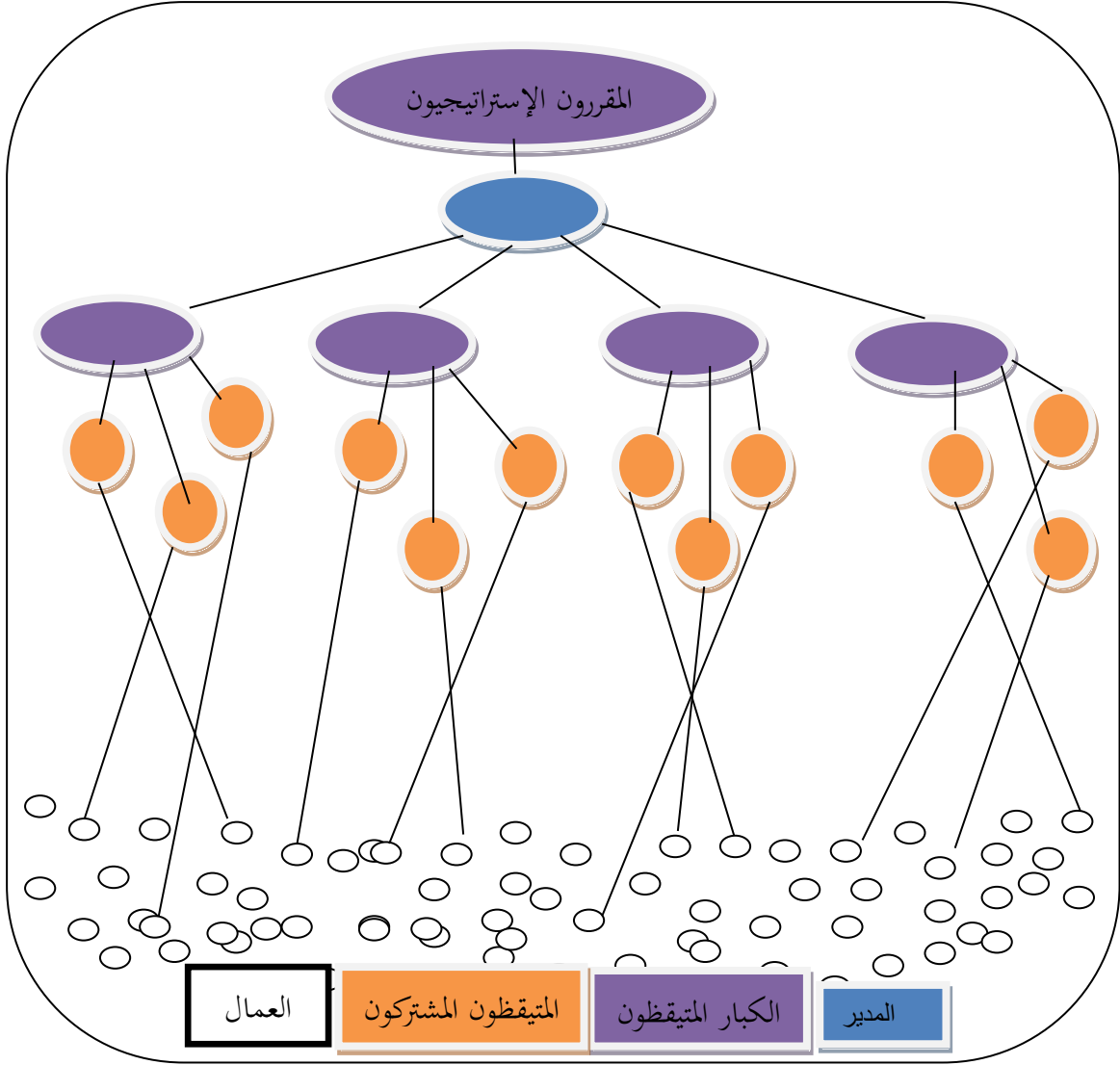
¹ كرجلي أسماء، مرجع سابق، ص 59.

المطلب الثالث: متطلبات اليقظة الإستراتيجية ومزاياها وشروط فعاليتها

الفرع الأول: ممثلو (أعوان) اليقظة الإستراتيجية

مثل ما تحتاج اليقظة إلى منهجية عمل ليتحقق نجاحها تحتاج أيضا إلى أعوان (كاشفين) مهمتهم الأساسية القيام بهذه العملية، وعون اليقظة (الكاشف) هو فرد له قدرات خاصة و جيدة تمكنه من الاستماع لما يجري خارج المؤسسة، و يستطيع كشف الفرص و التنبهات عن الأخطار و التهديدات المحتملة، وهو لا يعمل لوحده بل ينتمي لشبكة من هذه العملية، لأن اليقظة تقوم على أساس العمل الجماعي، و الشكل التالي يوضح المشاركين (الأعوان) في عملية اليقظة:¹

الشكل رقم 02 - 02: أعوان اليقظة الإستراتيجية



المصدر: رتيبة حديد. نوفل حديد". (2005). اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة: "المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات. جامعة ورقلة الجزائر. ص193 .

¹ رتيبة حديد ، نوفل حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة: "المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة الجزائر، 2005، ص193 .

من الشكل نلاحظ أن جماعة اليقظة (Le Groupe de Veille) تتكون من الممثلين الذين لهم علاقة مباشرة مع عملية اليقظة ويمكن جعل ممثلي اليقظة مبرزين بذلك دور كل واحد منهم في الجدول رقم 02-01 الآتي:¹

الدور	ممثلو اليقظة
<ul style="list-style-type: none"> • يعرضون على جماعة اليقظة الأهداف المستهدفة ذات الأولوية بالنسبة للمؤسسة. • تحليل نتائج اليقظة والتي قدمت لهم في شكل سيناريوهات. • ترجمة السيناريوهات إلى أعمال بفضل اتخاذ القرارات. • البحث عن الإبداع، أي خلق أفضل للمزايا التنافسية للمؤسسة. 	متخذو القرارات الإستراتيجية
<ul style="list-style-type: none"> • همزة وصل بين متخذي القرارات الإستراتيجية وجماعة اليقظة. • مسؤول عن تنظيم وسير عملية اليقظة. 	المدير
<ul style="list-style-type: none"> • تحليل، تركيب وترجمة المعلومات المجمعة. • المساهمة الجماعية في إعداد السيناريوهات. 	المتيقظون الكبار
<ul style="list-style-type: none"> • تحديد مصادر المعلومات. • استكشاف البيئة مع انجاز ترجمة وتصفية أولية لها. 	المتيقظون المشتركون
<ul style="list-style-type: none"> • من بين العمال يوجد مستخدمين دورهم هو دعم اليقظة كأمين المكتبة، كاتب السر وغيرهم حيث يقومون بترتيب الملفات وإدخال المعلومات في الموزع، حيث يقدمون دعما لمرحلة جمع ومرحلة معالجة المعلومات. • كما يوجد من يقدم الدعم التقني كالمسؤول في الجانب المعلوماتي. 	العمال

يتضح من خلال الجدول أن ممثلي عملية اليقظة (الرصد) المذكورين في الجدول أعلاه لهم علاقة مباشرة بعملية الرصد، لكن نتائج هذه العملية لا تبقى حكرا عندهم وإنما يتم تقاسمها وتشاطرها بين جميع العمال لأنه لجميع العمال الحق في معرفة تلك النتائج، ومن المعروف أن هؤلاء الممثلين لهم خبرة ومهارة مهنية عالية، ولكن هذا لا يمنع بتاتا من مشاركة جميع العمال على اختلاف مستوياتهم التنظيمية في هذه العملية، فمن يدري من أين تأتي المعلومة التي نبحت عنها.

الفرع الثاني: معلومات اليقظة

إن الهدف اليقظة الإستراتيجية هو تحصيل المعلومات التي تساعد المنظمة على التعرف على أهم التغيرات التي تحدث في محيطها الخارجي خاصة تلك المعلومات التي تنبؤها بالأحداث التي يمكن أن تقع في المستقبل، وهذا أجل

¹ علاوي نصيرة ، اليقظة الإستراتيجية كعامل لتغيير في المؤسسة :دراسة حالة مؤسسة موبيليس .رسالة ماجستير .جامعة أبي بكر بلقايد. تلمسان. الجزائر، 2011، ص 90.

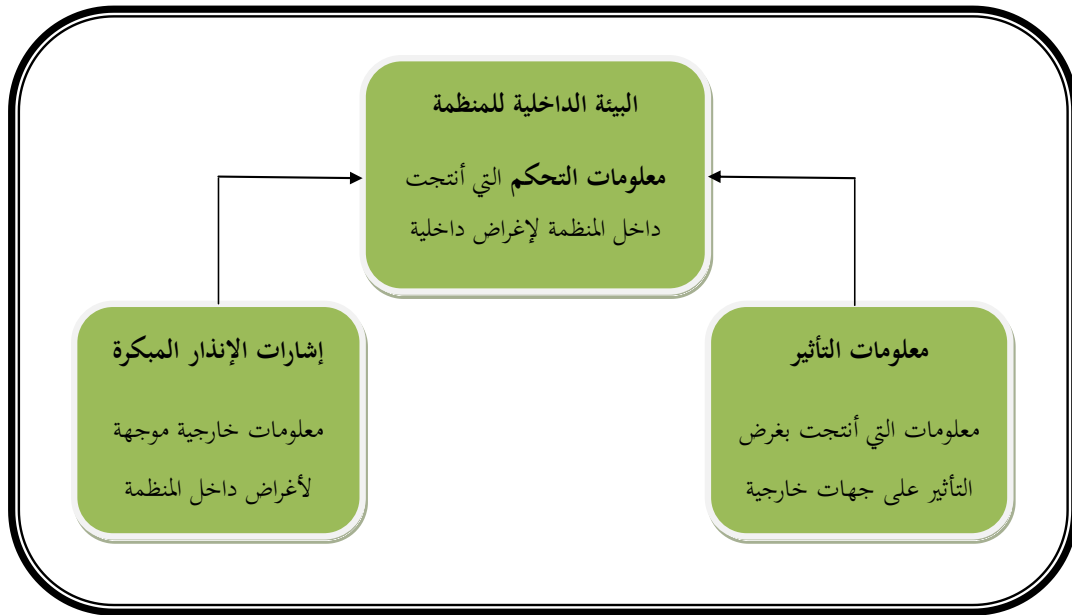
القرارات اللازمة والظفر بالفرص المتاحة وتلاقي الأخطار التي يمكن أن تحدث، لهذا فان المعلومات تمثل المورد الأساسي لليقظة الإستراتيجية ويمكن تمييز أنواع المعلومات التي تستهدفها اليقظة الإستراتيجية كمايلي:¹

1. **معلومات التحكم:** وتضم المعلومات التي تنتجها المنظمة وتوجهها لاستعمالها الداخلي، وتكتسي معرفة هذا النوع أهمية بالغة كونها تمكن المنظمة من أن تقارن أدائها بأداء أحسن المؤسسات ويتم تسيير هذه المعلومات عن طريق النظم المعلوماتية كنظم معلومات الموارد البشرية أو نظم الإنتاج ونظم الجودة ، غير أنها لا تمثل وزن كبير بالنسبة لليقظة الإستراتيجية وتعتبر معلومات مدعمة فقط.

2. **معلومات التأثير:** وهي المعلومات التي أنتجت داخل المنظمة ووجهت لاستعمال الخارجي، أي موجهة لأفراد ومجموعات خارج المنظمة كالعميل والمورد، وتعتبر نظم المعلومات التسويقية من الأنظمة التي تقوم بتسييرها وتبقى هي الأخرى مجرد معلومات مدعمة لمعلومات اليقظة الإستراتيجية.

3. **إشارات الإنذار المبكرة (الإشارات الضعيفة):** وهي علامات الإنذار المبكرة للمعلومات الرئيسية والأساسية التي تسعى المنظمة للحصول عليها وتشمل المعلومات الإستراتيجية التي جمعت من خارج المنظمة والموجهة لاستعمال الداخلي وهي تعبر عن التطورات التي تحقق تماما، وإنما تنبئ بحصول شيء له تأثير على المنظمة.

الشكل رقم 02-03: أنواع المعلومات التي يتحتم على المنظمة الاهتمام بها



المصدر: فاطمة زرواط، رقية ملاحي، دور المعلومات كمورد حيوي لتحقيق اليقظة الإستراتيجية"دراسة حالة اتصالات

الجزائر- موبيليس-، "مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة مستغانم، الجزائر، ص 140.

¹ سعيد كرومي، احمد عميرستي، أهمية اليقظة الإستراتيجية في تحسين القرارات الإستراتيجية والتنافسية للمؤسسة،الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية،جامعة عبد الحميد بن باديس،مستغانم،09/08 أكتوبر 2010،ص6.

من خلال الشكل البياني رقم 02-04 يتضح لنا بان أنواع المعلومات التي تواجه المؤسسة ثلاثة أنواع معلومات التحكم والتأثير والإنذار المبكرة، كل معلومات تتعامل معها المؤسسة بشكل خاص والية خاصة، فكل معلومة مصدر أو الاستعمال إما داخلي أو خارجي.

و تتضمن الإشارات الضعيفة أو الإنذار المبكرة الأقسام التالية¹ :

1- معلومات عن التنافس:

و هي تشير إلى المعلومات التي تخص المنافسين الحاليين أو المحتملين، كإدخال منتوجات جديدة أو خدمات جديدة، تحسين المنتوجات، دخول المنافسين إلى أسواق جديدة، تحسين أساليب العمل، طرق تسويق المنافسين، القيام بمساءلة الموظفين السابقين حول نوعية العمل و الوظائف التي شغلها أثناء تواجدهم في شركات منافسة، مشاريع البحث و التطوير الجديدة، القيام بحوارات تلفونية أو بالبريد الإلكتروني حول الأسعار المرتقبة للمنافسين.

2- المعلومات الشخصية و القدراتية:

و تشير إلى المعلومات التي تخص شخصيات في المؤسسات المنافسة أو الزبائن المهمين أو شخصيات مهمة من الممكن أن تؤثر على مستقبل المؤسسة و تشمل الميولات، الأصدقاء، القدرات التسييرية و التفاوضية و التركيبة السيكولوجية و الانتماء الحزبي و العضوية في النوادي و قوى الضغط المرتبطة بها. و هي كذلك معارف ذات طبيعة وصفية و هي أكثر عدداً، و تفيد لتحديد الفاعل و الإخبار عن قدراته مثل قدرة الشركات المنافسة على القيام بمشاريع معينة، حجم المديونية، الأرباح، عدد الخبراء، وفرة السيولة المالية، ميزانية البحث و التطوير.

3- المعلومات التجارية: التي تتعلق باهتمامات الزبائن، ورضاهم و متطلباتهم و المشاكل التي تعترضهم.

4- المعلومات التمويلية: و هي معلومات حول وجود المواد الخام، سلع، أو مواد نصف مصنعة وجود موارد مالية خارجية أو وجود العمالة الخبيرة.

5- المعلومات التكنولوجية: و تضم أساليب التصنيع الجديدة أو تحسين المنتوجات و الخدمات التكنولوجية البديلة أو الجديدة أو التكنولوجية الخدماتية أو التصنيعية.

6- المتغيرات الاجتماعية: تضم تغيرات في نمط حياة السكان، عدد الوظائف الجديدة، نشاطات المستهلكين و عاداتهم، نسبة نمو السكان، نسبة المتزوجين... الخ.

7- المتغيرات السياسية: تضم التشريعات و القوانين الجديدة، قوانين حماية التجارة، قوانين حماية البيئة، نظام الضرائب، المعلومات السياسية المحلية، الإقليمية و الدولية.

¹ كمال رويح، دراسة مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية، دراسة ميدانية، الكويت 2011، ص4

8- المتغيرات الاقتصادية: تضم معلومات حول الناتج المحلي الخام، نسبة التضخم، العجز في ميزانية الدولة، الاستثمارات، مؤشرات نمو الاقتصاد، حركات الأسهم في البورصات.

و تتميز إشارات الانذار المبكرة بمجموعة من الخصائص هي كالاتي¹ :

1- خارجية : المعلومات الإستراتيجية (الإشارات الضعيفة) مصادرها خارج المؤسسة و هي تتعلق بحدث أو إعلان أو تحرك منتظم لعامل من عوامل البيئة الخارجية مثلا ، و توفر معلومات عن نواياه و دوافعه و حالته الداخلية.

2- نوعية : معلومات اليقظة الإستراتيجية تعرض على المسير في شكل معطيات بأقل تفصيل و توثيقا مقارنة بالمعلومات العملية، و قد ترسل شفويا على نطاق واسع ، و تكون هذه المعلومات مخزنة في عقل المسير بدلا من الملفات.

3- جزئية : المعلومات التي تخص موضوع ما لا تكون أبدا في شكل متماسك ، بل على العكس تكون مجزئة إلى عدة أجزاء ، بالإضافة إلى أن الأجزاء المكونة لنفس الموضوع نادرا ما تجتمع في مكان واحد، حيث تكون في مصادر عديدة و متنوعة.

4- غير كاملة (ناقصة) : تكون المعلومة ناقصة و غير كاملة عندما لا تغطي كافة المعلومات كل الجوانب ذات الصلة بالموضوع مجال البحث و محل الدراسة، حيث تكون بعض الأجزاء من هذا الموضوع غير متوفرة ، و بالتالي فمعلومات الإنذار المبكرة أي الإشارات الضعيفة ناقصة حتما، لكن هذا لا يمنع من استغلالها بطريقة مريحة للذهاب إلى أبعد نقطة و ذلك من خلال إنشاء تفسير و معنى لها.

5- عشوائية : معلومات اليقظة الإستراتيجية هي معلومات عشوائية لأن اكتشافها و إيجادها لا يكون دائما متوقعا ، فيمكن أن توجد في مكان غير متوقع و غير منتظر مطلقا، بما لا توجد أين توقع فرق اليقظة وجودها. و المسير يحكمها حسب قوته و عزيمته و قدرته على التفاعل مع محيط المؤسسة ، و هذا بالعودة إلى القراءات و الملاحظات و التنقلات و الحوارات التي شارك في خلقها و اكتشافها أو التي تفاجئ بها أحيانا²

6- غامضة : حيث أن المعلومات الجزئية أو الإشارات الضعيفة تفتقر إلى الوضوح فهي مبهمة ، و تكون أحيانا مترجمة بطريقة مشوشة أو متناقضة ، و المسير أو الملتقط عندما يلاحظ حدث خارجي فالمعلومات حوله تكون مبهمة لأنه لا يعرف بوضوح ما يعنيه هذه الحدث أو كيف سيتم تحويله إلى حدث تنظيمي.

7- غير مؤكدة : تمثل معلومات اليقظة الإستراتيجية ذات الصفة التوقعية، إنذارات الخطر ، المسارات ، العلامات السابحة بوجه عام في الضوضاء و عدم التأكد، لهذا يجب أن تبعث تساؤلات و فرضيات في أنفس الأشخاص المسؤولين ، و التي من غير الممكن أن تنشأ حالة التأكد. لهذا يجب إعطاء هذا الموضوع معاملة خاصة لجعلها محل ثقة ، قبل أخذها بالجدية التامة.

8- سببية : هذا النوع من معلومات اليقظة الإستراتيجية لا تخص الماضي ، بل تتوقع المستقبل ، ذلك لأنها تتعلق بحدث لم يتحقق بعد.

¹ Nicolas LESCA, **construction du sens - le cas de la veille stratégique et de l'exploitation collective des signes d'alerte précoce**, thèse doctorat en science de gestion, Paris, France, 2002, pp:26-27 .

الفرع الثالث: مزايا اليقظة الإستراتيجية

إن أهم ما تقدمه اليقظة من مزايا للمؤسسة نذكر منها فيما يلي:¹

تسمح اليقظة من الناحية المالية بتحقيق الوفرة، أن المعلومات التي جمعها قادرة على التحسن من الخصائص التقنية للمنتج وجودته وتكلفته.

تسمح بمرور جيد للمعلومة عبر مختلف المستويات التنظيمية في المؤسسة، كما تسمح لها أيضا مراقبة مستمرة ومتواصلة لبيئتها.

تسمح بالتحذير والتنبؤ للعراقيل المستقبلية التي سوف تواجهها المؤسسة.

وسيلة إستراتيجية للتسيير، أين تكتشف خلية اليقظة على مناطق نفوذ التهديدات والفرص على المؤسسة والتي تستطيع أن تغير من إستراتيجية المؤسسة ومن المنافسة في السوق.

الفرع الرابع: تفعيل اليقظة الإستراتيجية (الشروط والآليات)

تتمثل الشروط الواجب توفرها من اجل إنجاح عملية اليقظة وكذا الآليات على النحو التالي:²

أولا: تفعيل اليقظة الإستراتيجية

التفعيل أو التنشيط هي مهمة منظمة ومنشطة لجهاز اليقظة الإستراتيجية . حيث تعتبر مهمة التنشيط اتصالية إذ يعد الاتصال عامل رئيسي للنجاح ، لهذا تتطلب هذه المهمة شخصا ذو شخصية انبساطية ومحفزة وذلك من اجل التعامل مع المستخدمين المحتملين للمعلومات ، بهدف تحفيزهم ، كما يجب أن تتوفر في هذا الشخص أيضا صفات التفاهم مع الغير وجودة التنظيم ، وكذا الصرامة والكفاءة المزدوجة من جانب التوصيل و جانب المهارات التقنية بالإضافة إلى السيطرة على بعض أدوات الكمبيوتر لأنها أساسية في العصر الراهن . ومن بين مهام منشط اليقظة ما يلي:

-تشجيع عمل أعضاء الجهاز وبصفة خاصة المتعقبون الميدانيون وكذا إبداعاتهم.

- تنسيق مهامهم التي تخص اليقظة الإستراتيجية بطريقة تعجل وتمكن ظهور تفسيرات ومعنى لهذه المعلومات.

-دمج في مجموعة متناسقة وفعالة الممارسات الفردية التي كان من الممكن أن تظهر قبل إرساء نظام اليقظة الإستراتيجية.

-اقتراح المصادر الممكنة والجديدة للمعلومات.

-ضمان متابعة طلبات المعلومات من طرف أعضاء المؤسسة.

-إحياء وتطوير جهاز اليقظة الإستراتيجية.

¹ نحاسية رتبية، اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة(دراسة حالة مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية)،مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال(غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002 ص 75.

² علاوي نصيرة ، مرجع سابق، ص ص: 127-128.

ثانيا: شروط فعالية اليقظة الإستراتيجية

تحقيق فعالية اليقظة الإستراتيجية هناك خمسة شروط على المؤسسة توفيرها وهي:

- إدارة ثابتة من قبل الإدارة ، فعلى المسيرين اعتبار اليقظة الإستراتيجية كوظيفة إدارية والعمل على تطويرها وتنفيذها شخصيا.
- اتصال داخلي جيد ، وهذا بالسماح للمعلومة بالانتقال لمن يطلبها عبر مختلف المستويات التنظيمية دون احتكارها عند شخص واحد ، لان اليقظة الإستراتيجية عمل جماعي وليس عمل فردي.
- التحكم في الوقت ، يجب القبول بتسخير الوقت ، الوسائل الأساسية (الانترنت) والميزانية المناسبة لذلك.
- الحد الأدنى من الهياكل ، فالمعلومة تعطى لها قيمة أحسن عندما يكون للمؤسسة تأطير هيكل من طرف إطارات ذات وظائف محددة.
- روح جماعية قوية وهذا بين مختلف الموظفين.

ثالثا: آليات تفعيل اليقظة الإستراتيجية

يمكن أن تفعل عملية اليقظة الإستراتيجية - لا على سبيل الحصر - طبقا للآليات وهم: آلية التحكم وآلية الإنذار وآلية الإثارة.

1 آلية التحكم: يعني بأن الأبحاث هي التي تقوم بتنشيط معلومات اليقظة الإستراتيجية بدءا بالطلب السريع والعاجل (الأمر والطلبية) من المسؤول المباشر الذي يعبر عن حاجة معينة للمعلومات ، منه تكون المبادرة من قبل مستخدم المعلومات المحتمل (القائد الإداري على سبيل المثال).

2 آلية الإنذار: وتعني هذه الطريقة بأن الأبحاث الفعالة للمعلومات مستمرة من طرف بعض الأشخاص ، الذين سيتم ذكرهم للمعلومة وهم المتعقبون ، حيث يقوم هؤلاء الأشخاص وبمبادرتهم الشخصية بتنبيه المسؤول المباشر أو الأشخاص الآخرين وذلك حينما يرون أنهم وجدوا معلومات مهمة ، مع أن المسؤولين المباشرين لم يعبروا عن حاجتهم الخاصة للمعلومات ، فالمبادرة تكون من طرف المنشط L'animateur de la veille stratégique أو المفعّل لليقظة الإستراتيجية لهذا الفريق.

3 آلية الإثارة: وتتعلق بإثارة مصادر المعلومات من أجل استخدام والحصول على المعلومات التي تهم المؤسسة، والتي لم تتمكن من التوصل والحصول عليها بالطرق الأخرى أي التي لم تكن توجد أصلا

المبحث الثاني: أنواع اليقظة الإستراتيجية ومراحلها ووظائفها

تتميز البيئة بعدة تحولات وتطورات ما تستدعي مؤسسات اليوم إلى البحث عن طرق ووسائل لتدعيم مصادر معلوماتها و تعزيز قدرتها للفهم الجيد لبيئتها الداخلية و الخارجية و التنبؤ بالتغيرات الحاصلة فيها، وذلك من أجل معرفة الفرص وتحاول اغتنامها وكشف التهديدات وتسعى لتداركها، وهذا ما استدعت الضرورة إلى تفعيل اليقظة الإستراتيجية فتنوع المجالات التكنولوجية والتنافسية والتجارية والبيئية حتم على المؤسسة تقسيم اليقظة الإستراتيجية إلى أنواع ومختلفة، وتحديد وظيفة كل نوع من اليقظة ودراسة مراحلها وعدم إغفال أي مرحلة من اجل الوصول إلى الهدف،

المطلب الأول: أنواع اليقظة الإستراتيجية

لقد برز مصطلح اليقظة بشكل عام خلال العشر سنوات الأخيرة، ضمن مختلف الأدبيات التي تعنى بعمليات البحث ومعالجة ونشر المعلومات التي تغطي مجالات عديدة كالمنافسة والتكنولوجيا والاقتصاد ... الخ، فكانت اليقظة محور تقاطع العديد من العلوم، والتخصصات المختلفة. مما أدى ببعض الباحثين بطرح إشكالية غموض عن تعدد أنواع اليقظة. إذ أن حصر عملية اليقظة في أنواع محددة، يختلف باختلاف الغاية منها، فهناك من يرى ثورة التكنولوجيا التي أدت بصراع إبداعي وابتكاري بين المؤسسات، فكانت اليقظة في أساسها تكنولوجية، بينما عند البعض تعتبر بعدا تنافسيا. وبين هذا وذاك حلت اليقظة التكنولوجية محل اليقظة الإستراتيجية عند البعض، وجاءت اليقظة التنافسية والتجارية كأحد فروع اليقظة التكنولوجية عند البعض الآخر.

لكن ما هو متفق عليه تقريبا، أن الغاية من وراء اليقظة هي غاية إستراتيجية مهما تعددت جوانبها وتنوعت أبعادها، لهذا فإن اليقظة الإستراتيجية تحتوي على اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية، واليقظة البيئية... الخ، وإن هي إلا عملية استباقية لرصد وتحليل جوانب المحيط، وبذلك فهي تشمل جميع أنواع اليقظة. أما صفة الإستراتيجية، إنما هي عند البعض تعبيرا عن أهمية عملية اليقظة في اتخاذ القرارات ذات الطبيعة الإستراتيجية، حيث ترتبط بما يحدث في محيط المؤسسة من تغيرات وأحداث اجتماعية واقتصادية وسياسية. ورغم اختلاف الكثير من الباحثين حول أصناف اليقظة إلا أن الباحث Gérard Verna من جامعة Laval قدم تصنيفا اتفق عليه الكثير من بعده وهو أن اليقظة تحتوي على أربع أصناف وهي اليقظة التكنولوجية *la veille technologique*، اليقظة التجارية (التسويقية) *la veille commerciale*، اليقظة التنافسية *la veille concurrentielle* واليقظة البيئية *la veille environnementale*¹، وعليه سنتطرق إلى تعريف كل صنف على حدة فيما يلي:

الفرع الأول: اليقظة التكنولوجية:

لقد عمل التطور الكبير في الميدان العلمي والتكنولوجي وفي عولمة الأسواق على دفع المؤسسات إلى تبني مراقبة مستمرة لكافة المعلومات، التي لها آثار إيجابية على نشاطها من ناحية إحداث تغيرات على منتجاتها وأساليب إنتاجها، لاسيما العلمية والتكنولوجية منها وعليه فممارسة اليقظة التكنولوجية تتطلب من المؤسسة توفير الوسائل والقدرات البشرية لمراقبة الفرص والكشف عن كل التطورات والتجديدات الحادثة في الميادين التقنية والتكنولوجية الحالية أو الممكنة مستقبلا.²

¹ فالتة اليمين، درجة اكتشاف الإشارة وعلاقتها بيقظة متخذي القرارات الإستراتيجية: دراسة استكشافية بعينة من مؤسسات صغيرة ومتوسطة، أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة بسكرة، العدد 12، ص 87.

² بن نذير نصر الدين، دراسة إستراتيجية للإبداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص تسيير، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2012، ص 196.

1- تصنيفات التكنولوجيا: ويمكن تصنيف تصنيف التكنولوجيا إلى ما يلي¹ :

-التكنولوجيا القاعدية : تكنولوجيا بسيطة (ممارسة و موجودة بالتساوي عند كل المنافسين)، و لكنها ضرورية لتواجد المؤسسة في السوق.

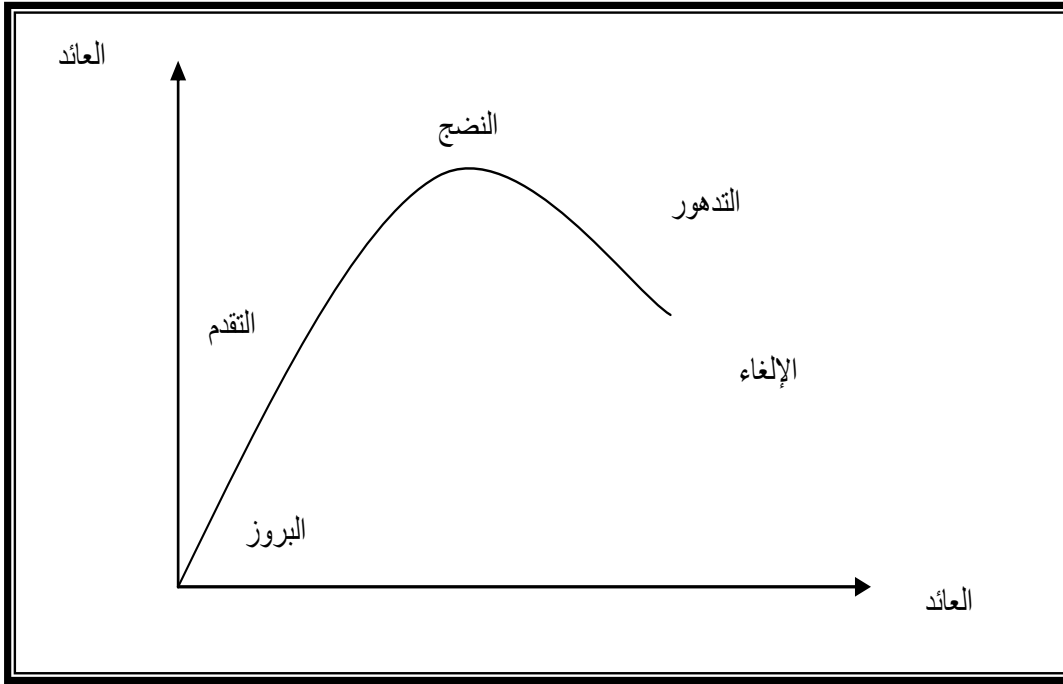
-التكنولوجيا المفتاحية: و هي التي تكون درجة ممارستها محدودة من طرف بعض المنافسين (التكلفة و/أو الجودة).

