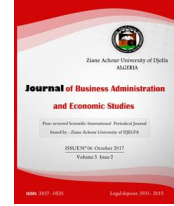




مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية



www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/313/

موقع المجلة:

دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الإبداع في المؤسسة الاقتصادية
دراسة حالة مؤسسة نفطال

**The role of strategic vigilance in promoting creativity in the economic institution
Case study of The Petroleum Company**

طوير امباركة،^{1*} touer.mebarka@cuniv-tissemsilt.dz،

محي الدين محمود عمر،² mahieddine mahmoud omar@gmail.com،

¹ طالبة دكتوراه، مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة بجامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت (الجزائر)

² أستاذ مساعد أ، مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة بجامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت (الجزائر)

تاريخ النشر: 2021/06/07

تاريخ القبول: 2021/06/02

تاريخ الإرسال: 2021/03/01

الكلمات المفتاحية

ملخص

الإستراتيجية؛

اليقظة
الإبداع.

تهدف الدراسة إلى معرفة دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز الإبداع في المؤسسة الاقتصادية، و تم اختبارها على عينة من العاملين بمؤسسة نفطال مكونة من 120 عاملا، حيث استخدمت الإستبانة كأداة لجمع البيانات و تم تحليلها و اختبار الفرضيات ببرنامج spss24، و خلصت الدراسة إلى أن الأفكار الجديدة والأعمال المبتكرة لا تحظى بالدعم الكافي، و يظهر واضحا ضعف الاعتماد على المعلومات الخارجية و مراقبة البيئة في دعم الإبداع و تطوير الأفكار و الحلول المبتكرة

تصنيف JEL: M15 ؛ Q55

Abstract

Keywords

The study aims to know the role of strategic vigilance in promoting creativity in the economic institution, and was tested on a sample of employees of the Oilal Foundation of 120 workers, where the questionnaire was used as a tool for collecting data and analyzed and testhypothes program spss24, and concluded that new ideas and innovative works are not supported enough, and shows clear ly poor reliance on external information and environmental control in supporting creativity and developing innovative ideas and solutions

Strategic
vigilance;
creativity.

JEL Classification Codes : M15 ; Q55.

* البريد الالكتروني للباحث المرسل: touer.mebarka@yahoo.com

1. مقدمة:

يعيش العالم فترة من التحولات و التقلبات الجذرية التي أسهمت في تغيير كل المفاهيم و الأساليب و الهياكل الإدارية والتقليدية، وأوجدت مناخا جديدا وأوضاعا اقتصادية وتكنولوجية مختلفة تماما عما كان سائد من قبل، وتتميز هذه الأوضاع الجديدة في ذاتها بالحركة و التطور السريع، فضلا عن تداخلاتها و تفاعلاتها البيئية. كل هذه التقلبات دفعت بالمؤسسة لمحاولة التحسين المستمر و الدائم لأدائها، من أجل مواكبتها و التكيف معها، وفي ظل هذه التغيرات أصبحت المعلومات موردا أساسيا و استراتيجيا، يتيح لمن يتحكم فيه القدرة على الاستجابة السريعة لمتطلبات السوق، ومن هنا بات اعتماد المؤسسة على نظام اليقظة الإستراتيجية أمرا حيويا، فهي لا تسمح فقط باستغلال الفرص و تجنب التهديدات، و إنما تسمح بمواكبة التطورات المتسارعة التكنولوجية و المعلوماتية. إن تحقيق هذه الأهداف لا يمكن أن يتم إلا من خلال توجيه الاهتمام نحو عملية الإبداع، باعتباره من أهم الأدوات و الأساليب الناجحة لتطوير وخلق حلول و أفكار، و كذا منتجات و خدمات جديدة تمكن المؤسسة من الاستمرار و النمو و تحقق لها التميز، لذا يجب على المؤسسة الحرص على توفير نظام اليقظة الإستراتيجية يسمح بتعزيز التفكير الإبداعي بها.

- أهداف الدراسة:

1 - إبراز أهمية نظام اليقظة الإستراتيجية كأداة تسيير حديثة تعمل على تحقيق سبق و توفير مزايا تنافسية و خلق و تنمية العمليات الإبداعية.

2 - إبراز مفهوم الإبداع كعملية تؤدي إلى حلول و أفكار، و منتجات تتصف بالتفرد و الحداثة.

3 - إبراز الدور الذي تلعبه اليقظة الإستراتيجية في تعزيز العملية الإبداعية بالمؤسسة الاقتصادية.

- إشكالية الدراسة:

ما مدى مساهمة اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الإبداع بمؤسسة نفضال وحدة تيارت ؟

وللإجابة عن الإشكالية والإلمام بمختلف جوانب البحث، نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

✓ هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده اليقظة التنافسية على الإبداع؟

✓ هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده اليقظة التكنولوجية على الإبداع؟

✓ هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده اليقظة التجارية على الإبداع؟

✓ هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده اليقظة البيئية على الإبداع؟

- فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية $H_0 \leftarrow$ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \geq 0.05)$ لليقظة الإستراتيجية على الإبداع.

وتنتبثق منها الفرضيات الفرعية التالية:

H_{01} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \geq 0.05)$ لبعده اليقظة التنافسية على الإبداع.

H_{02} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \geq 0.05)$ لبعده اليقظة التكنولوجية على الإبداع.

H_{03} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \geq 0.05)$ لبعده اليقظة التجارية على الإبداع.

H_{04} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \geq 0.05)$ لبعده اليقظة البيئية على الإبداع.

II. الإطار النظري والدراسات السابقة:

1. الإطار النظري:

أ. اليقظة الاستراتيجية: إن استخدام نظم المعلومات التقليدية لم يعد بالغ الأهمية في الوقت الراهن، وعلى هذا الأساس ظهر نوع جديد من نظم المعلومات يخدم متطلبات المنظمات المعاصرة في إطار ما تفرضه التغيرات الحالية السريعة والمتزايدة تحت اسم نظام اليقظة الإستراتيجية.

- مفهوم اليقظة الإستراتيجية: تعددت التعاريف لليقظة إلا أن أغلبها يصب في مجرى واحد وهو المسح الخارجي أو المسح البيئي حيث نورد أهمها فيما يلي:

- تعريف اليقظة الإستراتيجية: عرفها J-M Ribault بأنها "هي المراقبة الشاملة و الذكية لبيئة المؤسسة للحصول على المعلومات المهمة الجالبة للمستقبل" (طياوي، 2015)

كما عرفها Ansoff بأنها "نظام المسح يساعد على تنمية الذكاء الخارجي الذي يعتبر ضرورة لاتخاذ القرارات وصياغة الاستراتيجية" (صليحة، 2012)

كما عرفها F.Jakobiak اليقظة الإستراتيجية على أنها مراقبة و تحليل البيئة العلمية و التكنولوجية، و الآثار الاقتصادية الحالية و المستقبلية، لاستنتاج التهديدات و فرص التطوير.

