



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أم البواقي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

أطروحة

مقدمة لنيل شهادة

دكتوراه الطور الثالث

الشعبة : علوم اقتصادية

التخصص : اقتصاد وتسيير المؤسسات

من طرف :

لحماري أمينة

عنوان الأطروحة:

واقع نظام اليقظة الإستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية
دراسة حالة : المؤسسات الاستشفائية لولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة، قسنطينة

أطروحة مناقشة بتاريخ 01 جوان 2024 أمام لجنة المناقشة المشكلة من :

الرقم	اللقب و الاسم	الرتبة	المؤسسة	الصفة
01	عثماني احسين	أستاذ	جامعة أم البواقي	رئيسا
02	غضابنة ليليه	أستاذ محاضر أ	جامعة أم البواقي	مشرفا
03	رجم خالد	أستاذ	جامعة سطيف	ممتحنا
04	بعلول نوفل	أستاذ محاضر أ	جامعة أم البواقي	ممتحنا
05	يحيى الشريف منى	أستاذ محاضر أ	المدرسة العليا للمحاسبة والمالية	ممتحنا
06	فراي أسماء	أستاذ محاضر أ	جامعة الأمير عبد القادر	ممتحنا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨

كلمة شكر

لله الحمد والشكر من قبل ومن بعد ...

أتقدم بكل شكر وامتنان وخالص عرفان لأستاذتي الفاضلة

الأستاذة: "غضابنه ليليه"

جزيل الشكر للأساتذة أعضاء لجنة المناقشة كل باسمه

أشكر جميع الأساتذة الذين قدموا لي الإعانة في إتمام هذا العمل.

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى:

من قال فيهم عز وجل: "وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا" أبي العزيز وأمي
الغالية بكل حب ووفاء.

إلى الزوج الكريم حفظه الله ورعاه على صبره معي لإتمام هذا العمل.

إلى جدتي العزيزة والحبيبة حيزية أطال الله في عمرها.

إلى أخواتي العزيزات: نور الهدى، ريان، أفنان، بلسم.

إلى أخي: عبد الله.

إلى أبناء أخواتي: نوميديا وأنس، كتاكيت العائلة.

إلى كل عائلتي وأهلي وكل من ساهم ولو بكلمة في إنجاح هذا العمل من قريب أو من بعيد.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة اختبار طبيعة العلاقة بين نظام اليقظة الاستراتيجية بأبعادها الأربعة (التنافسي، التكنولوجي، التجاري والبيئي) والتحولت الاقتصادية الرقمية في تسعة مؤسسات إستشفائية خاصة موزعة على ولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة وقسنطينة، للإجابة على التساؤل الرئيسي: ما هو واقع نظام اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية في خضم التحولات الرقمية، وذلك عن طريق الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة، أين تم توزيع واسترداد 55 إستبانة، وتحليلها باستخدام برنامج SPSS 24 للتحليل البياني، أين توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين كل من اليقظة الاستراتيجية والتحولت الرقمية، وجود علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية 0.05% بين اليقظة الاستراتيجية وكل بعد من أبعادها في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، وأن لهذه الأخيرة برنامج متكامل لمواكبة التحولات الاقتصادية الرقمية، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية للتحولات الاقتصادية الرقمية في تفعيل نظام اليقظة الاستراتيجية.

الكلمات المفتاحية: يقظة استراتيجية، تحول اقتصادي رقمي، أبعاد اليقظة

الاستراتيجية

ABSTRACT

This study aims to attempt to test the nature of the relationship between the *strategic vigilance system* with its *four dimensions*: technological, commercial and environmental competitiveness and digital economic transformations in nine private hospital institutions distributed in the wilaya of Khenchela, Oum El Bouaghi, Batna and Constantine, to answer the main question: *What is the reality of the strategic vigilance system in the institutions?* Hospitalization amid digital transformations relies on the descriptive analytical approach and the case study approach, where 55 questionnaires were distributed, retrieved, and analyzed using the SPSS24 program for graphical analysis. The study results concluded a strong correlation between strategic vigilance and digital transformations. There is a statistically significant relationship at a significant level of 0.05% between strategic vigilance and each of its dimensions in the hospital institutions under study, and the latter has an integrated program to keep pace with digital economic transformations. The study also indicated a statistically significant relationship between digital economic transformations and the system's activation. Strategic vigilance.

Keywords: strategic vigilance, digital economic transformation, dimensions of strategic vigilance

Résumé

Cette étude vise à tenter de tester la nature de la relation entre **le système de vigilance stratégique avec ses quatre dimensions** : compétitivité technologique, commerciale et environnementale, ainsi que les transformations économiques numériques dans neuf institutions hospitalières privées réparties dans les wilayas de Khenchela, Oum El Bouaghi, Batna et Constantine, afin de répondre à la question principale : **Quelle est la réalité du système de vigilance stratégique dans les institutions hospitalières ?** L'hospitalisation au milieu des transformations numériques repose sur une approche analytique descriptive et une approche d'étude de cas, où 55 questionnaires ont été distribués, récupérés et analysés à l'aide du programme SPSS24 pour l'analyse graphique. Les résultats de l'étude ont conclu à une forte corrélation entre la vigilance stratégique et les transformations numériques. Il existe une relation statistiquement significative à un niveau de signification de 0,05 % entre la vigilance stratégique et chacune de ses dimensions dans les institutions hospitalières étudiées, et ces dernières disposent d'un programme intégré pour suivre les transformations économiques numériques. L'étude a également indiqué une relation statistiquement significative entre les transformations économiques numériques et l'activation du système de vigilance stratégique.

Mots-clés : vigilance stratégique, transformation économique numérique, dimensions de la vigilance stratégique



الفهارس

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	كلمة شكر
	الإهداء
	الملخص
	الفهارس
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ-هـ	مقدمة
38-1	الفصل الأول: التأسيس المفاهيمي والنظري لليقظة الاستراتيجية
16-2	المبحث الأول: نظم المعلومات، اقتصاد المعرفة
2	المطلب الأول: البيانات، المعلومات والمعرفة
10	المطلب الثاني: نظم المعلومات
14	المطلب الثالث: الاقتصاد المعرفي
26-17	المبحث الثاني: الإطار النظري لليقظة الإستراتيجية
17	المطلب الأول: نشأة ومفهوم اليقظة الإستراتيجية
21	المطلب الثاني: أهمية وأهداف اليقظة الإستراتيجية
23	المطلب الثالث: أنواع ومراحل اليقظة الإستراتيجية
37-27	المبحث الثالث: مقاربات اليقظة الإستراتيجية – مفاهيم ذات الصلة-
27	المطلب الأول: الذكاء الاقتصادي
30	المطلب الثاني: الذكاء الإستراتيجي
34	المطلب الثالث: الميزة التنافسية
38	خلاصة الفصل الأول
81-40	الفصل الثاني: التحولات الاقتصادية الرقمية
55-41	المبحث الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي

41	المطلب الأول: مفهوم الاقتصاد الرقمي
45	المطلب الثاني: مؤشرات ومتطلبات الاقتصاد الرقمي
52	المطلب الثالث: العوامل المساعدة على التوجه إلى الاقتصاد الرقمي
70-56	المبحث الثاني: أساسيات ومتطلبات التحول الرقمي
56	المطلب الأول: أساسيات التحول الرقمي
61	المطلب الثاني: متطلبات وتقنيات التحول الرقمي
66	المطلب الثالث: مزايا وتحديات التحول الرقمي
81-70	المبحث الثالث: أدبيات العلاقة النظرية والتجريبية بين اليقظة الاستراتيجية والتحول الرقمي
70	المطلب الأول: الدراسات العربية
74	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
77	المطلب الثالث: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة
80	المطلب الرابع: علاقة اليقظة الاستراتيجية بالتحويلات الاقتصادية الرقمية
81	خلاصة الفصل الثاني
101-82	الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحويلات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة
96-83	المبحث الأول: المجال المكاني للدراسة
83	المطلب الأول: تقديم المؤسسات محل الدراسة المختارة لولاية خنشلة
90	المطلب الثاني: تقديم المؤسسات محل الدراسة المختارة لولاية أم البواقي وقسنطينة
94	المطلب الثالث: تقديم المؤسسات محل الدراسة المختارة لولاية باتنة
113-97	المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية وإجراءاتها التطبيقية
97	المطلب الأول: منهج، مجتمع وأدوات الدراسة
106	المطلب الثاني: أساليب التحليل الإحصائي
108	المطلب الثالث: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان)
154-114	المبحث الثالث: نتائج التحليل الإحصائي لمحاور الاستبيان واختبار الفرضيات

114	المطلب الأول: التحليل الإحصائي لعبارات محور اليقظة الاستراتيجية ومناقشة النتائج
134	المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لعبارات محور التحولات الرقمية ومناقشة النتائج
143	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
152	خلاصة الفصل الثالث
156 -154	خاتمة
قائمة المراجع	
قائمة الملاحق	


فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الأشكال	رقم الأشكال
10	المعلومات	1-1
90	الهيكل التنظيمي لمركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي"	1-3
92	أهداف مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي"	2-3
95	الهيكل التنظيمي لمصحة "الوداد"	3-3
96	الهيكل التنظيمي لعيادة "نوميديا سيفاكس" الطبية الجراحية	4-3
97	الهيكل التنظيمي لمخبر التحاليل الطبية "ابن سينا"	5-3
102	الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاستشفائية الخاصة "الإحسانيات"	6-3
106	الأعمدة البيانية الخاصة بمتغير الجنس	7-3
107	الأعمدة البيانية الخاصة بمتغير المؤهل العلمي	8-3
108	الأعمدة البيانية الخاصة بمتغير الأقدمية في المؤسسة	9-3
109	الأعمدة البيانية الخاصة بمتغير عمر المؤسسة	10-3

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجدول
18	مراحل تطور اليقظة الإستراتيجية	1-1
98	المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة وعدد الاستبيانات الموزعة	1-3
99	المنصب المشغول	2-3
100	معدل الاسترداد للاستبيانات الموزعة	3-3
100	خصائص أفراد عينة الدراسة	4-3
106	محاور الدراسة وأرقام العبارات في كل محور	5-3
107	مقياس لبكرت Likert الخماسي	6-3
107	أطوال الفئات والاتجاه الموافق لها	7-3
110	معاملات الارتباط بين عبارات و أبعاد محور اليقظة الإستراتيجية	8-3
111	معاملات الارتباط بين الأبعاد ومحور اليقظة الإستراتيجية	9-3
111	معاملات الارتباط بين عبارات ومحور التحولات الرقمية	10-3
112	معاملات ارتباط المحاور مع الدرجة الكلية للمقياس "الاستبيان"	11-3
113	قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ	12-3
114	اختبار التوزيع الطبيعي	13-3
115	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لليقظة الإستراتيجية وأبعادها	14-3
116	النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد التنافسي	15-3
121	النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد التكنولوجي	16-3
125	النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد التجاري	17-3
130	النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد البيئي	18-3

135	النسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري لمحورالتحولات الرقمية	19-3
144	علاقة اليقظة الإستراتيجية بأبعادها	20-3
146	البعد التنافسي	21-3
146	البعد التكنولوجي	22-3
147	البعد التجاري	23-3
147	البعد البيئي	24-3
148	التحولات الاقتصادية الرقمية	25-3
148	علاقة اليقظة الإستراتيجية بالتحولات الرقمية	26-3
149	تحليل التباين الأحادي T	27-3



مقدمة

لقد عرفت الفترة الممتدة من نهاية الحرب العالمية الثانية إلى بداية السبعينيات، بداية تحول دراماتيكي في حياة المؤسسات الاقتصادية، حيث اتسمت هذه الأخيرة باختلال التوازن بين الطلب والعرض لصالح هذا الأخير، وأدى بالنتيجة إلى ارتفاع شدة المنافسة بين المؤسسات المنتجة، أين ظهرت مصطلحات جديدة في أدبيات التنافسية مثل: الزبون ملك، وهو ما جعل كل المؤسسات تتنافس على تقديم أحسن الخدمات وبأفضل الأسعار من أجل إرضائه وضمان ولائه لعلامتها ومنتجاتها، وكان ذلك بداية النهاية للاستقرار الذي كان يشهده المحيط الاقتصادي لصالح التقلبات والاضطرابات المستمرة الناجمة على الابتكارات الجديدة في مختلف المجالات وخاصة التكنولوجيا منها، وهو ما دعا المؤسسات إلى تطوير أدوات جديدة من أجل ضمان استمراريتهما وتأمين حصص سوقية تناسب مع طموحاتها، مثل الإدارة الإستراتيجية و التسويق الاستراتيجي و اليقظة الإستراتيجية ... الخ

وباعتبار الاضطرابات المحيطية الدائمة التي تشكل تحديا حقيقيا لبقاء المؤسسات وتنافسيتها، فقد كانت اليقظة الاستراتيجية الأداة المثلى التي تسمح للمؤسسات بالاستماع الدائم لمحيطها بمختلف مكوناته التكنولوجية، التنافسية، السوقية والقانونية، واستباق التغيرات الممكن حدوثها وتقييم آثارها المستقبلية ومن ثم اتخاذ الإجراءات المناسبة للتكيف مع هذه التغيرات واستغلال ما تتيحه من فرص أو تجاوز ما تفرضه من مخاطر.

لقد مثلت اليقظة الاستراتيجية بالنسبة للمؤسسات التي توظفها ميزة تنافسية مهمة وحاسمة، حيث سمحت للكثير من المؤسسات بتجاوز الكثير من المخاطر أو تصيد الفرص أسبق من غيرها مما أهلها لتعزيز تنافسيتها وضمان بقائها واستمراريتهما، في حين يشهد العالم يوميا مغادرة عشرات الآلاف من المؤسسات للسوق من دون رجعة، بالنظر إلى عدم قدرتها على التكيف مع التغيرات البيئية المتسمة بالعدوانية، وكانت بالتالي ضحية عدم الاستماع للمحيط والتنبؤ بالتغيرات التي تتفاعل داخله.

مع شيوع ظاهرة الرقمنة أصبحت التقنيات الرقمية تنشئ فرصا جديدة للمؤسسات في جميع أنحاء العالم، وتساعد في التكيف مع المحيط التنافسي، ومع الاستخدام الجديد للتكنولوجيا، فإن العديد من الدول أدت إلى تسريع الوتيرة نحو التحول الرقمي، باعتباره شرطا أساسيا لبقاء المؤسسات حيث أصبح واقعا إجباريا يفرض نفس على المجتمع.

يشير التحول الرقمي إلى عملية دمج وتكامل التكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب الحياة والمؤسسات وذلك من أجل تسريع وتيرة الابتكار وزيادة الإنتاجية وكذا تقليل التكاليف من أجل كسب رضا الزبائن وتحسين الأداء داخل هذه المؤسسات.

إشكالية الدراسة

تنشط المؤسسات الاقتصادية عامة والاستشفائية خاصة في بيئة أعمال متغيرة ومعقدة، حيث تسعى جاهدة لاستثمار وتطوير كافة مهاراتها من أجل مواكبة وتيرة النمو المتسارع، حيث تبرز الحاجة إلى امتلاك نظام فعال لليقظة الإستراتيجية والذي يسهر على مراقبة بيئتها ومحاولة الحصول على معلومات دقيقة تفيد المؤسسات بشكل استباقي. كما أن هذا النظام يساهم في الرفع من مستوى تنافسية المؤسسات وتحقيق أهدافها المرغوبة، وذلك من أجل تخطي التحديات التي قد تواجهها واقتناص الفرص خاصة في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية والتي تزداد بشكل سريع. فيتطلب على المؤسسات العمل على تطوير أنظمتها وهيكلها من أجل مواكبة التطور الحاصل. ولفهم مشكلة الدراسة تحديداً يمكن طرح التساؤل التالي:

ما هو واقع نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية في خضم التحولات الاقتصادية الرقمية؟

ويمكن تحقيق غرض الدراسة من خلال الإجابة على بعض التساؤلات الفرعية التي يمكن إيجازها كالآتي:

1. هل تملك المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة نظام يقظة إستراتيجي معروف ومخطط له مسبقاً أم هي إستراتيجية ضمنية حدسية فقط؟
2. هل المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة تحقق أو توفر مستوى معيناً لأبعاد اليقظة الإستراتيجية؟
3. هل للمؤسسات الاستشفائية محل الدراسة برنامج أم على استعداد تام لمواكبة التحولات الاقتصادية الرقمية؟
4. هل نجحت ممارسات المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لنظام اليقظة الإستراتيجية في تدارك وتيرة التحولات الاقتصادية الرقمية؟

الفرضيات

لوضع الإشكالية في مستوى التحليل يمكن صياغة الفرضية الرئيسية بالشكل التالي:

الفرضية الرئيسية: للتحولات الاقتصادية الرقمية الأثر الإيجابي في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية داخل المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة.

وتندرج تحتهما الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: تملك المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة نظام يقظة استراتيجي معروف ومخطط له مسبقا.

الفرضية الفرعية الثانية: إن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لا تحقق ولا توفر أي مستوى من أبعاد اليقظة الإستراتيجية.

الفرضية الفرعية الثالثة: المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لها برنامج متكامل لمواكبة التحولات الاقتصادية الرقمية وهي على استعداد تام لهذه التحولات.

الفرضية الفرعية الرابعة: إن ممارسات نظام اليقظة الإستراتيجية من قبل المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة ساعدها في تدارك وتيرة التحولات الاقتصادية الرقمية.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. الإحاطة بالإطار النظري لكل من اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية.
2. معرفة مدى تطبيق نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة.
3. التعرف على مستوى تطبيق أبعاد اليقظة الإستراتيجية من قبل المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة.
4. معرفة مدى تحقيق المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لعملية التحول الرقمي.
5. تقديم اقتراحات وتوصيات لمتخذي القرار على ضوء النتائج التي ستصل إليها الدراسة فيما يتعلق بمدى تأثير التحولات الاقتصادية الرقمية في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية.

أهمية الدراسة

إن موضوع اليقظة الإستراتيجية لازال يحظى باهتمام كبير من قبل المختصين في المجال والباحثين، وهذا لما لها من أهمية بالغة باعتبارها آلية استباقية للحصول على المعلومات وبالتالي اقتناص الفرص وتجنب التهديدات المحتملة الحدوث. وتكمن أهمية الدراسة أيضا في أهمية الموضوع الذي سوف تعالجه والذي يتمثل في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية من خلال التحولات الاقتصادية الرقمية التي تشهدها البيئة الحالية، وكذا مساعدة المؤسسات الاستشفائية المعنية بالدراسة بإعطاء أهمية بالغة لهذا الموضوع.

حدود الدراسة

الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة الميدانية في كل من مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي" ومصحة "الوداد" ومخبر التحاليل الطبية "التوفيق" بولاية خنشلة والعيادة الطبية الجراحية "نوميديا سيفاكس بأم البواقي وكذا "مصحة الأرز" وعيادة "الإحسانيات" الطبية الجراحية ومخبر التحاليل الطبية "سعدالعود" بولاية باتنة وعيادة "ماسينيسا" مخبر التحاليل الطبية "ابن سينا" بولاية قسنطينة.

تم اختيار هذه المؤسسات قصدا، وذلك لعدم استقبالنا من طرف بعض المؤسسات الاستشفائية بحجة غياب مسير المؤسسة والبعض بحجة أنهم في تريبص، كما أن البعض اعتذروا بسبب القوانين الداخلية لمؤسساتهم، وهناك جانب آخر وهو حساسية القطاع الصحي الخاص، وبالتالي لم يتم قبولنا لإجراء التريبص داخل مؤسساتهم.

الحدود الزمانية: تم توزيع الاستبيان للمؤسسات الاستشفائية المعنية بالدراسة خلال شهر فيفري 2024، وقد دامت مدة هذه الدراسة قرابة شهر.

الحدود البشرية: تم توزيع الاستبيان في المؤسسات الاستشفائية المعنية على خلية اليقظة الخاصة بكل مؤسسة فقط. ونعني بذلك مدير المؤسسة ونائب المدير ورؤساء أقسام المصالح.

أسباب اختيار موضوع الدراسة

يمكن تقسيم مبررات ودوافع اختيار الموضوع إلى:

الدوافع الموضوعية:

- حاجة المؤسسات الاستشفائية لنظام يقظة إستراتيجية يكون فعالا مما يزيد من قدرتها على البقاء والاستمرار.
- وجود نقص في الدراسات التي تناولت اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية، خاصة وأن لها دورا كبيرا من خلال كسب تكنولوجيات جديدة واستغلالها في المجال الصحي.
- المكانة التي تحتلها المؤسسات الاستشفائية الخاصة ودرجة إسهامها في تنمية الولايات المعنية بالدراسة.

الدوافع الذاتية: لعل الدافع الأكبر هو الرغبة الشخصية في التحكم والتعمق في موضوع اليقظة الإستراتيجية والتحولت الرقمية، وكذا محاولة معرفة مدى تتطور المؤسسات المعنية بالدراسة في هذا المجال.

منهج الدراسة

تقوم الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي، حيث تم الاعتماد في الإطار النظري على بعض المصادر المكتبية منها الكتب والمقالات العلمية والمداخلات في الملتقيات العلمية الوطنية منها والدولية، أما بالنسبة للدراسة الميدانية فقد تم جمع البيانات من خلال توزيع استمارة بيانات "استبيان" للمؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، حيث تضمن الاستبيان محورين أساسيين وذلك قصد التوصل إلى معرفة غرض الدراسة، وتحليل ومعالجة الاستبيان تم استخدام برنامج SPSS، وبخصوص عينة الدراسة فقد كانت قصدية.

التقسيم الدراسي

من أجل معالجة إشكالية الدراسة تم تقسيم البحث إلى ثلاث فصول:

الفصل الأول: جاء بعنوان التأسيس المفاهيمي والنظري لليقظة الاستراتيجية، إذ ضم ثلاث مباحث متمثلة في: نظم المعلومات واقتصاد المعرفة، الإطار النظري لليقظة الإستراتيجية والمبحث الثالث كان حول مقاربات اليقظة الإستراتيجية- مفاهيم ذات صلة-.

الفصل الثاني: التحولات الاقتصادية الرقمية، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث والتي جاءت كالتالي: : ماهية الاقتصاد الرقمي، أساسيات ومتطلبات التحول الرقمي وثالثا: أدبيات العلاقة النظرية والتجريبية بين اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية.

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة، تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث متمثلة في:

المبحث الأول:المجال المكاني للدراسة

المبحث الثاني:منهجية الدراسة الميدانية وإجراءاتها التطبيقية

المبحث الثالث: نتائج التحليل الإحصائي لمحاور الاستبيان واختبار الفرضيات

الفصل الأول

التأصيل المفاهيمي والنظري لليقظة الإستراتيجية

في ظل التحول البيئي السريع والمعقد الذي يشهده العالم، ومع التطور التكنولوجي المستمر الذي تعيشه المؤسسات الاقتصادية، أصبحت المعلومة موردا أساسيا ومصدر تميز وتفوق. مما أدى إلى فرض بيئة تنافسية جديدة تتميز بالمنافسة الشديدة خاصة في ظل محيط تنافسي تتغير فيه قوانين المنافسة، حيث أصبح الأمر يتطلب ردودا سريعة في اتخاذ القرارات، ولعل لليقظة الإستراتيجية هي أحد تلك المصادر التي تعزز من تنافسيتها، حيث ظهرت أهميتها باعتبارها من بين الأساليب الحديثة التي تعمل على ترشيد العملية الإدارية، من أجل مساعدة متخذي القرار في اتخاذ القرار الصحيح، والوصول إلى تحقيق الميزة التنافسية.

وفي هذا الفصل سيتم التعرف على اليقظة الإستراتيجية ومختلف الآليات التي لها علاقة بها، حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث متمثلة فيما يلي:

المبحث الأول: نظم المعلومات واقتصاد المعرفة

المبحث الثاني: الإطار النظري لليقظة الإستراتيجية

المبحث الثالث: مقاربات اليقظة الإستراتيجية – مفاهيم ذات صلة-

المبحث الأول: ماهية نظم المعلومات و اقتصاد المعرفة

إن نظام المعلومات والاقتصاد المعرفي يشكلان جزءاً أساسياً لكل من الاقتصاد عامة والمجتمع خاصة، حيث يعتمد النظام على توليد وتداول المعلومات وتحويلها إلى معرفة لدعم اتخاذ القرار، في حين يشير الاقتصاد المعرفي إلى التركيز على محاولة إنتاج واستخدام المعرفة كمصدر رئيسي للقيمة والابتكار. ومن خلال هذا المبحث سيتم التطرق إلى البيانات والمعلومات والمعرفة ونظم المعلومات والاقتصاد المعرفي.

المطلب الأول: البيانات والمعلومات والمعرفة

تم تقسيم هذا المطلب إلى ثلاث أجزاء، حيث خصص الأول للتعريف بالبيانات وأهم تقسيماتها، وتناول الجزء الثاني المعلومات بتعريفها وخصائصها وأهميتها وقيمتها وأنواعها ومصادرها. وخصص الجزء الثالث للمعرفة من تعريفها وخصائصها وأهميتها وأنواعها.

أولاً: البيانات

تعتبر البيانات من العناصر الأساسية في عالمنا الحديث، فهي تمتلك قيمة هائلة في مجموعة واسعة من السياقات والصناعات. والتي تحظى بأهمية كبيرة في كل جوانب حياتنا، يتم استخدامها في اتخاذ القرارات والتحليل الإحصائي.

1. مفهوم البيانات

تعرف البيانات على أنها المادة الخام للمعلومات من كلمات وأرقام ورموز، والتي ليس لها دلالة أو معنى بحد ذاتها، ولا يمكن الاعتماد عليها وحدها لفهم شيء معين، وهي عبارة أيضاً عن مجموعة من الأرقام والحروف المطلوب إدخالها إلى الحاسب حتى يقوم بإنتاج المعلومات المطلوبة. (قوادري صامت، 2020، صفحة 468)

يمكن القول بأن البيانات هي عبارة عن المعطيات التي تشتق منها المعلومات بعد معالجتها، فهي ترمز إلى الأشياء والحقائق والآراء الأولية.

2. تقسيم البيانات

يمكن تقسيم البيانات إلى: (بوعايدة، 2022، صفحة 83)

- بيانات أولية: تجمع البيانات خصيصاً لغرض اتخاذ القرار.

- بيانات كمية: وهي بيانات رياضية وإحصائية تبرز علاقة محددة بين عدد من العوامل أو المتغيرات وتتميز بالدقة والثقة.
- بيانات نوعية: وتتضمن أحكاما أو تقديرات غير محددة بأرقام لذا فهي أقل دقة وثقة من سابقتها وأقل موضوعية.

ثانيا: المعلومات

مع الانتشار الكبير للمعلومات، وفي ظل الضرورة القصوى لها، أصبحت مسألة الحصول على معلومة دقيقة أمر يستدعي الحيلة والحذر من أجل تفادي الوقوع في معلومات قد تعود بالضرر على المؤسسة، ومن هنا سيتم التطرق في هذا الجزء إلى تعريف المعلومات ومختلف خصائصها وأنواعها وأهميتها ومصادرها.

1. تعريف المعلومات

تعددت التعاريف الخاصة بالمعلومات إذ نجد تعريف (KERKOUB و LADJOUZI، 2007، صفحة 129) الذي ينص على أنها: "مجموعة من البيانات التي تمت معالجتها، وأصبحت مفيدة حيث يتم أخذها بعين الاعتبار لاتخاذ القرار، يتم نقل المعلومة عن طريق نظام الاتصالات، والذي بطبيعته يقوم بتحويلها إلى معلومات مباشرة". ويذهب (قذايفية، 2016، صفحة 164) إلى تعريفها على أنها: "نتائج عمليات النمادج، التكوين، التنظيم، أو تحويل البيانات بطريقة تؤدي إلى زيادة مستوى المعرفة للمستقبل". وبالتالي فإن المعلومات هي عبارة عن بيانات تم تحليلها وترجمتها بطريقة تسهل الفهم والاستيعاب للفرد، بحيث يستفيد منها، ومن ثم يستغلها في المكان والوقت المناسبين. إن العلاقة بين المعلومات والبيانات تتمثل في أن هذه الأخيرة عبارة عن مدخلات ومعطيات، يتم معالجتها للحصول في الأخير على معلومات جاهزة.

الشكل 1-1: معالجة المعلومات



المصدر: من إعداد الباحثة

2. خصائص المعلومات

لكي يؤدي نظام المعلومات دوره على أكمل وجه، يجب أن تتوفر في المعلومة الخصائص التالية:(بوزمان و خثير، 2022، صفحة 208)

- الدقة:تعني أن تكون المعلومات صحيحة خالية من أخطاء التجميع، التسجيل ومعالجة البيانات، ويمكن القول بأن الدقة هي نسبة المعلومات الصحيحة إلى مجموع المعلومات الناتجة خلال فترة زمنية معينة؛
- الشمولية:بمعنى أن تكون المعلومات المقدمة معلومات كاملة تغطي كافة جوانب اهتمامات مستخدمها أو جوانب المشكلة المراد أن يتخذ بشأنها القرار.
- التوقيت:إذ لا قيمة للمعلومات إن لم تصل إلى المستفيدين في الوقت المناسب، حيث تعد المعلومات المادة الأولية للقرارات وتوفرها في الوقت المطلوب أمر ضروري.
- المرونة:وتعني قابلية تكييف المعلومات وتسهيلها لتلبية الاحتياجات المختلفة للمستخدمين.
- قابلية للقياس:يجب أن يكون لدى معد المعلومات، معلومات قابلة للقياس، حيث نجد أن بعض المعلومات تقبل القياس الكمي وبعضها لا يقبل القياس، وبالتالي يستخدم معها القياس الوصفي.
- الوضوح: بمعنى أن تقدم المعلومات في الصورة وبالوسيلة التي يقبلها مستخدم هذه المعلومات من حيث الشكل أي أن تكون مكتوبة بلغة سهلة وواضحة ومفهومة.

لكي تكون المعلومات ذات قيمة يجب أن تتوفر على الخصائص السابقة الذكر، وهذا لما لها من أهمية في مساعدة متخذي القرار في اتخاذ القرار الصحيح، ومحاولة تفادي المشاكل التي قد تطرأ على المؤسسة في أي لحظة، وبالتالي يتم توقعها مسبقاً مع إيجاد الحلول المناسبة.

3. أهمية وقيمة المعلومات: ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:(الشهري و علي، 2023، صفحة 4)

- أنها القاعدة الأساسية لمتخذ القرار في اتخاذ القرارات اللازمة، وإنجاح الإدارة والبحث العلمي والنمو الاقتصادي.
- زيادة حركة المعرفة المتصاعدة عبر المؤسسات المختلفة، وتستمد قوتها من التطورات السريعة في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- تلعب دور المحرك الأساسي والرئيسي الذي لا ينضب لنمو وتطور العمل المؤسسي.

- تكوين وتأمين المعرفة المعاصرة المطلوبة، تلك المعرفة التي هي نتيجة تلاحم كل النظم وشبكات الاتصال والمهارة التكنولوجية.

أيضا نجد أن أهمية المعلومات تكمن في أنها شريان الحياة في المؤسسة، أي أنها الرابط الذي يبيح مختلف الوظائف متصلة ببعضها البعض، حيث أن تدفق هذه المعلومات يرتبط بكفاءة المؤسسة، بالإضافة إلى أنها وسيلة لدعم المعرفة الفردية في المؤسسة، إذ بدونها لا يكون اكتساب لمعارف ومهارات جديدة، ومن ناحية أخرى فالمعلومة تساعد على تفكيك التعقيد الموجود في المحيط، لأنها تساعد على معرفة كل ما يحيط بها في كل وقت.

أما قيمة المعلومات فتكمن في إضافة شيء لمستخدمها، والتي تعود عليه بالنفع في التسيير أو اتخاذ القرار، خاصة ما يتعلق بتقليص حالات عدم التأكد لمتخذ القرار، بالإضافة إلى حجم أو أهمية التغيير الذي يحدثه القرار الناتج عن المعلومة المتحصل عليها. فقيمة المعلومة كمورد لا يمكن التنبؤ بها وهي ليست قابلة للقياس بسهولة.(منصوري، 2018، صفحة 4)

4. تصنيفات المعلومات

تلعب المعلومات دورا هاما ومتعاظما في جميع مناحي الحياة، إذ تعتمد عليها عمليات اتخاذ القرار، وكلما كانت المعلومات على درجة عالية من الدقة والصحة كانت القرارات سليمة وملائمة وأكثر تأثيراً، والمعلومات لها أنواع وأنماط متعددة، تختلف باختلاف معايير تصنيفها، ويمكن تصنيفها كما يلي:(زيدان أ،، 2020، صفحة 1)

- **المعلومات الصحيحة:** هي تلك التي تعكس الوقائع والحقائق بشكل دقيق ودون تحريف، حيث أن هذا النوع من المعلومات يستند إلى الأدلة العلمية ويمكن الاستشهاد بها وهي قابلة للتطبيق، لأن مصدرها موثوق.
- **المعلومات المطمئنة والمريحة:** هي تلك المعلومات التي يتم التحقق من صحتها ودقتها بشكل كامل، حيث يؤدي إنتاجها ونشرها إلى بث السعادة والراحة، ويمكن الاعتماد عليها بثقة، والهدف منها الصحة وتفادي انتشار الأخبار الزائفة وغير المؤكدة.
- **المعلومات المحيرة:** يطلق على نوع المعلومات العلمية التي تم إنتاجها لزيادة معرفة الآخرين، ولكن يتم إرسالها إلى جمهور غير ملائم وغير ذي صلة أي ليس لديهم معرفة كافية ولا يمكنهم فهمها، مما قد يؤدي إلى نتائج عكسية ويخلف أثارا سلبية. قد يؤدي هذا إلى تفاقم الأمر.

- المعلومات المضللة: هذا النوع من المعلومات غير دقيق وغير موثوق به، ولكن مصدر هذه المعلومات ينشرها عن غير قصد ولا يولي اهتماماً كبيراً لتأثير هذه المعلومات على المجتمع أو المؤسسة.
 - المعلومات المزيفة: هذا النوع من المعلومات غير الصحيحة يسعى منتجوها وموزعوها لأغراض سياسية أو اقتصادية أو ثقافية أو غيرها نشرها عمداً من أجل خلق نوع من الإثارة. هذا النوع من المعلومات متعمد ومزور من أجل تشويه الواقع وإثارة البلبلة.
 - المعلومات المروعة: قراءة أو سماع هذا النوع من المعلومات يجعل المتلقي يشعر بالذهول والصدمة والقلق.
 - المعلومات المتناقضة: يتم إنتاج هذا النوع من المعلومات ونشره بسبب اختلاف الرأي بين الخبراء حول موضوع ما.
 - المعلومات المشكوك فيها (غير موثوق بها): لا يمكن التحقق من صحة هذا النوع من المعلومات أو نفي مصداقيتها بسبب عدم كفاية الأدلة العلمية، وبالتالي يجب تقييم دقة هذه الادعاءات علمياً من قبل الباحثين المختصين، من أجل عدم إثارة البلبلة.
 - المعلومات المؤجلة: هي تلك المعلومات التي تقدم بشكل متأخر أو متأنل اعتبارات خاصة، وبالتالي فإن الحجب المؤقت لهذه المعلومات يؤدي إلى نتائج سلبية مثل التشكيك وعدم الثقة.
 - المعلومات السرية: لا يتم الكشف عن هذا النوع من المعلومات لأسباب واعتبارات مختلفة، لأنه قد يؤدي نشر المعلومات الرسمية الصحيحة إلى كشف ضعف الحكومات أو المؤسسات، مما قد ينعكس سلباً على الاستقرار والتماسك الاجتماعي.
5. مصادر المعلومات: يمكن تصنيفها حسب ثلاثة مداخل أساسية كالاتي: (منصوري، 2018، صفحة

(91)

- أ. حسب موقع مصدر المعلومات من المؤسسة: ومنها الداخلية والخارجية.
- المصادر الداخلية: حيث يتم إنتاج المعلومات داخل المؤسسة بشكل يومي، من قبل مصالح وإدارات المؤسسة وكذلك من قبل مختلف الفئات المتواجدة في المؤسسة، من عمال ومشرفين ومدراء، وتشمل كافة التقارير والعمليات الداخلية.
- المصادر الخارجية: تصدر هذه المعلومات من محيط المؤسسة الخارجي، منها موردو المعلومات الذين يقدمون المعلومة للمؤسسة، الزبائن، أو من الانترنت والتي تكون في شكل بيانات يتم جمعها

وتخزينها ومن ثم معالجتها فتصبح معلومة جاهزة يتم الاستفادة منها من قبل الجميع، كما أنها توجد مصادر خارجية أخرى كوسائل الإعلام والدراسات والبحوث والتقارير العلمية، بالإضافة إلى وجود هيئات وطنية مختصة في تجهيز المعلومة.

ب. حسب درجة الرسمية: يمكن تصنيفها حسب درجة الرسمية إلى:

- مصادر رسمية: منها المصادر الالكترونية كقواعد البيانات، الصحف، الدوريات، التقارير والكتب، والمعلومات الكمية كالحقائق والأرقام والرسوم البيانية.
- مصادر غير رسمية: منها: المقابلات الشخصية، الاجتماعات والمكالمات الهاتفية، الخدمات العامة، وأدوات الانترنت، المقالات، أما فيما يخص المعلومات النوعية كالدراسات الاستقصائية.

ت. حسب الاستخدام: تصنف إلى:

- المصادر الأولية: هي تلك المعلومات التي تنبع من الأصل ولا يتم تغييرها أو تعديلها أو تفسيرها، نجد منها براءات الاختراع، الوثائق الرسمية كالقوانين ومعظم البيانات والمعلومات المنشورة من قبل السلطات العامة.
- المصادر الثانوية: هي تلك التي تقدم تفسير للمعلومات الأولية، أي أنها تستند إلى تلخيص وتحليل للمعلومات، أي أن كل معلومة تحتاج إلى التأكيد والتحقق منها وتحليلها.

ثالثا: ماهية المعرفة

تعتبر المعرفة أكثر من مجرد تجميع للمعلومات، فهي تشمل مختلف الحقائق والتجارب ومحاولة الفهم العميق للأمور، حيث أنها تلعب دورا مهما في تطوير الفهم واتخاذ القرارات السليمة، وهي تعد أساسا للتقدم الفردي والاجتماعي، ومن هنا سيتم التطرق إلى مفهوم المعرفة ومختلف ما يتعلق به.

1. تعريف المعرفة

يمكن تعريف المعرفة على أنها: "حصيلة استخدام البيانات والمعلومات والتجربة التي يتم الحصول عليها عن طريق التعلم والممارسة، وهي التي تمكن من يملكها من التجاوب مع المستجدات التي تواجهه، وتجعله أكثر قدرة على الوصول إلى حلول أفضل للمشاكل التي تقع في مجال المعرفة". (الطاهر، 2009، صفحة 10)

كما يمكن تعريفها على أنها: "تلك المعلومات المفهومة، حيث تنقسم المعرفة إلى ضمنية وصرحة: فالضمنية، يمتلكها الأفراد وهي ليست رسمية ويصعب نقلها، أما الصريحة، فهي رسمية وقابلة للتحويل

في شكل ملفات قابلة لإعادة الاستخدام، حيث تنتقل هذه الأخيرة من خلال الوثائق الرسمية والموحدة.(Willy و Virigine، 2018، صفحة 3)

كما يمكن اعتبار أن المعرفة هي: "الرصيد الذي تم تكوينه من حصيلة البحث العلمي والتفكير والدراسات الميدانية، وتطوير المشروعات الابتكارية، وغيرها في أشكال الإنتاج الفكري للإنسان عبر الزمان، فالمعرفة هي مزيج من الأفكار، القواعد والإجراءات المتراكمة والتي توصل إليها الإنسان من خلال البحث العلمي والدراسات الميدانية، التي تتكون على امتداد مدة زمنية طويلة نسبيا لتصبح متاحة للتطبيق والاستخدام في ظروف لاحقة وزمن لاحق". (قوت، 2019، صفحة 63)

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن المعرفة هي خلاصة ما تعلمه الإنسان من خلال مسيرته العلمية، ويمكن أن يترجمها في الوقت المناسب للاستفادة منها، أي الحصيلة الفكرية التي تساعد في خلق قيمة مضافة في المؤسسة، وقد تشمل أيضا المعرفة مختلف منتجات الفكر الإنساني، ومن ثم استخدامها بشكل فعال لاتخاذ القرارات الصحيحة، وتعتبر أيضا رأس مال فكري، حيث تنقسم إلى قسمين منها ما يمتلكه الأفراد وهو صعب النقل، ومنها ما هو قابل للتحويل ومحاولة إعادة استغلاله.

2. خصائص المعرفة: تتميز المعرفة بالعديد من السمات والخصائص أهمها: (حناش، 2018، صفحة 57)

- المعرفة سلعة غير ملموسة؛
- المعرفة غير ثابتة فهي تتغير بتغير المعلومات؛
- المعرفة هي نتاج العلم، التعلم والخبرة؛
- لا تهتك باستعمالها، وبالتالي فهي تتجدد، تزداد وتتراكم؛
- المعرفة مستمرة أي أنها تكون متاحة للجميع؛
- المعرفة كقدرة إدراكية يمكن أن تكون معرفة تفاعلية تتحقق عن طريق الحوار.

3. أهمية المعرفة

إن استخدام المعرفة من شأنه أن يقلل من تكاليف المؤسسة ويرفع من سرعة طرح منتجاتها في الأسواق، لذا تبرز أهمية المعرفة في المؤسسة فيما يلي: (مدوح، 2023، صفحة 548)

- اعتماد التنسيق، التصميم والهيكل المرنة مما يساهم في مرونة المؤسسة؛
- التركيز على الأقسام الأكثر إبداعا داخل المؤسسة، ومحاولة تحفيزها ودعم الابتكار؛

- تحول المؤسسات إلى مجتمعات معرفية خاصة في ظل التغير المتسارع في بيئة الأعمال؛
- اعتبار المعرفة في ذاتها منتوجا نهائيا يمكن بيعه واستخدامه؛
- ساعدت المعرفة في خلق المؤسسة وتطورها ونجاحها والتخلص من الأسس التقليدية؛
- أصبحت المعرفة الأساس لخلق الميزة التنافسية.

4. أنواع المعرفة

تختلف أنواع المعرفة باختلاف مصادرها وآلية المشاركة فيها، واختلاف تصنيفاتها حسب آراء ووجهات نظر الباحثين، ومن هنا سيتم التطرق إلى نوعين من أنواع المعرفة، منها الضمنية والصريحة.

- **المعرفة الضمنية:** هي تلك التي يحفظها العقل وتحتويها الذاكرة الإنسانية وتحاول في فترات متباعدة أن تستذكرها عبر آليات التفكير المعروفة، وهي المعرفة غير المكتوبة، أي أنها أشبه ما تكون بالمعرفة الصامتة المكتسبة والمسجلة في العقل، ومن الصعب وضعها في صيغة رسمية لأنها كامنة في الإدراك العام للعقل البشري، وهي أيضا معرفة مرتكزة على التجربة و الملاحظة ويمكن تطبيقها مباشرة للنشاطات التي لها حاجة للقيام بها في المستقبل، حيث أن للمعرفة الضمنية ثلاث أبعاد متمثلة في: الخبرة، المهارة والتفكير.(الخير عمارة و آدم يعقوب، 2020، صفحة 32)
- **المعرفة الصريحة:** وهي معرفة رسمية قياسية سهلة التحديد، القياس، التقييم، التوزيع والتعليم مثل قواعد البيانات والبرمجيات، وتتضمن أي شيئا يمكن توثيقه، أرشفته وترميزه، كما تعرف بالمعرفة المعلنة لأنها الشائعة والرائدة والمنتشرة بين الأفراد، وتكون متاحة الوصول أي أن كل من يبحث عنها يجدها، وهي واضحة ويسهل نقلها والمشاركة فيها، والمعرفة الصريحة تكون منظمة ومستندة وعادة ما تكون محفوظة في وسائل مثل الكتب والمقالات، القوانين والتشريعات.(حباينة، 2014، صفحة 79)

من خلال ما سبق نجد أن البيانات هي عبارة عن حقائق غير معدة للاستخدام أي أنها عبارة عن معطيات أولية، يتم معالجتها للحصول على معلومات جاهزة، بغرض تحقيق هدف معين أو مساعدة متخذي القرار في اتخاذ القرار اللازم. وبما أن المعلومات هي مستخرجة من البيانات فإن المعرفة مستخرجة من المعلومات وتدل على حصيلة ما يمتلكه الفرد أو المؤسسة من معلومات، حيث يؤدي تراكم هذه المعارف إلى التحصيل أو الوصول إلى ما يعرف بالحكمة.

المطلب الثاني: نظم المعلومات

تزايد أهمية نظام المعلومات في المؤسسة بشكل كبير، وهذا لما له من أهمية كبيرة داخلها، فنظام المعلومات يقوم بتلبية احتياجات المؤسسة بطريقة منظمة وهادفة، إذ يساهم في اتخاذ القرار بشكل معياري من خلال تقديم معلومات مفيدة وسريعة لصانع القرار، ومنه سيتم التطرق في هذا المطلب إلى تعريف النظام، نظام المعلومات، مكوناته، أهدافه، وظائفه وأنواعه.

أولاً: تعريف نظام المعلومات وأهميته

لتعريف نظام المعلومات يجب أولاً تعريف وفهم معنى النظام، والذي يمكن القول أنه: "مجموعة من العناصر، التي ترتبط ببعضها البعض في شكل علاقات منظمة تسعى إلى تنفيذ مجموعة من الأهداف التي تعمل معاً بشكل توافقي، لتحقيق بعض الأهداف المرسومة والغايات المدروسة، حيث يجب أن تكون أجزاء النظام متوافقة بشكل سليم". (بروبة، 2020، صفحة 372)

كما يمكن تعريفه على أنه: "مجموعة الأوامر، النواهي والإرشادات التي تحدد الطريقة التي يجب إتباعها في تصرف معين، منه النظام الاقتصادي، الإداري والتعليمي". (Nafsah، 2020، صفحة 5)

من خلال ما سبق يمكن القول أن النظام هو عبارة عن مجموعة من الأجزاء المترابطة والمتكاملة والمتفاعلة، وأن هذه الأجزاء تتفاعل في ما بينها من أجل تحقيق هدف من أهداف المؤسسة.

فبعد التطرق لمفهوم النظام والمعلومات كل على حدة، يمكن الآن تعريف نظام المعلومات على أنه: حسب (سلطاني و بودرة، 2019، صفحة 178) "نظام الأفراد، المعدات، الإجراءات، المستندات ووسائل الاتصال، الذي يجمع البيانات ويقوم بعمليات تشكيل، تخزين، استرجاع وعرض البيانات لاستخدامها في التخطيط والموازنات التخطيطية، وفي الرقابة وغيرها من العمليات الإدارية". كما عرفها: (ساعد و دربان، 2022، صفحة 583) "يضمن أن المعلومات الصحيحة تكون متوفرة في المكان المناسب وفي الوقت المناسب، ويعتبر نظام المعلومات مسؤولاً في الواقع عن تخزين ومعالجة المعلومات المتعلقة بنظام التشغيل من أجل إتاحتها لنظام التحكم والقيادة".

من خلال التعاريف السابقة فإن نظام المعلومات عبارة عن مجموعة من الأجزاء والعناصر المتكاملة مع بعضها البعض، حيث تقوم هذه الأخيرة بجمع البيانات، تخزينها ومعالجتها، وهو نظام يساهم

في مساعدة المؤسسة من خلال تسريع وتيرة التحكم والسيطرة الداخلية للمؤسسة، وكذا معرفة جميع الطوارئ داخلها بدون تكلفة أو جهد، ومن خلاله يتم اتخاذ القرار الصحيح.

ثانيا: أهمية نظام المعلومات: وتكمن فيما يلي: (رجم، بن اعمارة، و ذكار، 2018، صفحة 37)

- تزايد نفوذ المعرفة والمعلومات في المجتمعات الصناعية الحديثة لذلك نجد أن إنتاجية المشتغلين بالمعلومات أصبحت أحد الاهتمامات الرئيسية في المجتمعات الغربية، مما أدى إلى زيادة الطلب على المعلومات؛
- تنمية وتطوير شبكات الاتصال والمعالجة الدقيقة؛ فقد أدى ظهور نظم المعلومات إلى زيادة الطلب على استخدامها لدرجة يمكن تواجد منظمات تعمل بالكامل بواسطة الحاسب الآلي وشبكة معلومات واحدة؛
- التغيرات التي طرأت على طلب المعلومات والأساليب الفنية اللازمة لتشغيلها؛ إذ تعتبر موردا استراتيجيا مهما.

ثالثا: مكونات نظام المعلومات: يتكون أي نظام معلومات من المكونات التالية:

أ. المدخلات: وتتمثل في جميع الوثائق والمستندات اليومية التي تترجم كل العمليات التي قامت بها المؤسسة في تعاملاتها اليومية مع بيئتها الداخلية أو الخارجية، والتي تشكل في مجملها بيانات النظام، وتأتي هذه المدخلات من مصادر مختلفة من البيئة المحيطة بالنظام، وقد تكون مخرجات لنفس النظام عندما تستخدم كمدخلات جديدة من خلال عملية التغذية العكسية. (سليلة و قويسبي، 2023، صفحة 291)

ب. عمليات التشغيل أو التحويل: تمثل مرحلة التشغيل الجانب الفني من النظام، والذي يقوم بإجراء العديد من العمليات في نفس المرحلة، والتشغيل بهذا الشكل يمثل تفاعل كل العوامل داخل النظام مثل عوامل الإنتاج في الوحدة الاقتصادية في صورة نشاط ينتج عنه عملية تحويل المواد الأولية إلى منتجات نهائية، ويتم تحويل البيانات في نظام المعلومات إلى معلومات بطرق التشغيل المختلفة من تسجيل وتلخيص، حساب ومقارنة. (كافي أبكر، حسين خطاب، برمة السيد، و متعب المزيد، 2019، صفحة 236)

ت. المخرجات:وتتعلق بنقل العناصر التي أنتجت خلال عمليات التحويل إلى الجهات التي تحتاجها مثلا المنتجات النهائية، الخدمات البشرية، المعلومات الإدارية التي يجب أن تنقل إلى مستخدمها.(الصباغ، 2000، صفحة 13)

ث. التغذية العكسية:هي العملية التي من خلالها يتم تقييم أداء العاملين، من خلال تحديد الفارق الموجود بين وضعية عمل معطاة، والحالة المثلى المرغوبة، أي أنها تلك المعلومات التي تعمل كحد فاصل بين الهدف المراد تحقيقه وبين الأداء الفعلي.(قندوز و الشايب، 2013، صفحة 123)

1. أهداف نظام المعلومات: تتمثل أهداف نظام المعلومات فيما يلي: (عبد المنعم شعيب، 2014، صفحة 93)

- تحديث الهياكل التنظيمية أي استخدام هياكل تنظيم جديدة يتم فيها تخصيص عدد المستويات الإدارية وتوسيع نطاق الإشراف والرقابة اعتمادا على الثقة بين العاملين بعضهم ببعض وبين الرؤساء؛
- استخدام البريد الالكتروني في تحقيق التنسيق بين الأفراد الذين يؤدون مهام مشتركة مع التفويض بمزيد من المسؤوليات والصلاحيات واتخاذ القرارات بمعرفة ومشاركة المستوى الأدنى؛
- تبسيط الإجراءات الإدارية، وسرعة الإنجاز لملاحقة التطور والتحديث داخل المؤسسة؛
- التحول من العمل الفردي إلى الجماعي، في دعم اتخاذ القرار الذي يساعد على تنفيذ القرارات ومتابعة الآثار المتردة عنها والإصلاح الفوري وبصفة منتظمة؛
- محاولة تقوية الوضع التنافسي للمؤسسة، وتحسين الكفاءات البشرية التي تدعم مستوى الإنتاجية وتساهم في إنجاز الخدمات.

2. وظائف نظام المعلومات: تتمثل وظيفة نظام المعلومات في: (BENHASINE، 2023، صفحة 24)

- توليد معلومات تمثل نشاط نظام التشغيل داخل البيئة (المعلومات الأولية)؛
- تلقي المعلومات من داخل أو خارج المؤسسة لمعالجتها ثم إعادة إرسالها إلى الداخل أو الخارج؛
- حفظ المعلومات (للمقارنة، التنبؤ...) ونشرها؛
- ضمان الوصول إلى الذاكرة وإيصال المعلومات؛
- القيام بجميع العمليات اللازمة لتشغيل النظام.

رابعاً: أنواع نظم المعلومات

تعددت التصنيفات والأنواع الخاصة بنظم المعلومات في المؤسسة، حيث يمكن تصنيفها على حسب مجال استخدامها إلى:

أ. نظم المعلومات الإدارية: وهي مجموعة من العمليات المنظمة التي تزود المديرين بالمعلومات اللازمة، لمساعدتهم في تنفيذ الأعمال واتخاذ القرارات داخل التنظيم، على أن تتميز هذه المعلومات بالكمال، الشمول، الصحة والدقة، وأن تكون ملائمة من ناحية الجهد، التوقيت والتكلفة. (أبو جزر، 2023، صفحة 163). ومن بين خصائص نظم المعلومات الإدارية تدعيم القرارات الهيكلية وشبه الهيكلية، ومستوى الرقابة الإداري والتشغيل كما أنه يفيد لأغراض التخطيط لمستوى الإدارة العليا، أيضاً هي مفيدة في اتخاذ القرارات بالاعتماد على البيانات الحالية والماضية، تتطلب أيضاً نظم المعلومات الإدارية عملية طويلة نسبياً من التعميم والتحليل، وهي قليلة المرونة نسبياً. (حسن بشير و النور، 2021، صفحة 160)

ب. نظم المعلومات الجغرافية: عبارة عن مجموعة من الأدوات اللازمة لجمع، تخزين، استرجاع، تحويل وعرض البيانات المكانية لجزء من سطح الأرض، أو هي عبارة عن نظم تكاملية تجمع بين البرامج، الأجهزة، والكفاءة البشرية المؤهلة للدراسة، ثم رصد، تخزين، استدعاء ومعالجة وتحديث، وعرض المعلومات المكانية (بوعشاش، 2020، صفحة 124)، ويتطلب فهم نظم المعلومات الجغرافية واستخدامه في دعم القرارات معرفة المعلومات المكانية والوصفية، حيث أن المعلومات المكانية توضح موقعا أو مكانا معيناً، وتشمل كافة العناصر الطبيعية والصناعية في منطقة معينة مثل حدود مدينة، مباني ومجاري مائية، ويمكن أيضاً الحصول عليها من عدة مصادر كالخرائط، الصور الجوية وغير ذلك. أما المعلومات الوصفية فهي ذات مرجعية غير مكانية تعبر عن الصفات والحقائق، وترتبط بالمعلومات المكانية مثل أسماء الأماكن، اتجاه طريق معين، نوع الأشجار في الغابة، عدد السكان في منطقة معينة. (لحول، مقاوسي، و عقاري، 2015، صفحة 35)

ت. نظم استرجاع المعلومات: ويعتبر أحد النظم الفرعية في نظام المعلومات ووظيفته الأساسية هي تخزين واسترجاع المعلومات وفقاً لاحتياجات مجتمع المستخدمين، ويمكن تعريفه أيضاً على أنه عملية الحصول على المعلومات المسجلة بطريقة ما عن طريق موضوعها أو الوثائق التي تحتوي على الحقائق المطلوبة، كما يسمح بالبحث عن المعلومات داخل الوثائق وعن البيانات الوصفية التي

تصف الوثائق، بالإضافة إلى البحث في قواعد البيانات وشبكة الانترنت. (الزهيري و خماس، 2020،
صفحة 18)

ث. نظم المعلومات الطبية: وهي التي تخدم العاملين في المجال الصحي، حيث يستخدم بشكل
كبير في المستشفيات، ويعد من الخدمات الإدارية التخصصية في المستشفيات. كما أنها تساهم في
دعم الإداريين في المجال الصحي من أجل اتخاذ القرارات الطبية، لأنها تساهم في توفير نظم معلومات
حول المريض والتقنيات والبحوث الطبية. (عبد المنعم شعيب، 2014، صفحة 36)

المطلب الثالث: ماهية اقتصاد المعرفة ومؤشراته

إن التوجه المعاصر من قبل العلماء والباحثين نحو اعتبار المعرفة ذات قيمة وأنها أصبحت
العنصر الرئيسي من بين عناصر الإنتاج، أدى إلى خلق اقتصاد جديد يسمي بالاقتصاد المعرفي حيث سلب
هذا الأخير الضوء على مختلف التقنيات التكنولوجية، التي تساهم في خلق الإبداع والابتكار، وسيتم
التطرق في هذا المطلب إلى تعريفه، مختلف خصائصه ومؤشراته.

أولاً: تعريف اقتصاد المعرفة

يعرف اقتصاد المعرفة بأنه: "ذلك الاقتصاد الذي يدور حول الحصول على المعرفة، استخدامها،
توظيفها، إبداعها وابتكارها بهدف تحسين نوعية الحياة بكافة مجالاتها، من أجل الاستفادة من
التطبيقات التكنولوجية المتطورة واستخدام العقل البشري ك رأس مال معرفي لإحداث مجموعة من
التغيرات الإستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي". (قرقاد و عيساني، 2022، صفحة 542)، كما تم
تعريفها أيضاً: "يعمل على زيادة نمو معدل الإنتاج، بشكل مرتفع على المدى الطويل بفضل استعمال
واستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهو عبارة أيضاً عن نمط اقتصادي متطور قائم على الاستخدام
الواسع النطاق للمعلوماتية وشبكة الانترنت في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي وخاصة في التجارة
الإلكترونية، مرتكزا بقوة على المعرفة، الإبداع والتطور التكنولوجي، خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا
الإعلام والاتصال". (المهندس ياسين، 2016، صفحة 56)

من خلال التعريف السابق نجد أن الاقتصاد المعرفي يعمل على زيادة نمو معدل الإنتاج بشكل
مرتفع على المدى الطويل، من خلال الاستخدام الواسع للانترنت عن طريق تكنولوجيا المعلومات
والاتصال، وبالتالي فهو اقتصاد قائم على المعرفة بالدرجة الأولى، وذلك من خلال مشاركتها وتوظيفها
بغرض تحسين وتطوير كافة المجالات، وأيضاً من أجل مساهمة في تنمية وترقية المؤسسة وإحداث
مختلف التغيرات الإستراتيجية التي تزيد من قيمتها.

ثانيا: خصائص اقتصاد المعرفة: يمكن تلخيص البعض منها في التالي: (القرارة، 2013، صفحة 3)

1. يعتمد الاستثمار على رأس المال الفكري المعرفي؛
2. انتقال النشاط الاقتصادي من إنتاج وصناعة سلع الإنتاج وصناعة الخدمات المعرفية؛
3. تفعيل عمليات البحث، التطوير، والابتكار كمحرك للتغيير والتنمية؛
4. ارتفاع الدخل لصناع المعرفة كلما ارتفعت خبراتهم وكفاءاتهم؛
5. تضاؤل قيود الزمان والمكان، وانخفاض التكلفة؛
6. يركز على الاستخدام الواسع، والمكثف للتقنية الحديثة؛
7. تزايد عوائد اقتصاد المعرفة وذلك لأن الإنتاجية لا تتناقص بل تتضاعف بزيادة المستخدمين.

من خلال الخصائص السابقة، نستنتج أن أهمية الاقتصاد المعرفي تكمن في تحسين الأداء ورفع الإنتاجية، ومحاولة توليد فرص أعمال، مما يزيد من الاهتمام بالتعليم، البحث والتطوير، والتي تعتبر من بين الركائز والدعائم الأساسية لهذا الاقتصاد.

ثالثا: مؤشرات اقتصاد المعرفة

لمعرفة إمكانية انضمام الدول ضمن هذا الاقتصاد الجديد والذي يتركز بدرجة كبيرة على الثورة المعرفية، لابد من التطرق إلى بعض المؤشرات والتي سنحاول إجمالها في مايلي:

أ. مؤشرات العلم والتكنولوجيا: ويتضمن هذا المؤشر البيانات المتعلقة بالأبحاث والتطوير، إحصائيات براءات الاختراع، المنشورات العلمية وميزان المدفوعات التكنولوجية، جميعها متضمنة في مؤشر العلم والتكنولوجيا. (صغير، 2011، صفحة 224)

- الأبحاث والتطوير: تعتبر من بين المؤشرات الأساسية لاقتصاد المعرفة، حيث أن هذه المؤشرات تخضع لعملية جمع منظمة ومعيارية للبيانات، مما يسمح بإجراء تحاليل ديناميكية ومقارنات دولية، ومن ثم يتم استغلال هذه البيانات لدعم بلد معين للبحث والتطوير.
- براءات الاختراع: هو حق احتكار مؤقت، تمنحه الحكومة إلى المخترع مقابل نشر اختراعه لمدة زمنية محدودة وفق شروط معينة، وهي الأداة الأولى لحماية حق المخترع.
- المنشورات العلمية: تعد هذه المنشورات من بين المؤشرات المهمة، التي يمكن من خلالها معرفة إمكانيات الباحثين وقابليتهم في الدول، فكلما زاد عدد هذه المنشورات كلما أشار ذلك إلى أن الدولة تهتم بهذا الجانب أكثر.

• ميزان المدفوعات التكنولوجي: يشمل هذا المؤشر شراء وبيع التكنولوجيا غير المجسدة، ومنها حقوق الملكية والتراخيص والمساعدة الفنية، كما يشمل المدفوعات التي لا تتعلق بالتكنولوجيا مثل الخدمات الإدارية.

ب. المؤشرات المتعلقة بالموارد البشرية: يحتل العنصر البشري الأهمية الأساسية لأي تطور يشهده العالم في كل العصور، فالإنسان هو محور كل التطورات التي استطاع الإنسان أن يحققها في مختلف المجالات، حيث يساهم في عمل النشاطات الاقتصادية وتنميتها وتطويرها خاصة في ظل اقتصاد المعرفة وما يتضمنه من تقنيات متقدمة، ومن بين هذه المؤشرات المتعلقة بالموارد البشرية ما يلي:

• التعليم والتدريب: تسمح المؤشرات القائمة على البيانات المتعلقة بالتعليم والتدريب بتقييم المعارف والمهارات، كما تسمح أيضا بتقييم المخزون والاستثمار في رأسمال البشري، إذ أن لهذا المؤشر تأثير مباشر على ثورة التكنولوجيا والمعرفة من حيث زيادة نسبة المتخصصين في مجالات المعرفة المختلفة وبالتالي زيادة الإنتاجية. (بوقندور، 2018، صفحة 23)

ت. مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: تعد تكنولوجيا المعلومات بأدواتها المتطورة ذات أهمية بالغة، حيث أن هذا المفهوم شمل جميع المجالات، وأصبح لا يستغنى عنه في حياة الإنسان عامة والمؤسسة بصفة خاصة، لأن معظم المؤسسات تلجأ إلى استثمار أموالها في تكنولوجيا المعلومات بهدف توفير معلومات ذات نوعية عالية؛ الدقة، السرعة؛ الملائمة، الشمولية والموثوقية التي تدعم اتخاذ القرارات بشكل عقلائي. وتتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من عنصرين رئيسيين هما الحاسوب وهو عنصر رئيسي ومحوري، والبرمجيات والتي تعد من المكونات غير الملموسة التي تساهم في تشغيل الحاسوب. (الشمري و الحدراوي، 2011، صفحة 25)

إن هدف هذه المؤشرات مساعدة الدول بصفة عامة والمؤسسات بصفة خاصة، على تحديد الفرص والتحديات في عملية التحول إلى اقتصاد المعرفة لتصبح أكثر تنافسية، والقيام بالتحسين من النمو والرفاه، كما تساهم في قياس القدرة على إنتاج وتبني ونشر المعرفة.

المبحث الثاني: الإطار النظري لليقظة الإستراتيجية

تعيش اليوم المؤسسات تغيرات وتحولات سريعة، حيث أصبح من الضروري إنشاء نظام معلوماتي متمثل في اليقظة الإستراتيجية، هذه الأخيرة تختص بالتسيير الأمثل، من أجل توجيه عمليات اتخاذ القرار ووضع استراتيجيات تمكن المؤسسات من التكيف بشكل أفضل مع التغيرات والابتكار في سياق متغير بسرعة، مع تحقيق تفوق تنافسي وتجنب المفاجآت غير المرغوب فيها.