-التكنولوجيا البارزة : هي التكنولوجيا الجديدة في مرحلة التطور ،هامشية و قابلة أن تصبح تكنولوجيا مفتاحية.

-التكنولوجيا الجنينية : و هي تكنولوجيا لازالت في ميدان البحث و تمارس من طرف القليل من المؤسسات و هي خطيرة.

2. دورة حياة التكنولوجيا : إن التحليل المطبق على دورة حياة المنتج يمكن استخدامه على التكنولوجيا لذا ميز "

" J.Morin، بين و خمس مراحل التي تشكل خصائص دورة حياة التكنولوجيا هي²: 1- بروز، 2-تقدم، 3-استقرار، 4 تدهور، 5-إلغاء. و الشكل الآتي يوضح هذه المراحل:



Source :Henry Samier,Victor Sandoval,la veille stratégique sur l'internet, éditions hermès science, paris,2002,p 24.

شكل رقم 02-04:مراحل دورة حياة التكنولوجيا

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن للتكنولوجيا بداية ونهاية، حيث تبدأ التكنولوجيا بالبروز والتقدم والنضج والتدهور والإلغاء، حيث في مرحلة البروز تكون التكنولوجيا غير معروفة مما يضع المؤسسة في حيرة من اجل اقتنائها وهذا راجع

¹ داودي الطيب و آخرون ،اليقظة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية،الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية،جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف،الجزائر، 2007، ص 12.

² المرجع نفسه،ص 13 .

ممكن لارتفاع أسعارها الابتدائية أو إلى ضعف التكوين والتدريب وبهذا يكون العائد منها منخفض، ثم تبدأ التكنولوجيا بالتقدم وتحقيق عائد معتبر وهذا بفضل الانتشار والخبرة من استعمالها، ثم تأتي مرحلة النضج وهي مرحلة تغطية التكنولوجيا وإتاحتها في جميع المؤسسات وتعطي مردود أقصى لها، هذا الانتشار يتخلله في الجهة العكسية مرحلة نشوء تكنولوجيات إما مشاهجة أو مغايرة وهذا ما يدفع بالمؤسسات بالحب في التغيير وهذا يفسر المردود المتناقص، ثم في المرحلة الأخيرة نلاحظ بان مردود التكنولوجيا في تراجع رهيب وهذا راجع إلى ظهور تكنولوجيات حديثة ومتطورة وهذا ما يدفع بالمؤسسة إلى إلغاء أو ترك هاته التكنولوجيا، وهكذا تتم دورة حياة التكنولوجيا.

3_ مؤشرات الأداء التكنولوجي في المؤسسة:

للربط بين الأداء بمفهومه المتطور و عنصر التكنولوجيا في المؤسسة لابد أن يتم الإشارة إلى أهم مؤشرات الأداء المستعملة في تحديد القدرة التكنولوجية وهي كما يلي:

- **معدل الابتكار التكنولوجي** : وهي اختيار واحد أو أكثر من مقاييس الأداء التكنولوجي للمنتجات و العمليات الرئيسية و رصد تقدمها عبر الزمن.

- **إنتاجية البحوث و التطوير** : يمكن تحديد أي مقياس للإنتاجية كنسبة التغير في المخرجات إلى التغير في المدخلات ، و على سبيل المثال التحسين في أداء المنتج و العملية مقسوما على الاستثمار الإضافي في البحوث و التطوير.

- **معدل العائد على الاستثمار في البحوث و التطوير** : و هو مقياس الربح المتولد عن قدر معين من الاستثمار في البحوث و التطوير.

- **الموارد المخصصة للبحث و التطوير** : و هو مقياس مستوى الإنفاق لمشاريع مختلفة ووحدات النشاط على مستوى الشركة ككل.

- **معدل تقييم منتج جديد** : و هو يقاس من خلال عدد المنتجات الجديدة المقدمة سنويا، عدد براءات الاختراع المحصل عليها أو نسبة المبيعات المشتقة من منتجات جديدة.

- **التنوع المعتمد على التكنولوجيا** : طالما أن إستراتيجية التكنولوجيا موجهة جزئيا نحو هدف التنوع فإنه من المهم قياس درجة النجاح في إنجاز هذا الهدف من خلال نسبة المبيعات الناتجة من مجهودات الخاصة بالتنوع.

- **مقاييس أخرى ملائمة** : يمكن استخدام مقاييس أخرى على حسب طبيعة المؤسسة مثل: حقوق الاختراع أو مبيعات التكنولوجيا، زمن تدريب الأفراد على التكنولوجيا الجديدة، زمن دورة تنمية منتج جديد، تكلفة التطوير لكل مرحلة ، أو مستوى التفوق التكنولوجي.

وتعرف اليقظة التكنولوجية بأنها العملية التي تحصر المؤسسة من خلالها التقنيات والتكنولوجيات المستعملة من طرف زبائنها، مورديها، شركائها ومنافسيها، في إطار مجال نشاطها وذلك لمتابعة التطورات التي قد لا تؤثر على مستقبلها فحسب وإنما على مستقبل زبائنها ومورديها وشركائها ومنافسيها واتخاذ الإجراءات الوقائية.¹

¹ المرجع نفسه، ص 13 .

كما تشير أيضا إلى الجهود المبذولة والوسائل المسخرة من قبل المؤسسة، بهدف الكشف عن كل التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التقنيات والتكنولوجيات، التي تهم المؤسسة حاليا، ويمكن أن تهمها مستقبلا، وتعد عنصرا مكونا لليقظة الإستراتيجية.¹

كما يمكن تعريفها أنها مجموع النشاطات التي تسمح بما يلي:²

☑ مراقبة محيط المؤسسة ومتابعة الإبداعات التكنولوجية .

☑ جمع المعلومات عن التطورات و الابتكارات التكنولوجية و معالجتها.

☑ إيصال هذه المعلومات إلى مراكز اتخاذ القرار في المؤسسة.

بالإضافة إلى ما سبق فالمهمة الأساسية لليقظة التكنولوجية ليس فقط البحث على المعلومات، ولكن حتى الابتكارات العلمية والإبداعات التكنولوجية في مختلف الميادين.

حسب Jakobiak فيتمثل الدور الأساسي لليقظة التكنولوجية في السماح للمؤسسة بأن تقوم بأفضل تخطيط استراتيجي، كما يعتبرها Mockler بأنها "الدعامة التي لا يستغني عنها في عملية اتخاذ القرار على المدى المتوسط والطويل"، وأيضاً Lainée توصل أن ممارسة أي مهنة صناعية تتطلب التحكم في عدد مرتفع من التكنولوجيات وفي الشكل الآتي يوضح Jakobiak الدور الرئيسي الذي تلعبه اليقظة التكنولوجية كأداة لإعداد القرارات المستقبلية، وفي نفس المنظور أكد Link على أنه يجب على المؤسسات أن تهتم بتكوين حافظة التكنولوجيات بالموازنة بين الإسهامات الداخلية والخارجية.

أما حسب Humbert Lesca فهو يؤكد على المبررات الأساسية التي تتطلب وضع يقظة تكنولوجية من طرف المؤسسة، أي احتمال أن لا يتفوق عليها أي منافس سواء كاف ظرفيا أو احتماليا، شرعيا أو غير شرعي، لذا فإن وضع جهاز لليقظة التكنولوجية يسمح بتفادي هذا التهديد سواء من خلال النظرة الدفاعية التي تعني التأمين على المخاطر المفاجئة والطارئة التي تظهر في المحيط أو وفق النظرة الهجومية و التي تعني التركيز على حيازة ميزة تكنولوجية قوية لمواجهة المنافسة والتقدم عليها بمراحل السبق التكنولوجي المتاح من قبل هذه الميزة، أو نظرة التجنب التي تعني اتخاذ قرار لاستثمار في قطاع ما لا توجد فيه منافسة قوية، وذلك بالتموقع بعيدا عن التقلبات التكنولوجية وتفادي التكنولوجية السريعة.³

حيث تستمد اليقظة التكنولوجية مصادرها أساسا من هيئات البحث العلمي والجامعات وأيضاً من خلال اتصالات مستمرة، المشاركة في الملتقيات، ودراسة المنشورات، وأطروحات البحث الحالية، المعاهد ومؤسسات البحث التطبيقي والهندسة، الدراسة الدورية لكل البراءات التي لها علاقة بالنشاط، وبنوك المعلومات، التحليل الدقيق لمنتجات المنافسة. ولاستغلال هذه المصادر بفعالية يجب توفر الموارد والقدرات الكافية من الوسائل المتطورة وأيضاً الموارد البشرية المؤهلة والقادرة على جمع المعلومات وترجمتها وإعطاء الرأي فيها بالشكل الذي يساهم في إثراء الذمة التكنولوجية للمؤسسة.⁴

¹ بن نذير نصر الدين، مرجع سابق، ص196.

² علاوي نصيرة، مرجع سابق، ص106 .

³ Verna Gérard, **La veille technologique : une ardente nécessité**, université Laval, article sur le site :<http://www.fsa.ulaval.ca/personnel/verna/g/pub/veille.html>.

⁴ بن نذير نصر الدين، مرجع سابق، ص197 .

4_دوافع اليقظة التكنولوجية :

الدوافع إلى ظهور يقظة تكنولوجية متعددة، فتوسع دائرة المعارف و تطور وسائل البحث و التجربة عوامل ساعدت في الرفع من معدل الابتكارات و نسبة التطور التكنولوجي بين المؤسسات، مما دفعها إلى وضع هيئات تختص بالرصد التكنولوجي ،و يمكن تلخيص دوافع الرصد التكنولوجي فيما يلي¹:

-تسارع التغيرات التكنولوجية ؛

-انخفاض دورة حياة المنتجات نتيجة لارتفاع نسبة المنتجات الجديدة ؛

-المنافسة العالمية الشديدة من خلال الأسعار ؛

-قلة الموردين للمواد الأولية الموجهة إلى قطاعات معينة(كالإلكترونيك،الإعلام الآلي،الكيميائي،...) فكل مؤسسة تبحث عن أخذ منصب الريادة و التآلق في السوق الذي تنشط فيه مطالبة بانتهاج يقظة تكنولوجية دائمة و مستمرة طالما أن الغرض من هذه الأخيرة هو التعرف على مختلف التكنولوجيات الموجودة في محيط المؤسسة و بدرجة أولى القطاع الذي تنتمي إليه،من تجميع المعلومات و استغلالها و تتمثل مصادر المعلومات لليقظة التكنولوجية في:

-تراخيص براءة الاختراع (فمثلا في الجزائر يمكن أن يمدنا المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

بمعلومات حول ذلك)

-الدوريات العلمية

-الجرائد و الرسائل المختصة في التبادل التكنولوجي و اليقظة التكنولوجية

-تقارير الشركات و المعارض.

الفرع ثاني: اليقظة التجارية:

إن اليقظة التجارية تهتم برصد ومتابعة المعلومات المتعلقة بالزبائن والأسواق والموردين، سيما المتعلقة بتسويق المنتجات، ومدى كفاءة وفعالية القائمين بالمهام التسويقية في المؤسسة مقارنة بأهم المنافسين، قصد تحسينها لإحداث تفوق تسويقي².

وهي العملية التي تتمكن عن طريقها المؤسسة من رصد كل المعلومات المأثرة والمتأثرة بسلوكها التجاري، و بسلوك المستهلكين والزبائن الحاليين واحتياجاتهم المعلنة والغير المعلنة، وكذلك الزبائن المحتملين وتوقعاتهم، وهي ذلك النشاط الذي يهتم بدراسة العلاقات التجارية للمؤسسة بينها وبين مورديها وزبائنها، ومن خلالها يمكن للمؤسسة أن تراقب أجزاء السوق، وتتعرف على نقاط قوتها وضعفها أثناء تعاملاتها مع مورديها وزبائنها، ومتابعة التطور في حاجات المستهلكين و سلوكياتهم، وفي عروض الموردين والاطلاع على مهاراتهم التسويقية ومعدلات نمو السوق. كما يرى (Heyde، 1995) أن اليقظة التجارية هي أكثر أنواع اليقظة ربحية في المدى القصير وذلك لارتباطها بالتعاملات الجارية للمؤسسة مع

¹هوارى معراج، ناصر دادي عدون،اليقظة التكنولوجية كعامل للإبداع في المؤسسة الاقتصادية،مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير،جامعة سيدي بلعباس،الجزائر،عدد خاص ، ص159 .

² بن نذير نصر الدين ،مرجع سابق، ص198 .

متعامليلها، وتعكس طبيعة علاقاتها التجارية مع زبائنها ومورديها، كما وأنها تمتد لمدى متوسط وذلك لأنها تعبر عن السياسات التجارية للمؤسسة، وقدراتها التعاقدية والتفاوضية والتزاماتها المالية مع أطراف التعاقد زبائن كانوا أم موردين¹. من خلال التعاريف السابقة يتجلى لنا أن ميادين اهتمام اليقظة التجارية تتمحور حول الزبائن والموردين بصفة عامة:

أ- الزبائن: ²

إن المؤسسات تولي اهتماما وتسعى جاهدة لمعرفة حاجات ورغبات زبائنها الحاليين اعتمادا على أساليب وتقنيات تسويقية لتعمل على إشباعها، ويمكنها من توقع واستباق التطورات الحاصلة في تلك الحاجات والرغبات لتكون على أتم الاستعداد لتلبيتها والتعامل معها، إذ يجب على المؤسسة أن تقيس باستمرار مدى رضا زبائنها حتى ولو كان معظمهم راضين على منتجها، إلا أنه يجب عليها أن لا تهمل غير الراضين حتى ولو كان نسبتهم قليلة، والاطلاع على ملاحظاتهم وآرائهم بهدف تحسين جودة المنتجات لذا يجب على المؤسسة تسجيل الشكاوي المقدمة من طرف زبائنها و تبحث عن أسباب عدم الرضا و تتعامل معها بجدية من خلال التعويضات، رد المشتريات، إصلاح الأعطاب... الخ، حتى تتمكن من كسب ولاءهم على المدى البعيد لان عدم رضا بعض الزبائن قد ينتقل بسرعة إلى الفئات الأخرى وبذلك يبتعد زبائن المؤسسة عنها ويتجهون إلى المنافسين، وأيضا معرفة المؤسسات للوسائل والطرق التي يعتمدها الزبائن في دفع المستحقات و ثمن المشتريات، وقد تلجأ في ذلك إلى تتبع الزبائن خلال الفترات السابقة أو تخصص أفراد لجمع معلومات عن قدرات دفع الزبائن من البنوك أو المنافسين... الخ، وربما تهدف هذه المراقبة لتجنب المشاكل وتوتر العلاقات بين المؤسسة وزبائنها، ويلعب الموزعون كذلك دورا مهما في تحديد مدى نجاح المؤسسة وإيصال سمعتها وشهرتها إلى الزبائن، إذ يمكن أن تخسر المؤسسة عدد كبيرا من زبائنها بسبب الموزعين لذا وجب عليها أن تتبع باستمرار العلاقات بين الموزعين و الزبائن.

ب- المورد: ³

إلى جانب الزبائن فإن المورد يحظى باهتمام المؤسسة طالما أنه يؤمن للمنتج المادة الأولية ولهذا فإن المؤسسة بحاجة إلى متابعة تطور منتجات مورديها وعروضهم (إمكانية الحصول على المادة الأولية بأقل سعر، احترام آجال التسليم... الخ) و الهدف من وراء ذلك هو تطوير العلاقة المبنية على الثقة مع المورد، لضمان التموين المنتظم بالمواد الأولية في شروط مناسبة، مما يسمح للمنتج بتوفير السلعة حسب حاجة الزبون وبالنوعية الجيدة، وعليه يجب أن يتوفر ويتضمن في ملف المورد كل المعلومات التي تتعلق به خاصة قدراته الإنتاجية، المزايا التي يقدمها، المنتج المقدم، نوعيته والفترة الممكنة للتسليم... الخ.

من خلال ما سبق يمكن القول إن اليقظة التجارية هي عبارة عن دراسة السوق الأمامي والسوق الخلفي، على حد سواء بمعنى متابعة الحاجات المتطورة للزبائن والعمل على تلبيتها مع محاولة جلب الزبائن غير المهتمين بمنتجات المؤسسة إلى جانب البحث أو التنقيب عن موردين جدد مع الحفاظ على العلاقة الموجودة بين المورد الدائم.

¹ فالتة اليمين، مرجع سابق، ص 92 .

² قوجيل نور العابدين، مرجع سابق، ص ص. 36 - 37.

³ هواري معراج، ناصر دادي عدون، اليقظة التكنولوجية كعامل للإبداع في المؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، عدد خاص، ص ص. 162 - 163 .

الفرع الثالث: اليقظة التنافسية

يعود الفضل الكبير في ظهور اليقظة التنافسية وانتشارها إلى مايكل بورتر، إذ بعد صدور كتابه "الميزة التنافسية" ازداد الاهتمام بالمنافسين واتسع نطاق المنافسة ليتعدى المنافسين الحاليين داخل قطاع الصناعة ويشمل المنافسين المحتملين ومنتجي السلع البديلة و الموردين و الموزعين.¹

ويمكن تعريف اليقظة التنافسية على أنها: "النشاط الذي يسمح للمؤسسة بالتعرف على منافسيها الحاليين والمرتبين والداخلين الجدد إلى السوق، وذلك من خلال المراقبة والرصد المستمر لأنشطتهم والتنبؤ بها، وعليه تتعلق اليقظة التنافسية بالمتابعة الدقيقة والصارمة لتحركات المنافسين، حتى يتم فهم سلوك المنافسين وتوقع أفعالهم المستقبلية، ويمكن حصرها في العناصر الأساسية الآتية كما حددها "Porter" والتي يمكن اعتبارها معلومات كمية:

➤ الأداء الحالي للمنافسين.

➤ إستراتيجية المنافسين.

➤ الأهداف الجديدة للمنافسين.

➤ قدرات المنافسين.

➤ قرارات وأفعال المنافسين.

أما فيما يتعلق بالمعلومات النوعية والتي تعتبر ذات أهمية بالنسبة لنشاط اليقظة التنافسية، فيمكن حصرها في النقاط الآتية:

➤ الجهود المبذولة في ميدان البحث والتطوير.

➤ العلاقات مع الموردين الجدد.

➤ إطلاق المنتجات والأسواق الجديدة.

➤ جاذبية تكنولوجيا جديدة.

➤ حملة إخبارية جديدة.

➤ تطور حصص السوق.

وإن تقييم قدرات المنافسين واستراتيجياتهم باستمرار عبر جمع المعلومات الكمية والنوعية يعتبر ذات أهمية كبيرة كونها ضرورية لرصد ومراقبة المنافسين لتوقع سلوكهم، كما تمثل أيضا تكلفة الحصول وتخزين المعلومات من بين المحددات التي تقف عائقا أمام ممارسة اليقظة التنافسية التي تؤخذ بعين الاعتبار في إعداد إستراتيجية المؤسسة.

كما أن عملية ممارسة اليقظة التنافسية أو رصد المعلومات على المنافسين تختلف باختلاف حدة المنافسة ونشاط المؤسسة، إذ يتم حصر أهم المتغيرات التي ترفع من درجة حدة المنافسة في:

➤ العدد الكبير والمتوازن من المنافسين، بحيث لا يوجد رائد حقيقي في السوق، وبالتالي من الصعوبة مراقبة العدد الكبير من المنافسين في نفس الوقت، ولهذا من الأجدد مراقبة الحصص السوقية.

¹فوجيل نور العابدين، مرجع سابق، ص. 38 .

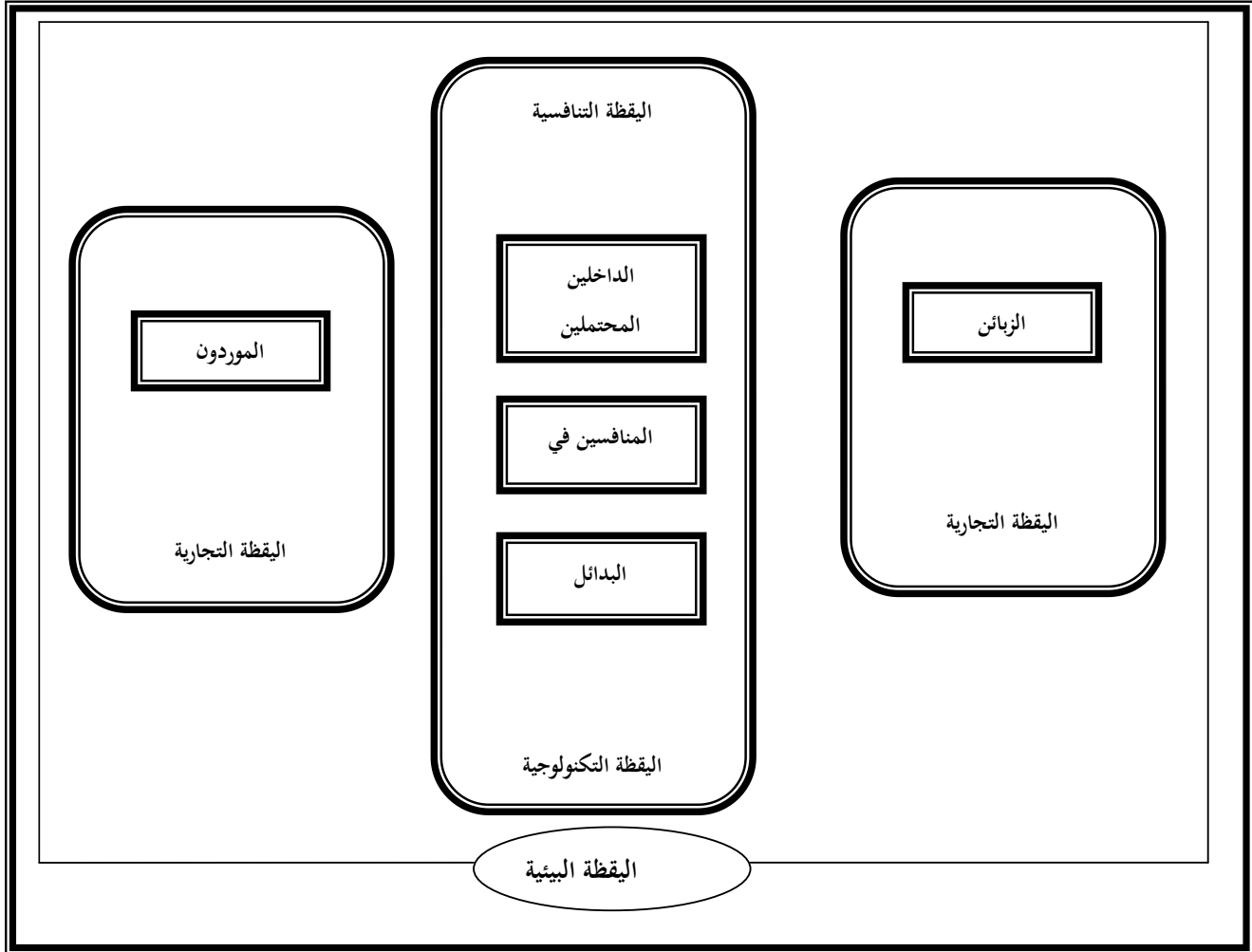
✚ بطء نمو القطاع الذي يتطلب مراقبة النمو ومقارنته بالقطاعات المنافسة وارتفاع التكاليف الثابتة حيث تؤثر هذه
الوضعية على المؤسسة وتدفعها إلى بيع منتجاتها بأي طريقة حتى يتم تغطية التكاليف الثابتة.
✚ المنتجات الغير المتميزة حيث ينظر للمنتج على أنه من الضروريات الأولية، فالزبون يركز في اختياره للمنتج على
السعر وجودة الخدمة المقدمة.
✚ ارتفاع في القدرات الإنتاجية، إذ يتم الاعتماد في هذه الحالة على تتبع سياسة استثمار المنافسين وعمليات الإنتاج،
حيث يتطلب معرفة الاستراتيجيات المعتمدة من قبل المنافسين لمعرفة سلوكياتهم وأفعالهم وعدم ترك مجال للمفاجأة.
✚ في حواجز الخروج من القطاع عندما تكون مرتفعة، وحواجز الدخول للقطاع عندما تكون ضعيفة .
✓ كما تعتبر مجالات المتخصصة وتقارير الهيئات المختصة والمعارض التجارية وغيرها من مصادر المعلومات، منبعا مهما
وشبكة واسعة تمنح للمؤسسة معلومات عن البيئة الخارجية لها وعن المنافسين، ويتطلب من المؤسسة أن تكون يقظة
وبصفة مستمرة في مراقبة المنافسين في السوق¹.

¹ بن نذير نصر الدين، مرجع سابق، ص 195 – 194 .

الفرع الرابع: اليقظة البيئية:

تتم هذه اليقظة بمكونات البيئة الخارجية العامة أي العوامل غير المرتبطة مباشرة بمهنة المؤسسة وهي تشمل اليقظة الاجتماعية، اليقظة الاقتصادية، اليقظة السياسية والتشريعية، ويعتبر تطبيق هذا النوع من اليقظة مهمة صعبة بالنسبة للمؤسسة، لأنها تتطلب مراقبة مستمرة ومتواصلة لجانب واسع من البيئة الخارجية المتبقية للمؤسسة، وبالتالي يجب تحديد جوانب معينة فيها والقابلة لمنح المؤسسة فرصا يمكن استغلالها في تحسين أدائها¹.

و الشكل الموالي يوضح الأنواع الأربعة لليقظة الإستراتيجية(التكنولوجية،التنافسية،التجارية،البيئية)



Source :Laurent Hermel,maitriser et pratiquer veille stratégique et intelligence économique, Editions afnor,2 eme édition,France,2007,p 8.

شكل رقم 02_05: الأنواع الأربعة لليقظة مجتمعة مع نموذج قوى الخمس للتنافس ل Michel Porter

من خلال الشكل المبين أعلاه يتضح بان اليقظة الإستراتيجية هي عبارة عن تنوع في جميع المجالات ففي الجانب التكنولوجي تقوم اليقظة التكنولوجية والتنافسية التنبؤ بالداخليين المحتملين إضافة إلى إعطاء البدائل و معلومات دقيقة عن

¹ قوجيل نور العابدين، مرجع سابق، ص 34 .

المنافسين في القطاع على شكل تقارير عن التكنولوجيات المستعملة وكذلك سياسات التسعير والإنتاج... إلخ أما اليقظة التجارية فتستعمل للكشف والبحث عن معلومات عن الموردين من اجل توطيد العلاقات إضافة إلى معلومات عن الزبائن وهذا من اجل تقديم أفضل الخدمات والولاء، أما اليقظة البيئية فهي البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة في كافة المجالات السياسية والاجتماعية والقانونية والتشريعية والإعلامية وكل شيء يؤثر بالمؤسسة وفي الفرع الموالي سنتطرق إلى أنواع من اليقظة.

الفرع الخامس: أنواع أخرى لليقظة

1- اليقظة الاجتماعية

وتعني اليقظة الاجتماعية أنها إدراك مختلف التغيرات التي يمكن أن تحدث داخل المجتمع بأسرع وقت ممكن، والتي يمكن لها أن تعرض المنظمة لخطر الاضطراب وتأثر على علاقتها بالمحيط¹. إذ تسمح اليقظة الاجتماعية بإظهار العديد من التحولات مثل التغيرات الديموغرافية وتطورات المدن والصراعات التي تحصل في المجتمع والتي من شأنها أن تشكل خطراً أو تحدث توتراً للمؤسسة. وتستطيع المؤسسة من خلال اليقظة الاجتماعية أن تلاحظ وتنقب بيئتها الاجتماعية والثقافية لتكون على اطلاع دائم بأهم التطورات الحاصلة في تلك البيئة من عادات وتقاليد واعتراضات دينية وعرقية والتركيبية الثقافية والأخلاقية وهيكله الأسر والعائلات... إلخ.²

إذ تهدف اليقظة هنا إلى الحد والتقليل من الآثار السلبية خاصة فيما يتعلق بالعلاقات القائمة بين المؤسسة و موظفيها لتتمكن من توفير مناخ اجتماعي جيد يساعد في ترقية المعاملات والتبادلات بين أفراد التنظيم.³

2- اليقظة الاقتصادية

ترتبط اليقظة الاقتصادية بمختلف التطورات والمتغيرات الحاصلة في البيئة الاقتصادية للمؤسسة، حيث تتبع من خلالها المؤسسة أنشطة البنوك وما يتعلق بها، والوضع الاقتصادي العام ومستوى المداخيل والأجور، وتطورات أسعار الاستهلاك والإنتاج... إلخ، أي جميع الأنشطة الاقتصادية.⁴

¹ حمزة رملي : دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الإستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، 2014، جامعة أم البواقي، ص 260.

² VERN A Gérard, op.cit.

³ حمزة رملي، مرجع سابق، ص 262.

⁴ VERN A Gérard, op.cit

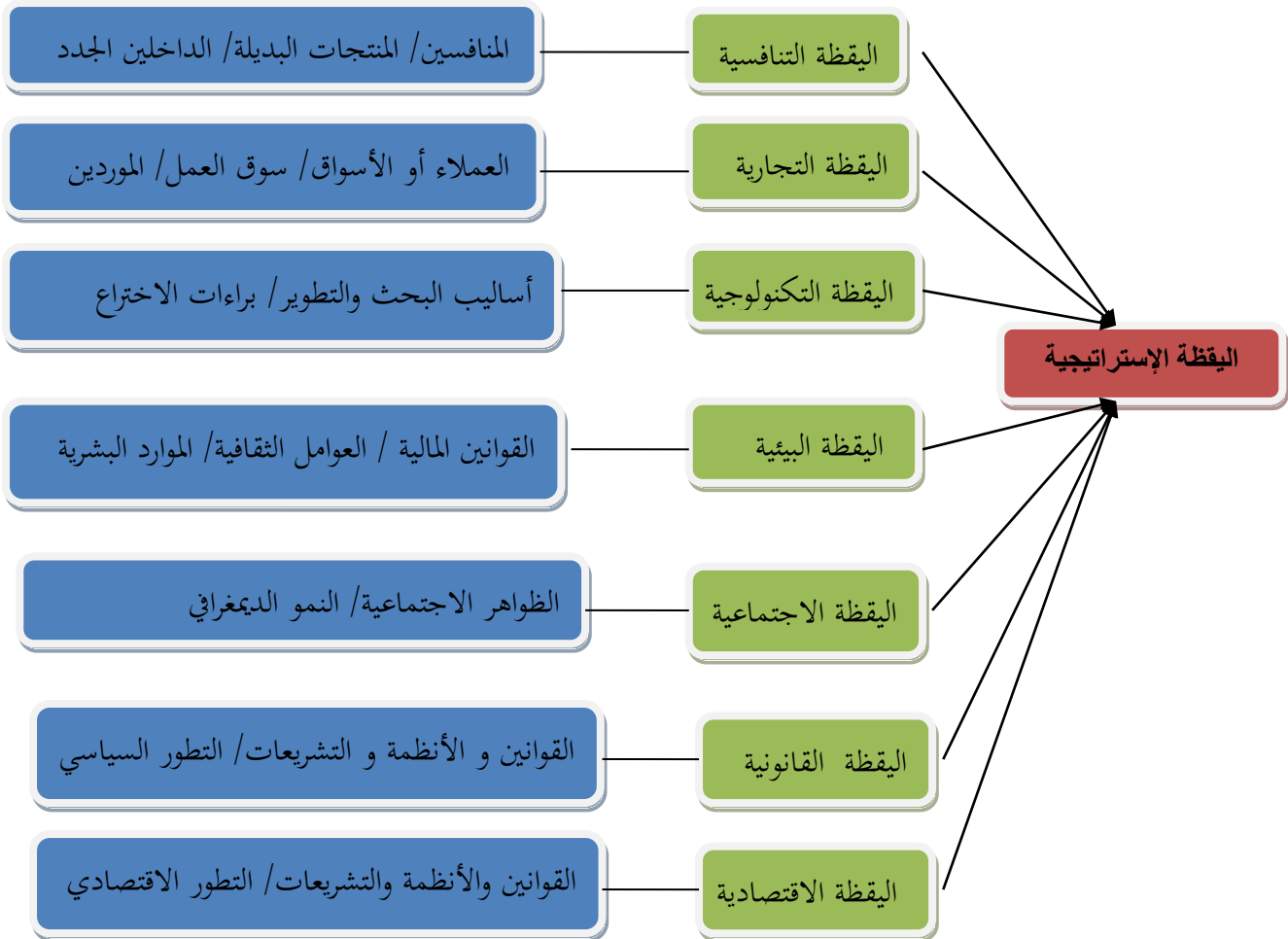
3- اليقظة السياسية والتشريعية

تتمثل اليقظة السياسية والتشريعية في تتبع ورصد تطور القوانين والأنظمة في القطاع الذي تنشط فيه المؤسسة ليس فقط المعايير القانونية، وإنما أيضا المعايير التقنية التي غالبا ما تكون حاسمة في نجاح الأعمال التجارية، فالمؤسسات الصناعية مثلا مهما كان موقعها الجغرافي لا بد عليها من معرفة الأنظمة الموجودة والسائدة في المنطقة.