ومن التعاريف السابقة نستنتج التعريف التالي: هي نشاط مخطط و منظم يكون في شكل نظام معلومات مفتوح على الخارج، يمنح للمؤسسة القدرة على الاستماع الدائم و المستمر لمحيطها، بما يسمح للمؤسسة بملاحظة، بحث معالجة، وكذا تحليل و نشر المعلومات لأهداف استراتيجية و تنافسية، اغتنام الفرص و تجنب التهديدات.

- مصطلحات مرتبطة باليقظة الإستراتيجية: إن المتتبع لأدبيات إدارة الأعمال يلحظ وجود العديد من المفاهيم إما القريبة أو المرتبطة باليقظة الإستراتيجية أو المكمل لها، نذكر منها الذكاء الاقتصادي، التسيير الإستراتيجي للمعلومة، التسويق الإستراتيجي، المسح البيئي... الخ، و سنكتفي بذكر المصطلحين الأولين فقط.

1 . الذكاء الاقتصادي: هو نظام لمراقبة و تحسس محيط المؤسسة بهدف اكتشاف التهديدات و الفرص التي تواجهها المؤسسة، و هي تركز على محورين، الأول و يضم البحث و التجميع المنتظم و المستمر للمعلومات المختلفة علمية، تقنية، اجتماعية و قانونية .. الخ المتاحة من مصادر مختلفة ثم فرزها، تحليلها و توزيعها و أخيرا استغلالها في اتخاذ القرارات الإستراتيجية و التكتيكية و تقوية المركز التنافسي للمؤسسة، أما المحور الثاني فهو يهتم بحماية و أمن المعلومات و المعارف المحصل عليها. (سريدي و بوجمة، 2019)

و المقاربة بين مفهومي اليقظة الاستراتيجية و الذكاء الاقتصادي أخذت اتجاهين: الأول: يعتبر اليقظة الاستراتيجية مرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي تهتم في مضمونها برصد تغيرات البيئة (تكنولوجية، تنافسية، تجارية، قانونية... الخ) هذه العملية تنتهي بتحليل و نشر المعلومات لمتخذي القرار، في حين أن الذكاء الاقتصادي يتجاوز هذه المرحلة باقتراح المناورات التكتيكية بما يخدم أهداف المؤسسة. أما الاتجاه الثاني فإنه يتبنى التعارض بين المفهومين حيث ينظر إلى اليقظة الإستراتيجية كرد فعل اتجاه تغيرات البيئة و في حين أن الذكاء الاقتصادي هو التأثير على البيئة بحد ذاته. (سويدان و العدلوني، 2009)

2 . التسيير الاستراتيجي للمعلومة: التسيير الإستراتيجي للمعلومة يشجع التعاون بين المنشآت، و يقصد به استعمال المعلومة في غايات استراتيجية بهدف خلق ميزة لنجاح و ازدهار المؤسسة، و التسيير الإستراتيجي للمعلومة ينشط الممرات (يعتبر الجسر الواصل) بين مختلف اليقظات فبعض المعلومات مثلا تكون أحيانا تهم مدير الموارد

البشرية و المدير التسويقي و مدير الإنتاج، ... في الوقت نفسه و لكي يتم تقاسم هذه المعلومات بين الجميع لابد من تسيير استراتيجي له. (العابدين، 2012)

- **خصائص اليقظة الإستراتيجية:** تتميز اليقظة الإستراتيجية بمجموعة من الخصائص تجعل منها مسارا ديناميكيا مستمرا في المؤسسة من أهمها: (صليحة، 2012)

1 . الطابع الإستراتيجي: إن المعلومات التي تهتم بها اليقظة الإستراتيجية لا تتعلق بالأنشطة الروتينية المتكررة، وإنما باتخاذ قرارات غير روتينية، فهي قرارات تؤثر على المركز التنافسي للمؤسسة لارتباطها بالمستقبل، لها تأثيرات وتبعات ذات أهمية معتبرة و عادة ما تتخذ في ظروف عدم التأكد.

2 . نشاط إداري: مستحدث للفعل في المؤسسة، فهي ناتجة عن إرادة فعل من قبل المسيرين الذين لا يريدون أن تكون مؤسستهم خاضعة لتأثيرات البيئة و متكيفة معها و حسب بل استباق هذه الأحداث و تجاوزها، فهي إرادة مرفقة بالفعل نابعة من رغبة و اقتناع الإدارة. و الذي يعد أحد العوامل الأساسية لنجاح اليقظة في المؤسسة.

3 . مسار جماعي، ديناميكي، مستمر: يعرف المسار بكونه مجموعة متتالية من المراحل المرتبطة فيما بينها من خلال توجيه هدف مشترك فيما بينهم، و تعتبر اليقظة الإستراتيجية مسار تنظيمي متكرر يمر بعدة مراحل مترابطة، تستوجب مساهمة عدة أشخاص بأدوار و مهارات مختلفة و متكاملة، في كافة مستويات المؤسسة و اتجاهاتها، هؤلاء الأشخاص يشكلون ما يسمى حقل اليقظة، يزاولون نشاطهم في جمع معلومات اليقظة و تحليلها بشكل مستمر وديناميكي.

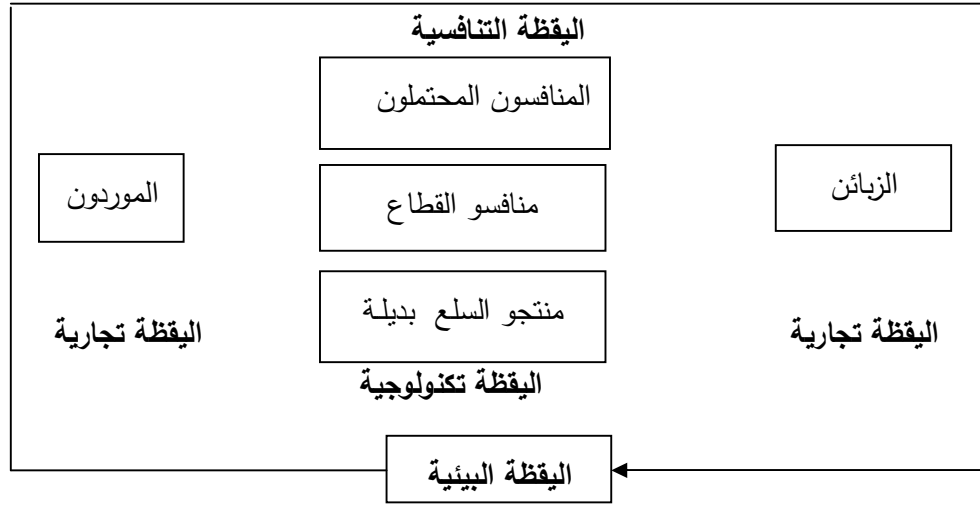
4 . ذكاء جماعي: الذكاء يعني معرفة حصر العناصر، الاختيار، و كيفية إيجاد الروابط أو العلاقات التي تجمع هذه العناصر لتشكل معنى، هذا الذكاء في إطار اليقظة لا يقتصر بالفرد فقط بل بجماعة من الأفراد الذين يظهرون قابلية في تنسيق مهاراتهم و قدراتهم مع بعضهم البعض لالتقاط و استشعار الإشارات و الأحداث و ترجمتها و محاولة فهمها للمساعدة على اتخاذ القرار و التصرف المناسب والأكثر ابتكارا و هذا لكون البحث الإرادي لمعلومات اليقظة الإستراتيجية لا يمكن أن يكون خطوة فردية معزولة.