المطلب الأول: نشأة ومفهوم اليقظة الإستراتيجية

إن اليقظة الإستراتيجية هي عبارة عن نهج تحليلي يهدف إلى التنبؤ بالتحديات والفرص المستقبلية من خلال جمع البيانات، المعلومات وتحليلها، حيث يتضمن هذا المنهج مراقبة البيئة المحيطة والاتجاهات الصاعدة، كما أنها تشير إلى الاهتمام والوعي بالأحداث الجارية والتجارب الداخلية والخارجية، بالإضافة إلى التدقيق المستمر في التوقعات والرغبة في الابتكار.

أولاً: نشأة اليقظة الإستراتيجية

اليقظة نشاط إنساني قديم، والمؤسسة منذ نشأتها كانت بحاجة دائمة للاستعلام ومراقبة بيئتها لاسيما وضعها التنافسي ومعرفة اتجاهات أسواقها، وقد كان المصطلح في منتصف القرن التاسع عشر وفي الولايات المتحدة الأمريكية نهاية الخمسينات، إلا أنه لم يظهر في فرنسا إلا في نهاية الثمانينات، وتطور مفهوم اليقظة من خلال إسهامات العديد من المختصين في مجال إدارة الأعمال من أجل تطوير طريقة تعامل المؤسسة مع محيطها.

في سنة 1967 في كتاب عنوانه Scanning the business environment للباحث المتخصص في التسيير Aguilar، تكلم على ما تقوم به المؤسسة أثناء عمليات رقابة المحيط، وهي البحث عن المعلومات في وسط الأحداث، حيث يقوم بعمل جهاز الرادار للرصد والمراقبة الدائمة، ودعا إلى ضرورة وضع نظام لمسح المحيط.

في سنة 1975 اعتبر الباحث Ansoff، المختص في الإستراتيجية والتسويق أن الصيرورة المنفتحة على ما يجري خارج المؤسسة، تدور حول استغلال نوع خاص من المعلومات يسمى الإشارات الضعيفة، وهي معلومات تسمح باستباق حدث ما قبل حدوثه.(بوزاهر، 2022، صفحة 4)

في سنة 1980 أطلق الباحث الاقتصادي Porter المختص في تنافسية المؤسسات، على مضمون اليقظة نظام الذكاء التنافسي واضعا بذلك عمليات المسح، الكشف والرصد، ضمن سياق البحث عن أي معلومة أو إشارة، لاستغلالها في تحقيق السبق التنافسي وأطلق عليها تسمية إشارات السوق التي يمكن للمؤسسات المتنافسة استخدامها كسلاح استراتيجي للتأثير على قواعد المنافسة، حيث تدار على أساسها المعركة بين المؤسسات.

أما في سنة 1984 أطلق عليها العالم Ansoff تسمية رادار المراقبة لرصد الإشارات الضعيفة في جميع جوانب المحيط لتفادي ما يسمى بالمفاجآت الإستراتيجية، فكانت بمثابة رادار للمؤسسة للدلالة على الإشارات الضعيفة.

في سنة 1986 أنشأت فرنسا ما يسمى بالجمعية المهنية لليقظة الإستراتيجية، في هذه الفترة لقي مصطلح اليقظة الإستراتيجية رواجاً وانتشاراً كبيرين في مجالات الإدارة الإستراتيجية الحديثة التي تقام حولها الدراسات وتقدم في مضمونها البحوث. (HERMEL، 2007، صفحة 74)

الجدول 1-1: يمثل مراحل تطور اليقظة الإستراتيجية

السنة	الطريقة	الهدف
1967	رادار للرصد والمراقبة الدائمة	وضع نظام لمراقبة محيط المؤسسة عن طريق البحث عن المعلومات
1975	عن طريق الإشارات الضعيفة	استباق الأحداث قبل حدوثها
1980	بالاعتماد على إشارات السوق	تحقيق السبق التنافسي
1984	إنشاء رادار للمؤسسة للدلالة على الإشارات الضعيفة	تفادي المفاجآت الإستراتيجية
1986	إقامة بعض البحوث والدراسات	إنشاء جمعية مهنية لليقظة الإستراتيجية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نشأة اليقظة الإستراتيجية

ثانياً: تعريف اليقظة الإستراتيجية

قبل التطرق لتعريف اليقظة الإستراتيجية يجب أولاً تعريف اليقظة، ومن ثم اليقظة الإستراتيجية، فقد ظهر مصطلح اليقظة في بداية الثمانينات في فرنسا، وتم استعماله في عملية الرقابة بالرادار لحماية منطقة ما، إذ يوجد نوعين من الرادار: الأول يشعر الأشخاص المسؤولين عن وجود أي خطر يدهمهم بصفة مستمرة وسمي برادار اليقظة، أما الثاني فهو رادار المتابعة، فإذا أطلق الأول إنذاراً

يأتي دور الثاني بتتبع مصدر الإنذار من أجل الإلمام بالمعلومات الخاصة بالإنذار.(بشريف و عكروت، 2023، صفحة 32)، فاليقظة هي ذلك النشاط الذي يمكننا من البقاء على علم بكل المستجدات في القطاع العام الذي نشغله، وتعتبر أيضا هي الوظيفة التي ترتبط بتسيير موارد المعلومات لتجعل المؤسسة أكثر ذكاء وتنافسية،(ولد عابد و علواطي، 2017، صفحة 4).

من خلال ما سبق فإن اليقظة تعني الوعي وأن تكون جميع الحواس منفتحة على العالم، فهي عبارة عن عملية مراقبة واستطلاع لما يحدث في المحيط المتعلق بالمؤسسة، يقوم اليقظ بالانتباه والتفطن لكل ما يحيط به وأخذ الحيطة والحذر، ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة لتلك التغيرات قبل وقوعها.

1. تعريف اليقظة الإستراتيجية: تعرف اليقظة الإستراتيجية على أنها: "ذلك الإجراء الجماعي المستمر من خلال مجموعة أفراد تتولى جمع واستعمال المعلومات بشكل تطوعي وانسيابي بما يتماشى والتغيرات المحتمل حدوثها في البيئة الخارجية وهذا من أجل خلق فرص أعمال والتخفيف من مخاطر عدم اليقين". (رحماني، 2021، صفحة 5)، وقد ركز هذا التعريف على الخلية التي تتولى جمع المعلومات بالإضافة إلى مختلف التغيرات التي قد تحصل في البيئة لمحاولة تفاديها قبل وقوعها. وحسب (سعد الدين و مخوخ، 2023، صفحة 190): "المراقبة الشاملة والذكية لبيئة المؤسسة لجمع المعلومات الأساسية التي يركز عليها مستقبل المؤسسة"، وتعتبر أيضا اليقظة الإستراتيجية "نشاط متواصل ومكرر يهدف إلى المراقبة الدائمة للبيئة لتوقع التطورات.(حليبي و دروازي، 2017، صفحة 64)

من خلال ما سبق فإن اليقظة الإستراتيجية هي عبارة عن نشاط مستمر يسعى لمعرفة بيئة الأعمال المحيطة بالمؤسسة، لرصد المعلومات واستباق التغيرات بطريقة ذكية، ومحاولة تزويد متخذي وصناع القرار بالمعلومات اللازمة والضرورية، من أجل اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب. حيث ونظرا لأهميتها الكبيرة في إحداث فرق معتبر داخل المؤسسة، يتم التركيز وتسليط الضوء أكثر عليها في كل خطوة نحو تحقيق هدف المؤسسة.

ثالثا: خصائص اليقظة الإستراتيجية: تتميز اليقظة الإستراتيجية بعدد من الخصائص والميزات نوجزها فيما يلي:

1. الإستراتيجية: حيث تساعد على اتخاذ القرار وعليه 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 واستمرارية المؤسسة.(نبوية و اوبختي، 2019، صفحة 102)
2. الذكاء الجماعي: يعني وجود مجموعة من الأفراد تقوم بملاحظة العلامات أو الإشارات في المحيط من أجل مقارنتها لإعطائها معنى معيناً، والذي يمثل هدف العمل الجماعي حيث يكون بمقتضاه أعضاء المجموعة أو الفريق في اتصال وتفاعل كل الأشكال الملائمة مع عدم تجاوز واحترام القواعد السلوكية لعمل المجموعة أو الفريق.(سعد الدين، 2023، صفحة 28)
3. التوقع المسبق: يؤكد تعريف اليقظة عملية التوقع وكشف التغيرات، والتي يمكن أن تحدث في محيط المؤسسة والتي تتعلق هذه الأخيرة بالمستقبل، حيث أن معلومات اليقظة ذات ميزة تنبؤية من حيث تقديمها للتوضيحات تعتبر كإضاءة عن المستقبل وليس من المهم أن تعبر عن الماضي.(رملي، 2014، صفحة 257)
4. الإبداع: تتضمن اليقظة الإستراتيجية تفسير المعلومة المستقصي عنها، والتي لا تصف أياً من الأحداث والأعمال المنفذة سابقاً، وتسمح بصياغة الفرضيات وإنشاء رؤية مستقبلية.(بوراي و ميلودي، 2017، صفحة 715)
5. التطوعية: لا يمكن أن تكون اليقظة عملاً محدوداً بالمتابعة والمراقبة البسيطة للمحيط كونها هدفاً إبداعياً، فهي على العكس تعتبر تطوعية من خلال اللجوء إلى واجهة المعلومات المتوقعة مع الانتباه الحاد وبتنشيط كل الحواس، وفي هذا الصدد فإن كلمة يقظة لا تؤدي الغرض المطلوب إلا أنها تبقى الأكثر دلالة. ومن الممكن مقارنة اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة برادار السفينة لأنه يهدف إلى توقع الأحداث قبل أن تصبح متأخرة ليكون قادراً على التصرف.(عبايدية و عمران، 2017، صفحة 298)

المطلب الثاني: أهمية وأهداف اليقظة الإستراتيجية

تعتبر اليقظة الإستراتيجية من الأساليب الجديدة في علم الإدارة الحديث، حيث أنها تساهم في تحقيق النجاح، لما لها من أهمية في إتباع وترصد كل المعلومات المفيدة، فهي حاسة البصر والسمع للمؤسسة، ورادار للمراقبة في كل الأوقات وفي كافة الاتجاهات.

أولاً: أهمية اليقظة الإستراتيجية

تسمح اليقظة الإستراتيجية بربط المؤسسة بمحيطها، من خلال تزويدها بالمعلومات التي تؤهلها لمواجهة المنافسة بشكل أفضل، كما تساعد على توقع التقلبات والتغيرات قبل حدوثها، الأمر الذي يمنح المؤسسة خاصية الأسبقية، سواء في اقتناص الفرص أو في تجنب التهديدات؛ (ولد عابد، 2023، صفحة 286)

كما تعمل بسرعة كبيرة في توفير المعلومات في الوقت المناسب، مع القيام بعملية مسح لجميع أجزاء البيئة، مما يسهل على المؤسسة معرفة كافة التغيرات التي تحدث على مستواها، ومنه كشف أي علامات إنذار مبكر أو إشارات ضعيفة، إذ تمكن أهمية اليقظة الإستراتيجية في توفير، تجهيز ونشر المعلومات التي توجه للقرارات الإستراتيجية، (علوط و السيد، 2018، صفحة 198)، فالمؤسسة التي تميل إلى الابتكار سواء في منتجاتها أو خدماتها، وتسعى لمواجهة المنافسة بسرعة يمكنها الاستفادة من اليقظة الإستراتيجية، أو على الأغلب هي مؤسسة تمارس اليقظة الإستراتيجية بدون وعي نظراً لحدثة المفهوم، على غرار ذلك فإن أهمية اليقظة الإستراتيجية تتضح أيضاً من جانب استدامة وأمن المؤسسة في وجه المنافسة الشرسة. (حميدي و بلعيد، 2021، صفحة 206).

ومن بين أهم الفوائد التي تحققها اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة ما يلي: (بوقلقول، 2014، صفحة 102)

1. دعم التخطيط: تساهم اليقظة الإستراتيجية في دعم سيرورة التخطيط سواء كان ذلك على المدى القصير، المتوسط أو الطويل بحيث تساعد في تشكيل الاستراتيجيات وتقييم الأهداف التي تم التوصل إليها.
2. دعم الاستجابة: اليقظة الإستراتيجية هي عبارة عن نظام ينمي الاستجابة الفعالة للتغيرات والتطورات الحاصلة في البيئة المحيطة والتي تساهم في ضمان السير الحسن للمؤسسة.
3. دعم الإبداع والابتكار: تعمل اليقظة الإستراتيجية على دعم كل من الإبداع والابتكار في المؤسسة من خلال مقارنة وضعيتها الحالية مع نظيراتها من المؤسسات المنافسة الأخرى، الأمر الذي يساهم في تقديم منتجات ذات قيمة أعلى مع خلق ميزة تنافسية أكثر لها.

4. حل المشاكل وتدعيم القرارات: تعتمد اليقظة الإستراتيجية في هذه النقطة على تقليل منطقة عدم اليقين المرتبطة بالقرارات المهمة غير المتكررة الصادرة من البيئة المحيطة ومحاولة فهم المشاكل وحلها.

5. تدعيم التوقع واستباق الأحداث: هنا تقوم خلية المؤسسة الخاصة باليقظة الإستراتيجية بتوسيع قدراتها من أجل اقتناص المعلومات وتوقع حدوثها، ومحاولة اكتشاف الفرص المتاحة لإيجاد الحلول التي تسمح بتجاوز تلك التغيرات المفاجئة، وبالتالي يتم تجاوز التهديدات والأخطار المحتملة.

من خلال ما سبق نلاحظ أن أهمية اليقظة الإستراتيجية تكمن بالدرجة الأولى في دعم التخطيط الذي يؤدي بدوره إلى تفعيل الاستجابة داخل المؤسسة، مما يؤدي إلى رفع القيمة وخلق الميزة التنافسية، وأيضا تفادي منطقة عدم اليقين، واكتشاف الفرص المتاحة التي تسمح بتجاوز التغيرات الطارئة والمفاجئة.

ثانيا: أهداف اليقظة الإستراتيجية

إن اختيار وتحليل المعلومات المناسبة يعتبر كهدف من أهداف اليقظة الإستراتيجية، وبإمكانها أيضا التحكم في المعلومة الإستراتيجية، بالطريقة التي تسمح لليقظة أن يرفع من قدرة المؤسسة، حيث تتمثل أهداف اليقظة الإستراتيجية فيما يلي:(غانم، 2022، صفحة 102)

- تقديم صورة واضحة عن مختلف الأعمال والأساليب التنافسية، التي يقوم بها المنافسين والتنبؤ بكل الأمور المستقبلية؛
- التأكيد على التوجه نحو القيام بعمليات التوجه الاستراتيجي، الذي يعتبر سبيل التفوق على المنافسين؛
- مساعدة المؤسسة على متابعة التغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية لمعرفة التهديدات والفرص الموجودة؛
- تحديد أفضل الممارسات التي يمكن من خلالها تحقيق الميزة التنافسية.

كما يمكن إضافة الأهداف التالية:(HERMEL، 2010، صفحة 122)

- اتخاذ القرار ببصيرة ودراية كاملة، مع القيام بردود أفعال تتناسب مع وضعية المؤسسة؛

- مراقبة البيئة الإستراتيجية للمؤسسة؛
- الكشف عن المعلومات المتعلقة بالتغيرات (إشارات ضعيفة)، التي يمكن أن تحدث هناك في أقرب وقت ممكن؛
- تحليل وتصفية المعلومات التي قد تؤثر على تنفيذ إستراتيجية المؤسسة؛
- ضمان النشر الواسع للمعلومة للأشخاص المعنيين.

المطلب الثالث: أنواع ومراحل اليقظة الإستراتيجية

اليقظة الإستراتيجية عملية مستمرة لجمع وتحليل المعلومة بصورة استباقية، ذات أهمية في اتخاذ القرار وتحقيق الميزة التنافسية. ولها عدة أنواع منها: التنافسية، التكنولوجية، التجارية والبيئية، حيث تمر اليقظة الإستراتيجية بثلاث مراحل متمثلة في: الجمع، التحليل، التركيب ومن ثم النشر واتخاذ القرار.

أولاً: أنواع اليقظة الإستراتيجية

اليقظة الإستراتيجية تشمل العديد من الأنواع منها اليقظة التكنولوجية، التنافسية، التجارية والبيئية. وليس من الضروري على المؤسسة أن تعتمد كل هذه الأنواع، يكفي أن تكون تشمل نوعاً واحداً فقط يتم تحديده على حسب وضعيتها، من بين هذه الأنواع نذكر ما يلي:

1. اليقظة التنافسية: تعرف اليقظة التنافسية بأنها: "النشاط الذي من خلاله تتعرف المؤسسة

على منافسيها الحاليين والمحتملين وهي تهتم أيضاً بالمحيط الذي تتواجد فيه المؤسسات المنافسة وهذا من خلال حجم المعلومات المحصل عليها من نقاط القوة ونقاط الضعف، ثم تحليلها واستخراج النتائج وتطبيقها في اتخاذ القرار". (حليمة و بن خليفة، 2022)

يتعلق أمر اليقظة التنافسية بالبحث، المعالجة ونشر معلومات متعلقة بمنافسي المؤسسة، كما يتعلق أيضاً الأمر بمراقبة وترصد المنافسين المباشرين وغير المباشرين، الحاليين والمحتملين، فتحليل المنافسين يشكل خطوة هامة في عملية تحليل البيئة التنافسية للمؤسسة من خلال فحص وفهم سلوك المنافسين وتوقع أعمالهم المستقبلية وتحديد القوى التي تحدد توجهاتهم، كما يسمح للمؤسسة بالكشف عن نقاط القوة التي تشكل فرصة للمؤسسة إذا أحسنت استغلالها. (سحمدي و بلعشي، 2022، صفحة 297)، ولا يتوقف عمل اليقظة التنافسية في هذه النقطة فقط بل يتعدى ذلك لاستشراف التغيرات

والسلوكيات المتوقعة للمنافسين، وتعتبر الإشارات الضعيفة أهم المعلومات الإستراتيجية التي تستهدفها كونها تلعب دورا هاما في تحديد الفرص الممكنة والمخاطر المحتملة، كما تقوم اليقظة التنافسية على التتبع المستمر لتغيرات السوق وليس فقط المنافسين، ويساعد هذا النوع من اليقظة على وضع الاستراتيجيات الأكثر فعالية لمواجهة التغيرات في العناصر المشار إليها ومواجهة المنافسين حسب درجة الخطورة والتهديد المحتمل. (قرون، 2021، صفحة 75)

2. اليقظة التكنولوجية: هي عملية متابعة رقابة تطور التكنولوجيا من خلال دراسة براءات الاختراع، الملكية الصناعية والفكرية، هذه اليقظة تهتم أيضا بمشكلة تقليد المنتجات بالإضافة إلى الملاحظة المستمرة للبيئة التكنولوجية والعلمية. (بتغ و فراحتية، 2021، صفحة 336)، كما أنها عبارة عن نشاط يتم من خلاله البحث عن المعلومات ذات العلاقة بتنافسية المؤسسة، نشرها، معالجتها وكذا رصد المنافسين (المباشرين، غير المباشرين، الحاليين والمتوقعين)، مراقبة سياساتهم، استراتيجياتهم، منتجاتهم وخدماتهم الجديدة، بالإضافة إلى أنها تسمح بضبط حالات عمل المؤسسة لوضع استراتيجيات عمل أكثر فعالية. (جيلالي، بن كعكع، و قورين، 2021، صفحة 98)

تتكون اليقظة التكنولوجية من يقظة صناعية وعلمية، حيث تهتم بمراقبة التطورات التقنية والعلمية وجودة الإنتاج ونتائج البحوث والابتكارات، كما تعرف أيضا على أنها عملية أو مجموعة من العمليات تسمح من خلال طريقة واضحة للبحث العلمي بتحسين التقنيات الأساسية وتطبيق المعارف العلمية من أجل تطوير الإنتاج الصناعي، فهي مجموع المعارف التقنية والعلمية التي يجب أن نتحكم فيها من أجل تشكيل الأهداف. فالتكنولوجيات تتطور وفق العلوم والتقنيات، وهي تعتبر أيضا فن لاستغلال الحرف والمهن استغلالا عقليا عن طريق الدراسة العلمية. (لمروس، 2019، صفحة 69)، حيث أن المؤسسة تركز هذا النوع من اليقظة بشكل رئيسي لتطوير التقنيات والابتكارات التكنولوجية (المنتجات والخدمات)، والتغيرات في عمليات الإنتاج، وتطوير مواد جديدة، وتهتم اليقظة التكنولوجية أيضا برصد التكنولوجيا وتحليل البيئية العلمية، التقنية، التكنولوجية، الآثار الاقتصادية الحالية والمستقبلية، بغية استخلاص التهديدات والفرص من أجل التنمية. (قاسمي و جعلاب، 2022، صفحة 281)

3. اليقظة التجارية: هي دراسة تطورات السوق كسلوك المستهلكين والمنافسين بحيث يقوم اليقظ هنا بالمراقبة والتنبؤ لسلوك المستهلكين وتطور رغباتهم وكذا تطورات السوق والطلب بشكل خاص وكذا الموزعين، المنافسين، وكل ما يهم المؤسسة وتجارتها. كما أنها تهتم بالموردين والزبائن

حيث يعبر عنهم بأنهم: "آذان و عيون المؤسسة نظرا لاتصالاتهم المباشرة مع الزبائن والموزعين وكذا المنافسين". (قرون و غضبان، 2020، صفحة 313)، بالإضافة إلى اهتمامها بدراسة العلاقة بينهم ومحاولة التعرف على المهارات الجديدة التي تظهر في السوق ومعدل نموه، فاليقظة التجارية تخص النظام التسويقي، أي تهتم بالعلاقات التجارية وبالطرق والكيفيات التسويقية الحديثة، كما أنها تهتم بالمعطيات المؤثرة على سلوك المستهلكين. (بوسالم و فراح، 2017، صفحة 107)

4. اليقظة البيئية: يختص هذا النوع من اليقظة بما تبقى من عناصر في بيئة المؤسسة، وهي تهتم بالجوانب المختلفة للبيئة الخارجية العامة للمؤسسة وهي العوامل الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، السياسية، الجيوسياسية والدولية للمؤسسة، وهناك من الباحثين والمهتمين في المجال من يطلق عليها اسم اليقظة المجتمعية. (قادري، 2019، صفحة 46) نذكر منها ما يلي:

1.4 اليقظة التشريعية: وتهتم بمتابعة القوانين والتشريعات خارج المؤسسة والتي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة مع المؤسسة وسوقها.

2.4 اليقظة السياسية: تهتم بمتابعة وتحليل كل التغيرات والأحداث السياسية.

3.4 اليقظة الاجتماعية: وتتمثل في تحديد وملاحظة كل الظواهر الاجتماعية مثل الصراعات الاجتماعية، التعارضات الدينية والعرفية، سوء التفاهم بين الأجيال.

4.4 اليقظة الايكولوجية: تتمثل في رصد البيئة البيولوجية من تغيرات في الطقس، الكوارث الطبيعية. (بلبصير و بن بريكة، 2018، صفحة 333)

من خلال ما سبق فإن اليقظة البيئية عملية مهمة وصعبة، خاصة وأنها تتعلق بجانب واسع من البيئة المتبقية، ولتطبيقها تحتاج المؤسسة إلى جمع، تحليل، ومعالجة المعلومات المتعلقة بالبيئة بعناية كبيرة، من أجل مساعدة متخذي القرار في اتخاذ القرار الصحيح، من خلال المعلومة الأساسية المتحصل عليها من عملية اليقظة.

ثانيا: مراحل اليقظة الإستراتيجية: تمر عملية اليقظة الإستراتيجية بثلاث مراحل يمكن إيجازها فيما يلي:

1. الجمع: تتمثل هذه المرحلة في المعرفة الجيدة لبيئة العمل، وتبدأ هذه المرحلة من تحديد المستهدف والذي سيتم تركيز كل مجهودات اليقظة عليه، فهناك عدة أسئلة أساسية يتم طرحها وهي مهمة جدا في عملية جمع المعلومات: من نراقب؟ لمن نراقب؟ أين توجد المعلومة؟ ثم تتبعها

عملية الجرد لكل المعلومات الموجودة في المؤسسة وتنتهي بوضع خطة عمل أي تحديد مصادر المعلومات. (زاوش، بن السعدي، و جساس، 2017، صفحة 5)

2. التحليل والتركيب: بعد مرحلة جمع المعلومات، يتكون رصيد خام، تأتي المرحلة الثانية المتمثلة في تحليل، تفسير وتركيب جميع المعلومات المجمعة، هذه المرحلة صعبة نوعاً ما حيث يتم فيها ترجمة المعلومات وتقديمها على شكل تقارير أو جداول أو أشكال بيانية. وتهدف هذه المرحلة إلى فرز وترتيب المعلومات حيث يتم الاحتفاظ فقط بالمعلومات الملائمة والصحيحة، أي تلك المعلومات التي تعطي قيمة ومصداقية أكبر لعملية اتخاذ القرار. (بوزوالغ، واضح، و بوزوالغ، 2021، صفحة 513)

3. النشر واتخاذ القرار: عند الانتهاء من عملية التحليل والتركيب نتحصل على معلومات معالجة ولا تكون لهذه الأخيرة أي قيمة إذا تم احتجازها ولم يتم تبليغها للشخص المناسب لاتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب. (مسعي، بن خليفة، و بقاط، 2022، صفحة 1072)

إن مراحل اليقظة الإستراتيجية السابقة تحتاج إلى مهارة عالية، فهي متكاملة مع بعضها البعض، فلا تتم مرحلة الجمع بدون التحليل والتركيب، حيث أن هذه الأخيرة تساعد على تفكيك البيانات وإعادة صياغتها في شكل معلومات يستفيد منها متخذ القرار في الوقت المناسب للمؤسسة، ومن ثم محاولة مراجعة الآثار الناتجة عن القرار المتخذ.

المبحث الثالث: مقاربات اليقظة الإستراتيجية- مفاهيم ذات الصلة-

يتعلق مصطلح اليقظة الإستراتيجية بالعديد من المفاهيم التي تربطها صلة مباشرة به، من بين هذه المفاهيم، الذكاء الاقتصادي، الاقتصاد الاستراتيجي والميزة التنافسية.

المطلب الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي وأبعاده

إن بدايات الذكاء الاقتصادي كان في الدول الأنجلوسكسونية واليابان، وامتد ذلك إلى الدول الأوروبية، ولفهم هذا المصطلح أكثر سيتم التطرق إلى بعض التعاريف الخاصة به، خصائصه ومختلف أهدافه، أهميته وأبعاده.

أولاً: تعريف الذكاء الاقتصادي: قبل التطرق إلى الذكاء الاقتصادي، يجب أولاً تعريف الذكاء، فهو يعرف على أنه: "مجموعة من القدرات الإدراكية المعرفية التي تسمح لنا باكتساب المعرفة والتعلم وحل المشكلات". (ذبيحي و ستر الرحمان، 2016، صفحة 143)، ويعرف الذكاء على أنه: "القدرة على استنباط

العلاقات الأساسية وبالتالي فهو يستعمل القدرة على الربط بين الخبرة السابقة والمشكلة الحالية، كما يشمل التصرف ببعد النظر لأنه يتضمن استنباط العلاقة بينالآن والمشكلة المستقبلية". (عبواج و عمراني، 2020، صفحة 11)

من خلال ما سبق فإن الذكاء يعتمد على القدرات العقلية التي تمكن الأفراد من التأقلم بشكل أفضل مع المحيط، ومحاولة الربط بين كل من الخبرة السابقة والمشكلة الحالية ومن ثم إيجاد الطريقة المناسبة لتخطي المشكلة المطروحة.

أما الذكاء الاقتصادي فقد تم تعريفه على أنه:"القابلية لفهم العلاقات المتبادلة للحقائق المعروضة بطريقة ترشد العمل نحو الهدف المرغوب، فهو ليس فقط مصطلح تكنولوجي كمخزن البيانات أو تحليلات الأعمال، بل هو في حقيقته يخص فهم الأوجه المختلفة في المؤسسة، حيث يساهم في قيادتها نحو أهداف محددة مثل زيادة الحصة السوقية وتحسين رضا العملاء". (قاشي و راقع، 2015، صفحة 146) وبالتالي فالذكاء الاقتصادي يقصد به من خلال هذا التعريف أنه ليس مجرد طريقة لتحقيق الهدف المنشود، بل هو مصطلح يحاول فهم محيط المؤسسة ومن ثم تحقيق الهدف الذي تسعى إليه.

كما يعرف على أنه: "مجموع الأعمال المرتبطة بالبحث، المعالجة والنشر، بغرض الاستغلال الأمثل للمعلومة المفيدة للأعوان الاقتصاديين. هذه الأعمال المختلفة تنجز في إطار قانوني مع كل الضمانات للحماية اللازمة للحفاظ على أملاك المؤسسة". (بن سعودي و مخلوفي، 2018، صفحة 3)

من خلال التعاريف السابقة نجد أن الذكاء الاقتصادي هو من بين أهم وأحدث الأنظمة التي تضمن للمؤسسات الحفاظ على مكانتها في ظل المنافسة الموجودة، فهو عبارة عن مجموعة من الوسائل التي يتم استخدامها من أجل التحسين المستمر وتطوير المؤسسة، وبالتالي فالذكاء الاقتصادي هو محاولة الاستغلال الأمثل للمعلومة من خلال عمليات الجمع البحث والنشر.

ثانياً: خصائص الذكاء الاقتصادي: من بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي ما يلي:(تقرارات، بصري، و ابركان، 2018، صفحة 107)

- الاستخدام الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومات ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات؛
- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين؛
- وجود علاقات قوية بين المؤسسات والجامعات والإدارات المركزية والمحلية؛

- تشكيل جماعات الضغط والتأثير؛
- إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية والجيوسياسية؛
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

ثالثا: أهداف الذكاء الاقتصادي: للذكاء الاقتصادي العديد من الأهداف، نوجزها فيما يلي: (FENNI، 2020، صفحة 412)

- توقع تطورات السوق ومحاولة التكيف معها، من أجل الحد من احتمالات التعرض لحالات عدم الاستقرار بسبب التغيرات في بيئة المؤسسة؛
- التعرف على الآخرين من خلال الحصول على معلومات قبلية حول كل من المنافسين والموردين؛
- تطوير مختلف استراتيجيات المؤسسة من خلال الوعي بالمخاطر والتهديدات الناتجة عن الانفتاح العالمي والمنافسة الدولية.

رابعا: أهمية الذكاء الاقتصادي

في بيئة الأعمال التنافسية المتغيرة باستمرار يجب على المؤسسة أن تكون على علم بكافة مستجدات بيئتها الخارجية، حيث تمثل كل معلومة فرصة يمكن لها أن تستغلها لصالحها وتعزز من مكانتها وحصتها في السوق، وإما أن تكون تهديدا لها أو معوقا يشكل لها خسارة ونقصا في حصتها في السوق وأرباحها، الأمر الذي يتطلب إما تكيفا مع هذا التهديد ومحاولة التقليل منه وإما أن تتجنبه إذا كان بإمكانها. ومن هنا تظهر أهمية دراسة البيئة الخارجية وضرورة إيجاد نظام يحاكي هذا التغير المستمر في البيئة ولا يمكن ذلك إلا إذا توفرت الرغبة والقدرة لانتهاج نظام الذكاء الاقتصادي بكافة مكوناته وأدواته ليوفر للمؤسسة ما يمكنها من الاستغلال الأمثل لمواردها، حيث يعمل هذا الأخير على معرفة توجهات المنافسين ومحاولة التنبؤ بتصرفاتهم، مع التعرف على القدرات الذاتية للمؤسسة. (رحموني و برامقي، 2018، صفحة 6)

خامسا: أبعاد الذكاء الاقتصادي: يشمل الذكاء الاقتصادي كلا من:(رقامي، 2015، صفحة 185)

1. اليقظة: تهدف اليقظة إلى رصد البيئة التنافسية، والكشف عن الإشارات الضعيفة المحددة للاتجاهات الناشئة، حيث تحث على الاستخدام الواسع للتكنولوجيات الجديدة للمعلومات من خلال شبكة الانترنت؛
2. الأمن: يضمن الحماية المادية للمعلومات والتراث المعنوي للمؤسسة وعلى وجه التحديد مختلف التهديدات ونقاط الضعف، مع تحسيس الموظفين بالإجراءات الوقائية المنسجمة مع إستراتيجية المؤسسة، حيث يحدد أيضا مختلف المخاطر التي تواجه أنظمة المعلومات وحمايتها وفقا لذلك؛
3. التأثير: يشمل معظم تصرفات التواصل في المؤسسة، الدعاية وكسب التأييد، ويتضمن كذلك تعزيز الصورة والتحضير لعمليات التسويق وطرح منتجات جديدة.

من خلال ما سبق فإن الذكاء الاقتصادي يعتمد على ثلاثة أبعاد أو بطريقة أخرى فهي ركائز ودعائم له، كما يمكن إضافة بعد آخر وهو التنافسية والتي تشمل عمليات البحث والتطوير، حيث تسمح للمؤسسات الاقتصادية باغتنام الفرص المتواجدة في السوق.

سادسا: علاقة اليقظة الإستراتيجية بالذكاء الاقتصادي

تختلف اليقظة الإستراتيجية عن الذكاء الاقتصادي في كونها لا تغير، ولا تعدل البيئة التي تمارس فيها نشاطها، فدورها يتجلى في الكشف والتحري عن التغيرات والمستجدات للتنبؤ، واتخاذ القرارات، كما أن عملية مراقبتها للبيئة تتكون من عدة مراحل دورية مرتبطة بدورة حياة المعلومة، بينما الذكاء الاقتصادي يسعى لتمكين المؤسسة من التموقع في بيئتها القريبة، ومواجهة المنافسة.(مصباح و بوخمخم، 2019، صفحة 28)

المطلب الثاني: ماهية الذكاء الاستراتيجي وأهم خصائصه

يعد الذكاء من بين النعم التي منحها الله عز وجل للإنسان، فهو أداة هامة تساعد في توفير المعلومات، ومن بين أنواعه الذكاء الاستراتيجي والذي يعتبر حديث الظهور وهو عامل مهم من بين عوامل نجاح المؤسسات، وسيتم التطرق في هذا المطلب إلى تعريف الذكاء الاستراتيجي، خصائصه، أهدافه وأهميته ومختلف عناصره والصعوبات التي تتم مواجهتها عند امتلاك هذا النوع من الذكاء.

أولاً: تعريف الذكاء الاستراتيجي

عرف الذكاء الاستراتيجي على أنه:"العملية أو الأداة التي من خلالها يتم جمع المعلومات لإفادة صناع القرار بالمعرفة التي تدعمهم في صناعتهم لتلك القرارات، وتمكنهم من الاستجابة للبيئة التي فيها المؤسسة، ثم تحليل تلك المعلومات لتعجيل قدراتهم في التنبؤ والتخطيط المستقبلي، والتكيف مع التغيرات البيئية، وذلك في إطار تسلسلي متعاقب يهدف إلى المسار الفكري إزاء ما يحدث الآن وما سيحدث مستقبلاً".(معمرى و علالى، 2021، صفحة 709) كما يعرف أيضا على أنه: "ذلك الذكاء القائم على رؤية واضحة ومحددة حيث أن وضوح الأهداف والمعايير المراد تحقيقها أمر هام وأن هذه الأهداف والغايات تحتاج إلى مشاركة الجميع من خلال استعمال هذا النوع من الذكاء". (كنوش، 2015، صفحة 92)

وبالتالي فإن الذكاء الاستراتيجي هو ذكاء يتمتع به القادة أصحاب النظرة البعيدة والرؤية المستقبلية، من خلال الاعتماد على نظام معلومات ذكي يجمع لهم كل المعلومات حول البيئة المحيطة ومن ثم استعمال الذكاء والخروج بحلول واقعية تتمتع بمستوى عال من الذكاء ومن ثم بلورتها في صناعة القرارات اللازمة.

ثانياً: خصائص الذكاء الاستراتيجي

تم وضع العديد من خصائص الذكاء الاستراتيجي والتي ينبغي أن يمتلكها القادة والعاملون في المؤسسة، ومنها ما يلي: (حليمة علي و اتحاد محمد، 2021، صفحة 6)

- التفكير الاستراتيجي، والقدرة على وضع الخطط والاستراتيجيات؛
- القدرة على تنفيذ الاستراتيجيات في ظل التغيرات التي تحدث في البيئة المحيطة بمؤسساتهم؛
- إيجاد شراكات تفاعلية مع قادة وعاملين آخرين ومؤسسات أخرى؛
- القدرة على تحفيز من هم مسؤولون عنهم، وإلهامهم بالمزيد من الإبداع؛
- التصرف بحكمة وتفكير لإدارة الصراعات المؤسسية بثقة وسيطرة عاليتين، وتوظيف الذكاء الاستراتيجي في هذا المجال بالاعتماد على العقل والفكر والمعرفة.

ثالثاً: أهداف الذكاء الاستراتيجي: تبرز أهداف الذكاء الاستراتيجي في:(سحمدي و مزيان، 2023، صفحة

(143

- التمكين لضمان النجاح الاستراتيجي؛

- بناء المركز الاستراتيجي لمنظمات الأعمال خاصة القيادية منها؛
- تعزيز القدرات الإستراتيجية وهندسة بناء علاقتها الإستراتيجية مع الزبائن والموردين؛
- تعزيز الثقافة التنافسية في المؤسسة عن طريق زيادة الوعي بالمنافسة؛
- التنبؤ بالمستقبل وتعزيز قدرات المؤسسة لمواجهة التهديدات واتخاذ القرارات الأكثر فعالية؛
- تمكين المؤسسات من الاستجابة لتغيرات البيئة الحالية والمستقبلية والتخطيط والتنبؤ بالنتائج بالشكل الذي ينعكس إيجابا على سمعتها وموقعها.

رابعاً: أهمية الذكاء الاستراتيجي

يعد الذكاء الاستراتيجي شرطاً أساسياً في عملية التغيير للمؤسسة، وله دور كبير في مراقبة ومعرفة التغيرات التي قد تطرأ في البيئة المحيطة بالمؤسسة ومعرفة الفرص والتهديدات، بالإضافة إلى دوره في تعزيز الصفات القيادية لدى الإداريين في المؤسسة مما يساهم في الارتقاء بمستوى عملها وزيادة قدرتها على مواجهة التحديات، وللذكاء الاستراتيجي دور فعال في تأهيل المؤسسة لتكون قادرة على الإبداع والابتكار وصياغة استراتيجيات التغيير، وبالتالي اتخاذ القرارات الفعالة مما يحقق وضع تنافسي متفوق مقارنة بالمؤسسات المنافسة. (المومني و المومني، 2023، صفحة 151)

بالإضافة إلى أن أهمية الذكاء الاستراتيجي تكمن أيضاً في: (زواو و بن سالم، 2023، صفحة 312)

- تحقيق وضمان النجاح والتفوق الاستراتيجي؛
- تعزيز القدرات الإستراتيجية للمؤسسة، وهندسة بناء علاقاتها مع الزبائن والموردين في ضوء قراءة السيناريوهات ممكنة الحدوث؛
- التفكير الاستراتيجي وما يرتبط به من ذاكرة، ومهارات تمثيلية وهيكلية واستجابات مؤثرة في محفظة الخيارات الإستراتيجية التي تنظم القيمة المعرفية وعوائدها؛
- التحليل الاستراتيجي للمنافسين، حيث يمكن من معرفة أهدافهم المستقبلية وتفسير استراتيجياتهم الحالية، والوعي بإمكانياتهم وتحديد نوع استجاباتهم.

خامساً: عناصر الذكاء الاستراتيجي

يعتبر الذكاء الاستراتيجي نظاماً يتكون من عدة عناصر تشجع القائل لفهم وتشكيل المستقبل، وتبرز عناصر الذكاء الاستراتيجي فيما يلي:

1. الاستشراف: وهو القدرة على توقع تيارات التغيير التي يمكن إن توفر الفرص أو تهدد المؤسسة، وذلك من خلال فحص بيئة الأعمال وتفسير الاتجاهات الاجتماعية والديموغرافية، لأنه يمكن التنبؤ بالمستقبل بدرجة عالية من التأكد، ولكن يمكن إدراكه بالاعتماد على متغيرات الوقت الحالي ووضع خطط طارئة للتكيف معه.(سعودي و دهان، 2020، صفحة 598)
2. الرؤية: تعرف بأنها مسار المؤسسة المستقبلي، والذي يبين الوجهة التي ترغب المؤسسة في الوصول إليها، والتخطيط لتنمية الإمكانيات والقدرات التي تملكها. وعند صياغة الرؤية الإستراتيجية يتطلب الأمر امتلاك القدرة على استشراف المستقبل، وتهيئة الظروف للرؤية المستقبلية التي تعبر عن التطلعات المستقبلية والمدروسة جيدا للقيادات وتحدد طبيعة الأعمال المستقبلية، والهدف الذي تريد أن تحققه المؤسسة.(الصعوب و الكساسبة، 2021، صفحة 997)
3. الشراكة: مصطلح الشراكة يستخدم للدلالة على معنى التحالف أي التعاون.ويطلق هذا اللفظ على مجموعة من المؤسسات التي تربطها علاقة أعمال مستمرة وطويلة المدى، وهي عكس عملية التعاون والتبادل للمعلومات فيما بينها لبناء إستراتيجية أعمال ناجحة، من أجل الاتجاه إلى زيادة معدل النمو الاقتصادي. كما تركز على الاستغلال الذي لكامل طاقات المتعاملين، حيث إن هذه الشراكات الإستراتيجية تمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها الإستراتيجية، بفضل القائد الذي الذي يعمل على إقامة التحالفات الإستراتيجية.(الطاهر أحمد و موسى محمد، 2020، صفحة 35)
4. الدافعية: تشير الدافعية إلى عملية التأثير في السلوك من حيث التوجيه، الاستمرارية، وقوة التوجه. والدافعية هي حاجة أو رغبة تفعل فعلها في تنشيط السلوك والتوجيه نحو هدف معين. وتمثل الدافعية أداة فعالة في تعزيز الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة من خلال تأثيرها في توجهات الأفراد العاملين ويعبر عن دافعية العاملين بأنها رغبة الفرد في إظهار المجهود اللازم لتحقيق الأهداف التنظيمية.(سحمدي و مزيان، 2023، صفحة 144)
5. تفكير النظم: يجسد التفكير بمنطق النظم القدرة على توليف أو دمج العناصر المختلفة بغرض تحليلها وفهم الكيفية التي تتفاعل بموجها، لتشكل نظاما أو صورة واضحة بشأن الأشياء التي يتم التعامل معها. كما أن التفكير بالنظم يمثل القدرة على تركيب وتكامل العناصر المتنوعة لفهم كيفية تفاعلها مع بعضها، للوصول إلى الهدف المنشود للمؤسسة، حيث يتم دراسة الأجزاء من حيث علاقتها بالكل وتقييمها من حيث نجاحها في خدمة أهداف المؤسسة. (عثمان و سعيد، 2021، صفحة 402)

سادسا: صعوبات الذكاء الاستراتيجي

توجد عدة أسباب جعلت امتلاك الذكاء الاستراتيجي واستخدامه بكفاءة وفعالية من الأمور الصعبة، ومن بين هذه الصعوبات ما يلي:(مقراش، 2015، صفحة 44)

- كثرة تدفق المعلومات الخاصة بمحيط المؤسسة، والذي يحتوي على درجة عالية من تعقيد هياكله، بالإضافة إلى عدم استقراره؛
- تعقد عملية الاتصال التي يحتاجها الذكاء الاستراتيجي، فزيادة حجم المعلومات أدى إلى تعقيد شبكات الاتصال، مما نتج عنه التأخير في وصول المعلومات لمتخذي القرار في الوقت المحدد؛
- من الصعب على المؤسسة القيام بالتحديد المسبق أو التنبؤ بنمو وتطوير البيئة، مما يزيد من صعوبة الحصول على كل المعلومات المتعلقة بالتغيرات الناتجة عن هذا النمو في الوقت المناسب؛
- تعقد البيئة وسرعة تغيرها يستوجب عدم الاعتماد على إستراتيجية واحدة وعدم الاستجابة للمتغيرات البيئية بنفس الأسلوب، وهذا ما يزيد من تعقيد استخدام الذكاء الاستراتيجي؛
- التحكم في التغيرات البيئية يتطلب استراتيجيات تسرع استجابة المؤسسة، وكذلك تسمح لها بفهم التحولات الواقعة على نطاق واسع وبطريقة أكثر عمقا، وهذا يحتاج إلى طرق مناسبة لرصد وتفسير وفهم كل التأثيرات الناتجة عن التغيرات، مما يشجع استخدام أساليب ومصادر معلومات متعددة وهذا سيؤدي إلى زيادة تعقيد الذكاء الاستراتيجي.

المطلب الثالث: الميزة التنافسية

إن التحولات السريعة والعميقة الناتجة عن العولمة، أدت إلى وجود عدة أوجه للمنافسة في المؤسسات، فمن جهة نجدها في مواجهة مباشرة مع مؤسسات مماثلة لها من نفس حجمها، ومن جهة أخرى فهي تمارس نشاطها في محيط تشغله العديد من المؤسسات الكبرى ذات الإمكانيات الهائلة، فوجب على المؤسسة توخي الحذر دائما ومحاولة خلق ميزة تنافسية في ظل المنافسة الموجودة. أولا: مفهوم الميزة التنافسية: توجد عدة تعاريف للميزة التنافسية نذكر منها مايلي:

فقد عرفها Porter: "على أنها تنشأ بمجرد وصول المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة وأكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، أي بمجرد إحداث عملية الابتكار، حيث يكون بإمكانها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، حيث نجد أن المزايا التنافسية تكون عند المؤسسات التي تخلق قيمة متفوقة من خلال تخفيض التكلفة أو تمييز المنتج". (شني و بن لخضر، 2017، صفحة 112). ومن

تعريف حيث ومن خلال ما عرف Porter الميزة التنافسية من منظوره، فهي تلك الطرق الجديدة التي يتم اكتشافها ومن خلالها يتم إحداث عمليات الابتكار؛ وبالتالي خلق قيمة تجعل المؤسسة متفوقة على نظيراتها، أما حسب (مدوح، 2023، صفحة 552) فقد تم تعريف الميزة التنافسية على أنها: "تنشأ أساساً من القيمة التي تستطيع مؤسسة ما أن تخلقها لزيائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع مساوية، أو بتقديم منافع متفردة في المنتج تعوض بشكل واسع، الزيادة السعرية المفروضة".

إن الميزة التنافسية هي عبارة عن مورد متميز، يمكن المؤسسة من اكتشاف طرق جديدة وحصريّة في كيفية تقديم السلعة أو الخدمة الخاصة بها. فيتتم بذلك خلق قيمة جديدة تجعلها متفوقة على نظيراتها، من خلال خلق أسعار أقل للزيائن بالنسبة للمنافسين مع الحفاظ على نفس المنفعة. كما أن الميزة التنافسية تنشأ من القيمة التي تستطيع المؤسسة خلقها، فهي تأخذ نمط الأسعار الأقل بالنسبة لأسعار المنافسين.

ثانياً: خصائص الميزة التنافسية: من أهم خصائص الميزة التنافسية ما يلي:(حسين معلا، 2022، صفحة 170)

1. دائمة: بمعنى أن تحقق للمؤسسة التميز والتقدم على المدى الطويل وليس على المدى القصير؛
2. متجددة: وفق متغيرات البيئة الخارجية من جهة وقدرات وموارد المؤسسة الداخلية من جهة أخرى؛
3. مرنة: أي يمكن إحلال ميزات تنافسية أخرى بسهولة وفق اعتبارات التغيرات التي تحصل في البيئة الخارجية من جهة أو تطور موارد وقدرات المؤسسة من جهة أخرى؛
4. أن تتناسب الميزة التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها في المدى القصير والبعيد؛
5. تعتبر الميزة التنافسية كعامل محفز للمؤسسة.

يمكن إضافة خصائص أخرى للميزة التنافسية والمتمثلة في:(داسي، 2012، صفحة 168)

1. تشتق من رغبات وحاجات الزبائن؛
2. تقدم المساهمة الأهم في نجاح الأعمال؛
3. الملائمة بين موارد المؤسسة والفرص في البيئة المحيطة؛
4. صعوبة التقليد من قبل المنافسين؛

5. بداية للتحسينات القادمة؛

6. القيام بالتوجيه والتحفيز لكافة المؤسسة.

ثالثا: أهمية وأهداف الميزة التنافسية

لمعرفة أهمية الميزة التنافسية في المؤسسة ومختلف الأهداف التي تحاول المؤسسة تحقيقها من اكتسابها وسندستعرض ذلك في هذا الجزء

1. أهمية الميزة التنافسية: تتجسد أهمية الميزة التنافسية في المؤسسة فيما يلي:(عساف،

2022، صفحة 105)

- تعطي للمؤسسة تفوقا وأفضلية على المنافسين، وبالتالي تتيح لها تحقيق نتائج أداء عالية؛
- تساهم في التأثير الإيجابي في مدركات العملاء، وباقي المتعاملين مع المؤسسة وتحفيزهم لاستمرار وتطويل التعامل؛
- تعطي الميزة التنافسية حركة وديناميكية للعمليات الداخلية للمؤسسة، كونها مستندة على موارد المؤسسة وقدراتها وجدراتها؛
- كون الميزة التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد فإن هذا الأمر يتيح للمؤسسة متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد.

2. أهداف اكتساب المؤسسة للميزة التنافسية: من أبرز النتائج التي تحققها المؤسسة من

امتلاكها للميزة التنافسية ما يلي:(بوريش، 2022، صفحة 28)

- إقناع الزبائن بالمنتجات المتميزة التي تقدمها على غرار ما تقدمه المؤسسات المنافسة؛
- خلق فرص تسويقية جديدة؛
- دخول مجال تنافسي جديد وبالتالي التعرف على سوق جديدة فيها نوعية جديدة من الزبائن أو نوعية جديدة من السلع والخدمات؛
- تمكين المؤسسة من الحصول على حصة سوقية أفضل، وبالتالي زيادة عوائد جديدة من خلال النجاح الذي سينعكس عليها،
- تكوين رؤية مستقبلية جديدة للأهداف التي تريد المؤسسة الوصول إليها؛
- خلق قيمة مضافة للزبائن، وبالتالي الحصول على رضاهم؛
- تضمن الميزة التنافسية للمؤسسة البقاء في السوق.

رابعاً: استراتيجيات الميزة التنافسية: يمكن التمييز بين الأنواع الآتية من الاستراتيجيات المتعلقة بالميزة التنافسية.

1. إستراتيجية التكلفة الأقل: يمكن مؤسسة ما أن تحوز ميزة التكلفة الأقل إذا كانت تكاليفها المرتبطة بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيرتها لدى مختلف المنافسين. ولتتمكن المؤسسة من بناء ميزة مبنية على التكلفة يجب عليها مراقبة كافة عملياتها ومحاولة التقليل من التكاليف المرتبطة بها، إذ أن التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين يكسب المؤسسة ميزة التكلفة الأقل. وهو ما يتطلب منها نظام إدارة الجودة الشاملة ومراقبة كل مراحل الإنتاج والعمل على ترشيدها، بالإضافة إلى استخدام التكنولوجيا التي تقلل نسبياً من التكلفة، إلى غيرها من العوامل التي تساعد على اكتساب ميزة التكلفة الأقل. (العيداني، 2018، صفحة 68)

2. إستراتيجية التمييز: معناها قدرة المؤسسة على تقديم منتج متميز وفريد له قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك (جودة أعلى، خصائص خاصة للمنتج، خدمات ما بعد البيع) لذا يصبح من الضروري فهم المصادر المحتملة لتمييز المنتج من خلال أنشطة حلقة القيمة وتوظيف قدرات وكفاءات المؤسسة لتحقيق جوانب التمييز. (يوسف و دلهوم، 2019، صفحة 159)

3. إستراتيجية التركيز: تسعى المؤسسة من خلال هذه الإستراتيجية الدخول إلى السوق في حدود ضيقة من خلال التركيز على نوع خاص من المنتجات أو جزء خاص من السوق جغرافياً، بحيث يهدف إلى تقديم خدمة أحسن لهم من المنافسين، فتستند قيمتها على الاعتقاد بأن المؤسسة التي تركز جهودها تكون أكثر قدرة على خدمة هدف استراتيجي معين بكفاءة أكبر من منافسيها، كما أن هذه الإستراتيجية تتطلب المفاضلة بين عنصري الربحية والحصة السوقية الإجمالية، إذ يجب أن يتوفر في قطاعات السوق إما عملاء لهم احتياجات غير عادية، أو يستخدمون المنتج بطرائق مختلفة. (قوفي، 2023، صفحة 239)

خامساً: علاقة اليقظة الإستراتيجية بالميزة التنافسية

إن اليقظة الإستراتيجية تساهم إلى حد كبير في رفع تنافسية المؤسسات، وتختلف ممارستها باختلاف درجة المنافسة وحدتها، وحسب طبيعة نشاط المؤسسات، كما عززت هذه الأخيرة عملية اليقظة الإستراتيجية، وهذا تطلب منها تبني استراتيجيات جديدة تمكنها من تحقيق التميز بالاعتماد على النتائج المتحققة، حيث تمكن اليقظة الإستراتيجية المؤسسات من تفادي تهديدات المنافسين، وذلك

بتحذيرها من المخاطر البيئية المباشرة، وتبني استراتيجيات ملائمة للتصدي للمنافسين.(الصعوب و الكساسبية، 2021، صفحة 1002)

إن المؤسسة التي تعتمد نظام اليقظة الإستراتيجية بطريقة فعالة يمكنها ذلك من تدعيم الإبداع، ويوفر لها المعلومات اللازمة فبذلك تساهم في إنشاء أفكار وطرق إبداعية، وبالتالي كسب ميزة تنافسية تمكنها من البقاء لمدة أطول ومن التفوق على منافسيها.

خلاصة الفصل

جاء هذا الفصل للتعرف على مفهوم البيانات والمعلومات والمعرفة، مروراً إلى نظام المعلومات بأهدافه ووظائفه ومختلف أنواعه، ثم التعرض لاقتصاد المعرفة والذي يعتبر واحداً من أحدث الاقتصاديات العالمية الذي تعتمد عليه الدول للنهوض باقتصادها من خلال بعض المؤشرات يتم من خلالها معرفة إمكانية انضمام الدول ضمن هذا الاقتصاد. ثم التطرق إلى الإطار النظري لليقظة الإستراتيجية من نشأة ومفهوم وأهمية، إذ تعتبر هذه الأخيرة نشاطاً متكرراً ومتواصلاً يهدف إلى المراقبة الدائمة لمحيط المؤسسة، وصولاً إلى أهم أبعادها المتمثلة في اليقظة التنافسية، التسويقية، التكنولوجية والبيئية ومختلف مراحل اليقظة الإستراتيجية التي يتم الاعتماد عليها في اتخاذ القرار الصحيح. كما شمل هذا الفصل أيضاً بعض المقاربات ذات الصلة باليقظة الإستراتيجية، من الذكاء الاقتصادي والاستراتيجي إلى الميزة التنافسية والتي تنشأ بمجرد وصول المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة وأكثر فعالية مما يستخدمه المنافسون، كما يمكن التمييز بين عدة أنواع من الاستراتيجيات المتعلقة بالميزة التنافسية، منها التكلفة الأقل والتميز والتركيز.

الفصل الثاني

التحولات الاقتصادية الرقمية

شهدت البيئة الاقتصادية العالمية تغيرات كبيرة أدت إلى تسارع خطى التطور التكنولوجي، حيث أن التطور السريع الذي حدث في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والآليات الرقمية الجديدة، أدى إلى ظهور اقتصاد جديد؛ الاقتصاد الرقمي، فأصبح من الضروري تبني هذا النوع من الاقتصاد من قبل الدول بشكل عام والمؤسسات بشكل خاص نظرا لطابعه الديناميكي.

ولقد زاد في الآونة الأخيرة أيضا الاهتمام أكثر بموضوع التحول الرقمي، نظرا لأهميته في هذا العصر، وخاصة في ظل الانتشار السريع للإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، بما يساهم في تحقيق الكفاءة والفعالية.

ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الاقتصاد الرقمي والتحولات الرقمية، تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث كالتالي:

المبحث الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي

المبحث الثاني: أساسيات ومتطلبات التحول الرقمي

المبحث الثالث: أدبيات العلاقة النظرية والتجريبية بين اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية

المبحث الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي

إن الاقتصاد الرقمي، يمثل تحولا جديدا في هيكل الاقتصاد العالمي، حيث يعكس التطور والتقدم السريع في مجال التكنولوجيا. فهو يتيح للمؤسسات استخدام الرقميات والتكنولوجيات الجديدة. ومن خلال هذا المبحث سيتم التطرق إلى مفهوم الاقتصاد الرقمي من تعاريف وخصائص، ومن ثم ذكر أهم المؤشرات والمتطلبات الخاصة بالاقتصاد الرقمي. وفي المطلب الأخير سيتم عرض أهم العوامل المساعدة على التوجه إلى هذا النوع من الاقتصاد.

المطلب الأول: مفهوم الاقتصاد الرقمي

من خلال هذا المطلب سيتم عرض نشأة، تعريف، خصائص، عناصر وركائز الاقتصاد الرقمي، مع ذكر أهم مزايا هذا الاقتصاد.

أولا: نشأة الاقتصاد الرقمي

جذور الاقتصاد الرقمي عميقة تعود إلى 1921 في الولايات المتحدة الأمريكية، عندما قدم العالم الاقتصادي فرانك نايت أول دراسة له عن اقتصاد المعلومات. وفي 1954 نشر الاقتصادي مارشال دراسة بعنوان نظرية اقتصادية للتنظيم والمعلومات، كما أن العالم ماكلوب تصدر الموقع الريادي بتحليله لاقتصاد نظام براءات الاختراع، التي وصفها بأنها جزء واحد فقط من الاستثمار في التعليم، البحث والتطوير التقني ثم جاءت دراسته الثانية صناعة وتوزيع المعرفة في الولايات المتحدة في 1958، لتنسف كل هياكل الاقتصاد التقليدي في الفضاء الرقمي، وتحقيق نبوءة العالم الاقتصادي ديريك برايس بأن المعلومات ستحل محل النقود في الاقتصاد الذي تغير شكله ونسيجه بتأثير التقنية. (شرقي، 2021، صفحة 56)

من جهة أخرى سمح ظهور الانترنت الذي تزامن معه ظهور الاقتصاد الرقمي، بخلق مصادر دخل مختلفة؛ حيث أصبحت المواقع الالكترونية تمثل مؤسسات قائمة بحد ذاتها، توفر خدمات متنوعة كتقديم دروس مسجلة وتكوينات عن بعد: تقديم الأخبار، الإعلانات والإشهار، وتتقاضى عليها مداخيل مادية، وبذلك سمحت بخلق نوع جديد من الوظائف والمهن وهي التي يقوم أصحابها أساسا بإنتاج وتجهيز المعلومات وتوزيعها وبثها وهو ما يطلق عليها بـ *internet workers*. وهي فئة تمارس نشاطها دون قيود

جغرافية أو زمانية ولم يعد العمل يقتصر على المكتب بل يمكن لأي شخص ممارسة نشاطه الربحي من منزله وفي أي وقت. (بخته، 2020، صفحة 146)

ثانيا: تعريف الاقتصاد الرقمي

يعرف الاقتصاد الرقمي بأنه: "ذلك النوع من الاقتصاد الذي يرتكز على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي تسهل عملية تدفق كل من المعلومات، السلع والخدمات وحركة رؤوس الأموال من وإلى أي نقطة في العالم، وفي أي وقت". (زيدان و دباش، 2022، صفحة 4)، وتم تعريفه أيضا على أنه: "الشبكة العالمية للأنشطة الاقتصادية والاجتماعية، والتي يتم تفعيلها بواسطة شبكات الانترنت، الهواتف، كما يتم تفعيلها أيضا من خلال الجهود المبذولة لتحقيق الكفاءة والإنتاجية في عمليات إنتاج، تخزين وإدارة المعارف". (زواتنية، 2022، صفحة 24)، وهناك تعريف آخر يعرفه على أنه: "يقصد به التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من جهة وبين الاقتصاد القومي والاقتصاد القطاعي والدولي من جهة أخرى، بدأ يحقق الشفافية والفورية والإتاحة لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما، وتلعب تكنولوجيا المعلومات دورا استراتيجيا في زيادة معدلات النمو الاقتصادي وإصلاح الآليات الاقتصادية، والتجارية والمالية". (بن عزة و تومي، 2023، صفحة 8)

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن الاقتصاد الرقمي، هو مفهوم يشير إلى تحول النشاط الاقتصادي والأعمال باستخدام التكنولوجيا الرقمية وتبني حلول رقمية لتحسين العمليات، وتعزيز التفاعل بين الأطراف المختلفة في الاقتصاد. حيث إن هذا الاقتصاد يتضمن مجموعة واسعة من النشاطات التي تستفيد من التكنولوجيا الرقمية، والتي تساهم في تسهيل عملية تدفق المعلومات بشكل أسرع عبر العالم، ويعتبر الاقتصاد الرقمي من بين الاقتصاديات التي تعمل على تفعيل الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية بواسطة شبكات الانترنت والهواتف.

ثالثا: خصائص الاقتصاد الرقمي: يتميز الاقتصاد الرقمي بالخصائص التالية: (بركان، 2023، صفحة 261)

- توفير المعلومات لأصحاب القرار؛
- مصدر قوة الاقتصاد الرقمي هي المعلومة؛

- الثقافة الرقمية للمجتمع ركيزة قوية في الاقتصاد الرقمي؛
 - شديد التأثير بالتغيرات التي تمس تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
 - يعتمد بشكل أساسي على الإنترنت.
- كما أن هناك خصائص أخرى للاقتصاد الرقمي متمثلة في: (مواسيم و بلغنو، 2023، صفحة 421)
- الاعتماد على المعرفة كعامل رئيسي للإنتاج بدلا من عناصر الإنتاج في الاقتصاد التقليدي؛
 - التركيز على الأصول المعنوية كالأفكار وبراءات الاختراع بدلا من الأصول المادية والمالية؛
 - الاستخدام الواسع لوسائل الاتصال الجديدة كالهواتف الذكية والإنترنت وكل ماله علاقة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال؛
 - التحول من الإطار المادي إلى الافتراضي كالصفقات الافتراضية والمجموعات الشبكية الافتراضية مما ساهم في تلاشي الحدود بين العالم الحقيقي والخيالي؛
 - تعاظم أهمية ودور الأسواق الإلكترونية حيث تتوفر على السرعة في تدفق المعلومات حول الأسعار، الأمر الذي أدى إلى الحد من كفاءة الأسواق الحالية.

ثالثا: عناصر الاقتصاد الرقمي

إن العناصر الأكثر تشكيلا للاقتصاد الرقمي هي التقنيات الرقمية وآليات التواصل التي تستخدم في دعم عمليات وأنشطة الأعمال الإلكترونية، وشبكات الاتصال الهاتفي السلكية واللاسلكية وخدمات الأقمار الصناعية، الكيانات البرمجية، وتشغل تلك الأجهزة والأنظمة أجهزة الحاسب الآلي المحمول وآليات تخزين المعلومات، ويتم تدفق هذه الأخيرة وتنفيذها عبر شبكات عديدة كالإنترنت التي تقتصر فقط على موظفي المؤسسة دون غيرهم، إلى جانبها توجد الأكسترنات وهي وسيلة للتبادل الإلكتروني للمعطيات الناتجة عن ربط شبكتي إنترنت. كما يعتمد الاقتصاد الرقمي على الإنترنت وهي شبكة عالمية تعمل على ربط الشبكات المنتشرة عبر العالم ببعضها البعض. (بلعدي، 2022، صفحة 582)

ويشمل الاقتصاد الرقمي أيضا مجموعة واسعة من العناصر التي تتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وفيما يلي أهمها: (السيد مصطفى، 2022، صفحة 1449)

- الأسس الرقمية: يهدف هذا البعد إلى الوصول بمستوى البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلى مواكبة التطور التكنولوجي المتسارع على مستوى العالم؛

- الابتكار الرقمي: يهدف هذا البعد إلى تمكين كافة الدول، من مواكبة التطور التكنولوجي المتسارع على المستوى الدولي وتوفير نظم التعليم والمهارات التي تساعد الطلاب على الابتكار المتواكب مع اتجاهات التكنولوجيا الحديثة؛
- المواطن الرقمي: ويهدف هذا البعد الاستراتيجي لتعظيم استفادة الأفراد من استخدام التكنولوجيا الرقمية وتوفير مستوى التعليم والمهارات المؤهلة لذلك ورفع جودة الحياة للمواطنين؛
- الأعمال الرقمية: ويهدف هذا البعد الاستراتيجي إلى تمكين المؤسسات من الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة والمشاركة الفعالة في الاقتصاد الرقمي وتوفير بيئة الأعمال الرقمية التي تتماشى مع التغيرات التكنولوجية؛
- الحكومات الإلكترونية: يهدف هذا البعد الاستراتيجي لتوفير حكومة رقمية تستهدف الاستثمار في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لصالح خدمة مواطنيها وتخفيض تكاليف التعامل ورفع جودة الحياة للمواطن وتحقيق الشفافية.