لذا لا بد على المؤسسة من متابعة هذه القوانين والتشريعات التي تصدر من الهيئات الحكومية أو الوزارية أو أي هيئة من الهيئات الرسمية في الدولة وذلك لأن مثل هذه القوانين تؤثر على نشاط المؤسسة فقد تكون فرصا تمنحها الدولة أو العكس كتخفيض معدل الضرائب أو إعفاء بعض القطاعات منها مثلا.¹

والشكل الموالي يوضح أهم العناصر التي تهتم بها مختلف أنواع اليقظة الإستراتيجية.

شكل رقم (2_6) : أنواع اليقظة الإستراتيجية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معلومات سابقة.

¹علاوي نصيرة، مرجع سابق، ص 115 .

المطلب الثاني: مراحل اليقظة الإستراتيجية ووظائفها وطرقها ووسائلها

الفرع الأول: مراحل اليقظة الإستراتيجية

على المؤسسة أن تتبنى نظام اليقظة الإستراتيجية كنظام لتدعيم قراراتها و يرفع من تنافسيتها و يكسبها ميزة تنافسية عن طريق مراقبة المعلومات الإستراتيجية و التنبؤ بها و التحكم فيها بطريقة ذكية قبل وصولها للمنافسين ، ما يمكنها أن تكون رائدة في مجال نشاطها ، حيث أن نظام اليقظة الإستراتيجية هو نظام متكامل يشمل جمع المعلومات من خلال مراقبة محيط المؤسسة و تتبع كتل تطوراتها و تغيراته ثم تحليل المعلومات المستهدفة و كل ذلك ضمن عمل توقعي للأحداث و التغييرات الممكن حدوثها مستقبلا.

اختلف الباحثون في تحديد مراحل اليقظة الإستراتيجية فمنهم من يرى لليقظة ثلاثة مراحل ، ومنهم من يجد أربعة مراحل ، ومنهم من يحدد لها ستة مراحل ، ومنهم من يذهب إلى عشرة مراحل و يعود هذا الاختلاف حسب إلى ثلاثة أسباب هي¹:

سبب تاريخي :

ونعني بذلك إن تحديد مراحل اليقظة تأثر إلى درجة كبيرة بتطور المعلومات والمفاهيم والنظريات المتعلقة باليقظة الإستراتيجية ، فبعد إن مكنت الأبحاث والدراسات الأولى التي أقيمت في هذا المجال من وضع ثلاثة مراحل ، جاء تطوير النظريات في وقت لاحق ليتمكن من حصر أدق و إلمام أكبر بالموضوع ، الشيء الذي جاء على أثره تقسيم عملية اليقظة إلى ثلاثة مراحل ، ثم إلى أكثر من ذلك.

سبب تدقيقي :

بمعنى إن الاهتمام بالدقة يختلف حسب الأفراد وأيضا حسب الهدف المرجو من اليقظة الإستراتيجية نفسها ، وهذا ما جعل الباحثين يختلفون في عدد المراحل.

سبب اصطلاحي :

ونقصد بذلك إن عدم الاتفاق حول التسمية هو الذي جعل الباحثين يختلفون فيما بينهم، وفي الحقيقة فإننا لنجد من يتكلم عن المراحل قاصدا بها الخطوات، ومن يستعمل وقت قاصدا به المراحل. ومهما كان عدد المراحل التي يراها البعض والبعض الآخر في عملية اليقظة الإستراتيجية ، فإن الغاية من التقسيم (وهو عبارة عن تقسيم زمني أكثر منه تقسيم عملي) تكمن في إبراز مختلف الحلقات المتسلسلة لعملية اليقظة الإستراتيجية نفسها ، وهذا يعني أننا نقبل الفكرة القائلة بأن اليقظة الإستراتيجية عبارة عن عملية.

¹فوجيل نور العابدين، مرجع سابق، ص 26.

تم اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة وفق عدة مراحل وتضم كل مرحلة مجموعة من الخطوات كما يلي¹:

أولا: البحث عن المعلومات: هي أول مراحل اليقظة الإستراتيجية وتضم الخطوات التالية :

1- الاستهداف: إن استهداف اليقظة الإستراتيجية و العملية التي يتم من خلالها تحديد الجزء البيئي الذي تريد المؤسسة حراسته بشكل استباقي من أجل تركيز انتباههم ومجهودهم من أجل الحصول على المعلومات المناسبة، لإعطاء فعالية أكبر لعملية اليقظة الإستراتيجية، فمن خلال عملية الاستهداف يتم تحديد هدف اليقظة الإستراتيجية ويعتبر الهدف نتيجة لعملية الاستهداف وهذه النتيجة تتضمن إعداد جدول ذو مدخلين تسجل به قائمة أسماء المتعاملين من جهة وقائمة الموضوعات من جهة أخرى و إعداد قائمة للكلمات المفتاحية التي تتسم بالبحث عن المعلومات، بالإضافة إلى إعداد قائمة أخرى لمصادر المعلومات المستقصاة.

والجدير بالذكر أنه لا يمكن تغيير الهدف باستمرار كون أن اليقظة الإستراتيجية معتمدة عليه، بل يجب تطويره دائما حسب احتياجات المسؤولين بالمؤسسة.

2- مجالات الاستهداف: تهتم عملية الاستهداف بالاعتماد على العناصر التالية:²

***الأعوان:** العون هو كل شخص طبيعي أو معنوي تصدر عنه أفعال وقرارات يحتمل أن تؤثر سلبا أو إيجابا على مستقبل المؤسسة، وهذا التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر، ويمكن أن تتضمن من خلال الحدث الناجم عن العون مثل : إنتاج منتج جديد أو تقنية جديدة، ويكون العون مستهدفا إذا كان بإمكانه إحداث تغييرات في بيئة المؤسسة، تؤدي إلى نتائج هامة للمؤسسة لهذا وجب الاهتمام بجميع الأعوان الحاليين و المحتملين كون أن العون المحتمل اليوم يمكن أن يصبح عوننا مهما و مؤثرا بشكل سريعا في فترة لاحقة.

***الموضوع :** يتمثل الموضوع في النشاط الذي يمارسه العون أو الخصائص التي يمتاز بها والتي تتعلق بمجال اليقظة الإستراتيجية، وبعبارة أخرى فهي كل ما يتعلق بالعون الحالي أو المحتمل فتقوم المؤسسة بجمع جميع المعلومات المتعلقة به والتي يحتمل أن تؤثر في قراراتها ومن أمثلة ذلك ما يلي:

الزبون: تحديد المشاريع التي من الممكن أن تكون المؤسسة موردا له.

المنافس: تحديد شركائه وتوجهاته و أبحاثه.

***سيرورة الاستهداف:** تتم عملية الاستهداف من خلال مرحلتين هما :

-نقطة الانطلاق: هي الهدف الرئيسي للمؤسسة، في القسم أو في مجال النشاط.

- نقطة الوصول: هي الوثيقة التي تسمى هدف اليقظة الاستراتيجي.

3- التعقب: هي عملية استباقية تمكن أعضاء المؤسسة من الحصول على معلومات اليقظة وقد تم اختيار هذا المصطلح للدلالة على أن هذه المعلومات لا يتم الحصول عليها صدفة أو بشكل تلقائي، بل يكون نتيجة للجهد الإداري،

¹ Humbert LESCA, op cit, p8.

² Humbert Lesca, Rim Dourai, « Traque et remontée des informations de veille stratégique anticipative : une approche par la notion d'épanouissement de soi », (Facef Pasquiza volume 7 N° 2 , France, 2004)P6.

التطوعي و الإستباقي المبذول من طرف أشخاص مكلفين بالبحث التقصي وجمع معلومات اليقظة الإستراتيجية يعرفون بالمتعقبين.

والجدير بالذكر أن عملية التعقب تتطلب من المتعقبين مجهودات و قدرات إدراكية كبيرة لتحسس المعلومات نظرا لل صعوبات الكبيرة التي تواجهها والتي تحتاج لإدارة قوية من قبل المتعقبين من جهة وتحفيز من طرف المسؤولين من جهة أخرى.

ثانيا -تحليل المعلومة ومعالجتها: بعد مرحلة جمع وتحصيل المعلومات تأتي المرحلة الثانية والمتمثلة في تحليل و معالجة المعلومات وتهدف هذه المرحلة إل فرز المعلومات لإبقاء المعلومات الأساسية والتي تعطي قيمة أكبر لعملية اتخاذ القرار، وتضم هذه المرحلة الخطوات التالية:

1- الاختيار: إن اختيار المعلومات هي العملية التي يتم من خلالها الإبقاء على المعلومات التي تهم أعضاء اليقظة الإستراتيجية ويؤدي غياب الإستراتيجية في هذه المرحلة المهمة والحاسمة إلى وجود معلومات كثيرة جدا تؤدي إلى خنق عملية اليقظة بينما الانتقاء الصارم جدا يؤدي إلى إفقار عملية اليقظة.

* **القائم على عملية الاختيار:** يختلف القائم على عملية الاختيار باختلاف مصادر المعلومات المحصل عليها فإذا كانت هذه المعلومات من مصادر ميدانية يقوم المتعقب نفسه بانتقاء أفضلها بمفرده وفي نفس لحظة جمعها بينما إذا كانت هذه المعلومات من مصادر وثائقية فيتم انتقاؤها كمايلي:

يقوم المتعقبون المستقرون في البداية بقراءة المنشورات والبحث في قواعد البيانات وكذا على الانترنت... الخ، و من ثم القيام بعملية انتقاء ينتج عنها معلومات أولية متمثلة في بعض الأسطر إلى عدة صفحات بحسب الحالة ثم يتم إرسال هذه المعلومات الأولية إل خبير.

الخبير هو الوحيد الذي يستطيع أن يختار من اجل استخراج المعلومات الأساسية من هذه المعلومات الأولية و حالات الانتقاء لا بد أن تكون وفقا لمعايير تساعد على القيام بهذه العملية فنتيجة الانتقاء (المتمثلة في الوصول إلى المعلومات الأساسية) بعضا منها ينتج من بناء أهداف اليقظة كأسماء المتعاملين، أسماء الموضوعات، الكلمات الرئيسية... الخ، كما يوجد هناك معيار آخر مرتبط بمفهوم اليقظة الإستراتيجية و المتمثل في الميزة التوقعية للمعلومات.¹

2- صعود المعلومات: هي العملية التي يتم من خلالها إرسال معلومات اليقظة الإستراتيجية من طرف المتعقب إلى الشخص المكلف بالتخزين، والذي غالبا ما يكون منشط ومنظم لعملية التخزين، وتتطلب مايلي:

* معرفة مستقبل المعلومات، وتقديمها له دون أي تردد أو تعقيد ا بغرض ربح الوقت.

* تحديد الوسائل اللازمة والملائمة لإرسال المعلومات .

3- التخزين الذكي للمعلومات: يعد تخزين معلومات اليقظة الإستراتيجية أمرا ضروريا لاستغلال هذه المعلومات بطريقة فعالة فهو يجسد تجميع المعلومات التي يجب أن يكون الوصول إليها أمر سهل وبسيط بالنسبة للأشخاص المرخص لهم، والتخزين يمكن أن يكون رصيد معرفي للمؤسسة و يكون التخزين إما:

✚ تخزين معلومات المستوى الأول الناتجة عن عملية انتقال للمستوى الأول مثل: مقال صحفي.

¹علاوي نصيرة .مرجع سابق.ص 124.

تخزين المعلومات المهمة الناتجة عن المعلومات الأولية وتكون إما نتيجة اختيار الدرجة الثانية، أو هي نتائج ملتقط من المتعقبين مباشرة، و يكون التخزين إما في وحدة مركزية أو في وحدات موزعة مختلفة ومتراصة فيما بينها اختاريا عن طريق الشبكة.

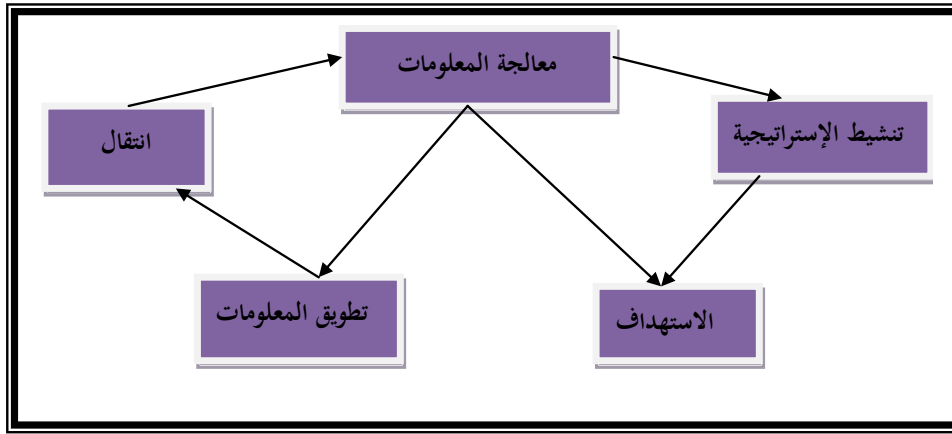
4- معالجة معلومات اليقظة الإستراتيجية: تختلف طريقة معالجة معلومات اليقظة الإستراتيجية باختلاف أنواع هذه المعلومات: ففيما يتعلق بالمعلومات المحتملة و التي تعطي ترجمتها استعلام حول قدرات المتعامل المستهدف (نقاط القوة و الضعف) بهدف تحليل و تقييم القدرة على العمل في الحاضر أو المستقبل، مثلا إذا كان المتعامل المستهدف منافس من المهم الاستعلام حول القدرات المالية والتحالفات الحالية والمحتملة، القدرات الابتكارية شركاؤه... الخ¹.

ثالثا: استعمال المعلومات: تعتبر المراحل السابقة جوهر عملية اليقظة الإستراتيجية إذ يتم من خلالها انتقاء ومعالجة المعلومات ثم الخروج منها بالمعلومات الأساسية لكي يتم استعمالها خلال هذه المرحلة لاستعمالها في اتخاذ القرارات اللازمة وتحقيق المردودية كون أن عملية تخزينها دون استعمال تعتبر تكاليف زائدة للمؤسسة.

رابعا -تنشيط اليقظة الإستراتيجية: تقع مهمة التنشيط على عاتق منظم ومنشط جهاز اليقظة الإستراتيجية حيث تعتبر اتصالية لهذا تتطلب المهمة شخصا محفزا و ذلك من اجل التعامل مع المستخدمين المحتملين للمعلومات كما يجب أن يتوفر في هذا الشخص أيضا صفات التفاهم مع الغير وجودة التنظيم وكذا الصرامة والكفاءة المزدوجة من جانب التوصيل وجانب المهارات التقنية بالإضافة إلى السيرة على بعض أدوات الكمبيوتر لأنها أساسية في العصر الراهن، وتتألف عملية تنشيط المعلومات مما يلي :

- تحفيز أعضاء خلية اليقظة تتبعهم خاصة المتعقبون الميدانيون وحثهم على العمل و الإبداع
- تنسيق عمل الأعضاء في استقصاء المعلومات والأفكار من اجل إخراج التفسير والمعنى.
- التأكد من أن عدم بقاء المعلومات نائمة في المخازن ورؤوس الأفراد داخل المؤسسة.
- اقترح مصادر جديدة محتملة للمعلومات.
- متابعة طلبات الحصول على المعلومات من أعضاء المؤسسة.
- إنعاش و تطوير آلية اليقظة الإستراتيجية.
- الاعتماد على نموذج مختار من قبل المؤسسة، إذ يمكن مثلا إعطاء المعلومات التجارية لشخص واحدة أو عدة أشخاص، و ينشأ هذا الوضع لا سيما عند تخزين المعلومات، ويتم توزيع المعرفة بين مختلف الخبراء.

¹كرومي سعيد، أهمية اليقظة الإستراتيجية في تفعيل قرارات المؤسسة الجزائرية:دراسة مقارنة بين جازي.نجمة.موييليس، رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.الجزائر،2009،ص127.



Source: Humbert Lesca, Varon Fason La Veille Stratégique, un facteur clé de succès pour les PME/PMI voulant devenir fournisseur de grandes compagnies transnationales. P07

الشكل رقم :02_07: مراحل اليقظة الإستراتيجية

يلخص الشكل السابق مراحل اليقظة الإستراتيجية حيث تتمثل المرحلة الأولى في مرحلة الاستهداف، حيث تقوم المؤسسة بتحديد الجزء الذي ترغب المؤسسة في متابعته وجمع المعلومات حوله، تليها مرحلة الرصد التي تتضمن تعيين الأشخاص المساهمين في عملية اليقظة وتحديد المهام المسندة لكل شخص ثم يتم انتقاء المعلومة لتصل إلى الشخص المكلف بتخزينها بطريقة ذكية تعالج لتنشر فيما بعد لتصل إلى المستعمل النهائي والذي غالباً ما يكون المسؤول التنفيذي.

الفرع الثاني: وظائف اليقظة الإستراتيجية

حسب " COHEN Corine " هناك خمس وظائف لليقظة تشمل الآتي¹ :

1. الوظيفة الاستباقية: la fonction anticipative

إن استباق الفرص و لتهديدات التي تنشأ في البيئة يعتبر أحد أهم أهداف اليقظة، فمصادر الفرص و لتهديدات كثيرة ومتنوعة، فمثلاً يمكن أن يكون مصدر التهديدات هم المنافسون كما يمكن أن تكون التشريعات الجديدة، أما الفرص فقد تأتي مثلاً من إمكانية الاستحواذ على أسواق جديدة وظهور تكنولوجيا معاصرة. إذ إن غرض الوظيفة الاستباقية هو تجنب التهديدات، واستغلال الفرص حيث تمكن من تحقيق استجابة أفضل وتحسين القدرة على التكيف.

¹MIAUX Jean-François, **Mise en oeuvre d'une activité de veille : Le cas de Réseau Ferré de France**, mémoire pour obtenir le Titre professionnel "Chef de projet en ingénierie documentaire" INTD niveau I, institut national des techniques de la documentation, Paris, 2010, p p : 17-18.

2 الوظيفة الإعلامية: La fonction informative

باعتبار اليقظة تعطي معلومات يجب أن تكون هذه الأخيرة ملائمة وتلبي احتياجات المؤسسة، لأنها تتعلق بالدراسات والأبحاث التي يقوم بها المنافسون، ويمكن أن تكون هذه المعلومات معالجة أو لازالت على صورتها الخام. فهدف الوظيفة الإعلامية يكمن في تلبية احتياجات المؤسسة من معلومات التي تسمح بالحصول على الفهم الجيد للبيئة، ودراية أفضل لخطط ونوايا المنافسين، والتقليل من حالة عدم التأكد في صنع القرار.

3 الوظيفة التحليلية والتركيبية: La fonction analytique et synthétique

إن الوظيفة الثالثة لليقظة تتمثل في تحليل المعلومات المجمعة، ومن ثم تركيبها والذي بدوره يكمل عملية التحليل، لأنه بذلك يسمح بوصل المعلومات الغير المتجانسة وإعادة بناء قاعدة معلومات ذات مغزى مصممة خصيصا لتسهيل عملية اتخاذ القرار.

وظيفة التشكيل: La fonction de mise en forme

تعتبر وظيفة التشكيل الوظيفة الرابعة لليقظة فهي عبارة عن تنسيق المعلومات وتحليلها وتولييفها، إذ تهدف إلى فهم المعرفة التي تم نشرها.

5 وظيفة الاتصال: La fonction de communication -

تعتبر وظيفة الاتصال الوظيفة الخامسة لليقظة، حيث تسمح بتقديم المعلومات التي تم جمعها، تحليلها، توليفها إلى الأشخاص المناسبين وتسهيل انسيابها.

الفرع الثالث: طرق اليقظة الإستراتيجية

إن تعدد الطرق المستعملة في عملية اليقظة تمنح للمؤسسة إمكانية الحفاظ على موقع تنافسي قوي في السوق وعلى امتلاك ميزة تنافسية دائمة، وتتمثل أهم الطرق في طريقة المعايرة (المقارنة بمنافس نموذجي)، والقياس العلمي باعتبارها تعتمدان أساسا على اليقظة المستمرة للبيئة وتغيراتها، فما مغزى هذه الطريقتين؟

أ- طريقة المعايرة:¹

طريقة المعايرة ابتدعتها شركة Rank Xerox في السبعينات لصد المنافسة الدولية في سوق الآلات الناسخة، إذ تعتبر المعايرة طريقة للمقارنة على أساس معايير مرجعية يمكن الاعتماد عليها في اكتشاف الانحرافات التنافسية، ويعرفها David arnske الرئيس والمدير العام الأسبق لشركة Rank Xerox على أنها: "عملية مستمرة لتقييم منتجاتنا، خدماتنا والطرق مقارنة بالمنافس الأكثر جدية أو بالمؤسسات الرائدة"، ووفقا لهذه الطريقة تقوم المؤسسة باختيار مؤسسة

¹ نحاسية رتبية، أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة " دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003، ص 81.

رائدة تكون الأفضل في مجال النشاط الذي تنتمي إليه أو حتى خارجه، وتقيس أدائها مقارنة بأداء هذه المؤسسة النموذجية.

ويكمن الهدف من هذه الطريقة إنشاء معيار جديد يقاس عليه أداء المؤسسة وتحديد نموذج تتعلم منه كيف يكون التحسين، وبمجرد ما يتم تحديد النموذج الذي يقاس أداؤها يتم تحديد الهدف بأن تلحق بها أو تتفوق عليها من خلال التحسينات التي ستجري على العمليات المناسبة والمعنية بذلك.

وتتضمن عملية المعايرة عدة مراحل تمر بها فهي أولا يجب أن تحدد العملية التي تحتاج إلى التحسين، ثم بعد ذلك تحديد أفضل مؤسسة تتميز في أداء العملية، ثم تجميع معلومات عن هذه المؤسسة، وتحليل البيانات ودراسة الفرق بين أدائها في المؤسستين وأسبابه، ثم تحديد أهداف وخطة التحسين للتساوي بالمنافس أو التفوق عليه، من بعد ذلك تشكيل فرق عمل متكاملة تضم العاملين المرتبطين بالعملية موضع التحسين، وأخيرا تنفيذ عملية التحسين ومراقبة التقدم.

إذ إن اختيار المؤسسة الرائدة في مجال الصناعة يهيئ رؤية بشأن ماذا يفعل المنافسون، وتجدد الإشارة إلى أن طريقة المعايرة تزداد أهميتها عندما تدرك المؤسسة أن هناك فجوة في الأداء بين ما يجب أن يكون وما هو كائن، أو بين ما يؤديه منافس متميز أو نموذجي وبين ما تؤديها المؤسسة، وقد تمثل فجوات الأداء مشكلات يجب حلها أو فرصا يجب استكشافها، لذلك يتطلب الأمر مراقبة مستمرة لإدراك هذه الفجوات وتحليل أسبابها واتخاذ الإجراء المناسب للتعامل معها.

وللقيام بعملية اليقظة يتطلب تواجد وسيلة فعالة تسهل للمؤسسة عملية البحث عن المعلومات بأسرع وقت والتي من خلالها تعزز المؤسسة يقظتها، ولعل أهم هذه الوسائل هي الانترنت.

ب - الانترنت كوسيلة لليقظة: ¹

في أواخر سنة 1968 تمكن مركز البحث القومي الأمريكي التابع لوزارة الدفاع الأمريكي من (Advanced A.R.P.A.net) تحقيق إنشاء شبكة معلوماتية للاتصالات وأطلق على هذه الشبكة اسم هدفها ربط مختلف مراكز البحث العسكري و مع مرور Rsearch Project Agency Network و انتشرت A.R.P.A.net الزمن فتح مركز البحث القومي الأمريكي شبكته للباحثين ثم توسعت شبكة في أكثر من ميدان و في أكثر من مجال لتتطور إلى ما يسمى اليوم بالانترنت.

¹ إبراهيم بختي، دور الانترنت و تطبيقاته في مجال التسويق، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002، ص 29 .

و الانترنت هي شبكة عالمية تربط عدة آلاف من الشبكات و حاسبات آلية و هذا من خلال التوافق بين و للانترنت عدة أوجه لاستخدامه TCP/IP*¹ ،مجموعة من معايير الاتصال تدعى بروتوكول الانترنت ،و التي يمكن تسميتها بالتطبيقات أو بالأحرى الخدمات من منظور تجاري و لهذا سيتم التركيز على أهم الخدمات و المتمثلة في :²

خدمة البريد الإلكتروني - E-Mail :

تسمح هذه الخدمة بإرسال و استقبال رسائل إلكترونية من و إلى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم.على المستوى التجاري يمكن استخدام البريد الإلكتروني لطلب معلومات حول منتج معين أو طلب فواتير شكلية أو إرسال طلبيات للموردين.و بالتالي البريد الإلكتروني حل محل الهاتف،الفاكس،و الرسائل البريدية.

خدمة بروتوكول نقل الملفات - File Transfer Protocol :

تسمح بروتوكول نقل الملفات بالاتصال المؤقت بين حاسبين بفضول هذه الخدمة يمكن جلب الملفات و تحويلها من حاسب إلى آخر عبر الشبكة العالمية.

خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات - World Wide Web :

و هي خدمة الويب و هي من أهم خدمات الانترنت حيث ارتبط بالخدمة العديد من المؤسسات وسيلة من WWW العلمية و الصناعية و الحكومية و التجارية و الثقافية و امتدت حتى للأفراد،فخدمة وسائل الترويج و الدعاية و الإعلان على المستوى المحلي و الإقليمي و العالمي.

خدمة البروتوكول الربط عن بعد - Tele.Net :

تمكن مستخدم الشبكة من التنقل عبر مختلف (الحواسيب) الشبكات الجزئية المتصلة بالانترنت للحصول على معلومات معينة في مجال محدد.

و يمكن للمؤسسة استغلال الانترنت لتدعيم يقظتها و هذا من خلال:

-مراقبة عروض المنافسين: تعتبر المنتديات و موزعي الواب من الوسائل الممتازة لتعيين الموظفين و قد تستعملها المؤسسة لتعيين موظفيها مثلما قد يستعملها منافسوها للعرض ذاته،و من ثم فمن المهم اختبار عروض عمل المنافسين التي نشرت و هذا ما يسهل فهم بعض المؤشرات حول المشاريع المستقبلية و هذا عن طريق معرفة المهارات التي تبحث عنها.

-مراقبة رسائل موظفي المنافسين : يوجد العديد من موظفي المؤسسات المنافسة من يستعملون المنتديات للبحث عن المعلومات ،حيث تعتبر هذه المنتديات الوسط المفضل لتبادل المعلومات بين جميع مستعملي الانترنت ،فمن خلال التتبع

* TCP/IP و هو اختصار Transmission Control Protol/Internet Protocol ل مهمته نقل البيانات من جهاز لآخر و في الوقت نفسه تعمل على ضبط دقة العمل و تحيد سرعة.

² نفس المرجع،ص 37-38.

الدقيق لكل الرسائل الصادر من موظفي المؤسسات المنافسة نحو مورديها و زبائنها، تتمكن المؤسسة من الحصول على كم هائل من المعلومات الهامة و هذا ما يساعدها على فهم نشاط المنافسين.

-الاستعلام عن الإعلانات الخاصة بمنتجات المنافسين بفضّل موزع الواب :موزع الواب أصبح وسيلة أساسية تعتمد عليها المؤسسات حيث أصبح المكان المفضل للزبائن من أجل الاستعلام عن الإعلانات الجديدة للمؤسسة. فمن خلال التفحص الدائم لموزعي المنافسين يمكن الحصول على معلومات حول منتجاتهم الجديدة.

ج- طريقة القياس العلمي:

وهو القياس على أساس علمي، وتحليل ووصف الأشياء وصفا كميًا، وهي مرتبطة بالقياس المرجعي، وأول من اكتشف القياس العلمي وأسس مجلة خاصة بها هما Braun و Nalimon في سنة 1975 ، ويهدف هذا القياس إلى تحديد مجموعات مختلفة من الباحثين العاملين وتقييم التقدم المحرز في أبحاثهم ومن أجل تحسين الأداء والقياس العلمي يتعلق بالتخصصات التالية: العلوم الاجتماعية، دراسة الأوساط العلمية، اقتصاديات البحث والابتكار.

الفرع الرابع: وسائل اليقظة الإستراتيجية

وللقيام بعملية اليقظة يتطلب تواجد وسائل فعالة وتقنيات حديثة تسهل للمؤسسة عمل البحث عن المعلومة بأسرع وقت، ومن أهم هذه الأدوات:

أ- البرمجيات: هي المكونات اللامرئية التي تتولى إدارة موارد الحاسوب ومعالجة وتخزين واسترجاع ونقل البيانات، كما يطلق اسم برمجيات على كل أصناف البرامج الضرورية لتشغيل الحاسوب وتنسيق وحداته، وتسمى برامج النظام إضافة إلى تلك البرامج التطبيقية التي يستفيد منها المستخدم النهائي، فهذان الصنفان يعتبران من أهم تصنيفات البرمجيات.

ب- الأجهزة والمعدات: وهي عبارة عن المعدات المستخدمة لإدخال المعلومات وتخزينها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها وبثها للمستفيد، مثل الأجزاء المادية الملموسة التي يتم تسجيل البيانات عليها.

ج- الانترنت: تعد الانترنت شبكة ضخمة من الحواسيب تمتد عبر الكرة الأرضية متصلة مع بعضها البعض، ويمكن لمستخدمي هذه الحواسيب في الشركات وعند الأفراد استخدام حواسيب أخرى للعثور على معلومات أو التشارك في ملفات وذلك بسبب وجود نظم وبروتوكولات يمكن أن تحكم وتسهل عملية التشارك، إذ تقدم شبكة الانترنت العديد من الخدمات مستخدميه¹.

¹إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص26.