5 . نشاط إبداعي: مستحدث الفعل لا تنتظر اليقظة الإستراتيجية لبيئة المؤسسة على أنها مجرد اتجاهات عامة لما يحدث في الماضي و تمتد للحاضر و المستقبل و إنما كبنية أو مستقبل مرغوب فيه، و في إنشائه و هي بهذا ل تكتفي بجمع المعلومات من أجل معرفة و فهم تغيرات البيئة للتكيف معها، و إنما هدفها استباق التغيرات و التأثير على البيئة لجعلها تتماشى و أهداف المؤسسة.

- **أنواع اليقظة الإستراتيجية:** تأخذ اليقظة عدة أشكال وتتحدد هذه الأشكال حسب كل مؤسسة و حسب استراتيجياتها وهي غالبا ما تتمحور حول التكنولوجيا، المنافسة، الزبائن، البيئة العامة.

و هذا المخطط يبين أربع أنواع من اليقظة بالاستناد على مخطط بورتر: (طياوي، 2015)

شكل رقم (01): الأنواع الأربعة لليقظة الإستراتيجية حسب نموذج بورتر



المصدر: فوجيل نور العابدين، دور اليقظة الإستراتيجية في ترشيد الاتصال بين المؤسسة و محيطها، مذكرة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية و الاجتماعية، شعبة الإعلام و الاتصال، جامعة باجي مختار بعبابة - الجزائر- ، 2011/2012، ص 33.

1.اليقظة التكنولوجية: ليس من العشوائية أن نورد اليقظة التكنولوجية كأول نوع من أنواع اليقظة، ففي البداية كانت اليقظة تكنولوجية بالأساس، لأن الإستراتيجيات ترتبط بالإبداعات، و الإبداع يتطلب حالة انتباه كبير و مراقبة مستمرة، كما اعتبر P. Drucker أن التغيير في البيئة مرتبط بالإبداع و خاصة في الميادين العلمية و التكنولوجية. و اليقظة التكنولوجية، حسب ما يرى R. Beaussier هي: الاستغلال المنتظم و المنظم للمعلومات الصناعية، وتعتمد على حسن الاستماع و المتابعة بتحديد أو اكتشاف جميع الإبداعات المفيدة التي تضمن المساعدة على التطور التقني الضروري للمؤسسة في مواجهة المنافسة، و تطرق J.Morin في كتابه " الامتياز التكنولوجي " إلى مفهوم تسيير الموارد التكنولوجية، و الذي تعتبر إحدى أهم وظائفه متابعة أو ترصد التطورات التكنولوجية باتباع يقظة تكنولوجية، أي نظام معلومات للجمع و التحليل على نحو منهجي الإشارات الدالة على تعديلات تكنولوجية بما يجعل المؤسسة تستبقها وتنكيف معها. و هذه العملية، أي اليقظة الإستراتيجية، قد تأخذ عدة أشكال و كلها تهدف إلى الحد من المفاجآت التي قد تصدر عن التطورات التكنولوجية. (طيباوي، 2015)

- تحليل منتظم لبراءات الاختراع المودعة في قطاع المؤسسة؛

- تدقيق تكنولوجي للقطاع و دراسة السوق التكنولوجية؛

- البحث عن الفرص التكنولوجية؛

- التقييم التكنولوجي للاستثمار.

2.اليقظة التنافسية: تعرف على أنها سلسلة من التوصيات و الإجراءات الملموسة التي تتبع عملية تخطيط منهجية لجمع المعلومات و نشرها حول مختلف أصحاب المصلحة في هذا المجال لإيجاد فرص جديدة أو فرص قد تغير الوضع التنافسي للمؤسسة. (سريدي و بوجمعة، 2019)

و تهتم اليقظة التنافسية بالمنافسين الحاليين و المحتملين، و بالداخلين الجدد للسوق، و كذا من يمكنهم أن يأتوا بمنتجات بديلة، و يتضمن الجهد في هذا المجال تقييم استراتيجيات المنافسين و قدراتهم بصفة دائمة، وقد تمس هذه المراقبة: الجهود المبذولة من طرفهم في البحث و التطوير، الدخول إلى أسواق جديدة، ارتفاع الحصص السوقية و عدد العاملين لديهم، بالإضافة إلى تحديد درجة أو حدة المنافسة في القطاع، و التي تكون دالة لعدد من العوامل مثل عدد

المنافسين في القطاع، و سرعة نموه. كما قد تفيد المعلومات المتعلقة بالمنافسين و تحركاتهم المؤسسة في الاستفادة من تجاربهم و أخطائهم، و تشمل عمليات المتابعة الآتي: مجموعة المنتجات المنافسة، و طرق البيع و التوزيع المستخدمة، تحليل التكاليف، محفظة أنشطة المؤسسة، التنظيم و الثقافة داخل المؤسسة. (طياوي، 2015)

3. اليقظة التجارية: ليست فكرة اليقظة التجارية جديدة تماما، فقد ظهرت كممارسة عملية منذ سنوات 1950، و ذكر P.Drucker في كتاب له ظهر عام 1954، أنه يتوجب على المؤسسة أو تولي اهتماما بما يريده و يرغب فيه الزبائن (جذور اليقظة التجارية)، و تتمثل في تتبع تطور حاجات الزبائن على المدى الطويل و تطلعاتهم و انشغالاتهم. و هذا النوع من اليقظة لع علاقة بالزبائن و بالموردين أكثر من مجرد دراسات تسويقية، لأنها تهتم بتطور تلك الجوانب على المدى الطويل. وقد تدرج ضمن اليقظة التجارية نشاطات أخرى تهتم بصورة المؤسسة، و سمعتها لدى الزبائن، ومدى تقبلهم لمنتجاتها و/أو خدماتها، وإجمالاً تتعلق اليقظة التجارية بمتابعة للسوق قبليا (الموردون) وبعديا (الزبائن). (طياوي، 2015)

4. اليقظة البيئية: تشمل هذه اليقظة باقي عناصر البيئة التي يجب أخذها في الاعتبار عند ممارسة النشاط فتجاهلها للتغيرات الحاصلة فيها قد يضر بالمؤسسة كما يمكن أن تستفيد منها لتصنيع الفرق بينها وبين منافسيها ويتم القيام بها لمعرفة إمكانيات التغير في جوانب تخص النمو الديمغرافي، الموضة، توسع المدن، عادات الاستهلاك الغذائي، و تطور العمل عن بعد... الخ.. كما تشمل السياسة الاقتصادية في البلد، التحولات السياسية الجارية وتأثيراتها على النشاط الاقتصادي وسعر الصرف وارتفاع المخاطر المتعلقة بالاستثمارات.