رابعاً: ركائز الاقتصاد الرقمي: يستند الاقتصاد الرقمي إلى العديد من الركائز والأساسيات منها ما يلي: (فوزي، 2017، صفحة 170)

- البنية التحتية والتجهيزات التقنية؛ إذ أن وجود بنية تحتية لتقنيات المعلومات والاتصالات تسمح بالانتقال إلى الاقتصاد العالمي، مثال ذلك شبكة الانترنت؛
- توفر البيئة القانونية المنظمة لتأمين المنافسة العادلة؛
- رأس المال الحقيقي والمتمثل في الموارد البشرية التي تعنى بقطاع التعليم والتدريب؛
- البحث والتطوير؛ حيث تولى الحكومات بالغ الأهمية للبحث والتطوير باعتباره أساس التطور التكنولوجي؛
- الملكية الفكرية؛ تعمل كحافز للمبتكرين للاستمرار في الابتكار وإنتاج أفكار جديدة، أي إعطاء الحقوق لمن بذل الجهد لابتكارها، وتتمثل هذه الحقوق في براءات الاختراع والعلامات التجارية وحقوق الطبع والنشر؛
- قدرة القطاع المالي على توفير وتطوير الاستثمارات ورؤوس الأموال، من أجل دعم ومساندة الأفكار الجديدة.

خامسا: مزايا الاقتصاد الرقمي: من بين إيجابيات الاقتصاد الرقمي ما يلي: (نعمه، 2015، صفحة 12)

- يتمتع الاقتصاد الرقمي بالديناميكية لمختلف الأنشطة الاقتصادية وعدم تقيده بالحدود الجغرافية، لأن التسويق يتم بشكل افتراضي، عبر شبكة الانترنت؛
- اعتماد الاقتصاد الرقمي على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- الاقتصاد الرقمي يلغي عامل الزمان والمكان، لأنه بالإمكان إنجاز الأعمال والخدمات بوقت قياسي خاصة مكاتب الحجز وأسواق المال والتسويق الإلكتروني؛
- اعتماد الاقتصاد الرقمي على البحث والتطوير من خلال تحفيز الجانب العلمي للأفراد وتوفير الأموال والمختبرات لدعم هذه المشاريع؛
- العمالة في الاقتصاد الرقمي تعتمد على التخصص الوظيفي؛ كما في الاقتصاد التقليدي لأن الاقتصاد الرقمي يهدف إلى تحقيق أعلى دخل للفرد، وليس الوصول إلى حالة التشغيل الكامل، وهذا من أجل تحقيق النمو الاقتصادي لاغير.

المطلب الثاني: مؤشرات ومتطلبات الاقتصاد الرقمي

يشمل هذا المطلب مختلف مؤشرات ومتطلبات الاقتصاد الرقمي، حيث أن مؤشراتته تختلف باختلاف الجانب أو الزاوية التي يتم فيه النظر إليه منها، وقد تشمل انتشار الإنترنت وتوفير الحواسيب، مع وجود جاهزية شبكية وأخرى تكنولوجية، في حين أن متطلبات الاقتصاد الرقمي تشمل التجارة الإلكترونية، الاستثمار والتسويق الإلكتروني.

أولا: مؤشرات الاقتصاد الرقمي

يمكن تقييم وقياس الاقتصاد الرقمي وتحليله باستخدام مؤشرات مختلفة تسلط الضوء على نموه، تنميته وتأثيره، ومن أهم هذه المؤشرات:

- انتشار الانترنت: تعتبر الانترنت شبكة تربط بين أجهزة الحاسوب في أماكن عديدة من العالم، أي أنها وسيلة اتصال بين الأشخاص حيث تتيح التفاعلية وتقوم بتقديم خدمة التراسل بينهم، وهي أيضا شبكة لنقل المعلومات وتبادلها بين المشتركين عن طريق عدة تطبيقات مثل: البريد الإلكتروني، النشر الإلكتروني وغيرها من الخدمات والتطبيقات. (ضيف و ذيب، 2018، صفحة

- المواطنة الرقمية: هي نمط حياة يحتاجه كل فرد لفهم التقنية الرقمية التي يتم استخدامها حاليا والإعداد لما قد يتم استخدامه مستقبلا. وتعني أيضا استخدام التقنية بشكل ملائم وهي ليست مجموعة من القواعد التي يجب إتباعها لكنها طريق لوجود أساس في المواطنة الرقمية للأفراد لتمييز الاستخدام الملائم وغير الملائم للتقنية. (عبادنة، 2023، صفحة 92)، كما يمكن تعريف المواطنة الرقمية أيضا على أساس أنها هي: "قدرة التحكم الفعال والإيجابي وبطريقة نقدية في التكنولوجيا الرقمية والمشاركة الاجتماعية النشطة، والمسؤولة على كل المستويات للتعلم في إطار احترام حقوق الإنسان والحرية البشرية". (نوح، 2022، صفحة 57)
- الحكومات الالكترونية: وهي قدرة القطاعات الحكومية على تبادل المعلومات وتقديم الخدمات فيما بينها وبين المواطن وبين قطاعات الأعمال بسرعة ودقة عالية، وبأقل تكلفة عبر شبكة الانترنت مع ضمان سرية وأمن المعلومات المتناقلة. وهناك من يرى أن الحكومات الالكترونية هي استخدام التكنولوجيا الحديثة من أجل تسيير العمل الإداري وتحسين فعاليته، أو تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تقديم الخدمات العامة من خلال وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت. (قوقة، 2016، صفحة 104)
- الأعمال الرقمية: هي تلك العملية التي يتم فيها تنفيذ الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات وإدارتها بواسطة تحويل المعطيات من خلال شبكة الانترنت، أو أية أنظمة تقنية شبيهة، يرتبط مفهوم الأعمال الرقمية بثلاثة أنواع من الأنشطة: الأول خدمات ربط أو دخول الإنترنت وما تتضمنه من خدمات ذات محتوى تقني، والثاني يتمثل في التسليم أو التزويد التقني للخدمات، أما الثالث فهو استعمال الإنترنت كوسيلة لتوزيع الخدمات والبضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية. (عرقوب، 2023، صفحة 74)
- الابتكار الرقمي: ويعني تخيل حلول جديدة، وكذا تعبئة الأدوات والممارسات الرقمية لتلبية الاحتياجات التي لا تلبها العروض المقدمة في السوق من طرف المؤسسات الأخرى سواء الخاصة أو العامة. وتتجلى أهمية الابتكار الرقمي في المؤسسة من أجل البقاء وزيادة التنافسية لأن عامل الابتكار هو المعيار الحاسم في تنافسية المؤسسات، أيضا يساهم الابتكار الرقمي في مواجهة التغيير المفاجئ لأنه هو الحل والمنقذ الوحيد للمؤسسة من عدم استقرار المحيط، وهو أيضا ردة فعل تقوم به المؤسسة لمواجهة الظواهر غير المحتملة. (دارم، حاج عيسى، و قاسمية، 2020، صفحة 13)

• المؤسسات الناشئة: هي مؤسسات شابة مبتكرة تعمل في مجال التكنولوجيا الحديثة، كما أنها تهدف إلى تقديم سلع وخدمات جديدة في ظروف عدم اليقين. ومن بين أهم خصائصها البحث الدائم عن الاستجابة والمرونة للتكيف باستمرار مع الاحتياجات المتغيرة. أما أهميتها فتكمن في توفير فرص عمل كبيرة للشباب في ظل انخفاض معدلات التوظيف، مع تنمية وتطوير قدرات الأفراد مع المساهمة في تطوير الاقتصاد المحلي والرفع من التنافسية. (بن عبد الرحمان، 2023، صفحة 614)

كما توجد مؤشرات أخرى للاقتصاد الرقمي متمثلة في:

1. الجاهزية الشبكية: يعد هذا المؤشر من بين أحد المؤشرات الرائدة في تطبيق وتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الاقتصاديات حول العالم. وقد عرف هذا المؤشر في الحقيقة العديد من التغيرات سواء من حيث ركائزه الرئيسية أو من حيث مكونات هذه الركائز. وفي أحدث إصدار لتقرير هذا المؤشر لسنة 2022 الذي يوضح الجاهزية الشبكية لـ 131 اقتصادا فقد اعتمد على أربع ركائز أساسية وهي: التكنولوجيا، الأفراد، الحوكمة والتأثير، وكل واحدة من هذه الركائز الأساسية تحتوي على ثلاث ركائز فرعية. حيث يتعلق البعد الأول لهذا المؤشر بالتكنولوجيا والذي يحتوي على ثلاث ركائز هي: إمكانية الولوج، المحتوى والتكنولوجيات المستقبلية. أما البعد الثاني لمؤشر الجاهزية الشبكية فيتعلق بالمواطنين والذي بدوره يتكون من الأفراد، قطاع الأعمال والحكومة. فيما يتعلق البعد الثالث للمؤشر بالحوكمة والذي ينقسم هو الآخر إلى ثلاثة فروع هي: الثقة، الجانب التنظيمي أو التشريع والشمولية. أما البعد الرابع للمؤشر والأخير فيتعلق بالتأثير الاقتصادي والاجتماعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لاسيما ما يتعلق بالمساواة بين الجنسين ونوعية التعليم، الصناعات ذات التكنولوجيا المتوسطة والمتقدمة والحالة الصحية المتوقعة عند الولادة. (مرزوق، 2023، صفحة 462)

إن استخدام المتغيرات والأبعاد العديدة لمؤشر الجاهزية الشبكية يدل على التنوع الكبير الموجود والتقييم الدقيق لبيئة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهو ما يساعد الدول في معرفة نقاط القوة والضعف في عملية تطوير الاقتصاد الرقمي. فكلما كانت هذه المؤشرات إيجابية كلما دل هذا على قدرة الدولة على تطوير اقتصادها الرقمي.

2. مؤشر الابتكار العالمي: إن أي حكومة أو مؤسسة أرادت أن تقيم مختلف أنشطتها عليها أن تقيسها، وهذا ما ينطبق على الأنشطة الابتكارية التي أصبحت من الضروريات والأولويات الواجب الاهتمام بها للدفع بعجلة النمو الاقتصادي، ويشارك في إعداد هذا المؤشر مؤسسات استشارية وتعليمية، ويتضمن توسعا كبيرا في المناخ المواكب والبيئة الحاضنة للابتكار يرغم الالتزام بتحديد مدخلات الابتكار ومخرجاته، كما هو الحال في الرؤى والتوجهات السابقة، وفي البنية التحتية التي يتعين توفرها لنجاح عملية الابتكار. فهذا المؤشر يرتكز أساسا على أن حدوث الابتكار يتطلب بالضرورة وجود مجتمع مبتكر. (سماعيل، محي الدين، و بوزكري، 2020، صفحة 644)، كما أن مؤشر الابتكار العالمي هو عبارة عن مرجع رائد لقياس الأداء الاقتصادي في مجال الابتكار، وقد أصبح هذا المؤشر أداة قياس يمكن صانعي السياسات والشخصيات الرائدة في مجال الأعمال والأطراف المعنية الأخرى من تقييم وقياس التقدم المحقق في مجال الابتكار سنويا. تتراوح قيمة هذا المؤشر من 0 إلى 100؛ إذ كلما اقتربت قيمة المؤشر من 100 زادت درجة الابتكار والعكس صحيح. ويعتمد هذا المؤشر على المحددات التالية. (السبتي، 2021، صفحة 219)

• مدخلات الابتكار: والتي تتمثل فيما يلي: (عمراني و قراري، 2023، صفحة 242)

- أ. المؤسسات: يتم تحليل احتمال وشدة المخاطر المتعلقة بالبيئة المحيطة بها والتي تؤثر على عملياتها التجارية؛
- ب. رأس المال البشري: يتناول هذا المؤشر كل من التعليم من ناحية الإنفاق وجودة التعليم، والبحث من خلال عدد الباحثين وحجم الإنفاق عليهم؛
- ت. البنية التحتية: يشمل هذا المؤشر المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات والذي يهدف إلى معرفة سرعة الوصول للمعلومة وكذا استخدامها سواء من طرف الحكومة أو المواطنين، أما مؤشر البنية التحتية العامة فيهتم بإنتاج الكهرباء واستخداماتها؛
- ث. تطور السوق: يحتوي على ثلاثة مؤشرات فرعية: الائتمان أو الديون والتي تعبر عن مدى سهولة الحصول على تطور السوق من قبل المبتكرين، أما فيما يخص الاستثمار فهو يقيس القيمة السوقية للأسهم وحجم صفقات رأس المال الاستثماري والمؤشر الثالث يقوم بدراسة وضعية التجارة وشدة المنافسة المحلية.

● مخرجات المعرفة والتكنولوجيا: يتم حسابها انطلاقاً من الإحصائيات المتعلقة ببراءات الاختراع وكذا المقالات العلمية والفنية، وقد جمعت في مؤشر فرعي واحد أطلق عليه اسم خلق المعرفة، يليه مؤشر تأثير المعرفة عن طريق معرفة الأعمال الجديدة. أما عن براءات الاختراع فهي حق امتياز خاص يمنح بشكل رسمي لمخترع في فترة زمنية محددة مقابل سماحه للعامّة بالاطلاع على الاختراع. وتعد براءات الاختراع حد المؤشرات المهمة المستخدمة لقياس كفاءة أنشطة البحث العلمي والتطوير والإنتاجية العلمية، فعدد براءات الاختراع يعد مؤشراً على الابتكار والتجديد ومدى التحكم في التكنولوجيا خلال فترة زمنية معينة؛

مخرجات إبداعية: تتكون من صادرات الخدمات السمعية البصرية، وكذا الأفلام الروائية الوطنية، النشر وصناعات الطباعة والصحف المطبوعة وأيضاً صادرات السلع الإبداعية.

من خلال ما سبق فإن مؤشر الابتكار العالمي يعتبر من بين أهم مؤشرات التحول نحو الاقتصاد الرقمي، كونه يبين مدى القدرة على خلق التميز في المعاملات والتطوير والتحسين، كما يساعد الدول في تحفيز الابتكار والتقدم التكنولوجي وأيضاً الانتقال من اقتصاد بدائي إلى اقتصاد رقمي مع تعزيز التنافسية، والتفاعل وتحقيق الريادة.

3. مؤشر الجاهزية التكنولوجية: يصدر هذا المؤشر عن منتدى الاقتصاد العالمي. ويحتوي على عدة مؤشرات فرعية تتعلق بمستوى تبني الدول المختلفة للتكنولوجيا والتي تقاس من خلال تقييم مدى تواجد أحدث التكنولوجيات العالمية بالدولة، وقدرة المؤسسات على استقطاب التكنولوجيا وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، ومستوى استخدام تكنولوجيا الاتصالات والانترنت في الدولة. (بن شوفي و محمول، 2023، صفحة 63)، وفيمايلي أهم مؤشرات الجاهزية التكنولوجية: (مراد، 2022، صفحة 614)

● استخدام الانترنت: إن من أهم الوسائل التكنولوجية التي تساهم في دعم الجاهزية التكنولوجية والالكترونية هي الانترنت، وهي تعتبر الشبكة عالمية التي تجلب المزيد من المستخدمين يوماً بعد يوم، حيث أن تقارير قياس التنمية الرقمية الصادرة عن الاتحاد وهي أداة قوية من أجل فهم أفضل لوسائل الجاهزية، بما في ذلك الفجوة الرقمية المتزايدة بين الجنسين، وذلك في وقت يستخدم فيه الانترنت أكثر من نصف سكان العالم.

● أجهزة الحاسوب: إن جاهزية أي دولة وتطويرها غير ممكن دون انتشار وسيلة تقنية جد مهمة، وهي أجهزة الحاسوب الشخصية. وإذا استغرق الحاسوب أكثر من 35 سنة منذ بداية استعماله ليتمكن من تحقيق أول مليار من عدد المستخدمين سنة 2008، فإن دراسة لمكتب الأمم المتحدة للتجارة والتنمية توقعت تحقيق المليار الثاني خلال فترة قصيرة تقدر بحوالي 6 سنوات المقبلة، ويمكن تفسير هذه الزيادة القوية بالانخفاض المستمر في أسعار أجهزة الحاسوب، مما يسمح بتعميم هذه التكنولوجيا خاصة في البلدان النامية، وبالتالي زيادة لتطوير جاهزيته وفرص النفاذ التجاري إلى الانترنت.

تساهم مؤشرات الجاهزية التكنولوجية في معرفة مدى استخدام الأفراد لها، إذ كلما كان توفرها أكثر كلما دل ذلك على أنهم مجتمع رقمي، يستخدم الحلول الرقمية المبتكرة لتسريع عمليات الأعمال وتحسين الكفاءة في استخدام الموارد، وهذا من بين أهم مؤشرات الاقتصاد الرقمي.

4. مؤشر التطور الرقمي: يتكون من المؤشرات التالية: (تنيو و دهان، 2019، صفحة 302)

- شروط العرض: أي البنية التحتية التي تسهل التفاعلات والمعاملات الرقمية، ويقيس هذا المحرك نوعية واستعداد البنية التحتية الرقمية والمادية؛
- شروط الطلب: أي معرفة قدرة المستهلكين على الاندماج في النظام الرقمي، من خلال تحديد مدى توفر الوسائل والأدوات اللازمة لدى المستهلكين للاندماج في الاقتصاد الرقمي، بالإضافة إلى قياس مدى استعدادهم للمشاركة بفعالية في الاقتصاد الرقمي؛
- البيئة المؤسسية: بالإضافة إلى الاستثمار المباشر في البنية التحتية ووضع القوانين واللوائح، تلعب الإجراءات والسياسات الحكومية دوراً أساسياً في دعم أو إعاقة توزيع التقنيات الرقمية؛
- الابتكار والتغيير: الابتكار هو المفتاح لإيجاد حلول جديدة للتحديات العالمية، الوطنية والمحلية، حيث يؤدي الابتكار وما ينتج عنه من تغيير إلى دفع حدود النظام الرقمي.

في الأخير فإن هذا المؤشر يحدد التقدم الذي تحرزه الدول في تطوير اقتصادها الرقمي، وابتكار العديد من التكنولوجيات التي تساعد في خلق التغيير.

ثانياً: متطلبات تطبيق الاقتصاد الرقمي

يشمل الاقتصاد الرقمي العديد من المؤسسات الإلكترونية التي تمثل تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وهذه المؤسسات تتشابك مع بعضها البعض من خلال شبكات المعلومات الداخلية والأخرى دولية، إذ تعتبر التجارة الإلكترونية، الاستثمار والتسويق الإلكتروني من بين أهم متطلبات تطبيق الاقتصاد الرقمي.

1. التجارة الإلكترونية: تعتبر التجارة الإلكترونية واحد من أهم الموضوعات التي يقوم عليها الاقتصاد الرقمي. وقد بدأ مصطلح التجارة الإلكترونية في الظهور بعد عام 1994، وارتبط هذا المصطلح وبشكل كامل مع اختراع شبكة الانترنت والتي غزت العالم واستطاعت ربط الدول بشكل لم يكن من الممكن تخيله سابقاً، فالتجارة هي عبارة عن نشاط اقتصادي يقوم به الإنسان في أي مكان من العالم بغرض تحقيق الربح من خلاله، أما الإلكترونية فهي صفة لكلمة التجارة، أي هي نوع من التوصيف طريقة ممارسة النشاط الاقتصادي، ويقصد به هنا أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائل والأساليب الإلكترونية. (بوراس، 2021، صفحة 23). كما تعرف التجارة الإلكترونية حسب منظمة التجارة العالمية على أنها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج، توزيع، تسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية، وتبرز أهميتها في أنها من أهم اختراعات العصر التي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها عن طريق الأساليب التقليدية، (ريم و بوجاني، 2021، صفحة 172). وفيما يخص فوائد التجارة الإلكترونية فتتمثل في: (لحول و نهار خالد، 2022، صفحة 595)

- التخفيض من تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية؛
- تساعد في إنشاء تجارات متخصصة جداً؛
- المساهمة في خفض كلفة الأيدي العاملة في المؤسسات، لأن حلول التجارة الإلكترونية في مكان التجارة التقليدية عمل على إلغاء مجموعة من الوظائف التي تحتاجها المؤسسات بشكل كبير؛
- مساعدة المؤسسات على إعادة هندسة عملياتها التجارية، فمن خلال هذا التغيير سيتم زيادة إنتاجية الباعة والموظفين بشكل كبير.

2. التسويق الإلكتروني: يوفر التسويق الإلكتروني للمستهلك المعلومات والخدمات التي تتيح له القدر المناسب من المعرفة، ويمكنه من اتخاذ القرار الصحيح، وهو أسلوب جديد يستعمل عن طريق الانترنت والأجهزة الرقمية، وهو يقدم أنواعاً مختلفة من الصفقات، إذ أن الزبائن قادرون

على التحدث مع بعضهم البعض، والعمل كقوة مبيعات موسعة، ويمكن أن تعمل هذه الاتصالات الجانبية أو الصفقة بين الزبائن وغير الزبائن كفرصة للمؤسسات لكي ترتفع بالمستوى المطلوب، فالتسويق الإلكتروني يتيح الآن للزبون والمؤسسة المال، الوقت والجهد. (بولصباغ، 2017، صفحة 13). فالتسويق الإلكتروني عملية إيجاد أسواق جديدة ويساعد على الاستجابة بسرعة للطلب ويوفر جميع المعلومات اللازمة لاحتياجات السوق والمعاملات التجارية، والأسعار أمام الأشخاص المسؤولين عن إدارة هذه المؤسسات كما أنه يؤثر على أداء المؤسسات من خلال التأثير على جميع الأعمال والأنشطة التي تقوم بها، ويعمل التسويق الإلكتروني أيضا على قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المشاركة في حركة التجارة العالمية. تتيح طريقة التسويق هذه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة دخول السوق العالمي من خلال مزايا توفير الوقت والمكان اللازمين لتنفيذ المعاملات التجارية، وكذا تقليل تكاليف التشغيل التسويقي والإعلاني مما يؤدي إلى زيادة أنشطتها وبالتالي تعزيز الاقتصاد الوطني. (ديدواي، 2022، صفحة 34)

3. الاستثمار الإلكتروني: شهدت مؤسسات الاستثمار الدولية مع بداية الثمانينات استخدام الحواسيب الإلكترونية كأداة لاتخاذ القرارات المالية والاستثمارية فيما يخص التمويل، الاستثمار والبحث عن الحلول المثالية والملائمة بين العائد والمخاطرة وبناء المحافظ الاستثمارية المالية. ومعتطور الشبكة العالمية "الانترنت" تطور الاستثمار الإلكتروني والذي مهد لظهور سماسرة الانترنت وأتاح الفرصة للحصول على مقدار هائل من المعلومات مما ساعد على الاستثمار دون الحاجة إلى الحصول على نصائح واستثمارات سماسرة الأسواق المالية. (كروش و دودان، 2018، صفحة 8)

المطلب الثالث: العوامل المساعدة على التوجه إلى الاقتصاد الرقمي

هناك العديد من العوامل التي تساعد في التوجه إلى الاقتصاد الرقمي ومن بينها:

أولا: تكنولوجيا المعلومات والاتصال: وهي مختلف الوسائل، الأدوات، التقنيات، أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري، الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع البيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة أو المطبوعة أو الرقمية، ثم تخزينها وبعد ذلك يتم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم بعد ذلك نشرها ونقلها من مكان لآخر ومبادلتها. وقد تكون تلك التقنيات يدوية، آلية، الكترونية أو كهربائية

وذلك حسب التطور التاريخي لتقنيات الاتصال والمجالات التي يشملها. (بوحديد، 2017، صفحة 146). إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في التنمية الاقتصادية بحيث أن الثورة الرقمية تؤدي إلى نشوء أشكال جديدة تماما من التفاعل الاجتماعي والاقتصادي وقيام مجتمعات جديدة. وعلى عكس الثورة الصناعية التي شهدتها القرن المنصرم، فإن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال من شأنها الانتشار بشكل سريع والتأثير في حيوية الجميع. وتتمحور تلك الثورة حول قوة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تسمح للناس بالوصول إلى المعلومات والمعرفة الموجودة في أي مكان بالعالم في نفس اللحظة تقريبا. (نبيح و غراز، 2022، صفحة 461)

ويمكن رصد أهم الخصائص التي تميز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما يلي: (يكوش، بناولة، و بوعبدلي، 2017، صفحة 21)

- الزيادة: تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بجلب طرق جديدة، بالإضافة إلى ما تملك من قبل؛
- السرعة: يتم تبادل المعلومة بسرعة فائقة في أجزاء من الثانية عبر أنحاء العالم؛
- الصغر: هذه الخاصية ضرورية جدا، إذ نجد أن تطور أجهزة الحواسيب الالكترونية أدى إلى تصغير حجمها منذ ظهورها إلى أن أصبحت محمولة في الجيب؛
- التكاليف: أصبح اقتناء واستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال سهلا جدا وهذا للانخفاض المستمر في تكلفتها؛
- تقليص المكان: أي أن كل الأماكن الالكترونية متجاورة؛
- تعدد القنوات: تستعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال ثلاث قنوات، منها قناة الكتابة، الصورة وقناة الصوت؛
- التفاعلية: تعني خلق تفاعل بين مختلف المشاركين في عملية الاتصال، فتكنولوجيا المعلومات والاتصال تجعل مستعمل المعلومة مرسلا ومستقبلا في نفس الوقت، وبالتالي تصبح عملية الاتصال عملية خطية ذات اتجاهين؛
- الالتزام: تعني بإمكان أكثر من شخص استعمال نفس المعلومة في وقت واحد.

ثانيا: مجتمع المعلومات: ظهر هذا المصطلح بعد الانتشار الكبير لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وتجلى هذا الانتشار من خلال تبني المجتمع لهذه التطبيقات، وذلك قياسا بزيادة نسبة

الانتشار والاستعمال في المجتمع. فأصبحت المعلومات محورا أساسيا للحياة معلنة بذلك دخول عصر المعلومات، كمرحلة جديدة من مراحل التطور الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع. (فاضل و رواسكي، 2017، صفحة 286). كما أن مجتمع المعلومات، يعمل معظم أفرادها في إنتاج المعلومات أو جمعها أو اختزانها أو معالجتها أو توزيعها، إذ يعتمد في تطوره بصفة رئيسية على المعلومات والحاسبات الآلية وشبكات الاتصال، أي أنه يعتمد على التكنولوجيا الفكرية التي تضم سلعاً وخدمات جديدة مع التزايد المستمر للقوة العاملة في مجال المعلوماتية، والتي تقوم بإنتاج وتجهيز، معالجة ونشر، توزيع وتسويق هذه السلع والخدمات. (طايب، 2020، صفحة 34)

من بين أهم خصائص مجتمع المعلومات نجد أن المؤسسات تعمل على استخدام المعلومات والانتفاع بها في زيادة كفاءتها، وفي تنمية التجديد والابتكار، وفي زيادة فعاليتها ووضعها التنافسي من خلال تحسين نوعية البضائع والخدمات التي تقدمها. وهناك اتجاه متزايد نحو إنشاء مؤسسات معلومات تضيف كميات كبيرة من القيمة ومن ثم تحسين الاقتصاد الكلي للدولة، ومعنى ذلك استخدام المعلومات كمورد أساسي استثماري، وذلك لأن المعلومات أصبحت تتخلل في كل الأنشطة والصناعات، فما هو متوفر من إمكانيات أو أشياء يمكن أن يصبح أكثر فائدة وأهمية عن طريق إضافة المعلومات إليه. وهذا يعني اندماج المعلومات في البنية الأساسية لمؤسسات الدولة والمجتمع، مما يساعد على رفع أداء وأسلوب عمل المؤسسة. (بن علي، 2015، صفحة 2)

ثالثاً: البحث والتطوير: هو ذلك النشاط المنتظم الخلاق الذي يتم من أجل زيادة الرصيد المتاح من المعرفة واستخدامها في ابتكارات وتطبيقات جديدة، حيث أصبح البحث والتطوير نشاطاً مهنياً له أهميته في مجال التقدم التكنولوجي والذي يمكن إخضاعه للتحليل الاقتصادي كغيره من الأنشطة، والمقصود بأنشطة البحث والتطوير كذلك النشاطات والفعاليات الخاصة بتراكم وتوسيع ونشر وتطبيق المعارف العلمية والتكنولوجية، وهذه النشاطات تشتمل على التعليم، التدريب العلمي والتكنولوجي، إضافة إلى الخدمات العلمية والتكنولوجية. (كبير و بن خليف، 2017، صفحة 155)

إن التحول نحو الاقتصاد الرقمي يقتضي رفع نسبة الإنفاق على مشاريع البحث والتطوير، وبالتالي يكتسي هذا النوع أهمية خاصة بالنسبة للمؤسسات والمشاريع الكبرى الصناعية منها بشكل خاص؛ فإذا كان نجاح المؤسسات وتفوقها ونمو الدول ورفقها قد ارتبط إلى وقت قريب بالإمكانيات المادية والثروات الطبيعية فإن تجارب راهنة تتعلق بدول حققت قفزات عملاقة في مجالي التصنيع والتنمية

الاقتصادية، وتحقيق إنجازات كبيرة وبلوغ مستويات ريادية، بينت أن كل ذلك تحقق بفضل اعتمادها على موارد ذات طبيعة غير مادية. ومن أهم ما يحققه البحث والتطوير: الابتكار، وهو الذي تحتل فيه الدول النامية مراكز متخلفة جدا. (بواشري و بوبعة، 2019، صفحة 490)، من ناحية أخرى فمفهوم البحث والتطوير تم طرحه كإستراتيجية، لذا فهناك عدة استراتيجيات تتبعها المؤسسات وهي تقوم على البحث والتطوير منها: (عقون، 2021، صفحة 6)

- إقامة مراكز مشتركة بين الجامعات والمؤسسات الصناعية؛
- تشكيل جماعات مستقلة لتمويل البحث العلمي في جماعات منتقاة؛
- إقامة مشاريع تابعة لمؤسسة واحدة؛
- اتصال بعض المؤسسات بهيئات التدريس من أجل الارتباط معهم بخبرات معينة.

وبشكل عام فإن استراتيجيات البحث والتطوير هي الأساس في نجاح اقتصاديات الدول المتقدمة وخصوصا في المجالات ذات التنافسية العالية، ومن خلال ما سبق يمكن التطرق إلى الفرق بين الاقتصاد الرقمي والالكتروني.

يقصد بالاقتصاد الالكتروني الاقتصاد المعتمد على الانترنت في أنشطته، تجارته، وأسواقه بصورة عامة، أما الاقتصاد الرقمي فهو أن تكون الأنشطة الاقتصادية وخاصة في مجال التبادل والخدمات عبر الانترنت، وأن تتحول السلع، الخدمات والمنتجات من الشكل المادي المحسوس إلى الشكل الرقمي، حيث يتيسر تخزينها وحينئذ يكون التبادل والتسويق في السوق الرقمي، وفي ذلك تيسير واختصار للوقت بشكل كبير. لكن ذلك يتطلب القيام بتطوير النظم الالكترونية، تجهزتها، وإيجاد العقول المبدعة والأيدي الماهرة التي تدير أدواتها وشبكاتها الالكترونية، وبرمجياتها. والفرق بين النوعين هو أن الاقتصاد الرقمي أخص، حيث يعتمد أيضا على التقنيات الخاصة بالبلوك تشين، وأما الاقتصاد الالكتروني فينحصر اعتماده على الانترنت بصورة عامة. (غراية، 2019، صفحة 268)

بالرغم من أهمية الاقتصاد الرقمي والدور الذي يلعبه إلا أن هناك مخاطر تواجهه؛ حيث يعد التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات في عصر العولمة من أهم التطورات العالمية المعاصرة، كما يتميز العصر الحالي بتعاظم أهمية المعلومات والمعرفة وتنامي استخدام شبكة الانترنت وقد شهد العقد الأخير من القرن العشرين تطورا كبيرا وسريعا للمواقع الالكترونية والتي تعرض العديد من الصفحات حول مواضيع مختلفة ومتباينة، ويصاحب هذا الكم الهائل من المعلومات غياب شبه كلي لضوابط الجودة

ومصادقية المصادر، مما يضع المستفيدين من هذه الشبكة أمام إشكالية حقيقة تتعلق بمسألة التمييز بين مختلف المعلومات المعروضة في هذه المواقع. هذا وتشكل قضايا أمن الانترنت أو أمن المعلومات التهديدات التي قد تواجهها، أحد أهم العوائق أمام اكتساب ثقة الناس ومشاركتهم في تقدم الانترنت وإجراء المعاملات المالية من خلالها، وبالتالي فإن مسألة الحفاظ على أمن الانترنت باعتماد وسائل أمنة وفعالة واقتصادية من أكثر المسائل التي تشكل حاليا تحديا لهذه التقنية. (سونة و بن فريحة، 2023، صفحة 60)

المبحث الثاني: أساسيات ومتطلبات التحول الرقمي

يعد منهج التحول الرقمي أحد المحاور المهمة لتحقيق أهداف الدول بشكل عام والمؤسسات بشكل خاص، فهو يقوم على استخدام التكنولوجيات المتقدمة في جميع جوانب الأعمال والمؤسسات، مع هدف تحسين الكفاءة والفعالية وإيجاد قيمة جديدة وتعزيز الابتكار. وفي هذا المبحث سيتم التطرق إلى تعريف التحول الرقمي، خصائصه، أهميته وأهدافه، مختلف دوافع التوجه إلى التحول الرقمي، خطواته ومتطلباته، وأخيرا الإيجابيات والسلبيات المترتبة عن التحول الرقمي.

المطلب الأول: أساسيات التحول الرقمي

في هذا المطلب سيتم التطرق إلى تعريف، خصائص، أهداف وأهمية التحول الرقمي ومختلف دوافع التوجه إلى التحول الرقمي.

أولا: تعريف التحول الرقمي

يتعلق مفهوم التحول الرقمي بتبني التغيير وتسريعه، وتوفير فرص الكفاءة والنمو، من خلال فهم الروابط بين التكنولوجيا والأفراد، فيمكن للأفكار الصغيرة أن تنمو بشكل كبير في فترة زمنية قصيرة جدا.

فمصطلح التحول الرقمي مفهوم حديث لأنه يحل تدريجيا محل مفهوم الرقمية، فهذه الأخيرة تعود إلى ظهور الانترنت، أيضا هذه الأخيرة هي التكنولوجيا الرئيسية للقرن الحادي والعشرين، وقد تطورت طبيعتها وهيكلها واستخدامها بمرور الوقت، ومفهوم الرقمية منذ فترة طويلة يرتبط أيضا بمصطلح الرقمنة، والذي يشير إلى أحدث الثورات التكنولوجية، وبالتالي فمصطلح التحول الرقمي يرتبط ارتباطا كاملا بحجم المؤسسة مع الأخذ بعين الاعتبار كل من الابتكارات التكنولوجية وكذلك الأبعاد الاستراتيجية والإنسانية. (يحياوي و قرابصي، 2019، صفحة 134)

قبل التطرق لتعريف التحول الرقمي، يتم تعريف التحول الرقمي كل على حدة؛ التحول: في اللغة يعني التنقل من موضع إلى موضع آخر، والانتقال من حال إلى حال، ونقطة التحول هي الحد الفاصل بين أمرين، حيث يكون الأمر الثاني منهما أحسن حالا من الأول، أما في الاصطلاح؛ يعني الانتقال من وضع فاسد شرعا إلى وضع صالح شرعا، وعليه فالتحول يقصد به التغيير والانتقال من وضع معين إلى وضع آخر، وهذا التغيير أو الانتقال يقتضي عادة أن يكون الوضع المتحول إليه أفضل حالا من الوضع المتحول عنه. (زرزار و غياد، 2017، صفحة 340) أما الرقمية: فتعني عملية تحويل مصادر المعلومات والوثائق المدونة على اختلاف أشكالها من الشكل الورقي إلى الشكل الآلي المكتوب بواسطة الحاسوب وفق النظام الرقمي الذي يخصه ويقدمه للقارئ أو الباحث الذي له حاجة به، وتعني أيضا تحويل البيانات المختلفة إلى شكل رقمي في مجال الحاسبات الآلية لمعالجتها حاسوبيا. (إبرير، 2023، صفحة 13)

ومنه فالتحول الرقمي يعرف على أنه: "ذلك التحول الذي يتطلب نموذج عمل وقدرات تقنية ورقمية يتم جمعها لابتكار منتجات رقمية وخدمات إبداعية مقارنة بالطرق التقليدية في تقديم الخدمات، وكذا تحسين الكفاءات التشغيلية وتخفيض التكلفة والاستحواذ على شريحة أكبر من العملاء والجمهور من أجل التفوق على المنافسين". (حمدي، 2023، صفحة 848). ويشير هذا التعريف إلى أن التحول الرقمي عملية تكامل القدرات التقنية والرقمية في شكل نموذج يتم خلقه من أجل تحسين الكفاءات، وتخفيض التكلفة وإضافة قيمة جديدة، ويتم تعريف التحول الرقمي أيضا على أساس أنه "إعادة تصميم الأعمال في نماذج عصرية توظف البيانات والتطبيقات والقدرات الرقمية بالشكل الأمثل، أو استخدام التقنية لتحويل العمليات التشغيلية من تقليدية إلى رقمية". (محمد فتحي، 2021، صفحة 12)، في حين أن هذا التعريف ركز على أن التحول الرقمي أحد النماذج التي تقوم بتوظيف البيانات والقدرات الرقمية، ومتابعة التطورات التكنولوجية التي تقوم باستخدام التقنية ومحاولة تحويل العمليات التشغيلية من تقليدية إلى رقمية، وهناك تعريف آخر يعتبر التحول الرقمي: "عملية شاملة ومتكاملة تتطلب تظافر جميع الأطراف والمؤسسات داخل الدولة، سواء كانت حكومية أو غير حكومية، وتعمل في إطار إستراتيجية واضحة ومحددة تحدد القطاعات والمؤسسات والأولويات والمعايير اللازمة لإتمام عملية التحول الرقمي، مع وجود إطار تشريعي وقانوني يضمن التنفيذ الأمثل لهذه الإستراتيجية". (قرين، 2023، صفحة 59)

وبالتالي فالتحول الرقمي يقصد به عملية انتقال المؤسسات من النموذج التقليدي إلى النموذج الذي يعتمد على التقنيات والأساليب الحديثة الرقمية، والتي تساعد بدورها في تحسين الكفاءات ومتابعة

التطورات التكنولوجية. فهو عبارة عن تحد وفرصة في الوقت نفسه، فهو يشترط على المؤسسات التكيف والاستعداد الكامل للاستفادة من فوائده ومحاولة التغلب على التحديات التي قد تطرأ. والتحول الرقمي عبارة أيضا عن عملية مشاركة بين كل من المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، من أجل التنفيذ الأمثل للإستراتيجية في ظل الإطار التشريعي والقانوني.

من خلال التعاريف السابقة يمكن التطرق إلى مجموعة من الخصائص والمميزات التي تميز التحول الرقمي والمتمثلة فيما يلي: (عوان و محمودي، 2023، صفحة 7)

- الرشاقة والتكيف: تساعد التكنولوجيات الرقمية المؤسسة على التكيف بسرعة مع التغيرات المحيطة بها؛
- تحويل عملية خلق القيمة: تساهم التقنيات الرقمية على إنتاج مقترحات قيمة جديدة هدفها توفير الخدمات وتسهيلها لتلبية احتياجات العملاء من خلال تقديم حلول مبتكرة مبدعة سهلة وأكثر دقة؛
- التغيير التنظيمي: في سياق التحول الرقمي، على المؤسسة إعادة هيكلة وخلق أدوار جديدة وتطوير المهارات بما يتماشى ومستجدات العصر. يؤدي هذا التغيير إلى تطوير ثقافة المؤسسة وتحمل الموظفين للاستجابة للأدوار الجديدة للخروج من العمل الروتيني، فمن ميزة التحول الرقمي أنه يساهم في تطوير الموظفين، حتى غير المختصين في تكنولوجيا المعلومات، وتحفز فيهم زمام المبادرة في المشاريع كثيفة الاستخدام للتكنولوجيا ويصبحون أكثر نشاطا في تحقيقها؛
- التواصل مع العملاء: من خلال الواجهات أو المنصات الرقمية استطاعت المؤسسة تمكين الاتصال مع العملاء وشركاء الأعمال وفي وقت لاحق يتم استخدام هذه الواجهة كأداة لتعزيز العلاقات مع العملاء والموردين الآخرين، حيث تمكن التكنولوجيات الرقمية من زيادة مشاركتها لتعزيز أرباح أعلى للمؤسسات؛
- رقمنة العمليات: قدرة تكنولوجيا المعلومات على رقمنة العمليات وسيرورة المعاملات، بمعنى قدرة الحاسوب على تحويل البيانات الورقية إلى رقمية بعد أن يتم تخزينها واستيعاب المعلومات على شكل برامج متخصصة تساهم في إدارة الوقت بكفاءة.

ثانيا: أهداف التحول الرقمي: تتمثل أهداف التحول الرقمي فيما يلي:(شاوشي و خلوف، 2023، صفحة 19)

- تعزيز تطوير نظم تكنولوجيا وثقافة مالية أكثر ابتكارا وتعاونية على مستوى المؤسسات والمجتمع؛
- تغيير نظام التعليم لتوفير مهارات جديدة وتوجيه مستقبلي للأشخاص حتى يتمكنوا من تحقيق التميز في العمل الرقمي والمجتمع؛
- إنشاء وصيانة البنية التحتية للاتصالات الرقمية وضمان إدارتها وإمكانية الوصول إليها، وتحقيق التوازن بين جودة الخدمة وتكاليف تقديمها؛
- تعزيز حماية البيانات الرقمية، الشفافية، وضمان متطلبات الاستقلالية وتعزيز الثقة؛
- تحسين إمكانية الوصول إلى الخدمات، مع إرساء ضوابط، آليات وجودة الخدمات الرقمية المقدمة للمجتمع؛
- تطبيق نماذج أعمال جديدة ومبتكرة، وتحسين الإطار التنظيمي والمعايير الفنية.

ثالثا: أهمية التحول الرقمي

أصبح التحول الرقمي من الضروريات لكافة المؤسسات التي تسعى إلى التطوير وتحسين خدماتها وتسهيل وصولها للمستفيدين، إذ أن التحول الرقمي لا يعني فقط تطبيق التكنولوجيا داخل المؤسسة بل هو برنامج شامل كامل يمس المؤسسة، ويمس طريقة وأسلوب عملها داخليا بشكل رئيسي وخارجيا أيضا من خلال تقديم خدمات للجمهور المستهدف لجعل الخدمات تتم بشكل أسرع وأسهل، وقد أصبحت مهمة وملحة أكثر من ما مضى لتحول المؤسسات رقميا، ويعود ذلك وبشكل أساسي إلى التطور المتسارع في استخدام وسائل وأدوات تكنولوجيا المعلومات في كافة نواحي الحياة سواء كانت متعلقة بالمعاملات مع القطاع الحكومي أو القطاع الخاص أو كانت تخص الأفراد.(اسماعيل عثمان، 2022، صفحة 408)

كما يوفر التحول الرقمي التكلفة والجهد بشكل كبير، ويحسن الكفاءة التشغيلية وينظمها، ويعمل على تحسين جودتها وتبسيط إجراءات الحصول على الخدمات المقدمة ويخلق فرصا لتقديم خدمات مبتكرة وإبداعية تساهم بدورها في خلق حالة من الرضا والقبول من الجمهور تجاه الخدمات التي تقدمها في هذا الصدد المؤسسات، وفي نفس الوقت يتطلب ذلك وجود قائد يتمتع باتخاذ قرارات سريعة

وصحيحة تمكنه من التأثير على تصرفات الآخرين للحث على الأداء المرغوب فيه والفعال. ويتطلب اتخاذ القرار والتصميم الأسرع وتقديم هذه الخدمات الرقمية مرونة في استعمال تكنولوجيا المعلومات تحت القيادة المشتركة لمديري تكنولوجيا المعلومات والقائد الرقمي، الذي له دور أساسي في اتخاذ القرار بسرعة من أجل الدفع نحو التغيير. (زمورة و بن عيسى، 2022، صفحة 309)

رابعاً: دوافع التوجه إلى التحول الرقمي

أصبحت الحاجة إلى التوجه للتحول الرقمي، منذ ظهور شبكة الويب العالمية واعتمادها عالمياً، ازدياد عدد التقنيات المصاحبة كالانترنت والهواتف الذكية، تعزيز تنمية التجارة الالكترونية، حيث أصبحت عائداتها تنمو بشكل غير متوقع من قبل، الوجود الكلي للبيانات الضخمة مع ظهور التقنيات الرقمية الناشئة مثل الذكاء الاصطناعي، فعلى الرغم من أنه ربما لن تكون كل واحدة من هذه التقنيات قوية كما هو متوقع، فإن المدخل الواسع للتقنيات الرقمية الجديدة يشير بوضوح إلى الحاجة الكبيرة لمؤسسات تقوم بتحويل الأعمال رقمياً. (عفيف و خولوفي، 2022، صفحة 287)، وهناك أيضاً دوافع أخرى للتوجه إلى التحول الرقمي تتمثل فيما يلي: (سلايمي و بوشي، 2019، صفحة 954)

1. التكاليف وضغوط الميزانية: بعد التدهور الذي عرفته أسعار البترول، بدأت غالبية الدول الغنية به إلى مواجه التراجع الكبير في حجم إيراداتها من خلال تخفيض حجم إنفاقها على الأصول والعمليات الحكومية، لذا فتعتبر التدابير المتخذة لتوفير التكاليف وتنفيذ العمليات الحكومية الفعالة من أهم دوافع التحول الرقمي؛
2. متطلبات العملاء والمواطنين: حققت وسائل التواصل الاجتماعي شعبية كبيرة بين الشعوب العربية ووفرت لهم قناة جديدة للتواصل، وأتاحت بذلك الفرصة أمام الحكومات والمواطنين للتعاون معا وسرعان ما لجأت الحكومات إلى الاستفادة من قناة التواصل هذه لمعرفة آراء المواطنين الذين اعتمدوا بدورهم على هذه القناة للمطالبة بتوفير مستوى أرقى من الخدمات الحكومية، مثل حلول الدفع عبر الانترنت؛
3. توجهات الحكومة: تعتمد الحكومات على منهج التخطيط من القمة إلى القاعدة لاتخاذ قراراتها، وهذا ما يساعدها على تسريع وتيرة تنفيذ برامج التحول الرقمي، ولكي تتمكن من توفير الميزانية المطلوبة لتنفيذ برامج التحول الرقمي لابد لها من توفير شرطين مهمين وهما:

- إدراج التحول الرقمي في الخطط: بمعنى يجب أن تندرج برامج التحول الرقمي ضمن قائمة أولويات الرؤى والخطط الوطنية،
- اتخاذ القرارات السريعة: إن اتخاذ القرارات السريعة يمكن الهيئات الحكومية من تفعيل خطط التحول الرقمي بسرعة وفاعلية.

المطلب الثاني: متطلبات وتقنيات التحول الرقمي

توضح المتطلبات مختلف المواصفات والخصائص التي يجب أن يلتزم بها التحول الرقمي، في حين أن التقنيات هي عبارة عن أساليب، أدوات وعمليات تستخدم لتحقيق الأهداف الخاصة بالتحول الرقمي، في هذا المطلب يتم التعرض لمختلف متطلبات وتقنيات التحول الرقمي.

أولاً: متطلبات التحول الرقمي: هناك العديد من المتطلبات اللازمة للتحول الرقمي منها:

1. المتطلبات الخاصة بالتخطيط الاستراتيجي: حيث تتبنى المؤسسات العمل بهذا المنهج، من خلال رؤيتها لما يمكن عمله، وذلك لمعرفة الأثر المستقبلي للقرارات الحالية في المؤسسة، وفهم الفلسفة الإدارية لنظام التخطيط الاستراتيجي؛ وهو الطريقة الملائمة والمناسبة لتحديد الأهداف بعيدة المدى، وتحديد توجه المؤسسة بتحقيق هذه الأهداف، وهناك العديد من المداخل أو النماذج المستخدمة في التخطيط الاستراتيجي، حيث تتنوع بتنوع المؤسسات: (الهرشامة، 2014، صفحة 68)

- البدء من الأعلى إلى الأسفل: يستخدم هذا الأسلوب في المؤسسات التي تتبع النمط المركزي في الإدارة، بحيث يتم وضع خطط خاصة بها في إطار المحددات المفروضة في الإدارة العليا للمؤسسة، أما المؤسسات التي تتبع الأسلوب اللامركزي فإن الإدارة العليا تضع الخطوط العريضة وتطلب من الإدارات الأدنى وضع الخطط ضمن هذا الإطار ويتم مراجعة وإقرار الخطط في المركز الرئيسي للمؤسسة؛
- البدء من الأسفل إلى الأعلى: تقوم الإدارة العليا بالطلب من الإدارات الدنيا بتقديم خططها الإستراتيجية وتتم مراجعة البيانات والخطط على مستوى الإدارة العليا؛

- الجمع بين الأسلوبين: تعطي الإدارة العليا للإدارات الأدنى الخطوط العريضة بحيث تتمكن من أن تضع خططها بدرجة عالية من المرونة، ويشارك في هذا الأسلوب كل من الإدارة العليا والاستشاريون ويتم إقرار الخطة من خلال الحوار بحرية.
- العمل بأسلوب الفريق: ويتم العمل وفقا لهذا الأسلوب من خلال تشكيل فريق عمل من مختلف المستويات الإدارية والمتخصصون والفنيون والاستشاريون لإعداد وإقرار إستراتيجية المؤسسة.

وتوجد عدة متطلبات أساسية لتحقيق التحول الرقمي أيضا منها: (نصر عبد الحميد، 2021،

صفحة 145)

- نشر ثقافة التحول الرقمي: إذ أن نشر هذه الثقافة يساهم في دعم وتأييد التغيير الذي يعتبر خطوة أساسية لنشر الثقافة الجديدة التي تدعم دمج التكنولوجيا في المؤسسات؛
- تحديث البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات بالمؤسسة وتوفير الأجهزة الحديثة، مع توفير الدعم الفني اللازم للمستخدمين من قبل كفاءات بشرية متخصصة وقادرة على إدارة المنظومة الرقمية والبنية التحتية لشبكة الانترنت بشكل يضمن استمرار الخدمة الرقمية المقدمة لأفراد المؤسسة؛
- تطوير الهيكل التنظيمي للمؤسسة: فالتحول الرقمي يتطلب هياكل تنظيمية مرنة بعيدة عن التعقيد والجمود، مع تشجيع العمل الجماعي داخل المؤسسة؛
- توفير الأطر التشريعية والقانونية التي تدعم التحول الرقمي، وذلك لتأمين المعاملات الرقمية، مما يشجع على استخدام الخدمات الالكترونية بأمان.

كما توجد متطلبات أخرى للتحول الرقمي تتمثل في: (الشمري ذ.، 2022، صفحة 1672)

- تطوير إستراتيجية عمل تسمح بتطبيق التقنيات الرقمية بشكل فعال مع مراعاة احتياجات العملاء؛
- ضرورة إشراك خبراء تكنولوجيا المعلومات في عملية تطوير برامج خاصة بالمؤسسات للتحول الرقمي؛
- دعم الابتكار واستخدام الأساليب الجديدة لحل المشكلات؛
- ضرورة توفير موظفين متخصصين ومدربين وإعادة التأهيل المهني والتدريب المستمر.

فيما يرى البعض أن عملية التحول الرقمي تتضمن ثلاث متطلبات أساسية وهي: (شاريهان محمد،

2021، صفحة 1075)

- تحديد الإستراتيجية المناسبة للمؤسسة؛
 - معرفة آليات العمل المتوفرة داخل المؤسسة، كوجود شبكة انترنت تضمن جودة الاتصال؛
 - تدريب جميع منسوبي المؤسسة على آليات التعامل مع التحول الرقمي، لضمان خطوات فعالة.
- ويتبين مما سبق أن التحول الرقمي يفرض على المؤسسات الاستفادة من المستجدات التكنولوجية، لتكون أكثر إدراكا ومرونة في العمل، ولديها القدرة على التجديد والابتكار، لتتمكن من مواكبة عصر التحول الرقمي وتلبية احتياجاته بشكل أسرع لتحقيق الأهداف بنجاح.
- وحتى يتم تطبيق التحول الرقمي يجب توفر كل من التقنيات، البيانات، الموارد البشرية والعمليات حسب التفصيل التالي: (السيد الحرون و عطوة بركات، 2019، صفحة 447)
- التقنيات: حيث يتم بناء التحول الرقمي باستخدام منظومة من الأجهزة، وأنظمة التشغيل، ووسائط التخزين، والبرمجيات التي تعمل ضمن بيئات تقنية ومراكز معلومات تسمح باستخدام جميع الأصول بكفاءة تشغيلية غير منقطعة. كما يستلزم ضمان مستوى خدمة مناسب لأفراد المؤسسة وعملائها ومورديها عبر فرق مهنية مسؤولة عن إدارة المنظومة التقنية والبنية التحتية للشبكة سواء أكانت هذه المنظومة محلية أو سحابية؛
 - البيانات: يفترض أن تقوم المؤسسات بجهود إدارة وتحليل البيانات بشكل منتظم وفعال، وذلك لتوفير معلومات وإجراءات نوعية موثوقة وكاملة مع توفير وتطوير أدوات مناسبة للتحليل الإحصائي والبحث عن البيانات والتنبؤ بالمستقبل، كما يجب متابعة البيانات بشكل مستمر لضمان استمرار تدفقها والاستفادة منها بشكل يتماشى مع أهداف المؤسسة وتوقعاتها؛
 - الموارد البشرية: تشكل الموارد البشرية جانبا حيويا يصعب على المؤسسات تطبيق التحول الرقمي بدونها، إذ يتوجب توفير كوادر مؤهلة قادرة على استخدام البيانات وتحليلها لاتخاذ قرارات فعالة، كما يتطلب لتخطيط الرؤى وتنفيذها كفاءات بشرية وخبرات علمية وعملية مع الإيمان بالتغيير والتطوير؛
 - العمليات: هي عبارة عن مجموعة من النشاطات أو المهام المترتبة والمترابطة التي تنتج خدمة معينة أو منتجا معين للمستهلكين. يجب على المؤسسات إرساء بناء تقني فعال يسمح بتطوير

العمليات على الصعيدين الداخلي والخارجي، وذلك لضمان التطبيق الأمثل للتحويل الرقمي، ويتضمن ذلك الملائمة الداخلية والخارجية في إنجاز العمليات مع وجود رقابة في إنجاز العمليات والذي يعتبر أحد المفاتيح الرئيسية في المدخلات والمخرجات للمؤسسة.

ثانيا: تقنيات التحويل الرقمي

يشمل التحويل الرقمي العديد من التقنيات المشكلة له والتي يمكن استخدامها داخل المؤسسات لضمان تقدم فعال وزيادة الكفاءة الإنتاجية ومنها: البلوك تشين، البيانات الضخمة، إنترنت الأشياء، الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، الطباعة ثلاثية الأبعاد والأمن السيبراني.

1. **البلوك تشين:** يمكن تعريف تقنية البلوك تشين بأنها نظام معلومات مشفر معتمد على قاعدة معلوماتية لامركزية أي موزعة على جميع الأجهزة المنظمة في الشبكة، لتسجيل كل بيانات المعاملات وتعديلاتها، بطريقة تضمن موافقة جميع الأطراف ذات الصلة على صحة البيانات، حيث تمكن قوة تقنية البلوك تشين في معيارين أساسيين، هما اللامركزية والشفافية العالية في إدارة المعاملات بكل أنواعها كالمدفوعات والحوالات البنكية، أو تسجيل الملكية العقارية والهويات الوطنية، أو تبادل الأصول والمستندات، أو عمليات التصويت وغير ذلك؛ (بالنور و دوابه، 2022، صفحة 60)

2. **البيانات الضخمة:** هي عبارة عن كمية هائلة من البيانات المعقدة التي تحقق مستويات عالية في التوزيع، ومصادر بيانية ضخمة الكم، وسرعتها فائقة وتنوعها كبير، ويفوق حجمها قدرة البرمجيات والحاسبات الآلية التقليدية على تخزينها، معالجتها وتوزيعها، وكثيرا ما تتاح في وقتها، وتأخذ أشكالا متنوعة إذا فهمت بشكل أعمق، واستخدمت على نحو أفضل في عملية اتخاذ القرارات؛ (الغبيري و حسن حسن، 2019، صفحة 35)

3. **إنترنت الأشياء:** هو نظام من الأجهزة المترابطة المتصلة بالشبكة أو مع بعضها البعض، حيث يتم تبادل البيانات دون الحاجة بالضرورة إلى التفاعل مع إنسان لآخر يشار إليها أحيانا باسم الأجهزة الذكية، وتستخدم أجهزة إنترنت الأشياء البرامج والأجهزة لمعالجة البيانات وأجهزة الاستشعار والمشغلات واتصال الشبكات ببعضها البعض، بمعنى آخر إنترنت الأشياء عبارة عن مجموعة من الأجهزة الالكترونية التي يمكنها مشاركة المعلومات فيما بينها، حيث تشتهر إنترنت الأشياء بتعزيزها

الأخير لأحدث مجال للحوسبة في كل مكان وشبكة الاستشعار اللاسلكية والاتصالات القائمة من آلة إلى آلة: (خضرة و خيرة، 2022، صفحة 99)

4. الذكاء الاصطناعي: هو عبارة عن برنامج كمبيوتر قادر على اتخاذ قرارات متوازنة بناء على السياق الحالي، بالإضافة إلى أنه تقنية متطورة تساهم في إدارة العمليات والمهام بآليات أكثر تطوراً وذكاء من الإنسان الذي صنعها ومنحها المعرفة والمقومات الحسية، بما يساعدها على التعلم التلقائي والتطور الذاتي. ويهدف الذكاء الاصطناعي إلى جعل أجهزة الكمبيوتر متطورة بما يكفي لمحاكاة الوظائف الإدراكية البشرية. نتيجة لذلك يعد الذكاء الاصطناعي مجالاً واسعاً يشمل رؤية الكمبيوتر ومعالجة اللغة والإبداع والتلخيص. والتعلم الآلي هو تخصص الذكاء الاصطناعي الذي يتعامل مع الجوانب الإحصائية له؛ (ناظم حسن و مي ابلحد، 2023، صفحة 433)

5. الحوسبة السحابية: (رعاش، 2021، صفحة 21) عرفت ميكروسوفت الحوسبة السحابية بأنها؛ تقديم خدمات الحوسبة (الخوادم، التخزين، قواعد البيانات، الشبكات، البرمجيات والتحليلات وأكثر من ذلك) عبر الانترنت. وتسمى المؤسسات التي تقدم خدمات الحوسبة هذه مقدمي الخدمات السحابية وعادة ما تتقاضى رسوماً مقابل خدمات الحوسبة السحابية على أساس الاستخدام، على غرار الطريقة التي يتم بها تحرير فاتورة المياه أو الكهرباء في المنزل، بينما عرفت شركة IBM على أنها توصيل موارد الحوسبة حسب الطلب - كل شيء من التطبيقات إلى مراكز البيانات- عبر الانترنت على أساس الدفع مقابل الاستخدام، كما يلي:

- مواد مرنة: يمكنك التوسع لأعلى أو لأسفل بسرعة سهلة لتلبية الطلب المتغير.
- الخدمات المقننة: ادفع فقط مقابل ما تستخدمه.
- الخدمات الذاتية: اعثر على جميع موارد تكنولوجيا المعلومات التي تحتاج إليها، مع إمكانية الوصول إلى الخدمة الذاتية.

6. الطباعة ثلاثية الأبعاد: عبارة عن جملة من العمليات الصناعية التي تستخدم فيها مواد مختلفة للتصنيع بطريقة الطبقة فوق الطبقة أو ما يعرف بالتصنيع بالإضافة، كما أنها عملية تدعم التصميم والابتكار، وتعتمد على الملفات الرقمية وتكنولوجيات التصنيع المضاف لتطوير منتج، تصوير البيانات والطباعة السريعة للنماذج. تستخدم هذه التقنية لمواكبة التطورات والركب المعرفي والمسيطر على كل المجالات من بينها المكتبات والمعلومات، أيضاً مواكبة التغيرات الحاصلة في رغبات واحتياجات المستفيدين باستمرار، وتعد الطباعة ثلاثية الأبعاد من بين أكثر الخدمات

التي يتم تقديمها في المكتبات والتي من شأنها تعزيز التعلم والإبداع: (رشام، بوفيجلين، و بوغناقة، 2022، صفحة 211)

7. الأمن السيبراني: هو حماية الشبكات وأنظمة تقنية المعلومات والتقنيات التشغيلية، ومكوناتها من أجهزة وعتاد وبرمجيات، وما تقدمه من خدمات، وما تحتويه من بيانات، من أي اختراق، تعطيل، تعديل، دخول، استخدام أو استغلال غير مشروع، ويشمل مفهوم الأمن السيبراني أمن المعلومات، الأمن الإلكتروني والأمن الرقمي، حيث تكمن أهمية هذا النوع من الأمن في حماية المصالح الحيوية للدول وأمنها الوطني ومواطنيها والبنى التحتية الحساسة فيها، كما يضمن توافر واستمرارية عمل نظم المعلومات، بالإضافة إلى تعزيز حماية وسرية وخصوصية البيانات سواء للأفراد أو المؤسسات، مع توفير بيئة آمنة موثوقة للتعامل عبر الشبكات العالمية؛ (العتيبي، 2023، صفحة 140).

للوصول إلى تحول رقمي كامل يجب على المؤسسات استخدام التقنيات السالفة الذكر، من أجل الانتقال من المرحلة التقليدية إلى الرقمية، حيث تساهم بدورها في الوصول إلى إرضاء العملاء وضمان زيادة الكفاءة التشغيلية، من خلال تشجيع الموظفين بالاعتماد على هذه التقنيات الرقمية، وهذا سيعود على المؤسسة بالأرباح الوفيرة.

المطلب الثالث: مزايا وتحديات التحول الرقمي

التحول الرقمي يمثل تغييرا شاملا في الطريقة التي تعمل بها المؤسسات والمجتمعات. ويشمل الانتقال من العمليات التقليدية إلى استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين الأداء وتحقيق التفوق التنافسي. ومن خلال هذا المطلب سيتم ذكر بعض المزايا والتحديات المرتبطة بالتحول الرقمي، وقبل التطرق للمزايا والتحديات، يتم استعراض مختلف مراحل وخطوات التحول الرقمي.

أولاً: مراحل التحول الرقمي

تتكون مراحل التحول الرقمي من عدة خطوات وتطورات، وقد تختلف هذه المراحل باختلاف المؤسسات. ومع ذلك تحقيق التحول الرقمي يجب المرور بعدة مراحل، أولها الرقمنة ثم المعالجة الرقمية ومن ثم الوصول إلى التحول الرقمي.