المبحث الثالث: مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية

سنتطرق في هذا المبحث إلى مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية حيث سنعرج إلى ماهو الأثر من استخدام تكنولوجيا المعلومات في ظل نظام يقظة إستراتيجية فعال.

في دراسة لمعهد (sas) والتي اشتملت على مجموعة من المنظمات اعتمدت جملة من الأبعاد لقياس مدى تطبيق نظام اليقظة الإستراتيجية ممثلة ب: جودة وتكامل البيانات داخل المنظمة، الحصول على بيانات وتشارك المعلومات داخل المنظمة، البيئة التحتية لدعم نظام اليقظة الإستراتيجية في الثقافة التنظيمية.

وتوصل (JURIJ ET AL) في دراسة إمكانية اعتماد جودة المعلومات كمعيار لقياس نظام اليقظة الإستراتيجية مستخدمين في دراستهم جملة من الأبعاد لقياس نظام اليقظة الإستراتيجية كالتالي: تكامل البيانات داخل المنظمة، من خلال اعتماد على مصادر مختلفة، الأدوات التحليلية المستخدمة لمعالجة البيانات بالاعتماد على أهم التطبيقات والتكنولوجيات المطبقة ضمن نظام، جودة المعلومات والتي تم قياسها بمدى جودة المحتوى (توفر المعلومات وسهولة فهمها وموضوعية المعلومات وخلوها من التحيز والأخطاء ولحظية المعلومات وتوافقها مع حاجات المستفيد) وجودة الوسائل المستخدمة لتوفير المعلومات والتي تضمن جودة المحتوى.¹

من خلال ما سبق يتضح أن لتكنولوجيا المعلومات دور أساسي في المساهمة في تعزيز اليقظة الإستراتيجية، حيث من اجل أن يكون نظام يقظة فعال يجب توفر مجموعة من الإمكانيات، فيجب توفر تطبيقات تكنولوجيا (البرمجيات) إضافة إلى قواعد البيانات التي يقوم أخصائي اليقظة بتخزين وتحليل البيانات إلى أن تصبح معلومات ذات جودة.

وحسب jakobiak يتمثل الدور الأساسي لليقظة التكنولوجية في السماح للمؤسسة بان تقوم بأفضل تخطيط استراتيجي، كما يعتبرها MOCKLER بأنها تعد الدعامة التي لا يستغنى عنها في عملية اتخاذ القرار على المدى المتوسط والطويل، وقد توصل LAINEE إن ممارسة إي مهنة صناعية تتطلب التحكم في عدد مرتفع من التكنولوجيات لسببين أساسين الأول: متابعة التطور العلمي والتقني يقود بصفة تلقائية إلى استعمال تكنولوجيا حديثة، والثاني: هو الانتقال من طلب معرف ومحدد بعبارة المنتجات إلى طلب جديد محدد هذه المرة بعبارة وظائف تفرض على الصناعيين حيازة مهارات جديدة على مستوى الوظيفة، من أجل المحافظة على مهنتها الأصلية المسيطرة عليها.²

من خلال الفقرة السابقة يشترط على المؤسسة متابعة التطور التكنولوجي الحاصل في البيئة الخارجية من تطور للبرمجيات واستحداث تطبيقات جديدة وكذلك التطور الحاصل في ميدان الشبكات وتأثيراتها على الزبون إضافة إلى اقتناء مكونات مادية جديدة حسب التطور التكنولوجي الحاصل وهذا من اجل ربح الوقت والجهد والتقليل من التكاليف

¹ مريم بلحاج، اليقظة الإستراتيجية ضرورة لاستمرار في البيئة المعاصرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، مارس 2013، ص: 202.

² علاوي نصيرة، دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة دراسة حالة مجمع صيدال، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في إدارة وحوكمة الشركات، تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2015 جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، ص: 54.

المتغيرة والثابتة ، كل هذا التغير التكنولوجي يعتبر عنصرا مهما في اليقظة التكنولوجية التي تساهم في التخطيط الاستراتيجي على المدى الطويل والمتوسط، إذن نستطيع القول بان تكنولوجيا المعلومات تساهم في تعزيز اليقظة التكنولوجية وتعتبر عنصرا مهما في عملية التخطيط الاستراتيجي.

وقد أشار JEAN MICHEL إلى أن بعض المهارات والكفاءات البشرية التي تحتاجها اليقظة الإستراتيجية والمتمثلة في:

محترفو المعلومات والتوثيق: عليهم جمع وترتيب المعلومات الممكنة ويعرفون جيدا مصادر المعلومات ولهم القدرة على التحكم في هذه المصادر.

شبكات الجمع: وهم المساهمون إي الممثلون غير رسميون أو غير الرسميين لليقظة.

العمل الجماعي لأفراد: إذ يساهم كل فرد بطريقته في الاستماع للتطورات الحاصلة في المحيط ويمر بالمداومة حيث يكرس 30% من وقته لمعالجة المعلومات.

إن أنظمة المعلومات تؤثر تأثيرا بالغا على مقدرة المدراء في صنع القرارات الصائبة وإدارة الوحدات التابعة لهم، وانه لم يتم تدفق المعلومات وفقا للهيكل التنظيمية فلن تنجح هذه الهياكل ثم إن طبيعة المعلومات المطلوبة ومصادرها تتغير عند إنشاء المؤسسة نظاما لليقظة الإستراتيجية إذ يجب على المؤسسة امتلاك مصادر إعلامية وتوثيقية ،حيث تبدأ بالاستعمال الذكي لكل ما تتوفر عليه داخليا ،والاهتمام أكثر بتدفقات الشبكات الالكترونية(مصادر شفوية، كتابية،الالكترونية) ورغم توفرها وغزارتها وتنوعها إلا أن الكثير من المؤسسات تهملها ،هذه المهمة ليست بالسهلة وتزداد صعوبة عندما تبحث المؤسسة عن تمييز المعلومة المنتقاة، كما يجب إن تمتلك موارد منهجية وتكنولوجية فتستعمل وسائل جديدة ذات طبيعة منهجية وشبكات الكترونية(الانترنت،الاكسترن،الانترانت)،وقد تبرز شبكة تبادل المعلومات الداخلية أهم وسيلة للإعلام والاتصال داخل المؤسسة لتفعيل دور اليقظة الإستراتيجية،والتي تهدف إلى تسهيل المشاركة في المعلومة داخل المؤسسة وتقليل تكلفة الاتصال والحصول على المعلومات ،وان وضع نظام انترانت عملي يتطلب أسابيع وأشهر مع تغييرات ثابتة للتكيف مع احتياجات المؤسسة والتكنولوجيات المتقدمة.¹

¹ قوجيل نور العابدين،مرجع سابق،ص:83.

خلاصة الفصل الثالث

من خلال هذا الفصل يتضح أن المعلومات أصبحت تمثل اليوم مصدرا إستراتيجيا هاما على مستوى المؤسسات و ذلك لما يمكن تحقيقه من قدرات و ميزات تنافسية في مواجهة التهديدات و اكتساب قوة جديدة.

فاليقظة الإستراتيجية كما تم توضيحه تعتبر نظام معلومات يسمح للمؤسسة بتتبع و رصد كل ما يحدث في محيط المؤسسة، فهي نظام يساعد في أخذ القرارات بالمراقبة و التحليل للمحيط العلمي و التقني التكنولوجي و المؤثرات الاقتصادية الحاضرة و المستقبلية لالتقاط التهديدات و الفرص التطورية حيث تركز اليقظة الإستراتيجية على المعلومات الإستراتيجية.

و من أجل أن تكون اليقظة الإستراتيجية فعالة فهي تعتمد على معلومات أهمها إشارات الإنذار المبكرة و هي معلومات توقعية ضعيفة و غامضة و أسبقية تعطي للمؤسسة تصورا بأن شيء سيحدث و له تأثير على نشاط المؤسسة. كما أوضحت معلومات هذا الفصل أن اليقظة الإستراتيجية مصطلح عام و شامل تنطوي تحته أنواع عديدة كل حسب النشاط و المجال المستهدف، و ما على المؤسسة إلا أن تختار المجال الذي سوف تركز فيه جهودها لليقظة، سواء أكان المجال التكنولوجي، أو التنافسي أو التجاري أو البيئي أو أي مجال آخر يكون له أهمية و تأثير كبير على المؤسسة.

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

تمهيد

إن تحول الجزائر إلى مرحلة اقتصاد السوق بالإضافة إلى دخول مستثمرين أجنبى، أدى إلى دخول المؤسسات الجزائرية عالم المنافسة، وبالتالي أصبحت أمام حتمية اليقظة الإستراتيجية حتى تحقق الريادة وتحافظ على بقائها ونموها، هذا من جهة ومن جهة أخرى مواكبة التقدم التكنولوجي الحاصل وجعله ميزة تنافسية يساهم في التنبؤ المستقبلي لفائدة المؤسسة استراتيجيا.

ولمعالجة هذا الموضوع وقع اختيارنا على مؤسسة اتصالات الجزائر ليس لعدة أسباب نراها مهمة، نلخصها في نقطتين لا أكثر:

مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي أي تعود ملكيتها للدولة بحيث أنها أداة مهمة لإحداث التوازن الاقتصادي والاجتماعي؛

المؤسسة تصنف على أنها خدمية وهو ما يجعلها تستخدم تكنولوجيا المعلومات على وظائف المؤسسة.

بعد ما تطرقنا في الفصلين السابقين لكل من تكنولوجيا المعلومات واليقظة الإستراتيجية من جانبهما النظري، سنقوم في هذا الفصل بإسقاط ما تم التوصل إليه نظريا على مؤسسة اتصالات الجزائر - بسكرة.

حيث سنحاول معرفة كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات بإبعادها في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بأنواعها في مؤسسة

اتصالات الجزائر وذلك من خلال ثلاث مباحث، هي كالآتي:

المبحث الأول: سياق الدراسة (تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر).

المبحث الثاني: تصميم الدراسة.

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة

خلاصة الفصل

المبحث الأول: تعريف عام بالمؤسسة

تحتل المؤسسة اليوم دورا هاما في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، حيث أن الاستقرار على مستوى المؤسسات يؤدي للاستقرار على المستوى الكلي والقاعدي والحياة اليومية للمواطن، لذا سعت الجزائر إلى إحداث مؤسسات عمومية في جميع المجالات من بينها مؤسسة البريد والمواصلات والتي تحولت فيما بعد إلى اتصالات الجزائر والتي تنشط في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية، لذا سنحاول التحدث عن قطاع الاتصالات بصفة عامة ثم عن المؤسسة ابتداء من نشأتها وتقديمها مرور بهيكلها التنظيمي وتوزيع المسؤوليات وصولا إلى نشاطاتها وخدماتها وهذا في ثلاثة مطالب كما سيأتي:

المطلب الأول: نشأة المؤسسة

كانت المؤسسة العمومية الاقتصادية اتصالات الجزائر تمارس نشاطها في ظل القطاع العام تحت اسم (البريد والمواصلات) وهي تعد من أكبر الركائز الدول الحديثة، ذلك يعني أنها وجدت بعد الاستقلال مباشرة، وكانت في حقيقة الأمر إدارة عمومية وفي نفس الوقت مؤسسة خدماتية، لها صبغة تجارية وتخضع للمعايير العالمية، وتعتمد في تسييرها الموازناتية على ميزانية ملحقة وهي احد أدواتها التي تستعيد من خلالها مميزات وسلطاتها بصفقتها قطاع عمومي و تتمثل مهمته في تسيير و تطوير شبكات البريد و المواصلات و بالتالي تساهم حاجيات البلاد في هذا الميدان بصفة مرضية. لقد باشرت المؤسسة العمومية الاقتصادية اتصالات الجزائر عملها بجدية بعد البدء في عملية الخصخصة تدريجيا مع وجود صعوبات كبيرة وعراقيل مختلفة في العمل بينه وبين بريد الجزائر في جميع النواحي وذلك قصد مواصلة تقييم خدمات الأسرة والأفضل لزيائنها وسط محيط مفتوح على كبار المنافسين العالميين داخل الجزائرية.

المطلب الثاني: واقع المؤسسة

اتصالات الجزائر هي شركة تجارية ذات أسهم برأسمال عام، وهي مؤسسة عمومية تنشط ضمن نطاق سوق الشبكات الرقمية وخدمات الاتصال، نشأت هذه الشركة طبقا للقانون 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000، والذي ينص على إعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، هذا القانون الذي فصل بين نشاطات البريد وبين نشاطات الاتصالات السلكية واللاسلكية.

وعلى هذا الأساس فإن شركة اتصالات الجزائر التي يحكمها هذا القانون يتيح لها موقع شركة اقتصادية عامة وشركة ذات أسهم (SPA) "Société par action"، في إطارها القانوني، تأسست الشركة رسميا وبادرت مهامها في 01 جانفي 2003، لتلج بذلك عالم تكنولوجيا المعلومات الرقمية وتكنولوجيا الاتصالات وفق ثلاثة أهداف أساسية وهي:

- الربحية
- الكفاءة
- جودة الخدمة
- العالمية الكبرى.

مهام مؤسسة اتصالات الجزائر:

تتكفل اتصالات الجزائر بتنمية المجتمع الإعلامي بالجزائر، وهي تنشط في سوق الهاتف الثابت، والحلول الشبكية لتحويل المعطيات والصوت بالنسبة للشركات والخواص، حيث تعد اتصالات الجزائر الرائدة في قطاع الاتصالات بالجزائر، لذا فهي تسهر على تقديم أحسن وأرقى الخدمات لزبائنها كما يلي:

تتكفل بالخدمات الهاتفية ومختلف الإرساليات عبر الأقمار الصناعية، حيث توفر للغير خدمات إرسال المعلومات أو الحصول عليها " أصوات، صور، معطيات"، عن طريق أي واسطة كهربائية أو راديو كهربائية بصرية أو كهرومغناطيسية كانت... إلخ، وذلك بغية رفع تحديات معقدة ومتعددة.

العمل على استقطاب الكفاءات والخبرات الضرورية من إطارات ومهندسين وتقنيين خاصة في مجال الاتصالات. زيادة عرض الخدمات الهاتفية وتسهيل وصول خدمات الاتصالات إلى عدد كبير من المواطنين، خاصة في المناطق الريفية.

تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية.

تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات العامة والخاصة.

إنشاء واستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات.

يتمثل النشاط الرئيسي لمؤسسة اتصالات الجزائر في:

تقدير حاجيات الزبائن وتلبيتها.

مردودية الهياكل القاعدية والمحافظة عليها، لاسيما فيما يتعلق بصيانة أفضل.

عرض خدمات ذات نوعية لا يعاب عليها.

تحصيل الديون في أجلها المستحقة.

أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر:

دخلت مؤسسة اتصالات الجزائر عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغية تحقيق الأهداف التالية:

الزيادة في عرض الخدمات الهاتفية وتسهيل عمليات المشاركة في مختلف خدمات الاتصال لأكثر عدد من المستعملين خاصة في المناطق الريفية.

الزيادة في جودة ونوعية الخدمات المعروضة، والتشكيكية المقدمة وجعلها أكثر منافسة في خدمات الاتصال.

تنمية وتطوير شبكة وطنية للاتصالات، وفعالية توصيلها بمختلف طرق الإعلام.

المشاركة كممثل رئيسي في مجال فتح برامج تطوير مؤسسة الإعلام في الجزائر.

- ✚ تطوير الخدمات الجديدة (البيع والشراء) عبر الشبكة العنكبوتية، وكذلك تطوير مراكز المعلومات والتوجيه.
- ✚ التزويد بخدمات الاتصال عن بعد، والتي تسمح بنقل وتبادل الأصوات، الرسائل المكتوبة، المعطيات الرقمية، المعلومات المرئية والمسموعة،... إلخ.
- ✚ العمل على كسب سمعة حسنة والمحافظة عليها بالتخلي على أنماط التسيير التقليدية والتصرفات السلبية.
- ✚ زيادة العرض من الخدمات الهاتفية، وتسهيل الحصول على خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية لأكثر عدد من المستخدمين، لاسيما في المناطق الريفية.
- ✚ زيادة جودة الخدمات المقدمة ونطاقها أيضا وجعلها أكثر قدرة على المنافسة في مجال خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية.
- ✚ تطوير شبكات وطنية موثوق بها للاتصالات السلكية واللاسلكية ومتصلة بشبكة المعلومات.

فروعها وأنشطتها وخدماتها:

الفروع:

- ✚ فرع اتصالات الجزائر "موبيليس": مختص في الهاتف النقال ويعتبر أهم متعاملي الهاتف النقال في الجزائر يعرف أيضا بالمتعامل التاريخي حيث نسبة تغطيته الجغرافية كامل التراب الوطني، وسوق الهاتف النقال مفتوح حيث يوجد متعاملان آخران هما جيزي و اوريدو.
 - ✚ فرع اتصالات الجزائر لانترنت "جواب": وهو مختص في تكنولوجيا الانترنت حيث يتولى مهمة تطوير وتوفير الانترنت ذو سرعة فائقة.
 - ✚ فرع اتصالات الجزائر الفضائية: ويختص هذا النوع بتكنولوجيا الساتل والأقمار الصناعية.
- الأنشطة: تتمحور نشاطات مؤسسة اتصالات موبيليس في:
- ✚ تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية.
 - ✚ تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات العامة والخاصة.
 - ✚ إنشاء واستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات.
 - ✚ تقديم خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية لنقل وتبادل الصوت والرسائل النصية، البيانات الرقمية والمعلومات السمعية البصرية.
 - ✚ تطوير وتشغيل وإدارة الشبكات العامة والخاصة للاتصالات السلكية واللاسلكية.
 - ✚ إنشاء وتشغيل وإدارة الترابط مع جميع مشغلي الشبكات.

الخدمات: تسعى اتصالات الجزائر إلى المحافظة على مكانتها السوقية وذلك على مستوى الخدمات المقدمة وشبكات الاتصال، وهذا تماشيا مع التطورات الحاصلة في هذا القطاع على المستوى الإقليمي والعالمي، وبرزت هذه الخدمات التي تقدمها اتصالات الجزائر مايلي:

- ✚ شبكة الهاتف الثابت السلكي تتألف من المعايير الدولية العمومية وتغطيها الجغرافية تسع كامل التراب الوطني.
- ✚ بطاقات التعبئة idoom adsl لتمكين الزبائن من تعبئة الحسابات مهما كان تدفق الاتصال .
- ✚ خدمات 4G لاستفادة من الانترنت عالي التدفق بدون استخدام الهاتف.
- ✚ خدمة الأرقام الافتراضية DID التي قامت بتفعيلها اتصالات الجزائر بالشراكة مع متعامل أجنبي وذلك من خلال إرسالها لهذا المتعامل حزمة أرقام هواتف عادية مع التعريف البسيط لها.
- ✚ خدمة الدفع الإلكتروني تمكن من تعبئة الحساب IDOOM ADSL ودفع فاتورة الهاتفية IDOOM FIXE في أي وقت، وبكل أمان وهذا عن طريق الحساب الجاري البريدي.
- ✚ خدم "خلاص" هي عبارة عن وسيلة دفع جديدة تسمح للخواص من تعبئة حسابهم ADSL والهاتف عبر فضاء الزبون لاتصالات الجزائر.

عدد الموظفين: تحتوي مؤسسة اتصالات الجزائر على الكثير من الموظفين بلغ عددهم 301 موظف موزعين على مختلف الوحدات الإدارية الهيكل التنظيمي كل حسب عمله.

الموقع الإلكتروني: www.algeriatelecom.dz



شعار المؤسسة:

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر

اتصالات الجزائر مقسمة إلى مديريات مركزية، جهوية ومديريات تنفيذية في جميع أنحاء الولايات، تهتم بالأعمال التجارية والخدمات الثابتة، وغيرها من وظائف الدعم للشبكات، إضافة إلى ذلك فهي تنقسم أيضا إلى:

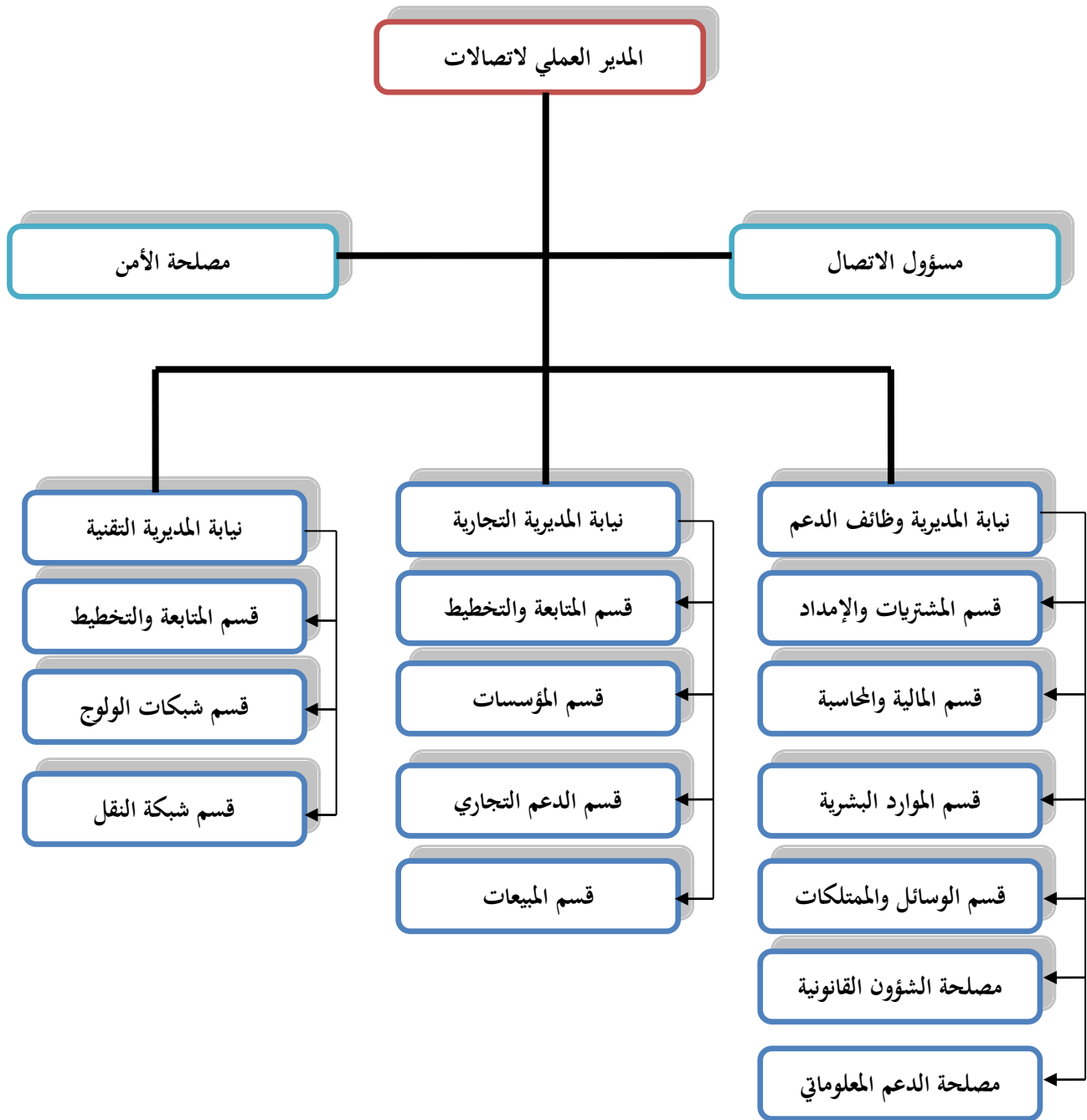
الهاتف النقال (موبيليس Mobilis).

شبكة الانترنت (جواب Djaweb).

الاتصالات السلكية واللاسلكية (REVSAT).



الشكل 01_03: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر



المصدر: وثائق مؤسسة اتصالات الجزائر-بسكرة

المبحث الثاني: خصائص مبحوثي الدراسة

سنتطرق في هذا المبحث إلى مصادر جمع بيانات الدراسة، ومجتمع وعينة البحث، بالإضافة إلى أساليب التحليل الإحصائي، وكذا إلى مدى ثبات وصدق الاستبانة للوقوف على العلاقة والدور بين تكنولوجيا المعلومات واليقظة الإستراتيجية.

المطلب الأول: منهجية الدراسة

الفرع الأول: مصادر جمع بيانات الدراسة

يهدف تمكن الباحث من تغطية الإطار النظري للبحث ووضع الفرضيات وتحديد المتغيرات وطرق قياسها، يجد نفسه في مرحلة تحديد مصادر الحصول عن البيانات اللازمة للبحث، ويمكن تقسيم مصادر الحصول على البيانات إلى نوعين هما: **البيانات الأولية**: هي البيانات التي يقوم الباحث بجمعها لأول مرة من الميدان، باستخدام أدوات و وسائل البحث الميداني المعروفة والممثلة في: الملاحظة، المقابلة، والاستبيان ولتعد هاته الأخيرة من الأدوات الأكثر استخداما لجمع البيانات، من حيث قدرة المستجوبين من عرض مواقفهم بموضوعية وحرية.

البيانات الثانوية: من خلال مراجعة الكتب والدوريات الورقية والإلكترونية، الرسائل الجامعية، المقالات و أوراق البحث المقدمة في المنتديات، المؤتمرات العلمية المتعلقة بالموضوع قيد الدراسة، والتي ساعدتنا في جميع مراحل البحث والهدف من اللجوء إلى المصادر الثانوية و التعرف على الأسس و الطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات ذات الصلة بموضوع البحث.

ثالثا: حدود الدراسة

- 1- **حدود مكانية**: اقتصرت الدراسة الميدانية عمى المديرية العمومية لاتصالات الجزائر بولاية بسكرة.
- 2- **حدود بشرية**: تشمل الدراسة عينة عشوائية من موظفي مديرية اتصالات الجزائر على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم.
- 3- **حدود زمنية**: يمتد المجال الزمني لهذا البحث بشقيه النظري والتطبيقي على مدار ستة أشهر، أما الجانب التطبيقي فكاف حوالي شهر، بدءا من إعداد قوائم الاستبيان، الاتصال بمديرية اتصالات الجزائر بولاية بسكرة وتوزيع الاستبيان على موظفي المديرية والذي استغرق يوم واحد بتاريخ: **2019/05/20** ثم تحليلا فيما بعد واستخلاص النتائج.

الفرع الثاني: أداة ومجتمع البحث

أولا: أداة البحث

بعد استقراء العديد من الدراسات السابقة تم تصميم استبانته خاصة من النوع المقفل كأداة لجمع البيانات من عينة البحث، وتتكون الاستبانة من قسمين:

القسم الأول: و يحتوي على البيانات الشخصية والوظيفية للمبحوثين (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، و سنوات الخبرة، مستوى التحكم في الإعلام الآلي، المركز الوظيفي).

القسم الثاني: ويحتوي على محورين:

المحور الأول: ويتمثل في المتغير المستقل " تكنولوجيا المعلومات"، حيث تضمن على 20 عبارة موزعة على (04) أربعة أبعاد كل بعد يحتوي على 05 أسئلة بهدف التعرف على مستوى مساهمة تكنولوجيا المعلومات من وجهة نظر أفراد عينة البحث كالتالي:

البعد الأول (المكونات المادية): 05 عبارات

البعد الثاني (البرمجيات): 05 عبارات

البعد الثالث (قواعد الشبكات): 05 عبارات

البعد الرابع (الشبكات): 05 عبارات

المحور الثاني: ويتمثل في المتغير التابع "اليقظة الإستراتيجية" حيث يتضمن على 20 عبارة تهدف إلى التعرف على مستوى معززات اليقظة الإستراتيجية من وجهة نظر أفراد عينة البحث كالتالي:

البعد الأول (اليقظة التكنولوجية): 05 عبارات

البعد الثاني (اليقظة التنافسية): 05 عبارات

البعد الثالث (اليقظة التجارية): 05 عبارات

البعد الرابع (اليقظة البيئية): 05 عبارات

وقد تم الاعتماد على مقياس للإجابة يتراوح من (01 إلى 05) حسب سلم ليكرت الخماسي غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة (بحيث كلما اقتربت الإجابة من (5) كلما كانت الموافقة بشكل أكبر.

ثانيا: مجتمع وعينة البحث

بحيث يعرف مجتمع الدراسة بأنه يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو ظاهرة قيد الدراسة¹.

¹رجحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث اعلمي الأسس النظرية والتطبيق العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط4، عمان، 2009، ص 138.

حيث يشمل مجتمع الدراسة في موظفي وإطارات مؤسسة اتصالات الجزائر-بسكرة.

أما عينة الدراسة فتعرف على أنها: "مجموعة جزئية من المجتمع ويكون حجمها هو عدد مفرداتها وعادة ما تجرى الدراسة على العينة"¹

فقد تم اختيار عينة ملائمة من إطارات مؤسسة محل الدراسة بلغ حجمها 50 موظف.

وتم توزيع الاستبانة عليهم عبر زيارات ميدانية، حيث استرجعت منها 42 إستبانة أي ما نسبته: 84.00%

وقد تم استخدام مقياس "ليكرت الخماسي"² لقياس استجابات مبحوثين لفقرات استبيان وذلك كما هو مبين في الجدول رقم: 03-01 الموالي:

البيانات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	01	02	03	04	05
المتوسط الحسابي	من: 01 إلى 1.79	من: 1.8 إلى 2.59	من: 2.6 إلى 3.39	من: 3.40 إلى 4.19	من: 4.20 إلى: 5

"المصدر: عز عبد الفتاح، التحليل الإحصائي باستخدام SPSS، دار وائل للنشر، الأردن، 2005."

الفرع الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات و صدق وثبات الاستبانة

أولاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات :

للإجابة على أسئلة البحث واختبار صحة فرضياته تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية

SPSS V. 24 من خلال الاعتماد على المقاييس الآتية المبينة فيما يلي :

مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistic Measures) : 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.

¹عاطف الأخرس وآخرون، مبادئ الإحصاء، دار البركة، الأردن، 2001، ص 15.

² مقياس ليكرت: هو مقياس للباحث ليكرت يؤكد على التمييز بين قوة توافق المفردة (المتغير) مع الخيار أو العبارة أو غير ذلك من أجل تحديد المستويات من علاقة قوية إلى علاقة قوية عكسية (سالبة)، ويعتبر أكثر المقاييس استخداماً لسهولة.

تحليل التباين الأحادي (One way ANOVA) :

وذلك لمعرفة ما إذا كانت دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة البحث، حول مستوى، و التي تعزى لاختلاف المتغيرات الشخصية و الوظيفية و المتمثلة في الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة.

اختبار للعينات المستقلة: (Independent- Samples T- Test):

لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين تعزى لاختلاف عامل الجنس .

اختبار كولومجروف - سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov) : لمعرفة نوع البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا (1-Sample K-S).

معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Coefficient Alpha) : وذلك لقياس ثبات أداة البحث

معامل صدق المحك : وذلك لقياس صدق أداة البحث.

متغيرات الدراسة والفرضيات المقترحة

1- متغيرات الدراسة: من خلال إشكالية البحث ووفق الدراسة التطبيقية تتحدد لنا متغيرات الدراسة في متغيرين أحدهما مستقل والآخر تابع، فمتغير الدراسة المستقل: يتجلى في تكنولوجيا المعلومات ، أما متغير الدراسة التابع: يتمثل في اليقظة الإستراتيجية وكيفية تدعيمها وتطويرها من طرف المؤسسة لتحقيق ميزة أو مزايا تنافسية تضمن بها البقاء في السوق وتضمن استمرارية نشاطها وتطورها.

2- الفرضية الرئيسية الأولى:

لا تساهم تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بالمؤسسة من وجهة نظر إطاراتها.

3_ الفرضيات الفرعية:

لا توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة التكنولوجية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر إطاراتها.