إن تصنيف اليقظة الإستراتيجية حسب مجالات المراقبة التي تتم فيها، أو محاور اهتمام القائمين بها، ليس التصنيف الوحيد إذ يمكن تصنيفها حسب التوجه إلى يقظة سلبية و أخرى إيجابية.

- **اليقظة السلبية:** هي يقظة تتم يوما بعد آخر، و ليس لها هدف واضح، و تعني أن تكون في الاستماع لما هو في البيئة، و تتم بواسطة الصحف، اللقاءات المهنية و الملتقيات، و التسيير اليومي، و وصفها بالسلبية يعني أنها تتم دون بذل جهد معتبر، ومع ذلك فقد تكون مجدية إذا حددت أهدافها، و حاولت الإدارة اشتراك أكبر عدد من الأطراف داخل المؤسسة فيها.

- **اليقظة الإيجابية:** هي يقظة تتجه صوب المعلومات المحددة سلفا، فالمؤسسة في هذا النوع تعلم بدقة ما تريده و تحتاج إليه من معلومات.

- **مراحل اليقظة الإستراتيجية:** يتطلب من أي مؤسسة للقيام بنشاطات اليقظة الإستراتيجية ضرورة المرور بالمراحل التالية: (أميرة، 2014)

1 - التعبير عن الاحتياجات من المعلومات: تتمثل المرحلة الأولى في ضرورة تحديد الاحتياجات الحقيقية من المعلومات، و ذلك قبل الشروع في مرحلة البحث عنها، فالقيام باليقظة يستدعي أولا التعريف بالاحتياجات من المعلومات من الواقع الداخلي للمؤسسة، و ذلك عن طريق التشخيص الدقيق في عمق نشاطات المؤسسة.

2 - تحديد القائمين على اليقظة الإستراتيجية: في هذه المرحلة يتم تحديد العاملين الذين سيقومون بمهمة اليقظة، فهؤلاء يجب أن يكونوا على اتصال مباشر بمصادر المعلومات الممكنة، كما يجب أن يكونوا على درجة كبيرة من التيقظ و الانتباه لما يحدث في محيط المؤسسة، مع قدرتهم كذلك على الاتصال بسهولة لبلوغ أكبر قدر م المعلومات، ولكن حتى يتسنى لهؤلاء العاملين تأدية مهمتهم بنجاح يجب أن يلقوا التحفيز اللازم من قبل إدارة المؤسسة.

3 - البحث عن المعلومات و جمعها: يتم جمع المعلومات من مصادر مختلفة منها:

- من ميدان عمل المؤسسة عن طريق علاقاتها مع الموردين و الزبائن؛
- الدوريات العلمية و التقنية و الاقتصادية و تلك المتعلقة بالتسيير؛
- شهادات الاختراع؛
- قواعد البيانات؛
- المؤتمرات، الملتقيات، المعارض و الصالونات؛
- المعلومات غير الرسمية؛
- المعايير و الإجراءات؛
- المصادر الداخلية للمؤسسة.

4 - تحليل، معالجة و المصادقة على المعلومات: يتم تجميع مختلف البيانات و المعلومات يتم معالجتها حسب الاحتياجات المحددة في البداية، هذه المعالجة تسمح باستخراج المعلومات المهمة، ثم يتم المصادقة عليها من طرف خبير في المجال، الخبير هو الذي يقرر ما هي المعلومات المهمة من غير المهمة أو تلك التي ما زالت تحتاج إلى مزيد من المعالجة فهذا الشخص بحكم الخبرة و المعرفة التي يمتلكها تعطى له بعض الصلاحيات في اختيار المعلومات المحصلة ثم المصادقة عليها.

5 - نشر معلومات اليقظة: إلى حد هذه المرحلة لن تكون هناك استفادة من تلك المعلومات المحصلة ما لم يتم نشرها لمستخدميها في المؤسسة، فنتائج تحليل البيانات تمثل أداة عمل في مختلف المصالح: التسويق، البحث و التطوير، المصلحة التجارية... إلخ، لذلك يجب نشر المعلومات بسرعة حتى يتم تحقيق الاستفادة منها في اتخاذ القرارات المختلفة.

6 - تقييم و تعديل اليقظة الإستراتيجية: في النهاية يتم تقييم عمل اليقظة، من خلال تعديل و إعادة توجيه الوسائل و الأهداف الإستراتيجية المسطرة.

ب. الإبداع:

تترافق ممارسة الإبداع مع إحداث التغيير، و هناك من يعتبره حالة خاصة من التغيير، حيث يتم السعي لتحقيق جملة من الأهداف المختلفة داخل المؤسسة و خارجها و هذا ما يجعل المؤسسة تواجه العديد من المشاكل و العراقيل تستوجب حلول مبتكرة و مبدعة، و إذا لم يكن هناك إمكانية لممارسة الإبداع، فإن المعلومات القادمة من البيئة لن تفيد المؤسسة سوى في جعلها تدرك حجم الفجوة بينها و بين بيئتها.

و إذا كانت معلومات نظام اليقظة الإستراتيجية تظهر مختلف التطورات في البيئة و كذا القوى الدافعة باتجاه أن تقوم المؤسسة بالتغيير، فإن لها علاقة أيضا بدعم و مساعدة مشاريع الإبداع التي من شأن الإدارة أن تسعى إلى تنفيذها.