1. الرقمنة: هي عملية نقل أي صنف من الوثائق إلى النمط الرقمي، وبذلك يصبح اللون أو الصورة الثابتة أو المتحركة إلى أرقام والصوت أو الملف مشفرا إلى أرقام، لأن هذا التحويل هو الذي يسمح للوثيقة أيا كان نوعها أن تصبح قابلة للاستقبال أو الاستعمال بواسطة الأجهزة المعلوماتية، ليصبح قابلا للمعاينة على شاشة الحاسوب. وتعرف الرقمنة أيضا بأنها مجموعة من الأنشطة التي تسهل تجهيز المعلومات، إرسالها، وعرضها بالوسائل الإلكترونية. وبفضل هذه التكنولوجيا التقى الاقتصاد المركز على المعرفة بقاعدة تكنولوجيا ملائمة، مما أدى إلى ازدهار النشاطات المكثفة في المعرفة والإنتاج ونشر التكنولوجيا الجديدة؛ (هبال، 2023، صفحة 469)

2. المعالجة الرقمية: وهي إجراء بعض العمليات على الموضوع أو الإشارة والتي تتم بطرق رقمية، فعند ترشح الإشارة يتم استخدام المرشح الرقمي، وعند تمثيل الإشارة في النطاق الترددي باستخدام تحويل فوريير، سنستخدم تحويل فوريير المعين أو المتقطع. وإن ذلك بالطبع يستلزم وضع الإشارة أو تمثيلها في الشكل الرقمي، فاستخدام الحاسوب يمكن المستخدم من أن يستخلص المعلومات بشكل أدق مما لو استخدم عينه المجردة، وذلك بسبب ضخامة البيانات والمعلومات المستخلصة منها وتعقيد عمليات التعامل مع التخزين، الاستدعاء، المعالجة والتحليل، وهذه الأخيرة يقوم بها المفسر من خلال استخلاص معلومات محددة؛ (نجاعي و جفافة، 2022، صفحة 328)

3. التحول الرقمي: يشير هذا المصطلح إلى استخدام تكنولوجيا الحاسب الآلي والانترنت في عملية إنشاء قيمة اقتصادية أكثر كفاءة وفعالية، وبمعنى أوسع يشير إلى التغيرات التي تحدثها التكنولوجيا الجديدة بشكل عام حول كيفية العمل والتفاعل معها وكيفية تكوين الثروة ضمن هذا النظام. ويعتبر التحول الرقمي عملية تغييرات جوهرية داخل سلسلة خلق القيمة للمؤسسة أو هيكلها الداخلي والتي قد تكون شرطا مسبقا لاستخدام التكنولوجيا. (عبد الغني، 2022، صفحة 55)

تساعد مراحل التحول الرقمي المؤسسات في تحسن أدائها، زيادة كفاءتها وتكاملها مع البيئة الرقمية، حيث تعزز التكامل بين الأنظمة المختلفة والتي تساهم في تحسين التعاون داخل المؤسسة، كما أن اعتمادها للتكنولوجيا الحديثة يمكنها من تحقيق التفوق والتميز التنافسي.

ثانياً: مزايا التحول الرقمي: للتحول الرقمي فوائد عديدة ومتنوعة ليس فقط للعملاء والجمهور ولكن للمؤسسات أيضاً: (حوتية، 2023، صفحة 356)

- يوفر التكلفة والجهد بشكل كبير ويحسن الكفاءة التشغيلية وينظمها؛
- يعمل على تحسين الجودة وتبسيط الإجراءات للحصول على الخدمات المقدمة للجمهور؛
- يخلق فرصاً لتقديم خدمات مبتكرة وإبداعية بعيداً عن الطرق التقليدية في تقديم الخدمات والتي ستساهم بدورها في خلق حالة من الرضا والقبول من الجمهور تجاه خدمات المؤسسة؛
- تساعد تطبيقاته في توفير كم هائل من البيانات والمعلومات التي ستساعد متخذي القرار في هذه المؤسسات على مراقبة الأداء وتحسين جودة خدماتها بالإضافة إلى تحليل هذه البيانات والمعلومات التي ستسهل اتخاذ القرار وتحديد الأهداف والاستراتيجيات؛
- يساهم في تسهيل الربط بين المؤسسات وبعضها البعض أو بين المؤسسات والقطاع الخاص والذي سيكون له مردود إيجابي وواضح على الجمهور كونهم المستفيد الرئيسي من الخدمات، وعلى جودتها وضممان وجود مصدر موثوق ومترابط من المعلومات؛
- يساعد المؤسسات على التوسع والانتشار في نطاق أوسع والوصول لشريحة أكبر من العملاء والجمهور ليس فقط في نطاق محلي ولكن يمكنها التوسع في نطاق إقليمي ودولي عبر تطبيقات وقنوات مختلفة.

للتحول الرقمي العديد من الإيجابيات والمزايا أيضاً والتي تتمثل فيما يلي: (المفضي، 2020،

صفحة 7)

- استبدال العمليات الرقمية بالتقليدية؛
- زيادة وقت التفكير في التطوير؛
- تغيير نماذج العمل وتغيير العقلية؛
- زيادة كفاءة سير العمل وتقليل الأخطاء؛
- تسريع طريقة العمل اليومية؛
- تطبيق خدمات جديدة بسرعة ومرونة؛
- تحسين الجودة وتطوير الأداء؛

- زيادة الإنتاجية وتحسين المنتجات؛
- زيادة رضا المستفيدين؛
- تحسين جدوى الاستثمار.

كما يساعد التحول الرقمي المؤسسات الحكومية على التوسع والانتشار في نطاق أوسع والوصول إلى شريحة أكبر من العملاء والجمهور يمكن تلخيصها في العناصر الآتية: (بوكريدي و بن حليلة، 2022، صفحة 121)

- تسريع طريقة العمل اليومية؛
- سهولة وسرعة ومرونة تطبيق خدمات جديدة؛
- زيادة جودة وكفاءة سير العمل؛
- زيادة الإنتاجية وتحسين المنتجات؛
- إمكانية الاستفادة من التقنيات الحديثة لتطوير الأداء والتنبؤ والتخطيط للمستقبل؛
- رفع مستويات الشفافية والحكومة؛
- تحسين جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين؛
- زيادة رضا المستفيدين.

ثالثاً: تحديات التحول الرقمي: هناك العديد من المعوقات والتحديات التي تواجه التحول الرقمي منها ما يلي: (تخريبن و بوخرص، 2022، صفحة 156)

- غياب الإدارة السياسية الفاعلة التي تعمل على دعم التحول نحو الإدارة الرقمية وتقديم الدعم السياسي لإقناع الجهات الإدارية بضرورة تطبيق التكنولوجيا الحديثة ومواكبة الثورة الرقمية؛
- عدم وجود بيئة عمل إلكترونية تحظى بحماية قانونية، كذلك المتعلقة بحماية تخريب برامج الإدارة الإلكترونية وتحرم اختراق المواقع وبالتالي تحدد عقوبات رادعة لمرتكبيها؛
- ضعف التخطيط والتنسيق على مستوى الإدارة العليا لبرامج الإدارة الرقمية وعدم القيام بالتغييرات التنظيمية المطلوبة بإدخال الإدارة الرقمية من خلال دمج أو إضافة بعض الإدارات أو

التقسيمات، وتحديد السلطات والعلاقات بين الإدارات وتدفق العمل بينها وقلّة البرامج التدريبية للموارد البشرية ورسكلة موظفي الإدارة؛

● ضعف الموارد المالية المخصصة لمشاريع لإدارة الرقمية، إضافة إلى ارتفاع تكاليف الصيانة التقنية؛

● ارتفاع تكاليف تجهيز البنية التحتية للإدارة الرقمية، الأمر الذي يحد من تقدم مشاريع التحول الرقمي؛

● تفشي الأمية وانخفاض الدخل لدى العديد من المواطنين، وصعوبة التواصل عبر التقنيات الحديثة؛

● التخوف من تقنية البيئة الرقمية لما يمكن أن تؤديه من مساس وتهديد للأمن والخصوصية.

وتوجد أيضا العديد من العوائق التي تعرقل عملية التحول الرقمي، من بينها: (حمي و طوبال،

2020، صفحة 1187)

● تحديد الأولويات؛ حيث إن ترتيب الأولويات قد يتجاهل التحول الرقمي كأولوية قد تساهم في تحقيق العديد من الأهداف؛

● نقص الميزانيات المرصودة لبرامج التحول الرقمي؛

● التخوف من مخاطر أمن المعلومات كنتيجة لاستخدام وسائل التكنولوجيا؛

● نقص الكفاءات والقدرات المتمكنة داخل المؤسسة والقادرة على قيادة برامج التحول الرقمي والتغيير داخل المؤسسة، من أهم العوائق التي تحول دون تنفيذ ناجح لبرامج التحول الرقمي وتحقيق أهدافها المرجوة.

المبحث الثالث: أدبيات العلاقة النظرية والتجريبية بين اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية

إن اليقظة الإستراتيجية تعتبر المدخل الأساسي للمؤسسة من أجل إحداث تحول رقمي، من خلال التكنولوجيات الجديدة التي تواكب هذا العصر، وهذا راجع للأهمية البالغة للرقمنة، فقد أصبحت اليوم شيئاً ضرورياً وحتمياً، فلا بد أن تكون حاضرة في مختلف القطاعات والمجالات.

المطلب الأول: الدراسات السابقة

وفي إطار البحث في طبيعة العلاقة بين كل من اليقظة الاستراتيجية والتحولات الاقتصادية الرقمية، قام العديد من الباحثين الاقتصاديين بمحاولة البحث والدراسة في كيفية تفسير العلاقة والرباط بين كل من المتغيرين السابقين، وقد قاموا بإجراء العديد من الدراسات التجريبية في هذا المجال.

المطلب الأول: الدراسات العربية

من خلال هذا المطلب سيتم استعراض مختلف الدراسات العربية المتعلقة باليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية، ونبدأ بدراسة بتغة صونية، فراحتية العيد، 2021 بعنوان "دور اليقظة الإستراتيجية في صناعة الخيار الاستراتيجي: دراسة ميدانية بالمجمع الصناعي التجاري لمطاحن الحضنة بالمسيلة"، حيث هدفت هذه الدراسة إلى دراسة المعلومة الإستراتيجية كمنطلق لليقظة الإستراتيجية ودورها في صناعة الخيار الاستراتيجي بالتطبيق على المجمع الصناعي التجاري لمطاحن الهضاب بالمسيلة، ونظرا لطبيعة موضوع الدراسة فقد اعتمدت في جانبه النظري على المنهج الوصفي لضبط المفاهيم النظرية، واعتمدت في الدراسة الميدانية على الاستبيان، حيث تم توزيع هذا الأخير على عينة مكونة من 22 شخص، واستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية أهمها: الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، فأظهرت نتائج الدراسة أن المجمع الصناعي والتجاري (مطاحن الحضنة بالمسيلة) يمارس اليقظة الإستراتيجية التي تسمح له باستباق الأحداث البيئية لاستغلال الفرص الإستراتيجية، إضافة إلى الاهتمام بالمعلومات الإستراتيجية لبناء وصياغة استراتيجياتها المختلفة، كذلك تعمل المؤسسة على تحليل ودراسة البدائل الإستراتيجية واختيار الإستراتيجية المناسبة مما يسمح لها باقتناص الفرص وتجنب التهديدات في محيطها. وفي الأخير فقد أكدت هذه الدراسة أن هناك دورا لليقظة الإستراتيجية في صناعة الخيار الاستراتيجي المناسب للمؤسسة محل الدراسة.

كما أشارت دراسة خولة قاسمي الحسني، هدى حفصي 2022، بعنوان "اليقظة الإستراتيجية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية-دراسة حالة مؤسسة ياليدين للتوصيل السريع في الجزائر"، إلى

محاولة معرفة أثر اليقظة الإستراتيجية من خلال أبعادها في تعزيز الميزة التنافسية، مع محاولة تحليل نتائج الدراسة الميدانية قصد الوصول إلى تحديد نقاط القوة والضعف. وقد اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري بالتطرق إلى الأدبيات النظرية لمتغيرات الدراسة وتحليلها، واعتمدت على منهج دراسة الحالة في الجانب التطبيقي لمعرفة مدى تأثير أبعاد اليقظة الاستراتيجية منفردة ومجمعة في تعزيز الميزة التنافسية في مؤسسة ياليدين للتوصيل السريع. وقد تناولت هذه الدراسة أبعاد اليقظة الإستراتيجية المتمثلة في اليقظة التنافسية، التكنولوجيا، التجارية والبيئية، مع التطرق إلى مفهوم الميزة التنافسية بأبعاده الأساسية؛ الكفاءة، الجودة، الإبداع والاستجابة لمتطلبات الزبائن. وقد ركزت الدراسة في الجزء التطبيقي على الأداة التي تم الاعتماد عليها ألا وهي الاستبيان، حيث تم جمع المعطيات الإحصائية التي تخدم الموضوع وتم تحليلها عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، كما تم استخدام معامل ألفا كرونباخ للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة. وبلغت قيمة محور اليقظة الإستراتيجية 0.829 وبالنسبة لمحور الميزة التنافسية فقد بلغت 0.930 والتي أثبتت أن أداة الدراسة تتميز بدرجة عالية من الثبات ما يجعلها ثابتة للتحليل الإحصائي. أما اختبار الارتباط الخطي المتعدد فيستخدم لمعرفة مدى ملائمة بيانات الدراسة لتحليل الانحدار المتعدد، فمن خلال معامل الارتباط فقد تم إيجاد قيمة أقل من 0.80 وهو الشرط الذي يفسر عدم وجود تعددية خطية، أي أن أبعاد اليقظة الإستراتيجية مستقلة فيما بينها. فيما نجد أن بعد اليقظة التنافسية بعد تحليله بواسطة مقياس ليكرت أنه متجانس، أي أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات بعد اليقظة التنافسية غير مشتتة، كما نلاحظ أن المستجوبين في بعد اليقظة التكنولوجية في مؤسسة ياليدين أبدوا موافقة إجمالية مرتفعة جدا، فقد كانت قيم الانحراف المعياري في هذا البعد متدنية حيث تراوحت بين 0.499 و 1.058 وهذا ما يدل على التجانس وعدم التشتت في الإجابات، كما نلاحظ أن المستجوبين في بعد اليقظة التجارية والبيئية أبدوا أيضا موافقة إجمالية وهذا ما يدل على تجانس الإجابات. وبعد تحليل أبعاد الميزة التنافسية فقد تبين أيضا عدم التشتت وتجانس إجابات كل أفراد الدراسة حول أبعاد الميزة التنافسية. وحسب نتائج تحليل معامل الارتباط لدراسة أثر أبعاد اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية، فقد تبين وجود علاقة ارتباط قوية بين المتغيرين، كما أظهرت أيضا نتائج الدراسة أن بعد اليقظة التجارية هو البعد الأكثر تأثيرا في تعزيز الميزة التنافسية على مستوى مؤسسة ياليدين، فعند ارتفاعه بدرجة واحدة يرتفع معه تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الخدمية ب 94%، ثم يليه بعد اليقظة التكنولوجية بنسبة 91%، ثم بعد اليقظة التنافسية بنسبة 61%، وفي الأخير بعد اليقظة البيئية بنسبة 9%.

وفي دراسة قرين ربيع، 2022 بعنوان "نموذج التحول الرقمي في دولة الإمارات العربية المتحدة" فقد هدفت إلى إبراز دور التحول الرقمي من أجل تحقيق التنمية المستدامة، واعتمدت على المنهج الوصفي والتحليلي في معالجة إشكالية موضوع الدراسة، وقد تناول علاقة التحول الرقمي بالاقتصاد الرقمي، وكيفية تطور هذا الأخير ابتداء من الثورة الصناعية الثالثة وهي الحقبة الجديدة مروراً إلى التعرف على مختلف الركائز الأساسية للمؤشر المركب لقياس الاقتصاد الرقمي، منها ركيزة البنية الرقمية والمساهمة الاقتصادية، ركيزة التمكين الرقمي، ركيزة الابتكار والإبداع الرقمي، ومن ثم تم تطرقت إلى مختلف خصائص ومقومات الاقتصاد الرقمي المتمثلة في مجتمع المعرفة، التعليم، البحث والتطوير، الملكية المعرفية، تدريب عمال المعرفة، مال وصناع المعرفة، تم أيضاً عرض مختلف الدوافع ومتطلبات التحول الرقمي، أهدافه ومجالات تطبيقه.

ركزت الدراسة على تحليل التجربة الإماراتية كنموذج للتحول الرقمي، ففي سنة 2018 تم إنشاء مؤشر التحول الرقمي من أجل قياس تطور ممارسات الاقتصاد الرقمي في المنطقة العربية وقد تصدرت الإمارات العربية المتحدة قائمة الدول العربية بمؤشر يساوي 70,6، فمن بين التحديات التي تواجه هذه الدول العربية، الأطر القانونية والتشريعية للمعلوماتية، العمل على خلق بيئة مشجعة للبحث، تطوير الطاقة العلمية الكامنة في الدول العربية، تطوير البنية التحتية الرقمية. فمن خلال مؤشر جاهزية الدول العربية لتبني التكنولوجيا الرائدة لسنة 2022 فقد تصدرت الإمارات العربية المتحدة كافة الدول العربية.

في ما يخص التجربة الإماراتية في تحقيق التحول الرقمي فقد اتخذت حكومة هذه الدولة خطوات ملموسة لتأسيس تحول رقمي قوي، فمن ناحية البنية التحتية الرقمية فقد حققت دولة الإمارات المركز الأول عربياً والرابع عالمياً في إطلاق واستخدام شبكات الجيل الخامس وذلك حسب مؤشر الاتصال العالمي سنة 2021، كما بلغت قيمة مؤشر البنية التحتية في مؤشر الاقتصاد الرقمي في الإمارات 94.06 من 100 سنة 2020، وهذا ما يؤكد سعي الإمارات إلى تكوين قاعدة متينة لتحقيق التحول الرقمي، كما تصدرت طليعة الدول العربية، حسب مؤشر الابتكار العالمي سنة 2021 الصادر عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية، من حيث صادرات السلع الإبداعية، كما ازداد حجم التجارة الإلكترونية ونسبة مساهمة قطاع المعلومات والاتصالات لديها بشكل ملحوظ بداية من سنة 2019 بنسبة معتبرة. فيما يخص التمكين الرقمي فإن الإنفاق على برامج التعلم الذكي سيتضاعف سنة 2025، كما تعتمد السياحة الذكية في الإمارات على تقنيات المعلومات والاتصالات لتشجيع السياحة من خلال الوسائل الرقمية

المتطورة، كذلك تتصدر دبي وأبو ظبي دول الوطن العربي من ناحية المدن الذكية، تعتمد حكومة دبي الذكية أيضا على منصات رقمية "دبي الآن" والتي تتيح للمواطنين الاستفادة من خمسين خدمة حكومية.

في الأخير فإن دولة الإمارات العربية المتحدة تعتبر من الدول الرائدة في مجال التحول الرقمي، حيث قطعت شوطا كبيرا في هذا المجال، مع مواكبة عصر التطور والرقمنة وتسهيل خدماتها من خلال التطبيقات الذكية والمنصات الالكترونية، وقد توصلت الدراسة إلى أن الاقتصاد الرقمي يقوم على عدة مؤشرات تتمثل في البنية الرقمية والتي أساسها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كما أن التحول الرقمي حتمية لا بد من المضي فيها وتسريعها، وقد احتلت دولة الإمارات المرتبة العاشرة عالميا حسب تقرير التنافسية الرقمية لسنة 2021.

تناولت دراسة موساوي سعاد، تقرورت محمد 2023، بعنوان "قراءة في مؤشرات الاقتصاد الرقمي في الصين"، مفهوم الاقتصاد الرقمي وهو اقتصاد قائم على استخدام التكنولوجيات الرقمية، مع التطرق إلى مختلف خصائصه وركائزه، باعتماده على الانترنت بشكل رئيسي، كما تم ذكر مختلف محاور مؤشر المعرفة المالي والمفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا المالية؛ البلوك شين، البيتكوين، الحوسبة السحابية، انترنت الأشياء والبيانات الضخمة. وركزت هذه الدراسة على التجربة الصينية في الاقتصاد الرقمي، باعتبار أن اقتصاد هذه الدولة هو ثاني أكبر اقتصاد عالمي بعد اقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية، إذ أن الصين كانت تعتمد قبل جائحة كوفيد 19 على الاقتصاد الرقمي، ومع ظهور الوباء زاد التوجه نحو الرقمنة أكثر. ووفقا لمؤشر المعرفة العالمي لسنة 2019 فإن الصين وصلت إلى المرتبة 38 عالميا، رغم هذه المرتبة إلا أنها تعتبر من بين الدول التي تقف ندا للنند مع الولايات المتحدة الأمريكية في مجال الإعلام والاتصال ومجال التعليم، أما فيما يخص مؤشر الابتكار العالمي فإن أداء الصين في مخرجات الابتكار كان أفضل من أداء مدخلات الابتكار في عام 2022، أما في يتعلق بمؤشر الجاهزية الشبكية فالصين في تطور مستمر مقارنة مع دخلها فهي في استعداد دائم للتحول الرقمي.

تعتبر الصين من الدول الرائدة في مجال تكنولوجيا البلوك تشين الناشئة، بحيث تمتلك نصف براءات الاختراع المتعلقة بها في العالم، ولقد أعلنت وصرحت الصين بتعميم تقنية البلوك شين في مختلف القطاعات في سنة 2023. أما عن البيتكوين فقد عرف تراجعا سنة 2019 حين تم التصريح بأن المعاملات الافتراضية غير القانونية هي التي تهدد بشدة مدخرات المواطنين.

في الأخير فإن النجاح الذي حققته الصين في مجال التحول الاقتصادي الرقمي كان نتيجة السياسات التي انتهجتها السلطات الصينية في كل الجوانب من: التركيز على الفرد الصيني وشبكات الاتصال، مع الاعتماد على الحكومة، حيث وفرت هذه الأخيرة بيئة داعمة للاقتصاد الرقمي ولعب الاستثمار في البنية التحتية الرقمية دورا مهما في تسهيل ازدهار الصناعات الرقمية، وتوصلت هذه الدراسة إلى أنه لتحقيق التحول الرقمي يجب تعزيز وتطوير البنية الأساسية لقطاع الاتصالات وتقنية المعلومات، مع الاهتمام بالإنفاق على البحث والتطوير في هذا المجال مع ضرورة وضع نماذج فعالة لإدارة المخاطر المصاحبة للابتكارات.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

سيتم التطرق إلى مختلف الدراسات الأجنبية التي تناولت موضوع اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية ومختلف تجاربها، ففي دراسة قاسم محمد جلود، علي جواد حسن 2020، اليقظة الاستراتيجية ودورها في الأداء الريادي: دراسة تحليلية لأراء عينة من المديرين في شركة أور في الناصرية، والتي هدفت إلى إثبات أثر اليقظة الإستراتيجية من خلال أبعادها (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التسويقية، اليقظة التنافسية، واليقظة البيئية) للمديرين في مؤسسة أور عامة على الأداء الريادي في أبعاده (التوجه الاستراتيجي، توجيه الموارد، فلسفة المكافآت وثقافة ريادة الأعمال). وتستمد الدراسة أهميتها من خلال تناول الموضوعات المدروسة ومدى تطبيقها والتوظيف في المؤسسات العاملة في القطاع الصناعي لدراسة وتحليل مفاهيمها وأهدافها وأهميتها العلمية لتحقيق مستويات عالية من الريادة والأداء مقارنة بغيرها من المؤسسات. وقد تم الاعتماد في الدراسة التطبيقية على الاستبيان من خلال الوسط الحسابي والانحراف المعياري، وفي الوقت نفسه تم تحديد الارتباطات بين أبعاد ومتغيرات البحث، ومدى اتساق فقرات البحث وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. تعطي أقسام مؤسسة أور العراقية العامة اهتماما واضحا لمتطلبات اليقظة الإستراتيجية بكافة أنواعها؛
2. تقوم هذه الإدارات برصد ومتابعة الأحداث الظرفية من خلال المعلومات البيئية التي يستقبلونها بإشارات ضعيفة، ويعملون على تقييم مخاطرها ومواجهتها؛

3. تقوم المؤسسة بمتابعة تحركات المؤسسات المنافسة الأخرى والتعرف على نقاط القوة لديها ونقاط الضعف، بما يضمن للمؤسسة حضوراً فعالاً في المنافسة المشروعة وتحقيق التميز على المنافسين في خدمة عملائها؛

4. أظهرت نتائج البحث وجود تفاعل وتكامل بين الاستراتيجيات اليقظة والأداء الريادي الذي ساهم في جعل إدارة المؤسسة على استعداد دائم لمواجهة الظروف البيئية غير المستقرة وأحداثها المفاجئة باليقظة الإستراتيجية.

أما دراسة عزة سامي الشافي، عبد العزيز عبد التواب هاشم، حسام أحمد حنفي 2023، بعنوان "دراسة تأثير التعلم الاستراتيجي على اليقظة الاستراتيجية-دراسة تطبيقية على شركات مختارة تعمل في قطاع البترول، مصر"، فقد هدفت إلى التعرف على العلاقة بين التعلم الاستراتيجي واليقظة الإستراتيجية فيما يتعلق بمؤسسات النفط العالمية المختارة العاملة في مصر، كما تناولت الدراسة الأدوار الإستراتيجية لتلك المفاهيم وتقييم مستوى تطبيقها داخل المؤسسات قيد الدراسة. اعتمدت هذه الدراسة على إجراء مقابلات وجهاً لوجه وشبه منظمة مع الأفراد والمجموعات حيث تم إجراؤها كخطوة أولية قبل إرسال الاستطلاع واسع النطاق، من خلال عشرة أسئلة مغلقة وثلاثة أسئلة مفتوحة تم صياغتها مسبقاً من خلال ما جاء في الإطار النظري. وكان غرض الدراسة التجريبية الوصول إلى معلومات أكثر حول قطاع البترول بشكل خاص، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. كشفت المقابلة وجهاً لوجه أنه يتم تطبيق اليقظة الاستراتيجية ضمن المؤسسات النفطية الدولية محل الدراسة.

2. يجب إقرار مفهوم اليقظة الإستراتيجية داخل المؤسسة كثقافة، باعتبار اليقظة عملاً جماعياً لا يقتصر على العمل الفردي فقط، بل يتطلب الأمر تكامل جهود جميع الموظفين حسب كل منصب ضمن التسلسل الهرمي التنظيمي.

3. يجب على المؤسسات نشر ثقافة اليقظة الإستراتيجية بين الموظفين، باعتبارها أداة إستراتيجية مبتكرة لضمان البقاء والاستمرارية والقدرة التنافسية.

4. يحتاج مسؤولي المؤسسات النفطية الدولية إلى إيلاء المزيد من الاهتمام لليقظة التنافسية والتجارية، إذ يبدو أنها أقل أنواع اليقظة الإستراتيجية تطبيقاً.

5. يجب على المؤسسات النفطية الدولية أن تعمل على خلق بيئة اجتماعية فعالة وصحية مما يساهم في التعاون الجيد بين الأعضاء الداخلية.

وقد هدفت دراسة إبراهيم محمد أمين، بلغابة محمد أرسلان أكرم لسنة 2022 بعنوان "التحولات الرقمية والاستخدام الرقمي: ماهو التزام المؤسسات الجزائرية؟"، تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مستوى التزام المؤسسات الجزائرية بالتحول الرقمي واستخدام التكنولوجيا الرقمية، من خلال محاولة استفادتها من التغيرات السريعة في هذا العالم الرقمي، كما أنها تعمل على توضيح رؤية قادة الأعمال حول استخدام التكنولوجيا الرقمية من قبلهم والهدف أن يكونوا قادرين على إصدار حكمهم لاحقا على فعالية الأداة الرقمية. كما قامت بتصميم استبيان يتعلق بواقع التزام المؤسسات الجزائرية في مجال التحول الرقمي واستخدام التكنولوجيا الرقمية، حيث قام الباحثين بتوزيع 70 استبيان متضمن ل 33 سؤال موجه لرؤساء ومديري التنفيذ للمؤسسات محل الدراسة. وقد تم تحليل النتائج بالاعتماد على برنامج SPSS، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. تبين أن المؤسسات الجزائرية محل الدراسة تعمل في التحول الرقمي من خلال البدء باستغلال الرقمنة من خلال أشهر التقنيات الرقمية.
2. إن الالتزام الذي يعمل على استغلال أشهر التقنيات الرقمية يبقى محدودا مقارنة بالإمكانيات والقدرات التي تمتلكها المؤسسات الجزائرية.
3. هناك تحديات تواجه المؤسسات محل الدراسة منها ضعف جودة الإنترنت وسرعة الإنترنت المتبقية متغير حسب ساعات اليوم و/أو حسب المناطق، والذي يمنع بشدة المؤسسات الجزائرية المعنية بالدراسة على الاستخدام الفعال للتكنولوجيات الرقمية في إطار أنشطتها والذي يشكل عقبة حقيقية أمام المساواة مع المؤسسات الدولية، كما يعتبر أكبر عائق لمواجهة المنافسة.

أشارت دراسة نوار فوزي لسنة 2021 بعنوان "استخدام ومستخدمي التكنولوجيا الرقمية في الجزائر" إلى محاولة معرفة مدى استخدام التكنولوجيا الرقمية في الجزائر ومستخدميها أيضا. ولإثبات غرض الدراسة سيتم الإجابة عن ما هو معدل استخدام وتعميم التكنولوجيا الرقمية في المؤسسات الجزائرية، وكذا ما هي مختلف خصائص الأجيال X، Y، Z في الجزائر، بناء على الملاحظات التي تم جمعها على مدى عدد قليل من التجارب التي عاشها الشباب الجزائري، بالإضافة إلى الإحصائيات المتحصل عليها من مكتب الإحصاءات الوطني ونتائج المسح التي تجرئها الهيئات العالمية المتخصصة.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

1. إلى أن البرنامج الذي تم إنشائه كان مبرمجا منذ سنة 2005 وذلك من أجل تزويد جميع الأسر الجزائرية بأجهزة لكومبيوتر المنخفضة التكاليف، بالإضافة إلى المعدات اللازمة للمدارس الابتدائية والثانوية بالوسائل الالكترونية مما سيزيد من استخدامها والسيطرة على الانترنت في البلاد، وإلى سنة 2021 لم يتمكنوا من إنجاز هذا المشروع.
2. أصبح الشباب الجزائري اليوم يدرك قيمة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أنشطتهم اليومية، مما مكن المؤسسات العامة والخاصة من زيادة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة الأجيال Z و Z+.
3. السعي إلى تعميم عادات استهلاكية وإدارية جديدة، لكن للأسف توظيف الشباب يكون ضمن الشركات الإنتاجية وليس الخدمية وهذا نظرا للبطالة التي تتزايد أكثر فأكثر.
4. إن تحقيق التحول الرقمي ليس كافيا بمجرد اقتناء تقنيات جديدة، وإنما يعتمد أيضا على استخدام التكنولوجيا الرقمية والتمكن من الحصول على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي تعتبر من بين أكثر ما يحتكره المواطنون الرقميون خاصة الأجيال Z و Z+.
5. إذا كان التحول الرقمي يشكل تحديا فيجب على الجزائر أن تنجح في المستقبل القريب، من خلال الاهتمام بتغيير العقلية في إدارة الأعمال.

المطلب الثالث: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى مناقشة الدراسات السابقة المتعلقة بكل من اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية، ثم بعد ذلك التطرق إلى مختلف أوجه الاتفاق والاختلاف بين كل من الدراسة الحالية والدراسات السابقة، ثم أهم ما يميز هذه الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة أي ما ساهمت به الدراسة الحالية.

أولا: مناقشة الدراسات السابقة المتعلقة باليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية

بعد تحليل الدراسات السابقة المتعلقة بكل من المتغير التابع وهو اليقظة الإستراتيجية والمتغير المستقل وهو التحولات الرقمية، فقد أوضحت هذه الدراسات أن موضوع اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية يعتبران من الموضوعات التي نالت اهتمام الباحثين، حيث استهدفت هذه الدراسات أهم الجوانب الهامة المتعلقة باليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية، سعيا إلى الفهم العميق للعناصر

المكونة لكل من مفهوم اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية، وذلك من أجل الإحاطة الشاملة بكل المتغيرات. ما أن هذه الدراسات السابقة ساهمت في إثبات أهمية وجود اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات بصفة عامة وكذا التحولات الرقمية التي تجعلها مواكبة للمتغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال التنافسية التي تفرض عليها التأقلم والتعايش مع مختلف التحولات والتفاعلات التي تحدث في هذه البيئة. كما تختلف الدراسات السابقة فيما بينها من حيث الأبعاد والمتغيرات التي تم التركيز عليها من جانب كل دراسة، أي أن كل متغير من متغيرات الدراسة الحالية تم ربطه بمتغير آخر ما يجعل الباب مفتوحا للإسهام في إثراء الجانب المعرفي والتطبيقي لكل من المتغيرين، وقد ساعدت هذه الدراسات الباحثة في إعطاء صورة شاملة عن موضوع الدراسة مما سهل صياغة الإشكالية وبناء وضبط هيكل الدراسة. وقد عززت الدراسات السابقة الجانب النظري للدراسة الحالية من خلال المعلومات الواردة في الدراسات السابقة.

ثانيا: أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

سيتم مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة من خلال استخراج مختلف أوجه الاختلاف والاتفاق بينهم.

1. أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

فمن خلال المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة يتضح أولا أن هناك اختلافا في الجانب النظري، فقد تطرق كل باحث لمختلف الجوانب التي يرى أنها مهمة على عكس الدراسة الحالية والتي ركزت على المفاهيم الأساسية لكل من المتغيرين وأهم خطوات تطبيق التحولات الرقمية وكذا اليقظة الإستراتيجية، أما من ناحية الجانب التطبيقي فقد ركزت الدراسة الحالية على مختلف أبعاد اليقظة الإستراتيجية الأربعة والتي اعتمدها لتحليل متغير اليقظة الإستراتيجية، على غرار الدراسات السابقة والتي ركزت على مراحل اليقظة الإستراتيجية، في حين أن المتغير التابع للتحولات الرقمية فقد أخذته الدراسة الحالية مجملا دون تفصيل، لأن الدراسات السابقة حللته على أساس مظاهر التحول الرقمي.

2. أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

من خلال المقارنة المبدئية بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة يتضح أن الاتفاق يكمن في الأدوات المستخدمة في الجانب التطبيقي للدراسات، حيث تم اعتماد الاستبيان من أجل جمع مختلف البيانات قصد التقصي والبحث عن هدف الدراسة، كما تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث أبعاد المتغير المستقل وهو اليقظة الإستراتيجية.

ثالثا: مساهمة الدراسة الحالية

سيتم التطرق إلى ما تميزت به الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، ويعتبر هذا البحث استكمالا للبحوث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع اليقظة الاستراتيجية والتحول الرقمية، إلا أنه يمكننا التأكيد على مجموعة من النقاط الجوهرية التي تعكس مساهمة الدراسة الحالية.

1. لاحظت الباحثة على حد علمها عدم وجود دراسات سابقة في الجزائر حيث حاولت الربط بين كل من اليقظة الإستراتيجية والتحول الرقمية من خلال دراسة واقع هذا النظام في المؤسسات الاستشفائية الخاصة وذلك في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية.
2. تم تقديم الإطار النظري للدراسة بشكل حديث لمتغيرات الدراسة، إذ تم عرض المفاهيم النظرية بطريقة تسهل على الباحثين الوصول إليها دون جهد.
3. ركزت الدراسة الحالية على ممارسات اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، وذلك قصد التوصل إلى معرفة ما إذا كانت هذه المؤسسات تطور من نظام يقظتها الاستراتيجي أم لا خاصة في خضم التحولات الاقتصادية الرقمية، لأن العالم حاليا أصبح رقميا، وهذا ما يفرض على المؤسسات عامة والمجتمع خاصة التحول رقميا.
4. أغلب الدراسات التي تناولت اليقظة الإستراتيجية والتحول الرقمية، أهملت جانب المؤسسات الاستشفائية الخاصة والتي تعتبر عنصرا أساسيا في التفاعل مع البيئة الخارجية وهي يقظة دائما من أجل اكتساب مهارات جديدة تجعلها رائدة في مجالها، هذا خاصة في ظل البيئة التنافسية التي يشهدها هذا القطاع خاصة في محاولة تقديم خدمات ذات جودة. وقد ركزت هذه الدراسة على ما توفره المؤسسات محل الدراسة من تسهيلات وبرامج وتقنيات رقمية أكثر فعالية للتسهيل على الزبون وكسب رضاه لملا ولاءه.

5. إن أبعاد اليقظة الإستراتيجية التي تمت من خلالها الدراسة الميدانية ركزت فيها على مراعاة الجانب التنافسي، التكنولوجي، التجاري والبيئي داخل المؤسسات محل الدراسة.

المطلب الرابع: علاقة اليقظة الاستراتيجية بالتحولات الرقمية

إن اليقظة الاستراتيجية هي عبارة عن نشاط ينطلق من مشكلة معينة مثيرة للانتباه، فتعتبر بذلك الطريق الابتكاري للتفكير في كيفية التنبؤ بالفرص والتحديات التي يمكن أن تواجه المؤسسات في أي لحظة معينة، من خلال معلومات ناجمة عن تصور قبلي من طرف المؤسسة لما سيحدث ويتم ترجمتها بشكل يعود بالنفع عليها، إذ أن المؤسسة عندما تقوم بصياغة استراتيجياتها تقوم بتحديد المشكلة ومن ثم جمع كل المعلومات اللازمة ووضع البدائل المناسبة لتلك المشكلة ومن ثم تقوم باختيار البدائل بعد تقييمها وصولاً إلى القرار الأنسب والذي يتم متابعته بعد ذلك لمحاولة قياس ما إذا كانت هناك انحرافات أم لا، فكل هذه الخطوات تساعد المتيقظ على تفادي التحديات التي قد تواجهه ومن ثم فهو يعمل على اقتناص بعض الفرص المتاحة في السوق.

تعتبر اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الحديثة وسيلة فعالة لمواكبة التغيرات والتحولات التي تحدث في بيئة المؤسسة، أهمها التحولات الاقتصادية الرقمية التي أصبحت مطلوبة للغاية من قبل العديد من قادة المؤسسات خاصة في ظل الأزمات العالمية الأخيرة مثل جائحة كورونا، فرقمنة الأعمال تعمل على تحويل المنتجات والعمليات والجوانب التنظيمية بسبب التقنيات الجديدة إلى أمتها، فتعمل بذلك على تعزيز ثقافة الابتكار وتشجيع الموظفين على تجربة هذه التقنيات الجديدة، وكل هذا يأتي عن طريق نظام اليقظة الاستراتيجية المفعّل بطريقة إيجابية داخل المؤسسة من خلال التحولات الاقتصادية الرقمية التي أثرت في هذا النظام.

إن التحولات الرقمية التي تحدث بشكل سريع في هذا العالم تؤثر بشكل مباشر في اليقظة الاستراتيجية فهي تعمل على تفعيله من أجل مواكبة ما يحدث من تحولات رقمية، فقد أصبح العالم اليوم عامة والمؤسسات خاصة يتطلب وجود تحول رقمي داخلها، من خلال استخدام التكنولوجيات الحديثة لدعم عمليات التغيير داخل هذه المؤسسات، فتعمل بذلك على تحسين الكفاءة وتقليل الإنفاق وكذا تقليص بعض الإجراءات، كما أن التحول الرقمي يعمل على توفير إستراتيجية تخلق قيمة تنافسية للمؤسسة خاصة في ظل البيئة التنافسية التي تعيش فيها اليوم.

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق ذكره في هذا الفصل والذي تمحورت مضامينه حول التحولات الاقتصادية الرقمية، فإنه يتضح جليا بأن للتحولات الاقتصادية الرقمية أهمية كبيرة في بقاء واستمرارية المؤسسات ونموها، كما يجب الاستعداد لهذه العملية مسبقا وذلك في ظل البيئة الديناميكية التي تنشط فيها، وقد تم التركيز أيضا في هذا الفصل على ماهية الاقتصاد الرقمي باعتباره عنصرا أساسيا في نجاح عملية التحول الرقمي من خلال إشراك جميع الأفراد داخل المؤسسات وتوفير المواد اللازمة لذلك، لأنه من الضروري وجود مجتمع يتقن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكذا التكنولوجيات الرقمية، باعتبار المعلومات محورا أساسيا للحياة معلنة بذلك دخول عصر المعلومات كمرحلة جديدة من مراحل التطور الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع. كما تم التطرق أيضا إلى مختلف الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية والتي تناولت كلا المتغيرين: اليقظة الاستراتيجية والتحولات الاقتصادية الرقمية، والتي خلصت إلى أن الدراسة الحالية ركزت على ممارسات اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، وذلك قصد التوصل إلى معرفة ما إذا كانت هذه المؤسسات تطور من نظام يقظتها الاستراتيجي أم لا، خاصة في خضم التحولات الاقتصادية الرقمية، لأن العالم حاليا أصبح رقميا وهذا ما يفرض على المؤسسات عامة والمجتمع خاصة التحول رقميا.

الفصل الثالث

اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية
الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

بعدها تم استعراض الجانب النظري لموضوع الدراسة من خلال الفصلين الأول والثاني، حيث تم التطرق من خلالهما إلى دراسة الجوانب النظرية للمتغيرات الأساسية للدراسة والمتمثلة في اليقظة الاستراتيجية كمتغير تابع والتحويلات الاقتصادية الرقمية كمتغير مستقل، سيتم التطرق في هذا الفصل إلى اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية لكل من ولاية خنشلة، باتنة، أم البواقي وقسنطينة. ونظرا للقوانين الداخلية لبعض المؤسسات الاستشفائية في هذه الولايات وكذا حساسية القطاع الصحي الخاص لم يتم قبولنا لإجراء التريص داخلها، بحجة غياب المسير والمرافق الأول للمتربصين. وقد تم استقبالنا من طرف تسع مؤسسات والتي تعتمد كثيرا على إدخال جل ما هو حديث في مجال التكنولوجيا ونظم المعلومات والرقمنة والذي سيخدم الموضوع بصفة كبيرة.

تم إجراء الدراسة الميدانية في كل من "مركز التشخيص الطبي" البلسم الشافي"، مصحة "الوداد" ومخبر التحاليل الطبية "التوفيق" بولاية خنشلة، العيادة الطبية الجراحية "نوميديا سيفاكس" بأم البواقي، وكذا "مصحة الأرز"، عيادة "الإحسانيات" الطبية الجراحية ومخبر التحاليل الطبية "سعد العود" بولاية باتنة، عيادة "ماسينيسا" ومخبر التحاليل الطبية "ابن سينا" بولاية قسنطينة.

تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث متمثلة في:

المبحث الأول: المجال المكاني للدراسة

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية وإجراءاتها التطبيقية

المبحث الثالث: نتائج التحليل الإحصائي لمحاوَر الاستبيان واختبار الفرضيات

المبحث الأول: المجال المكاني للدراسة

اشتمل المجال المكاني للدراسة على المؤسسات الاستشفائية الخاصة، والتي لها مكانة هامة في المجتمع حيث تتولى تقديم مزيج متنوع من الخدمات الصحية المساهمة في رفع المستوى الصحي. وفي هذا الصدد سنتناول في هذا المبحث أهم النقاط التعريفية الخاصة بالمؤسسات محل الدراسة من خلال المطالب التالية.

المطلب الأول: تقديم المؤسسات محل الدراسة المختارة لولاية خنشلة

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى نشأة وتعريف، خصائص مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي" ومخبر التحاليل الطبية "التوفيق" ومصحة "الوداد"، مختلف الأهداف، الخدمات، والهيكل التنظيمي.

أولاً: مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي" خنشلة

تأسس المركز في 15 جانفي 2011 كعيادة نهائية متخصصة في داء السكري والغدد بقيادة الدكتور لحماري رشيد (المدير التقني)، وكانت مقصورة فقط على تخصص وحيد وهو الغدد وداء السكري، وتحتوي على مخبر تحاليل تابع لمخبر بباتنة يقوم بأخذ العينات فقط، وبتاريخ أوت 2020 أصبحت هذه المؤسسة مركزاً للتشخيص الطبي-البلسم الشافي- والذي يحتوي على عدة مصالح أهمها مصلحة الأشعة والتصوير الطبي، مصلحة التحاليل الطبية ومصحة الفحوصات الطبية.

1. التعريف بمركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي"

هي مرفق خاص ذو طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية، الاستقلال المالي، والمسؤولية المحدودة. تتكفل بصفة متكاملة ومتسلسلة بالحاجات الصحية لسكان ولاية خنشلة والولايات المجاورة لها، كباتنة، أم البواقي، تبسة وبسكرة. ويعتبر مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي" مؤسسة متوسطة الحجم تشتمل على ثلاث مصالح، تعمل في مناخ ديناميكي وتحاول استخدام التكنولوجيا الحديثة نسبياً- منفتحة على التكنولوجيا الحديثة- بما يسهل الإجراءات الروتينية ويتيح إنجاز البعض منها عن بعد، وكل هذا في إطار رؤيا إستراتيجية لمدير المركز بهدف تحقيق التطورات المستمرة في ظل مرونة إدارية وتنظيمية

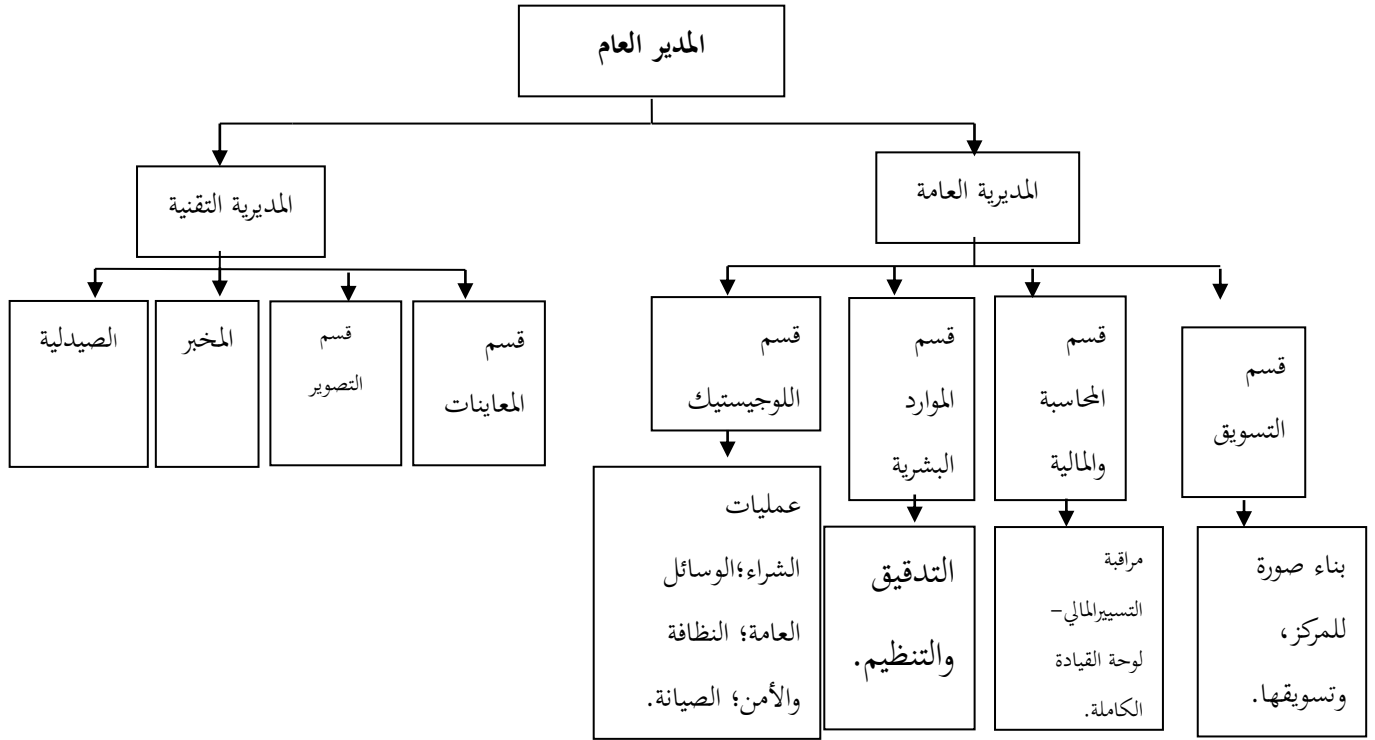
الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

تسمح بتحقيق الأهداف والطموحات، التكيف، البقاء والنمو، وعلى غير العادة في المؤسسات الجزائرية التي تغلب عليها أشكال تقليدية في التسيير. فمدير مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي" يتمتع بخلفية إدارية وإستراتيجية جعلته يقر بضرورة التوجه نحو شكل تنظيمي مدروس مبني على تشخيص مسبق ودقيق. ويقع المركز في تجزئة طارق بن زياد، قرب المحطة البرية لنقل المسافرين ولاية خنشلة.

2. الهيكل التنظيمي لمركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي"

الهيكل التنظيمي هو العمود الفقري للمؤسسة، بفضلها يمكنها بلوغ الأهداف من خلال ترجمة الرؤى والاستراتيجيات إلى مشاريع عملية ضمن هيكل إداري يحتوي على الكفاءات الإدارية المكلفة بالإنجاز.

الشكل رقم 1-3: الهيكل التنظيمي لمركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي"



المصدر: الوثائق المقدمة من مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي"

من خلال الشكل المحدد للهيكل التنظيمي الخاص بمركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي"

يمكن حصر مهام الموارد البشرية التابعة له والمولدة للأنشطة على النحو التالي:

1. المدير العام: منصبه يغلب عليه الطابع الاستراتيجي ذو الرؤية الاستراتيجية وتصور الخيارات الاستراتيجية المستقبلية. ولكن بالنظر إلى حجم مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي" المتوسط نسبيا فإن المدير ملزم أيضا بإعطاء جزء من اهتمامه للجوانب العملية (40% إستراتيجية، 60% تشغيل).

2. الوظائف التنفيذية: تعد سبب وجود أي مؤسسة، تتكون من مديرتين وفق ما يلي:

- المديرية العامة: تتكون من الوحدات التالية: المالية والمحاسبة والتي تقوم على تحضير الملفات المحاسبية وتسليمها للمحاسب المعتمد، مع إدارة أموال المركز من مداخيل ومصاريف وتوجيهها، أي إدارة الموارد المالية الداخلة والخارجة مع إعداد لوحة القيادة الكاملة الخاصة بالقسم. أما فيما يخص الموارد البشرية فيتم تطوير وتنظيم وتخطيط القوى العاملة وشؤون الموظفين والإشراف على برامج تأهيل ورفع كفاءة الموظفين ورعاية حقوقهم والتأكد من حسن سير العمل في المركز الطبي. أما وحدة التسويق فتقوم ببناء صورة المركز، تسويقها والمحافظة عليها في حين أن اللوجستيك متخصص في تخطيط وتطبيق ومراقبة سير وتدفق السلع والخدمات والمعلومات من وإلى المركز.

- المديرية التقنية: تسهر على الإشراف على الوظائف العملية التي تمثل سبب وجود المؤسسة، ومن المقترح أن يكون المدير العام هو المسؤول عنها، حيث تحتوي هذه المديرية على الوحدات التالية: المعاينات الطبية، الأشعة والتصوير، مخبر التحاليل الطبية والصيدلية.

3. خدمات مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي"

مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي" شأنه شأن المؤسسات الأخرى له خدمات مختلفة ومتناسقة مع بعضها لغرض تحقيق الأهداف المسطرة وهي تقديم خدمة صحية ملائمة لمختلف طالبيها، حيث يحتوي المركز على ثلاث وحدات خاصة تمثل خدماته وهي:

1. وحدة الأشعة والتصوير الطبي: تحتوي هذه المصلحة على عدة أجهزة طبية بقيادة طبيب مختص في الأشعة والتصوير الطبي، مع فريق شبه طبي يتكون من تقني أشعة يتحكم في الأجهزة الطبية، عاملة

استقبال وممرض، تحتوي هذه المصلحة على عدة أجهزة منها: جهاز IRM، scanner، radio، écho،
radio standard، DMO radio، panoramique dentaire، mammographie.

2. وحدة التحاليل الطبية: بقيادة طبيبة مختصة في البيولوجيا، وفريق تقني متخصص، تحتوي هذه
المصلحة على ممرضين، عاملات استقبال، عاملات متخصصات في تسجيل التحاليل الطبية للأطباء
الداخليين للمركز، وتشتمل على عدة أجهزة متخصصة في معاينة التحاليل الطبية.

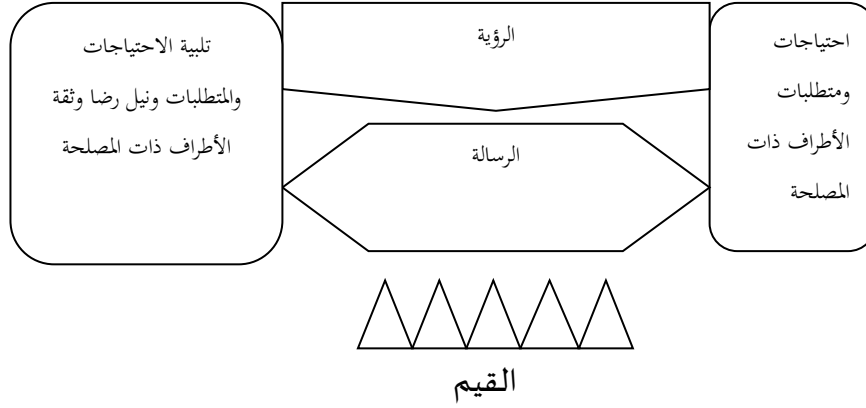
3. وحدة التشخيص بالفحوصات الطبية: تحتوي هذه الوحدة على العديد من الفحوصات الطبية
الخاصة ب: أمراض الغدد وداء السكري (خلية أطباء متخصصون في المجال)، أمراض القلب (طبيبان)،
أمراض الجهاز الهضمي (طبيب)، أمراض النساء (طبيب)، الإنعاش والتخدير (طبيب)، أمراض
الأعصاب (طبيب)، أمراض الأطفال (طبيب).

4. أهداف مركز التشخيص الطبي "البلسم الشافي"

للمركز كباقي المؤسسات الاقتصادية والعيادات العامة والخاصة أهداف يمكن إيجازها فيما يلي:

- ✓ الرؤية: بناء مؤسسة رائدة في الخدمات الصحية في المنطقة والجزائر، والمساهمة في تطوير
المنظومة الصحية في بلادنا.
- ✓ الرسالة: تقديم خدمات صحية ذات جودة وفق الأساليب الحديثة من خلال فريق عمل محترف
وباستخدام أحدث الأجهزة والمعارف العلمية التي تم التوصل إليها.
- ✓ القيم: وتتمثل في إرضاء الزبون وهو الغاية، من خلال تطبيق معايير الجودة والالتزام بها الالتزام
الصارم بأخلاقيات المهنة، العمل بروح الفريق، التطوير المستمر، التكوين المستمر.

الشكل رقم 2-3: أهداف مركز التشخيص الطبي "البلمسم الشافي"



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على سجلات مركز التشخيص الطبي "البلمسم الشافي"

ثانيا: مخبر التحاليل الطبية "التوفيق"

تأسس المخبر في 12 فيفري 2018 كمخبر للتحاليل الطبية، بقيادة الدكتور بن حورية توفيق (المدير التقني). يقع المخبر في حي المستشفى - خنشلة، مساحته 224م²، من بين مهامه إنشاء التحاليل الطبية المتخصصة.

1. تعريف مخبر التحاليل الطبية "التوفيق"

هو مؤسسة صحية خاصة ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية، الاستقلال المالي، والمسؤولية المحدودة. تتكفل بصفة متكاملة ومتسلسلة بالخدمات الصحية لسكان ولاية خنشلة خاصة وبلدياتها، إذ يعتبر المخبر مؤسسة صغيرة، تشمل على مصلحة واحدة فقط وهي المتكفلة بالتحاليل الطبية، من خلال سحب عينات الدم إلى استخراج النتائج. وتعمل على استخدام التكنولوجيا الحديثة، وكل هذا في إطار إستراتيجية مدير المخبر.

2. أهداف مخبر التحاليل الطبية "التوفيق"

يسعى المخبر إلى توفير مختلف التحاليل الطبية غير المتوفرة في المنطقة والمطلوبة من قبل الأطباء، من أجل التسهيل على المريض برفع العناية عليه في التنقل إلى الولايات المجاورة، وأيضا من أجل

التقليل من إرسال عينات الدم إلى الدول الأجنبية، وذلك لربح الوقت وتخفيض التكلفة على المريض، خاصة عند مقارنتها مع السعر الذي سيقوم بتسديده في حالة ما تم إرسال عينته إلى منطقة أخرى، وفي المقابل سيحصل على نفس النتيجة بأقل جهد وأقصر وقت وتكلفة.

3. الهيكل التنظيمي للمخبر

على الرغم من أن المؤسسة قائمة بذاتها إلا أنها لا تتوفر على هيكل تنظيمي، وهذا راجع لصغر حجمها، فهي تتكون من:

✓ المدير التقني: وهو الطبيب المسؤول عن التحاليل الطبية، وهو الذي يقوم بمراقبة مدى سير العمليات اليومية في المخبر، وكذلك المصادقة على التحاليل الطبية والتأكد من صحتها ومصداقيتها؛

✓ المحاسب: هو الذي يتكفل بكل الأعمال المحاسبية اليومية والشهرية، كما يتواصل معه فريق العمل من أجل استخراج الوثائق الخاصة بهم كشهادة كشف الراتب؛

✓ العمال: يتكون المخبر من عشر عمال، من ذوي الاختصاص في مجال التحاليل الطبية، منهم من يقوم بتسجيل المريض وأخذ كافة المعلومات التي يحتاجونها تكوين ملف الكتروني للمرضى، منهم من يقوم بسحب العينات، كما أن هنا فريق يقوم بمساعدة الطبيب من أجل استخراج التحاليل الطبية.

4. خصائص مخبر التحاليل الطبية التوفيق: تتمثل خصائصه فيما يلي:

✓ ظروف العمل في المخبر ملائمة؛

✓ مهام العمال مقسمة وواضحة، إلا أنهم يستطيعون العمل في أماكن بعضهم البعض، وهذا راجع لطبيعة تكوينهم في اليوم الأول عند حضورهم للعمل؛

✓ هناك تفاعل ديناميكي ومميز داخل المخبر، وهذا راجع لصغر حجم المؤسسة، أي أنهم يستطيعون الاتصال مع بعضهم البعض بطريقة مباشرة دون اللجوء لقنوات الاتصال، ففي حالة وجود مشكل ما يسهل وجود حل له.

ثالثا: مصحة "الوداد" الطبية الجراحية خنشلة

تأسست مصحة "الوداد" في سنة 2012 كعيادة طبية جراحية، بقيادة الدكتور لغماسي فريد كمدير تقني لها. تقع هذه المصحة في طريق العزار خنشلة، كمؤسسة مستقلة ماليا ومعنويا. تحتوي على عدة أقسام متمثلة في التصوير الطبي، التحاليل الطبية، الفحوصات الطبية وقسم للعمليات الجراحية.

1. خدمات مصحة "الوداد": تتكون مصحة "الوداد" من عدة أقسام متمثلة في:

✓ قسم الفحوصات الطبية: وهي تخصص: أمراض النساء والتوليد، أمراض العظام، الجراحة العامة والمتخصصة في طب الأطفال، الأمراض الباطنية وداء السكري، طب الأطفال، التخدير والإنعاش، أمراض الجهاز الهضمي، أمراض القلب والشرايين، أمراض الأنف الحنجرة والأذن، أمراض المسالك البولية والاستعدادات الطبية.

✓ قسم التصوير الطبي: يقع هذا القسم في الطابق الأول من المصحة، ويحتوي هذه القسم على عدة أجهزة طبية حديثة بقيادة أطباء مختصين في الأشعة والتصوير الطبي، مع فريق شبه طبي يتكون من تقني أشعة يتحكم في الأجهزة الطبية، عاملة استقبال وممرض، يحتوي هذه القسم على عدة أجهزة منها: جهاز scanner، radio، écho، radio standard، DMO radio، panoramique dentaire، mammographie. وتم خلال هذا العام الجاري إضافة ما يعرف بالرنين المغناطيسي IRM.

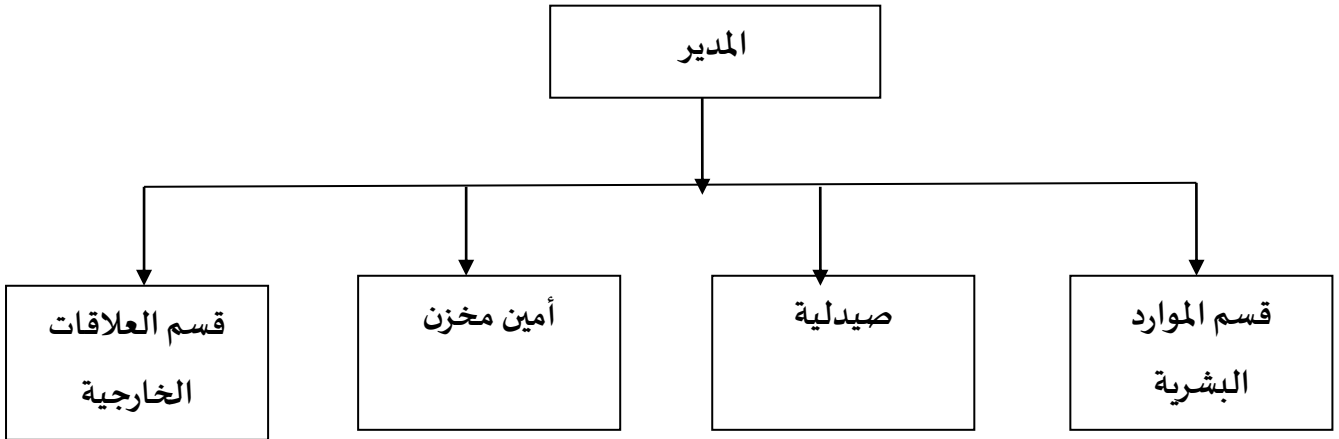
✓ قسم العمليات الجراحية: يترأس هذا القسم فريق طبي متخصص في إجراء العمليات الجراحية المتخصصة والعامة، حيث يحتوي هذا القسم على أربع غرف مجهزة بأربعة أجهزة للتنفس، تنظير القولون، طاولة متخصصة لأمراض العظام، أربع طاولات متخصصة للعمليات الجراحية، أربع أضواء للتشغيل الثابت وواحدة لأضواء التشغيل المتحرك، وغرفتين للإنعاش مجهزة بأربعة أسرة.

✓ قسم التحاليل الطبية: يحتوي على طبيب مختص في التحاليل الطبية، ويتم سحب العينات صباحا واستخراج النتائج مساء، مع المحافظة على المصداقية الدائمة للتحاليل الطبية.

2. الهيكل التنظيمي لمصحة "الوداد"

من خلال المقابلة التي أجريت مع مدير المصحة تم استخراج هذا الهيكل التنظيمي الخاص بالمؤسسة.

الشكل رقم 3-3: الهيكل التنظيمي لمصحة "الوداد"



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على وثائق مصحة "الوداد"

المطلب الثاني: تقديم المؤسسات محل الدراسة المختارة لولاية أم البواقي وقسنطينة

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى النشأة، الخدمات المقدمة ومختلف أهداف كل من عيادة "نوميديا سيفاكس" أم البواقي، مخبر التحاليل الطبية "ابن سينا" قسنطينة والعيادة الطبية الجراحية "ماسينيسا" بالخروب قسنطينة.