لا توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر إطاراتها.

لا توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة التجارية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر إطاراتها.

لا توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة البيئية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر إطاراتها.

ثانيا: صدق وثبات الاستبانة

صدق أداة البحث (Validity) :

يقصد بصدق الأداة قدرة الاستبانة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها، وللتحقق من صدق الاستبانة المستخدمة في البحث نعتمد على ما يلي:

• صدق المحتوى أو الصدق الظاهر:

للتحقق من صدق محتوى أداة البحث وللتأكد من أنها تخدم أهدافه تم عرض الاستبانة على هيئة المحكمين الأكاديميين - الأساتذة الجامعيين - المختصين في مجال العلوم الاقتصادية والتسيير من جامعة بسكرة وجامعات أخرى لدراسة الاستبانة، وإبداء رأيهم فيها من حيث مدى مناسبة العبارة للمحتوى، وطلب منهم أيضا النظر في مدى كفاية أداة البحث من حيث عدد العبارات وشموليتها ومحتوى عباراتها، أو أية ملاحظات أخرى يرونها مناسبة وتم القيام بدراسة ملاحظات المحكمين واقتراحاتهم، و أجريت تعديلات على ضوء توصيات وآراء هيئة التحكيم لتصبح أكثر تحفيقا لأهداف البحث وقد اعتبر أن الأخذ بملاحظات المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة و بمثابة الصدق الظاهري ، وصدق محتوى الأداة.

• معامل الثبات:

يقصد بها مدى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو كررت الدراسة في ظروف باستخدام الأداة نفسها فان ثبات أداة البحث باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ (Coefficient Alpha Cronbach's) الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى 0.60 فأكثر، كان معامل الثبات الكلي لأداة البحث بلغ 0.966 و معامل ثبات ممتاز لأغراض البحث كما هو موضح في الجداول 2_3 الموالي :

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.966	40

المصدر الجداول 2_3: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

الأبعاد	عدد الفقرات	معامل الثبات " ألفا كرونباخ "	معامل صدق المحك
المكونات المادية	05	0.882	0.939
البرمجيات	05	0.854	0.9241
قواعد البيانات	05	0.872	0.933
الشبكات	05	0.912	0.954
اليقظة التكنولوجية	05	0.921	0.959
اليقظة التنافسية	05	0.906	0.951
اليقظة التجارية	05	0.875	0.935
اليقظة البيئية	05	0.662	0.813
الصدق والثبات العام			0.982

• **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 **0.982** و معامل مرتفع جدا ، ومناسب تماما لأغراض هذا البحث .

المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات، يتضمن 20 عبارة تقيس الأبعاد التالية:

الجدول رقم 03-03: أبعاد تكنولوجيا المعلومات

الأبعاد	عدد العبارات	الفقرات
المكونات المادية	05	5_4_3_2_1
البرمجيات	05	10_9_8_7_6
قواعد البيانات	05	15_14_13_12_11
الشبكات	05	20_19_18_17_16
المجموع	40	20_01

المتغير التابع: اليقظة الإستراتيجية، يتضمن 20 عبارة تقيس الأبعاد التالية:

الفقرات	عدد العبارات	الأبعاد	
25_24_23_22_21	05	اليقظة التكنولوجية	محور اليقظة الإستراتيجية
30_29_28_27_26	05	اليقظة التنافسية	
35_34_33_32_31	05	اليقظة التجارية	
40_39_38_37_36	05	اليقظة البيئية	
40_21	40	المجموع	

الجدول رقم 03-04: أبعاد اليقظة الإستراتيجية

ثالثاً: صدق الاتساق الداخلي

من أجل معرفة الصدق الداخلي لاستبيان والتعرف على مدى صدق الاتساق الداخلي، تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل بعد بالدرجة الكلية للمتغير الذي ينتمي إليه كما هو موضح في الجدول 03-05 التالي الذي يمثل الجدول رقم 03-04: أبعاد الدراسة ككل:

مستوى الدلالة	معامل الاتساق الداخلي	الأبعاد	
.000	0.819	المكونات المادية	محور تكنولوجيا المعلومات
.000	0.932	البرمجيات	
.000	0.885	قواعد البيانات	
.000	0.885	الشبكات	
.000	0.827	اليقظة التكنولوجية	محور اليقظة الإستراتيجية
.000	0.894	اليقظة التنافسية	
.000	0.867	اليقظة التجارية	
.000	0.779	اليقظة البيئية	
دال عند مستوى دلالة أقل من 1%			

حساب معامل الارتباط بيرسون كذلك ،حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل بعد بالدرجة الكلية للمتغير الذي ينتمي إليه كما هو موضح في الجدول 03-06 التالي:

مستوى الدلالة	معامل الاتساق الداخلي	الأبعاد	
.000	0.805	المكونات المادية	محور تكنولوجيا المعلومات
.000	0.947	البرمجيات	
.000	0.892	قواعد البيانات	
.000	0.867	الشبكات	
.000	0.914	اليقظة التكنولوجية	محور اليقظة الإستراتيجية
.000	0.903	اليقظة التنافسية	
.000	0.888	اليقظة التجارية	
.000	0.838	اليقظة البيئية	
دال عند مستوى دلالة أقل من 1%			

من الجدولين السابقين يلاحظ أن معامل اتساق الداخلي جاءت أكبر من 60% تفوق الحد الأدنى المعتمد في العلوم الاجتماعية وبالتالي يمكن التأكيد على صدق و ثبات أداة البحث.

المطلب الثاني :خصائص عينة الدراسة

فيما يلي سنتطرق إلى دراسة خصائص أفراد عينة البحث حسب المتغيرات الشخصية و الوظيفية

الجدول 03-07:توزيع أفراد عينة البحث حسب المتغيرات الشخصية و الوظيفية لمسيري المؤسسة محل الدراسة

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	20	47,6
	أنثى	22	52,4
	المجموع	42	100
العمر	أقل من 30 سنة	14	33,3
	30سنة - أقل من 40 سنة	19	45,2
	40 سنة - أقل من 50 سنة	4	9,5
	50سنة فما أكثر	5	11,9
	المجموع	42	100
الخبرة	أقل من 5 سنوات	00	00
	من 5 سنوات -أقل من 10 سنوات	14	33,3
	من 10- أقل من 15 سنة	9	21,4
	من 15 - أقل من 20 سنة	8	19,0
	أكثر من 20 سنة	6	14,3
	المجموع	42	100
المستوى الدراسي	الثانوي فما دون	18	42,9
	ليسانس	17	40,5
	ماستر	4	9,5
	هندسة	3	7,1
	المجموع	42	100
المركز الوظيفي	مسير	14	33,3
	رئيس مصلحة	8	19,0
	رئيس قسم	5	11,9
	إطار فني	7	16,7

19,0	8	إطار تنفيذي	مستوى التحكم في الإعلام الآلي
100	42	المجموع	
00	00	ضعيف	
47,6	20	متوسط	
52,4	22	جيد	
100	42	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالب بالاستعانة بنتائج (spss version24)

التحليل:

من خلال النتائج المبينة في الجدول (5) يتضح جليا أن المتغيرات الشخصية و الوظيفية لها اثر كبير في فهم أفراد عينة البحث لعبارات الاستبانة و الإجابة عنها بموضوعية، إذ تبين أن نسبة أفراد عينة البحث من الذكور كانت مع نسبة الإناث % أي هذا راجع إلى نوع وطبيعة نشاط الشركة ككل أو الفرع المتخصص وكذا المساواة في التوظيف، أما في ما يخص المستوى التعليمي فقد أظهرت نتائج التحليل أن نصف أفراد عينة البحث تقريبا 42,9 % من الثانوي فمادون، ثم تلتها حملة شهادة الليسانس بنسبة تقريبا 40,5 % و 4 % و 3 % لكل من حاملي شهادة الماستر ، ومهندس وذلك راجع لطبيعة شغل المنصب لكون مثلا لكل مهندس خمسة أعوان.

و عند التحقق من سنوات الخبرة لدى الباحثين نجد أن أغلبية العينة تفوق خبرتهم 05 سنوات بنسبة 33.3% في حين الذين خبرتهم تفوق 10 سنوات فتقدر نسبتهم 21.4% وأصحاب الخبرة التي تفوق 15 سنة فقدرت نسبتهم بـ 19% وخيرا أصحاب الخبرة فوق 20 سنة فبلغت نسبتهم 14.3% ونستطيع القول أن الباحثين من حيث الخبرة موزعين بشكل جيد فهي مزيج بين المتربص والخبير أما من حيث المركز الوظيفي فيلاحظ تنوع في المراكز فقد بلغت نسبة المسيرين 33% فيما تقاربت المراكز الأخرى إلى حدا ما.

المبحث الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي وتحليل محاور الاستبانة

في هذا المبحث سنتطرق بشيء من التفصيل إلى التأكد من أن البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، ثم بعد ذلك نقوم بتحليل محاور الاستبانة لنجيب عن أسئلة الدراسة من خلال التحليل الإحصائي باستخدام برنامج الإحصائي spss.

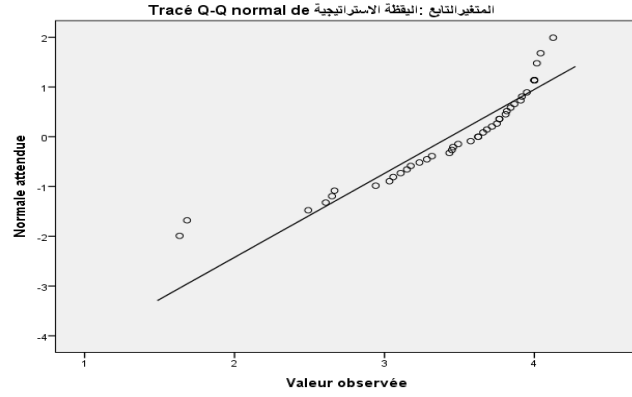
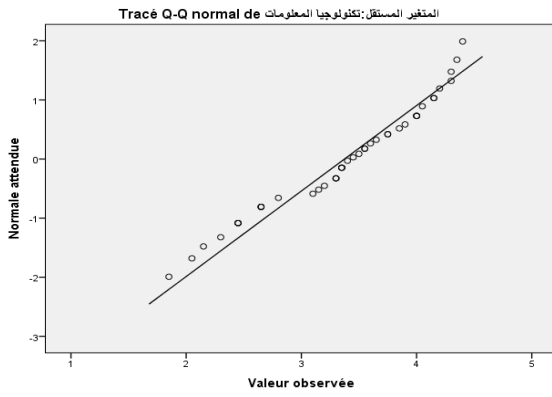
المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي (1_sample kolmogorov-smirnov k_s):

يستخدم هذا الاختبار لمعرفة ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي، فإذا كانت القيمة الاحتمالية (sig) أكبر من أو تساوي مستوى الدلالة (α) الذي يحدده الباحث، فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرض البديلة والعكس صحيح، ويوضح الجدول الموالي نتائج الاختبار حيث أن باستخدام اختبار k_s تبين أن القيمة الاحتمالية (sig) كانت أكبر من مستوى الدلالة أو المعنوية ($\alpha=0.01$) لكل من متغيري الدراسة وهذا ما يدل على أن البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي كما في الجدول رقم: 03-08 الموالي:.

المحاور	قيمة Z	مستوى الدلالة
تكنولوجيا المعلومات	0.149	0.01
اليقظة الإستراتيجية	0.020	0,01

Test Kolmogorov-Smirnov pour un échantillon			
		المتغير التابع: اليقظة الاستراتيجية	المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات
N		42	42
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	3,3738	3,4363
	Ecart type	,69143	,59258
Différences les plus extrêmes	Absolue	,124	,149
	Positif	,091	,130
	Négatif	-,124	-,149
Statistiques de test		,124	,149
Sig. asymptotique (bilatérale)		,103 ^c	,020 ^c
a. La distribution du test est Normale.			
b. Calculée à partir des données.			
c. Correction de signification de Lilliefors.			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24



المصدر: الشكل رقم: 02_03 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتضح من خلال الجدول أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أن قيم أكبر من مستوى الدلالة $\alpha = 0.01$ ومن خلال لوحة الانتشار للمتغيرين ينتشرون على خط مستقيم.

المطلب الثالث: النتائج المتعلقة بإجابات مبحوثي عينة الدراسة حول تكنولوجيا المعلومات

من خلال عبارات كل أبعاد تكنولوجيا المعلومات والتي تعكس محتواها الجداول الموالية وذلك من خلال حساب بعض مقاييس الإحصاء الوصفي متمثلة في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة والمتوسط المرجح لكل بعد من الأبعاد والتي بدورها الاتجاه العام لإجابات أفراد العينة الدراسة حول درجة الأهمية للعبارات ولكل بعد من وجهة نظر إطارات المؤسسة.

أ . تحليل المحور الأول للإجابة على السؤال التالي:

هل تساهم تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بمؤسسة اتصالات الجزائر - مديرية بسكرة؟

للإجابة عن هذا السؤال يجب دراسة وتحليل لنتائج الموضحة في الجداول الموالية .

جداول التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات تكنولوجيا المعلومات:

بعد الأول: التجهيزات والمعدات

تحليل العبارة 01: كما يوضحه جدول رقم 03-09:

العبارة 01	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تتوفر بالمؤسسة معدات تكنولوجيا ذات نوعية جيدة ومتطورة	لا أتفق تماما	4	9,5	<p>تتوفر بالمؤسسة معدات تكنولوجيا ذات نوعية جيدة ومتطورة</p> <p> لا أتفق تماما لا أتفق محايد أتفق أتفق تماما المجموع </p>
	لا أتفق	11	26,2	
	محايد	5	11,9	
	أتفق	21	50,0	
	أتفق تماما	1	2,4	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق التجهيزات المادية التي تهتم المؤسسة بها كان حسب الشكل التالي: أكبر تكرار 21 يخص اتفاق المبحوثين على توفر المؤسسة على تجهيزات مادية متطورة وذات نوعية جيدة بنسبة 50% و يليه التكرار 11 بنسبة 26.2% للغير متفقين ، ثم يلي فيما بعد التكرار 5 و 4 بنسبة 11.4% و 4 بالنسبة لدرجة محايد ولاتتفق تماما وفي الأخير التكرار 1 للمتفقين. مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تهتم بالدرجة الأولى بتوفير الأجهزة المادية، مواكبة التطور التكنولوجي، وهذا ما لوحظ فعلا في ميدان الدراسة.

تحليل العبارة 02: كما يوضحه جدول رقم 03-10:

العبرة 02	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تتناسب الأجهزة المستخدمة مع طبيعة العمل	لا أتفق تماما	1	2,4	<p>تتناسب الأجهزة المستخدمة مع طبيعة العمل</p>
	لا أتفق	7	16,7	
	محايد	11	26,2	
	أتفق	21	50,0	
	أتفق تماما	2	4,8	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق التجهيزات المادية التي تهتم المؤسسة بها كان حسب الشكل التالي: أكبر تكرار 21 يخص اتفاق الباحثين على توفر المؤسسة على تجهيزات مادية المستخدمة متناسبة مع طبيعة العمل بنسبة 50% و يليه التكرار 11 بنسبة 26.2% للمحايد ، ثم يلي فيما بعد التكرار 7 بنسبة 16.7% بالنسبة لدرجة لا أتفق وفي الأخير التكرار 2 و 1 للمتفقين الغير متفقين تماما. مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تهتم بالدرجة الأولى بتوفير الأجهزة المادية، وطبيعة العمل .

تحليل العبارة 03: كما يوضحه جدول رقم 03-11:

العبرة 03	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تعمل المؤسسة على صيانة الأجهزة و المعدات بصفة دورية ومنتظمة	لا أتفق تماما	3	7,1	<p>تعمل المؤسسة على صيانة الأجهزة و المعدات بصفة دورية ومنتظمة</p>
	لا أتفق	9	21,4	
	محايد	6	14,3	
	أتفق	20	47,6	
	أتفق تماما	4	9,5	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق التجهيزات المادية التي تهتم المؤسسة بها كان حسب الشكل التالي: أكبر تكرار 20 يخص اتفاق الباحثين على عمل المؤسسة على صيانة التجهيزات المادية المستخدمة بصفة دورية بنسبة 47.5% و يليه التكرار 9 بنسبة 21.4% للغير متفق ، ثم يلي فيما بعد التكرار 6

بنسبة 14.3 % بالنسبة لدرجة محايد وفي الأخير التكرار 3 و4 للمتفقيين الغير متفقيين تماما. مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تهتم بالدرجة الأولى بتوفير الأجهزة المادية، وصيانتها من السير الحسن للمصالح وعدم تعطل العمل.

تحليل العبارة 04: كما يوضحه جدول رقم 03-12:

العبرة 04	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
سهولة استخدام معدات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة	لا أتفق تماما	1	2,4	<p>سهولة استخدام معدات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة</p>
	لا أتفق	5	11,9	
	محايد	9	21,4	
	أتفق	26	61,9	
	أتفق تماما	1	2,4	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق التجهيزات المادية التي تهتم المؤسسة بها كان حسب الشكل التالي: أكبر تكرار 26 يخص اتفاق المبحوثين على عمل المؤسسة على سهولة استخدام تكنولوجيا المعلومات بنسبة 61.9% ويليه التكرار 09 بنسبة 21.4% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 5 بنسبة 11.9% بالنسبة لدرجة لا أتفق وفي الأخير التكرار 1 للمتفقيين والغير متفقيين تماما على التوالي، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تهتم بالدرجة الأولى بتوفير الأجهزة المادية وتدريب الموظفين على استعمالها وهذا ما أكده لنا رئيس المصلحة على ضرورة إدراج التكوين والتدريب من اجل مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل.

تحليل العبارة 05: كما يوضحه جدول رقم 03-13:

العبرة 05	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
توفير أجهزة العرض و الإخراج الطابعات لكل المكاتب والمصالح	لا أتفق تماما	1	2,4	<p>توفير أجهزة العرض و الإخراج الطابعات لكل المكاتب والمصالح</p>
	لا أتفق	7	16,7	
	محايد	2	4,8	
	أتفق	30	71,4	
	أتفق تماما	2	4,8	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق التجهيزات المادية التي تهتم المؤسسة بها كان حسب الشكل التالي: أكبر تكرار 30 يخص اتفاق المبحوثين على عمل المؤسسة على توفير أجهزة العرض والإخراج الطابعات لكل المكاتب والمصالح بنسبة 71.4% ويليه التكرار 07 بنسبة 16.7% للغير متفقين ، ثم يلي فيما بعد التكرار 2،2،1 بنسبة 4.8،4.8،2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية ، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تهتم بالدرجة الأولى بتوفير الأجهزة المادية من أجهزة العرض والإخراج للطابعات لكل المكاتب والمصالح بهدف السير الحسن للعمل وتبادل المعلومات وتوثيقها.

البعد الأول	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
التجهيزات والمعدات (المكونات المادية)	1. تتوفر بالمؤسسة معدات تكنولوجية ذات نوعية جيدة ومتطورة	3.10	1.22	05	محايد
	2. تتناسب الأجهزة المستخدمة مع طبيعة العمل	3.38	0.909	03	محايد
	3. تعمل المؤسسة على صيانة الأجهزة و المعدات بصفة دورية ومنتظمة	3.31	1.137	04	محايد
	4. سهولة استخدام معدات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة	3.5	0.834	02	موافق
	5. توفير أجهزة العرض و الإخراج الطابعات لكل المكاتب والمصالح	3.6	0.912	01	موافق
المجموع		3.37	1.002	---	محايد

ويتضح من الجدول رقم 03-14: أن المتوسط الحسابي للمكونات المادية المساهمة في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بلغ 3.37 بتقدير محايد مع سلم ليكرت الخماسي بانحراف معياري 1.002 فهذا يؤكد تجانس نوعا ما ، حيث جاءت العبارة رقم 05 في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.6 وانحراف معياري 0.912 في حين جاءت العبارة 01 في المرتبة الأخيرة ، وهذا يعني أن المؤسسة توفر جميع أجهزة العرض والإخراج لكل المكاتب والمصالح يساعد على توثيق المعلومات وسهولة وصول المعلومات وكل هذا في ظل الإمكانية المالية المتوفرة من اجل توفير أجهزة متطورة جدا إذ تتطلب ميزانية ضخمة.

البعد الثاني: قواعد البيانات

تحليل العبارة 06: كما يوضحه جدول رقم 03-15:

العبرة 06	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
إمكانية تداول المعلومات بشكل سلس في كل الظروف	لا أتفق تماما	1	2,4	<p>إمكانية تداول المعلومات بشكل سلس في كل الظروف</p>
	لا أتفق	5	11,9	
	محايد	16	38,1	
	أتفق	19	45,2	
	أتفق تماما	1	2,4	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق التجهيزات المادية التي تهتم المؤسسة بها كان حسب الشكل التالي: أكبر تكرار 19 يخص اتفاق الباحثين على عمل المؤسسة على إمكانية تداول المعلومات بشكل سلس في كل الظروف بنسبة 45.2% ويليه التكرار 16 بنسبة 38.1% للمحايد ، ثم يلي فيما بعد التكرار 1،1،5 بنسبة 2.4،2.4،11.9% بالنسبة لدرجات المتبقية ، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تهتم بتداول المعلومات بشكل سلس في كل الظروف بهدف السير الحسن للخدمة وإعطاء نوع من المرونة حيث لاحظنا باستطاعة الموظفين المسموح لهم بالدخول إلى قاعدة البيانات إعطاء المعلومات في وقت قصير جدا رغم تباعد المسافات.

تحليل العبرة 07: كما يوضحه جدول رقم 03-16:

العبرة 07	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تدعيم القدرات التخزينية بالمؤسسة من المعارف والمعلومات	لا أتفق تماما	2	4,8	<p>تدعيم القدرات التخزينية بالمؤسسة من المعارف والمعلومات</p>
	لا أتفق	6	14,3	
	محايد	10	23,8	
	أتفق	21	50,0	
	أتفق تماما	3	7,1	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق قواعد البيانات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 21 يخص اتفاق الباحثين على عمل المؤسسة على إمكانية توفر قواعد البيانات كم هائل من البيانات والمعلومات المحتفظ بها بنسبة 50% ويليه التكرار 10 بنسبة 23.8% للمحايد ، ثم يلي فيما بعد التكرار 2،3،6 بنسبة 4.8،7.1،14.3% بالنسبة لدرجات المتبقية ، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تدعم القدرات

التخزينية بالمؤسسة من المعارف والمعلومات بهدف القدرة على تخزين أكبر قدر من المعلومات عن المنافسين والعملاء والموردين .

تحليل العبارة 08: كما يوضحه جدول رقم 03-17:

العبرة 08	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
إمكانية تداول المعلومات بشكل سلس في كل الظروف	لا أتفق تماما	2	4,8	<p>توفر قواعد البيانات كم هائل من البيانات والمعلومات المحتفظ بها</p>
	لا أتفق	4	9,5	
	محايد	12	28,6	
	أتفق	22	52,4	
	أتفق تماما	2	4,8	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق قواعد البيانات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 22 يخص اتفاق المبحوثين على عمل المؤسسة على إمكانية توفر قواعد البيانات كم هائل من البيانات والمعلومات المحتفظ بها بنسبة 52.4% ويليه التكرار 12 بنسبة 28.6% للمحايد ، ثم يلي فيما بعد التكرار 2،2،4 بنسبة 4.8،4.8،9.5% بالنسبة لدرجات المتبقية ، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة توفر قواعد بيانات كم هائل من البيانات والمعلومات المحتفظ بها بهدف الرجوع إلى المعلومة من اجل استغلالها وقت الحاجة .

تحليل العبارة 09: كما يوضحه جدول رقم 03-18:

العبرة 09	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تمكين مختلف الوحدات التنظيمية من التنسيق والتعاون بشكل فعال	لا أتفق تماما	3	7,1	<p>تمكين مختلف الوحدات التنظيمية من التنسيق والتعاون بشكل فعال</p>
	لا أتفق	2	4,8	
	محايد	7	16,7	
	أتفق	27	64,3	
	أتفق تماما	3	7,1	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق قواعد البيانات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 27 يخص اتفاق المبحوثين على عمل المؤسسة على تمكين مختلف الوحدات التنظيمية من التنسيق والتعاون بشكل فعال بنسبة 64.3% ويليه التكرار 7 بنسبة 16.7% للمحايد ، ثم يلي فيما بعد التكرار 3-3-2 بنسبة 7.1-7.1-4.8% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تمكن مختلف الوحدات والأقسام من التنسيق والتعاون من اجل تحقيق الأهداف.

تحليل العبارة 10: كما يوضحه جدول رقم 03-19:

العبارة 10	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
القدرة على استرجاع أي بيانات أو معلومات وقت الحاجة.	لا أتفق تماما	2	4,8	<p>القدرة على استرجاع أي بيانات أو معلومات وقت الحاجة</p> <p> ■ لا أتفق تماما ■ لا أتفق ■ محايد ■ أتفق ■ أتفق تماما </p>
	لا أتفق	3	7,1	
	محايد	12	28,6	
	أتفق	24	57,1	
	أتفق تماما	1	2,4	
	المجموع		42	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق قواعد البيانات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 24 يخص اتفاق المبحوثين على عمل المؤسسة على المقدرة على استرجاع أية بيانات أو معلومات وقت الحاجة بنسبة 57.1% ويليه التكرار 12 بنسبة 28.6% للمحايد ، ثم يلي فيما بعد التكرار 1-2-3 بنسبة 7.1-4.8-2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة قادرة على استرجاع البيانات أو المعلومات وقت الحاجة وهذا دليل على فعالية النظام والمساهمة في انتهاز الفرص وتحقيق ميزة تنافسية.

البعد الثاني	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية	مستوى
--------------	----------	---------	-------------------	---------	-------

القبول	النسبية		الحسابي		
محايد	05	0.816	3.33	1. إمكانية تداول المعلومات بشكل سلس في كل الظروف	قواعد البيانات
موافق	04	0.989	3.4	2. تدعيم القدرات التخزينية بالمؤسسة من المعارف والمعلومات.	
موافق	03	0.914	3.43	3. توفر قواعد البيانات كم هائل من البيانات والمعلومات المحتفظ بها.	
موافق	01	0.964	3.6	4. تمكين مختلف الوحدات التنظيمية من التنسيق والتعاون بشكل فعال	
موافق	02	0.861	3.45	5. القدرة على استرجاع أي بيانات أو معلومات وقت الحاجة.	
موافق	---	0.908	3.44	المجموع	

ويتضح من جدول أعلاه رقم 03-20: أن المتوسط الحسابي لقواعد البيانات المساهمة في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بلغ 3.44 بتقدير موافق مع سلم ليكرت الخماسي بانحراف معياري 0.908 فهذا يؤكد تجانس آراء المبحوثين ، حيث جاءت أغلب العبارات بدرجة موافق وجاءت العبارة رقم 04 في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.6 وانحراف معياري 0.964 في حين جاءت العبارة 01 في المرتبة الأخيرة، وهذا يعني أن المؤسسة تراعي جانبي التنسيق والتعاون بين مختلف المصالح وهذا يهدف دوران المعلومات الذي من شأنه إعطاء معلومات قد تحتاجها المؤسسة في اكتساب ميزة تنافسية.

البعد الثالث: البرمجيات

تحليل العبارة 11: كما يوضحه جدول رقم 03-21:

العبرة 11	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
أجد نوعية البرمجيات التي تستخدمها المؤسسة جيدة ومتطورة.	لا أتفق تماما	2	4,8	<p>أجد نوعية البرمجيات التي تستخدمها المؤسسة جيدة ومتطورة</p>
	لا أتفق	7	16,7	
	محايد	11	26,2	
	أتفق	21	50,0	
	أتفق تماما	1	2,4	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق البرمجيات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 21 يخص اتفاق المبحوثين على عمل المؤسسة على توفير نوعية جيدة ومتطورة من البرمجيات بنسبة 50% ويليه التكرار 11 بنسبة 26.2% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 7-2-1 بنسبة 16.7-4.8-2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة توفر نوعية لا بأس بها من البرامج المتطورة التي من شأنها مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل.

تحليل العبرة 12: كما يوضحه جدول رقم 03-22:

العبرة 12	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تهتم الإدارة ببرامج التطوير المستمر بالجوانب المتعلقة بالبرامج والتطبيقات بتكنولوجيا المعلومات	لا أتفق تماما	4	9,5	<p>تهتم الإدارة ببرامج التطوير المستمر بالجوانب المتعلقة بالبرامج والتطبيقات بتكنولوجيا المعلومات</p>
	لا أتفق	5	11,9	
	محايد	10	23,8	
	أتفق	20	47,6	
	أتفق تماما	3	7,1	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق البرمجيات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 20 يخص اتفاق المبحوثين على عمل المؤسسة على اهتمام الإدارة ببرامج التطوير المستمر بالجوانب المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات بنسبة 47.5% ويليه التكرار 10 بنسبة 23.8% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 3-4-5 بنسبة 11.9-9.5-7.1% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تهتم ببرامج التطوير وهذا وفق الإمكانيات المادية والبشرية.

تحليل العبارة 13: كما يوضحه جدول رقم 03-23:

العبرة 13	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تخصيص المؤسسة ميزانية معتبرة لشراء أفضل البرمجيات	لا أتفق تماما	4	9,5	<p>تخصيص المؤسسة ميزانية معتبرة لشراء أفضل البرمجيات</p> <p> لا أتفق تماما لا أتفق محايد أتفق أتفق تماما </p>
	لا أتفق	7	16,7	
	محايد	11	26,2	
	أتفق	15	35,7	
	أتفق تماما	5	11,9	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق البرمجيات التي تهم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 15 يخص اتفاق الباحثين على عمل المؤسسة على تخصيص ميزانية معتبرة لشراء أفضل البرمجيات بنسبة 35.7 % ويليه التكرار 11 بنسبة 26.2 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 4-5-7 بنسبة 9.5-11.9-16.7 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تخصص ميزانية معتبرة لشراء أفضل البرمجيات وهذا في نظر البعض ولكن البعض الآخر لا يرى ذلك لكون أن المؤسسة لديها مجموعة من التكاليف الثابتة والمتغيرة بالإضافة إلى التطوير .

تحليل العبارة 14: كما يوضحه جدول رقم 03-24:

العبرة 14	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تناسب البرمجيات الحالية مع طبيعة العمل	لا أتفق تماما	1	2,4	<p>تناسب البرمجيات الحالية مع طبيعة العمل</p> <p> لا أتفق تماما لا أتفق محايد أتفق أتفق تماما </p>
	لا أتفق	4	9,5	
	محايد	15	35,7	
	أتفق	22	52,4	
	أتفق تماما	00	00	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق البرمجيات التي تهم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 22 يخص اتفاق الباحثين على عمل المؤسسة حول تناسب البرمجيات الحالية مع طبيعة العمل بنسبة 52.4

% ويليه التكرار 15 بنسبة 35.7 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 4-1 بنسبة 9.5-2.4 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تفضل البرمجيات المتوافقة مع طبيعة العمل وهذا في نظر البعض ولكن البعض الآخر لا يرى ذلك لكونه هناك برامج جديدة متطورة لكن المؤسسة لم تقنيتها وهذا راجع إلى الميزانية المخصصة لاقتناء البرمجيات.