- تعريفه:

الإبداع أولا عملية من خطوات و ليس خطوة واحدة، ولا بد فيه من الجديد أما التقليد فلا يسمى إبداعا، ولا يكفي التفكير بأمر جديد فهذا يسمى التفكير الإبداعي أو الابتكاري، و عندما يتم تنفيذه يسمى إبداعا. (صليحة، 2012) وعرفه (John M. Davis & Al) بأنه القدرة الفردية و الجماعية على توليد أفكار جديدة أو حل المشكلات بطرق يكون فيها الأشخاص لديهم القدرة على تغيير الطرق والأنشطة التي كانوا يعملون بها. (M. Davis & al, 2012) و يرى كل من S.Fernez – Walch & F. Romon أن الإبداع هو صيرورة تنظيمية مقصودة، تقود إلى اقتراح أو تبني ناتج جديد في السوق أو داخل المؤسسة. هذا الناتج الجديد يمكن أن يكون سلعة مادية، خدمة، تكنولوجية، طريقة،

مهارة، تنظيم جديد، أو توفيق ما بين عدد من هذه المتغيرات، و هذه الصيرورة تسمح للمؤسسة بتحسين وضعيتها الإستراتيجية (الدخول إلى السوق أو تثبيت مكانتها فيها) و / أو دعم كفاءتها الأساسية و معارفها. (طيباوي، 2015)

- أهمية الإبداع:

أهمية الإبداع تظهر في المجالات الآتية: (بلقرع، 2017)

- 1 - يطور قدرة الفرد على استنباط الأفكار الجديدة، وتطوير الحساسية لمشكلات الآخرين.
 - 2 - يساهم في تحقيق الذات الإبداعية و تطوير النتائج الإبداعية، والإسهام في تنمية المواهب وإدراك العالم بطريقة أفضل.
 - 3 - يؤدي إلى الانفتاح على الأفكار الجديدة، والاستجابة بفاعلية للفرص والتحديات والمسؤوليات لإدارة المخاطر والتكيف مع المتغيرات.
 - 4 - يساهم في مساعدة الأفراد على تلبية ميولهم ومواهبهم و تمميتها.
 - 5 - يساهم في تطوير قدرة الفرد على التعامل مع التحديات و المواقف الحياتية بطريقة إبداعية.
- يعتبر الإبداع ذو أهمية بالغة لدى المنظمات من خلال ما يقدمه لها من مميزات و الدور الذي يلعبه في جعل المؤسسة تحنل الصدارة في بيئتها و ما يكسبها من مكانة بين منافسيها، كما أن التطور التكنولوجي و التغير السريع في بيئة الأعمال جعل من الضروري الاهتمام بوظيفة الإبداع في المؤسسة حتى تستطيع أن تواكب هذا التطور و تتماشى معه.

- مكونات الإبداع: حددت (Amabile, 1997) ثلاثة مكونات للإبداع وهي: (Amabile, 1997)

- 1 . الخبرة: وتتألف من مجموعة مصادر وهي المعرفة التامة بمجال العمل، أو المهارة المتراكمة والتي من خلالها يستطيع الفرد حل المشكلات التي تواجهه في عمله؛
 - 2 . المهارات المرتبطة بالإبداع: و تضم ما يمكن أن يفعله الفرد بالمصادر المتوفرة في مجال الإبداع وهي الأسلوب المعرفي الملائم، وأسلوب العمل الملائم، و المعرفة الظاهرة والضمنية المساعدة على توفير الأفكار؛
 - 3 . الدافعية للعمل: يعتبر هذا العنصر من أكثر العناصر أهمية، لأنه بدون أن يكون لدى الفرد رغبة و حبا للإبداع فإنه لن يبذل حتى لو توفرت لديه القدرة على الإبداع، فكثير من الناس قد يكون لديهم قدرات إبداعية كامنة ولكنها غير فعالة، لعدم توافر الرغبة التي تعد بمثابة المحرك و المحفز لظهور و بروز هذه الطاقات الكامنة، إذا لا بد من توفر الرغبة جنباً إلى جنب مع القدرة على الإبداع و كذلك توفر الفرصة.
- إلا أن هناك بعض الكتاب قد ذكر مكونات أخرى للإبداع حيث أشار كل من (العبد الكريم، العبيد) لما قاله (دونالد ماكينون) الباحث المشهور في الإبداع أنه لا يمكن فهم الإبداع إلا إذا أحطنا إحاطة شاملة في الجوانب أو المظاهر المتداخلة المكونة للإبداع، و هذه المكونات هي: (عطية و العجلة، 2009)

- 1 . العمل الإبداعي أو الإنتاج الإبداعي: هو النواتج الملموسة للعملية الإبداعية و التي تخرج في صورة أفكار .
- 2 . العملية الإبداعية: و هي تركز على الجوانب المتعلقة بعملية حل المشكلات و أنماط التفكير و أنماط معالجة المعلومات التي تشكل عملية الإبداع و هي الخطوات التي يقوم بها الفرد للوصول للأفكار الإبداعية، كما أنه يمكن التعبير عنها بأنها العملية التي تمر بها الفكرة الجديدة منذ ظهورها كخاطرة إلى أن تكون فكرة ناضجة.

3 . الشخص المبدع: هو ذلك الفرد الذي تتوفر لديه خصائص و استعدادات يمكن التعرف عليها عن طريق دراسة متغيرات الشخصية و الفروق الفردية في المجال المعرفي و في مجال الدافعية و استخدام مقاييس التفكير الإبداعي والشخصية.

4 . الموقف الإبداعي: إن تكرار المواقف الإبداعية و تعددها يسهم بإطلاق صفة المبدع على الفرد. و أيضا الفرد يكون مبدعا في موقف، و يظهر سلوكا عاديا في مواقف أخرى، فالإبداع يرتبط بالموقف الذي تفاعل معه الفرد و يظهر حلا غير مألوف، إن العنصر الأساسي في الإبداع هو العملية الإبداعية باعتبارها العامل المشترك الرئيسي الذي يربط بين الجوانب السابقة لذا فقد تركزت الاهتمامات التي عنيت بدراسة هذه الظاهرة على القدرات العقلية للفرد وعلى الإبداع منها بشكل خاص.

- **مهارات الإبداع:** للإبداع مهارات أو عناصر يتفرد بها عن غيره من العمليات، و يكاد يتفق معظم الباحثين في هذا المجال على ثلاثة مهارات رئيسية و هي: (سريدي و بوجمة، 2019)

1 . الطلاقة: و تعني المقدرة على توليد عدد كبير من البدائل و السرعة و السهولة في توليدها، هي عملية اجتيازية لتذكر و استدعاء الأفكار، و تساعد الطلاقة الأفراد في الانتقال بيسر و سهولة من الذاكرة الطويلة إلى الأفكار ذات العلاقة بالموضوع المطروح للبحث أو المناقشة، مما يساعد على التعامل السهل و السريع مع كل من حل المشكلات و التصدي لها، و وضع القرارات أو اتخاذها، و التفكير بطرق إبداعية متنوعة.

2 . المرونة: و يقصد بها القدرة على تغيير الزاوية الذهنية التي ينظر من خلالها إلى الأشياء و المواقف المتعددة بحيث يستطيع الموظف أن يتحرر من القصور العقلي و يتحرك إلى الفئات المختلفة للأفكار دون البقاء في فئة واحدة منها و يعد الانتقال بين الفئات دليلا على المرونة و سهولة تغيير الموقف العقلي.