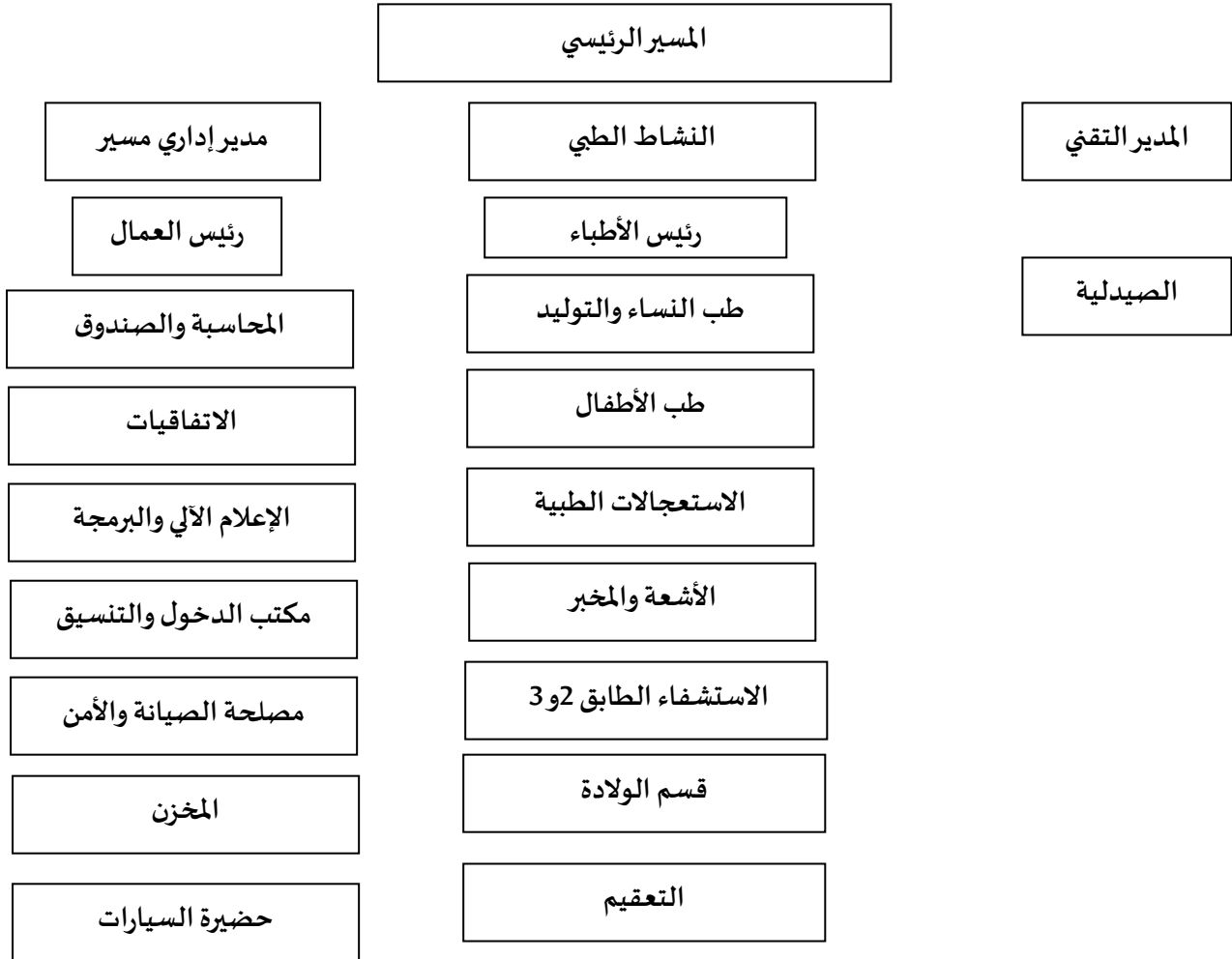
أولا: عيادة "نوميديا سيفاكس" الطبية الجراحية أم البواقي

تأسست عيادة "نوميديا سيفاكس" بسنة 2020 كعيادة طبية جراحية من طرف الطبية المختصة في أمراض النساء والتوليد زايري س، تتضمن 85 عامل مابين الطبي، شبه الطبي، الأعوان ومهندسات النظافة، تضم العديد من الأقسام منها: الجراحية، الفحوصات الطبية، التصوير الطبي والتحاليل الطبية.

1. الهيكل التنظيمي لعيادة "نوميديا سيفاكس" الطبية الجراحية

يمكن توضيح هيكل تنظيم عيادة نوميديا سيفاكس الطبية الجراحية من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 3-4: الهيكل التنظيمي لعيادة "نوميديا سيفاكس" الطبية الجراحية



المصدر: وثائق عيادة "نوميديا سيفاكس" الطبية الجراحية

ثانياً: مخبر التحاليل الطبية "ابن سينا" قسنطينة

تأسس مخبر التحاليل الطبية "ابن سينا" قسنطينة بتاريخ 08 أفريل 1994، بقيادة الدكتور حمادي، حيث اعتبر هذا الأخير أن المؤسسة خلال الثلاثين سنة التي مضت وهي في تفاعل مستمر مع المستجدات العلمية والصحية. ويحتوي هذا المخبر على أحدث التقنيات والآليات الحديثة لضمان نتائج تحاليل ذات مصداقية. والمؤسسة لم تقم بمراجعة تسعيرة خدماتها منذ أكثر من عشر سنوات وهذا راجع

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

لمراعيتها للظروف المادية لكافة الوافدين للمخبر. وتميز المخبر في فترة جائحة كوفيد 19 بمنح امتيازات لكافة العمال الذين لهم علاقة مباشرة بالمرضى بما فيهم الشبه الطبي وأعاون الحماية المدنية.

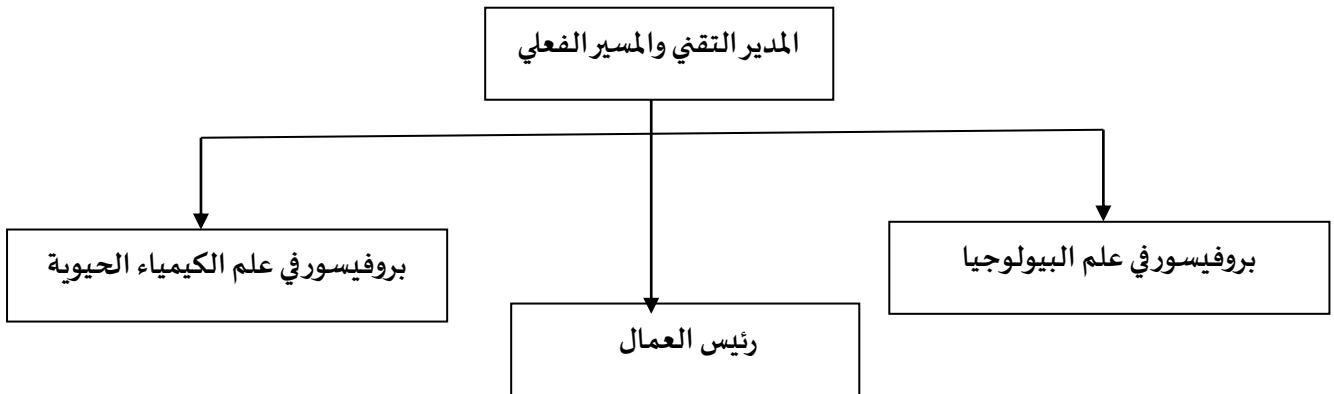
يقوم الدكتور المسؤول بصفة أولية بمراقبة كل ما يدور في المخبر، ومع أن لديه مختصين في كل مجال من مجالات التحاليل الطبية المختصة لكنه يقوم بالتنسيق بينهم، كونه المسؤول الأول. ويحتوي هذا المخبر على 32 عاملاً.

مخبر "ابن سينا" أو ما يعرف بمخابر "ابن سينا" لأن ولاية قسنطينة تحتوي على أربع مخابر بنفس الاسم، لكن كل مخبر مستقل بذاته يعني له مسؤوله الخاص بعماله المستقلين أيضاً وغير تابع للمخابر الأخرى، لكن ما يميز هذا المخبر أن المخابر الأخرى تقوم بعمل التحاليل الطبية الروتينية اليومية لكن كل ما هو متخصص أكثر يتم إرساله له، يعني أن كل هذه المخابر تعمل في شكل مجموعة متكاملة ومتناسقة وتعمل بنفس التقنيات والآليات يعني المريض أينما قام بإجراء التحاليل النتيجة تكون نفسها، وهذا راجع لنفس التقنيات المستخدمة في استخراج التحاليل الطبية.

1- الهيكل التنظيمي لمخبر "ابن سينا"

الشكل الموالي يوضح الهيكل التنظيمي المعتمد من طرف مخبر ابن سينا:

الشكل رقم 3-5: الهيكل التنظيمي لمخبر التحاليل الطبية "ابن سينا"



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على وثائق المخبر.

2- خدمات مخبر التحاليل الطبية "ابن سينا"

يتكون المخبر من عدة أقسام متخصصة في التحاليل الطبية ويحتوي على قسم خاص بالبيولوجيا الجزيئية ولها رئيس قسم خاص بها يتابع كل التطورات الداخلية والخارجية، أيضا هناك قسم متخصص في علم الكيمياء الحيوية، هناك أيضا قسم متخصص في علم الميكرو بيولوجيا، الهرمونات وأمراض الدم.

في الطابق السفلي حيث يتم استقبال المرضى وتسجيلهم قبل أخذ وسحب العينات هناك مسؤولية على هذا الطابق من أجل التنظيم والتنسيق بين مختلف العمال في ذلك الطابق.

ما يميز هذا المخبر أن كل قسم يقوم بكتابة كل ما يحتاج وعرضه في شكل وصل طلب يصل هذا الأخير إلى المدير التقني في صورته النهائية من أجل المصادقة عليه فقط، وهذا راجع لتحمل كل قسم لمسؤوليته الخاصة.

ثالثا: العيادة الطبية الجراحية "ماسينيسا" الخروب قسنطينة

عيادة "ماسينيسا" تأسست في 7 نوفمبر 2007 وهي مؤسسة خاصة معتمدة من قبل وزارة الصحة، تقع بمدينة الإخوان سبيكة بالموزينة بجوار مدينة 900 سكن الخروب قسنطينة. تقع العيادة في موقع لطيف ومرح وصيدق للمرضى، يتميز موقعها بدخول سهل هادئ، يترأس العيادة السيد سليمان عزالدين، أما المدير الطبي فهو الدكتور رأس العين عبد الحكيم.

1. أهداف عيادة "ماسينيسا"

العيادة طبية وجراحية متعددة التخصصات تتكون من 108 عامل، هدفها الرئيسي هو تزويد المرضى بالرعاية الجيدة الكافية من خلال:

- ✓ اختيار الممارسين المؤهلين الذين يمارسون هناك؛
- ✓ تصميم منصة تقنية كاملة وعالية الجودة؛
- ✓ التواجد الدائم لفريق طبي وشبه طبي يهتم باحتياجات المرضى.

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

2. خدمات عيادة "ماسينيسا": تحتوي عيادة "ماسينيسا" على العديد من الخدمات متمثلة في ما

يلي:

- ✓ خدمة الاستقبال والاستعلام؛
- ✓ خدمة الاستشارة؛
- ✓ خدمة الطوارئ الطبية 7/7 – 24/24؛
- ✓ قسم طب الأطفال؛
- ✓ قسم الجراحة العامة؛
- ✓ قسم أمراض النساء والتوليد؛
- ✓ خدمة التنظير بالفيديو (تنظير ألياف الجهاز الهضمي العلوي والسفلي)؛
- ✓ خدمة التصوير الطبي (الماسح الضوئي – 02 طاولة أشعة – 02 جهاز الموجات فوق الصوتية – تصوير الثدي بالأشعة – بانورامي الأسنان) المزودة بنظام المسح؛
- ✓ مخبر التحاليل الطبية؛
- ✓ النقل الطبي؛
- ✓ خدمة الوسائل العامة (المطبخ-المغسلة).

3. خدمة الاستشفاء: وتشمل مايقارب من 20 غرفة مجهزة بها تلفزيون وثلاجة ومكيفات هواء وقائمة شخصية، كما أن جميع الغرف مجهزة بما يسمى بنظام "الاستدعاء المرضي" مع إمكانية إيقاف التشغيل بجانب سرير المريض، وهناك أيضا غرف فردية وثنائية.

4. عرض الرعاية: تقدم العيادة الدعم لجميع أنواع الرعاية المتعلقة بالطب والجراحة وأمراض النساء والتوليد والتحاليل الطبية وجراحة العظام وجراحة الأعصاب والمسالك البولية وجراحة الأطفال والتشخيص وما إلى ذلك. كما تضمن المعدات التقنية عالية الأداء بأحدث التقنيات، جنبا إلى جانب معرفة الموظفين، بالزامية حصول كل مريض على خدمة طبية ذات جودة كافية وبأمان تام، ويتم الترويج لجميع هذه الخدمات من قبل فريق من الأطباء المتفرغين والمعتمدين.

المطلب الثالث: تقديم المؤسسات محل الدراسة المختارة لولاية باتنة

يتم التطرق في هذا المطلب إلى تعريف شامل حول كل من عيادة "الأرز" وعيادة "الإحسانيات".

أولاً: عيادة "الأرز" الطبية الجراحية باتنة

هي مصحة طبية جراحية تأسست بقيادة الدكتور المختص في الجراحة العامة بلعباس عبد الرزاق وهو المسير الفعلي للمصحة، وهناك طبيب مسؤول على الفريق الطبي الدكتور حميدي. تقوم بتقديم الخدمات 24 ساعة على 24 ساعة ليلاً ونهاراً، تحتوي على فريق طبي يعمل نهاراً من الساعة الثامنة صباحاً حتى الساعة الخامسة مساءً، وهناك فريق طبي آخر يبدأ العمل من الساعة الخامسة مساءً حتى الثامنة صباحاً، بنظام مناوبة أي يومين راحة ويوم عمل.

1. خدمات عيادة "الأرز" الطبية الجراحية: تحتوي العيادة على عدة أقسام مختلفة، منها الجانب الطبي والجانب الجراحي بدءاً بـ:

- ✓ قسم الأمانة: ولها مسؤول واحد فقط هو الذي يقوم بمتابعة كل ما يجري في هذا القسم.
- ✓ قسم الاستقبال: يضم هذا الأخير عاملتين، تعمل الأولى من الساعة الثامنة صباحاً إلى غاية الواحدة زوالاً، تنوب عليها الأخرى ابتداءً من ساعة خروجها إلى غاية الساعة الخامسة.
- ✓ قسم التحاليل الطبية: هناك أيضاً عاملتان تعملان بنظام المناوبة أي يومين لكل عاملة نترأسها طبيبة مختصة في التحاليل الطبية، لضمان استخراج نتائج ذات مصداقية.
- ✓ قسم الطب العام: يترأسه الدكتور حميدي، والذي يشرف على العلاج الموضعي، وهناك أيضاً طبيب مختص في المسالك البولية يعمل يوماً واحداً فقط في الأسبوع، في ما يخص الطبيب المختص في النساء والتوليد فيوجد فقط من يقوم بالعمليات الجراحية ولا يوجد طبيب مناوب في المصحة.
- ✓ قسم الجراحة العامة: ويحتوي على أطباء مختصين في الجراحة العامة، كذلك طبيب مختص في التخدير، أكيد هناك مساعدي الأطباء وهم ممرضتان وممرض.
- ✓ قسم استقبال المرضى: والذي بدوره ينقسم إلى جناحين، الأول مختص بالرجال ويعمل فيه ممرضان نهاراً وممرضان ليلاً، أما الجناح الخاص بالنساء فتعمل فيه ممرضتان نهاراً وممرضتان ليلاً.

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

✓ قسم الجراحة الصغرى: يضم هذا القسم ممرضتين، وتقوم الأولى بالإشراف على رعاية المريض من القيام بتغيير الكمادات، مراقبة سير السيروم، أما الأخرى فتقوم بمراقبة جروح العمليات الجراحية للمرضى والسهر على راحتهم.

✓ قسم التنظيف: هناك مهندسات نظافة تقمن بالسهر على نظافة الغرف وأغطية وأفرشة المرضى، وتعملن بالمناوبة أي بعضهن نهارا وبعضهن ليلا.

كل الأطباء الذين يعملون داخل هذه المصحة متعاقدون معها فقط، أي يحضرون للمصحة لإجراء العمليات الجراحية فقط. أما بخصوص الفحوصات الطبية فيقومون بها في أماكن أخرى خارج المصحة.

ثانيا: عيادة "الإحسانيات"

المؤسسة الاستشفائية الخاصة "الإحسانيات" تقع في حي كشيدة 02 بباتنة، تعمل 24 ساعة على 24 ساعة، مجهزة بأحدث التقنيات ولها فريق طبي متميز. تحتوي على 146 عامل.

1. خدمات المؤسسة الاستشفائية الخاصة "الإحسانيات"

✓ الجراحة العامة: (الجراحة بالمنظار، جراحة البواسير والناسور الشرجي والشق الشرجي بالليزر).

✓ جراحة الكلى والمسالك البولية.

✓ جراحة الأنف، الأذن والحنجرة.

✓ جراحة العظام.

✓ جراحة الأطفال.

✓ تفتيت حصى الكلى بدون جراحة.

✓ جراحة العيون (تصحيح النظر ونزع النظارات بالليزر).

✓ جراحة أمراض النساء والتوليد.

✓ غرفة مجهزة VIP.

✓ مركز الأشعة: سكانير، ايكوغرافي، ماموغرافي، أشعة رقمية

✓ مخبر التشريح المرضي.

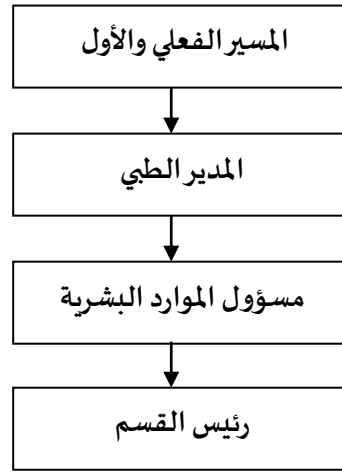
✓ مخبر التحاليل الطبية.

✓ الاستعجالات الطبية 24 ساعة على 24 ساعة.

2. الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاستشفائية الخاصة "الإحسانيات"

يمكن التعبير عن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاستشفائية الخاصة "الإحسانيات" في الشكل
الموالي:

الشكل رقم 3-6: الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاستشفائية الخاصة "الإحسانيات"



المصدر: وثائق المؤسسة الاستشفائية الخاصة "الإحسانيات"

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية وإجراءاتها التطبيقية

تم في هذا المبحث تحديد منهج ومجتمع الدراسة، وكذا الأدوات التي تم اعتمادها في جمع البيانات في الدراسة.

المطلب الأول: منهج، مجتمع وأدوات الدراسة

في هذا المطلب سيتم ذكر كل من المنهج المتبع في الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة وكذا أدوات الدراسة المعتمد عليها.

أولاً: منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وهو طريقة منهجية مرتبة حيث يقف عند وصف الظاهرة وتحليلها ومحاولة التعرف على أسباب حدوثها والتوصل إلى نتائج لحل هذه المشكلة، وكشف العلاقة بين متغيراتها ومستوى الارتباط بينها.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة: سيتم التطرق إلى كل من مجتمع الدراسة وعينة الدراسة. (مانع، 2014،
صفحة 303)

1. مجتمع الدراسة: يعرف مجتمع الدراسة على أنه مجموعة كبيرة ومحددة من الأفراد أو العناصر التي تمتلك صفة مشتركة واحدة أو أكثر، حيث تمثل مجتمع الدراسة في هيئة الإدارة العليا في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، باعتبارهم المسؤولين في صناعة القرارات العليا منها ما يلائم الموضوع، والمتعلق أساساً بالمتغير التابع وهو اليقظة الإستراتيجية متمثلة في خلية اليقظة والذي يعبر عنها بمدير المؤسسة والنائب ومختلف رؤساء الأقسام في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، أو المتغير المستقل والمتمثل في التحول الرقمي الهادف إلى مواكبة التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، وبلغ مجتمع الدراسة 55 مفردة.

وقد تكون المجتمع الإحصائي للدراسة من 9 مؤسسات إستشفائية في كل من ولاية خنشلة، أم البواقي باتنة وقسنطينة. وتضم هذه المؤسسات 55 شخصا بين مدير، نائب مدير، رؤساء الأقسام، وهو ما يمثل المجتمع الإحصائي الأصلي.

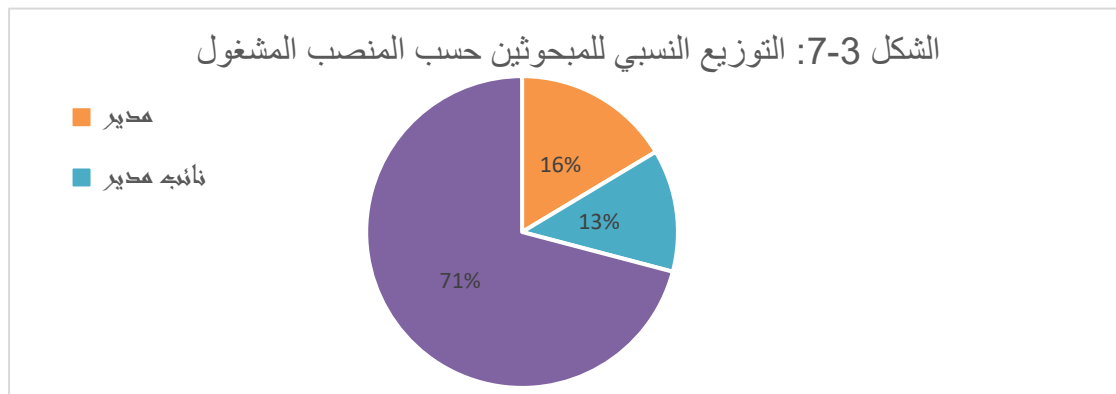
الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

الجدول رقم 3-1: المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة وعدد الاستبيانات الموزعة

المؤسسة	عدد الاستبيانات	النسبة المئوية %	النسبة المئوية التراكمية %	الولاية
عيادة "الإحسانيات"	8	14,5	14,5	
مخبر سعد العود	2	3,6	18,2	
مخبر "ابن سينا"	5	9,1	27,3	
مصحة "الوداد"	8	14,5	41,8	
عيادة "ماسينيسا"	9	16,4	58,2	
عيادة "الأرز"	6	10,9	69,1	
عيادة "نوميديا سيفاكس"	7	12,7	81,8	
مركز "البلسم الشافي"	9	16,4	98,2	
مخبر "التوفيق"	1	1,8	100,0	
المجموع	55	100	/	

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات نظام spss

2. عينة الدراسة: لقد تم استقصاء من يشغل مناصب إدارية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، وعليه فقد تم اختيار عينة قصدية ممثلة في هيئة الإدارة العليا بشكل عام لأنهم يساهمون في صنع القرار (المدراء، نواب المدراء ورؤساء الأقسام)، وقد تم توزيع 55 استبيانا حسب المنصب المشغول كما توضحه الدائرة النسبية التالية:



المصدر: من إعداد الباحثة

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

لقد قمنا بمسح المجتمع كاملا بتوزيع 55 استبياناً على مجتمع الدراسة ككل، حيث باشرنا بتوزيع الاستبيان والذي امتد لأسبوع كامل وهذا راجع لمجتمع الدراسة المتواجد في ولايات مختلفة، وقد تم استرجاع النتائج في مدة لا تتجاوز عشرة أيام.

الجدول رقم 3-3: معدل الاسترداد للاستبيانات الموزعة

الاستمارات الموزعة	الاستمارات المستردة	نسبة الاسترداد %
55	55	100

المصدر: من إعداد الباحثة

3. خصائص أفراد عينة الدراسة: اشتملت خصائص أفراد عينة الدراسة على عدة متغيرات متمثلة في البيانات الشخصية لكل مستجوب منها: الجنس، المؤهل العلمي، الأقدمية في المؤسسة وعمر المؤسسة، ويمكن تلخيص هذه الخصائص في الجدول الموالي:

الجدول رقم 3-4: خصائص أفراد عينة الدراسة

رقم المتغير	المتغيرات	الفئات والمسميات	العدد	النسبة المئوية %
1	الجنس	ذكر	23	41,8
		أنثى	32	58,2
		المجموع	55	100
2	المؤهل العلمي	تعليم ثانوي	3	5,5
		تكوين مهني	4	7,3
		تعليم جامعي	48	87,3
		المجموع	55	100
3	الأقدمية في المؤسسة	1-5 سنوات	26	47,3
		5-10 سنوات	9	16,4
		أكثر من 10 سنوات	20	36,4
		المجموع	55	100
4	عمر المؤسسة	5 سنوات	7	12,7

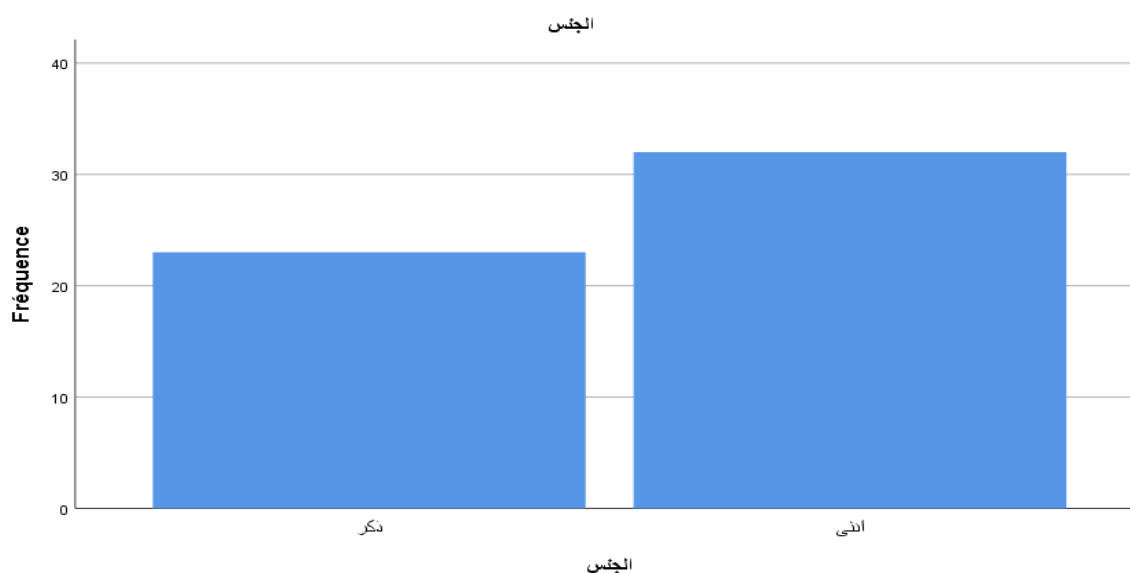
الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

1.8	1	6 سنوات	
30.9	17	13 سنة	
16.4	9	16 سنة	
25.5	14	20 سنة	
12.7	7	30 سنة	
100	55	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات نظام spss

بالنسبة للجنس: فقد اشتمل على متغيرين أساسيين هما الذكور والإناث، إذ أن عدد الأشخاص الذين قاموا بالإجابة على الاستبيان من جنس ذكر 23 بنسبة 41.8%، أما الجنس الآخر فقد قامت 32 أنثى بالإجابة على الاستبيان أي ما يعادل نسبة 58.2%، وبالتالي فإن النسبة الأكثر كانت لفئة الإناث، هذا ما يعني أن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة تعمل على توظيف الجنسين بنسبة متقاربة إلا أن الإناث لهن الدور الأكبر من حيث تمثيل المؤسسات محل الدراسة، من خلال ما أبرزته عينة الدراسة المختارة، وهذا ما توضحه الأعمدة البيانية المبينة في الشكل التالي.

الشكل رقم 3-7: الأعمدة البيانية الخاصة بمتغير الجنس

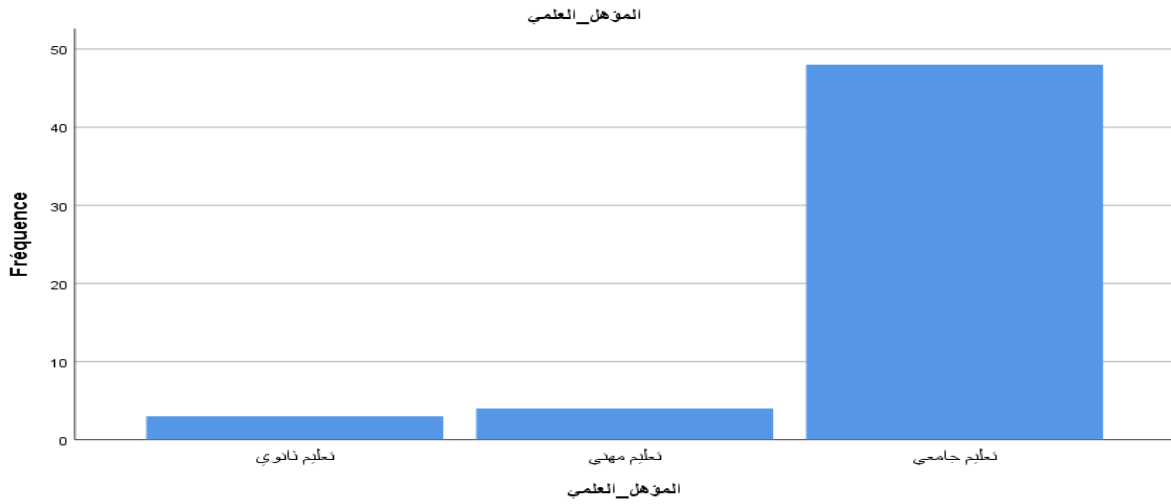


المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات نظام spss

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

بالنسبة للمؤهل العلمي: فقد توزع أفراد عينة الدراسة على ثلاث فئات علمية وبنسب مختلفة ومتفاوتة. فعدد الأشخاص الذين يعملون في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة بنسبة كبيرة من ذوي التعليم الجامعي أي 48 شخص ما يعادل نسبة 87.3%، وهذا ما يدل على أن معظم العاملين في المؤسسات محل الدراسة إطارات ومن ذوي الاختصاص. أما فئة اكوين المهني والتعليم الثانوي فهي شبه منعدمة (4) و(3) على التوالي بنسبة مئوية متقاربة أيضا على التوالي (7.3% و 5.5%)، حيث يمكن تمثيل الأعداد السابقة بالأعمدة البيانية التالية.

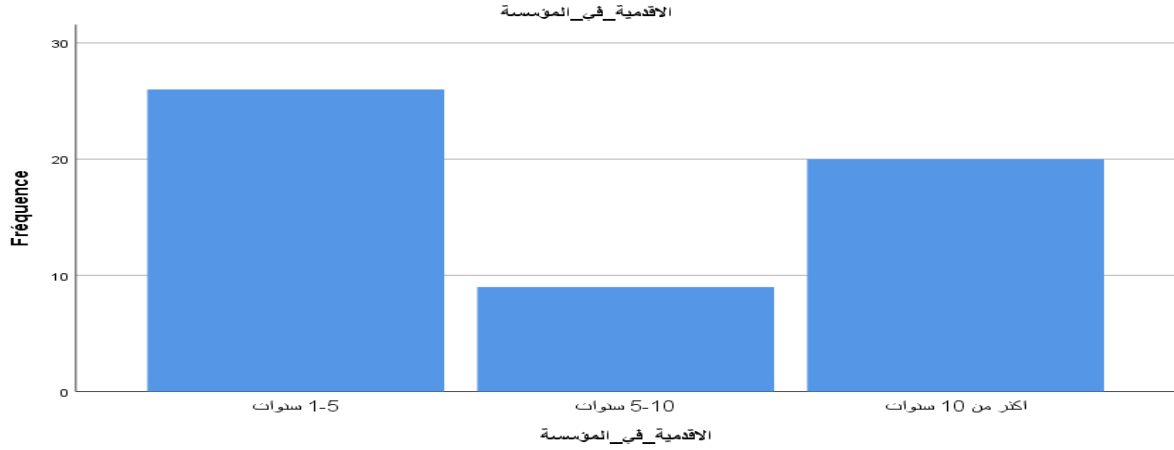
الشكل رقم 3-8: الأعمدة البيانية الخاصة بمتغير المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات نظام spss

بالنسبة للأقدمية في المؤسسة: توزعت أفراد عينة الدراسة على ثلاث فئات، إلا أن معظمها متمركزة وموزعة في الفئة الأولى والممتدة من سنة إلى خمس سنوات وبنسبة 47.3% أي تقريبا ما يعادل النصف من عينة الدراسة التحقوا حديثا بالمؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، كما أن هناك بعض المؤسسات التي لا يفوق عمرها الخمس سنوات وبالتالي فالأقدمية في المؤسسة تكون كحد أقصى خمس سنوات، تليها الفئة الثانية التي هي أكثر من عشر سنوات بنسبة 36.4، هذه الفئة تمثل بالدرجة الأولى أصحاب ومدراء المؤسسات الفعليين وبعض النواب في حالة ما إذا كانت المؤسسة تفوق العشر سنوات من تاريخ مزاولة نشاطها، أما الفئة الأخير والممتدة بين خمس سنوات إلى عشر سنوات فهي تمثل النسبة الأقل بما يساوي 16.4%، وهذا ما يبينه الشكل الموالي .

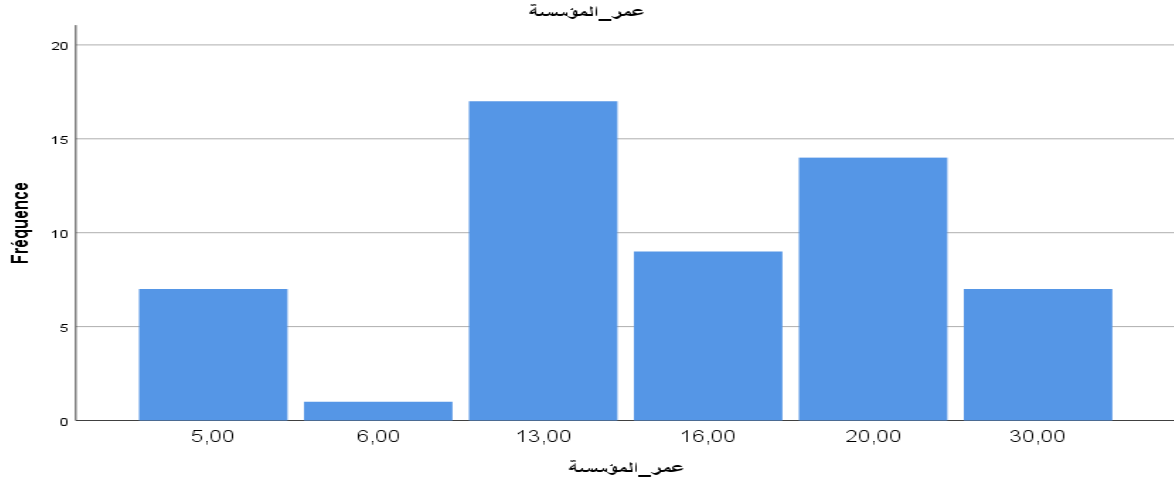
الشكل رقم 3-9: الأعمدة البيانية الخاصة بمتغير الأقدمية في المؤسسة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات نظام spss

بالنسبة لعمر المؤسسة: فقد اشتمل على عدة فئات حيث أن كل فئة قد تضم مؤسستين، فنجد أن عدد الأشخاص الذين ينتمون إلى المؤسسة التي عمرها خمس سنوات هم سبعة بنسبة مئوية تساوي إلى 12.7% وهي مؤسسة "نوميديا سيفاكس"، أما المؤسسة التي عمرها ست سنوات فهي تعادل نسبة 1.8% بمعدل شخص واحد وهو مخبر التحاليل الطبية "التوفيق"، في حين أن عمر مؤسسة "البلسم الشافي" ومصحة "الوداد" فعمر المؤسستين 13 سنة بنسبة مئوية 30.9%، أما عيادة "ماسينيسا" فعمرها 16 سنة بنسبة 16.4%، أما كل من مؤسسة "الإحسانيات" ومصحة "الأرز" فعمرهما 20 سنة بنسبة 25.5% وعدد الأشخاص الذين قاموا بالإجابة على الاستبيان هو 14. وفي الأخير فإن كلا من مخبر التحاليل "ابن سينا" وسعد العود فعمر مؤسستهما 30 سنة بمعدل 7 أشخاص في هيئة الإدارة العليا بنسبة تعادل 12.7%، وسيتم تمثيل ذلك بأعمدة بيانية موضحة في الشكل التالي.

الشكل رقم 3-10: الأعمدة البيانية الخاصة بمتغير عمر المؤسسة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات نظام spss

ثالثاً: أدوات الدراسة

بناء على الموضوع والإشكالية المطروحة وبغية معالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة، فقد تم الاعتماد على الملاحظة الميدانية من خلال محاولة الكشف عن الظواهر ودراسة الأوضاع الاجتماعية أو الطبيعية لفترة معينة، وذلك لمعرفة طريقة العمل في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، حيث تعد الملاحظة الميدانية من بين الطرق والأدوات المنهجية التي تساعد أيضاً على معرفة خصائص وسلوكيات المسؤولين داخل المؤسسات محل الدراسة.

كما تم الاعتماد أيضاً على الاستبيان، والذي يعتبر من أبرز الأدوات المستخدمة في الأبحاث العلمية، ويكون في شكل استمارة أسئلة تصمم خصيصاً للإجابة عندما يرغب الباحث العلمي معرفته عن طريق مجتمع أو عينة الدراسة، وقد اعتبر الاستبيان كأحسن أداة للدراسة، وهذا بغية تفسير الظاهرة المراد دراستها بعناية وبشكل دقيق.

قمنا بتصميم استبيان موجه لهيئة الإدارة العليا للمؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، وهذا قصد التعرف على آرائهم حول واقع اليقظة الإستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية، وقد تم تصميم الاستبيان على النحو التالي:

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

تحديد الهدف من الاستبيان والذي يستمد أساسا من هدف الدراسة، وكذا تحديد الوسائل المساعدة على بناء الاستبيان، من خلال بعض الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى استشارة بعض الأساتذة من ذوي الاختصاص وأهل الخبرة في كيفية تصميمه، ثم تم تقسيم الاستبيان إلى جزأين، فاشتمل الجزء الأول على البيانات الشخصية لأفراد مجتمع الدراسة؛ الجنس، المؤهل العلمي، الأقدمية في المؤسسة، المنصب المشغول، اسم المؤسسة، كم عمر المؤسسة والمصطلح المستخدم للدلالة على نشاط اليقظة الإستراتيجية، أما الجزء الثاني فقد اشتمل على محورين أساسيين:

المحور الأول: اليقظة الإستراتيجية المتغير التابع بمختلف أبعادها؛ التنافسي، التكنولوجي، التجاري والبيئي، في حين أن كل بعد احتوى على ست فقرات.

المحور الثاني: التحولات الرقمية وهو المتغير المستقل، والذي تضمن 14 فقرة.

الجدول رقم 3-5: محاور الدراسة وأرقام العبارات في كل محور

الرقم	المحور	أرقام العبارات
1	المحور الأول: اليقظة الإستراتيجية	24-01
	البعد التنافسي	06-01
	البعد التكنولوجي	12-07
	البعد التجاري	18-13
	البعد البيئي	24-19
2	المحور الثاني: التحولات الرقمية	38-25

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الاستبيان

وقد تم استخدام مقياس ليكرت والذي يعتبر أحد أفضل أنواع المقاييس المستخدمة في الاستبيانات من أجل استطلاع الرأي لقياس مواضيع غير قابلة للملاحظة إلا أنها تؤثر على سلوك الناس، ويترجم وجود خمس احتمالات للإجابة على الأسئلة المطروحة أعلاها خمس درجات 5 يعني موافق بشدة، ثم أربع درجات 4 والتي تقابل موافق، ثم محايد والتي تدل على ثلاث درجات 3، تليها درجتان 2 والتي تدل على غير موافق، وأدناها درجة واحدة 1 والتي تدل على غير موافق بشدة.

الجدول رقم 3-6: مقياس ليكرت Likert الخماسي

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

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الاستبيان

انطلاقاً من الأوزان الموضحة في الجدول أعلاه ولحساب طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي، تم حساب المدى؛ $4=1-5$ ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس لإيجاد طول الخلية $0.8=5/4$ ، وبعدها يتم إضافة هذه النتيجة المتحصل عليها إلى أقل قيمة في مقياس ليكرت حتى الوصول إلى أعلى قيمة.

الجدول 3-7: أطوال الفئات والاتجاه الموافق لها

الاتجاه	طول الفئة
منخفض جدا	[1.8 - 1]
منخفض	[2.6 - 1.8]
متوسط	[3.4 - 2.6]
مرتفع	[4.2 - 3.4]
مرتفع جدا	[5 - 4.2]

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الاستبيان

المطلب الثاني: أساليب التحليل الإحصائي

تم استخدام الأساليب الإحصائية منذ تأسيس علم الاجتماع قصد معالجة البيانات وتحليلها، حيث تم تطوير هذه الأساليب في كل مرة من أجل دراسة العلاقات والتأثيرات المشتركة بين مختلف عناصر الدراسة، وبغية تبليغ هذه الدراسة أهدافها فقد تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وهو عبارة عن مجموعة من القوائم والأدوات التي يمكن عن طريقها إدخال البيانات التي يحصل عليها الباحث من خلال الاستبيان، ويتميز هذا البرنامج بقدرته الكبيرة على معالجة البيانات التي نقوم بإعطائها له.

يحتوي برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS على العديد من الوظائف والنماذج والأساليب الإحصائية العديدة منها: المقارنة بين المتوسطات، الرسوم البيانية، التكرارات، العلاقة بين

المتغيرات، المتوسط الحسابي، الأعمدة البيانية ... الخ، كما أن هذا البرنامج يسمح بتحليل البيانات الخاصة بالدراسة من خلال إيجاد مقاييس الإحصاء الوصفي.

في هذه الدراسة تم اعتماد الأساليب الإحصائية التالية: (منسى و الشريف، 2014، صفحة 53)

- **معامل الارتباط:** لتأكيد الصدق البنائي وصدق الاتساق الداخلي وإثبات أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه، حيث تم استخدام معامل الارتباط بيرسون، ويتم استخدام معامل الارتباط أيضا في اختبار صحة الفروض الإرتباطية، وهي الفروض التي تدرس وجود أو عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين المتغيرات، وتشير معاملات الارتباط إلى مقدار التغير الافتراضي بين الظواهر بقيمة عددية؛
- **معامل الثبات:** الذي يعكس استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، إذ يعطي نفس النتائج في حالة إعادة تطبيقه على نفس العينة، وقد قامت الباحثة باستخدام معامل الثبات باعتماد طريقة ألفا كرونباخ، ومن أهم الافتراضات اللازمة لاستخدام هذه المصفوفة هو أن تكون البيانات كمية متصلة، أو على الأقل تكون من مستوى المسافات المتساوية؛
- **النسب المئوية:** لمعرفة نسبة اختيار كل بديل من بدائل الاستبيان، حيث يتم احتساب النسب المئوية عن طريق عملية ضرب القيمة الرقمية في 100؛
- **التكرارات:** وهي أحد أنواع التوزيعات التكرارية في التحليل الإحصائي والذي يهدف إلى معرفة تكرار كل بديل من بدائل أسئلة الاستبيان؛
- **مخطط الأعمدة البيانية:** وهي نوع من أنواع الأشكال الهندسية وتكون عبارة عن أعمدة عريضة أو مستطيلات رأسية، تستخدم لتوضيح القيم المحصل عليها بيانيا؛
- **المتوسطات الحسابية:** ويتم حسابها بجمع مجموعة من الأرقام ثم تقسيم النتيجة على عدد تلك الأرقام وذلك للحصول على متوسط لإجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة الاستبيان؛ أي احتساب القيمة التي يعطيها أفراد مجتمع الدراسة لكل عبارة أو مجموعة من العبارات؛
- **الانحراف المعياري:** وهو عبارة عن مقدار بعد البيانات وانتشارها بالنسبة للمتوسط الحسابي، فهو يمكن من معرفة مدى التشتت المطلق بين أوساطها الحسابية؛

- اختبار التوزيع الطبيعي: هو اختبار إحصائي يقارن توزيع المجتمع الإحصائي من خلال عينتين مستقلتين مأخوذتين من نفس المجتمع، ويتم استخدامه للتأكيد إن كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا؛

المطلب الثالث: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان)

أجريت الدراسة على مجموعة من الإطارات العاملين بمختلف المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لكل من ولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة وقسنطينة، أي خلية اليقظة المختصة في كل مؤسسة باعتبارها هيئة الإدارة العليا. ونظرا لطبيعة الموضوع المتعلق باليقظة والتحويلات الرقمية فقد تم حصر مجتمع الدراسة في هيئة الإدارة العليا فقط، حيث تم توزيع 55 استبيان واعتمادهم لغرض التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS، ومن خلال هذا المطلب سيتم تأكيد صدق وثبات الاستبيان.

أولا: صدق الاستبيان

تم تأكيد صدق الاستبيان عن طريق الصدق الظاهري وهو المتعلق بأراء المحكمين، ثم التأكيد أيضا عن طريق الصدق الاستطلاعي والذي تم بالاعتماد على عينة استطلاعية عشوائية تتكون من 10 مفردات من مجتمع الدراسة المختار، وفي الأخير قمنا بتأكيد صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان والصدق البنائي. (بشثة وبوعموشة، 2020، صفحة 119)

1. الصدق الظاهري: وهو الذي يتعلق بأراء المحكمين، إذ تم عرض هذا الاستبيان على مجموعة من الأساتذة من ذوي الاختصاص في موضوع الدراسة بجامعة مختلفة، بغية التأكد من مدى انطباق الاستبيان على موضوع الدراسة. حيث وبعد اطلاعهم عليه قاموا بإرسال ملاحظات وتوجهات قيمة فيما يخص كل من الفقرات الداخلية للاستبيان، وكذا اقتراح بعض التعديلات فيما يخص أحد المحاور من أجل ترابطها مع موضوع الدراسة وبغية التحكم الدقيق في الموضوع، وقد قمنا بأخذ جميع الملاحظات بعين الاعتبار في إطار ما قدموه، وكل هذا كان تحت موافقة المشرف.

2. الصدق الاستطلاعي: قامت الباحثة بتوزيع 10 استمارات بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة، وهذا بعد القيام بالتعديلات والإجراءات التصحيحية المقترحة من قبل المحكمين، وهذا قصد التعرف على آراء العينة ومدى تقبلهم لمحاور وفقرات الاستبيان وكذا مدى فهمهم له. كما أننا

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

قمنا بذلك من أجل معرفة ما إذا كانت العبارات واضحة وبسيطة أم لا، وتم استرجاع الاستمارات المقدمة للعينة الاستطلاعية وكانت مفهومة ولم تكلف المستجوبين عناء التفسير والتأويل.

3. صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان: من أبرز الطرق لإثبات اختبار صدق الاتساق الداخلي هو حساب درجة ارتباط كل فقرة بجميع فقرات المحور الذي تنتمي إليه، وقد قمنا بحساب معامل الارتباط لكل فقرة وكذا جميع الفقرات التابعة للمحاور.

الجدول رقم 3-8: معاملات الارتباط بين عبارات و أبعاد محور اليقظة الإستراتيجية

البعد التنافسي		البعد التكنولوجي		البعد التجاري		البعد البيئي	
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
1	0,763**	7	0,647**	13	0,724**	19	0,684**
2	0,692**	8	0,872**	14	0,772**	20	0,806**
3	0,788**	9	0,788**	15	0,778**	21	0,576**
4	0,602**	10	0,736**	16	0,882**	22	0,628**
5	0,759**	11	0,581**	17	0,728**	23	0,635**
6	0,556**	12	0,427*	18	0,704**	24	0,708**

**دال إحصائيا عند مستوى دلالة (0.01) *دال إحصائيا عند مستوى دلالة (0.05)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه والذي يبين معاملات الارتباط لكل عبارة مع محور اليقظة الإستراتيجية، أنه يمكن القول بأن جميع معاملات الارتباط كانت موجبة وهي محصورة بين القيمتين (0.427 و 0.872)، أي أن هناك علاقة طردية بين جميع عبارات كل بعد والمحور التابع له وهو اليقظة الإستراتيجية، وأن جميع الفقرات كانت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية يساوي 0.01، في حين أن العبارة 12 عند مستوى معنوية يساوي 0.05.

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

الجدول رقم 3-9: معاملات الارتباط بين الأبعاد ومحور اليقظة الإستراتيجية

اليقظة الإستراتيجية	
الأبعاد	معامل الارتباط
البعد التنافسي	0,713**
البعد التكنولوجي	0,788**
البعد التجاري	0,873**
البعد البيئي	0,808**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS** (دال إحصائيا عند مستوى دلالة (0.01)

فالجداول أعلاه يبين معاملات الارتباط بين الأبعاد ومحور اليقظة الإستراتيجية، وأن جميع معاملات الارتباط كانت موجبة وتراوح قيمتها بين 0.713 و 0.873، أي أن هناك علاقة طردية بين الأبعاد الأربعة ومحور اليقظة الإستراتيجية وتدل إحصائيا عند مستوى دلالة 0.01.

الجدول رقم 3-10: معاملات الارتباط بين عبارات ومحور التحولات الرقمية

التحولات الرقمية			
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
1	0,846**	8	0,517**
2	0,729**	9	0,602**
3	0,698**	10	0,650**
4	0,704**	11	0,664**
5	0,501*	12	0,576**
6	0,384*	13	0,658**
7	0,498*	14	0,680**

**دال إحصائيا عند مستوى دلالة (0.01) *دال إحصائيا عند مستوى دلالة (0.05)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

من خلال الجدول أعلاه والذي يبين معاملات الارتباط بين عبارات محور التحولات الرقمية والمحور في حد ذاته، فقد تبين أن جميع معاملات الارتباط كانت موجبة حيث تراوحت بين 0.517 و 0.84 والتي كانت دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ذو دلالة 0.01 في حين أن العبارتين 6 و 7 فكانتا على التوالي 0.384 و 0.498 الدال إحصائياً عند مستوى معنوية ذو دلالة 0.05، وهذا يعني أن هناك علاقة طردية بين كل من عبارات المحور ومحور التحولات الرقمية.

4. الصدق البنائي: للتحقق من الصدق البنائي للاستبيان قمنا بحساب معاملات الارتباط بين محاور الاستبيان مع بعضها البعض.

الجدول رقم 3-11: معاملات ارتباط المحاور مع الدرجة الكلية للمقياس "الاستبيان"

المحور	معامل الارتباط
اليقظة الإستراتيجية	0.944**
التحولات الرقمية	0.942**

**دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يمكننا القول بأن جميع معاملات الارتباط الخاصة بكل محور كانت موجبة، أي أن هناك علاقة طردية بين كل من محور اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية مع الدرجة الكلية للمقياس، حيث كانت معاملات الارتباط على التوالي للمحورين 0.944 و 0.94 وهذا يعني أنها كانت دالة إحصائياً عند مستوى معنوية يساوي 0.01.

ثانياً: ثبات الاستبيان

ونعني بالثبات الاستقرار، بمعنى لو كررت عمليات القياس للفرد الواحد لأظهرت نفس النتائج، فبعد الانتهاء من التأكد من صدق الاستبيان عن طريق الصدق الظاهري، الصدق الاستطلاعي، الصدق الداخلي لاتساق عبارات الاستبيان وفي الأخير الصدق البنائي، وذلك بالاعتماد على معامل الارتباط

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

بيرسون، بعد هذه المرحلة كان ولا بد أن نقوم بالتأكد من ثبات هذه الدراسة وذلك باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ، والذي يأخذ قيمة تنحصر بين الصفر والواحد.

الجدول رقم 3-12: قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ

رقم المحور	المحور والأبعاد	عدد العبارات	معامل الثبات
1	البعد التنافسي	6	0.768
	البعد التكنولوجي	6	0.745
	البعد التجاري	6	0.857
	البعد البيئي	6	0.749
	اليقظة الإستراتيجية	24	0.899
2	التحولات الرقمية	14	0.872
	كل محاور الاستبيان	38	0.934

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه إلى أن قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ المستخدمة في الدراسة جميعها تفوق الحد الأدنى 0.7، حيث أن معامل الثبات للمحور الأول الخاص باليقظة الإستراتيجية كانت قيمته 0.899 في حين أن البعد التنافسي كانت قيمة معامل ثباته هي 0.768، أما البعد التكنولوجي فكانت قيمة معامل ثباته 0.745، في حين أن معامل الثبات ألفا كرونباخ للبعد التجاري كان عند قيمة 0.857 كأعلى قيمة للأبعاد الأربعة، أما البعد الأخير وهو البيئي فقد سجل معامل ثبات بقيمة 0.749، أما المحور الثاني والخاص بالتحولات الرقمية فقد كانت قيمة معامل ثباته 0.872. إن جميع قيم معاملات الثبات للمحاور كانت موجبة وذات قيمة مرتفعة جدا، إذ وصل معامل ثبات الدراسة ككل إلى 0.934 وهي قيمة مرتفعة وممتازة، وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات وبالتالي فهو مناسب لقياس ما وضع من أجله، وإذا فهو يفي بأغراض الدراسة.

رابعاً: اختبار التوزيع الطبيعي

الجدول رقم 3-13: اختبار التوزيع الطبيعي

المحاور	عنوان المحور	عدد العبارات	Shapiro-Wilk مستوى المعنوية	Kolmogorov-Smirnov مستوى المعنوية
1	اليقظة الإستراتيجية	24	0.698	0.200
2	التحولات الرقمية	14	0.116	0.200
كل المحاور		38	0.683	0.200

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

للتأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا تم استخدام اختبار كولموجروفسميرنوفالذي يستخدم لمعرفة ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، إذ تستخدم الإحصائيون نوعين من الاختبارات الإحصائية لاختبار الفرضيات، منها المعلمية والتي تشترط التوزيع الطبيعي للبيانات محل الدراسة فالاختبارات اللامعلمية كبديل للاختبارات المعلمية وذلك في حالة عدم تحقق الشرط الأول الخاص بالتوزيع الطبيعي، وتكون البيانات تتبع التوزيع الطبيعي إذا كان مستوى المعنوية الخاص بكل محور من محاور الدراسة أكبر من 0.05. (بوزيدي، 2018، صفحة 244)

المبحث الثالث: نتائج التحليل الإحصائي لمحاور الاستبيان واختبار الفرضيات

تم في هذا المبحث تحليل عبارات كل محور من محاور الاستبيان من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، ومن ثم التطرق لاختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.

المطلب الأول: التحليل الإحصائي لعبارات محور اليقظة الاستراتيجية ومناقشة النتائج

انطلاقاً من نموذج الدراسة المعتمد سنتناول تحليل واقع نظام اليقظة الإستراتيجية في ظل التحولات الرقمية لدى المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لكل من ولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة وقسنطينة، من خلال تحليل جزئيات المحاور المعتمدة في الاستبيان وهي اليقظة الإستراتيجية بأبعادها الأربعة وكذا المحور الثاني والمتعلق بالتحولات الرقمية، وذلك باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

تم تقسيم هذا المحور والمعنون باليقظة الاستراتيجية وهو المتغير التابع للدراسة، إلى أربع أبعاد متمثلة في البعد التنافسي، البعد التكنولوجي، البعد التجاري والبعد البيئي، ولتقدير مستوى كل بعد يجب حساب كل من المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وهذا ما يوضحه الجدول التالي.

الجدول رقم 3-14 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لليقظة الإستراتيجية وأبعادها

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
مرتفع	0,57185	4,0788	البعد التنافسي	أبعاد اليقظة الإستراتيجية
مرتفع	0,61259	4,1939	البعد التكنولوجي	
مرتفع جدا	1,33776	4,3364	البعد التجاري	
مرتفع	0,73567	3,7212	البعد البيئي	
مرتفع	0,61371	4,0826	اليقظة الإستراتيجية	المحور

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مستوى ممارسة اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة مرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.0826 بينما الانحراف المعياري فقدره 0.61371. أما ما يخص أبعاد اليقظة الإستراتيجية فقد سجل البعد التجاري أعلى درجة بنسبة مرتفعة جدا مقارنة بباقي الأنواع، يليه البعد التكنولوجي في المرتبة الثانية، ومن ثم البعد البيئي وكانت أدنى درجة للبعد التنافسي، والذي بالرغم من أنه مرتفع إلا أن المؤسسات محل الدراسة يجب أن تعمل على دعمه أكثر. ومن أجل التفصيل والتدقيق أكثر سنحاول التطرق لكل بعد من أبعاد اليقظة الإستراتيجية على حده، من أجل إعطائه الوزن اللازم والشرح الكافي.

1. البعد التنافسي: يتكون هذا البعد من ست عبارات كانت موزعة في الاستبيان من 1 إلى 6 على التوالي، ومن أجل تحليلها قمنا باستخدام النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة مدى موافقة المستجوبين أي مسؤولي المؤسسات محل الدراسة على كل عبارة من العبارات.

الجدول رقم 3-15: النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد التنافسي

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
						العدد					
						النسب المئوية %					
01	0	2	4	27	22	55	4,255	0,750	1	مرتفع جدا	
	0	3.6	7.3	49.1	40.0	100%					
02	0	4	3	25	23	55	4,218	0,853	2	مرتفع جدا	
	0	7.3	5.5	45.5	41.8	100%					
03	0	2	10	25	18	55	4,073	0,813	4	مرتفع	
	0	3.6	18.2	45.5	32.7	100%					

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

مرتفع	3	0,776	4,091	55	16	31	5	3	0	04
				100%	29.1	56.4	9.1	5.5	0	
مرتفع	6	0,983	3,818	55	17	15	20	2	1	05
				100%	30.9	27.3	36.4	3.6	1.8	
مرتفع	5	1,045	4,018	55	22	20	5	8	0	06
				100%	40.0	36.4	9.1	14.5	0	
مرتفع	//	0,571	4,07	البعد التنافسي						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير النتائج في الجدول أعلاه والمتعلق بالبعد التنافسي والذي كانت درجته مرتفعة حسب ما أجاب به مسؤولو المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لكل من ولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة وقسنطينة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد 4.07 وقدر الانحراف المعياري ب 0.571 والذي عكس درجة الارتفاع.

ويمكننا القول كتعليق أن البعد التنافسي هو من بين الأبعاد التي تساعد المؤسسات محل الدراسة في البقاء في السوق والاستمرارية من خلال اجتهاد المؤسسة في جمع ومعرفة المعلومات عن المنافسين الحاليين والمحتملين. ومن خلال استرجاع الاستثمارات تبين أن مختلف المؤسسات على علم بما يجري في محيطها التنافسي أي أنها يقظة تنافسيا.

انطلاقا من النتائج الواردة في الجدول أعلاه المتعلق بالبعد التنافسي فإنه يمكننا ترتيب العبارات المشكلة للبعد التنافسي تنازليا وذلك بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بالإجابات المتحصل عليها من كل المؤسسات محل الدراسة.

جاءت العبارة رقم 01 والتي تضمنت: "الخدمات المقدمة في المؤسسة دائما ما تكون في الوقت المناسب وبالسرعة المطلوبة" في المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.255 بانحراف معياري قدره 0.750، وكانت إجابات أفراد الدراسة بنسبة كبيرة موافق بشدة وموافق بنسب مئوية 40% و 49.1% على التوالي، والتي تؤول إلى موافق وهذا ما يعني أن جميع المستجوبين راضيون عن الخدمات المقدمة في المؤسسة بشكل مرتفع جدا.

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

يمكننا القول أن الإجابات المتحصل عليها من المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة تقع ضمن المجال المرتفع جدا لدرجات القبول والمنحصر بين [4.2 – 5]، وهذا راجع لمراقبة المؤسسات محل الدراسة للاستراتيجيات اليومية في التعامل مع الزبائن، والذي يترك لها أثرا إيجابيا مع تعاملها وكذا حرصها الدائم على تقديم الأفضل لهم من أجل راحتهم.

جاءت العبارة رقم 02 والتي تضمنت: "تقوم مؤسستكم بجمع جل البيانات والمعلومات اللازمة لاتخاذ أنسب القرارات" في المرتبة الثانية حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.212 بانحراف معياري قدره 0.853، حيث كانت إجابات أفراد الدراسة بنسبة كبير موافق بشدة وموافق بنسبة مئوية 41.8% و45.5% على التوالي، في حين أن الفئات الأخرى كانت شبه منعدمة، وهذا ما يعني أن المؤسسة تقوم فعليا بجمع أغلب المعلومات لاتخاذ القرارات المناسبة.

يمكننا القول أن إجابات أفراد الدراسة والمتحصل عليهم من المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة تنحصر في مجال الفئة الخاصة بمرتفع جدا [4.2 – 5]، حيث يدل هذا الأخير أن المؤسسات محل الدراسة قبل الشروع في اتخاذها لقرار تنافسي يخص المؤسسة تقوم بجمع البيانات والمعلومات اللازمة وهذا لاتخاذ قرار مناسب يعود بالفائدة عليها ولا يضرها خاصة وأنها تنشط في محيط تنافسي متفاعل بشدة.

جاءت العبارة رقم 04 والتي تضمنت: "ترصد المؤسسة وتراقب المجالات والمنتجات الجديدة لمنافسها بهدف التحسين من جودة خدماتها" في المرتبة الثالثة حيث بلغ المتوسط الحسابي بهذه العبارة 4.091 بانحراف معياري قدره 0.776، وهذا ما يدل على وجود نسبة كبيرة من الثبات في إجابات أفراد الدراسة إذ كانت معظم إجاباتهم بموافق وموافق بشدة بنسبة مئوية 56.4% و29.1% ترتيبيا، وتدل هذه الأعداد والنسب على أن المؤسسات الاستشفائية دائما ما تواكب المنتجات الجديدة في السوق.

يمكننا القول أن الإجابات المتحصل عليها من قبل المؤسسات محل الدراسة تقع ضمن المجال الخاص بالمرتفع لدرجات القبول والمنحصر فيالفئة [3.4 – 4.2]، وهذا نظرا لأن المؤسسات تقوم بمراقبة كل ما يجري في السوق وهذا راجع لطبيعة عملها فهو يفرض عليه مواكبة كل ما هو جديد.

جاءت العبارة رقم 03 والتي تضمنت: "لدى المؤسسة نظام يقظة تنافسية (الإحاطة بكل مستجدات المنافسين)" في المرتبة الرابعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.073 في حين أن انحرافها المعياري بلغ 0.813، وهذا راجع للنسبة الكبيرة من المستجوبين الذين قاموا بالإجابة بموافق بشدة

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

وموافق حيث بلغ عددهم على التوالي 18 و25 من المجموع الكلي 55، وهذا راجع إلى الطابع الديناميكي الذي تمتاز به المؤسسات في ظل وجود محيط تنافسي.

إن الإجابات المتحصل عليها من قبل المستجوبين في المؤسسات محل الدراسة يقع ضمن المجال الخاص بدرجات القبول بدرجة مرتفع [3.4 – 4.2]، هذا يعني أن المؤسسات ترصد وتجلب كل ما يتعلق بشأن منافسها بدءا بمعرفة أهم المنافسين في السوق أي كبار السوق وصولا إلى نقاط ضعفهم، قوتهم وأهدافهم المستقبلية.

جاءت العبارة رقم 06 والتي تضمنت: " تعمل المؤسسة على مراجعة تسعيرة خدماتها باستمرار للمحافظة على ميزتها التنافسية" في المرتبة الخامسة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4.018 بانحراف معياري قدره 1.045، حيث أن معظم الإجابات كانت بموافق بشدة 22 شخصا أما موافق 20 شخصا.

وكتعليق عما جاء في العبارة رقم 06 أعلاه والنسب المحصل عليها، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري فإن هذا يجعلها في الفئة الخاصة بمرتفع [3.4 – 4.2] ضمن درجات القبول، وبالتالي فإن المؤسسات تقوم بمراجعة تسعيرة خدماتها وهذا لتقييم ما إذا كانت الخدمة عادلة من حيث علاقتها بكيفية تقديمها أم لا، وقد تقوم أيضا المؤسسات بمراجعة تسعيرتها لكي تكون مناسبة للسوق أو نظرا للتكاليف التي تفرضها الخدمة كزيادة أسعار المواد الأولية مثلا.

جاءت العبارة رقم 05 والتي تضمنت: " المؤسسة على علم بنقاط القوة والضعف المتعلقة بالمنافسين" في المرتبة السادسة والأخير للبعد التنافسي، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 3.818 وبانحراف معياري قدره 1.045، قام 17 شخصا من المجموع الكلي للمستجوبين بالإجابة بموافق بشدة في حين أن 15 شخص أجابوا بموافق وما جعل هذه العبارة تسجل أدنى مرتبة هو إجابة 20 شخصا بمحايد، وهذا يعني أن الأغلب لا يعلمون نقاط الضعف خاصة للمؤسسات المنافسة.

إذا ما نظرنا إلى المتوسط الحسابي للعبارة رقم 06 فإننا نقول أنها تقع في المجال المرتفع من درجات القبول [3.4 – 4.2]، ولمعرفة نقاط القوة والضعف للمؤسسات المنافسة يجب أن تقوم المؤسسات محل الدراسة بتحليل SWOT باعتباره أداة قوية وتمكن المؤسسات من الفهم الأعمق لنقاط ضعف وقوة منافسها، فمن خلالها تكون المؤسسة رؤى قبلية حول منافسها ومحاولة إيجاد الطرق المناسبة لتحويل

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

نقاط الضعف المتواجدة عندهم لنقاط قوة لها، في حين تقوم المؤسسات محل الدراسة بتطوير آلياتها واستراتيجياتها لسد الفجوة ومحاولة السعي من أجل اعتماد نفس نقاط القوة أو أكثر.