تحليل العبارة 15: كما يوضحه جدول رقم 03-25:

العبرة 15	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
مساهمة هاته البرامج في إنجاز المهام بطريقة مرنة	لا أتفق تماما	2	4,8	<p>مساهمة هاته البرامج في إنجاز المهام بطريقة مرنة</p> <p> ■ أتفق تماما ■ لا أتفق ■ محايد ■ أتفق ■ أتفق تماما </p>
	لا أتفق	4	9,5	
	محايد	12	28,6	
	أتفق	20	47,6	
	أتفق تماما	4	9,5	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق البرمجيات التي تهم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 20 يخص اتفاق الباحثين على مساهمة هاته البرمجيات في إنجاز المهام بطريقة مرنة بنسبة 47.5% ويليه التكرار 12 بنسبة 28.6 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 4-4-2 بنسبة 9.5-9.5-4.8 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تفضل البرمجيات المساهمة في إنجاز المهام بطريقة مرنة وهذا من اجل إعطاء نتائج سليمة وخالية من الأخطاء كون اقتناء هاته البرامج يعتمد على جملة من المعايير ومن بينها المرونة في إنجاز المهام.

البعء الثالث	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
البرمجيات	1. أجد نوعية البرمجيات التي تستخدمها المؤسسة جيدة	3.29	0.944	04	محايد

				ومتطورة.
محايد	03	1.093	3.31	2. تھتم الإدارة ببرامج التطوير المستمر بالجوانب المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات
محايد	05	1.165	3.24	3. تخصص المؤسسة ميزانية معتبرة لشراء أفضل البرمجيات
محايد	02	0.764	3.38	4. تناسب البرمجيات الحالية مع طبيعة العمل
موافق	01	0.969	3.48	5. مساهمة هاته البرامج في انجاز المهام بطريقة مرنة
محايد	---	0.987	3.34	المجموع

ويتضح من الجدول أعلاه رقم 03-26: أن المتوسط الحسابي للبرمجيات المساهمة في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بلغ 3.34 بتقدير موافق مع سلم ليكرت الخماسي بانحراف معياري 0.987 فهذا يؤكد تجانس آراء المبحوثين ، حيث جاءت أغلب العبارات بدرجة محايد وجاءت العبارة رقم 05 في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.48 وانحراف معياري 0.969 في حين جاءت العبارة 03 في المرتبة الأخيرة، وهذا يعني أن المؤسسة تراعي نوعا ما إلى البرامج التي تساهم في انجاز المهام بطريقة مرنة وهذا بهدف مساعدة الموظفين في أداء مهامهم بطريقة بسيطة وسريعة وهذا باعتماد على البرمجيات لكسب الجهد والوقت.

البعد الرابع: الشبكات

تحليل العبارة 16: كما يوضحه جدول رقم 03-27:

العبارة 16	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
------------	---------	---------	------------------	-------------------------------

<p>تساهم المواقع الالكترونية بشكل كبير في توفير المعلومات حسب الاحتياجات الوظيفية</p> <p> ■ لا أتفق تماما ■ لا أتفق ■ محايد ■ أتفق </p>	7,1	3	لا أتفق تماما	<p>تساهم المواقع الالكترونية بشكل كبير في توفير المعلومات حسب الاحتياجات الوظيفية</p>
	16,7	7	لا أتفق	
	26,2	11	محايد	
	50,0	21	أتفق	
	7,1	3	أتفق تماما	
	100%	42	المجموع	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق الشبكات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 21 يخص اتفاق الباحثين على مساهمة المواقع الالكترونية بشكل كبير في توفير المعلومات حسب الاحتياجات الوظيفية بنسبة 50% و يليه التكرار 11 بنسبة 26.2 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 3-3-7 بنسبة 7.1-7.1-16.7 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المواقع الالكترونية تساهم في توفير المعلومات حسب الاحتياجات الوظيفية .

تحليل العبارة 17: كما يوضحه جدول رقم 03-28:

توزيع أفراد العينة مع التحليل	% النسبة المئوية	التكرار	التقدير	العبارة 17
<p>تعزير التواصل مع المستفيد من الخدمات المقدمة</p> <p> ■ لا أتفق ■ محايد ■ أتفق ■ أتفق تماما </p>	16,7	7	لا أتفق تماما	<p>تعزير التواصل مع المستفيد من الخدمات المقدمة</p>
	00	00	لا أتفق	
	35,7	15	محايد	
	45,2	19	أتفق	
	2,4	1	أتفق تماما	
	100%	42	المجموع	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق الشبكات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 19 يخص اتفاق الباحثين على تعزير التواصل مع المستفيد من الخدمات المقدمة بنسبة 45.2% و يليه التكرار 19 بنسبة 35.7 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 1-7 بنسبة 2.4-16.7 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن تعزير التواصل مع المستفيد من الخدمات المقدمة بفضل الشبكات ميزة من اجل كسب ولاء الزبائن الحاليين وإمكانية جذب زبائن جدد وهذا بفضل الشبكات عن طريق الإعلانات و الاشهارات والمساهمة في خدمة المجتمع.

تحليل العبارة 18: كما يوضحه جدول رقم 03-29:

العبرة 18	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
التواصل مع مختلف الموردین والعملاء.	لا أتفق تماما	2	4,8	<p>التواصل مع مختلف الموردین والعملاء</p> <p> ■ لا أتفق تماما ■ لا أتفق ■ محايد ■ أتفق ■ أتفق تماما </p>
	لا أتفق	8	19,0	
	محايد	7	16,7	
	أتفق	22	52,4	
	أتفق تماما	3	7,1	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق الشبكات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 22 يخص اتفاق المبحوثين على التواصل مع مختلف الموردین والعملاء بنسبة 52.4% ويليه التكرار 7 و 8 بنسبة 19-16.7% للمحايد والغير متفق، ثم يلي فيما بعد التكرار 3-2 بنسبة 7.1-4.8% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن التواصل مع مختلف الموردین والعملاء بفضل الشبكات ميزة من اجل كسب ولائهم ويتم هذا عن طريق الشبكات على شكل بريد الكتروني، رسائل الكترونية... الخ وهذا من أجل كسب الوقت والجهد والسرعة في الأداء.

تحليل العبارة 19: كما يوضحه جدول رقم 03-30:

العبرة 19	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
يتم تبادل المعلومات الداخلية بواسطة شبكة الانترنت الخاصة بالمؤسسة	لا أتفق تماما	7	16,7	<p>يتم تبادل المعلومات الداخلية بواسطة شبكة الانترنت الخاصة بالمؤسسة</p> <p> ■ لا أتفق تماما ■ لا أتفق ■ محايد ■ أتفق ■ أتفق تماما </p>
	لا أتفق	10	23,8	
	محايد	21	50,0	
	أتفق	4	9,5	
	أتفق تماما	7	16,7	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق الشبكات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 21 يخص الحيايد المبحوثين على تبادل المعلومات الداخلية بواسطة شبكة الانترنت الخاصة بالمؤسسة بنسبة

50% ويليه التكرار 7 و 10 بنسبة 16.7-23.8 % للغير متفق والغير متفق تماما، ثم يلي فيما بعد التكرار 7-4 بنسبة 9.5-16.7 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن تبادل المعلومات الداخلية لا يتم بواسطة الانترنت فقط الخاصة بالمؤسسة بل بواسطة وثائق إدارية رسمية أي استعمال الاتصال الرسمي بدل الشبكة الداخلية الاكسترنز والانترانت وذلك لبعد المؤسسة عن الإدارة الالكترونية الحديثة.

تحليل العبارة 20: كما يوضحه جدول رقم 03-31:

العبرة 20	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تعزير التواصل مع المستفيد من الخدمات والمنتجات.	لا أتفق تماما	3	7,1	<p>تعزير التواصل مع المستفيد من الخدمات والمنتجات</p> <p> ■ لا أتفق تماما ■ لا أتفق ■ محايد ■ أتفق ■ أتفق تماما </p>
	لا أتفق	7	16,7	
	محايد	9	21,4	
	أتفق	22	52,4	
	أتفق تماما	1	2,4	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق الشبكات التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 22 يخص اتفاق المبحوثين على تعزير التواصل مع المستفيد من الخدمات والمنتجات بنسبة 52.4% ويليه التكرار 7 و 9 بنسبة 19-21.4 % للمحايد والغير متفق، ثم يلي فيما بعد التكرار 3-1 بنسبة 7.1-2.4 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن تعزير التواصل مع المستفيد من الخدمات والمنتجات بفضل الشبكات من اجل كسب ولائهم ويتم هذا على شكل عروض ترويجية، امتيازات نظير الولاء، تخفيضات.... الخ .

البعد الرابع	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
--------------	----------	-----------------	-------------------	-----------------	--------------

محايد	05	0.969	3.19	1. تساهم المواقع الالكترونية بشكل كبير في توفير المعلومات حسب الاحتياجات الوظيفية	الشبكات
محايد	03	0.786	3.33	2. تعزيز روابط المؤسسة مع الأسواق المستهدفة.	
موافق	01	0.890	3.52	3. التواصل مع مختلف الموردين والعملاء.	
محايد	04	1.014	3.26	4. يتم تبادل المعلومات الداخلية بواسطة شبكة الانترنت الخاصة بالمؤسسة	
موافق	02	0.939	3.40	5. تعزيز روابط المؤسسة مع الأسواق المستهدفة	
محايد	---	0.919	3.34	المجموع	

ويتضح من الجدول أعلاه رقم 03-32: أن المتوسط الحسابي للبرمجيات المساهمة في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بلغ 3.34 بتقدير موافق مع سلم ليكرت الخماسي بانحراف معياري 0.987 فهذا يؤكد تجانس آراء المبحوثين ، حيث جاءت العبارة رقم 05 في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.48 وانحراف معياري 0.969 في حين جاءت العبارة 03 في المرتبة الأخيرة، وهذا يعني أن المؤسسة تراعي نوعا ما إلى البرامج التي تساهم في انجاز المهام بطريقة مرنة وهذا بهدف مساعدة الموظفين في اداء مهامهم بطريقة بسيطة وسريعة وهذا باعتماد على البرمجيات لكسب الجهد والوقت.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات تكنولوجيا المعلومات

كما يوضحه جدول رقم 03-33:

مستوى القبول	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد	المحور
محايد	02	1.002	3.37	التجهيزات المادية	تكنولوجيا المعلومات
موافق	01	0.908	3.44	قواعد البيانات	
محايد	03	0.987	3.34	البرمجيات	
محايد	03	0.919	3.34	الشبكات	
محايد	---	0.954	3.37	المجموع	

تبين نتائج الجدول أن قواعد البيانات جاءت في المرتبة الأولى بدرجة موافق حيث بلغ متوسطها الحسابي المرجح 3.44 ثم تلتها التجهيزات المادية بمتوسط حسابي مرجح 3.37 والتي تندرج في درجة محايد وأخيرا البرمجيات والشبكات احتلتا المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي مرجح قدره 3.34، ومن هنا نستطيع القول أن قواعد البيانات تساهم بشكل فعال في توفير وإتاحة البيانات والمعلومات المختلفة مما يساهم في تعزيز عمليات البحث والتطوير وترقية الإبداع، أما التجهيزات المادية ضرورية في المؤسسة لتنافس بشكل جيد، أما البرمجيات يمكن القول أنها تتيح المعالجة الالكترونية والدقيقة للمعلومات والبيانات وانجاز وتصميم النماذج مما يؤدي إلى تعزيز اليقظة الإستراتيجية بالمؤسسة وأخيرا فبالنسبة للشبكات فلها دور كبير في التواصل مع الموظفين في الداخل وع الموردن والعملاء مما يؤدي التعليم والتدريب والتواصل والإبداع والابتكار وتعزيز التواصل مع السوق.

ب. تحليل المحور الثاني للإجابة على السؤال التالي:

ما مستوى اليقظة الإستراتيجية لدى أفراد مؤسسة اتصالات الجزائر-مديرية بسكرة؟

للإجابة عن هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجداول الموالية

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات اليقظة
الإستراتيجية

بعد الأول: اليقظة التكنولوجية

تحليل العبارة 21: كما يوضحه جدول رقم 03-34:

العبرة 21	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تعتمد المؤسسة بدرجة كبيرة على التقنيات والبرمجيات الحديثة.	لا أتفق تماما	2	4,8	<p>تعتمد المؤسسة بدرجة كبيرة على التقنيات والبرمجيات الحديثة</p>
	لا أتفق	6	14,3	
	محايد	8	19,0	
	أتفق	25	59,5	
	أتفق تماما	1	2,4	
	المجموع		42	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التكنولوجية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 25 يخص اتفاق الباحثين على الاعتماد المؤسسة بدرجة كبيرة على التقنيات والبرمجيات الحديثة بنسبة 59,5% ويليه التكرار 8 بنسبة 19% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 6 بنسبة 14,3% 4,8_2,4 بنسبة 2,4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تفضل الاعتماد المؤسسة بدرجة كبيرة على التقنيات والبرمجيات الحديثة وهذا من اجل الخصائص التي تتميز بها هاته التقنيات من تحديث وسرعة مرونة في انجاز المهام.

تحليل العبارة 22: كما يوضحه جدول رقم 03-35:

العبرة 22	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تهتم المؤسسة بكل ماله صلة بالإبداع التكنولوجي	لا أتفق تماما	1	2,4	<p>تهتم المؤسسة بكل ماله صلة بالإبداع التكنولوجي</p>
	لا أتفق	4	9,5	

	42,9	18	محايد	وبراءات الاختراع....الخ.
	45,2	19	أتفق	
	00	00	أتفق تماما	
	100%	42	المجموع	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التكنولوجية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 19 يخص اتفاق المبحوثين على الاهتمام المؤسسة بكل ماله صلة بالإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع....الخ. بنسبة 45,2 % ويليه التكرار 18 بنسبة 42,5 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 1,4 بنسبة 2,4_9,5 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تفضل الاهتمام المؤسسة بكل ماله صلة بالإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع....الخ وهذا من اجل مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل واكتساب ميزة تنافسية.

تحليل العبارة 23: كما يوضحه جدول رقم 03-36:

توزيع أفراد العينة مع التحليل	% النسبة المئوية	التكرار	التقدير	العبارة 23
<p>تتابع المؤسسة التغيرات في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية</p>	7,1	3	لا أتفق تماما	تتابع المؤسسة التغيرات في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية.
	7,1	3	لا أتفق	
	23,8	10	محايد	
	57,1	24	أتفق	
	4,8	2	أتفق تماما	
	100%	42	المجموع	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التكنولوجية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 24 يخص اتفاق المبحوثين على متابعة المؤسسة التغيرات في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية بنسبة 57,1 % ويليه التكرار 10 بنسبة 23,8 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 3,3,2 بنسبة 4,8_7,1_7,1 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تفضل متابعة المؤسسة

التغيرات في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية. وهذا من اجل مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل واكتساب ميزة تنافسية واستغلال تكنولوجيات قبل المنافسين.

تحليل العبارة 24: كما يوضحه جدول رقم 03-37:

العبرة 24	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تهتم المؤسسة بمعرفة التكنولوجيات والتقنيات المتبعة من قبل المنافسين.	لا أتفق تماما	1	2,4	<p>تهتم المؤسسة بمعرفة التكنولوجيات والتقنيات المتبعة من قبل المنافسين</p>
	لا أتفق	5	11,9	
	محايد	14	33,3	
	أتفق	21	50,0	
	أتفق تماما	1	2,4	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التكنولوجية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 21 يخص اتفاق الباحثين على الاهتمام المؤسسة بمعرفة التكنولوجيات والتقنيات المتبعة من قبل المنافسين بنسبة 50 % ويليه التكرار 14 بنسبة 33,3 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 5_1_1 بنسبة 11,9_2,4_2,4 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تفضل الاهتمام المؤسسة بمعرفة التكنولوجيات والتقنيات المتبعة من قبل المنافسين. وهذا من اجل استغلال التكنولوجيا وتدعيم مركزها التنافسي.

تحليل العبارة 25: كما يوضحه جدول رقم 03-38:

العبرة 25	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تبذل المؤسسة جهدا كافيا	لا أتفق تماما	3	7,1	<p>تبذل المؤسسة جهدا كافيا في الكشف عن التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التقنية والتكنولوجيا</p>

	7,1	3	لا أتفق	في الكشف عن التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التقنية والتكنولوجيا.
	11,9	5	محايد	
	71,4	30	أتفق	
	2,4	1	أتفق تماما	
	100%	42	المجموع	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التكنولوجية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 30 يخص اتفاق المبحوثين على بذل المؤسسة جهد كافي في الكشف عن التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التقنية والتكنولوجيا بنسبة 71,4% ويليه التكرار 05 بنسبة 11,9% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 1_1_3 بنسبة 7,1_7,1_2,4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تبذل المؤسسة جهد كافي في الكشف عن التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التقنية والتكنولوجيا وهذا من اجل عدم ترك فرصة للمنافس وتكون هي السبابة في استغلالها وهذا ما أكده رئيس المصلحة ولكن الإشارة دائما إلى ميزانية المؤسسة.

المستوى القبول	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	البعد الرابع
محايد	05	0.969	3.19	عتمد المؤسسة بدرجة كبيرة على التقنيات والبرمجيات الحديثة.	اليقظة

التكنولوجية	2. تهتم المؤسسة بكل ماله صلة بالإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع....الخ.	3.33	0.786	03	محايد
	3. تتابع المؤسسة التغيرات في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية	3.52	0.890	01	موافق
	4. تهتم المؤسسة بمعرفة التكنولوجيات والتقنيات المتبعة من قبل المنافسين.	3.26	1.014	04	محايد
	5. تبذل المؤسسة جهد كافي في الكشف عن التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التقنية والتكنولوجيا.	3.40	0.939	02	موافق
المجموع		3.34	0.919	---	محايد

ويتضح من الجدول أعلاه رقم 03-39: أن المتوسط الحسابي لليقظة التكنولوجية بلغ 3.34 بتقدير محايد مع سلم ليكرت الخماسي بانحراف معياري 0.919 فهذا يؤكد تجانس آراء المبحوثين ، حيث جاءت العبارة رقم 03 في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.52 وانحراف معياري 0.890 في حين جاءت العبارة 02 في المرتبة الأخيرة، وهذا يعني أن المؤسسة تفضل إلى حد كبير متابعة المؤسسة التغيرات في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية. وهذا من اجل مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل واكتساب ميزة تنافسية واستغلال تكنولوجيات قبل المنافسين.

البعد الثاني: اليقظة التنافسية

تحليل العبارة 26: كما يوضحه جدول رقم 03-40:

العبارة 26	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
------------	---------	---------	------------------	-------------------------------

<p>تبدل المؤسسة جهدا كافيا في الكشف عن التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التقنية والتكنولوجيا</p>	7.1	3	لا أتفق تماما	<p>تبدل المؤسسة جهدا كافيا في الكشف عن التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التقنية والتكنولوجيا</p>
	4.8	2	لا أتفق	
	35.7	15	محايد	
	52.4	22	أتفق	
	00	00	أتفق تماما	
	100%	42	المجموع	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التنافسية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 22 يخص اتفاق المبحوثين على تبدل المؤسسة جهدا كافيا في الكشف عن التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التكنولوجيا بنسبة 52.4% ويليه التكرار 15 بنسبة 35.7% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 2_3 بنسبة 7.1_4.8% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تبدل المؤسسة جهدا كافيا في الكشف عن التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التكنولوجيا وهذا من اجل اكتساب ميزة تنافسية او تماشي مع التطور التكنولوجي.

تحليل العبارة 27: كما يوضحه جدول رقم 03-41:

العبرة 27	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
<p>تقوم المؤسسة بتحليل دقيق للمنافسين لإيجاد استراتيجيات مناسبة لمواجهتها.</p>	لا أتفق تماما	1	2.4	
	لا أتفق	3	7.1	
	محايد	13	31.0	
	أتفق	21	50.0	
	أتفق تماما	4	9.5	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التنافسية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 21 يخص اتفاق المبحوثين على قيام المؤسسة بتحليل دقيق للمنافسين لإيجاد استراتيجيات مناسبة لمواجهتها بنسبة 50% ويليه التكرار 13 بنسبة 31% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 1_3_4 بنسبة 9.5-7.1-2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة تقوم بتحليل دقيق للمنافسين

لإيجاد استراتيجيات مناسبة لمواجهتها. وهذا من اجل أن تكون على دراية كافية بما يدور في المحيط ،معرفة تحركات المنافسين وإبطال والعمل على اتخاذ القرارات اللازمة. تحليل العبارة 28: كما يوضحه جدول رقم 03-42:

العبرة 28	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
مراقبة عروض المنافسين باستخدام الانترنت من أهم مصادر المعلومات لليقظة.	لا أتفق تماما	3	7.1	<p>مراقبة عروض المنافسين باستخدام الانترنت من أهم مصادر معلومات اليقظة</p> <p>لا أتفق تماما لا أتفق محايد أتفق</p>
	لا أتفق	4	9.5	
	محايد	12	28.6	
	أتفق	23	54.8	
	أتفق تماما	00	00	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التنافسية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 21 يخص اتفاق المبحوثين على مراقبة عروض المنافسين باستخدام الانترنت من أهم مصادر المعلومات لليقظة بنسبة 50% و يليه التكرار 13 بنسبة 31% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 1-3_4 بنسبة 7.1-9.5-2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على مراقبة عروض المنافسين باستخدام الانترنت من أهم مصادر المعلومات لليقظة وهذا من اجل تقديم وعرض منتجات وخدمات أفضل وأكثر تميزا للمحافظة على مكانتها في السوق.

تحليل العبارة 29: كما يوضحه جدول رقم 03-43:

العبرة 29	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تقوم المؤسسة باستمرار بتتبع التغيرات على استراتيجيات منافسيها.	لا أتفق تماما	3	7.1	<p>تقوم المؤسسة باستمرار بتتبع التغيرات على استراتيجيات منافسيها</p> <p>لا أتفق تماما لا أتفق محايد أتفق</p>
	لا أتفق	6	14.3	
	محايد	10	23.8	

	54.8	23	أتفق
	00	00	أتفق تماما
	100%	42	المجموع

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التنافسية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 23 يخص اتفاق المبحوثين على قيام المؤسسة باستمرار بتتبع التغييرات على استراتيجيات منافسيها بنسبة 54.8% ويليه التكرار 10 بنسبة 23.8% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 6-3 بنسبة 14.3-7.1% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على قيام المؤسسة باستمرار بتتبع التغييرات على استراتيجيات منافسيها وهذا من اجل انتهاز الفرص ومعرفة التهديدات التي تهدد المؤسسة من قبل المنافسين.

تحليل العبارة 30: كما يوضحه جدول رقم 03-44:

العبرة 30	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تحليل العبارة 30: كما يوضحه جدول رقم 03-44:	لا أتفق تماما	1	2.4	<p>تظل المؤسسة على علم دائم بأهم القرارات التي يتخذها المنافسون</p> <p> ■ لا أتفق تماما ■ لا أتفق ■ محايد ■ أتفق </p>
	لا أتفق	6	14.3	
	محايد	11	26.2	
	أتفق	24	57.1	
	أتفق تماما	00	00	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التنافسية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 24 يخص اتفاق المبحوثين على تظل المؤسسة على علم دائم بأهم القرارات التي يتخذها المنافسون بنسبة 57.1% ويليه التكرار 11 بنسبة 26.2% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 6-1 بنسبة 14.3-2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على تظل المؤسسة على علم دائم بأهم القرارات التي يتخذها المنافسون وهذا من اجل تجنب أي فرصة ينفرد بها المنافس وتصبح ميزة تنافسية، إذ لا بد من العلم الدائم بقرارات المنافسين تجنباً لفقدان المكانة السوقية.

البعد الثاني	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
--------------	----------	-----------------	-------------------	-----------------	--------------

محايد	03	0.874	3.33	تعمل المؤسسة على جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بوضعية سلوك منافسيها.	اليقظة التنافسية
موافق	01	0.859	3.57	2. تقوم المؤسسة بتحليل دقيق للمنافسين لإيجاد استراتيجيات مناسبة لمواجهتها.	
محايد	04	0.924	3.31	3. مراقبة عروض المنافسين باستخدام الانترنت من أهم مصادر المعلومات لليقظة.	
محايد	05	0.964	3.26	4. تقوم المؤسسة باستمرار بتتبع التغيرات على استراتيجيات منافسيها.	
محايد	02	0.825	3.38	5. تظل المؤسسة على علم دائم بأهم القرارات التي يتخذها المنافسون.	
محايد	---	0.889	3.37	المجموع	

ويتضح من الجدول أعلاه رقم 03-45: أن المتوسط الحسابي لليقظة التنافسية بلغ 3.37 بتقدير محايد مع سلم ليكرت الخماسي بانحراف معياري 0.889 فهذا يؤكد تجانس آراء المبحوثين ، حيث جاءت العبارة رقم 02 في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.57 وانحراف معياري 0.859 في حين جاءت العبارة 04 في المرتبة الأخيرة، وهذا يعني أن المؤسسة تقوم بتحليل دقيق للمنافسين لإيجاد الاستراتيجيات المناسبة لمواجهتها وهذا بفضل تكنولوجيا المعلومات في جمع المعلومات وتحليلها تحليل دقيق و استعمال إستراتيجية دفاعية تواجه بها المنافسين.

بعد الثالث: اليقظة التجارية

تحليل العبارة 31: كما يوضحه جدول رقم 03-46:

العبرة 31	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تراجعي المؤسسة لسلوك	لا أتفق تماما	2	4.8	تراجعي المؤسسة لسلوك المستهلكين والزبائن الحاليين والمحتملين وتوقعاتهم



	4.8	2	لا أتفق	المستهلكين والزبائن الحاليين والمحتملين وتوقعاتهم.
	33.3	14	محايد	
	54.8	23	أتفق	
	2.4	1	أتفق تماما	
	100%	42	المجموع	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التجارية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 23 يخص اتفاق المبحوثين على مراعاة المؤسسة لسلوك المستهلكين والزبائن الحاليين والمحتملين وتوقعاتهم بنسبة 54.8% ويليه التكرار 14 بنسبة 33.33% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 2-2-1 بنسبة 4.8-4.8% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على مراعاة المؤسسة لسلوك المستهلكين والزبائن الحاليين والمحتملين وتوقعاتهم وهذا من اجل ضمان مركزها التنافسي وزيادة الحصة السوقية.

تحليل العبارة 32: كما يوضحه جدول رقم 03-47:

العبرة 32	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تقوم المؤسسة بدراسات متواصلة حول ميولات المستهلكين وعروض الموردين.	لا أتفق تماما	1	2.4	<p>تقوم المؤسسة بدراسات متواصلة حول ميولات المستهلكين وعروض الموردين</p> <p> ■ لا أتفق ■ لا أتفق ■ محايد ■ أتفق </p>
	لا أتفق	6	14.3	
	محايد	16	38.1	
	أتفق	19	45.2	
	أتفق تماما	00	00	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التجارية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 19 يخص اتفاق المبحوثين على قيام المؤسسة بدراسات متواصلة حول ميولات المستهلكين وعروض الموردين بنسبة 45.2% ويليه التكرار 16 بنسبة 38.1% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 6-1 بنسبة 14.3-2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على قيام المؤسسة بدراسات متواصلة حول ميولات المستهلكين وعروض الموردين وهذا من اجل ضمان ولاء المستهلك ودراسة العلبه السوداء له لمعرفة ميولاتهم من خلال دراسات كصبر الآراء، مقابلات... الخ، إضافة للعروض الموردين من كسب الثقة، كون اتصالات الجزائر مرتبطة مع

المستهلك عن طريق شبكات اتصالية بأي خلل في الشبكة يفقد المستفيد ولائه، ووجب عليها إقامة علاقات متينة مع الموردين.

تحليل العبارة 33: كما يوضحه جدول رقم 03-48:

العبرة 33	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تقوم المؤسسة بدراسات متواصلة حول ميولات المستهلكين وعروض الموردين	لا أتفق تماما	1	2.4	
	لا أتفق	3	7.1	
	محايد	14	33.3	
	أتفق	20	47.6	
	أتفق تماما	4	9.5	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التجارية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 20 يخص اتفاق الباحثين على تقوم المؤسسة بدراسات متواصلة حول ميولات المستهلكين وعروض الموردين بنسبة 47.6% ويليه التكرار 14 بنسبة 33.3% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 4-3-1 بنسبة 9.5-7.1-2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن تقوم المؤسسة بدراسات متواصلة حول ميولات المستهلكين وعروض الموردين وهذا من اجل كسب ولاء الزبون وثقة العميل.

تحليل العبارة 34: كما يوضحه جدول رقم 03-49:

العبرة 34	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تعمل المؤسسة بصفة	لا أتفق تماما	00	00	تعمل المؤسسة بصفة مستمرة على مراقبة علاقاتها مع الموردين



{ 140 }

	16.7	7	لا أتفق	مستمرة على مراقبة علاقتها مع الموردين
	28.6	12	محايد	
	52.4	22	أتفق	
	2.4	1	أتفق تماما	
	100%	42	المجموع	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التجارية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 22 يخص اتفاق المبحوثين على عمل المؤسسة بصفة مستمرة على مراقبة علاقتها مع الموردين بنسبة 52.4% ويليه التكرار 12 بنسبة 28.6% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 7-1 بنسبة 16.7-2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على أن المؤسسة على عمل المؤسسة بصفة مستمرة على مراقبة علاقتها مع الموردين وهذا من اجل عدم ضياع الموردين وتحسين العلاقات وهذا ما يضمن لها ولاء الموردين.

تحليل العبارة 35: كما يوضحه جدول رقم 03-50:

العبرة 35	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
المؤسسة تقوم على دراسة العلاقات التجارية بينها وبين مورديها وزبائنها بصفة مستمرة	لا أتفق تماما	1	2.4	<p>المؤسسة تقوم على دراسة العلاقات التجارية بينها وبين مورديها وزبائنها بصفة مستمرة</p>
	لا أتفق	4	9.5	
	محايد	13	31.0	
	أتفق	23	54.8	
	أتفق تماما	1	2.4	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التجارية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 23 يخص اتفاق المبحوثين على قيام المؤسسة على دراسة العلاقات التجارية بينها وبين مورديها وزبائنها بصفة مستمرة بنسبة 54.8% ويليه التكرار 13 بنسبة 31% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 4-1-1 بنسبة 9.5-4.2-2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على قيام المؤسسة تقوم على دراسة العلاقات التجارية بينها وبين مورديها وزبائنها بصفة مستمرة وهذا من اجل البقاء على علم بما حدث بين المورد والمستهلك، لان العالم يعيش في حالة التغيير المستمر وأي معلومة أو دراسة من شأنها إفادة المؤسسة.

البيد الثالث	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
اليقظة التجارية	1. تراعي المؤسسة لسلوك المستهلكين والزبائن الحاليين والمحتملين وتوقعاتهم.	3.45	0.832	02	موافق
	2. تقوم المؤسسة بدراسات متواصلة حول ميولات المستهلكين وعروض المرددين.	3.26	0.798	05	محايد
	3. المؤسسة على دراية بنقاط قوتها وضعفها أثناء تعاملاتها مع مورديها وزبائنها وتعمل على تحسين وضعها.	3.55	0.861	01	موافق
	4. تعمل المؤسسة بصفة مستمرة على مراقبة علاقتها مع الموردين.	3.40	0.798	04	موافق
	5. المؤسسة تقوم على دراسة العلاقات التجارية بينها وبين مورديها وزبائنها بصفة مستمرة	3.45	0.803	02	موافق
المجموع		3.42	0.818	---	موافق

ويتضح من الجدول أعلاه رقم 03-51: أن المتوسط الحسابي لليقظة التجارية بلغ 3.42 بتقدير موافق مع سلم ليكرت الخماسي بانحراف معياري 0.818 فهذا يؤكد تجانس آراء المبحوثين ، حيث جاءت أغلب العبارات بدرجة موافق وجاءت العبارة رقم 03 في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.55 وانحراف معياري 0.861 في حين جاءت العبارة 02 في المرتبة الأخيرة، وهذا يعني أن على أن المؤسسة على دراية بنقاط قوتها وضعفها أثناء تعاملاتها مع مورديها وزبائنها وتعمل على تحسين وضعها وهذا من اجل كسب ولاء الزبون وثقة العميل.