3 . الأصالة: يعدها بعض الباحثين مثل "Eysenck"، "Barron"، و "Torrance" جوهر العملية الإبداعية، ذلك أن التفكير الإبداعي في جوهره يتضمن الإتيان بالجديد و النادر و هو ما يمثل المحك الرئيسي لهذه المهارة و التي نعرفها " وهي المقدرة على الإتيان بالأفكار الجديدة و النادرة و المفيدة و غير المرتبطة بتكرار أفكار سابقة، و هي إنتاج غير مألوف و بعيد المدى.

كما يقصد بها القدرة على إنتاج حلول جديدة، فالمبدع الأصل بهذا المعنى لا يكرر أفكار المحيطين به و لا يلجأ إلى الحلول التقليدية لتقديم تداعيات بعيدة، فهي من ناحية تعني جودة الأفكار، و من ناحية ثانية تعني النفاذ إلى تداعيات بعيدة و من ناحية ثالثة تعني الجودة و عدم الشيع فيما يتعلق بمنبه معين، كما يمكن القول أنها تعني الجودة و التقرد و البحث عن الأفكار التي يندر تكرارها أو حصولها، و تعد الفكرة أصيلة إذا كانت لا تكرر أفكار الآخرين.

4 . الحساسية للمشكلات: يقصد بها الوعي بوجود مشكلات أو حاجات أو عناصر ضعف في البيئة أو الموقف و يعني ذلك لأن بعض الأفراد أسرع من غيرهم، بمعنى آخر يقصد بالحساسية للمشكلات هو التعرف على المشكلة من جميع جوانبها و كلما أجهد الفرد نفسه في دراسة المشكلة ازدادت فرص التوصل إلى أفكار جديدة، و هي القدرة على إنتاج عدد كبير من الأفكار في فترة زمنية معينة فالشخص المبدع متفوق من حيث كمية الأفكار التي يطرحها عن موضوع معين في فترة زمنية ثابتة مقارنة بغيره، أي لديه قدرة عالية على سيول الأفكار و سهولة توليدها.

لذا فالحل الإبداعي للمشكلات هي مواقف مبتكرة، حيث يجد حولا جديدة بدلا من مجرد تحديد الخلل و تطبيق القواعد، كما يمكن القيام بوضع طرق جديدة لخفض استخدام الطاقة، أو إيجاد طرق جديدة لخفض التكاليف أثناء أزمة مالية، أو تطوير استراتيجية تقاوض فريدة للدفاع عن عميل، كل هذا ينطوي على التفكير الإبداعي للعامل.

-اليقظة الإستراتيجية و الإبداع:

تنتج أغلب عمليات الإبداع عن بحث مقصود عن الفرص، ومنه يمكن اعتبار الإبداع جهدا مقصودا الغرض منه التحكم في البيئة أو تخفيف ضغوطات و الاستجابة لتغيراتها، وعلى هذا فرصد المعلومات و الإشارات الضعيفة يبدو أكثر من ضروريا في هذا الصدد.

و بالاستعانة بالمتابعة الدائمة للبيئة و تحليلها يمكن للمؤسسات أن تطلق مشاريع إبداع يتم تطويرها داخليا، بما يتوافق مع معطيات البيئة و عوامل التهديد التي تم تخفيضها بواسطة اليقظة، و سواء كان الطريق المتبع للحصول على الإبداع الاعتماد على الجهود الذاتية، اتفاق تعاون، مناوية من الباطن، شراء رخصة أو براءة اختراع، فإن دور اليقظة في اختيار الطريقة المناسبة و استشراف نتائجها مهم، و هذا من جهة تزويد الإدارة بأفضل الاختيارات الممكنة، و يمكن أن تأتي الأفكار الخاصة بالإبداع من التحليل المنتظم لتطورات البيئة، كما أن اليقظة تساعد في: (طيباوي، 2015)

- تقديم المعلومات للفاعلين في الإبداع من أجل إنتاج أفكار إبداعية.
- تزويد الفاعلين في مجال الإبداع بالمعلومات من أجل تحديد محاور جديدة بالاهتمام و البحث.
- إيجاد أفكار لمشاريع الإبداع من الخارج (تكنولوجيات يمكن استغلالها).
- تحليل ملاءمة مشاريع البحث في المنتجات و الطرق.
- التحقق من وجود براءات اختراع، منتجات أو طرق موجودة،
- المساعدة في تحضير دفتر الأعباء الخاصة بمشاريع البحث، و احترام القوانين.
- البحث عن الموردين.

2.الدراسات السابقة:

جدول رقم (01): الدراسات السابقة

العنوان	الإشكالية	الأهداف	النتائج
هبة سحنون و نوة تلايحية، 2016 بعنوان: أثر اليقظة الإستراتيجية في دعم الإبداع في المنظمات، دراسة ميدانية بمؤسسة المواد الدسمة) سيبوس - لابل عناية)	ما هو أثر اليقظة الإستراتيجية في دعم الإبداع في المنظمات؟	هدفت هذه الدراسة إلى تبيان أثر اليقظة الإستراتيجية بأشكالها المختلفة (اليقظة التنافسية، التكنولوجية، التجارية و البيئية) في دعم نشاط الإبداع في المنظمات الجزائرية	توصلت هذه الدراسة إلى أن المؤسسة محل الدراسة تتبنى مختلف أشكال اليقظة و الإبداع بدرجة قوية ووجود علاقة تأثير ايجابية بين متغير اليقظة التنافسية و الإبداع.

<p>أظهرت نتائج الدراسة بأن اليقظة الإستراتيجية غير منتشرة بصفة كبيرة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، إضافة إلى ذلك كان لهذه الآلية تأثير ايجابي في عملية الإبداع بمؤسسات الدراسة.</p>	<p>هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية اليقظة الإستراتيجية كعامل استراتيجي مهم في خلق و تعزيز العمليات الإبداعية في المؤسسة، و مدى مساهمتها في ذلك، لما لها من تأثير ايجابي على المؤسسة الباحثة عن التميز و الإبداع.</p>	<p>ما مدى أهمية اليقظة الإستراتيجية و الإبداع في المؤسسة الاقتصادية؟</p>	<p>قادري محمد، 2017، بعنوان اليقظة الإستراتيجية و الإبداع في المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.</p>
<p>لا تستبق المؤسسات محل الدراسة الأحداث الخارجية قبل وقوعها لكون نظام المعلومات بها و اليقظة الإستراتيجية لا تشكل مجال الاهتمام الرئيسي للإدارة و لا تحظى بقسم مستقل كما أنها لا تسعى لتغيير نظرة أفرادها تجاه هذا الموضوع.</p>	<p>هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على القيمة الإستراتيجية للمورد المعلوماتي و دفع مسيري المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إلى اعتباره أحد الأصول الحاسمة فيها، كما هدفت إلى تبيان ضرورة تغيير الأساليب الإدارية و التنظيمية المعتمدة و حثهم على إعطاء مكانة أكبر و أهم لكل من نظام</p>	<p>ما هو تأثير نظام المعلومات على اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة؟</p>	<p>يحيى الشريف حنان، تأثير نظام المعلومات على اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، دراسة ميدانية على بعض المؤسسات الجزائرية. 2018/2017</p>