من خلال ما سبق فإن البعد التنافسي للمؤسسات محل الدراسة ككل بلغ متوسطه الحسابي 4.07 بانحراف معياري قدره 0.571 وهذا يعني أنه مرتفع وينسب إلى الفئة [3.4 – 4.2] من درجات القبول، وبالتالي يمكن القول أن المؤسسات المعنية بالدراسة محافظة على هذا البعد بشكل ثابت مما يدل على أن نظام اليقظة التنافسية في المؤسسات محل الدراسة فعال، فقد فرضت أسلوباً تسييرياً يجعلها تضمن مواجهة المنافسة وضمان بقائها واستمرار تنافسيتها، كما أن المؤسسات محل الدراسة تسعى دائماً لأن تكون متميزة من خلال تقديم قيمة أفضل وأكبر لمتعاملها.

2. البعد التكنولوجي: يتكون هذا البعد من ست عبارات كانت موزعة في الاستبيان وفقاً للترتيب التالي: 07، 08، 09، 10، 11، 12، ومن أجل تحليلها قمنا باستخدام النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافقة المستجوبين أي مسؤولي المؤسسات محل الدراسة تجاه كل عبارة من العبارات.

الجدول رقم 3-16: النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد التكنولوجي

الدرجة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	العدد					رقم العبارة
					موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
					النسب المئوية %					
مرتفع	5	0.861	4.127	55	21	23	8	3	0	07
				100%	38.2	41.8	14.5	5.5	0	
مرتفع جداً	4	0.916	4.290	55	27	22	2	3	1	08
				100%	49.1	40.0	3.6	5.5	1.8	

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

مرتفع جدا	3	0.857	4.309	55	27	21	5	1	1	09
				100%	49.1	38.2	9.1	1.8	1.8	
مرتفع جدا	1	0.813	4.509	55	35	16	2	1	1	10
				100%	63.6	29.1	3.6	1.8	1.8	
مرتفع جدا	2	0.746	4.327	55	25	25	3	2	0	11
				100%	45.5	45.5	36.4	3.6	0	
مرتفع جدا	6	1.081	3.600	55	10	26	8	9	2	12
				100%	18.2	47.3	14.5	16.4	3.6	
مرتفع جدا	//	0,612	4,193	البعد التكنولوجي						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن مستوى ممارسة المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لكل من ولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة وقسنطينة، للبعد التكنولوجي مرتفع حسب ما أجاب به أفراد العينة حيث ينعكس هذا الارتفاع من خلال المتوسط الحسابي لهذا البعد والذي بلغ 4.193 بانحراف معياري قدره 0.612، تعني هذه النسبة المرتفعة أن المؤسسات محل الدراسة تقوم بتحليل محيطها التقني والتكنولوجي جيدا، فهي تخلق وتحقق التميز والريادة في سوق المنافسة.

ويمكننا القول كتعليق أن البعد التكنولوجي هو الأساس في تحقيق المؤسسة للميزة التنافسية، حيث تساعد المؤسسات محل الدراسة في توفير المعلومات المتعلقة بالتطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي وتتبع كل ما يحدث في بيئتها التكنولوجية التي تعمل فيها وتؤثر في نشاطها. انطلاقا من النتائج الواردة في الجدول أعلاه المتعلق بالبعد التكنولوجي فإنه يمكننا ترتيب العبارات المشكلة لهذا البعد تنازليا، وذلك بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بالإجابات المتحصل عليها من كل المؤسسات محل الدراسة.

جاءت العبارة رقم 10 والتي تضمنت: "تسعى المؤسسة للحصول على التكنولوجيات الجديدة وامتلاكها" في المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.509 بانحراف معياري قدره 0.813، حيث كانت إجابات أفراد الدراسة بنسبة 63.6% موافق بشدة أي ما يقابل 35 مفردة في حين أن 16 مفردة

أجابت بموافق ما يقابل 29.1% والتي تؤول إلى موافق جدا، يعني أن جميع أفراد المؤسسات محل الدراسة يعملون على الحصول وامتلاك التكنولوجيات الجديدة.

يمكننا القول أن إجابات أفراد الدراسة والمتحصل عليها من المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة المتعلقة بالعبارة رقم 10 تنحصر في مجال الفئة الخاصة بمرتفع جدا [4.2 – 5]، حيث يدل هذا الأخير أن المؤسسات محل الدراسة تسعى دائما لاكتساب تكنولوجيات جديدة، حيث تساهم هذه الأخيرة في زيادة إنتاجيتها وكذا تحسين الجودة. ومما لا شك فيه أن اكتساب هذه التكنولوجيات على تحسين أيضا إدارة المعرفة والذي يخلق المنافسة بين المؤسسات.

جاءت العبارة رقم 11 والتي تضمنت: "المؤسسة تعمل على محاكاة برامج أكثر فعالية من أجل تحسين الجودة وتدنية التكاليف" في المرتبة الثانية حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.327 بانحراف معياري قدره 0.746، حيث كانت إجابات أفراد الدراسة بنسبة كبيرة تؤول إلى موافق بشدة وموافق بنسب متساوية 45.5% أي أن 50 شخصا من أجاب بموافق وموافق بشدة، معناه أن المؤسسات محل الدراسة دائما ما تعمل على محاكاة برامج أكثر فعالية من أجل تحسين الجودة وتدنية التكاليف.

وكتعليق على ما ورد من إجابات ع العبارة رقم 11 للبعد التكنولوجي فإن الإجابات تنحصر في مجال الفئة الخاصة بمرتفع جدا [4.2 – 5]، وبالتالي فإن المؤسسات المعنية بالدراسة تعمل على تدنية التكاليف وذلك من خلال اكتساب البرامج الأكثر فعالية والتي قد تستغني فيها عن العمالة فمثلا تكتسب إحدى المؤسسات محل الدراسة برنامجا يدير مواعيد المرضى وبالتالي فهنا المؤسسة ساهمت في تدنية التكاليف وبالتالي نقص الخطأ البشري ومنه تحسين جودة الخدمات، وهذا ما يسهل على مسيرها المراقبة الدقيقة واللحظية، ومن ثم تسهيل العمل أيضا على الموظفين لعدم تلقي الشكاوي.

جاءت العبارة رقم 09 والتي تضمنت: "تبحث المؤسسة لتكون على دراية بالنطاق التكنولوجي والعلمي المتواجدة فيه" في المرتبة الثالثة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4.309 بانحراف معياري قدره 0.857، حيث أن معظم الإجابات تدل على أن هناك ثبات من خلال النسب المتحصل عليها؛ موافق بشدة 49.1% أما إجابة موافق فبنسبة 38.2% والتي تؤول إلى موافق بشدة.

وعليه يمكن القول أن الإجابات المتحصل عليه من المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة للعبارة رقم 09 تقع ضمن المجال المرتفع جدا لدرجات القبول [4.2 – 5]، يعني أن المؤسسات المعنية بالدراسة هي على دراية بالنطاق التكنولوجي والعلمي المتواجدة فيه أي أنها يقظة وعلى علم بكافة المستجدات العلمية،

ذلك لأنها لم تكن على علم بما يحيط بها من تطورات تكنولوجية فإنها ستنقرض حتما لأن المؤسسة التي لا تواكب عصرها سيأتي محلها مؤسسات جديدة فتأخذ مكانها وحصتها السوقية.

جاءت العبارة رقم 08 والتي تضمنت: "تعتمد المؤسسة على التقنيات والبرمجيات الحديثة" في المرتبة الرابعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4.290 بانحراف معياري قدره 0.916، حيث أن معظم الإجابات تدل على أن هناك ثبات من خلال النسب المتحصل عليها؛ موافق بشدة 49.1% أما إجابة موافق فبنسبة 40% والتي تؤول إلى موافق بشدة.

وعليه يمكن القول أن الإجابات المتحصل عليها من العبارة رقم 08 من المؤسسات محل الدراسة تنحصر في المجال الخاص بدرجات القبول مرتفع جدا [4.2 – 5]، وبالتالي فإن المؤسسات المعنية تعمل على اعتماد التقنيات والبرمجيات الحديثة كاستخدام نظام رمز الاستجابة السريعة QR والذي يسهل على الزبائن الحصول على ما يحتاجون بدون أدنى عناء، وهذا ما يؤثر إيجابا على اليقظة التكنولوجية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة.

جاءت العبارة رقم 07 والتي تضمنت: "تضم المؤسسة فريق عمل متخصص في المستجدات العلمية في مجال تخصصها" في المرتبة الخامسة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4.127 بانحراف معياري قدره 0.861، حيث أن معظم الإجابات تدل على أن هناك ثبات من خلال النسب المتحصل عليها؛ موافق بشدة 38.2% أما إجابة موافق فبنسبة 41.8% ومحاييد نسبة 14.5% وبالتالي فهي تؤول إلى موافق. وكتعليق على ما ورد من إجابات في الاستبيان على العبارة السابقة فإنها تنحصر في المجال الخاص بدرجات القبول [3.4 – 4.2] مرتفع، وبالتالي فالمؤسسات المعنية بالدراسة لها فريق عمل متخصص في المستجدات العلمية في مجال تخصصها وهذا راجع لطبيعة المؤسسات المعنية محل الدراسة، حيث أن معظم مدراءها ومسيريها الفعليين مختصين في نفس المجال، بمعنى أنهم دائما على إطلاع وعلى دراية تامة، فمثلا في مجال السكري أثناء ظهور تقنيات جديدة تساعد على كيفية الاستغناء عن حقن الأنسولين في كل مرة ومراقبة السكري داخل جسم المريض عملت المؤسسة على اقتناء هذه التقنية وهو ما يعرف بمضخة الأنسولين وكان لها قبول كبير فهذه تعتبر نهضة كبيرة في اليقظة التكنولوجية داخل المؤسسات المعنية.

جاءت العبارة رقم 12 والتي تضمنت: "تحولت المؤسسة من سياسة التسويق التقليدية إلى سياسة التسويق الالكترونية كنتيجة لاستخدام أحدث التكنولوجيات" في المرتبة السادسة، حيث بلغ

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

المتوسط الحسابي لها 3.600 بانحراف معياري قدره 1.081 وهذا ما يدل على أن النسبة الكبيرة للإجابات كانت موافق، أما الإجابات الأخرى فهي متقاربة نوعاً ما (موافق بشدة 10، محايد 8، غير موافق 9). بالرغم من أن إجابات أفراد الدراسة على العبارة السابقة الذكر والتي كانت منحصرة في مجال درجات القبول مرتفعة [3.4 – 4.2]، يعني أن المؤسسات محل الدراسة بنسبة معتبرة تحولت إلى سياسة التسويق الإلكتروني نتيجة استخدامها لأحدث التكنولوجيات، إلا أن هذا لا يعني أن جميع أفراد المؤسسات راضيين عن هذا التحول فهناك بعض المؤسسات لا تستخدم أصلاً سياسة التسويق سواء التقليدية أو الإلكترونية منها من يدعي أن يمتلك تكنولوجيات حديثة لا يستلزم أن يعرف بنفسه عن طريق التسويق سواء التقليدي أو الإلكتروني ومنها من يرى أن خدمات المؤسسة المقدمة والتي تعتبر ذات جودة في نظرهم هي من تتكفل بذلك، وكتعليق فإن هذه الطريقة قد تؤثر سلباً على المؤسسة خاصة في ظل وجود محيط تنافسي كبير.

3. البعد التجاري: يتكون هذا البعد من ست عبارات كانت موزعة في الاستبيان وفقاً للترتيب التالي: 13، 14، 15، 16، 17، 18، ومن أجل تحليلها قمنا باستخدام النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافقة المستجوبين أي مسؤولي المؤسسات محل الدراسة تجاه كل عبارة من العبارات.

الجدول رقم 3-17: النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد التجاري

رقم العبارة	بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع			
						العدد			
						النسب المئوية %			
13	0	3	5	32	15	55	4.072	0.766	5
						100%	27.3	58.2	
14	0	1	2	22	30	55	4.472	0.662	1
						100%	54.5	40.0	

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

مرتفع جدا	2	0.786	4.418	55	31	18	4	2	0	15
				100%	56.4	32.7	7.3	3.6	0	
مرتفع	4	0.875	4.109	55	19	27	6	2	1	16
				100%	34.5	49.1	10.9	3.6	1.8	
مرتفع جدا	3	0.879	4.309	55	27	22	3	2	1	17
				100%	49.1	40.0	5.5	3.6	1.8	
مرتفع	6	0.891	3.727	55	8	30	13	2	2	18
				100%	14.5	54.5	23.6	3.6	3.6	
مرتفع جدا	//	1,33776	4,3364	البعد التجاري						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه الخاص بالبعد التجاري نجد أن مستوى ممارسة المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لكل من ولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة وقسنطينة، للبعد التجاري مرتفع جدا حسب ما أجاب به أفراد العينة حيث ينعكس هذا الارتفاع الكبير من خلال المتوسط الحسابي لهذا البعد والذي بلغ 4,3364 بانحراف معياري قدره 1,33776، تعني هذه النسبة المرتفعة جدا أن المؤسسات محل الدراسة تعطي أهمية بالغة للبعد التجاري، أي أنها تركز على تحسين سمعتها من خلال تلبية حاجيات زبائنها ومحاولة وصولها إلى مستوى أكبر من رضاهم إلى غاية تحقيق الولاء.

ويمكننا القول كتعليق أن البعد التجاري له علاقة مباشرة بالزبائن وكذا الموردين، من خلال معرفة التطورات الحاصلة في البيئة التجارية للمؤسسات محل الدراسة بصفة دائمة، وكذا مراقبة محيطها من خلال التنبيه للإشارات الضعيفة لهذا الأخير.

انطلاقا من النتائج الواردة في الجدول أعلاه المتعلق بالبعد التجاري فإنه يمكننا ترتيب العبارات المشكلة لهذا البعد تنازليا، وذلك بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بالإجابات المتحصل عليها من كل المؤسسات محل الدراسة.

جاءت العبارة رقم 14 والتي تضمنت: "تتابع المؤسسة احتياجات زبائنها وتحاول تلبية لهم وفق رغباتهم" في المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.472 بانحراف معياري قدره 0.662، حيث

كانت إجابات أفراد الدراسة بنسبة 54.5% موافق بشدة أي ما يقابل 30 مفردة في حين أن 22 مفردة أجابت بموافق ما يقابل 40% والتي تؤول إلى موافق جدا.

وكتعليق عما سبق وورد في العبارة رقم 14 من إجابات فإنها تقع ضمن المجال المرتفع جدا لدرجات القبول [4.2 – 5]، يعني أن المؤسسات المعنية بالدراسة تتابع احتياجات زبائنها وتحاول تلبية لهم وذلك وفقا لرغباتهم، وبالتالي فإن المؤسسة التي تقوم بإرضاء زبائنها فإنها تكسب وفاءهم وتكون دائما في خدمتهم من خلال الاستماع لملاحظاتهم والحرص الدائم على التواصل معهم، لأن هذا الأخير يساهم في توطيد العلاقات وبالتالي تعزيز ولائهم.

جاءت العبارة 15 والتي تضمنت: "دائما ما تطور المؤسسة استراتيجيات تقديم خدماتها، لتعزيز الثقة وكسب ولائهم" في المرتبة الثانية حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4.418 في حين الانحراف المعياري قدر ب 0.786، أي أن 31 مفردة أجابت بموافق بشدة بنسبة مئوية تقدر ب 56.4% في حين أن 18 الآخرين أجابوا بموافق بنسبة مئوية 32.7% والتي تؤول إلى موافق بشدة.

وكتعليق عما ورد من إجابات عن العبارة السابقة رقم 15 فإنها تنحصر في مجال درجات القبول المرتفع جدا [4.2 – 5]، يعني أن المؤسسات المعنية تحرص على كسب ولاء الزبائن وتعزيز ثقتهم فيها، من خلال تطوير استراتيجيات تقديم الخدمات بما يرضيهم و هذا يساهم في نمو واستقرار أعمال المؤسسات، كما أن تعزيز ثقة الزبون تساهم في الترويج له من خلال نقل تجاربه مع المؤسسة لأقاربه وأصدقائه مما يحقق تأثيرا مباشرا لها.

جاءت العبارة رقم 17 والتي تضمنت: "تقوم المؤسسة بتقديم خدمات مجانية في إطار المسؤولية الاجتماعية" في المرتبة الثالثة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4.309 بانحراف معياري قدره 0.879، حيث كانت الإجابات المتحصل عليها بنسبة كبيرة موافق بشدة 49.1% وموافق بنسبة 40%.

إذا ما نظرنا للإجابات المتحصل عليها من المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة على العبارة رقم 17 فنجدها تنحصر في المجال المرتفع جدا لدرجات القبول [4.2 – 5]، يعني أن المؤسسات محل الدراسة تتكفل بحالات اجتماعية مجانا، وهذه الصفة متواجدة عند هذا النوع والطابع الذي تمت فيه الدراسة فمن أخلاقيات المهنة عند السلك الطبي مراعاة ظروف المرضى، وحسب ما تلقيناه من إحدى المؤسسات عند توزيعنا للاستبيان أنها كانت تتكفل بالجيش الأبيض بما في ذلك أعوان الحماية المدنية خلال جائحة كوفيد، 19 بعدم تسديد حقوق التحاليل الطبية وهذا راجع للحس المعنوي لما يبذله هؤلاء تجاه المرضى.

جاءت العبارة رقم 16 والتي تضمنت: "تهتم وتتابع المؤسسة كل الشكاوى المقدمة في وقتها باستمرار، لتقديم الحلول المناسبة في أسرع وقت ممكن" في المرتبة الرابعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.109 بانحراف معياري قدره 0.875، وكانت إجابات المستجوبين (موافق بشدة 19، موافق 27، محايد 6)، والتي تدل على الثبات وبالتالي تؤول إلى مرتفع.

بالرغم من أن الإجابات كانت مرتفعة والتي كانت منحصرة في مجال درجات القبول [3.4 – 4.2]، أي أن المؤسسات المعنية بالدراسة تسعى جاهدة لتتبع الشكاوى المقدمة وإيجاد الحلول لها في الوقت المناسب، إلا أنه وحسب ما أفاد به بعض المسؤولين عند توزيع الاستبيان أن هناك بعض الشكاوى من قبل الزبائن والتي ليس لها حل أي أنهم يقدمون شكاوى من أجل تقديمها فقط، أما ما يتعلق بالشكاوى الفعلية فالمؤسسات المعنية على حرص دائم بتوفير الجو المناسب للزبون حسب القاعدة المعروفة أن "الزبون ملك"، فيجب أن يحظى بمعاملة خاصة تشعره أنه في مكانه المناسب فيخرج من المؤسسة وهو راض ومطمئن. وعلى العكس من ذلك لو يخرج متذمراً فقد يفقد الثقة في الوصفة الطبية التي تقدم له أو نتائج التحاليل الطبية أو التصوير الطبي رغم صحتها، وهذا ناتج عن عدم الرضا العائد إلى عدم شعور الزبون بالاهتمام اللازم من قبل العاملين في المؤسسة.

جاءت العبارة رقم 13 والتي تضمنت: "تدرس المؤسسة عروض الموردين المتعلقة بالخدمات المقدمة بعناية" في المرتبة الخامسة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.072 بانحراف معياري قدره 0.766، وكانت الإجابات المتحصل عليها كالتالي: (موافق بشدة 15، موافق 32، محايد 5) بنسب مئوية متتالية 27.3%، 58.2%، 9.1% والتي تؤول إلى موافق.

وكتعليق على ما سبق فإن الإجابات المتحصل عليها من الاستبيان للمؤسسات الاستشفائية محل الدراسة فإنها تنحصر في مجال درجات القبول [3.4 – 4.2] مرتفع، حيث أن هذا الارتفاع تفسره دراسة المؤسسات لملفات الموردين بعناية قبل الشروع في اتخاذ أي قرار سواء شراء معدات جديدة أو مواد استهلاكية روتينية، وهذا ما يدل على أن المؤسسة يقظة في هذا المجال وتعمل دائماً على اعتماد أسلوب المفاضلة في شراء أو اختيار ما تحتاجه المؤسسة.

جاءت العبارة رقم 18 والتي تضمنت: "تسهر المؤسسة على مراقبة أسواقها الأمامية والخلفية الحالية والمرتقبة" في المرتبة السادسة، حيث سجلت متوسط حسابي قدره 3.727 وانحراف معياري قدره

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

0.891، حيث أن معظم الإجابات كانت بموافق 30 مفردة بنسبة مئوية 54.5% و13 مفردة بنسبة مئوية 23.6% و8 مفردات بموافق بشدة بنسبة مئوية تساوي 14.5% والتي تؤول إلى موافق.

من خلال الإجابات المتحصل عليها فإن المؤسسات المعنية بالدراسة تسهر بنسبة معتبرة لمراقبة أسواقها سواء الأمامية، الخلفية، الحالية والمرتبقة وبالتالي فهي تنحصر في مجال درجات القبول مرتفعة [3.4 – 4.2، حيث تعد مراقبة السوق جانبا مهما في أي عملية تجارية، والتي تؤدي إلى معرفة ومراقبة أنشطة السوق والمؤسسات المنافسة خاصة، وكذا مراقبة تحركات الأسعار وذلك لتحديد مخاطر محتملة قد تؤثر على الاستقرار المالي للمؤسسة، خاصة في ظل وجود بيئة أعمال سريعة، وذلك من أجل تحسين عملية صنع القرار والبقاء في الصدارة، كما أن مراقبة السوق تجعل المؤسسة على علم بكافة المستجدات من دخول مؤسسات جديدة وخروج أخرى.

كتعليق على ما سبق، فإن الإجابات المتحصل عليها من البعد التجاري تدل على أن المؤسسات المعنية بالدراسة يقظة تجاريا، وهذا يدل على أنها حريصة كل الحرص على بقائها في السوق من خلال اعتماد استراتيجيات حديثة لكسب ثقة ورضا الزبائن ومن ثم تحويلها إلى ولاء.

4. البعد البيئي: يتكون هذا البعد من ست عبارات كانت موزعة في الاستبيان وفقا للترتيب التالي: 19، 20، 21، 22، 23، 24، ومن أجل تحليلها قمنا باستخدام النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافقة المستجوبين أي مسؤولي المؤسسات محل الدراسة تجاه كل عبارة من العبارات.

الجدول رقم 3-18: النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد البيئي

الدرجة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	رقم العبارة
					العدد					
					النسب المئوية%					
مرتفع	5	1.067	3.436	55	11	14	19	10	1	19
				100%	20	25.5	34.5	18.2	1.8	

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

مرتفع	4	1.083	3.781	55	17	17	15	4	2	20
				100%	30.9	30.9	27.3	7.3	3.6	
مرتفع	1	0.936	4.109	55	21	23	9	2	0	21
				100%	38.2	41.8	16.4	3.6	0	
مرتفع	3	1.001	3.872	55	16	22	13	2	2	22
				100%	29.1	40.0	23.6	3.6	3.6	
مرتفع	2	0.878	3.927	55	13	30	8	3	1	23
				100%	23.6	54.5	14.5	5.5	1.8	
متوسط	6	1.648	3.200	55	17	13	5	4	16	24
				100%	30.9	23.6	9.1	7.3	29.1	
مرتفع	//	0,735	3,721	البعد البيئي						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه الخاص بالبعد البيئي نجد أن مستوى ممارسة المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لكل من ولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة وقسنطينة، للبعد البيئي مرتفع حسب ما أجاب به أفراد العينة حيث ينعكس هذا الارتفاع من خلال المتوسط الحسابي لهذا البعد والذي بلغ 3.721 بانحراف معياري قدره 0.735، تعني هذه النسبة المرتفعة أن المؤسسات محل الدراسة تعطي أهمية للبعد البيئي. انطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول أعلاه المتعلق بالبعد البيئي فإنه يمكننا ترتيب العبارات المشكلة لهذا البعد تنازلياً، وذلك بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بالإجابات المتحصل عليها من كل المؤسسات المعنية بالدراسة.

جاءت العبارة رقم 21 والتي تضمنت: "تتابع المؤسسة وترصد تطور القوانين والأنظمة في مجال عملها" في المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.109 بانحراف معياري قدره 0.936، حيث كانت الإجابات على التوالي: موافق بشدة 21 مفردة ما يقابل النسبة المئوية 38.2%، موافق 23 مفردة بنسبة مئوية تساوي 41.8%، في حين 9 مفردات أجابوا بمحايد بنسبة 16.4%، حيث تؤول هذه الإجابات إلى موافق.

كتعليق على النتائج السابقة التي وردت عن العبارة رقم 21، فإنها تنحصر في المجال الخاص بدرجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، بمعنى أن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة تقوم برصد جميع القوانين والأنظمة المتعلقة بمجال عملها، معناه أي تغير جديد في القوانين تكون المؤسسات الاستشفائية على علم بها وذلك عن طريق المديرية الصحية لكل ولاية.

جاءت العبارة رقم 23 والتي تضمنت: "تسعى المؤسسة لتطوير استراتيجياتها البيئية من أجل تحويل التهديدات إل فرص يتم الاستفادة منها مستقبلا" في المرتبة الثانية حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 3.927 بانحراف معياري قدره 0.878، حيث كانت إجابات عينة الدراسة بنسبة كبيرة تؤول إلى موافق كما يلي: موافق بشدة 13، موافق 30، محايد 8 بنسب مئوية متتالية 23.6%، 54.5%، 14.5%.

وكتعليق على النتائج الواردة من إجابات الاستبيان للعبارة رقم 23 المتحصل عليها من المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة فإنها تنحصر في المجال الخاص بدرجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، حيث تعتمد المؤسسات المعنية بالدراسة على تطوير استراتيجياتها البيئية من أجل تحويل التهديدات إلى فرص يتم الاستفادة منها مستقبلا وذلك لتفادي الوقوع في أخطار البيئة المحيطة.

جاءت العبارة رقم 22 والتي تضمنت: "تجمع المؤسسة المعلومات الخاصة في منطقة نشاطها والمناطق المجاورة من أجل إمكانية توسيع حصتها السوقية" في المرتبة الثالثة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3.872 بانحراف معياري قدره 1.001، وكانت الإجابات تدل على نوع من الثبات موافق بشدة 16 مفردة بنسبة 29.1%، موافق 22 بنسبة 40%، محايد 13 بنسبة 23.6%، هذا ما يفسر درجة الموافقة.

وكتعليق على نتائج العبارة رقم 22 مما تم الحصول عليه من المؤسسات المعنية بالدراسة فإنها تنحصر في المجال الخاص بدرجات القبول [3.4 – 4.2] مرتفع، حيث تعد المعلومات المتحصل عليها من المناطق المجاورة ومنطقة النشاط معياري أساسية من أجل إمكانية توسيع حصتها السوقية، فمعظم المؤسسات المعنية بالدراسة تقوم بمراقبة ورصد كل ما في محيطها، فمثلا قد يقوم الوافدون إلى المؤسسة المعنية بالاستفسار عما إذا هناك تخصص معين أو نوع من أنواع التحاليل الطبية ففي حالة عدم وجوده تسعى المؤسسة لتوفيره وهذا نظرا لطلب زبائنها فهنا المؤسسة قامت بزيادة حصتها السوقية عن طريق المعلومات التي جمعتها.

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

جاءت العبارة رقم 20 والتي تضمنت: "ترصد المؤسسة وتتابع كل التغيرات السياسية، الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية باستمرار" في المرتبة الرابعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 3.781 بينما الانحراف المعياري لها قدر ب 1.083، حيث أثبتت هذه النتائج نوع من الشتات بين الإجابات موافق بشدة وموافق 17 ونسبة مئوية 30.9% بالتساوي في حين محايد 15 مفردة بنسبة 27.3% ما يجعلها تؤول إلى موافق.

معناه أن الإجابات التي تم الحصول عليها من العبارة رقم 20 هي تنحصر في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، بحيث أن المؤسسات المعنية بالدراسة في الولايات المذكورة سابقا ترصد دائما وتتابع كل التغيرات السياسية، الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية باستمرار، لأنه عامل أساسي في مساعدة المؤسسات في معرفة توجهات زبائنها، كما يعني أن المؤسسات محل الدراسة تتعامل بإيجابية مع مختلف التغيرات الثقافية، الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية.

جاءت العبارة رقم 19 والتي تضمنت: "للمؤسسة بنك معلومات موثوق في تحديد الفرص ومعرفة تهديدات المحيط الخارجي" في المرتبة الخامسة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 3.436 بانحراف معياري قدره 1.067، حيث أثبتت هذه النتائج نوعا من الشتات بين الإجابات موافق بشدة 11 بنسبة مئوية 20% وموافق 14 بنسبة مئوية 25.5% في حين محايد 19 مفردة بنسبة 34.5% ما يجعلها تؤول إلى موافق.

وكتعليق على النتائج السابقة المتحصل عليها من المستجوبين في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة عن العبارة رقم 19 أنها تنحصر في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، أي أن المؤسسات محل الدراسة لديها بنك معلومات موثوق في تحديد الفرص لاقتناصها في الوقت المناسب، وكذا على دراية بتهديدات المحيط الخارجي والتي يستوجب عليها تفاديها وأخذ الحيطة والحذر تجاهها.

جاءت العبارة رقم 24 والتي تضمنت: "تستخدم المؤسسة أحدث التقنيات التكنولوجية من أجل إعادة تدوير أكبر نسبة من المخلفات التي قد تضر البيئة" في المرتبة السادسة حيث سجلت متوسط حسابي بلغ 3.200 بانحراف معياري قدره 1.648، حيث كانت معظم الإجابات تدل على الشتات فقد سجلت 17 مفردة الإجابة بموافق بشدة بنسبة مئوية 30.9% في حين 16 مفردة أجابت بغير موافق بشدة بنسبة مئوية تقدر ب 29.1% و 13 مفردة أجابت موافق بنسبة مئوية 23.6%.

إن الإجابات المتحصل عليها من المؤسسات المعنية بالدراسة للعبارة رقم 24، يمكن التعليق عليها بأنها تنحصر في المجال المتوسط لدرجات القبول [2.6 – 3.4]، معناه أن المؤسسات لا تستخدم بنسبة

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

كبيرة أحدث التقنيات التكنولوجية من أجل إعادة تدوير أكبر نسبة من المخلفات التي قد تضر البيئة، وإذا ما أعدنا النظر في إجابات المسؤولين على هذه المؤسسات، فإن مخلفات المؤسسات الاستشفائية تكون وفق معايير ثابتة أي أن كل نوع من المخلفات يوضع في كيس لونه مختلف عن الآخر وهنا المؤسسات المعنية بالدراسة ليست هي من تقوم بذلك، فهناك مركز للحرق تكون المؤسسة تابعة له يتم من خلاله تصريف مخلفات هذه المؤسسات، أما في ما يخص إعادة تدوير البلاستيك مثلا أو أشياء أخرى فالمؤسسات المعنية بالدراسة لا تقوم بذلك.

مما سبق ومن خلال الإجابات عن العبارات المتعلقة بالبعد البيئي، فإن ممارسات اليقظة البيئية في المؤسسات المعنية بالدراسة مرتفعة إلى حد معين، وهذا راجع لصعوبة هذا النوع من اليقظة فترجمة النتائج المتحصل عليها تكون بصفة تقريبية ولا تلقى قبولا جيدا من طرف طاقم المؤسسات، كما أن مراقبة بيئة واسعة ومتعددة الاتجاهات صعب، لأن هذا النوع من اليقظة يعتبر تطبيقه نشاطا صعبا لما له من خصائص إستراتيجية معقدة. لكن لا يخفى هذا إن اهتمت المؤسسة بهذا النوع من اليقظة فهي ستكون على علم مسبقا بما سيجري مستقبلا كما أنها تكون مزودة بالمعلومات الضرورية والتي تحتاجها عن طريق جمعها بوسائل وتقنيات مختلفة.

المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لعبارات محور التحولات الرقمية ومناقشة النتائج

حيث تم تقسيم هذا المحور والمعنون بالتحولات الرقمية وهو المتغير المستقل للدراسة، إلى أربعة عشر عبارة ولتقدير مستوى كل عبارة من العبارات يجب حساب كل من المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وهذا ما يوضحه الجدول التالي.

الجدول رقم 3-19: النسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري لمحور التحولات

الرقمية

رقم العبارة	بشدة	غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات

الاستشفائية: دراسة حالة

				النسب المئوية %						
مرتفع	5	0.744	4.036	55	15	28	11	1	0	01
				100%	27.3	50.9	20.0	1.8	0	
مرتفع	4	0.727	4.091	55	16	29	9	1	0	02
				100%	29.1	52.7	16.4	1.8	0	
مرتفع	11	0.826	3.800	55	9	31	10	5	0	03
				100%	16.4	56.4	18.2	9.1	0	
مرتفع	8	0.816	3.964	55	12	33	7	2	1	04
				100%	21.8	60.0	12.7	3.6	1.8	
مرتفع	2	0.631	4.164	55	16	32	7	0	0	05
				100%	29.1	58.2	12.7	0	0	
مرتفع	10	0.958	3.836	55	14	25	7	0	0	06
				100%	25.5	45.5	12.7	0	0	
متوسط	14	1.401	2.964	55	10	12	9	14	10	07
				100%	18.2	21.8	16.4	25.5	18.2	
مرتفع	3	0.731	4.145	55	18	28	8	1	0	08
				100%	32.7	50.9	14.5	1.8	0	
مرتفع	1	0.803	4.200	55	22	24	7	2	0	09
				100%	40.0	43.6	12.7	3.6	0	
مرتفع	6	0.881	4.036	55	18	25	8	4	0	10
				100%	32.7	45.5	14.5	7.3	0	
مرتفع	13	1.069	3.527	55	11	19	14	10	1	11
				100%	20.0	34.5	25.5	18.2	1.8	
مرتفع	12	1.008	3.727	55	13	21	16	3	2	12
				100%	23.6	38.2	29.1	5.5	3.6	

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

مرتفع	9	0.848	3.855	55	11	30	9	5	0	13
				100%	20.0	54.5	16.4	9.1	0	
مرتفع	7	0.903	4.000	55	17	25	10	2	1	14
				100%	30.9	45.5	18.2	3.6	1.8	
مرتفع	//	0,535	3,8818	التحولات الرقمية						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مستوى ممارسات التحولات الرقمية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة مرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 3.8818 بينما الانحراف المعياري قدره 0.535، وسجلت العبارة رقم 09 من محور التحولات الرقمية المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 4.200 بانحراف معياري قدره 0.803، بينما العبارة رقم 07 جاءت في المرتبة الأخير حيث سجلت متوسط حسابي 2.964 بينما الانحراف المعياري لهذه العبارة بلغ 1.401.

ومن أجل التفصيل والتدقيق أكثر سنحاول التطرق لكل عبارة من عبارات محور التحولات الرقمية على حدة، من أجل إعطائها الوزن اللازم والشرح الكافي، وذلك انطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول أعلاه المتعلق بمحور التحولات الرقمية، حيث سنقوم بترتيب العبارات المشكلة لهذا المحور تنازلياً وذلك بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بالإجابات المتحصل عليها من كل المؤسسات محل الدراسة.

جاءت العبارة رقم 09 والتي تضمنت: "تطوير المؤسسة من خدماتها الرقمية باستمرار، من أجل تعزيز أدائها وتنافسيتها" في المرتبة الأولى حيث سجلت متوسط حسابي قدره 4.200 وبانحراف معياري بلغ 0.803، كانت إجابات أفراد الدراسة بنسبة 43.6% موافق بينما 40% موافق بشدة والتي تؤول إلى موافق.

من خلال ما ورد من إجابات على العبارة رقم 09 والتي تنحصر في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، أي أن المؤسسات المعنية بالدراسة تقوم بتطوير خدماتها الرقمية وذلك قصد تعزيز أدائها وتنافسيتها، لأنه كلما طورت المؤسسة من الخدمات الرقمية كلما انعكس ذلك على أدائها في الواقع، وذلك لأجل توفير الراحة أكثر للزبائن.

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

جاءت العبارة رقم 05 والتي تضمنت: "توفر المؤسسة آليات مراقبة لنظام المعلومات الداخلي والشبكات الحاسوبية" في المرتبة الثانية حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4.164 بانحراف معياري قدره 0.631، وكانت الإجابات كالتالي؛ موافق بشدة 16 مفردة بنسبة 29.1%، موافق 32 مفردة بنسبة 58.2%، محايد 7 مفردات بنسبة 12.7% في حين غير موافق وغير موافق بشدة منعدمة.

وكتعليق على ما ورد في العبارة رقم 05 فإن الإجابات المتحصل عليها تنحصر في المجال المرتفع لدرجات القبول [3.4 – 4.2]، وهذا يعني أن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة توفر آليات مراقبة لنظام المعلومات الداخلي والشبكات الحاسوبية لها، فنظام المراقبة يساعد المؤسسة في التحكم والسيطرة على زمام الأمور بشكل فعال، لأنه وبدون مراقبة لا تعرف المؤسسة ما إذا كانت في تحسن أم لا.

جاءت العبارة رقم 08 والتي تضمنت: "ساهمت الرقمنة في زيادة كفاءة وإنتاجية العمل والتحسين من جودة الخدمات" في المرتبة الثالثة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.145 بانحراف معياري قدره 0.731، وكانت أغلب الإجابات موافق بنسبة 50.09%، بينما موافق بشدة بنسبة 32.7%.

يمكننا التعليق على العبارة رقم 08 بأن المؤسسات المعنية بالدراسة تقوم بالتحسين من جودة خدماتها وهناك زيادة في كفاءة وإنتاجية عملها وذلك عن طريق الرقمنة، حيث أن هذه الأخيرة تساهم في التقليل من الخطأ البشري ضف إلى ذلك أنها إستراتيجية إدارية تنتهجها هذه المؤسسات من أجل عصنة المعلومات، كما أنها تساهم في تقليص الوقت والتحكم أكثر في الزمن، وتنحصر إجابات هذه العبارة في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2].

جاءت العبارة رقم 02 والتي تضمنت: "توفر الإدارة العليا ميزانية خاصة لتطوير جودة خدماتها الالكترونية كمدخل لتعزيز التحول الرقمي" في المرتبة الرابعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.091 بانحراف معياري قدره 0.727، حيث سجلت 29 مفردة إجابتها بموافق بنسبة 52.7% بينما سجلت 16 مفردة إجابة موافق بشدة بنسبة 29.1% ما يجعلها تؤول إلى موافق.

يمكننا القول كتعليق على ما ورد في العبارة رقم 02 أن المؤسسات الاستشفائية المعنية بالدراسة توفر ميزانية خاصة وذلك لتطوير جودة خدماتها الالكترونية والذي يعتبر كمدخل لتعزيز التحول الرقمي وتنحصر هذه الإجابات في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، فتوفير الإدارة العليا للميزانية

الخاصة هذا أمر لا بد منه من أجل التحول الرقمي لأن معظم برامج وآليات هذا التحول ثمنها نوعا ما باهض ويحتاج لدراسة من قبل الإدارة العليا من أجل توفير الجو المناسب والملائم لهذه العملية، وتطور الخدمات الالكترونية للمؤسسة يعني وبشكل حتمي تطور خدماتها الرقمية.

جاءت العبارة رقم 01 والتي تضمنت: "تخصص الإدارة العليا الوقت تجاه جهود التحول الرقمي في كافة معاملات المؤسسة" في المرتبة الخامسة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.036 بينما الانحراف المعياري فقد بلغ 0.744، وكانت الإجابات المتحصل عليها بنسبة 50.9% موافق بينما 27.3% موافق بشدة.

إن الإجابات التي انبثقت من المؤسسات المعنية بالدراسة عن العبارة السابقة رقم 01 تعني أنها منحصرة في المجال المرتفع لدرجات القبول [3.4 – 4.2]، معناه أن الإدارة العليا لكل من المؤسسات محل الدراسة تقوم بتخصيص وقت معين تجاه جهود التحول الرقمي في كافة المؤسسات، والذي ينعكس إيجابا عليها من خلال إحساس المريض بالراحة في تعامله مع المؤسسة، فمثلا عند إجراء التحاليل الطبية يتم ترميز وتشفير اسم المريض عن طريق رمز ورقم يدل على المريض، بحيث تقرأه الآلة التي ستقوم باستخراج النتائج ويعمل هذا وفق برنامج محاك لهذا النوع من العمليات، فهنا تحاليل المريض غير معرضة للخطأ وغير معرضة أيضا للتلف والفقدان لأنه قبل هذه الطريقة كان الاستعمال يدوي مما يجعلها أكثر عرضة للتلف والفقدان، أي أن المريض من أول تسجيل له بعدها يعامل كرقم ورمز.

جاءت العبارة رقم 10 والتي تضمنت: "يساعد التحول الرقمي على الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة وبالتالي تدنية التكاليف" في المرتبة السادسة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4.036 بانحراف معياري قدره 0.881، بإجابات متباينة نوع ما؛ 25 مفردة بنسبة مئوية 45.5% موافق، 18 مفردة بنسبة مئوية 32.7% موافق بشدة وتؤول هذه الإجابات إلى موافق.

إن التحول الرقمي يساعد في الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة وبالتالي تدنية التكاليف وهذا ما أثبتته العبارة رقم 10 من خلال الإجابات المتحصل عليها من المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة، حيث ينحصر في المجال المرتفع الخاص بدرجات القبول [3.4 – 4.2]، وبالتالي فالتحول الرقمي يعمل على تحسين تكنولوجيا الأعمال والعمليات التجارية وكذا الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية والتي بدورها

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

تساهم في تدنية التكاليف، من خلال تخفيض تكاليف العمالة وقد تصل بعض المؤسسات إلى الاستغناء عن بعض الأماكن الوظيفية بسبب التحول الرقمي والذي يعتبر فائدة للمؤسسة.

جاءت العبارة رقم 14 والتي تضمنت: "ساهمت أزمة كوفيد في نشر الثقافة الرقمية للمتعاملين والزبائن، مما سهل على المؤسسة تعزيز نجاح إستراتيجية التحول الرقمي" في المرتبة السابعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 4.000 بانحراف معياري قدره 0.903، وكانت الإجابات كالتالي: (موافق بشدة 17 مفردة، موافق 25 مفردة، محايد 10 مفردات) والتي تؤول إلى موافق.

أثبتت الدراسة التي أجريت في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة أن أزمة كوفيد ساهمت في نشر الثقافة الرقمية للمتعاملين والزبائن، مما سهل على هذه المؤسسات تعزيز نجاح إستراتيجية التحول الرقمي، حيث سجلت في مجال درجات القبول الدرجة المرتفعة [3.4 – 4.2]، أي أن الثقافة الرقمية تطورت بشكل كبير خلال وبعد الأزمة الأخيرة كوفيد 19، حيث عرفت المؤسسات الاستشفائية تباين في توافد الزبائن لها قبل وبعد الأزمة، مع احترام المسافات بين الأشخاص كذلك عدم توافدهم في وقت واحد من خلال احترام المواعيد المعطاة بالتوقيت من قبل المؤسسات المعنية بالدراسة، كذلك احترام ساعات الحضور لأخذ نتائجهم، كل هذا ساهمت فيه الثقافة الرقمية.

جاءت العبارة رقم 04 والتي تضمنت: "يتم الاستعانة بالجهات الاستشارية والخبراء لتقديم المشورة في مجال التحول الرقمي" في المرتبة الثامنة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 3.964 بانحراف معياري قدره 0.816، وكانت معظم الإجابات تؤول إلى موافق كما يلي: موافق بشدة 12 مفردة بنسبة 21.8%، 33 مفردة بنسبة مئوية 60%.

كتعليق على العبارة رقم 04 السابقة والتي تنحصر في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، أي أن المؤسسات المعنية بالدراسة تقوم باستشارة الخبراء في مجال التحول الرقمي، وذلك من أجل إضافة عناصر جديدة للبرنامج أو القيام بتحديثات على حسب حاجة المؤسسة كونها في تطور دائم، وكون الزبائن يقومون بتقديم الشكاوي أحيانا فتقوم هنا المؤسسة بتلبية الحاجيات وفقا لما ترغب به، كما أن المؤسسة تستشير هؤلاء الخبراء من أجل أن تسهل عليها تقديم الخدمات بما يرضي الزبون.

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

جاءت العبارة رقم 13 والتي تضمنت: "ساهمت أزمة كوفيد في التسريع من وتيرة التحول الرقمي في المؤسسة" في المرتبة التاسعة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3.855 بانحراف معياري قدره 0.848، وكانت الإجابات على هذه العبارة كالتالي: موافق بشدة 11 مفردة، موافق 30 مفردة، محايد 9 مفردات، وكانت الإجابة تؤول إلى موافق.

أكدت المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة من خلال الإجابات المتحصل عليها من العبارة رقم 13 والتي كانت تنحصر في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، أن أزمة كوفيد ساهمت في تسريع وتيرة التحول الرقمي فيها، فمعظم معاملات المؤسسات المعنية بالدراسة قبل الكوفيد كانت روتينية أما عندما جاءت هذه الأزمة فرضت عليها التحول الرقمي بوتيرة أسرع مما يساهم في خلق بيئة جديدة متميزة وفيها روح الإبداع والمنافسة أكثر للوصول لأفضل النتائج.

جاءت العبارة رقم 06 والتي تضمنت: "تعتمد المؤسسة على البيانات المتحصل عليها الكترونياً للمساهمة في تطوير خدماتها الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني ... الخ" في المرتبة العاشرة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 3.836 بانحراف معياري قدره 0.958، وكانت الإجابات تؤول إلى موافق.

يمكننا التعليق على العبارة رقم 06 والتي انحصرت في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، أي أن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة تعتمد على البيانات المتحصل عليها الكترونياً من أجل المساهمة في تطوير خدماتها الرقمية، فقد تعتمد على صفحاتها في الفايسبوك باعتبار هذه الوسيلة هي الأكثر استعمالاً في مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات الاستشفائية، وذلك من أجل معرفة آراء الزبائن حول خدماتها المقدمة وعلى ذلك الأساس تقوم بتطويرها، كما أنها يمكن أن تستفاد من الملاحظات التي قد تتلقاها عبر موقعها الإلكتروني خاصة إن كان فعالاً.

جاءت العبارة رقم 03 والتي تضمنت: "تعمل المؤسسة على توفير شبكة للاتصالات ذات تقنية عالية لاستيعاب الخدمات المقدمة" في المرتبة الحادي عشر حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 3.800 بانحراف معياري 0.826، وكانت إجابات أفراد الدراسة كالتالي: موافق بشدة 9 مفردات، موافق 31 مفردة، محايد 10 مفردات، بنسب مئوية على التوالي: 16.4%، 56.4%، 18.2% وتؤول إلى موافق.

كتعليق على ما ورد في العبارة رقم 03 فإن الإجابات المتحصل عليها من المؤسسات المعنية بالدراسة والتي كانت تنحصر في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، معناه أن المؤسسات محل الدراسة تعمل على توفير شبكة للاتصالات ذات تقنية عالية لاستيعاب الخدمات المقدمة. فكلما كانت شبكة الاتصالات ذات تقنية عالية كلما كانت الخفة في تقديم الخدمات وكذا ربح الوقت، ففي حالة عدت توفرها قد يؤدي هذا إلى التأخر في تقديم الخدمات وبالتالي يعطي صورة للزبون غير لائقة عن المؤسسة، مما يؤثر على سمعتها في السوق المنافسة خاصة وأنها تسعى دائما لتحسين سمعتها لكسب عدد أكبر من الزبائن.

جاءت العبارة رقم 12 والتي تضمنت: "توفر المؤسسة برامج للتعليم والتدريب على عمليات التحول الرقمي للموظفين" في المرتبة اثنا عشر حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3.727 بانحراف معياري قدره 1.008، بإجابات متقاربة نوع ما؛ موافق بشدة 13، موافق 21، محايد 16.

يمكننا التعليق على العبارة رقم 12 والقول بأن المؤسسات المعنية بالدراسة تقوم بتوفير برامج للتعليم والتدريب على عمليات التحول الرقمي للموظفين، أي أن أغلب المؤسسات عند شروعها في اكتساب برنامج جديد تقوم بتدريب الموظفين عليه لمعرفة كيفية استعماله واستخدامه، وحسب ما أفاد به مسؤولو المؤسسات عند توزيعنا للاستبيان أن هذه التدريبات تكون على عاتق المؤسسة أي أن الموظف لا يسدد أدنى تكلفة، وذلك للمساهمة في بناء الموظف وكسب ثقته في المؤسسة، وقد انحصرت الإجابات في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2] لهذه العبارة.

جاءت العبارة رقم 11 والتي تضمنت: "يتأقلم الموظفون بسرعة تماشيا مع عمليات التحول الرقمي المطلوبة من قبل مؤسساتكم" في المرتبة الثالثة عشر حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.527 بانحراف معياري قدره 1.069، وكانت الإجابات المتحصل عليها كالتالي: موافق بشدة 11 مفردة بنسبة 20%، موافق 19 مفردة بنسبة 34.5%، محايد 14 مفردة بنسبة 25.5%، والتي تؤول إلى موافق.

إن الموظفين يتأقلمون بسرعة مع عمليات التحول الرقمي إذا ما نظرنا إلى الإجابات المتحصل عليها من العبارة رقم 11 والتي انحصرت في مجال درجات القبول مرتفع [3.4 – 4.2]، إلا أن هناك عزوفا نوعا ما ومقاومة للتغيير من قبل الموظفين في بداية الأمر، ظنا منهم أن الأمر صعب، لكن مع مختلف التدريبات

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

يتقبل الموظفون هذا التغيير ويجدونهم عوناً لهم في كل خطوات عملهم، وقد تم تفسير هذا الأمر بناءً على إجابات هيئة الإدارة لكل المؤسسات المعنية بالدراسة حيث وجدنا 14 مفردة من العدد الإجمالي 55 أفادوا بمحايد.

جاءت العبارة رقم 07 والتي تضمنت: "توفر المؤسسة إمكانية الدفع الإلكتروني باستخدام التطبيقات الإلكترونية" في المرتبة الأخيرة وهي الرابعة عشر حيث بلغ المتوسط الحسابي لها 2.964 بينما الانحراف المعياري لهذه العبارة بلغ 1.401، وكانت إجابات أفراد الدراسة تدل على وجود تشتت معين فيها وقد سجلت 10 مفردات موافق بشدة، 12 مفردة موافق، 9 مفردات محايد، والتي تؤول إلى المتوسط.

يمكننا التعليق على العبارة رقم 07 والتي سجلت المرتبة الأخيرة في المحور الخاص بالتحولات الرقمية وانحصرت الإجابات في مجال درجات القبول الدرجة المتوسطة [2.6 – 3.4]، حيث أن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة توفر إمكانية الدفع الإلكتروني من خلال التطبيقات الإلكترونية كبطاقات الدفع الذهبية، إلا أن أغلب الزبائن لا يستخدمونها وهذا راجع للثقافة التي اكتسبوها أن التسديد يكون يدا بيد أحسن، حيث لاقت إدارة بعض المؤسسات قبولا بعدم تسديدهم بالبطاقات الذهبية وهذا راجع للإجراءات الصعبة التي تقوم بها المؤسسة في ما بعد عند ذهابها لاسترجاع أموالها من المكاتب الخاصة بذلك، كما أن هناك مؤسسات أخرى معنية بالدراسة لا توفر أصلاً هذه الخاصية.

من خلال ما سبق وما تم تحليله وفقاً للإجابات المتحصل عليها، فإن ممارسات التحولات الرقمية داخل المؤسسات المعنية بالدراسة كانت إيجابية وهي مرتفعة خاصة إذا ما نظرنا إلى المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذا المحور، كما أن عمليات التحول الرقمي تبقى دائماً في تطور مستمر وذلك قصد تعزيز النمو الاقتصادي من خلال تعزيز الابتكار وتحسين التنافسية، كما أن التحول الرقمي يساعد في زيادة التواصل بين المؤسسات والجهات الحكومية مما يؤدي إلى تعزيز الشفافية أكثر. فنجد من بين برامج التحول الرقمي المبتكرة أنه يمكن للزبون في مؤسسة إستشفائية القيام بإجراء تحاليل طبية بدون أن يحصل على الوثيقة الفعلية، ثم عند ذهابه لولاية أخرى للمعالجة في مؤسسة إستشفائية أخرى يمكن لطبيبه المعالج أن يطلع على كل وثائقه الطبية يكفي فقط أن يكون لدى هذا الزبون الرمز الخاص به والذي يعطى له من قبل المؤسسة الأولى، فهنا برامج التحول الرقمي ساهمت في التسهيل عن معظم المواطنين الحمل الكبير للوثائق وما إلى ذلك.

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية: دراسة حالة

إن التحول الرقمي حظي وخاصة مؤخرا بأهمية كبيرة من قبل مسؤولي المؤسسات لما له من فوائد في توفير البنية المعلوماتية واستخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة، كما أنه يساهم في القضاء على الفساد ويزيد من الكفاءة والفعالية وكذلك تحسين ورفع مستوى الأداء المؤسساتي، بدون أن ننسى مساهمتها بنسبة كبيرة في تحقيق رضا الزبائن.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

لغرض الإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة والمتمثل في: ما هو واقع نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية في خضم التحولات الاقتصادية الرقمية، دراسة حالة المؤسسات الاستشفائية لولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة، قسنطينة، تم الاعتماد على فرضية رئيسية والتي سندعى للتأكد من صحتها، مروراً إلى اختبار صحة الفرضيات الفرعية التي تم اعتبارها كإجابات مبدئية للأسئلة الفرعية التي بنيت عليها الدراسة، ثم التأكد من صحتها والعمل على مناقشة هذه النتائج فيما بعد.

أولاً: اختبار فرضيات الدراسة

تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لاختبار الفرضيات الفرعية الأولى، الثانية، الثالثة والرابعة وكذا الفرضية الرئيسية، قصد تأكيد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين متغير الدراسة التابع (اليقظة الإستراتيجية) والمتغير المستقل (التحولات الرقمية).

1. اختبار الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين اليقظة الإستراتيجية وكل بعد من أبعادها في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة.

الجدول رقم 3-20: علاقة اليقظة الإستراتيجية بأبعادها

اليقظة الإستراتيجية	Person Corrélation	
0.614**	معامل ارتباط بيرسون	البعد التنافسي
0.000	مستوى المعنوية	

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

0.735**	معامل ارتباط بيرسون	البعد التكنولوجي
0.000	مستوى المعنوية	
0.825**	معامل ارتباط بيرسون	البعد التجاري
0.000	مستوى المعنوية	
0.747**	معامل ارتباط بيرسون	البعد البيئي
0.000	مستوى المعنوية	
55		عدد الأفراد
** الارتباط دال إحصائيا عند مستوى 0.01		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن قيمة معامل الارتباط بين كل من اليقظة الإستراتيجية والبعد التنافسي في المؤسسات المعنية بالدراسة تساوي 0.614** ومستوى معنوية 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني أن هناك علاقة ارتباط تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين كل من البعد التنافسي واليقظة الإستراتيجية في المؤسسات المعنية بالدراسة، في حين أن قيمة معامل الارتباط بين كل من البعد التكنولوجي واليقظة الإستراتيجية يساوي 0.735** ومستوى معنوية 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني أن هناك أيضا علاقة ارتباط تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين كل من البعد التكنولوجي واليقظة الإستراتيجية في المؤسسات المعنية بالدراسة، بينما قيمة معامل الارتباط بين كل من اليقظة الإستراتيجية والبعد التجاري تساوي 0.825** ومستوى معنوية 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني أن هناك ارتباطا قويا تأثيريا ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين كل من البعد التجاري واليقظة الإستراتيجية في المؤسسات محل الدراسة، وفي الأخير نجد أن قيمة معامل الارتباط بين كل من البعد البيئي واليقظة الإستراتيجية هي 0.747** ومستوى معنوية 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني أن هناك علاقة ارتباط تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين كل من البعد البيئي واليقظة الإستراتيجية في المؤسسات المعنية بالدراسة.

2. اختبار الفرضية الفرعية الثانية: يتم دراسة ما إذا توفر أو تحقق المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لأبعاد اليقظة الإستراتيجية من خلال دراسة الانحراف، معامل التحديد ومعامل الارتباط.

الجدول رقم 3-21: البعد التنافسي

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

Sig.	F	R-deux	R	Sig.	T	Erreur standard	B	
0,000	32,003	0,376	0,614	0,005	2,914	0,479	1,397	(Constante)
				0,000	5,657	0,116	0,659	البعد_التنافسي

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

توضح النتائج الواردة في الجدول أعلاه أن درجة الارتباط R بين المتغير المستقل الفرعي وهو البعد التنافسي والمتغير التابع وهو اليقظة الإستراتيجية بلغت $R = 0.614$ أي 61.4% وهي درجة ارتباط مقبولة، وهو ما يعكسه معامل التحديد R-deux الذي يقيس التباين في المتغير التابع وقد بلغ $R^2 = 0.376$ ، كما أن قيمة معلمة الميل Sig (مستوى الدلالة المعنوي) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة المحدد 0.05، ولهذا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تفرض أنه "يوجد دور ذو دلالة إحصائية للبعد التنافسي في اليقظة الإستراتيجية"،

ومنه فمعادلة خط الانحدار: $0.659 * \text{البعد_التنافسي} + 1.397 = \text{اليقظة الإستراتيجية}$.

الجدول رقم 3-22: البعد التكنولوجي

Sig.	F	R-deux	R	Sig.	T	Erreur standard	B	
0,000	62,457	0,541	0,735	0,015	2,512	0,395	0,992	(Constante)
				0,000	7,903	0,093	0,737	البعد التكنولوجي

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

توضح النتائج الواردة في الجدول أعلاه أن درجة الارتباط R بين المتغير المستقل الفرعي وهو البعد التكنولوجي والمتغير التابع وهو اليقظة الإستراتيجية بلغت $R = 0.735$ أي 73.5% وهي درجة ارتباط مقبولة، وهو ما يعكسه معامل التحديد R-deux الذي يقيس التباين في المتغير التابع وقد بلغ $R^2 = 0.541$ ، كما أن قيمة معلمة الميل Sig (مستوى الدلالة المعنوي) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة المحدد 0.05، ولهذا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تفرض أنه: "يوجد دور ذو دلالة إحصائية للبعد التكنولوجي في اليقظة الإستراتيجية".

ومنه فمعادلة خط الانحدار: $0.737 * \text{البعد التكنولوجي} + 0.992 = \text{اليقظة الإستراتيجية}$.

الجدول رقم 3-23: البعد التجاري

Sig.	F	R-	R	Sig.	T	Erreur	B	
------	---	----	---	------	---	--------	---	--

الفصل الثالث: اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات
الاستشفائية: دراسة حالة

		deux				standard		
0,000	113,241	0,681	0,825	0,000	15,128	0,161	2,441	(Constante)
				0,000	10,641	0,036	0,379	البعد التجاري

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

توضح النتائج الواردة في الجدول أن درجة الارتباط R بين المتغير المستقل الفرعي وهو البعد التجاري والمتغير التابع اليقظة الإستراتيجية بلغت $R = 0.825$ أي 82.5% وهي درجة ارتباط عالية، وهو ما يعكسه معامل التحديد R-deux الذي يقيس التباين في المتغير التابع وقد بلغ $R^2 = 0.681$ ، كما تدل أن قيمة معلمة الميل Sig (مستوى الدلالة المعنوي) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة المحدد 0.05، ولهذا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تفرض أنه "يوجد دور ذو دلالة إحصائية للبعد التجاري في اليقظة الإستراتيجية"،

ومنهم معادلة خط الانحدار: $0.379 * \text{البعد التجاري} + 2.441 = \text{اليقظة الإستراتيجية}$.

الجدول رقم 3-24: البعد البيئي

Sig.	F	R-deux	R	Sig.	T	Erreur standard	B	
0,000	66,772	0,557	0,747	0,000	6,105	0,289	1,765	(Constante)
				0,000	8,171	0,076	0,623	البعد البيئي

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

توضح النتائج الواردة في الجدول أن درجة الارتباط R بين المتغير المستقل البعد البيئي والمتغير التابع وهو اليقظة الإستراتيجية حيث بلغت $R = 0.747$ أي 74.7% وهي درجة ارتباط عالية، وهو ما يعكسه معامل التحديد R-deux الذي يقيس التباين في المتغير التابع وقد بلغ $R^2 = 0.557$ ، كما أن قيمة معلمة الميل Sig (مستوى الدلالة المعنوي) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة المحدد 0.05، ولهذا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تفرض أنه "يوجد دور ذو دلالة إحصائية للبعد البيئي في اليقظة الإستراتيجية"،

ومنهم معادلة خط الانحدار: $0,623 * \text{البعد البيئي} + 1.765 = \text{اليقظة الإستراتيجية}$.

3. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: لاختبار الفرضية الثالثة الفرعية تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

الجدول رقم 3-25: التحولات الاقتصادية الرقمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.535	3,881	التحولات الاقتصادية الرقمية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي للتحولات الاقتصادية الرقمية قد بلغ 3.881 وانحراف معياري قدره 0.535، أي أن المؤسسات الاستشفائية المعنية بالدراسة لها برنامج متكامل لمواكبة التحولات الاقتصادية الرقمية مما يعني قبول الفرضية الفرعية.

4. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة.

الجدول رقم 3-26: علاقة اليقظة الإستراتيجية بالتحولات الرقمية

اليقظة الإستراتيجية		
0.698**	معامل ارتباط بيرسون	التحولات الرقمية
0.000	مستوى المعنوية	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن قيمة معامل الارتباط بين كل من اليقظة الاستراتيجية والتحولات الرقمية في المؤسسات المعنية بالدراسة تساوي 0.698** ومستوى معنوية 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يعني أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين كل من اليقظة الإستراتيجية والتحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات المعنية بالدراسة، مما يعني قبول الفرضية الصفرية.

5. اختبار الفرضية الرئيسية: تهدف هذه الفرضية الرئيسية إلى التعرف على الفروق في تصورات استجابات الباحثين لليقظة الإستراتيجية والتحولات الاقتصادية الرقمية، حيث سيتم دراسة ما إذا تؤثر التحولات الاقتصادية الرقمية في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة من خلال دراسة الانحراف، معامل التحديد ومعامل الارتباط.

الجدول رقم 3-27: تحليل التباين الأحادي T

Sig.	F	R-deux	R	Sig.	T	Erreur standard	B	
0,000	38,255	0,419	0,647	0,000	4,179	0,377	1,576	(Constante)
				0,000	6,185	0,091	0,565	اليقظة الإستراتيجية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

توضح النتائج الواردة في الجدول أعلاه أن درجة الارتباط R بين المتغير المستقل التحولات الرقمية والمتغير التابع اليقظة الإستراتيجية بلغت $R = 0.647$ أي 64.7% وهي درجة ارتباط عالية، وهو ما يعكسه معامل التحديد R-deux الذي يقيس التباين في المتغير التابع وقد بلغ $R^2 = 0.419$.

كما تدل النتائج الواردة بالجدول أعلاه أيضا أن قيمة معلمة الميل Sig (مستوى الدلالة المعنوي) تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة المحدد 0.05، ولهذا فإنه يوجد دور ذو دلالة إحصائية للتحولات الاقتصادية الرقمية في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية.

معادلة خط الانحدار:

$$0.647 * \text{التحولات الاقتصادية الرقمية} + 1.576 = \text{اليقظة الإستراتيجية}$$

ثانيا: مناقشة نتائج اختبار فرضيات الدراسة

يتم من خلال هذا العنصر مناقشة نتائج اختبار فرضيات الدراسة للتأكد من تحققها أو عدمها، ومدى مطابقتها لنتائجها لما جاء في الإطار النظري.

1. مناقشة نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى: من خلال تحليل النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الأولى، وذلك باستخدام معامل الارتباط بيرسون قصد تحديد العلاقة بين كل من اليقظة الإستراتيجية ومختلف أبعادها، والمبينة في الجدول رقم 20، إذ أظهرت البيانات المحصل أن هناك علاقة إرتباطية بين كل من اليقظة الإستراتيجية وكل أبعادها في المؤسسات المعنية بالدراسة، وهذا ما أكده الجانب النظري والذي يركز على أهمية توفر أبعاد اليقظة الإستراتيجية الأربعة في المؤسسات.

وعليه يمكن القول أن نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة معروف ومخطط له مسبقا، وليس حدسيا حسب ما أظهرته نتائج التحليل الإحصائي للدراسة التطبيقية، أي أن المؤسسات المعنية بالدراسة تمارس نظام اليقظة الإستراتيجية بشكل مستمر و هذا يجعلنا نقبل ونؤكد صدق الفرضية الفرعية الأولى.