البيد الرابع: اليقظة البيئية

تحليل العبارة 36: كما يوضحه جدول رقم 03-52:

العبارة 36	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تدرك المؤسسة واسع التغييرات التي تحدث في المجتمع.	لا أتفق تماما	1	2.4	<p>تدرك المؤسسة واسع التغييرات التي تحدث في المجتمع</p>
	لا أتفق	2	4.8	
	محايد	12	28.6	
	أتفق	27	64.3	
	أتفق تماما	00	00	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التجارية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 27 يخص اتفاق المبحوثين على إدراك المؤسسة واسع التغييرات التي تحدث في المجتمع. بنسبة 64.3 % ويليه التكرار 12 بنسبة 28.6 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 2- 1 بنسبة 4.8-2.4 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على إدراك المؤسسة واسع التغييرات التي تحدث في المجتمع. وهذا من اجل إعطاء صورة لدى المجتمع بان المؤسسة قريبة من أفراد المجتمع وتتفاسم معه مشاكله ومساهمة في إصلاحه.

تحليل العبارة 37: كما يوضحه جدول رقم 03-53:

العبارة 37	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تراقب المؤسسة باستمرار جميع المعلومات في كل المجالات التي يمكن أن تؤثر في نشاطها.	لا أتفق تماما	2	4.8	<p>تراقب المؤسسة باستمرار جميع المعلومات في كل حالات التي يمكن أن تؤثر في نشاطها</p>
	لا أتفق	3	7.1	
	محايد	8	19.0	
	أتفق	29	69.0	
	أتفق تماما	00	00	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التجارية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 29 يخص اتفاق المبحوثين على مراقبة المؤسسة باستمرار جميع المعلومات في كل المجالات التي يمكن أن تؤثر في نشاطها بنسبة 69 % ويليه التكرار 8 بنسبة 19 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 2- 3 بنسبة 7.1-4.8 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على مراقبة المؤسسة باستمرار جميع المعلومات في

كل المجالات التي يمكن أن تؤثر في نشاطها. وهذا من اجل حرص المؤسسة على عدم ضياع أي معلومة بشئ أصنافها
بيضاء أو رمادية أو سوداء من شأنها استغلالها في المستقبل.

تحليل العبارة 38: كما يوضحه جدول رقم 03-54:

العبرة 38	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تدرك المؤسسة الوضع الاقتصادي العام ومستوى المداخيل والأجور، وتطورات الاستهلاك والإنتاج... إلخ	لا أتفق تماما	1	2.4	<p>المؤسسة تدرك الوضع الاقتصادي العام ومستوى المداخيل والأجور، وتطورات أسعار الاستهلاك والإنتاج... إلخ</p>
	لا أتفق	1	2.4	
	محايد	13	31.0	
	أتفق	26	61.9	
	أتفق تماما	1	2.4	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التجارية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 26 يخص اتفاق المبحوثين على إدراك المؤسسة الوضع الاقتصادي العام ومستوى المداخيل والأجور، وتطورات أسعار الاستهلاك والإنتاج... إلخ بنسبة 61.9% ويليه التكرار 13 بنسبة 31% للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 1 بنسبة 2.4% بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على إدراك المؤسسة الوضع الاقتصادي العام ومستوى المداخيل والأجور، وتطورات أسعار الاستهلاك والإنتاج... إلخ وهذا من اجل المؤسسة نظام مفتوح وأنها على علم بالوضع الاقتصادي الراهن والتنبؤ بالوضع المستقبلي لتجنب تغير المحيط.

تحليل العبارة 39: كما يوضحه جدول رقم 03-55:

العبرة 39	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تتبع المؤسسة تطور	لا أتفق تماما	00	00	<p>تتبع المؤسسة تطور القوانين والتشريعات في القطاع الذي تنشط فيه، ليس فقط المعايير القانونية وإنما المعايير التقنية.</p>

	00	00	لا أتفق	القوانين و التشريعات في القطاع الذي تنشط فيه ،ليس فقط المعايير القانونية، وإنما أيضا المعايير التقنية.
	38.1	16	محايد	
	59.5	25	أتفق	
	2.4	1	أتفق تماما	
	100%	42	المجموع	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التجارية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 25 يخص اتفاق المبحوثين على تتبع المؤسسة تطور القوانين و التشريعات في القطاع الذي تنشط فيه ،ليس فقط المعايير القانونية، وإنما أيضا المعايير التقنية. بنسبة 59.5 % ويليه التكرار 16 بنسبة 38.1 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 1 بنسبة 2.4 % بالنسبة لدرجة اتفاق تماما، مما تدل هذه القيم والنسب على تتبع المؤسسة تطور القوانين و التشريعات في القطاع الذي تنشط فيه ،ليس فقط المعايير القانونية، وإنما أيضا المعايير التقنية. وهذا من اجل المؤسسة نظام مفتوح وأنها على علم بالوضع القانوني من أجل تفادي أخطاء قانونية قد تترتب على المؤسسة وهي في غنى عنها نظرا للتغير الرهيب في البيئة القانونية.

تحليل العبارة 40: كما يوضحه جدول رقم 03-56:

العبرة 38	التقدير	التكرار	% النسبة المئوية	توزيع أفراد العينة مع التحليل
تراجعي المؤسسة لأحداث الاجتماعية والثقافية للمجتمع.	لا أتفق تماما	1	2.4	<p>تراجعي المؤسسة لأحداث الاجتماعية والثقافية للمجتمع</p>
	لا أتفق	2	4.8	
	محايد	15	35.7	
	أتفق	24	57.1	
	أتفق تماما	00	00	
	المجموع	42	100%	

نرى من خلال الجدول والممثل بيانيا في الشكل أن توزيع إجابات أفراد العينة وفق اليقظة التجارية التي تهتم المؤسسة بها كان أكبر تكرار 24 يخص اتفاق المبحوثين على مراعاة المؤسسة لأحداث الاجتماعية والثقافية للمجتمع. بنسبة 57.1 % ويليه التكرار 15 بنسبة 35.7 % للمحايد، ثم يلي فيما بعد التكرار 2-1 بنسبة 4.8-2.4 % بالنسبة لدرجات المتبقية، مما تدل هذه القيم والنسب على مراعاة المؤسسة لأحداث الاجتماعية والثقافية للمجتمع. وهذا من اجل

المؤسسة نظام مفتوح ومشاركة المجتمع في المناسبات الاجتماعية فالمؤسسة تقدم عروض ترويجية بمناسبة الأعياد مثلا، إضافة إلى جعل أرقام خضراء مجانية لاستفسار، علاوة على ذلك تمويل بعض الجمعيات والنوادي الرياضية والمساهمة في إرساء ثقافة سليمة داخل المجتمع ومحاربة الثقافة الدخيلة الضارة بالمجتمع.

العدد الثالث	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
اليقظة البيئية	1. تدرك المؤسسة واسع التغيرات التي تحدث في المجتمع.	3.55	0.705	03	موافق
	2. تراقب المؤسسة باستمرار جميع المعلومات في كل المجالات التي يمكن أن تؤثر في نشاطها.	3.52	0.833	04	موافق
	3. تدرك المؤسسة الوضع الاقتصادي العام ومستوى المداخيل والأجور، وتطورات أسعار الاستهلاك والإنتاج... إلخ	3.60	0.701	02	موافق
	4. تتبع المؤسسة تطور القوانين و التشريعات في القطاع الذي تنشط فيه، ليس فقط المعايير القانونية، وإنما أيضا المعايير التقنية.	3.64	0.533	01	موافق
	5. تراعي المؤسسة لأحداث الاجتماعية والثقافية للمجتمع.	3.48	0.707	05	موافق
	المجموع	3.55	0.695	---	موافق

ويتضح من الجدول أعلاه رقم 03-57: أن المتوسط الحسابي لليقظة البيئية بلغ 3.64 بتقدير موافق مع سلم ليكرت الخماسي بانحراف معياري 0.533 فهذا يؤكد تجانس آراء المبحوثين ، حيث جاءت كل العبارات بدرجة موافق وجاءت العبارة رقم 04 في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.64 وانحراف معياري 0.533 في حين جاءت العبارة 05 في المرتبة

الأخيرة، وهذا يعني أن على أن المؤسسة نظام مفتوح وأنها على علم بالوضع القانوني من أجل تفادي أخطاء قانونية قد تترتب على المؤسسة وهي في غنى عنها نظرا للتغير الرهيب في البيئة القانونية.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات اليقظة الإستراتيجية كما يوضحه جدول رقم 03-58:

مستوى القبول	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد	المحور
محايد	04	0.919	3.34	اليقظة التكنولوجية	اليقظة الإستراتيجية
محايد	03	0.889	3.37	اليقظة التنافسية	
موافق	02	0.818	3.42	اليقظة التجارية	
موافق	01	0.695	3.55	اليقظة البيئية	
موافق	---	0.830	3.42	المجموع	

ويتضح من الجدول وبناء على ما تقدم يتضح أن مستوى اليقظة الإستراتيجية ككل في مؤسسة اتصالات الجزائر بتقدير موافق مع سلم ليكرت الخماسي بمتوسط الحسابي لليقظة البيئية بلغ 3.42 بانحراف معياري 0.830 فهذا يؤكد تجانس آراء المبحوثين ، حيث جاءت اهتمامات المؤسسة باليقظة البيئية في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.55 و انحراف معياري 0.695 بتقدير موافق مع سلم ليكرت الخماسي في حين جاءت اليقظة التجارية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 3.42 وانحراف معياري 0.818 بتقدير موافق مع سلم ليكرت الخماسي ، أما اليقظة التنافسية جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 3.37 وانحراف معياري 0.889 بتقدير محايد مع سلم ليكرت الخماسي وفي الأخير جاءت اليقظة التكنولوجية في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.34 و انحراف معياري 0.919 بتقدير محايد مع سلم ليكرت الخماسي.

المبحث الرابع: اختبار الفرضيات

سنحاول في هذا المبحث اختبار فرضيات الدراسة حيث سنبدأ بالتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضيات، اختبار الفرضيات، اختبار الفروق في متغيرتي البحث (تكنولوجيا المعلومات، اليقظة الإستراتيجية) نسبة للمتغيرات الشخصية و الوظيفية، في إطار معرفة علاقة الارتباط ودرجتها بين متغيرات الدراسة سنحاول اختبار الفرضية الرئيسية المقترحة انطلاقاً من الفرضيات الفرعية ، وذلك باستعمال معامل الارتباط " سبيرمان" وقيمة المعامل محصورة بين الواحد سالب و الواحد موجبا، وإذا كانت قيمة المعامل تساوي 0 أو تقترب منه يعني لا توجد علاقة ارتباط، أما إذا اقتربت قيمة المعامل من - 1 تكون علاقة الارتباط قوية عكسية بين المتغيرين، وأما إذا اقتربت من +1 تكون علاقة الارتباط قوية طردية بين المتغيرين.

جدول رقم 03-59:

		اليقظة التكنولوجية	اليقظة التنافسية	اليقظة التجارية	اليقظة البيئية	
Rho de Spearman	المكونات المادية	معامل الارتباط	,416**	,393*	,410**	,226
		مستوى الدلالة	,006	,010	,007	,149
		N	42	42	42	42
	قواعد البيانات	معامل الارتباط	,477**	,491**	,587**	,268
		مستوى الدلالة	,001	,001	,000	,086
		N	42	42	42	42
	البرمجيات	معامل الارتباط	,620**	,603**	,569**	,394**
		مستوى الدلالة	,000	,000	,000	,010
		N	42	42	42	42
	الشبكات	معامل الارتباط	,743**	,700**	,616**	,545**
		مستوى الدلالة	,000	,000	,000	,000
		N	42	42	42	42

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

من خلال الجدول نلاحظ انه هنالك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات واليقظة الإستراتيجية وهذا في حين هناك علاقة ارتباط بين أبعاد المتغيرين عند مستوى دلالة 0,01، ومنه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة في توجد مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية ويعتبر مدخلا لدراسة الأثر.

المطلب الأول :تحليل واختبار الفرضية الفرعية الأولى:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التكنولوجية للمؤسسة محل الدراسة.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التكنولوجية للمؤسسة محل الدراسة.

لاختبار هذه الفرضية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التكنولوجية للمؤسسة محل الدراسة، تم استخدام معامل الارتباط لإثبات وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات و اليقظة التكنولوجية ، وتحليل الانحدار الخطي المتدرج لاختبار يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التكنولوجية للمؤسسة محل الدراسة، وذلك كما هو موضح في الجداول التالية:

تحليل الانحدار المتدرج لأبعاد تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التكنولوجية: جدول رقم 03-60:

Récapitulatif des modèles				
النموذج Modèle	معامل الارتباط R	R-deux معامل التحديد	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation الخطأ المعياري
1	,748 ^a	,559	,548	,52011
a. Prédicteurs : (Constante), البرمجيات				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

Variables exclues ^a						
Modèle	Bêta In	t	Sig.	Corrélation partielle	Statistiques de colinéarité	
					Tolérance	
1	المادية المكونات	,032 ^b	,255	,800	,041	,737
	البيانات قواعد	,076 ^b	,417	,679	,067	,342
	الشبكات	,299 ^b	1,740	,090	,268	,356
a. Variable dépendante : التكنولوجية اليقظة						
b. Prédicteurs dans le modèle : (Constante), البرمجيات						

المصدر: جدول رقم 03-61: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتبين من خلال الجدول رقم 03-60: وجود علاقة ارتباط طردية قوية لتكنولوجيا المعلومات و لليقظة التكنولوجية وبلغ معامل ارتباط قدره ($R = 0.748$) عند مستوى الدلالة أقل من 1% ،الذي يعني أن البرمجيات تساهم في تعزيز اليقظة التكنولوجية مع استبعاد أبعاد تكنولوجيا المعلومات الأخرى.

أما معامل التحديد R2 فقد بلغ 0.559، أي أن 55.9% من التغيرات الحاصلة في اليقظة التكنولوجية ناتجة عن الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات ، و 44.1% الباقية تعزى لعوامل أخرى ليس لديها علاقة بتكنولوجيا المعلومات ، أما قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة (0.520) والتي تشير إلى صغر قيمة الأخطاء العشوائية.

- نتائج تحليل التباين للانحدار ANOVA للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التكنولوجية (معنوية النموذج) جدول رقم 03-62:

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	13,725	1	13,725	50,736	,000 ^b
	Résidu	10,821	40	,271		
	Total	24,546	41			
a. Variable dépendante : التكنولوجيا اليقظة :						
b. Prédicteurs : (Constante), البرمجيات						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يوضح جدول رقم 03-62: ثبات صلاحية النموذج حيث أن قيمة F المحسوبة تقدر بـ: 50,736 وهذا يعني أن ما يرجع لتباينات الانحدار هو 50 مرة ضعف ما يرجع لتباينات الأخطاء عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أقل من 0,01، أي معنوية وصلاحية نموذج الانحدار الخطي المتدرج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التنافسية، إذ يوجد على الأقل واحد من معالم النموذج له تأثير في المتغير التابع، وإن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية

اختبار T: معاملات نموذج علاقة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التكنولوجية

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,009	,344		2,933	,006
	البرمجيات	,714	,100	,748	7,123	,000

a. Variable dépendante : اليقظة التكنولوجية

المصدر: جدول رقم 03-63: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتبين من خلال الجدول جدول رقم 03-63: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على اليقظة التكنولوجية عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن قيمة t المحسوبة بلغت (7,123) بمستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.01) وقيمة Béta بلغت (0.748) وهي موجبة مما يؤكد أن العلاقة طردية، كما يظهر الجدول معنوية الميل حيث بلغت 0.714 أما بالنسبة لمعلمة التقاطع (الثابت) فقد بلغت 1.009 بمستوى الدلالة 0,006 ، وبذلك فإن معادلة خط الانحدار كون اليقظة التكنولوجية دالة بدلالة تكنولوجيا المعلومات مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة تكون على الشكل التالي: $VE_1 = 1.009 + 0.714 IC_3 + \epsilon$ وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالبرمجيات يؤدي بالزيادة في اليقظة التكنولوجية بقيمة 0.714 ، مما يؤكد أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في تعزيز اليقظة الإستراتيجية. وبناء على النتائج المتحصل عليها نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على اليقظة التكنولوجية في المؤسسة محل الدراسة.

المطلب الثاني: تحليل واختبار الفرضية الفرعية الثانية

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التنافسية للمؤسسة محل الدراسة.
 H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التنافسية للمؤسسة محل الدراسة.
 لاختبار هذه الفرضية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التنافسية للمؤسسة محل الدراسة، تم استخدام معامل الارتباط لإثبات وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات و اليقظة التنافسية ، وتحليل الانحدار الخطي المتدرج لاختبار وجود أثر معنوي للتكنولوجيا المعلومات على اليقظة التنافسية للمؤسسة محل الدراسة، وذلك كما هو موضح في الجداول التالية:

● تحليل الانحدار المتدرج لأبعاد تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التنافسية :

Récapitulatif des modèles				
النموذج Modèle	معامل الارتباط R	R-deux معامل التحديد	R-deux ajusté	الخطأ المعياري l'estimation
1	,723 ^a	,523	,511	,53101
a. Prédicteurs : (Constante), البرمجيات				

المصدر جدول رقم 03-64 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V 24

Variables exclues ^a						
Modèle	Bêta In	t	Sig.	Corrélation partielle	Statistiques de colinéarité	
					Tolérance	
1	المادية المكونات	-,109 ^b	-,857	,397	-,136	,737
	البيانات قواعد	-,095 ^b	-,505	,616	-,081	,342
	الشبكات	,354 ^b	2,003	,052	,305	,356
a. Variable dépendante : التنافسية اليقظة						
b. Prédicteurs dans le modèle : (Constante), البرمجيات						

المصدر جدول رقم 03-65 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتبين من خلال الجدول: وجود علاقة ارتباط طردية قوية لتكنولوجيا المعلومات و لليقظة التكنولوجية وبلغ معامل ارتباط قدره ($R = 0.723$) عند مستوى الدلالة أقل من 1% ،الذي يعني أن البرمجيات تساهم في تعزيز اليقظة التكنولوجية مع استبعاد أبعاد تكنولوجيا المعلومات الأخرى.

أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ 0.523، أي أن 52.3% من التغيرات الحاصلة في اليقظة التنافسية ناتجة عن الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات ، و 57.8% الباقية تعزى لعوامل أخرى ليس لديها علاقة بتكنولوجيا المعلومات ، أما قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة (0.531) والتي تشير إلى صغر قيمة الأخطاء العشوائية.

● نتائج تحليل التباين للانحدار ANOVA للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التنافسية (معنوية النموذج).

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	12,367	1	12,367	43,859	,000 ^b
	Résidu	11,279	40	,282		
	Total	23,646	41			
a. Variable dépendante : اليقظة التنافسية						
b. Prédicteurs : (Constante), البرمجيات						

المصدر: جدول رقم 03- 66 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يوضح الجدول جدول رقم 03- 66 ثبات صلاحية النموذج حيث أن قيمة F المحسوبة تقدر بـ: 43,859 وهذا يعني أن ما يرجع لتباينات الانحدار هو 43 مرة ضعف ما يرجع لتباينات الأخطاء عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أقل من 0,05، أي معنوية وصلاحية نموذج الانحدار الخطي المتدرج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التنافسية، إذ يوجد على الأقل واحد من معالم النموذج له تأثير في المتغير التابع، وإن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية.

● معاملات نموذج علاقة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التنافسية:

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,109	,351		3,156	,003
	البرمجيات	,678	,102	,723	6,623	,000

a. Variable dépendante : اليقظة التنافسية

المصدر: جدول رقم 03- 67 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتبين من خلال الجدول جدول رقم 03- 67 وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على اليقظة التنافسية عند مستوى الدلالة 0,05، حيث أن قيمة t المحسوبة بلغت (6,623) بمستوى الدلالة (0,000) وهي أقل من (0,01) وقيمة Béta بلغت (0,723) وهي موجبة مما يؤكد أن العلاقة طردية، كما يظهر الجدول معنوية الميل حيث بلغت 0,678 أما بالنسبة لمعلمة التقاطع (الثابت) فقد بلغت 1,109 بمستوى الدلالة 0,003 ، وبذلك فإن معادلة خط الانحدار كون اليقظة التكنولوجية دالة بدلالة تكنولوجيا المعلومات مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة تكون

على الشكل التالي: $VE_2 = 1.109 + 0.678 IC_3 + \epsilon$

وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالبرمجيات يؤدي بالزيادة في اليقظة التكنولوجية بقيمة 0.369 ، مما يؤكد أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في تعزيز اليقظة الإستراتيجية. وبناء على النتائج المتحصل عليها نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على اليقظة التكنولوجية في المؤسسة محل الدراسة.

المطلب الثالث: تحليل واختبار الفرضية الفرعية الثالثة

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التجارية للمؤسسة محل الدراسة.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التجارية للمؤسسة محل الدراسة.

لاختبار هذه الفرضية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التجارية للمؤسسة محل الدراسة، تم استخدام معامل الارتباط لإثبات وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات و اليقظة التجارية ، وتحليل الانحدار الخطي المتدرج لاختبار وجود أثر معنوي للتكنولوجيا المعلومات على اليقظة التجارية للمؤسسة محل الدراسة، وذلك كما هو موضح في الجداول التالية:

● تحليل الانحدار المتدرج لأبعاد تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة التجارية:

Récapitulatif des modèles				
Modèle النموذج	معامل الارتباط R	R-deux معامل التحديد	R-deux ajusté	Erreur standard de الخطأ المعياري l'estimation
1	,631 ^a	,398	,383	,52517
a. Prédicteurs : (Constante), البرمجيات				

المصدر: جدول رقم 03-68 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

Variables exclues ^a						
Modèle	Bêta In	t	Sig.	Corrélation partielle	Statistiques de colinéarité	
					Tolérance	
1	المادية المكونات	,011 ^b	,077	,939	,012	,737
	البيانات قواعد	,253 ^b	1,211	,233	,190	,342
	الشبكات	,322 ^b	1,597	,118	,248	,356
a. Variable dépendante : اليقظة التجارية						
b. Prédicteurs dans le modèle : (Constante), البرمجيات						

المصدر: جدول رقم 03-69 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتبين من خلال جدول رقم 03-69 وجود علاقة ارتباط طردية قوية لتكنولوجيا المعلومات و لليقظة التجارية وبلغ معامل ارتباط قدره (R = 0.631) عند مستوى الدلالة أقل من 1% ،الذي يعني أن البرمجيات تساهم في تعزيز اليقظة التكنولوجية مع استبعاد أبعاد تكنولوجيا المعلومات الأخرى.

أما معامل التحديد R2 فقد بلغ) 0.398، أي أن 39.8% من التغيرات الحاصلة في اليقظة التنافسية ناتجة عن الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات ، و 60.2% الباقية تعزى لعوامل أخرى ليس لديها علاقة بتكنولوجيا المعلومات ، أما قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة (0.525) والتي تشير إلى صغر قيمة الأخطاء العشوائية.

- نتائج تحليل التباين للانحدار ANOVA للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التجارية (معنوية النموذج).

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	7,304	1	7,304	26,482	,000 ^b
	Résidu	11,032	40	,276		
	Total	18,336	41			
a. Variable dépendante : اليقظة التجارية :						
b. Prédicteurs : (Constante), البرمجيات						

المصدر: جدول رقم 03-70 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يوضح جدول رقم 03-70 ثبات صلاحية النموذج حيث أن قيمة F المحسوبة تقدر بـ: 26,482 وهذا يعني أن ما يرجع لتباينات الانحدار هو 26 مرات ضعف ما يرجع لتباينات الأخطاء عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أقل من 0,01، أي معنوية وصلاحية نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التجارية، إذ يوجد على الأقل واحد من معالم النموذج له تأثير في المتغير التابع، وإن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية.

- معاملات نموذج علاقة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اليقظة التجارية:

coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,685	,347		4,849	,000
	البرمجيات	,521	,101	,631	5,146	,000
a. Variable dépendante : اليقظة التجارية :						

المصدر: جدول رقم 03-71 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتبين من خلال جدول رقم 03-71 وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على اليقظة التنافسية عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن قيمة t المحسوبة بلغت (5,146) بمستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.01) وقيمة Béta بلغت (0.631) وهي موجبة مما يؤكد أن العلاقة طردية، كما يظهر الجدول معنوية الميل حيث بلغت 0,521 أما بالنسبة لمعلمة التقاطع (الثابت) فقد بلغت 1,685 بمستوى الدلالة 0,000، وبذلك فإن معادلة خط الانحدار كون اليقظة التكنولوجية دالة بدلالة تكنولوجيا المعلومات مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة تكون على

$$VE_3 = 1.685 + 0.521 IC_3 + \text{£}$$

الشكل التالي:

وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالبرمجيات يؤدي بالزيادة في اليقظة التنافسية بقيمة 0.521، مما يؤكد أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في تعزيز اليقظة الإستراتيجية. وبناء على النتائج المتحصل عليها نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على اليقظة التكنولوجية في المؤسسة محل الدراسة

المطلب الرابع: تحليل واختبار الفرضية الفرعية الرابعة

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة البيئية للمؤسسة محل الدراسة.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة البيئية للمؤسسة محل الدراسة.

لاختبار هذه الفرضية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة البيئية للمؤسسة محل الدراسة، تم استخدام معامل الارتباط لإثبات وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات و اليقظة البيئية، وتحليل الانحدار الخطي المتدرج لاختبار وجود أثر معنوي للتكنولوجيا المعلومات على اليقظة البيئية للمؤسسة محل الدراسة، وذلك كما هو موضح في الجداول التالية:

● تحليل الانحدار المتدرج لأبعاد تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة البيئية:

Récapitulatif des modèles				
Modèle النموذج	معامل الارتباط R	R-deux معامل التحديد	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation الخطأ المعياري
1	,525 ^a	,276	,258	,39457
a. Prédicteurs : (Constante), الشبكات				

المصدر: جدول رقم 03-72 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

Variables exclues ^a						
Modèle		Bêta In	t	Sig.	Corrélation partielle	Statistiques de colinéarité
						Tolérance
1	المادية المكونات	-,065 ^b	-,415	,681	-,066	,745
	البيانات قواعد	-,049 ^b	-,254	,801	-,041	,493
	البرمجيات	,139 ^b	,609	,546	,097	,356
a. Variable dépendante : البيئية اليقظة						
b. Prédicteurs dans le modèle : (Constante), الشبكات						

المصدر: جدول رقم 03-73 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتبين من خلال جدول رقم 03-72 وجود علاقة ارتباط طردية قوية لتكنولوجيا المعلومات و لليقظة التجارية وبلغ معامل ارتباط قدره ($R = 0.525$) عند مستوى الدلالة أقل من 1% ،الذي يعني أن الشبكات تساهم في تعزيز اليقظة البيئية مع استبعاد أبعاد تكنولوجيا المعلومات الأخرى.

أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.276)، أي أن 27.6% من التغيرات الحاصلة في اليقظة التنافسية ناتجة عن الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات ، و 62.4% الباقية تعزى لعوامل أخرى ليس لديها علاقة بتكنولوجيا المعلومات ، أما قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة (0.394) والتي تشير إلى صغر قيمة الأخطاء العشوائية.

• نتائج تحليل التباين للانحدار ANOVA للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة البيئية (معنوية النموذج).

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2,376	1	2,376	15,259	,000 ^b
	Résidu	6,227	40	,156		
	Total	8,603	41			
a. Variable dépendante : البيئية اليقظة						
b. Prédicteurs : (Constante), الشبكات						

المصدر: جدول رقم 03-74 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يوضح جدول رقم 03-74 ثبات صلاحية النموذج حيث أن قيمة F المحسوبة تقدر بـ: 15,259 وهذا يعني أن ما يرجع لتباينات الانحدار هو 15 مرات ضعف ما يرجع لتباينات الأخطاء عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أقل من 0,05، أي معنوية وصلاحية نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة البيئية، إذ يوجد على الأقل واحد من معالم النموذج له تأثير في المتغير التابع، وإن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية.

● معاملات نموذج علاقة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اليقظة البيئية:

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,567	,261		9,847	,000
	الشبكات	,297	,076	,525	3,906	,000

a. Variable dépendante : اليقظة البيئية

المصدر: جدول رقم 03-75 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتبين من خلال جدول رقم 03-75 وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على اليقظة البيئية عند مستوى الدلالة 0,000، حيث أن قيمة t المحسوبة بلغت (3,906) بمستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.05) وقيمة Béta بلغت (0.525) وهي موجبة مما يؤكد أن العلاقة طردية، كما يظهر الجدول معنوية الميل حيث بلغت 0.297 أما بالنسبة لمعلمة التقاطع (الثابت) فقد بلغت 2,567 بمستوى الدلالة 0,000 ، وبذلك فإن معادلة خط الانحدار كون اليقظة التكنولوجية دالة بدلالة تكنولوجيا المعلومات مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة تكون على الشكل

$$\text{التالي: } VE_4 = 2.567 + 0.297 IC_4 + \text{£}$$

وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالشبكات يؤدي بالزيادة في اليقظة التكنولوجية بقيمة 0.297، مما يؤكد أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في تعزيز اليقظة الإستراتيجية. وبناء على النتائج المتحصل عليها نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على اليقظة التكنولوجية في المؤسسة محل الدراسة.

● ملخص نتائج الانحدار المتدرج لتكنولوجيا المعلومات و اليقظة الإستراتيجية: جدول رقم 03-76

معادلة خط الانحدار	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	أبعاد تكنولوجيا المعلومات التي تعزي اليقظة الإستراتيجية	اليقظة الإستراتيجية
$VE_1=1.009+0.714 IC_3+\text{£}$	0.559	0.748	البرمجيات	اليقظة التكنولوجية
$VE_2=1.109+0.678 IC_3+\text{£}$	0.523	0.723	البرمجيات	اليقظة التنافسية
$VE_3=1.685+0.521 IC_3+\text{£}$	0.398	0.631	البرمجيات	اليقظة التجارية
$VE_4=2.567+0.297 IC_4+\text{£}$	0.276	0.525	الشبكات	اليقظة البيئية

من خلال جدول رقم 03-76 نلاحظ أن أبعاد تكنولوجيا المعلومات ليس لها نفس المساهمة في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بالرغم من علاقة الارتباط القوية عند مستوى الدلالة $\alpha=01$ حيث أظهرت النتائج كل يقظة إستراتيجية تحتاج إلى بعد من أبعاد تكنولوجيا المعلومات ، حيث اشتركت اليقظة التكنولوجية والتنافسية والتجارية في بعد البرمجيات ، فيعتبر بعد البرمجيات المساهم الوحيد في اليقظة السالفة الذكر، أما بعد الشبكات فهو المساهم الوحيد في تعزيز اليقظة البيئية.