المصدر: من إعداد الباحثين

هدفت الدراسات السابقة أغلبها إلى محاولة إيضاح الدور الذي تلعبه اليقظة الإستراتيجية في تعزيز العملية الإبداعية محاولين بذلك إلى إعطاء الأهمية التي تكتسبها كل أشكال اليقظة الإستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية، إلا أننا في دراستنا سنحاول إيجاد أهمية و دور كل شكل من أشكال اليقظة الإستراتيجية على العملية الإبداعية حتى يتسنى لنا الاهتمام به أكثر من غيره .

III. الطريقة والإجراءات:

يختص هذا المحور بإسقاط الدراسة النظرية على مؤسسة نفضال، حيث تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة الموجودة بين اليقظة الإستراتيجية والإبداع محاولين إظهار هذه العلاقة من خلال دراستها ميدانيا في مؤسسة نفضال.

1 - الإطار المنهجي للدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهجية العلمية الصحيحة لوصف الموضوع المراد دراسته.

2 - أدوات الدراسة: تم الاعتماد على الاستمارة أو الاستبيان و تم تقسيمها بالشكل التالي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية: وهو يشمل بيانات وصفية و وظيفية عن أفراد العينة و هو يحتوي على أربع فقرات هي: السن، والمستوى التعليمي، وسنوات الخبرة، والمستوى الوظيفي.
 - المحور الثاني: يتعلق برأي العاملين في اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة ويتكون من 16 سؤال موزعة على أربعة أبعاد هي: اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية و اليقظة البيئية.
 - المحور الثالث: يتعلق برأي العاملين في الإبداع في المؤسسة ويتكون من 06 أسئلة.
- كما تم وضع سلم ترتيبى لإعطاء الوسط الحسابي مدلولاً، باستخدام المقياس الترتيبي للأهمية، وذلك للاستفادة منها فيما بعد عند تحليل النتائج، وذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم(02): مقياس الإجابة على سلم ليكرت الخماسي

التصنيف	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الباحثين

المدى = 4-1-5 = 5 أعلى نقطة لمقياس ليكرت الخماسي و 1 أدنى نقطة فيه (

طول المدى = 5/4 = 0.8 (طول المدى = المدى/عدد الدرجات)

يتم بعد ذلك حساب المتوسط الحسابي المرجح ثم يحدد الاتجاه حسب قيم هذا المتوسط كما يلي:

من 01 ← 1.79 أوافق بشدة

من 1.80 ← 2.59 أوافق

من 2.60 ← 3.39 محايد

من 3.40 ← 4.19 لا أوافق

من 4.20 ← 5 لا أوافق بشدة

كما لا يفوتنا ذكر أننا اعتمدنا أيضاً على الملاحظة البسيطة الخارجية بحكم تواجدها في المؤسسة محل الدراسة.

- 3 - أدوات تحليل البيانات: وفي دراستنا هذه تم الاعتماد على برنامج SPSS* (حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية).

4 - مجتمع الدراسة و العينة

4.1 - مجتمع الدراسة : مؤسسة نفضال: يبلغ مجتمع الدراسة فيها 160 فردا و عينة الدراسة 120 فردا.

- 4.2 - عينة الدراسة: في دراستنا هذه تم الاعتماد على 120 فردا أي بنسبة 75% وهي مقبولة إحصائياً في تمثيل مجتمع الدراسة أفضل تمثيل، وعلى ذلك يكون عدد مفردات عينة البحث وفق المراحل التالية في المؤسسة محل الدراسة والموضحة في الجداول التالية :

جدول (03): تعداد استمارات الدراسة بمؤسسة نفضال

المفقودة	المسترجعة	الموزعة	الاستمارات
20	100	120	المجموع
%12.5	%62.5	%75	النسبة المئوية

المصدر: من إعداد الباحثين

و بعدما استرجعنا 100 استمارة بنسبة 62.5 % قمنا بفحصها ووجدنا المفقود منها 20 أي بنسبة 12.5 %
5 - مجالات الدراسة: تعبر مجالات الدراسة على الحدود البشرية والمكانية والزمنية والموضوعية التي تمت فيها الدراسة وتتمثل في:

1. **المجال البشري:** الدراسة الميدانية تمت على كل عمال مؤسسة نفضال.
2. **المجال المكاني:** اقتصرت الدراسة على وحدة نفضال في المنطقة الصناعية زعرورة جنوب شرق ولاية تيارت على بعد 05 كلم، والتي تحتوي على مركزين: الأول متعدد المنتجات والثاني مركز الملاء ومستودع عين مناد (BR) بالسوق والشلالة وكذا شركة التوزيع أي المحطات الخدماتية ونقاط البيع.
3. **المجال الزمني:** تمت الدراسة الميدانية في شهر جانفي من عام 2020.
4. **المجال الموضوعي:** تم التركيز على اليقظة الإستراتيجية و أثرها على الإبداع بالمؤسسة.
- 6 - **اختبار صدق وثبات أداة الدراسة:**
 الصدق الظاهري وهو صدق المحكمين للاستبانة و صدق الأداة و المتمثل في نسبة الفا كرونباخ و يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (04): معاملات الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لأبعاد الدراسة بمؤسسة نفضال وحدة تيارت

الرقم	الأبعاد	عدد الفقرات	قيمة ألفا
1	المحور الأول اليقظة الإستراتيجية	16	0.918
2	المحور الثاني الإبداع	06	0.671
3	جميع الأبعاد	22	0.891

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج spss.

من خلال الجدول أعلاه يمكننا القول أن معامل الثبات للمحور الأول الخاص باليقظة الإستراتيجية لدى عينة الدراسة كانت قيمته (0.918) وهي قيمة ممتازة، أما معامل الثبات الخاص بالإبداع فقد كانت قيمته (0.671) وهي قيمة جيدة، أما معامل الثبات لدراسة ككل فقد بلغت (0.891) وهي قيمة ممتازة أيضاً.