2. مناقشة نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية: من خلال تحليل النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثانية، باستخدام الانحراف، معامل التحديد ومعامل الارتباط، لكل بعد من أبعاد اليقظة الإستراتيجية على حدة وذلك لتأكيد ما إذا كانت المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة تحقق أو توفر مستوى معين من هذه الأبعاد، وأثبتت نتائج التحليل الإحصائي للدراسة التطبيقية أن هذه المؤسسات تحقق مستوى معين من أبعاد اليقظة الإستراتيجية، مما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية والتي تقول أن المؤسسات المعنية بالدراسة لا تحقق ولا توفر أي مستوى من أبعاد اليقظة الإستراتيجية وقبول الفرضية البديلة بأن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة تحقق وتوفر مستوى معين من أبعاد اليقظة الإستراتيجية.

وعليه يمكن القول أن أبعاد اليقظة الإستراتيجية الأربعة (التنافسي، التكنولوجي، التجاري والبيئي) تؤثر إيجابا في اليقظة الإستراتيجية داخل المؤسسات الاستشفائية المعنية بالدراسة، وهذا ما أكدته أيضا الدراسة النظرية.

3. مناقشة نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: أظهرت البيانات المحصل عليها من خلال تحليل النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الثالثة، وذلك باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتحولات الاقتصادية الرقمية، حيث اتضح من خلال الجدول رقم 25، أن المتوسط الحسابي للتحولات الاقتصادية الرقمية قد بلغ 3.881 وبانحراف معياري قدره 0.535، وهذا ما يتماشى مع ما جاء في الإطار النظري بأن للتحول الرقمية أهمية كبيرة في بقاء المؤسسات خاصة في ظل وجود بيئة تنافسية، مما يفرض على هذه المؤسسات مواكبة التحولات الاقتصادية خاصة الرقمية منها، وذلك من أجل فرض مكانتها في هذه البيئة.

وعليه يمكن التعليق بأن ما ورد في التحليل الإحصائي للدراسة التطبيقية أن المؤسسات الاستشفائية المعنية بالدراسة لها برنامج متكامل لمواكبة التحولات الاقتصادية الرقمية وهذا يعني قبول وتأكيد صدق الفرضية الفرعية الثالثة.

4. مناقشة نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: أظهرت البيانات المحصل عليها من خلال تحليل النتائج المتعلقة بالفرضية الفرعية الرابعة، أنه توجد علاقة ارتباط تساوي 0.698^{**} ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين كل من اليقظة الإستراتيجية والتحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة وذلك باستخدام معامل الارتباط بيرسون. وعليه يمكن التعليق حسب ما جاء به التحليل الإحصائي للدراسة التطبيقية والذي يطابق ما جاء في الإطار النظري، بأن المؤسسات المعنية بالدراسة تعمل على تدارك وتيرة التحولات الاقتصادية الرقمية من خلال ممارسات اليقظة الإستراتيجية، وقد وجدنا أن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة على استعداد دائم للتطوير من استراتيجياتها من أجل اكتساب نظام وبرنامج فعال يحاكي التحولات الرقمية.

5. مناقشة نتائج اختبار الفرضية الرئيسية: من خلال تحليل النتائج المتعلقة بالفرضية الرئيسية للدراسة باستخدام الانحراف، معامل التحديد ومعامل الارتباط، قصد التعرف على أثر التحولات الاقتصادية الرقمية في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة. وقد أثبتت نتائج التحليل الإحصائي للدراسة التطبيقية أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين كل من التحولات الاقتصادية الرقمية واليقظة الإستراتيجية في المؤسسات المعنية بالدراسة، مما يعني قبول الفرضية الصفرية بأن للتحولات الاقتصادية الرقمية الأثر الإيجابي في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية، يعني أن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة نظرا للتحولات الاقتصادية الرقمية التي هي في تطور دائم في العالم كليا فرضت على هذه المؤسسات بشكل رسمي وبدون أي مقدمات تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية الخاص بها، قصد التأقلم والتفاعل مع التغيرات السريعة التي تحدث في بيئة هذه المؤسسات، لجعلها دائما في تجدد مستمر خاصة وأن عملية التحول الرقمي مطلوبة للغاية، خاصة لهذا النوع من المؤسسات.

خلاصة الفصل

تم في هذا الفصل تحليل نتائج الدراسة الميدانية، من خلال تحليل محاور الاستبيان الخاص بها واختبار فرضياتها ومناقشة نتائج كل من محاور الاستبيان والفرضيات، وذلك وفق برنامج SPSS لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الاستبيان، وذلك قصد الإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال تأكيد أو نفي الفرضيات، والوقوف على واقع نظام اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية المختارة من كل من ولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة وقسنطينة حيث كانت النتائج المستخلصة من هذا الفصل ما يلي:

- هناك مستوى مرتفع لأبعاد اليقظة الاستراتيجية الأربعة بالمؤسسات الاستشفائية المعنية بالدراسة في كل من ولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة وقسنطينة؛
- توجد علاقة ارتباط قوية بين كل من اليقظة الاستراتيجية والتحولات الاقتصادية الرقمية من خلال ما أثبتته نتائج الدراسة الحالية؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين اليقظة الإستراتيجية وكل بعد من أبعادها في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة؛
- المؤسسات الاستشفائية المعنية بالدراسة لها برنامج متكامل لمواكبة التحولات الاقتصادية الرقمية؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين اليقظة الإستراتيجية والتحولات الرقمية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة؛
- يوجد دور ذو دلالة إحصائية للتحولات الاقتصادية الرقمية في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية.

خاتمة

في ظل بيئة الأعمال المتقلبة والتي تزداد تعقيدا يوما بعد يوم بفعل العولمة والرقمنة، والذي عبرت عنه المؤسسة العسكرية الأمريكية بفوكا *VUCA* والتي تتميز بعدة خصائص منها *VOLATILIT* وتعني التقلب بفعل التغيرات المتكررة والمفاجئة، مما يصعب من إمكانية التنبؤ والتخطيط وهذا ما ينتج عنه حالة عدم اليقين *UNCERTAINTY* ذلك بفعل ديناميكية هذا المحيط وعدم استقراره وهو ما يزيد من حالة التعقيد *COMPLEXITY* في اختيار الحلول التي تناسب التحديات المطروحة، ويزيد بالتالي من حالة عدم الغموض *AMBIGUITY* التي تمثل السمة الملازمة للمؤسسة في عالم اليوم. وفي ظل هذه الوضعية غير المسبوقة كان لزاما على منظمات الأعمال تحسين مهاراتها الاستراتيجية وابتكار أدوات جديدة تستطيع التخفيف من هذه التحديات، واكتساب قدرات أكبر للتكيف مع هذه التغيرات العاصفة وتحقيق الكفاءة باستمرار. ولعل من أهم الأدوات المبتكرة الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية التي تسمح للمؤسسة أن تظل في حالة وعي دائم بالتغيرات البيئية ذات طابع ديناميكي وخاصة المحيط التكنولوجي والرقمي والذي أصبحت متابعته تمثل تحديا حقيقيا لاقتناص ما يتيح من فرص وما يفرضه من مخاطر وذلك عن طريق اليقظة التكنولوجية.

وقد توصلت هذه الدراسة والموسومة بعنوان واقع نظام اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية إلى النتائج التالية:

أولا: نتائج الجزء النظري للدراسة: من أهمها ما يلي:

1. في ظل أهمية اقتصاد المعرفة أصبح الرأسمال اللامادي محدد رئيسيا لكفاءة المؤسسة، إذ تعتبر المعلومات واحدا من الموارد الأساسية للمؤسسة مع الموارد البشرية، المالية والمادية، وتبرز أهميتها في تغذية القرار الاستراتيجي للمؤسسة في ظل حالة عدم اليقين؛
2. يعد الذكاء الاستراتيجي والاقتصادي في المؤسسة واحدة من الوظائف الأساسية والتي تعني بإدارة المعلومة بشكل استباقي من أجل تعزيز القدرات الاستراتيجية للمؤسسة وضمان تحقيق الميزة التنافسية في محيط شديد التنافسية؛
3. تمثل اليقظة الاستراتيجية الجزء الأهم في الذكاء الاستراتيجي بما يتيح من ضمان الاستماع الدائم للمحيط والتقاط الإشارات الضعيفة التي يرسلها، ثم جمعها وتحليلها ومحاولة اكتشاف

ما تحمله من تغيرات مستقبلية من أجل اقتناص ما تتيحه من فرص أو دفع ما قد تفرضه من مخاطر من قبل المنافسين، مما يعزز القدرة الاستراتيجية للمؤسسة؛

4. يمثل المحيط التكنولوجي وخاصة الرقمي البيئة الأكثر ديناميكية وتسارعا في نسب النمو، وأكثرها تأثيرا على تنافسية المؤسسات وحتى الدول، وهو ما يفسر الإنفاق السخي على مشاريع البحث والتطوير من جهة واعتماد اليقظة التكنولوجية كأداة للمراقبة المستمرة للتغيرات التكنولوجية وخاصة الرقمية الحاصلة من جهة أخرى؛

5. إن التحول الرقمي أصبح الآن من بين الضروريات الأساسية لكافة المؤسسات، والذي يسعى إلى تحسين الخدمات وتسهيل وصولها إلى المستفيدين، كما أنه يساهم في تدنية التكاليف وتحقيق متطلبات زبائن المؤسسة.

ثانيا: نتائج الجزء التطبيقي للدراسة: من أهمها ما يلي:

1. وعي المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة بضرورة التكيف مع المحيط التنافسي والذي يتم بكثير من الشراسة والعدوانية من أجل ضمان البقاء في السوق، وذلك من خلال مراقبة البيئة التنافسية وجمع المعلومات المتعلقة بقدرات المنافسين الاستراتيجية والتي تشكل الميزة التنافسية؛
2. يمثل البعد التكنولوجي واحد من المحددات الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية، وهو ما يفسر اقتناء المؤسسات محل الدراسة للتكنولوجيات الحديثة التي تساهم في تطوير إنتاجيتها وتعزيز تنافسياتها، وهذا ما انعكس فعليا بالإيجاب على أدائها حسب ما أثبتته نتائج الدراسة؛
3. توظف المؤسسات محل الدراسة استثمارها في التكنولوجيات الحديثة كبعد تسويقي من أجل جذب الزبائن، ومحاولة خدمتهم بشكل أفضل لإرضائهم وضمان ولائهم.

ثالثا: نتائج اختبار الفرضيات:

1- الفرضية الفرعية الأولى: "تملك المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة نظام يقظة استراتيجي معروف ومخطط له مسبقا"

حيث أظهر معامل الارتباط بيرسون بين كل من اليقظة الإستراتيجية ومختلف أبعادها، أن هناك علاقة إرتباطية بين كل من اليقظة الإستراتيجية وكل أبعادها في المؤسسات المعنية بالدراسة، وهذا ما أكده الجانب النظري والذي يركز على أهمية توفر أبعاد اليقظة الإستراتيجية الأربعة في المؤسسات. وعليه يمكن القول أن نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة

معروف ومخطط له مسبقا، وليس حدسيا حسب ما أظهرته نتائج التحليل الإحصائي للدراسة التطبيقية، أي أن المؤسسات المعنية بالدراسة تمارس نظام اليقظة الإستراتيجية بشكل مستمر و هذا يجعلنا نقبل ونؤكد صدق الفرضية الفرعية الأولى.

2- الفرضية الفرعية الثانية: "إن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لا تحقق ولا توفر أي مستوى من أبعاد اليقظة الإستراتيجية".

لقد أثبتت نتائج التحليل الإحصائي للدراسة التطبيقية أن هذه المؤسسات تحقق مستوى معين من أبعاد اليقظة الإستراتيجية، مما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية والتي تقول أن المؤسسات المعنية بالدراسة لا تحقق ولا توفر أي مستوى من أبعاد اليقظة الإستراتيجية وقبول الفرضية البديلة بأن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة تحقق وتوفر مستوى معين من أبعاد اليقظة الإستراتيجية. وعليه يمكن القول أن أبعاد اليقظة الإستراتيجية الأربعة (التنافسي، التكنولوجي، التجاري والبيئي) تؤثر إيجابا في اليقظة الإستراتيجية داخل المؤسسات الاستشفائية المعنية بالدراسة، وهذا ما أكدته أيضا الدراسة النظرية. وبالتالي نعتمد هذه الفرضية أيضا.

3- الفرضية الفرعية الثالثة: "المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة لها برنامج متكامل لمواكبة التحولات الاقتصادية الرقمية وهي على استعداد تام لهذه التحولات"

من خلال قيمة المتوسط الحسابي للتحولات الاقتصادية الرقمية الذي بلغ 3.881 بانحراف معياري قدره 0.535، يمكن القول أن المؤسسات الاستشفائية المعنية بالدراسة لها برنامج متكامل لمواكبة التحولات الاقتصادية الرقمية، وهو ما يؤدي إلى قبول وتأكيد صدق هذه الفرضية.

4- الفرضية الفرعية الرابعة: "إن ممارسات نظام اليقظة الإستراتيجية من قبل المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة ساعدها في تدارك وتيرة التحولات الاقتصادية الرقمية"

لقد أظهرت نتائج التحليل المتعلقة بهذا الجزء أنه توجد علاقة ارتباط تساوي 0.698^{**} ذات عند مستوى معنوية 5%، بين كل من اليقظة الإستراتيجية والتحولات الاقتصادية الرقمية في المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة وذلك باستخدام معامل الارتباط بيرسون. وعليه يمكن القول أن المؤسسات المعنية بالدراسة تعمل على تدارك وتيرة التحولات الاقتصادية الرقمية من خلال ممارسات اليقظة الإستراتيجية، وقد وجد أن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة على استعداد دائم للتطوير من استراتيجياتها من أجل اكتساب نظام وبرنامج فعال يحاكي التحولات الرقمية.

5- مناقشة نتائج اختبار الفرضية الرئيسية: ومفادها أن: *للتحولات الاقتصادية الرقمية الأثر الإيجابي في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية داخل المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة*

لقد أثبتت نتائج التحليل الإحصائي للدراسة التطبيقية أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين كل من التحولات الاقتصادية الرقمية واليقظة الإستراتيجية في المؤسسات المعنية بالدراسة، مما يعني قبول الفرضية الصفرية بأن للتحولات الاقتصادية الرقمية الأثر الإيجابي في تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية، يعني أن المؤسسات الاستشفائية محل الدراسة نظرا للتحولات الاقتصادية الرقمية التي هي في تطور دائم في العالم كليا فرضت على هذه المؤسسات بشكل رسمي وبدون أي مقدمات تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية الخاص بها، قصد التأقلم والتفاعل مع التغيرات السريعة التي تحدث في بيئة هذه المؤسسات، لجعلها دائما في تجدد مستمر خاصة وأن عملية التحول الرقمي مطلوبة للغاية، خاصة لهذا النوع من المؤسسات.

ثالثا: توصيات و اقتراحات الدراسة: من أهم التوصيات والاقتراحات المقدمة ما يلي:

1. رأس المال اللامادي وخاصة في جانبه المعلوماتي يمثل ميزة تنافسية، يجب على مختلف المؤسسات الوطنية سواء ذات البعد الاقتصادي وحتى الإداري أن تستمر فيه بكثافة وتعطيه ما يستحق من اهتمام؛
2. إن تحويل الاهتمام من رأس المال التقليدي المالي منها والمادي إلى رأس المال المعرفي يحتاج إدارة تغيير حقيقية لثقافة المؤسسة حتى تستوعب هذه الاتجاهات الحديثة؛
3. في ظل مقتضيات التسيير العمومي الجديد، حيث تستلهم الإدارة العمومية الأدوات التي يتم تطويرها في ظل منظمات الأعمال نقترح توظيف مخرجات هذه الدراسة في مجال الإدارة العمومية وتحقيق التحول الرقمي على مستوى الحكومة؛
4. باعتبار أن اليقظة الاستراتيجية تحتاج لجهود معتبرة من أجل الإحاطة بكل التغيرات البيئية فإننا نقترح إنشاء نقابة للمؤسسات الاستشفائية الخاصة، يكون من مهامها إنشاء خلية للذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية، وتوفر لجميع المتعاملين في المجال المعلومات المستجدة في القطاع، مثلما هو حاصل في الكثير من دول العالم.

رابعاً: آفاق الدراسة

أثناء البحث ودراسة موضوع "واقع نظام اليقظة الاستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية دراسة حالة: المؤسسات الاستشفائية لولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة، قسنطينة"، تبادر إلى الذهن بعض التساؤلات والتي يمكن دراستها من خلال المواضيع التالية على سبيل المثال لا الحصر:

- دور اليقظة الاستراتيجية للمؤسسات التعليمية في مواكبة تطورات الثورة الصناعية 5.0.
- اليقظة الاستراتيجية وتفعيل حوكمة المؤسسات في المؤسسة الاقتصادية.
- اليقظة الاستراتيجية والمسؤولية الاجتماعية في عصر الذكاء الاصطناعي.

المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1. أماني فوزي. (2017). مفهوم الاقتصاد الرقمي. المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي بالدول العربية. الجزائر.
2. رقية منصورى. (2018). التخطيط الاستراتيجى لنظم المعلومات. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
3. عبد الحليم محمود منسى، و حسن خالد الشريف. (2014). التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برنامج spss. الاسكندرسة مصر: دار الجامعة الجديدة.
4. عماد الصباغ. (2000). نظم المعلومات ماهيتها مكوناتها (المجلد ط 1). الدوحة، قطر: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.
5. عيم إبراهيم الطاهر. (2009). إدارة المعرفة. تأليف نعيم إبراهيم الطاهر، إدارة المعرفة (الإصدار ط 1). عمان، الأردن: جدار للكتاب العالمي، عالم الكتاب الحديث.
6. محمد عبد المنعم شعيب. (2014). إدارة المستشفيات منظور تطبيقي. الإدارة المعاصرة نظم المعلومات نظم اقتصاديات الصحة نظم الإدارة الموقعية، ط 1، القاهرة، مصر: دار النشر للجامعات
7. مهني بوريش. (2022). تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية من خلال التحكم في وظيفة التمويل (الإصدار ط 1). المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: دار حميث للنشر.

المقالات:

1. أبو بكر بوسالم، و إلياس الهناني فراح. (2017). دور انظمة تخطيط موارد المؤسسة في تفعيل اليقظة الاستراتيجية -دراسة تطبيقية على شركة سوناطراك البترولية-. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، 4 (1).
2. أحمد رحموني، و رضية برامقي. (2018). إجراءات دعم الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. مجلة دراسات التنمية الاقتصادية، 1 (2).
3. أحمد عودة القرارة. (2013). مهارات الاقتصاد المعرفي الواردة في كتاب الكيمياء للصف الثاني ودرجة امتلاك المعلمين لها. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية (13).
4. أحمد قندوز، و محمد الساسي الشايب. (2013). دور التغذية الراجعة الشفوية و التغذية الراجعة السمعية البصرية في تنمية مهارات تنفيذ الدرس لدى المدرسين. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 05 (12).
5. أحمد مدوح. (2023). دور إدارة المعرفة في تحسين الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية. مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، 6 (2).
6. أحمد مدوح. (2023). دور إدارة المعرفة في تحسين الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية. مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصر، 6 (2)..
7. أحمد مراد. (2022). الجاهزية الالكترونية للإدارة. المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، 6 (2).

8. احمد يوسف، ومحمد الأمين دلهوم. (2019). تحليل القوى المؤثرة على الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية من خلال عرض نموذج porter دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية. *مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات*، 8 (1).
9. أسماء عبد الفتاح نصر عبد الحميد. (2021). متطلبات تحقيق التحول الرقمي بجامعة الأزهر لمواجهة تحديات الثورة الصناعية الرابعة. *مجلة التربية*، 1.
10. الأزهر ضيف، و محمد ذيب. (2018). تأثير الانترنت على مستوى التحصيل الدراسي لدى تلاميذ الثانوية. *مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية*، 6 (1).
11. العياشي زرزار، و كريمة غياد. (2017). من المصرفية التقليدية إلى المصرفية الإسلامية: متطلبات وآليات التحول. *مجلة الدراسات الإسلامية*، 5 (8).
12. المبارك رعاش. (2021). استخدام تطبيقات الحوسبة السحابية في العملية التعليمية. *مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الانسانية والاجتماعية*، 8 (2).
13. إلهام بروبعة. (2020). أهمية نظام المعلومات المحوسب في اتخاذ القرارات المالية في منظمات الأعمال. *مجلة نور للدراسات الاقتصادية*، 06 (10).
14. إلهام يحيوي، و سارة قرابصي. (2019). التسويق الرقمي: كيفية تطبيق التحول الرقمي في مجال التسويق. *مجلة التنمية الاقتصادية*، 4 (2).
15. إلياس العيداني. (2018). دور نظام الذكاء الاستراتيجي في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية. *مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة*، 1 (1).
16. أمين نبیح، و الطاهر غراز. (2022). مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير إدارة الموارد البشرية بالمنظمات المعاصرة -مقاربة نظرية تحليلية-. *حوليات جامعة الجزائر*، 1، 36 (1).
17. أمينة بواشري، و عبد الوهاب بوبعة. (2019). أثر البحث والتطوير على جودة المنتجات الجديدة: دراسة حالة مركز البحث والتطوير بمجمع صيدال. *مجلة الاقتصاد الجديد*، 10 (1).
18. أمينة قذايفية. (2016). إستراتيجية أمن المعلومات. *أبعاد اقتصادية*، 6 (1).
19. إيمان سعودي، و محمد دهان. (2020). الذكاء الاستراتيجي واثره في عملية التشخيص الاستراتيجي دراسة حالة مؤسسة "مطاحن البصرة" ومؤسسة البصرة WISSO. *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*، 21 (1).
20. إيمان معمري، و فتيحة علالي. (2021). أثر الذكاء الاستراتيجي على الأداء الريادي_دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة-. *مجلة مجاميع المعرفة*، 7 (1).
21. بشير إبرير. (2023). اللغة العربية ومتغيرات الرقمنة. *مجلة المجمع الجزائري للغة العربية*، 19 (1).
22. بشير بركان. (2023). مقومات الاقتصاد الرقمي في الجزائر. *مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال*، 12 (1).

23. بطاهر بختة. (2020). توجهات الاقتصاد الرقمي في البلدان العربية في ظل رغبتها في تطبيقه -فلسطين، إمارات، سعودية، الجزائر-. *مجلة المنتدى للأبحاث والدراسات الاقتصادية*، 3 (2).
24. بودالية بوراس. (2021). واقع التجارة الالكترونية في الجزائر. *مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية*، 1 (1).
25. جلييلة إيمان حمدي. (2023). دور الحوكمة الرقمية في إنجاح وتفعيل التحول الرقمي -نموذج دولة الامارات العربية المتحدة-. *مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية*، 5 (3).
26. جمال زمورة، و ليلي بن عيسى. (2022). دور القيادة الرقمية في نجاح التحول الرقمي للخدمات العمومية في الجزائر. *مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال*، 11 (2).
27. جميلة سلايمي، و يوسف بوشي. (2019). التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر. *مجلة العلوم القانونية والسياسية*، 10 (2).
28. جوهر قوادري صامت. (2020). الضوابط القانونية لمعالجة البيانات الشخصية الكترونيا. *مجلة الدراسات القانونية المقارنة*، 6 (2).
29. حبيبة سعد الدين. (2023). واقع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الخدمية الجزائرية دراسة عينة من البنوك بالمسيلة-الجزائر-. *مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية*، 7 (1).
30. حبيبة سعد الدين، و رزيقة مخوخ. (30 جوان، 2023). اليقظة الاستراتيجية وعلاقتها بتعزيز الميزة التنافسية، دراسة ميدانية على مجموعة من البنوك بالمسيلة -الجزائر-. *مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة*.
31. حسن محمد حسن بشير، و محمد أحمد النور. (2021). دور نظم المعلومات الإدارية في عملية صنع القرارات الضريبية في السودان: دراسة حالة ديوان الضرائب بولاية الجزيرة. *مجلة العلوم التجارية والتسيير*، 17 (1).
32. حسين العليان الهرشامة. (2014). أهمية إشراك الموظفين في منظمات الأعمال بالتخطيط الاستراتيجي. *دراسات العدد الاقتصادي*، 5 (1).
33. حمزة رملي. (2014). دراسة استطلاعية حول واقع اليقظة الاستراتيجية في مؤسسات صناعة الأدوية بقسنطينة. *مجلة البحوث الاقتصادية والمالية* (2).
34. حنان بشته، و نعيم بوعموشة. (2020). الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية. *مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع*، 3 (2).
35. حورية حميني، و ابتسام طوبال. (2020). دور حوكمة تكنولوجيا المعلومات في إنجاح التحول الرقمي. *مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي*، 7 (3).
36. خالد رجم، الطاهر بن اعمارة، و محمد يزيد ذكار. (2018). تقييم كفاءة نظام المعلومات الالكتروني: دراسة مقارنة بين المؤسسة الوطنية للجيوفيزياء ومؤسسة الشراكة HESS (أجنبية - سونطراك). *مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير*، 18 (1).

37. خالد قاشي، و نادية رافع. (2015). الذكاء الاقتصادي آلية لدعم إدارة العلاقة مع الزبون في منظمات الأعمال الحديثة. *مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال*، 1 (1).
38. خديجة عرقوب. (2023). دور حاضرات الأعمال الجامعية في دعم ريادة الأعمال الرقمية. *مجلة أرساد للدراسات الاقتصادية والإدارية*، 6 (1).
39. خليفة بلبصير، و عبد الوهاب بن بريكة. (2018). مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تنمية وتطوير المزايا التنافسية دراسة تطبيقية لعينة من الصناعات الصغيرة والمتوسطة بولاية قسنطينة. *جامعة زيان عاشور الجلفة*، 12 (3).
40. خيرة شاوشي، و زهرة خلوف. (2023). التحول الرقمي في الجزائر. *مجلة المحاسبة، التدقيق والمالية*، 5 (1).
41. ذهب نايف الشمري. (2022). متطلبات تحقيق التحول الرقمي بالجامعة السعودية: جامعة حائل دراسة حالة. *المجلة التربوية جامعة سوهاج*، 3 (95).
42. رابع دارم، سيد أحمد حاج عيسى، و لحشم قاسمية. (2020). معوقات الإبتكار الرقمي في المؤسسات الجزائرية - دراسة حالة عينة من المؤسسات الجزائرية - *مجلة البديل الاقتصادي*، 6 (2).
43. ربيع قرين. (2023). تقنيات التحول الرقمي واستراتيجياته - نماذج عن قصص فشل ونجاح لشركات عالمية - *مجلة المشكلة الاقتصادية والتنمية*، 2 (2).
44. رتيبة طايبي. (2020). واقع تحول الوطن العربي نحو مجتمع المعلومات: المعوقات والاستراتيجيات. *مجلة آفاق لعلم الاجتماع*، 10 (2).
45. رحمانى يوسف زكرياء. (01 أبريل، 2021). دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إشارات الإنذار كآلية لدعم القرارات الاستراتيجية: دراسة عينة من مؤسسات موبيليس فرع تلمسان، باستخدام نماذج المعادلات البنائية SEM-PLS. *مجلة البشائر الاقتصادية*.
46. رشيد ناظم حسن، و أفرام مي ابلحد. (2023). تدقيق التحيز في الذكاء الاصطناعي في ضوء إطار عمل تدقيق الذكاء الاصطناعي لمعهد المدققين الداخليين iaa دراسة نظرية تحليلية. *مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية*، 6 (1).
47. رضوان بوزوالغ، فواز واضح، و نورالدين بوزوالغ. (2021). دور نظام المعلومات في تحقيق اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة وكالة بريد الجزائر باب الواد ولاية الجزائر - *مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة*، 6 (2).
48. رمضان إبراهيم أبو جزر. (2023). أثر إدارة الجودة الشاملة في نظم المعلومات الإدارية في سوق فلسطين للأوراق المالية (بالتطبيق على شركة الاتصالات الفلسطينية وبنك فلسطين). *مجلة الدراسات الاستراتيجية والبحوث السياسية*، 2 (1).
49. روميضاء نجاة مواسيم، و سمية بلغونو. (2023). المؤسسات الناشئة كآلية لتجسيد الاقتصاد الرقمي في الجزائر. *مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال*، 12 (1).

50. ريان رشام، زهرة بوفيجلين، و سعاد بوعناقفة. (2022). الإبداع و الابتكار من خلال الطباعة الثلاثية لأبعاد بالمكتبات : إمكانيات التطبيق. *مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والانسانية*، 21 (4).
51. رهام حسين معلا. (2022). العلاقة بين استخدام الاستراتيجيات التوزيعية والميزة التنافسية في مؤسسات القطاع العام في سورية -دراسة ميدانية في المؤسسة السورية للتجارة-. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، 15 (2).
52. زبير عثمان، و علوية سعيد. (2021). أثر اليقظة والذكاء الاستراتيجي في خلق الميزة التنافسية للمؤسسات العربية، دراسة تطبيقية على عينة من اتحاد أصحاب العمل السوداني. *Global Journal of Economics and Business*، 10 (2).
53. زهير غراية. (2019). مستقبل صناعة التمويل الإسلامي في ظل التوجه العالمي نحو الاقتصاد الرقمي. *أبعاد اقتصادية*، 9 (2).
54. زينب بن سعودي، و عبد السلام مخلوفي. (2018). تقييم نشاط الذكاء الاقتصادي في سياق تحقيق أهداف منظمات الأعمال. *مجلة البشائر الاقتصادية*، 4 (2)..
55. سامية بوعشاش. (2020). أهمية استخدام تقنيات نظم المعلومات الجغرافية GIS في التخطيط السياحي دراسة تطبيقية على القسم الجنوبي للحظيرة الوطنية لجرجرة. *مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال*، 6 (2).
56. سامية لحول، صليحة مقاوسي، و زكرياء عقاري. (2015). دور نظم المعلومات التسويقية في إنتاج المعرفة بمؤسسات النقل الجماعي. *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية*، 01 (01).
57. سامية نجاعي، و داوود جفافلة. (2022). معايير تحرير الأخبار الصحفية بين المعالجة الطباعية و الرقمية - دراسة مقارنة بين صحيفتي الشعب الورقية والنهار الإلكترونية-. *مجلة المعيار*، 26 (64).
58. سعاد قوفي. (2023). التنافسية والميزة التنافسية أيهما أولاً، نحو تصور مقترح لتفسير العلاقة بين التنافسية وميزتها. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية*، 7 (8).
59. سعد سالم غانم. (2022). اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في التوجه الاستراتيجي: دراسة تحليلية لأراء عينة من القيادات الإدارية في المنظمات الصحية في صلاح الدين. *مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية*، 2 (2).
60. سعيدة مرزوق. (2023). واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر: دراسة تحليلية باستخدام مؤشر الجاهزية الشبكية. *مجلة العلوم الإنسانية*، 23 (1).
61. سناء محمد عبد الغني. (2022). انعكاسات التحول الرقمي على تعزيز النمو الاقتصادي في مصر. *مجلة كلية السياسة والاقتصاد*، 15 (14).
62. سهام قوت. (2019). دور فريق المعرفة في تطبيق مبادئ إدارة المعرفة في منظمات الأعمال الحديثة -دراسة ميدانية بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر DOT قسنطينة-. *مجلة تطوير العلوم الاجتماعية*، 12 (2).
63. شريف أسحق اسماعيل عثمان. (2022). التحول الرقمي واثره على مصداقية المعلومات المحاسبية. *مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة*، 5 (2).

64. صادوق خضرة، و نيل خيرة. (2022). تطبيقات إنترنت الأشياء في المكتبات: دراسة نظرية. *مجلة الرواق للدراسات الإجتماعية والانسانية*، 8 (2).
65. صباح فاضل، و خالد رواسكي. (2017). تأثير مجتمع المعلومات على تطور النسق الالكتروني للنشاط المالي والمصرفي -مقاربة تحليلية نظرية-. *معارف مجلية علمية دولية محكمة*، 12 (22).
66. صورية شني، و السعيد بن لخضر. (2017). تحقيق استراتيجية التنمية المستدامة من خلال الميزة التنافسية للمؤسسة. *مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية* (2).
67. صونيا بتغة، و العبد فراحتية. (2021). دور اليقظة الاستراتيجية في صناعة الخيار الاستراتيجي: دراسة ميدانية بالمجمع الصناعي التجاري لمطاحن الحضنة بالمسيلة. *مجلة البشائر الاقتصادية*، 7 (3).
68. صونيا عيواج، و زهير عمراني. (2020). هيكل العقل البشري، أسسه ومناحيه و الأطر المصنفة له. *مجلة القبس للدراسات النفسية والاجتماعية*، 2 (3).
69. ضياء الدين زاو، و فاروق بن سالم. (2023). أبعاد الذكاء الاستراتيجي في المؤسسة الاقتصادية: دراسة لآراء عينة من الإطارات المسيرة في مؤسسة إيريس سطيف. *مجلة إقتصاد المال والأعمال*، 7 (2).
70. طلال ناظم الزهيري، و تهماني فلاح خماس. (2020). تنظيم المحتوى الرقمي للبحوث والدراسات المنشورة في مجلة آداب المستنصرية والتأثير في كفاءة الاسترجاع. *مجلة بيلوفيليا لدراسات المكتبات والمعلومات*، 2 (8).
71. عادل قرقاد، و ربيع عيساني. (2022). دراسة واقع اقتصاد المعرفة في الجزائر وفقا لأهم مؤشرات منهجية تقييم المعرفة KAM. *مجلة الاقتصاد الصناعي*، 12 (02)..
72. عائشة مصباح، و عبد الفتاح بوخمخم. (2019). دور اليقظة الاستراتيجية في تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة بالمديرية الجهوية للشرق لمتعامل الهاتف النقال أوريدو. *مجلة دراسات إقتصادية*، 6 (1).
73. عبد الرحمن أحمد محمد فتحي. (2021). التحول الرقمي للجامعات- رؤية تحليلية في ضوء بعض النماذج الإدارية.- *إبداعية تربوية* (19).
74. عبد الرحمن فرج السيد مصطفى. (2022). دور الاقتصاد الرقمي في النمو الاقتصادي. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*، 13 (3).
75. عبد الصمد صغير. (2011). واقع ومؤشرات اقتصاد المعرفة في الجزائر. *المركز الجامعي تيسمسيلت* (3).
76. عبد القادر بن السعيد عقون. (2021). استراتيجية البحث والتطوير في المؤسسات كأساس لتفعيل التعاون الجزائري الدولي في مجال البحث العلمي. *مجلة الابتكار والتنمية الصناعية*، 4 (1).
77. عبد القادر بوكريدي، و فتحي بن حليلة. (2022). التحول الرقمي كدعامة أساسية لتفعيل نشاط الصيرفة الإسلامية دراسة حالة مصرف السلام الجزائر. *Revue algérienne d'économie et gestion*، 16 (2).
78. عبد القادر زواتنية. (2022). أهمية الاقتصاد الرقمي للدول العربية في ظل جائحة كورونا كوفيد 19 وأثره على تحقيق التنمية المستدامة الاقتصاد الرقمي لدولة قطر نموذجا. *مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا*، 18 (28).

79. عبد القادر سونة، و نجاة بن فريحة. (2023). تطور الرؤية للتحويل للاقتصاد الرقمي في العالم العربي-دراسة تجارب بعض الدول.- *مجلة المحاسبة، التدقيق والمالية*، 5 (1).
80. عبد الله بلعدي. (2022). التحول الرقمي ودوره في تطوير جودة الموارد البشرية في الصيرفة الإسلامية -- دراسة حالة بنك السلام الجزائري.- *مجلة البحوث والدراسات*، 19 (2).
81. عبد الله نوح. (2022). الأخلاقيات الرقمية ومساهمتها في الوقاية من الجريمة الرقمية. *مجلة العلوم القانونية والسياسية*، 13 (2).
82. عبد المالك هبال. (2023). أثر متطلبات استخدام الرقمنة في تحسين مستوى الخدمة المصرفية الالكترونية لعمليات التجارة الخارجية دراسة حالة بنكي: BADR، BDL بالمسيلة. *مجلة دفاتر اقتصادية*، 14 (1).
83. علي عوان، و أحمد محمودي. (2023). تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومظاهر التحول الرقمي في المؤسسات الخدمية -دراسة تطبيقية على صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء وكالة تيسمسيلت.- *مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة*، 4 (1)..
84. عماد سحمدي، و السعيد مزيان. (2023). دور الذكاء الاستراتيجي في تعزيز الابداع التنظيمي بالمؤسسة الاقتصادية -دراسة تطبيقية باستخدام نمذجة المعدلات البنائية SME على مؤسسات اتصالات الجزائر. *مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة*، 8 (1).
85. عماد سحمدي، و عبد المالك بلعشي. (2022). دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين جودة القرارات بالمؤسسة الاقتصادية: دراسة تطبيقية باستخدام تحليل المسار على مؤسسة اتصالات الجزائر. *مجلة اقتصاد المال والأعمال*، 6 (3).
86. عمر حوتية. (2023). التحول الرقمي ودوره في تحسين أداء القطاع الصناعي العمومي في الجزائر. *مجلة الإبداع*، 13 (1).
87. عمر ولد عابد. (2023). دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الإتصال بين المؤسسة ومحيطها -دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر بالشلف.- *مجلة العلوم التجارية*، 22 (1).
88. عمر ولد عابد، و لمين علواطي. (2017). آليات تطبيق اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية نموذج مقترح -دراسة تطبيقية بمؤسسة الإسمنت بالشلف.- *الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية* (17).
89. عيسى بوراوي، و عمار ميلودي. (2017). التحول إلى الجمارك الرقمية كمدخل لتحقيق اليقظة الاستراتيجية - دراسة حالة الجمارك الجزائرية.- *مجلة الدراسات الماليو والمحاسبية والإدارية*، 4 (2).
90. عيسى سماعيل، محمود عمر معي الدين، و جيلالي بوزكري. (2020). دراسة تطور أداء مدخلات الابتكار ومخرجاته وعلاقته بالدخل وفق مؤشر الابتكار العالمي GII دراسة حالة الجزائر. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، 13 (1).

91. عيسى نبوية، و نصيرة اوبختي. (2019). اليقظة الاستراتيجية كألية لدعم القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية -دراسة حالة المؤسسة الصناعية الجزائرية للاتصالات SITEL بتلمسان-. *مجلة التنمية الاقتصادية*، 4 (2).
92. فتيحة علوط، و معين أمين السيد. (2018). اليقظة الاستراتيجية كوسيلة فعالة في عملية اتخاذ القرارات بالمنظمة. *مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية*، 7.
93. فريدة بوزمان، و محمد خثير. (2022). فعالية نظام المعلومات في عملية اتخاذ القرارات بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية. *مجلة الاقتصاد الجديد*، 13 (1).
94. فطوم لحول، و بن الوليد نهار خالد. (2022). تحديات التجارة الالكترونية وأثرها على النشاط التسويقي خلال جائحة فيروس كورونا بوابة التجارة الالكترونية بدولة قطر كنموذج للنجاح والتحدي خلال جائحة فيروس كورونا 2019-2021. *مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية*، 6 (2).
95. كريمه بكوش، حكيم بناولة، و زهرة بوعبدلي. (2017). إشكالية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير التجارة الخارجية. *الريادة لاقتصاديات الأعمال*، 3 (2).
96. كريمه قاسمي، و الزهرة جعلاب. (2022). تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز اليقظة الاستراتيجية دراسة حالة الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية. *مجلة نماء للاقتصاد والتجارة*، 6 (1).
97. كاتزة تنيو، و محمد دهان. (2019). واقع الاقتصاد الرقمي في العالم العربي. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، 12 (1).
98. لامية حليبي، و يسمين دروازي. (2017). دور اليقظة الاستراتيجية في خلق الميزة التنافسية. *أبعاد اقتصادية*، 07 (01).
99. لحسن ذبيحي، و نعيمة ستر الرحمان. (2016). الذكاء الوجداني كأحد مجالات علم النفس الإيجابي وتطبيقاته في ميدان العمل. *مجلة تطوير العلوم الاجتماعية*، 9 (2).
100. لطيفة السبتي. (2021). أثر مؤشر الابتكار العالمي على النمو الاقتصادي في بعض الدول العربية دراسة قياسية للفترة 2011-2019. *مجلة الباحث الاقتصادي*، 9 (1).
101. ليلي بوحميد. (2017). دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة ميدانية. *مجلة الحقيقة*، 16 (41).
102. مالية سليلة، و مبروك قويسبي. (2023). أثر استخدام نظام المعلومات المحاسبي في تعزيز جودة المعومات المحاسبية "القوائم المالية". *مجلة التنمية الاقتصادية*، 8 (1).
103. محمد أحمد الغبيري، و عبد الرحمن حسن حسن. (2019). البيانات الضخمة وأثرها في تحقيق رؤية المملكة العربية السعودية 2030 دراسة تطبيقية. *مجلة الاستراتيجية والتنمية*، 9 (3).
104. محمد الساسي بالنور، و أشرف محمد دوابه. (2022). البلوك تشين وتطبيقاتها في المصارف الإسلامية (الشيك تشين كنموذج). *مجلة رؤى اقتصادية*، 12 (2).

105. محمد الصادق عبد الله شارهان محمد. (2021). رؤية مستقبلية لتطوير أدوار أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنوفية في ضوء متطلبات التحول الرقمي. *المجلة التربوية جامعة سوهاج*، 2 (88).
106. محمد أمين عبادنة. (2023). المواطنة الرقمية في مواجهة الأزمات الاجتماعية نحو محو الأمية الرقمية من أجل التكيف مع أزمة وباء 19 covid. *مجلة هيروودوت للعلوم الانسانية والاجتماعية*، 7 (3).
107. محمد جبار الشمري، و حامد كريم الحدراوي. (2011). عمليات إدارة المعرفة وأثرها في مؤشرات الاقتصاد المعرفي: دراسة تحليلية لآراء عينة من المؤسسات الرقمية. *مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية*، 7 (18).
108. محمد حباينة. (2014). تفاعل المعرفة الصريحة والمعرفة الضمنية داخل المؤسسة ودوره في إنشاء القيمة دراسة حالة OTA أوراسكوم تيليكوم الجزائر. *مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة* (30).
109. محمد رقامي. (2015). الذكاء الاقتصادي بين المنافسة والتعاون وتأثيره على تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية-دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية-. *مجلة الحقيقة*، 14 (2).
110. محمد سليمان مسعي، أحمد بن خليفة، و حنان بقاط. (2022). دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية دراسة حالة: المؤسسة الصناعية دهانات الزهرة-كوبنين، الوادي-. *مجلة العلوم الانسانية*، 22 (2).
111. محمد عبد المجيد عساف. (2022). العوامل المؤثرة في إستدامة الميزة التنافسية للمدارس الثانوية بمحافظة غزة (فلسطين). *مجلة الألكاديمية الدولية للعلوم النفسية والتربوية والأرطفونيا*، 2 (1)..
112. محمد عبيد كافي أبكر، سوسن عبد الحافظ حسين خطاب، عصام السيد برمة السيد، و عبد العزيز حسين متعب المزيد. (2019). أثر التجارة الالكترونية على تطوير نظام المعلومات المحاسبية (دراسة ميدانية على عينة مختارة من الشركات التجارية بولاية الخرطوم). *مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية* (04).
113. محمد علي الخير عمارة، و أبكر حماد آدم يعقوب. (2020). الدور الوسيط للتوجه الريادي في العلاقة بين المعرفة الضمنية والأداء الاستراتيجي-دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات السودانية-. *مجلة نماء للاقتصاد والتجارة*، 4 (2).
114. محمد علي الطاهر أحمد، و يعقوب موسى محمد. (2020). أثر الشراكة في نتائج الأعمال:دراسة تطبيقية على شركة كابالت جياذ السويدي. *مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة*، 3 (1).
115. محمد قادري. (2019). أثر بيئة المؤسسة على نشاط اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية-دراسة ميدانية لعينة من النسيج الصناعي الجزائري-. *مجلة مجاميع المعرفة*، 5 (2).
116. محمد كنوش. (2015). دور الذكاء الاستراتيجي في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة. *مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا*، 11 (13)..
117. مروة حميدي، و محمد مولود بلعيد. (2021). واقع اليقظة الاستراتيجية في شركات التأمين-دراسة حالة: شركة سلامة للتأمينات الجزائر-ولاية قالمة وعنابة-. *مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية*، 7 (1).
118. مريم عمراني، و يمينة قراري. (2023). اثر مؤشر الابتكار العالمي على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة الممتدة بين 2010-2020. *مجلة دفاتر اقتصادية*، 14 (1).

119. مريم لمروس. (2019). أنواع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الحديثة. مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والانسانية، 2 (8).
120. معروف جيلالي، ليلي بن كعكع، و حسينة قورين. (2021). دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال-دراسة حالة ملبنة الحليب للإخوة بن عولة بغيليزان-. مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، 6 (1).
121. مليكة بن علي. (2015). مجتمع المعلومات. الحوار الثقافي، 4 (2).
122. مني محمد السيد الحرون، و علي علي عطوة بركات. (2019). متطلبات التحول الرقمي في مدارس التعليم الثانوي العام في مصر. مجلة كلية التربية ببنها، 5 (120).
123. مها بنت غزاي عبدالله العتيبي. (2023). تطبيقات قاعدة "الضرر يزال" في مجال الأمن السيبراني. مجلة الابراهيمي للأداب والعلوم الإنسانية، 5 (2).
124. مولود كبير، و طارق بن خليف. (2017). دراسة قياسية لأثر البحث والتطوير على النمو الاقتصادي في الجزائر مقارنة مع بعض دول شمال إفريقيا والشرق الأوسط خلال الفترة 1990-2011. مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، 3 (1).
125. نريمان بن عبد الرحمان. (2023). التوجه نحو اقتصاد المعرفة وإنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، 6 (2).
126. نورالدين بن شوفي، و نعمان محصول. (2023). تحليل مقومات اقتصاد المعرفة في الجزائر خلال الفترة 2008-2020. مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، 7 (1).
127. نورهان قرون، و حسام الدين غضبان. (2020). تشخيص ممارسات اليقظة الاستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية دراسة حالة المجمع الصناعي عموري بسكرة. مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، 14 (2).
128. هشام بن عزة، و حمزة جيلالي تومي. (2023). تجارب دولية في تطبيقات التكنولوجيا الناشئة والاقتصاد الرقمي (الامارات، الصين، قطر) ومدى استفادة الجزائر منها. مجلة المحاسبة، التدقيق والمالية، 5 (1).
129. هناء عفيف، و هيبية خولوفي. (2022). الاتجاه نحو التحول الرقمي: حتمية أم خيار؟ مجلة اقتصاد المال والأعمال، 6 (1).
130. هند ريم، و عبد الحكيم بوجاني. (2021). التجارة الالكترونية. مجلة بصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، 1 (3).
131. والي ساعد، و أحمد دربان. (2022). دور نظام المعلومات في تحسين كفاءة الأنشطة اللوجيستية، نظام تخطيط موارد المؤسسة ERP نموذجا. مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، 5 (2).
132. وداد فوقة. (2016). دور الحكومات الالكترونية في تفعيل الديمقراطية الالكترونية. مجلة العلوم الانسانية، 27 (4).

133. وفاء سلطاني، و فاطمة بودرة. (2019). مساهمة إصالح مهنة المحاسبة في تعزيز جودة نظام المعلومات للمؤسسات الاقتصادية-مع الإشارة إلى حالة الجزائر.- *مجلة الاقتصاد الدولي والعمولة*، 02 (02).
134. وليد تخربين، و محمد أمين بوخرص. (2022). واقع وأفاق التحول الرقمي لدى المصارف الإسلامية: دراسة حالة مصرف البلاد السعودي. *مجلة مالك بن نبي للبحوث والدراسات*، 4 (1).
135. وهيبة بشريف، و فريدة عكروت. (2023). استخدام اليقظة التكنولوجية الصحية لدى المرأة الجزائرية في ظل جائحة كورونا. *مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية*، 9 (1).
136. وهيبة داسي. (2012). دور إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية دراسة تطبيقية في المصارف الحكومية السورية. *مجلة الباحث* (12).
137. ياسر المومني، و لبنى المومني. (2023). أثر الذكاء الاستراتيجي على أداء العاملين في شركات الاتصالات الأردنية. *مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة*، 8 (1).
138. يحيى زكرياء الصعوب، و محمد مفضي الكساسبة. (2021). الدور الوسيط للإبداع المنظمي في العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية. *مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية*، 7 (1).
139. يحيى شرقي. (2021). توجهات دول الخليج نحو الاقتصاد الرقمي -دراسة حالة تجارب بعض دول المنطقة-. *مخبر المحاسبة، التدقيق والمالية*، 3 (2).
140. يزيد تفرارت، ريمة بصري، و محمد ابركان. (2018). إجراءات دعم الذكاء الاقتصادي يف منظمات الأعمال بالجزائر. *مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية*، 2 (1).
141. يوسف زكرياء رحمان. (2021). دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إشارات الإنذار كآلية لدعم القرارات الاستراتيجية: دراسة عينة من مؤسسات موبيليس فرع تلمسان، باستخدام نماذج المعادلات البنائية-SEM-PLS. *مجلة البشائر الاقتصادية*، 20.
142. يوسف عبايدية، و العربي عمران. (2017). اليقظة الاستراتيجية كمدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية. *مجلة الأفاق للدراسات الاقتصادية*، 2 (1).

الرسائل والمذكرات:

1. رضا زاوش، جمال بن السعدي، و كتوم جساس. (2017). اليقظة الاستراتيجية كعامل لاستمرارية الأداء. *التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة*. المسيلة: جامعة محمد بوضياف.
2. سبرينة مانع. (2014). *أثر استراتيجية تنمية الموارد البشرية على أداء الأفراد في الجامعات دراسة حالة: عينة من الجامعات الجزائرية*. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.
3. سماعيل بوقندور. (2018). خيار اقتصاد المعرفة في تجسيد السياسات العربية: قطر نموذجاً. *صناعة المستقبل في السياسات العربية: نحو تفعيل لدور الدراسات المستقبلية*. قالمة الجزائر: جامعة 08 ماي 1945

4. علاء الدين ديدواي. (2022). أهمية التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات السياحية دراسة حالة الوكالات السياحية الجزائرية. سيدي بلعباس، الجزائر: جامعة جيلالي اليابس قسم العلوم التجارية .
5. فوزية مقراش. (2015). أثر الإدارة بالذكاءات على التوجه الاستراتيجي للمؤسسة دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.
6. نورهان قرون. (2021). أهمية اليقظة الاستراتيجية وأثرها على متلازمة أرق المعلومات دراسة حالة المجمع الصناعي عموري بسكرة. بسكرة: جامعة محمد خيضر بسكرة
7. هدى بوزيدي. (2018). دور إدارة المعرفة في تطوير البحث العلمي بالجامعات-دراسة حالة عينة من الجامعات الجزائرية-. سطيف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة فرحات عباس سطيف.
8. الياس حناش. (2018). واقع وآفاق التكامل الاقتصادي العربي في ظل اقتصاد المعرفة. المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة محمد بوضياف المسيلة.
9. يوسف زيدان، و محمد دباش. (2022). الاقتصاد الرقمي في الجزائر بين السبل والتحديات. البيانات الضخمة والاقتصاد الرقمي كآلية لتحقيق الإقلاع الاقتصادي في الدول النامية "الفرص، التحديات والأفاق". الوادي: جامعة الشهيد حمة لخضر كلية العلوم الاقتصادية الوادي.

محاضرات:

1. توفيق الشهريلي، و أنعام علي. (2023). نظم معلومات، محاضرات الكترونية. مصر، كلية الآداب قسم المعلومات: الجامعة المستنصرية.
2. محمود بولصباغ. (2017). محاضرات في التسويق الإلكتروني. ميله، الجزائر: المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف -ميله- معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
3. نسرين بوزاهر. (2022). محاضرات في مقياس اليقظة الاستراتيجية والمؤسسة. مدخل لليقظة الاستراتيجية . بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Fadia FENNI. (2020). L'intelligence économique ou la veille stratégique: quelle est la différence et quelle est la réalité pratique en Algerie ? *El - Acil Review for Economic and Administrative Research* 4 ، (1)،

2. Ibrahim Azzedine KERKOUB ،Soumiya LADJOUZI .(2007) .L'UTILITÉ DE LA VEILLE STRATÉGIQUE DANS LE PROCESSUS DE PRISE DE DÉCISION,CAS DE SONELGAZ .*la revue des sciences commerciales* 6 ، .(2)
3. Laurent HERMEL .(2010) .*Maîtriser et pratiquer ...Veille stratégique et intelligence économique*.france ، france: Afnorédition.
4. Laurent HERMEL .(2007) .*veille stratégique et intelligence économique*.france: ed Afnor.
5. Naserddine BENHASINE .(2023) .Polycopié intitulé Système d'Informations Cours et Td .83-1 .Aflou ، Institut des Sciences Département Informatique ،Algérie: Centre Universitaire Elcherif Bouchoucha Aflou.
6. Tenailleau Willy و ،Crouzet Virigine .(2018) .Données, information, connaissance, savoir Un peu de théorie du management .*Autour des usages numériques*.6-1 .

قائمة الملاحق

الملحق رقم 01

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

مشروع إعداد رسالة دكتوراه في تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات

تحت عنوان: واقع نظام اليقظة الإستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية

دراسة حالة: المؤسسات الاستشفائية لولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة، قسنطينة

إشراف الأستاذة: غضابنة ليلية

إعداد الطالبة: لحماري أمنة

تهدف هذه الرسالة الموسومة ب: "واقع نظام اليقظة الإستراتيجية في ظل التحولات الاقتصادية الرقمية دراسة حالة: المؤسسات الاستشفائية لولاية خنشلة، أم البواقي، باتنة، قسنطينة"، إلى كشف طبيعة العلاقة بين المتغيرين؛ الأول اليقظة الإستراتيجية والثاني التحولات الاقتصادية الرقمية، من خلال تقصي واقع المؤسسات الاقتصادية على البقاء والتأقلم في ظل التحولات الرقمية والمنافسة الشديدة.

وعلى إثر ذلك نتمنى من حضرتكم تشریفنا بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان من أجل المساعدة على تقصي حقيقة الاستراتيجيات المتبعة من قبل مؤسساتكم بغرض تبيين نتائج هذا البحث وبلوغ أهدافه المسطرة.

حاولنا تصميم هذا الاستبيان بطريقة مبسطة تسمح لكم بالإجابة عليه في وقت وبجهد معتبر، على أمل أن لا نجهدكم كثيرا.

طريقة الإجابة: يرجى وضع إشارة X في المربع الموافق لاختياركم علما أن خمسة (5) درجات تعني "موافق بشدة" نزولا إلى الدرجة الأولى (1) والتي تعني "غير موافق بشدة".

الجزء الأول: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى

المؤهل العلمي: تعليم ثانوي تكوين مهني شهادة جامعية

الأقدمية في المؤسسة: 1-5 سنوات 5-10 سنوات أكثر من 10 سنوات

المنصب المشغول: مدير نائب مدير رئيس قسم

اسم المؤسسة

.....

كم عمر المؤسسة؟

.....

ما المصطلح الذي تستخدمونه في مؤسستكم للدلالة على نشاط اليقظة الإستراتيجية؟

التنبؤ بالمستقبل مراقبة المحيط رصد المحيط دراسة المحيط اليقظة

أخرى

الجزء الثاني: محاور الاستبيان

المحور الأول: اليقظة الإستراتيجية

مجموعة عبارات تهدف إلى معرفة واقع اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	البيان	أبعاد اليقظة
----------------------	--------------	-------	-------	---------------	--------	-----------------

					الخدمات المقدمة في المؤسسة دائما ما تكون في الوقت المناسب وبالسعة المطلوبة.	البعد التنافسي
					تقوم مؤسستكم بجمع جل البيانات والمعلومات اللازمة لاتخاذ أنسب القرارات.	
					لدى المؤسسة نظام يقظة تنافسية (الإحاطة بكل مستجدات المنافسين).	
					ترصد المؤسسة وتراقب المجالات والمنتجات الجديدة لمنافسها بهدف التحسين من جودة خدماتها.	
					المؤسسة على علم بنقاط القوة والضعف المتعلقة بالمنافسين.	
					تعمل المؤسسة على مراجعة تسعيرة خدماتها باستمرار للمحافظة على ميزتها التنافسية.	
					تضم المؤسسة فريق عمل متخصص في المستجدات العلمية في مجال تخصصها.	البعد التكنولوجي
					تعتمد المؤسسة على التقنيات والبرمجيات الحديثة.	
					تبحث المؤسسة لتكون على دراية بالنطاق التكنولوجي والعلمي المتواجدة فيه.	
					تسعى المؤسسة للحصول على التكنولوجيات الجديدة وامتلاكها.	
					المؤسسة تعمل على محاكاة برامج أكثر فعالية من أجل تحسين الجودة وتدنية التكلفة.	
					تحولت المؤسسة من سياسة التسويق التقليدية إلى سياسة التسويق الالكترونية كنتيجة لاستخدام أحدث التكنولوجيات.	
					تدرس المؤسسة عروض الموردين المتعلقة بالخدمات المقدمة بعناية.	البعد التجاري
					تتابع المؤسسة احتياجات زبائنها وتحاول تلبية لهم وفق رغباتهم.	
					دائما ما تطور المؤسسة إستراتيجيات تقديم خدماتها، تعزيز الثقة وكسب ولائهم.	

					تهتم وتتابع المؤسسة كل الشكاوى المقدمة في وقتها باستمرار، لتقديم الحلول المناسبة في أسرع وقت ممكن.	
					تقوم المؤسسة بتقديم خدمات مجانية في إطار المسؤولية الاجتماعية.	
					تسهر المؤسسة على مراقبة أسواقها الأمامية والخلفية الحالية والمرتبقة.	
					للمؤسسة بنك معلومات موثوق في تحديد الفرص ومعرفة تهديدات المحيط الخارجي.	
					ترصد المؤسسة وتتابع كل التغيرات السياسية، الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية باستمرار.	
					تتابع المؤسسة وترصد تطور القوانين والأنظمة في مجال عملها.	
					تجمع المؤسسة المعلومات الخاصة في منطقة نشاطها والمناطق المجاورة من أجل إمكانية توسيع حصتها السوقية.	
					تسعى المؤسسة لتطوير إستراتيجياتها البيئية من أجل تحويل التهديدات إلى فرص يتم الاستفادة منها مستقبلاً.	
					تستخدم المؤسسة أحدث التقنيات التكنولوجية من أجل إعادة تدوير أكبر نسبة من المخلفات التي قد تضر بالبيئة.	

البعث
البيئي

المحور الثاني: التحولات الرقمية

مجموعة عبارات تهدف إلى معرفة ممارسات التحولات الرقمية في المؤسسة.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	البيان	
					تخصص الإدارة العليا الوقت تجاه جهود التحول الرقمي في كافة معاملات المؤسسة.	1
					توفر الإدارة العليا ميزانية خاصة لتطوير جودة خدماتها الالكترونية كمدخل لتعزيز التحول الرقمي.	2
					تعمل المؤسسة على توفير شبكة للاتصالات ذات تقنية عالية لاستيعاب الخدمات المقدمة.	3
					يتم الاستعانة بالجهات الاستشارية والخبراء لتقديم المشورة في مجال التحول الرقمي.	4
					توفر المؤسسة آليات مراقبة لنظام المعلومات الداخلي والشبكات الحاسوبية.	5
					تعتمد المؤسسة على البيانات المتحصل عليها الكترونيا للمساهمة في تطوير خدماتها الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي والموقع الالكتروني الخ	6
					توفر المؤسسة إمكانية الدفع الالكتروني باستخدام التطبيقات الالكترونية.	7
					ساهمت الرقمنة في زيادة كفاءة وإنتاجية العمل والتحسين من جودة الخدمات.	8
					تطور المؤسسة من خدماتها الرقمية باستمرار، من أجل تعزيز أداءها وتنافسيتها.	9
					يساعد التحول الرقمي على الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة وبالتالي تدنية التكاليف.	10
					يتأقلم الموظفون بسرعة تماشياً مع عمليات التحول الرقمي المطلوبة من قبل مؤسساتكم.	11
					توفر المؤسسة برامج للتعليم والتدريب على عمليات	12

					التحول الرقمي للموظفين.	
					ساهمت أزمة كوفيد في التسريع من وتيرة التحول الرقمي في المؤسسة.	13
					ساهمت أزمة كوفيد في نشر الثقافة الرقمية للمتعاملين والزبائن، مما سهل على المؤسسة تعزيز نجاح إستراتيجية التحول الرقمي.	14

قائمة المحكمين		
الرقم	أسماء المحكمين	اسم الجامعة
01	بن خديجة منصف	جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس
02	رجم خالد	جامعة فرحات عباس سطيف 1
03	لعمراوي سليم	جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي
04	بلحرش صح	جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي
05	خميلي فريد	جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي
06	لعلمي إيمان	جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2

RELIABILITY

/VARIABLES= 21ع 20ع 19ع 18ع 17ع 16ع 15ع 14ع 13ع 12ع 11ع 10ع 9ع 8ع 7ع 6ع 5ع 4ع 3ع 2ع 1ع
24ع 23ع 22ع

14س 13س 12س 11س 10س 9س 8س 7س 6س 5س 4س 3س 2س 1س

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

Fiabilité

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 00:24:20
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري عينة استطلاعية عينة .sav استطلاعية
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	25
	Entrée de la matrice	
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe	RELIABILITY /VARIABLES= 4ع 3ع 2ع 1ع 12ع 11ع 10ع 9ع 8ع 7ع 6ع 5ع 18ع 17ع 16ع 15ع 14ع 13ع 24ع 23ع 22ع 21ع 20ع 19ع 8س 7س 6س 5س 4س 3س 2س 1س 14س 13س 12س 11س 10س 9س /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Ressources	Temps de processeur 00:00:00,03 Temps écoulé 00:00:00,01

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	25	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	25	100,0

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

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,934	38

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
1ε	148,3200	387,060	,533	,932
2ε	148,4800	391,677	,412	,933
3ε	148,6000	382,833	,592	,932
4ε	148,6400	395,907	,227	,935
5ε	149,0000	390,250	,303	,935
6ε	148,8800	383,277	,445	,933
7ε	148,7200	391,293	,322	,934
8ε	148,5200	376,010	,725	,930
9ε	148,4400	375,173	,698	,930
10ε	148,3200	372,893	,769	,930
11ε	148,4000	394,000	,299	,934
12ε	149,1600	395,390	,154	,937
13ε	148,7200	387,210	,508	,932
14ε	148,2400	387,107	,563	,932
15ε	148,2800	380,210	,665	,931
16ε	148,5600	374,757	,656	,931

17ع	148,3600	383,073	,561	,932
18ع	149,0400	379,790	,682	,931
19ع	149,1600	373,140	,755	,930
20ع	148,6800	380,060	,501	,933
21ع	148,5600	383,840	,443	,933
22ع	148,8000	385,500	,457	,933
23ع	148,7200	384,460	,529	,932
24ع	149,2800	376,627	,409	,935
1س	148,6000	376,750	,814	,930
2س	148,5200	385,760	,628	,932
3س	148,6800	381,060	,774	,931
4س	148,7200	380,293	,646	,931
5س	148,4400	392,673	,494	,933
6س	148,8000	393,500	,343	,934
7س	148,8800	386,193	,366	,934
8س	148,4400	395,923	,288	,934
9س	148,2000	392,000	,476	,933
10س	148,5600	380,840	,554	,932
11س	149,0800	382,743	,457	,933
12س	148,7200	385,627	,451	,933
13س	148,8000	383,083	,605	,932
14س	148,8400	378,807	,621	,931

CORRELATIONS

/VARIABLES=البعد التنافسي 6ع 5ع 4ع 3ع 2ع 1ع

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 13:43:22
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري اعينة استطلاعية اعينة .sav استطلاعية
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	25
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.

Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES= 4ع 3ع 2ع 1ع 5ع 6ع البعد التنافسي /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,01

Corrélations

		1ع	2ع	3ع	4ع	5ع
1ع	Corrélation de Pearson	1	,485 [*]	,581 ^{**}	,384	,459 [*]
	Sig. (bilatérale)		,014	,002	,058	,021
	N	25	25	25	25	25
2ع	Corrélation de Pearson	,485 [*]	1	,576 ^{**}	,540 ^{**}	,374
	Sig. (bilatérale)	,014		,003	,005	,065
	N	25	25	25	25	25
3ع	Corrélation de Pearson	,581 ^{**}	,576 ^{**}	1	,202	,689 ^{**}
	Sig. (bilatérale)	,002	,003		,333	,000
	N	25	25	25	25	25
4ع	Corrélation de Pearson	,384	,540 ^{**}	,202	1	,310
	Sig. (bilatérale)	,058	,005	,333		,132
	N	25	25	25	25	25
5ع	Corrélation de Pearson	,459 [*]	,374	,689 ^{**}	,310	1
	Sig. (bilatérale)	,021	,065	,000	,132	
	N	25	25	25	25	25

6ع	Corrélation de Pearson	,347	,094	,254	,171	,241
	Sig. (bilatérale)	,089	,653	,221	,415	,246
	N	25	25	25	25	25
البعد التنافسي	Corrélation de Pearson	,763**	,692**	,788**	,602**	,759**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,001	,000
	N	25	25	25	25	25

Corrélations

		6ع	البعد التنافسي
1ع	Corrélation de Pearson	,347	,763**
	Sig. (bilatérale)	,089	,000
	N	25	25
2ع	Corrélation de Pearson	,094	,692**
	Sig. (bilatérale)	,653	,000
	N	25	25
3ع	Corrélation de Pearson	,254	,788**
	Sig. (bilatérale)	,221	,000
	N	25	25
4ع	Corrélation de Pearson	,171	,602**
	Sig. (bilatérale)	,415	,001
	N	25	25
5ع	Corrélation de Pearson	,241	,759**
	Sig. (bilatérale)	,246	,000
	N	25	25
6ع	Corrélation de Pearson	1	,556**
	Sig. (bilatérale)		,004

	N	25	25
البعد التنافسي	Corrélation de Pearson	,556**	1
	Sig. (bilatérale)	,004	
	N	25	25

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

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=البعد التكنولوجي 7ع 8ع 9ع 10ع 11ع 12ع

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 13:44:29
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري اعيبة استطلاعية اعيبة .sav استطلاعية
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	25

Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		<p>CORRELATIONS</p> <p>/VARIABLES= 10ع 9ع 8ع 7ع 11ع 12ع_البيد_التكنولوجي</p> <p>/PRINT=TWOTAIL NOSIG</p> <p>/MISSING=PAIRWISE.</p>
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,01

Corrélations

		7ع	8ع	9ع	10ع	11ع
7ع	Corrélation de Pearson	1	,525**	,293	,467*	,317
	Sig. (bilatérale)		,007	,155	,019	,122
	N	25	25	25	25	25
8ع	Corrélation de Pearson	,525**	1	,764**	,757**	,345
	Sig. (bilatérale)	,007		,000	,000	,091
	N	25	25	25	25	25
9ع	Corrélation de Pearson	,293	,764**	1	,720**	,297
	Sig. (bilatérale)	,155	,000		,000	,149

	N	25	25	25	25	25
10ع	Corrélation de Pearson	,467*	,757**	,720**	1	,214
	Sig. (bilatérale)	,019	,000	,000		,305
	N	25	25	25	25	25
11ع	Corrélation de Pearson	,317	,345	,297	,214	1
	Sig. (bilatérale)	,122	,091	,149	,305	
	N	25	25	25	25	25
12ع	Corrélation de Pearson	,085	,165	,122	-,117	,288
	Sig. (bilatérale)	,686	,432	,562	,577	,162
	N	25	25	25	25	25
البعْد_التكنولوجي	Corrélation de Pearson	,647**	,872**	,788**	,736**	,581**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,002
	N	25	25	25	25	25

Corrélations

		12ع	البعْد_التكنولوجي
7ع	Corrélation de Pearson	,085	,647**
	Sig. (bilatérale)	,686	,000
	N	25	25
8ع	Corrélation de Pearson	,165	,872**
	Sig. (bilatérale)	,432	,000
	N	25	25
9ع	Corrélation de Pearson	,122	,788**
	Sig. (bilatérale)	,562	,000
	N	25	25
10ع	Corrélation de Pearson	-,117	,736**

	Sig. (bilatérale)	,577	,000
	N	25	25
11ع	Corrélation de Pearson	,288	,581**
	Sig. (bilatérale)	,162	,002
	N	25	25
12ع	Corrélation de Pearson	1	,427*
	Sig. (bilatérale)		,033
	N	25	25
البعد_التكنولوجي	Corrélation de Pearson	,427*	1
	Sig. (bilatérale)	,033	
	N	25	25

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

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=البعد_التجاري 18ع 17ع 16ع 15ع 14ع 13ع

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue	05-MAR-2024 13:45:25
Commentaires	
Entrée	Données C:\Users\lyazid\Desktop\ لحماري اعينة استطلاعية اعينة استطلاعية.sav

	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	25
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES= 15ع 14ع 13ع 18ع 17ع 16ع البعد_التجاري /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,01

Corrélations

		13ع	14ع	15ع	16ع	17ع
13ع	Corrélation de Pearson	1	,480*	,565**	,576**	,279
	Sig. (bilatérale)		,015	,003	,003	,177

	N	25	25	25	25	25
14ع	Corrélation de Pearson	,480*	1	,868**	,609**	,429*
	Sig. (bilatérale)	,015		,000	,001	,032
	N	25	25	25	25	25
15ع	Corrélation de Pearson	,565**	,868**	1	,517**	,425*
	Sig. (bilatérale)	,003	,000		,008	,034
	N	25	25	25	25	25
16ع	Corrélation de Pearson	,576**	,609**	,517**	1	,626**
	Sig. (bilatérale)	,003	,001	,008		,001
	N	25	25	25	25	25
17ع	Corrélation de Pearson	,279	,429*	,425*	,626**	1
	Sig. (bilatérale)	,177	,032	,034	,001	
	N	25	25	25	25	25
18ع	Corrélation de Pearson	,472*	,237	,282	,654**	,529**
	Sig. (bilatérale)	,017	,255	,173	,000	,007
	N	25	25	25	25	25
البعد_التجاري	Corrélation de Pearson	,724**	,772**	,778**	,882**	,728**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	25	25	25	25	25

Corrélations

		18ع	البعد_التجاري
13ع	Corrélation de Pearson	,472*	,724**
	Sig. (bilatérale)	,017	,000
	N	25	25
14ع	Corrélation de Pearson	,237	,772**

	Sig. (bilatérale)	,255	,000
	N	25	25
15ع	Corrélation de Pearson	,282	,778**
	Sig. (bilatérale)	,173	,000
	N	25	25
16ع	Corrélation de Pearson	,654**	,882**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000
	N	25	25
17ع	Corrélation de Pearson	,529**	,728**
	Sig. (bilatérale)	,007	,000
	N	25	25
18ع	Corrélation de Pearson	1	,704**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	25	25
البعد_التجاري	Corrélation de Pearson	,704**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	25	25

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

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=البعد_البيئي 19ع 20ع 21ع 22ع 23ع 24ع

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 13:47:40
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري اعينة استطلاعية اعينة .sav استطلاعية
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	25
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES= 21ع 20ع 19ع 22ع 23ع 24ع البعد_ البيئي /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,01

Corrélations

		19ع	20ع	21ع	22ع	23ع
19ع	Corrélation de Pearson	1	,469*	,368	,258	,278
	Sig. (bilatérale)		,018	,070	,213	,178
	N	25	25	25	25	25
20ع	Corrélation de Pearson	,469*	1	,310	,484*	,450*
	Sig. (bilatérale)	,018		,132	,014	,024
	N	25	25	25	25	25
21ع	Corrélation de Pearson	,368	,310	1	,377	,202
	Sig. (bilatérale)	,070	,132		,063	,333
	N	25	25	25	25	25
22ع	Corrélation de Pearson	,258	,484*	,377	1	,435*
	Sig. (bilatérale)	,213	,014	,063		,030
	N	25	25	25	25	25
23ع	Corrélation de Pearson	,278	,450*	,202	,435*	1
	Sig. (bilatérale)	,178	,024	,333	,030	
	N	25	25	25	25	25
24ع	Corrélation de Pearson	,417*	,523**	,156	,159	,344
	Sig. (bilatérale)	,038	,007	,456	,449	,092
	N	25	25	25	25	25
البعد_ البيئي	Corrélation de Pearson	,684**	,806**	,576**	,628**	,635**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,003	,001	,001
	N	25	25	25	25	25

Corrélations

19ع	Corrélation de Pearson	,417*	,684**
	Sig. (bilatérale)	,038	,000
	N	25	25
20ع	Corrélation de Pearson	,523**	,806**
	Sig. (bilatérale)	,007	,000
	N	25	25
21ع	Corrélation de Pearson	,156	,576**
	Sig. (bilatérale)	,456	,003
	N	25	25
22ع	Corrélation de Pearson	,159	,628**
	Sig. (bilatérale)	,449	,001
	N	25	25
23ع	Corrélation de Pearson	,344	,635**
	Sig. (bilatérale)	,092	,001
	N	25	25
24ع	Corrélation de Pearson	1	,708**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	25	25
البعْد_البيئي	Corrélation de Pearson	,708**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	25	25

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

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=البعد_التنافسي_البعد_التكنولوجي_البعد_التجاري_البعد_البيئي_اليقظة_الإستراتيجية

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 13:49:25
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري اعينة استطلاعية اعينة استطلاعية.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	25
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.

Syntaxe		CORRELATIONS
		/VARIABLES= البعَد_التنافسيالبعَد_التكنولوجيالبعَد_التجاري بالبعَد_البيئياالبقظة_الإستراتيحية
		/PRINT=TWOTAIL NOSIG
		/MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,01

Corrélations

		البعَد_التنافسي	البعَد_التكنولوجي	البعَد_التجاري	البعَد_البيئي
البعَد_التنافسي	Corrélation de Pearson	1	,402*	,559**	,369
	Sig. (bilatérale)		,047	,004	,069
	N	25	25	25	25
البعَد_التكنولوجي	Corrélation de Pearson	,402*	1	,597**	,521**
	Sig. (bilatérale)	,047		,002	,008
	N	25	25	25	25
البعَد_التجاري	Corrélation de Pearson	,559**	,597**	1	,624**
	Sig. (bilatérale)	,004	,002		,001
	N	25	25	25	25
البعَد_البيئي	Corrélation de Pearson	,369	,521**	,624**	1
	Sig. (bilatérale)	,069	,008	,001	
	N	25	25	25	25
البقظة_الإستراتيحية	Corrélation de Pearson	,713**	,788**	,873**	,808**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000
	N	25	25	25	25

Corrélations

البقطة_الإستراتيجية

البعد_التنافسي	Corrélacion de Pearson	,713**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	25
البعد_التكنولوجي	Corrélacion de Pearson	,788**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	25
البعد_التجاري	Corrélacion de Pearson	,873**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	25
البعد_البيئي	Corrélacion de Pearson	,808**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	25
البقطة_الإستراتيجية	Corrélacion de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	25

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

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=التحولات_الرقمية س1 س2 س3 س4 س5 س6 س7 س8 س9 س10 س11 س12 س13 س14

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 13:50:40
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\lyazid\Desktop\ لحماري اعينة استطلاعية اعينة .sav استطلاعية
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	25
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES= 3س 2س 1س 10س 4س 5س 6س 7س 8س 9س 14س 11س 12س 13س التحويلات_الرقمية /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,03
	Temps écoulé	00:00:00,01

	Sig. (bilatérale)	,010	,004	,270	,618	,539	,932		,460	,383
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
8س	Corrélation de Pearson	,369	,235	,151	,446*	,247	,348	,155	1	,628**
	Sig. (bilatérale)	,070	,259	,472	,025	,234	,088	,460		,001
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
9س	Corrélation de Pearson	,521**	,434*	,167	,238	,440*	,444*	,182	,628**	1
	Sig. (bilatérale)	,008	,030	,425	,253	,028	,026	,383	,001	
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
10س	Corrélation de Pearson	,402*	,134	,518**	,428*	,217	,474*	,053	,453*	,397*
	Sig. (bilatérale)	,046	,524	,008	,033	,297	,017	,801	,023	,049
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
11س	Corrélation de Pearson	,494*	,609**	,331	,371	,024	,176	,515**	,120	,210
	Sig. (bilatérale)	,012	,001	,106	,068	,909	,401	,008	,569	,314
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
12س	Corrélation de Pearson	,430*	,392	,481*	,610**	,358	,255	,096	,070	,093
	Sig. (bilatérale)	,032	,053	,015	,001	,078	,218	,648	,739	,660
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
13س	Corrélation de Pearson	,452*	,474*	,433*	,399*	,215	,160	,135	,308	,539**
	Sig. (bilatérale)	,023	,017	,030	,048	,301	,445	,520	,134	,005
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
14س	Corrélation de Pearson	,579**	,415*	,531**	,340	,201	-,129	,347	,278	,367

	Sig. (bilatérale)	,002	,039	,006	,096	,336	,540	,089	,179	,071
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
التحويلات_الرقمية	Corrélation de Pearson	,846**	,729**	,698**	,704**	,501*	,384	,498*	,517**	,602**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,011	,058	,011	,008	,001
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25

Corrélations

		س10	س11	س12	س13	س14	التحويلات_الرقمية
س1	Corrélation de Pearson	,402*	,494*	,430*	,452*	,579**	,846**
	Sig. (bilatérale)	,046	,012	,032	,023	,002	,000
	N	25	25	25	25	25	25
س2	Corrélation de Pearson	,134	,609**	,392	,474*	,415*	,729**
	Sig. (bilatérale)	,524	,001	,053	,017	,039	,000
	N	25	25	25	25	25	25
س3	Corrélation de Pearson	,518**	,331	,481*	,433*	,531**	,698**
	Sig. (bilatérale)	,008	,106	,015	,030	,006	,000
	N	25	25	25	25	25	25
س4	Corrélation de Pearson	,428*	,371	,610**	,399*	,340	,704**
	Sig. (bilatérale)	,033	,068	,001	,048	,096	,000
	N	25	25	25	25	25	25
س5	Corrélation de Pearson	,217	,024	,358	,215	,201	,501*
	Sig. (bilatérale)	,297	,909	,078	,301	,336	,011
	N	25	25	25	25	25	25
س6	Corrélation de Pearson	,474*	,176	,255	,160	-,129	,384
	Sig. (bilatérale)	,017	,401	,218	,445	,540	,058

	N	25	25	25	25	25	25
7س	Corrélation de Pearson	,053	,515**	,096	,135	,347	,498*
	Sig. (bilatérale)	,801	,008	,648	,520	,089	,011
	N	25	25	25	25	25	25
8س	Corrélation de Pearson	,453*	,120	,070	,308	,278	,517**
	Sig. (bilatérale)	,023	,569	,739	,134	,179	,008
	N	25	25	25	25	25	25
9س	Corrélation de Pearson	,397*	,210	,093	,539**	,367	,602**
	Sig. (bilatérale)	,049	,314	,660	,005	,071	,001
	N	25	25	25	25	25	25
10س	Corrélation de Pearson	1	,486*	,237	,420*	,403*	,650**
	Sig. (bilatérale)		,014	,253	,037	,046	,000
	N	25	25	25	25	25	25
11س	Corrélation de Pearson	,486*	1	,375	,237	,400*	,664**
	Sig. (bilatérale)	,014		,065	,253	,047	,000
	N	25	25	25	25	25	25
12س	Corrélation de Pearson	,237	,375	1	,273	,272	,576**
	Sig. (bilatérale)	,253	,065		,187	,189	,003
	N	25	25	25	25	25	25
13س	Corrélation de Pearson	,420*	,237	,273	1	,760**	,658**
	Sig. (bilatérale)	,037	,253	,187		,000	,000
	N	25	25	25	25	25	25
14س	Corrélation de Pearson	,403*	,400*	,272	,760**	1	,680**
	Sig. (bilatérale)	,046	,047	,189	,000		,000
	N	25	25	25	25	25	25

التحويلات_الرقمية	Corrélation de Pearson	,650**	,664**	,576**	,658**	,680**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,003	,000	,000	
	N	25	25	25	25	25	25

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

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

الملحق رقم 05

FREQUENCIES VARIABLES=الجنس_المؤهل_العلمي_الاقدمية_في_المؤسسة_المنصب_المشغول_المؤسسة_عمر_المؤسسة=

المصطلح

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Statistiques

		الجنس	المؤهل_العلمي	الاقدمية_في_المؤسسة	المنصب_المشغول	المؤسسة	عمر_المؤسسة
N	Valide	55	55	55	55	55	55
	Manquant	0	0	0	0	0	0

Statistiques

المصطلح

N	Valide	55
	Manquant	0

Table de fréquences

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	23	41,8	41,8	41,8
	انثى	32	58,2	58,2	100,0
Total		55	100,0	100,0	

المؤهل_العلمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valide	تعليم ثانوي	3	5,5	5,5	5,5
	تعليم مهني	4	7,3	7,3	12,7
	تعليم جامعي	48	87,3	87,3	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

الاقدمية_في_المؤسسة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنوات 1-5	26	47,3	47,3	47,3
	سنوات 5-10	9	16,4	16,4	63,6
	اكتر من 10 سنوات	20	36,4	36,4	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

المنصب_المشغول

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مدير	9	16,4	16,4	16,4
	نائب مدير	7	12,7	12,7	29,1
	رئيس قسم	39	70,9	70,9	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

المؤسسة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	عيادة الاحسانيات	8	14,5	14,5	14,5
	مخبر ساعد العود	2	3,6	3,6	18,2

مخبر ابن سينا	5	9,1	9,1	27,3
عيادة الوداد	8	14,5	14,5	41,8
عيادة ماسينسا	9	16,4	16,4	58,2
مصحة الارز	6	10,9	10,9	69,1
نومبدياسيفاكيس	7	12,7	12,7	81,8
مركز البلم الشافي	9	16,4	16,4	98,2
مخبر التوفيق	1	1,8	1,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	

عمر_المؤسسة

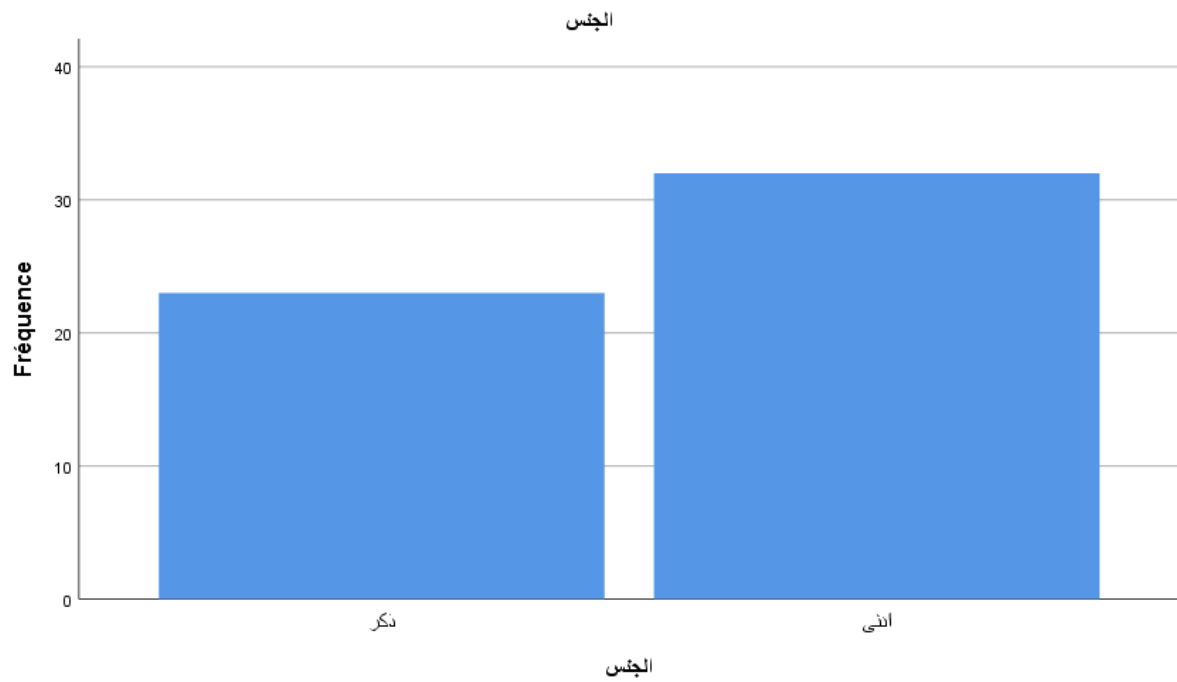
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	5,00	7	12,7	12,7	12,7
	6,00	1	1,8	1,8	14,5
	13,00	17	30,9	30,9	45,5
	16,00	9	16,4	16,4	61,8
	20,00	14	25,5	25,5	87,3
	30,00	7	12,7	12,7	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

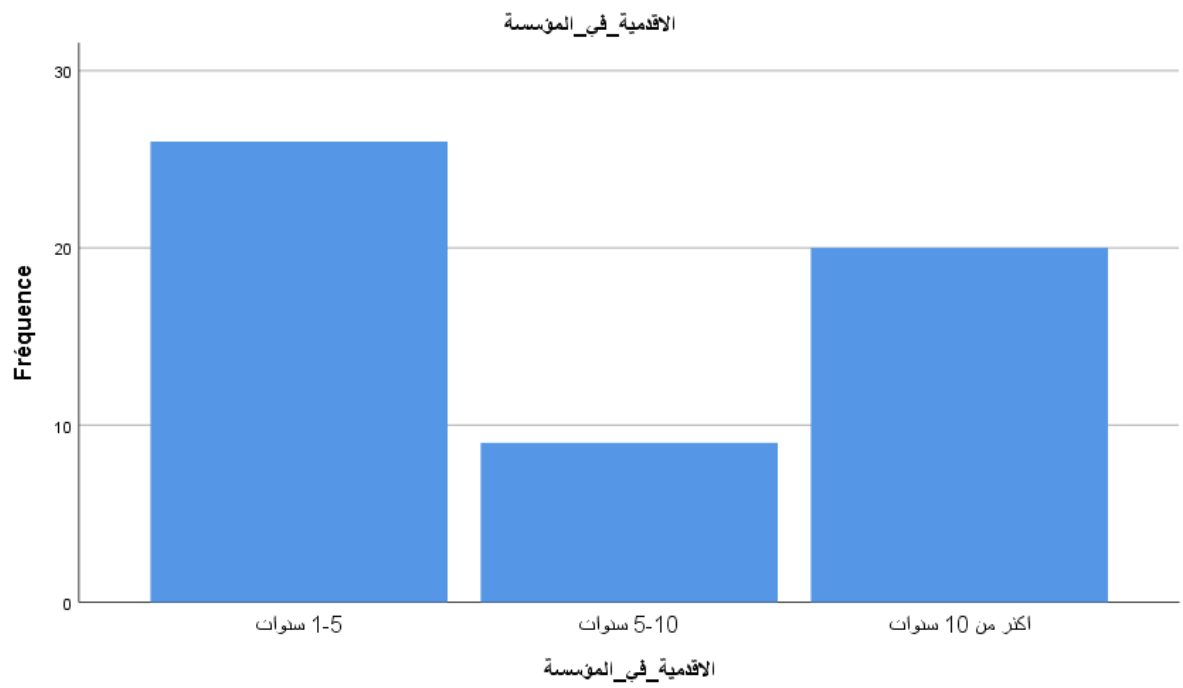
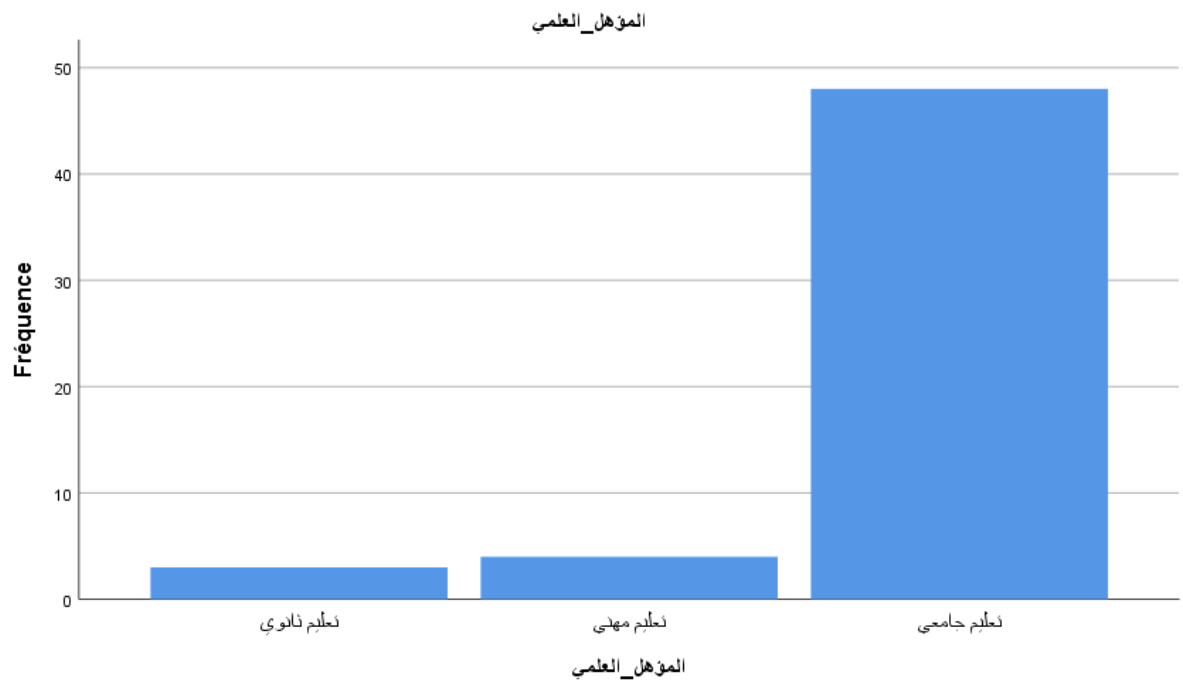
المصطلح

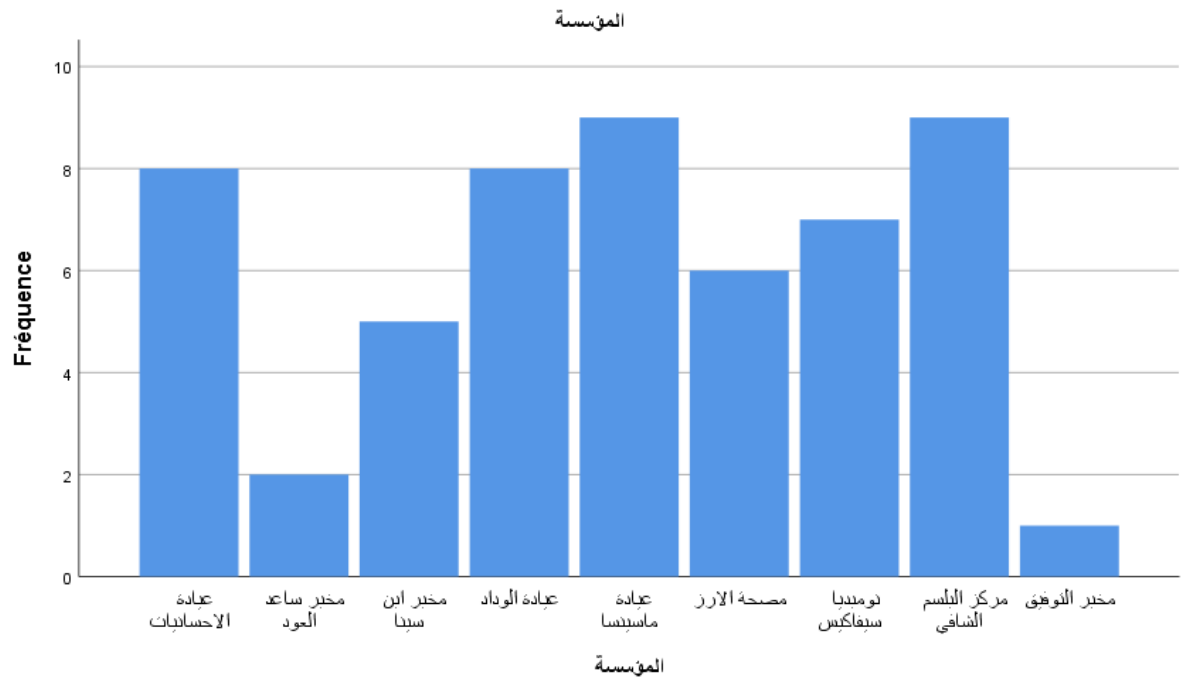
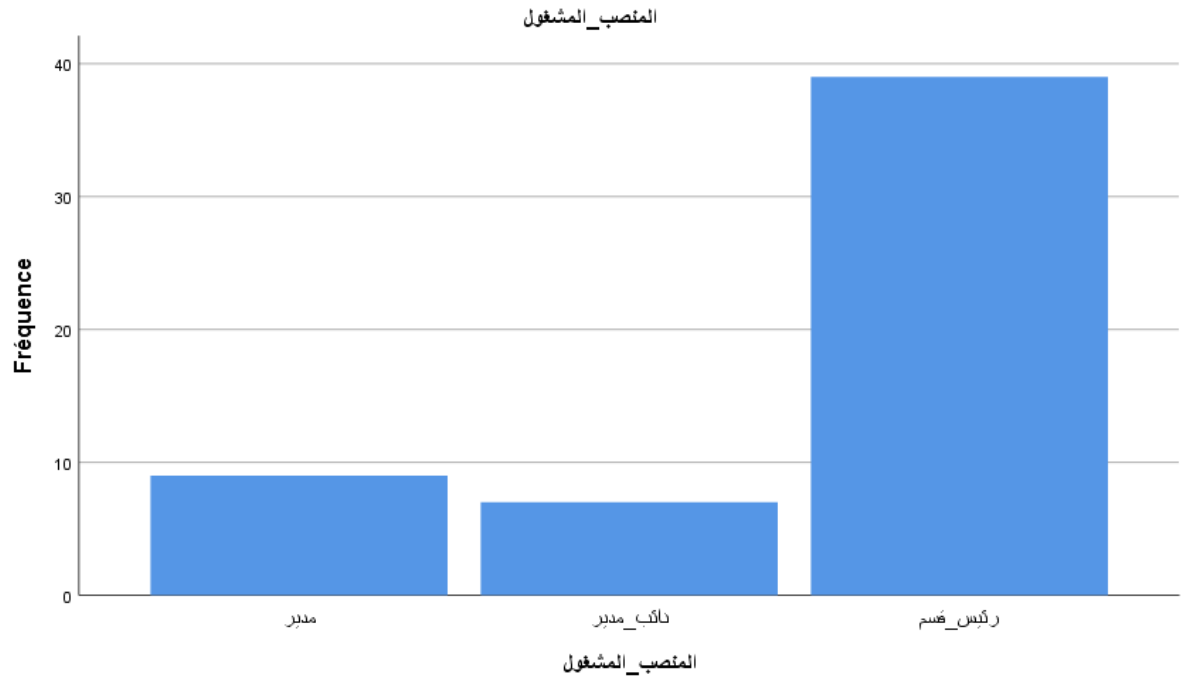
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	التنبؤ بالمستقبل	9	16,4	16,4	16,4
	مراقبة المحيط	13	23,6	23,6	40,0
	دراسة المحيط	11	20,0	20,0	60,0

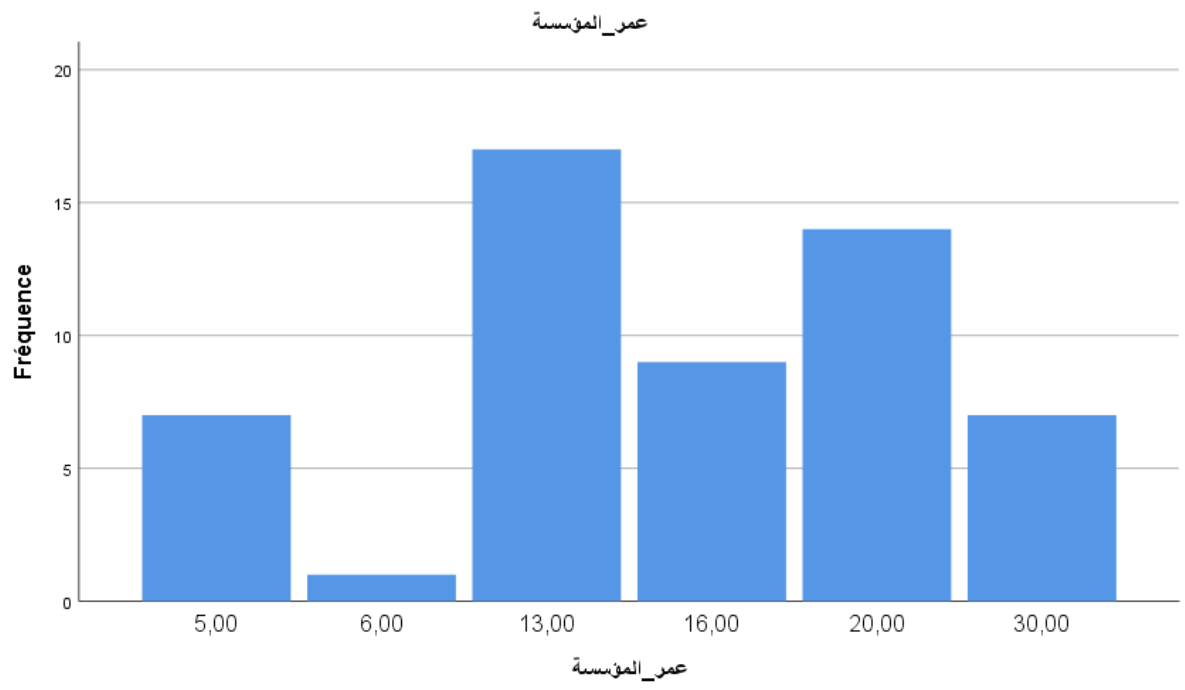
اليقظة	22	40,0	40,0	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Graphique à barres









CORRELATIONS

/VARIABLES=البعَد_التنافسي_البعَد_التكنولوجي_البعَد_التجاري_البعَد_البيئي_اليقظة_الإستراتيجية

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 14:22:51
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري\عينة الدراسة\عينة الدراسة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données2
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	55
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.

Syntaxe		CORRELATIONS
		/VARIABLES= البعد_التنافسيالبعد_التكنولوجيالبعد_التجاري بالبعد_البيئياالبقطة_الإستراتيحية
		/PRINT=TWOTAIL NOSIG
		/MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,01

Corrélations

		البعد_التنافسي	البعد_التكنولوجي	البعد_التجاري	البعد_البيئي
البعد_التنافسي	Corrélation de Pearson	1	,447**	,244	,453**
	Sig. (bilatérale)		,001	,072	,001
	N	55	55	55	55
البعد_التكنولوجي	Corrélation de Pearson	,447**	1	,422**	,507**
	Sig. (bilatérale)	,001		,001	,000
	N	55	55	55	55
البعد_التجاري	Corrélation de Pearson	,244	,422**	1	,394**
	Sig. (bilatérale)	,072	,001		,003
	N	55	55	55	55
البعد_البيئي	Corrélation de Pearson	,453**	,507**	,394**	1
	Sig. (bilatérale)	,001	,000	,003	
	N	55	55	55	55
البقطة_الإستراتيحية	Corrélation de Pearson	,614**	,735**	,825**	,747**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55

Corrélations

البقطة_الإستراتيجية

البعد_التنافسي	Corrélation de Pearson	,614**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	55
البعد_التكنولوجي	Corrélation de Pearson	,735**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	55
البعد_التجاري	Corrélation de Pearson	,825**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	55
البعد_البيئي	Corrélation de Pearson	,747**
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	55
البقطة_الإستراتيجية	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
	N	55

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

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT اليقظة_الإستراتيجية

/METHOD=ENTER البعد_التنافسي

/SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED)

/RESIDUALS NORMPROB(ZRESID).

Régression

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 14:10:00
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري\عينة الدراسة\عينة الدراسة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données2
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	55
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.	
Syntaxe	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT البيضة_الإستراتيجية /METHOD=ENTER البعْد_التنافسي /SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS NORMPROB(ZRESID).	
Ressources	Temps de processeur	00:00:02,80
	Temps écoulé	00:00:00,82
	Mémoire requise	4368 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	336 octets

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	البعْد_التنافسي ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : البيظة_الإستراتيجية :

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,614 ^a	,376	,365	,48915

a. Prédicteurs : (Constante), البعد_التنافسي

b. Variable dépendante : البيظة_الإستراتيجية :

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	7,657	1	7,657	32,003	,000 ^b
	deStudent	12,681	53	,239		
	Total	20,339	54			

a. Variable dépendante : البيظة_الإستراتيجية :

b. Prédicteurs : (Constante), البعد_التنافسي

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	T	
1	(Constante)	1,397	,479		2,914	,005
	البعد_التنافسي	,659	,116	,614	5,657	,000

a. Variable dépendante : اليقظة_الإستراتيجية :

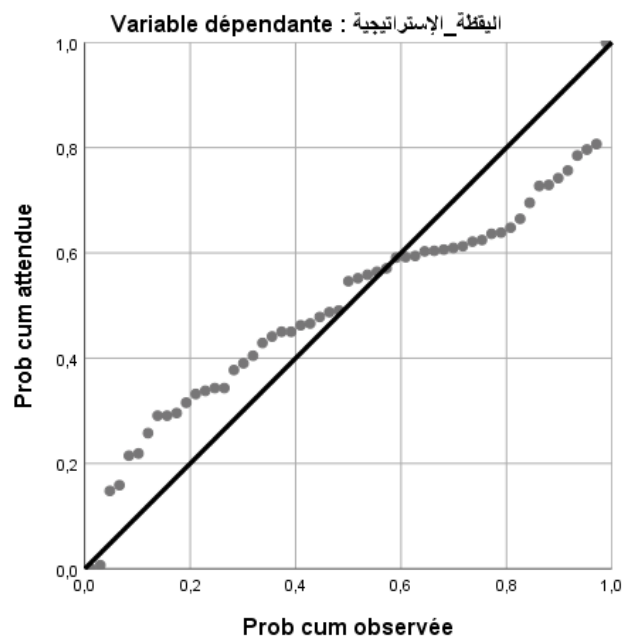
Statistiques des résidus^a

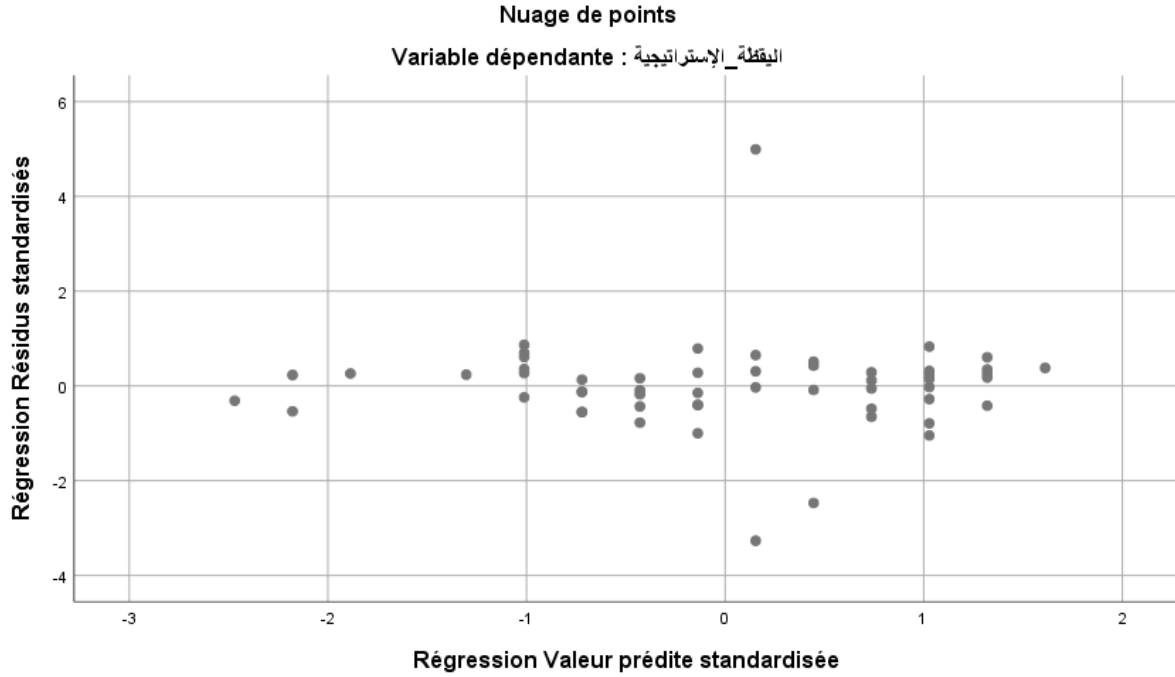
	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	N
Valeur prédite	3,1527	4,6892	4,0826	,37657	55
deStudent	-1,59878	2,44289	,00000	,48460	55
Valeur prévue standard	-2,469	1,611	,000	1,000	55
Résidu standard	-3,268	4,994	,000	,991	55

a. Variable dépendante : اليقظة_الإستراتيجية :

Graphiques

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés





REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT اليقظة_الإستراتيجية
/METHOD=ENTER البعد_التكنولوجي
/SCATTERPLOT=(*ZRESID,*ZPRED)
/RESIDUALS NORMPROB(ZRESID).

```

Régression

Remarques

Sortie obtenue	05-MAR-2024 14:13:43	
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري\عينة الدراسة\عينة الدراسة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données2

	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	55
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT البيضة_الإستراتيجية /METHOD=ENTER البيد_التكنولوجي /SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS NORMPROB(ZRESID).
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,61
	Temps écoulé	00:00:00,20

Mémoire requise	4368 octets
Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	336 octets

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	البعد_التكنولوجي ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : البقطة_الإستراتيجية

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,735 ^a	,541	,532	,41971

a. Prédicteurs : (Constante), البعد_التكنولوجي

b. Variable dépendante : البقطة_الإستراتيجية

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	11,002	1	11,002	62,457	,000 ^b
	deStudent	9,336	53	,176		
	Total	20,339	54			

a. Variable dépendante : البقطة_الإستراتيجية

b. Prédicteurs : (Constante), البعد_التكنولوجي

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,992	,395		2,512	,015
	البعد_التكنولوجي	,737	,093	,735	7,903	,000

a. Variable dépendante : البقطة_الإستراتيجية

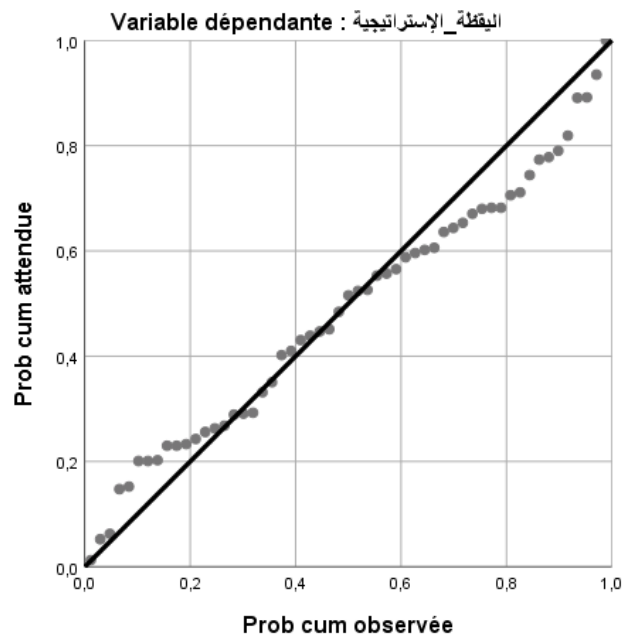
Statistiques des résidus^a

	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	N
Valeur prédite	2,8344	4,6765	4,0826	,45138	55
deStudent	-,93967	2,02963	,00000	,41581	55
Valeur prévue standard	-2,765	1,316	,000	1,000	55
Résidu standard	-2,239	4,836	,000	,991	55

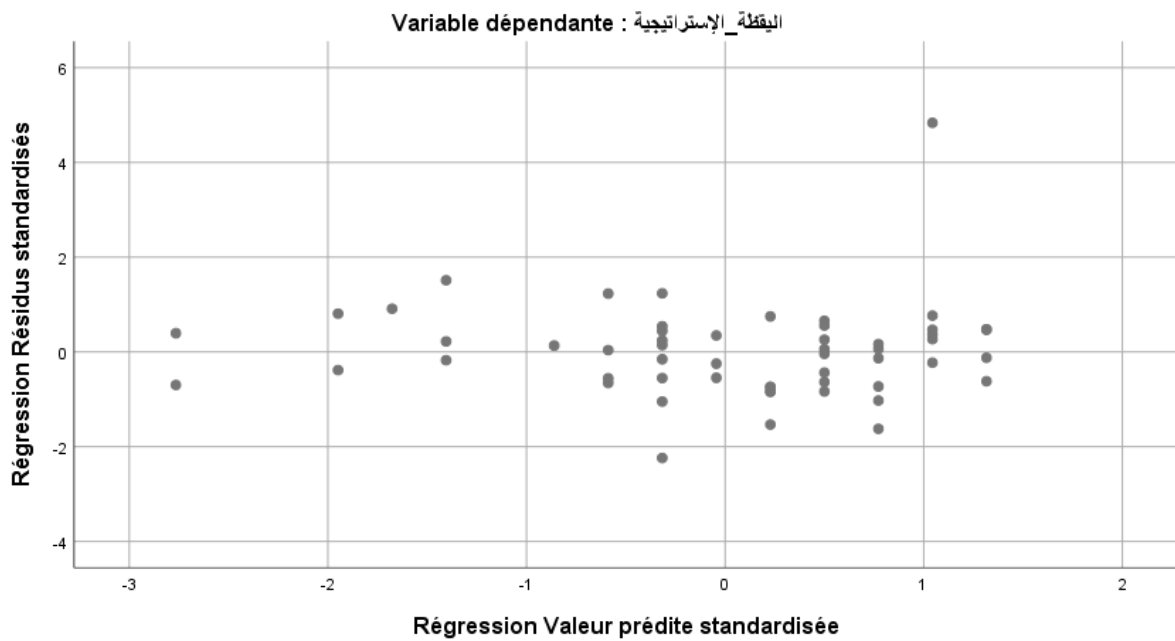
a. Variable dépendante : البقطة_الإستراتيجية

Graphiques

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés



Nuage de points



REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT الليقظة_الإستراتيجية

/METHOD=ENTER البعد_التجاري

/SCATTERPLOT=(*ZRESID,*ZPRED)

/RESIDUALS NORMPROB(ZRESID).

Régression

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 14:14:11
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري\عينة الدراسة\عينة الدراسة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données2
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	55
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante
Observations utilisées		Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.

Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT البيضة_الإستراتيجية /METHOD=ENTER البعد_التجاري /SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS NORMPROB(ZRESID).
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,47
	Temps écoulé	00:00:00,20
	Mémoire requise	4368 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	336 octets

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	البعد_التجاري ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : البيضة_الإستراتيجية

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,825 ^a	,681	,675	,34978

a. Prédicteurs : (Constante), البعد_التجاري

b. Variable dépendante : البيضة_الإستراتيجية

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	13,854	1	13,854	113,241	,000 ^b
	deStudent	6,484	53	,122		
	Total	20,339	54			

a. Variable dépendante : البيضة_الإستراتيجية

b. Prédicteurs : (Constante), البعد_التجاري

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,441	,161		15,128	,000
	البعد_التجاري	,379	,036	,825	10,641	,000

a. Variable dépendante : البيضة_الإستراتيجية

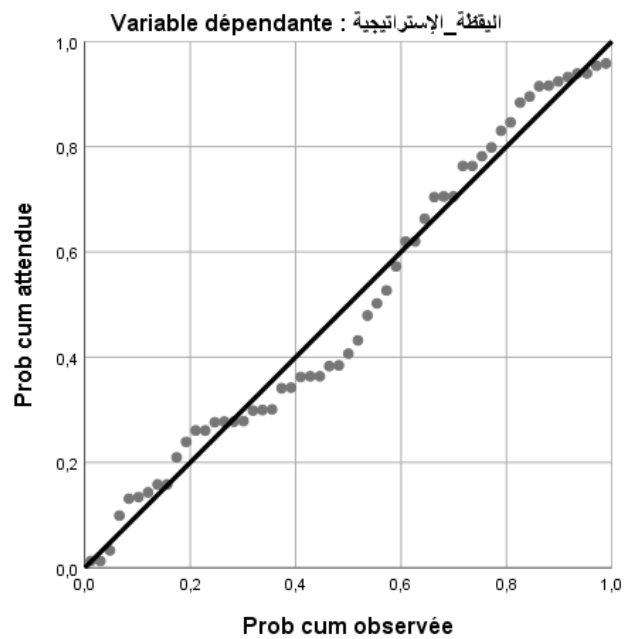
Statistiques des résidus^a

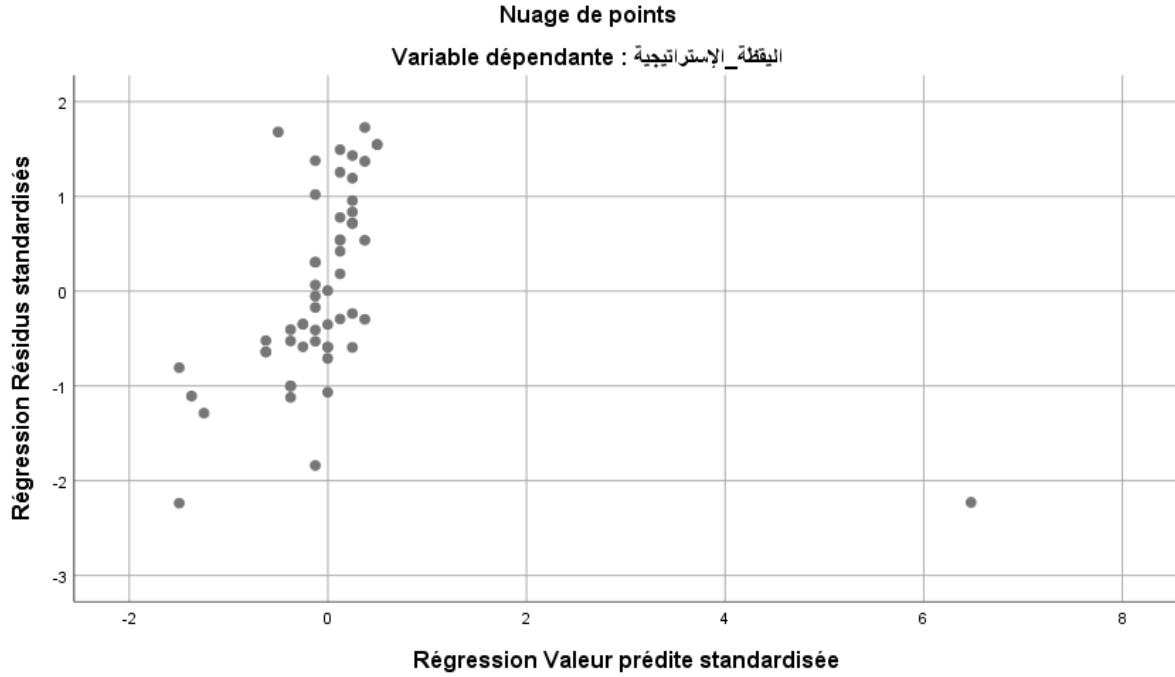
	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	N
Valeur prédite	3,3242	7,3629	4,0826	,50652	55
deStudent	-,78250	,60426	,00000	,34652	55
Valeur prévue standard	-1,497	6,476	,000	1,000	55
Résidu standard	-2,237	1,728	,000	,991	55

a. Variable dépendante : اليقظة_الإستراتيجية :

Graphiques

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés





REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT اليقظة_الإستراتيجية
/METHOD=ENTER البعد_البيئي
/SCATTERPLOT=(*ZRESID,*ZPRED)
/RESIDUALS NORMPROB(ZRESID).

```

Régression

Remarques

Sortie obtenue	05-MAR-2024 14:14:57	
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري\عينة الدراسة\عينة الدراسة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données2

	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	55
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT البيضة_الإستراتيجية /METHOD=ENTER البعد_البيني /SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS NORMPROB(ZRESID).
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,34
	Temps écoulé	00:00:00,21
	Mémoire requise	4368 octets

Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	336 octets
--	------------

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	البعد_البيئي ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : البيظة_الإستراتيجية :

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,747 ^a	,557	,549	,41208

a. Prédicteurs : (Constante), البعد_البيئي

b. Variable dépendante : البيظة_الإستراتيجية :

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	11,339	1	11,339	66,772	,000 ^b
	deStudent	9,000	53	,170		
	Total	20,339	54			

a. Variable dépendante : البيظة_الإستراتيجية :

b. Prédicteurs : (Constante), البعد_البيئي

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,765	,289		6,105	,000
	البعد_البيئي	,623	,076	,747	8,171	,000

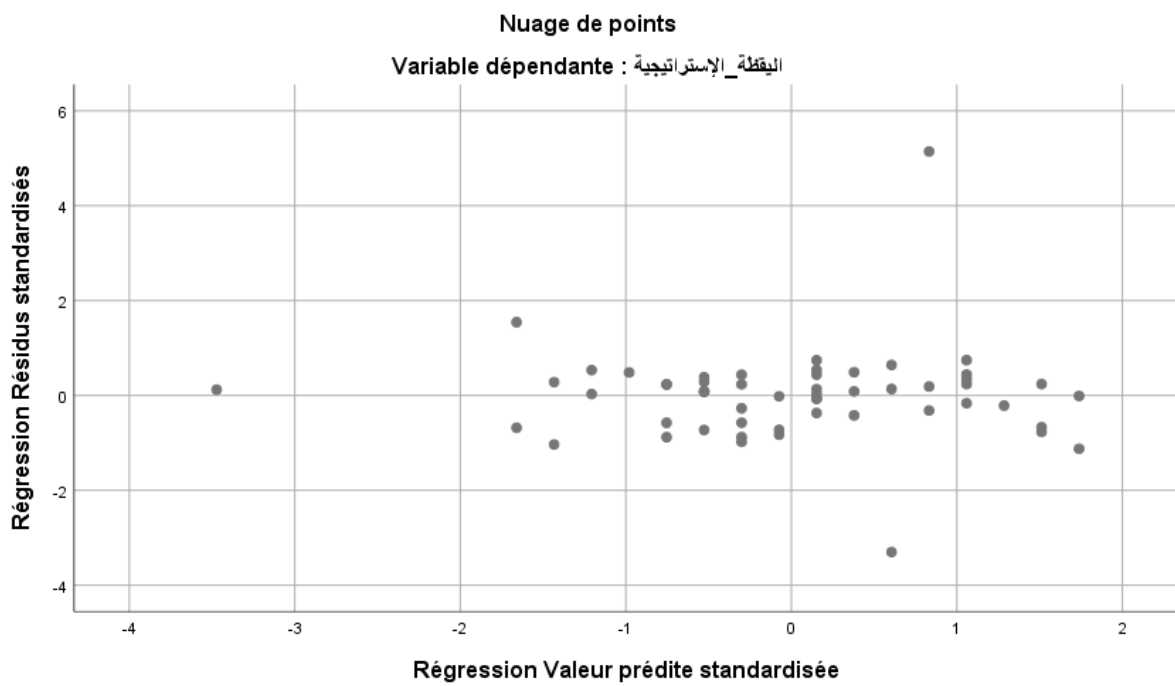
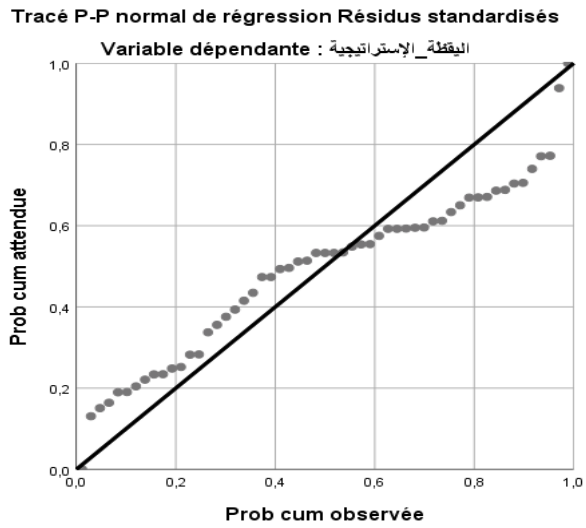
a. Variable dépendante : البيقظة_الإستراتيجية

Statistiques des résidus^a

	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	N
Valeur prédite	2,4914	4,8791	4,0826	,45823	55
deStudent	-1,36004	2,11948	,00000	,40825	55
Valeur prévue standard	-3,472	1,738	,000	1,000	55
Résidu standard	-3,300	5,143	,000	,991	55

a. Variable dépendante : البيقظة_الإستراتيجية

Graphiques



ONEWAY اليقظة_الإستراتيجية BY المصطلح

/MISSING ANALYSIS.

Unidirectionnel

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 14:20:00
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري\عينية الدراسة\عينية الدراسة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données2
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	55
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante
Observations utilisées		Les statistiques de chaque analyse sont basées sur les observations dépourvues de données manquantes dans les variables de l'analyse.
Syntaxe		ONEWAY BY الیقطة_الإستراتيجية المصطلح /MISSING ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,01

DESCRIPTIVES VARIABLES=التحويلات_الرقمية

/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptives

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 14:34:06
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري\عينة الدراسة\عينة الدراسة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données2
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	55
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Toutes les données non manquantes sont utilisées.
Syntaxe		DESCRIPTIVES التحويلات_الرقمية VARIABLES= /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,00

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
التحويلات_الرقمية	55	2,64	5,00	3,8818	,53544
N valide (liste)	55				

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT التحولات_الرقمية

/METHOD=ENTER اليقظة_الإستراتيجية

/SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED)

/RESIDUALS NORMPROB(ZRESID).

Régression

Remarques

Sortie obtenue		05-MAR-2024 14:37:51
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ لحماري\عينة الدراسة\عينة الدراسة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données2
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	55
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées		Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.
Syntaxe		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT التحولات_الرقمية /METHOD=ENTER البيضة_الإستراتيجية /SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS NORMPROB(ZRESID).
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,23
	Temps écoulé	00:00:00,21
	Mémoire requise	4368 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	336 octets

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	البيضة_الإستراتيجية ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : التحولات_الرقمية

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,647 ^a	,419	,408	,41189

a. Prédicteurs : (Constante), البيضة_الإستراتيجية

b. Variable dépendante : التحولات_الرقمية

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	6,490	1	6,490	38,255	,000 ^b
	deStudent	8,992	53	,170		
	Total	15,482	54			

a. Variable dépendante : التحولات_الرقمية

b. Prédicteurs : (Constante), البيضة_الإستراتيجية

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,576	,377		4,179	,000
	البيضة_الإستراتيجية	,565	,091	,647	6,185	,000

a. Variable dépendante : التحولات_الرقمية

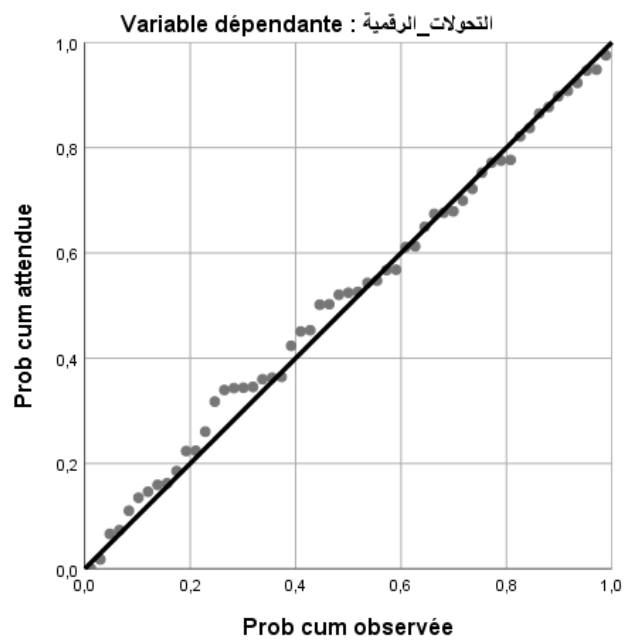
Statistiques des résidus^a

	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	N
Valeur prédite	3,0114	5,2945	3,8818	,34668	55
deStudent	-1,42769	,81014	,00000	,40806	55
Valeur prévue standard	-2,511	4,075	,000	1,000	55
Résidu standard	-3,466	1,967	,000	,991	55

a. Variable dépendante : التحولات_الرقمية

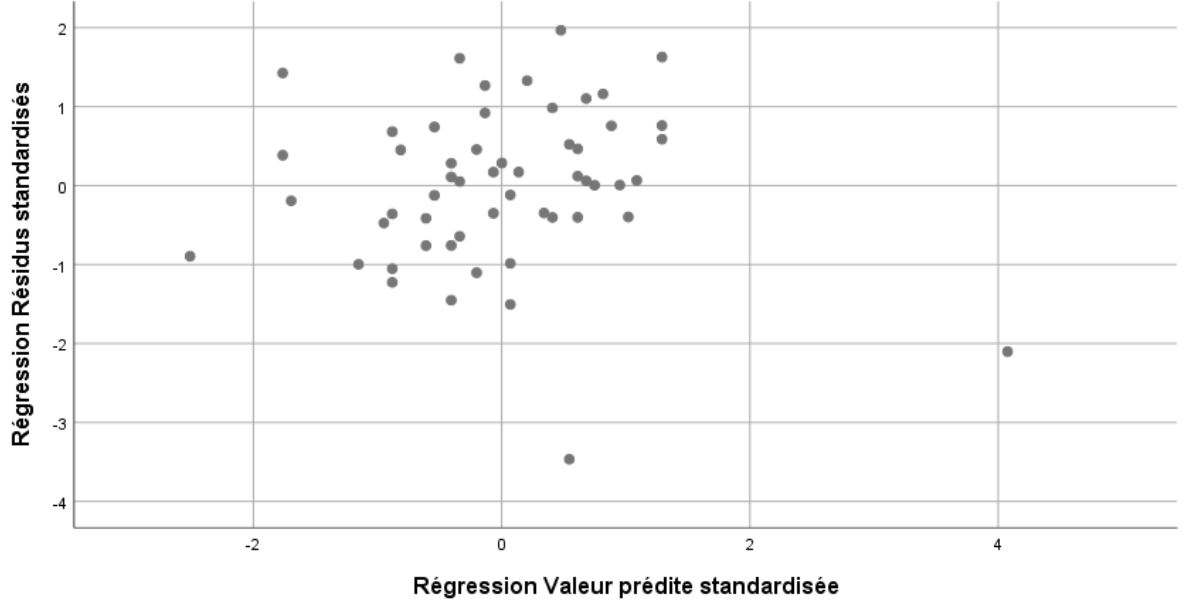
Graphiques

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés



Nuage de points

Variable dépendante : التحولات_الرقمية



Warning # 849 in column 23. Text: fr_DZ

The LOCALE subcommand of the SET command has an invalid parameter. It could not be mapped to a valid backend locale.

Votre période d'utilisation temporaire de IBM SPSS Statistics va expirer dans 4317 jours.

GET

FILE='C:\Users\yazid\Desktop\الدراسة\عينة الدراسة\لحماري.sav'.

DATASET NAME Jeu_de_données1 WINDOW=FRONT.

CORRELATIONS

/VARIABLES=اليقظة_الإستراتيجية التحويلات_الرقمية

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

Remarques

Sortie obtenue		06-MAR-2024 22:20:04
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\yazid\Desktop\ الدراسة\عينة الدراسة\لحماري.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	55
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.	
Syntaxe	CORRELATIONS /VARIABLES= البيضة_الإستراتيجيةالتحولات_الرقمية /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,01

[Jeu_de_données1] C:\Users\yazid\Desktop\الدراسة_عينة الدراسة\احماري\عينه الدراسة\التحولات_الرقمية_البيضة_الإستراتيجية.sav

Corrélations

		البيضة_الإستراتيجية	التحولات_الرقمية
البيضة_الإستراتيجية	Corrélation de Pearson	1	,647**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	55	55
التحولات_الرقمية	Corrélation de Pearson	,647**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	55	55

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