المطلب الخامس: تحليل واختبار الفرضية الرئيسية

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة محل الدراسة.
 H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة محل الدراسة.
 لاختبار هذه الفرضية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة محل الدراسة، تم استخدام معامل الارتباط لإثبات وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات و اليقظة التجارية ، وتحليل الانحدار الخطي المتدرج لاختبار وجود أثر معنوي للتكنولوجيا المعلومات على اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة محل الدراسة، وذلك كما هو موضح في الجداول التالية:

● تحليل الانحدار المتدرج لأبعاد تكنولوجيا المعلومات وتعزيز اليقظة الإستراتيجية:

Récapitulatif des modèles				
النموذج Modèle	معامل الارتباط R	R-deux معامل التحديد	R-deux ajusté	الخطأ المعياري Erreur standard de l'estimation
1	,702 ^a	,493	,481	,42698
a. المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات Prédicteurs : (Constante),				

المصدر: جدول رقم 03-77 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتبين من خلال جدول رقم 03-77: وجود علاقة ارتباط طردية قوية لتكنولوجيا المعلومات و لليقظة الإستراتيجية وبلغ معامل ارتباط قدره ($R = 0.702$) عند مستوى الدلالة أقل من 1% ، الذي يعني أن الشبكات تساهم في تعزيز اليقظة الإستراتيجية مع استبعاد أبعاد تكنولوجيا المعلومات الأخرى. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.493)، أي أن 49.3% من التغيرات الحاصلة في اليقظة الإستراتيجية ناتجة عن الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات ، و 50.7% الباقية تعزى لعوامل أخرى ليس لديها علاقة بتكنولوجيا المعلومات ، أما قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة (0,426) والتي تشير إلى صغر قيمة الأخطاء العشوائية.

● نتائج تحليل التباين للانحدار ANOVA للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة الإستراتيجية (معنوية النموذج)

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	7,105	1	7,105	38,969	,000 ^b
	Résidu	7,293	40	,182		
	Total	14,397	41			
a. Variable dépendante : الاستراتيجية اليقظة: المتغير التابع						
b. المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات Prédicteurs : (Constante),						

المصدر: جدول رقم 03-78 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يوضح جدول رقم 03-78 ثبات صلاحية النموذج حيث أن قيمة F المحسوبة تقدر بـ: 38,969 وهذا يعني أن ما يرجع لتباينات الانحدار هو 38 مرات ضعف ما يرجع لتباينات الأخطاء عند مستوى الدلالة 0,000 وهو أقل

من 0,01، أي معنوية وصلاحيّة نموذج الانحدار الخطي المتدرج لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على اليقظة الإستراتيجية، إذ يوجد على الأقل واحد من معالم النموذج له تأثير في المتغير التابع، وإن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية. معاملات نموذج علاقة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اليقظة البيئية:

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,405	,332		4,233	,000
	المعلومات تكنولوجيا: المستقل المتغير	,602	,096	,702	6,242	,000

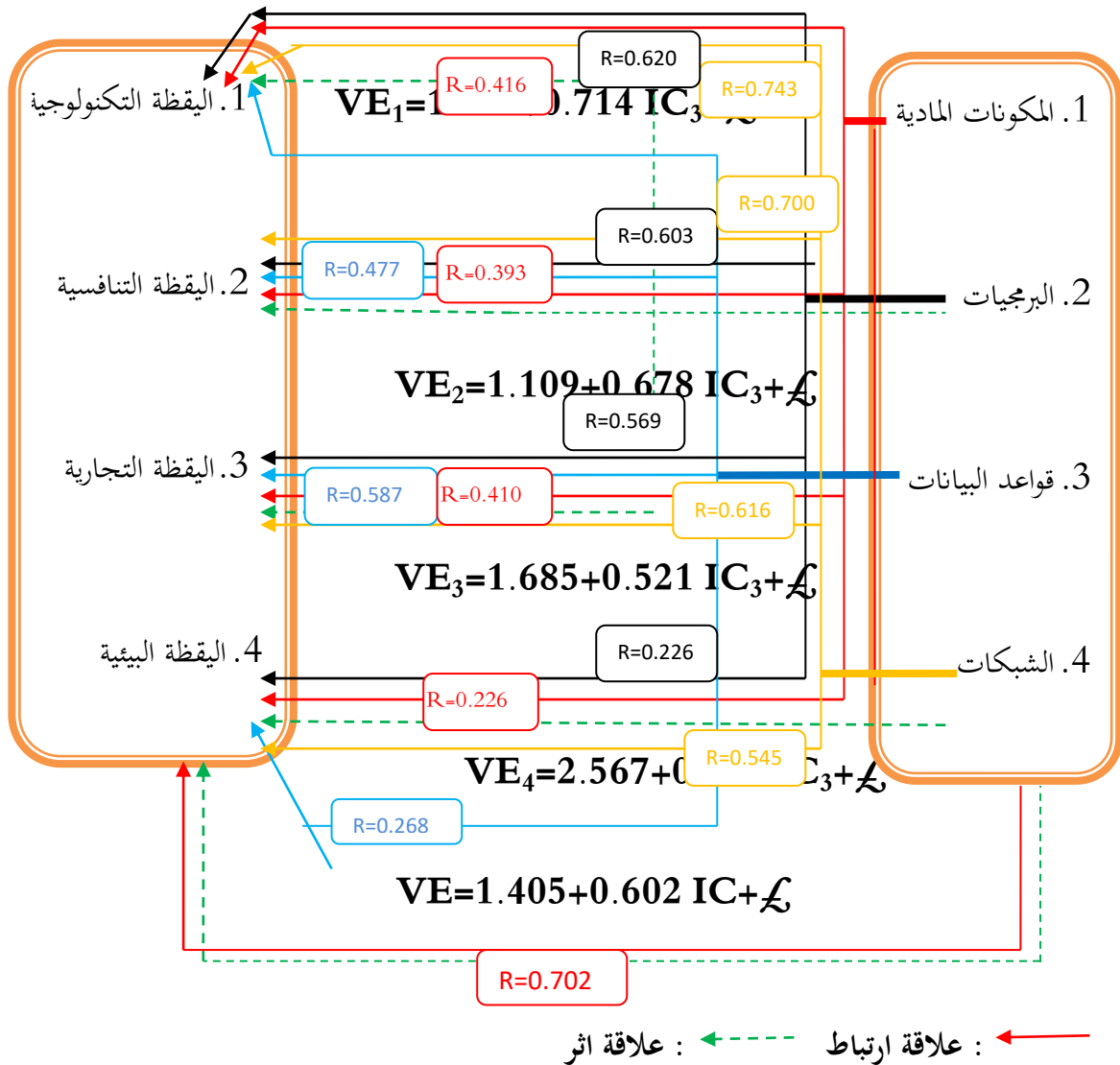
a. Variable dépendante : الاستراتيجية اليقظة: المتغير التابع :

المصدر: جدول رقم 03-79 من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.24

يتبين من خلال جدول رقم 03-79 وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على اليقظة البيئية عند مستوى الدلالة 0,000، حيث أن قيمة t المحسوبة بلغت (6,242) بمستوى الدلالة (0,000) وهي أقل من (0,01) وقيمة Béta بلغت (0,702) وهي موجبة مما يؤكد أن العلاقة طردية، كما يظهر الجدول معنوية الميل حيث بلغت 0,602 أما بالنسبة لمعلمة التقاطع (الثابت) فقد بلغت 1,405 بمستوى الدلالة 0,000، وبذلك فإن معادلة خط الانحدار كون اليقظة التكنولوجية دالة بدلالة تكنولوجيا المعلومات مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة تكون على الشكل التالي:

$$VE = 1.405 + 0.602 IC + \text{£}$$

وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات يؤدي بالزيادة في اليقظة الإستراتيجية بقيمة 0,602، مما يؤكد أن المؤسسة تعتمد على مساهمة تكنولوجيا المعلومات بصورة مباشرة في تعزيز اليقظة الإستراتيجية، وبناء على النتائج المتحصل عليها نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة محل الدراسة.



الشكل رقم: 03_03

من خلال ملخص الدراسة وجدنا إجابات عن تساؤلات الدراسة حيث توصلنا إلى مايلي:

وجود علاقة ارتباط بين مختلف أبعاد المتغيرين، حيث هذه العلاقة بين قوية ومتوسطة وضعيفة، أما العلاقة الضعيفة فكانت بين بعد المكونات المادية وقواعد البيانات وبين أبعاد اليقظة، أما العلاقة الارتباطية القوية فكانت بين أبعاد البرمجيات والشبكات وبين أبعاد اليقظة، وعند دراسة اثر الأبعاد المتغير المستقل اتضح بان الأثر مساهمة تكنولوجيا المعلومات في بعدين فقط وهما البرمجيات والشبكات مع اليقظة التكنولوجية والتنافسية والتجارية مع بعد البرمجيات في حين الشبكات مع اليقظة البيئية.

الاستنتاجات العامة والتوصيات

و من خلال المعالجة الإحصائية لنتائج الدراسة الميدانية توصلنا إلى العديد من الاستنتاجات نذكر أهمها :

- قواعد البيانات جاءت في المرتبة الأولى بدرجة تلتها التجهيزات المادية وأخيرا البرمجيات والشبكات من حيث الأهمية.
- جاءت اهتمامات المؤسسة باليقظة البيئية في المرتبة الأولى في حين جاءت اليقظة التجارية في المرتبة الثانية، أما اليقظة التنافسية جاءت في المرتبة الثالثة وفي الأخير جاءت اليقظة التكنولوجية في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية.
- وجود علاقة ارتباط بين مختلف أبعاد تكنولوجيا المعلومات واليقظة الإستراتيجية؛
- تساهم البرمجيات في تعزيز اليقظة التكنولوجية والتنافسية والتجارية من خلال إسهامات هذه التكنولوجيا في زيادة يقظة المؤسسة و تنمية علاقاتها مع زبائنها و تحسين المزيج التسويقي الخدمي و تحسين إنتاجية الخدمة و عرضها وهذا ما نصت عليه الفرضيات الثلاث الأولى، تساهم الشبكات في تعزيز اليقظة البيئية من خلال إسهامات هذه التكنولوجيا في زيادة يقظة المؤسسة و تنمية علاقاتها مع المجتمع والاطلاع المستمر على الواقع السياسي والتشريعي وهذا ما نصت عليه الفرضية الرابعة .
- يتضح بان البرمجيات والشبكات لها تأثير مباشر في تعزيز اليقظة الإستراتيجية، حيث هذا التأثير يختلف من إستراتيجية لأخرى، وان كل بعد من الإستراتيجية يحتاج إلى أبعاد معينة في المساهمة في تحقيقها.
- كما يتضح لنا أن استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة يلعب دورا كبيرا ومهما في تعزيز اليقظة الإستراتيجية اذ يتبين لنا أن مستوى اعتماد المؤسسة محل الدراسة على تكنولوجيا المعلومات اقتصر على البرمجيات والشبكات، مع عدم اعتمادها بصورة كبيرة على قواعد البيانات والأجهزة المادية.
- و يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات الهادفة إلى الاعتماد أكثر على تكنولوجيايات الحديثة من أجهزة وقواعد بيانات الغير معتمدة عليها في دراستنا المقدمة.
- اهتمام بالأجهزة المادية الأكثر تطورا من اجل تخزين وباسترجاع المعلومات في الوقت المناسب؛
- ضرورة تهيئة الظروف المناسبة لعمل هؤلاء الموظفين من أجل إنتاج معلومات تساهم في اتخاذ قرار استراتيجي؛
- توظيف الإطارات و الكفاءات المتخصصة في الإعلام الآلي؛
- ضرورة تنظيم دورات تدريبية للموظفين خاصة بكيفية التجاوب من التكنولوجيا الجديدة.
- و نظرا للأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع تفتح آفاق لبحوث ودراسات أخرى أكثر تفصيلا وتعمقا في المستقبل يمكنها إثراء مختلف جوانبه الجديدة بالبحث و ذلك من خلال التطرق لأحد هذه النقاط التالية:
- تدعيم النتائج المتوصل إليها و ذلك بتوسيع عينة الدراسة لتشمل كل التراب الوطني؛
- دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة؛
- الاهتمام باليقظة الإستراتيجية التي تعتبر صمام أمان للتهديدات والفرص.

الختامة

انطلقت فكرة الدراسة من كون أن المؤسسة تسعى إلى التميز والتفوق لتضمن البقاء والاستمرارية في ظل المنافسة الشرسة من قبل المؤسسات، فعلى المؤسسة تبني نظام يقيظ إستراتيجية فعال يزيد من كسب الفرص ودحر التهديدات، ولعل من بين العوامل التي تعزز اليقظة الإستراتيجية تكنولوجيا المعلومات.

ساهمت تكنولوجيا المعلومات في وقتنا الحالي بدرجة كبيرة في تطوير الاقتصاد و تسهيل المعاملات وكسب ميزة تنافسية بكل أبعادها من مكونات مادية وبرمجيات وشبكات و قواعد البيانات، و قد كان إدخال تكنولوجيا المعلومات على القطاع الاقتصادي بصفة عامة و قطاع الاتصالات بصفة خاصة ضرورة يفرضها الواقع، فهي تتيح له فرصة للتخلص من بعض المشاكل التي كان يعاني منها المؤسسة نتيجة اعتمادها على تقنيات تقليدية مع زيادة استخدام تكنولوجيا المعلومات بكل أبعادها، التي تعتبر القوة الحالية و القادمة لجميع الدول، وطبيعة عمل مؤسسة اتصالات الجزائر التي تعتمد على الشبكات انطلاقا من البرمجيات وسلامة قواعد البيانات وهذا لا يتأتى إلا بأجهزة ومعدات مواكبة للتطور التكنولوجي.

تحددت إشكالية الدراسة في مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بمؤسسة اتصالات الجزائر، حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن كل من قواعد البيانات والمكونات المادية لا تساهم في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بشكل مباشر والذي يمكن تفسيره أن لهما دور مساند غير مباشر في تعزيز اليقظة الإستراتيجية، وهذا منطقي إلى حد كبير، وإما الأبعاد المساهمة بشكل مباشر في تعزيز اليقظة الاستراتيجية كانت للبرمجيات والشبكات، حيث كل بعد يؤثر في يقظات مختلفة، وان كل إستراتيجية تحتاج إلى بعد معين من تكنولوجيا المعلومات، ويظهر بعد البرمجيات والشبكات الأكثر تأثيرا ودعما لليقظة الإستراتيجية.

وفي الأخير نرجو من الله أن نكون قد وفقنا في اختيار الموضوع ومنهجية تحليله، وفي محاولة إسقاطه على أرض الواقع، وأن تكون خاتمة بحثنا بداية لبحوث أخرى مستقبلية أكثر تعمقا.

قائمة المراجع

أ. قائمة الكتب بالعربية:

1. إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم و إستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008 .
2. إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2005.
3. بشير عباس العلاق، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و تطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، مصر، 2007 .
4. بشير عباس العلاق، سعد غالب ياسين، الأعمال الإلكترونية، دار المناهج، عمان، 2006 .
5. بهاء شاهين، الإنترنت و العولمة، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة 1999 .
6. حسن طاهر داود، أمن شبكات المعلومات، مركز البحوث، الرياض، السعودية.
7. خالد ممدوح إبراهيم، الإدارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010.
8. خليل محمد حسن الشماع، خضير كاظم حمود، نظرية المنظمة، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الأردن، 2000.
9. رنجي مصطفى عليان و محمد عبد الدبس، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء، عمان، الأردن.
10. رنجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث اعلمي الأسس النظرية والتطبيق العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط4، عمان، 2009.
11. سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
12. عاطف الأخرس وآخرون، مبادئ الإحصاء، دار البركة، الأردن، 2001.
13. عامر إبراهيم قنذلي، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2002 .
14. عفاف عبد المنعم درويش، تكنولوجيا إدارة المؤسسات الرياضية(المعلومات-اتخاذ القرار-الاتصال-التوثيق-المتابعة-والرقابة-التعاملات)، منشأة المعارف، مصر، 2009.
15. علاء السالمي، حسين السالمي، شبكات الإدارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، الأردن، 2005.

16. غسام قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا لمفاهيم و مداخل و تقنيات و تطبيقات عملية، دار المنهاج للنشر، عمان، الأردن، 2010.
17. كمال عبد الحميد زيتون ، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات و الاتصال، عالم الكتب ، القاهرة، مصر، 2002.
18. محمد أحمد حسان، نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008 .
19. محمد السعيد خشبة، نظم المعلومات ،المفاهيم و التكنولوجيا ،جامعة الأزهر، 1987 .
20. محمد الصالح الحناوي، الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004.
21. محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009.
22. محمد الفتاح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الأبيار، الجزائر، 2011 .
23. محمد الهادي، التطورات الحديثة لنظم المعلومات المبنية على الكمبيوتر، دار الشروق، القاهرة، مصر، 1993.
24. محمد الهادي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، دار الشروق، القاهرة، 1989.
25. محمد صلاح سالم، العصر الرقمي... وثورة المعلومات*دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، الطبعة 01، الهرم، مصر، 2002.
26. محمد نور عبد الله ، تحليل و تصميم أنظمة المعلومات الحاسوبية، مؤسسة الوراق ، عمان ، 1998 .
27. منال محمد الكردي، جلال إبراهيم العيد، مقدمة في نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية الإسكندرية.
28. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية ،الطبعة الثانية،الجزائر .
29. نجم الدين الحميدي، نظم المعلومات الإدارية "مدخل معاصر" ، دار وائل للنشر ، عمان،الأردن، 2009 .
30. هيثم حمود الشلبي، الحاسوب نماذج وتطبيقات في إدارة الأعمال والتسويق، دار صفاء للنشر والتوزيع،الأردن، 2009.
31. يحي مصطفى حلمي، محمد السعيد خشيه، الكمبيوتر و نظم المعلومات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1990.
32. يحي مصطفى حلمي، أساسيات نظم المعلومات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1998.
- ب. قائمة الكتب بالفرنسية:

1. Pierre Conso, Farouk Hémici, L'entreprise en 20 leçons, Dunod ,4 eme édition , Paris,2006.
2. Jean-Michel Plane, Management des organisation, Dunod, Paris, 2003.
3. Jean-Paul Marichal, Eléments d'analyse économique de la firme Didact Economie5.Presses universitaires de Rennes,1999.

ج. مذكرات باللغة العربية:

1. إبراهيم بختي، دور الانترنت و تطبيقاته في مجال التسويق، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002.
2. أسماء كرعلي ، اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك (دراسة مرجعية مقارنة البنوك العامة بمقر ولاية البويرة)، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية التجارة وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقره، بومرداس، الجزائر، 2013 / 2014 .
3. أمينة رباعي، التجارة الإلكترونية والآفاق تطورها في البلدان العربية، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص نقود و مالية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005/2004.
4. رتيبة نحاسية ، اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة (دراسة حالة مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية)، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002 .
5. سعيد كرومي ، أهمية اليقظة الإستراتيجية في تفعيل قرارات المؤسسة الجزائرية: دراسة مقارنة بين جازي. نجمة. موبيليس، رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم. الجزائر، 2009.
6. سلوى محمد الشرف، دورة إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع عزة، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، عزة، عمارة الدارسات العليا، 2008 .
7. عبد اللطيف شليل ،من التكوين إلى تطوير الكفاءات في المؤسسة ،دراسة ميدانية لبعض مؤسسات ولاية تلمسان، 2008 أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص إدارة أعمال، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ،الجزائر، 2009/2008.
8. عبد الله حمود سراج، خصائص المعلومات القاعدية لبناء قرارات الإنتاج التي تسمح بالأسبقية التنافسية في إطار الإستراتيجية التنافسية ، حالة القطاع الصناعي اليميني الخاص، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2005.
9. غنية لالوش، دور المعلومات في توجيه إستراتيجية المؤسسة (دراسة حالة مجمع صيدال)، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2002/2001 .
10. لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003 /2004.
11. مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير في علوم التسيير فرع إدارة الأعمال ، جامعة الجزائر، 2005.

12. نصر الدين بن نذير ، دراسة إستراتيجية للإبداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر ، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص تسيير، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2012 .

13. نصيرة علاوي ، اليقظة الإستراتيجية كعامل لتغيير في المؤسسة :دراسة حالة مؤسسة موبيليس .رسالة ماجستير . جامعة أبي بكر بلقايد.تلمسان.الجزائر، 2011 .

14. نور الدين شارف، التسويق الإلكتروني ودوره في زيادة القدرة التنافسية (دراسة حالة مؤسسة جواب فرع الاتصالات الجزائر)، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد حلب، البليدة، 2007.

15. نور العابدين قوجيل ، دور اليقظة الإستراتيجية في ترشيد الاتصال بين المؤسسة ومحيطها" وحدة مطاحن سيدي أرغيس أم البواقي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام والاتصال وحاكمة التنظيمات، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة.

د.مذكرات باللغة الفرنسية:

1. Nicolas LESCA, construction du sens - le cas de la veille stratégique et de l'exploitation collective des signes d'alerte précoce, thèse doctorat en science de gestion, Paris, France, 2002.

معاجم باللغة العربية:

1. محمد عبد حسين آل فرج الطائي، الموسوعة الكاملة في نظم المعلومات الإدارية الحاسوبية، الطبعة الأولى، دار الزهران، عمان، 2002.

المجلات

أ. مجلات باللغة العربية:

1. خالد عبد الله إبراهيم، العلاقة بين استخدام التكنولوجيا و تحقيق الإبعاد التنافسية ،مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 02، العراق، 2008

2. مجلة الاقتصاد و الأعمال, العدد 255 ص 56.

3. مجلة التمويل و التنمية, العدد جويلية 2001.

4. سعاد بومايله وفارس بوباكور، أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد المناجمت، العدد 03 مارس 2004

5. شاهر فلاح العرود وطلال حمدون شكر، جودة تكنولوجيا المعلومات وأثرها في كفاءة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية والخدمية المساهمة العامة الأردنية ، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد5، العدد 4 ، 2009 .
6. عبد المللك مزهودة،التسيير الاستراتيجي لمؤسسات مقاربات مفهومية وتحديات تنافسية، مجلة الباحث، العدد 04 ، جامعة محمد خيضر بسكرة،2006
7. رحيم حسين،التغيير في المؤسسة و دور الكفاءات ،مدخل النظم، مجلة العلوم الإنسانية ،جامعة محمد خيضر بسكرة،الجزائر،العدد السابع ،فيفري 2005 .
8. حلومي لامية، دروازي يسمين، دور اليقظة الإستراتيجية في خلق الميزة التنافسية، أبعاد اقتصادية مجلة علمية أكاديمية محكمة، جامعة أحمد بوقرة ،بومرداس،2015.
9. هواري معراج،ناصر دادي عدون،اليقظة التكنولوجية كعامل للإبداع في المؤسسة الاقتصادية،مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير،جامعة سيدي بلعباس،الجزائر،عدد خاص.
10. حمزة رملي، دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الإستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، جامعة أم البواقي،2014.

ب. باللغة الفرنسية

1. Micro Hebdo, REVUE, HYBDOMADAIRE D'INFORMATIQUE, Paris.
2. Simony et Jaffer, encyclopédie de gestion, édition économique, 2^{ème} édition, Paris, France 1997.

المقالات والمنشورات العلمية:

1. عبد الباري، إبراهيم درة، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات: الأسس النظرية و دلالاتها في البيئة العربية المعاصرة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة،2003.

المؤتمرات والملتقيات الدولية:

1. الطيب داودي و آخرون،اليقظة التكنولوجية كأداة لبناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية،الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية،جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف،الجزائر،2007 .
2. سعيد كرومي ،احمد عميرستي،أهمية اليقظة الإستراتيجية في تحسين القرارات الإستراتيجية والتنافسية للمؤسسة،الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية،جامعة عبد الحميد بن باديس،مستغانم،09/08 أكتوبر 2010

3. نوفل حديد، رتبية حديد، اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة : "المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة الجزائر، 2005،

المواقع الالكترونية:

1. Ar.M.wikipedia/wiki/التاريخ الانترنت/ vue le:19/02/2019.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة بسكرة

كلية الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير العلوم / قسم علوم التسيير
السنة الثانية (مستر) تخصص: إدارة إستراتيجية

استبيان الدراسة

الموضوع: دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز اليقظة الإستراتيجية
بمؤسسة اتصالات الجزائر



تحية طيبة وبعد.

يندرج هذا الاستبيان ضمن مشروع لنيل شهادة الماستر، ونظرا لما تتمتعون به من خبرة واطلاع من خلال موقعكم الإداري، وعلى اعتبار ما يمثله رأيكم من إضافة نوعية لإتمام هذه الدراسة على أكمل وجه، فإننا تأمل منكم التكرم بالإجابة بكل دقة وموضوعية على جميع عبارات هذا الاستبيان، لذلك يرجى من سيادتكم وضع علامة (V) في المربع الملائم لاختياركم، علماً أن المعلومات التي تقدمونها سوف يتم استخدامها فقط لأغراض هذه الدراسة، شاكرين لكم حسن تعاونكم معنا، وفي الأخير نشكركم على مساهمتكم الفعالة التي لها دور كبير في مساعدتنا لحل إشكالية البحث في إطار البحث العلمي.

الطالب :

بن جاب الله محمد

الأستاذة المشرفة:

د/جودي حنان

كما تم إرفاق الاستمارة بشرح بعض المفاهيم المتعلقة بالموضوع كمايلي:

3. تكنولوجيا المعلومات (TECHNOLOGIES DE LINFORMATION): وهي عبارة

عن أدوات ووسائل تستخدم لجمع المعلومات وتصنيفها وتحليلها وتخزينها وتوزيعها بواسطة توليفة من الآلات الالكترونية و طرق المواصلات السلكية و اللاسلكية.

4. اليقظة الإستراتيجية (LA VEILLE STRATEGIQUE): هي عملية مستمرة تهدف لرصد

واستشعار (تتبع، مراقبة) التغيرات المحيطة بالمؤسسة داخليا وخارجيا من خلال الملاحظة، البحث الجمع والتخزين، التحليل والاستنتاج وأخيرا نشر النتيجة المتوصل إليها لتحقيق أهداف المؤسسة أي استباق الأحداث من خلال اقتناص الفرص وتجاوز التهديدات، ومن ثمة اتخاذ القرار الاستراتيجي الأمثل والأفضل للمؤسسة.

المحور الأول: البيانات العامة

1. الجنس : ذكر أنثى
2. العمر : أقل من 30 سنة 30 سنة إلى 40 سنة
3. الخبرة أقل من 5 سنوات 40 سنة إلى 50 سنة 50 سنة فما أكثر
3. الخبرة أقل من 5 سنوات من 5 سنوات إلى 10 سنوات من 10 إلى 15 سنة من 15 إلى 20 سنة أكثر من 20 سنة
4. المستوى الدراسي: الثانوي فما دون ليسانس ماجستير هندسة
5. المركز الوظيفي: مسير رئيس مصلحة رئيس قسم طارفي طار تنفيذي
6. مستوى التحكم في الإعلام الآلي: ضعيف متوسط جيد

الترقيم	متغيرات الدراسة	لا أتفق تماما	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماما
تكنولوجيا المعلومات						
أ						
التجهيزات والمعدات (المكونات المادية) " لوحة المفاتيح، شاشة العرض، الفأرة، ووحدة المعالجة المركزية وغيرها"						
01	تتوفر بالمؤسسة معدات تكنولوجية ذات نوعية جيدة ومتطورة					
02	تتناسب الأجهزة المستخدمة مع طبيعة العمل					
03	تعمل المؤسسة على صيانة الأجهزة و المعدات بصفة دورية ومنتظمة					
04	سهولة استخدام معدات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة					
05	توفير أجهزة العرض و الإخراج الطابعات لكل المكاتب والمصالح					
ب						
قواعد البيانات" المستودع الذي يشمل كل البيانات والمعلومات المتواجدة في المؤسسة"						
06	إمكانية تداول المعلومات بشكل سلس في كل الظروف					
07	تدعيم القدرات التخزينية بالمؤسسة من المعارف والمعلومات.					
08	توفر قواعد البيانات كم هائل من البيانات والمعلومات المحتفظ بها					

					تمكين مختلف الوحدات التنظيمية من التنسيق والتعاون بشكل فعال	09
					القدرة على استرجاع أي بيانات أو معلومات وقت الحاجة.	10
ج البرمجيات "برامج النظام وبرامج التطبيقات"						
					أجد نوعية البرمجيات التي تستخدمها المؤسسة جيدة ومتطورة.	11
					تهتم الإدارة ببرامج التطوير المستمر بالجوانب المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات	12
					تخصص المؤسسة ميزانية معتبرة لشراء أفضل البرمجيات	13
					تناسب البرمجيات الحالية مع طبيعة العمل	14
					تهتم الإدارة ببرامج تطوير المستمر للجوانب المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات	15
د الشبكات "الشبكات الخاصة (الإنترنت+ الإكسترنات) والشبكات العامة (الانترنت)"						
					تساهم المواقع الالكترونية بشكل كبير في توفير المعلومات حسب الاحتياجات الوظيفية	16
					تعزيز روابط المؤسسة مع الأسواق المستهدفة.	17
					التواصل مع مختلف الموردين والعملاء.	18
					يتم تبادل المعلومات الداخلية بواسطة شبكة الانترنت الخاصة بالمؤسسة	19
					تعزيز التواصل مع المستفيد من الخدمات والمنتجات.	20
اليقظة الإستراتيجية						
أ اليقظة التكنولوجية: هي كل التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التقنيات والتكنولوجيات						
					تعتمد المؤسسة بدرجة كبيرة على التقنيات والبرمجيات الحديثة.	21
					تهتم المؤسسة بكل ماله صلة بالإبداع التكنولوجي وبراءات الاختراع....الخ.	22

					تتابع المؤسسة التغيرات في البيئة التكنولوجية من تطورات واكتشافات علمية.	23
					تهتم المؤسسة بمعرفة التكنولوجيات والتقنيات المتبعة من قبل المنافسين.	24
					تبذل المؤسسة جهدا كافيا في الكشف عن التطورات والمستجدات الحاصلة في ميدان التقنية والتكنولوجيا	25
					اليقظة التنافسية: النشاط الذي يسمح للمؤسسة بالتعرف على منافسيها الحاليين والمرقبين والداخلين الجدد إلى السوق	ب
					تعمل المؤسسة على جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بوضعية سلوك منافسيها.	26
					تقوم المؤسسة بتحليل دقيق للمنافسين لإيجاد استراتيجيات مناسبة لمواجهة	27
					مراقبة عروض المنافسين باستخدام الانترنت من أهم مصادر المعلومات لليقظة	28
					تقوم المؤسسة باستمرار بتتبع التغيرات على استراتيجيات منافسيها.	29
					تظل المؤسسة على علم دائم بأهم القرارات التي يتخذها المنافسون	30
					اليقظة التجارية: تهتم برصد ومتابعة المعلومات المتعلقة بالزبائن والأسواق والموردين	ج
					تراعي المؤسسة لسلوك المستهلكين والزبائن الحاليين والمحتملين وتوقعاتهم.	31
					تقوم المؤسسة بدراسات متواصلة حول ميولات المستهلكين وعروض الموردين.	32
					المؤسسة على دراية بنقاط قوتها وضعفها أثناء تعاملاتها مع مورديها وزبائنها وتعمل على تحسين وضعها.	33
					تعمل المؤسسة بصفة مستمرة على مراقبة علاقتها مع الموردين.	34
					المؤسسة تقوم على دراسة العلاقات التجارية بينها وبين مورديها وزبائنها بصفة مستمرة	35

					د	اليقظة البيئية: تشمل اليقظة الاجتماعية، اليقظة الاقتصادية، اليقظة السياسية والتشريعية
					36	تدرك المؤسسة واسع التغيرات التي تحدث في المجتمع.
					37	تراقب المؤسسة باستمرار جميع المعلومات في كل المجالات التي يمكن أن تؤثر في نشاطها.
					38	تدرك المؤسسة الوضع الاقتصادي العام ومستوى المداخيل والأجور، وتطورات أسعار الاستهلاك والإنتاج... إلخ
					39	تتبع المؤسسة تطور القوانين و التشريعات في القطاع الذي تنشط فيه، ليس فقط المعايير القانونية، وإنما أيضا المعايير التقنية.
					40	تراعي المؤسسة لأحداث الاجتماعية والثقافية للمجتمع.