7 - عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية بمؤسسة نفضال وحدة تيارت:

جدول رقم (05): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
اليقظة الإستراتيجية	اليقظة التنافسية	2.3167	منخفض
	اليقظة التكنولوجية	2.7333	متوسط

متوسط	1.15171	2.7167	اليقظة التجارية
منخفض	0.93756	2.3167	اليقظة البيئية
متوسط	0.61070	2.3722	الإبداع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج spss

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أبعاد اليقظة الإستراتيجية اليقظة التنافسية و اليقظة التكنولوجية متوفر بدرجة متوسطة داخل المؤسسة محل الدراسة حيث أن عينة الدراسة كانت موافقة على توفر ممارسات اليقظة التكنولوجية واليقظة التجارية أما ممارسات اليقظة التنافسية و اليقظة البيئية متوفرة بدرجة منخفضة ، وبالنسبة للإبداع فكان بدرجة متوسطة.

IV. نتائج الدراسة (التحليل والمناقشة)

جدول رقم (06): البعد الأول الخاص باليقظة التنافسية

رقم العبارة	العبارة	التكرارات والنسب					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة			
01	القدرة على تحقيق تراكم أفضل للمعرفة حول المنافسين	3	3	23	37	34	2.066 7	1.014 83	موافق
		3.3	3.3	23.3	36.7	33.5			
02	القدرة على تحديد أهم المنافسين الأشد خطرا على المؤسسة	10	13	13	50	13	2.566 7	1.194 34	موافق
		10	13.3	13.3	50	13.3			
03	القدرة على تحليل تركيبة محفظة عملاء المنافسين	7	17	10	46	20	2.433 3	1.194 34	موافق
		6.7	16.7	10	46.7	20			

04	القدرة على حماية المؤسسة من خطر يقظة المنافس	19	45	11	16	8	2.200	1.095	موافق
		19	45.7	11	15.7	7.7	0	45	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن عبارات بعد اليقظة التنافسية جاءت موافقة لدى عينة الدراسة، وكتعليق على هذه النتيجة يمكننا القول بأن المؤسسة تهتم باليقظة التنافسية ولكن ليس بالشكل المطلوب، وبما أن متطلبات البيئة في تزايد إلى جانب التغيرات المستمرة لذا أصبح لزاما على المؤسسة مواكبة هذه التغيرات وذلك بالاعتماد على برنامج خاص باليقظة التنافسية فعال.

جدول رقم (07): البعد الثاني الخاص باليقظة التكنولوجية

الرقم	العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم
		لا	لا	محايد	اوافق	اوافق بشدة			
01	القدرة على تحقيق تراكم أفضل للمعرفة حول التكنولوجيا المستخدمة	3	50	20	20	7	2.7667	1.04000	محايد
		3.3	50	20	20	6.7			
02	القدرة على اكتشاف و تبني اختراعات غير مسجلة	13	37	16	24	10	2.8000	1.24291	محايد
		13.3	36.7	16.7	23.3	10			
03	القدرة على تصنيف الأسواق وفق معيار تكنولوجي	23	23	23	27	4	2.6333	1.21721	محايد
		23.3	23.3	23.3	26.7	3.3			
04	القدرة على الإستثمار في أسواق	10	40	27	13	10	2.7333	1.14269	محايد
		10	40	26.7	13.3	10			

								ذات تكنولوجيا
--	--	--	--	--	--	--	--	---------------

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج spss

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن عبارات بعد اليقظة التكنولوجية جاءت محايدة لدى عينة الدراسة، وكتعليق على هذه النتيجة يمكننا القول بأن المؤسسة لا تهتم باليقظة التكنولوجية بالشكل المطلوب، لذا وجب على المؤسسة أن تهتم باليقظة التكنولوجية من أجل مواكبة التطور و التغيير التكنولوجي المستمر و المتسارع في بيئة العمال.

جدول رقم(08): البعد الثالث الخاص باليقظة التجارية

رقم العبارة	العبارة	التكررات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم
		لا اوافق بشدة	لا اوافق	محايد	اوافق	اوافق بشدة			
01	القدرة على تراكم أفضل للمعرفة حول العملاء	16	40	13	18	13	2.7000	1.31700	محايد
		16.7	40	13.3	16.7	13.3			
02	القدرة على الاستجابة المبدعة لحاجات العملاء	20	40	7	20	13	2.6667	1.37297	محايد
		20	40	6.7	20	13.3			
03	القدرة على تحقيق تراكم أفضل للمعرفة حول الموردين	16	27	27	20	10	2.8000	1.24291	محايد
		16.7	26.7	26.7	20	10			
04	القدرة على تجنب خطر الموردين اتجاه المؤسسة	23	27	20	17	13	2.7000	1.36836	محايد
		23.3	26.7	20	16.7	13.3			

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على نتائج spss

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن عبارات بعد اليقظة التجارية جاءت محايدة لدى عينة الدراسة، وكتعليق على هذه النتيجة يمكننا القول بأن المؤسسة لا تهتم باليقظة التجارية و ذلك راجع لطبيعة عمل المؤسسة محل الدراسة خدمي أكثر

منه تجاري ، لذا يجب على المؤسسة أن تفعل نظام اليقظة لديها و الاهتمام بالجانب التجاري لأنه لا يقل أهمية عن باقي الأنواع من اليقظة.

جدول رقم(09): البعد الرابع الخاص باليقظة البيئية

رقم العبارة	العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقويم
		لا وافق بشدة	لا وافق	محايد	وافق	وافق بشدة			
01	القدرة على معرفة كل المتغيرات البيئية الخارجية المؤثرة على للمؤسسة	17	40	20	23	/	2.500	1.0422	موافق
		16.7	40	20	23.	/	0	1	
02	القدرة على معرفة الفرص و التهديدات خارج المؤسسة	20	37	23	10	10	2.533	1.2242	موافق
		20	36.7	23.	10	10	3	8	
03	القدرة على معرفة نقاط القوة و الضعف داخل المؤسسة	37	37	17	3	6	2.066	1.1426	موافق
		36.7	36.7	16.7	3.3	6.7	7	9	
04	القدرة على بناء هيكل تنظيمي يساعد المؤسسة لأن تكون يقظة لكل متغيراتها الداخلية	37	30	23	/	10	2.166	1.2340	موافق
		36.7	30	23.	/	10	7	9	

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على نتائج spss

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن عبارات بعد اليقظة البيئية جاءت موافقة لدى عينة الدراسة، وكتعليق على هذه النتيجة يمكننا القول بأن هذا يعكس اهتمام المؤسسة باليقظة البيئية، و كل ما يتعلق بها، و هذا ما يخدم و يرفع من نسبة نجاح المؤسسة، لذا يجب على المؤسسة بناء نظام يقظة فعال يهتم بالجانب البيئي لما يحتله من مكانة كبيرة في تطور و نجاح عمل المؤسسة.

جدول رقم (10): المتغير الثاني الخاص بالإبداع

رقم العبارة	العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم
		اوا فوق بشدة	اوافق	محايد	لا اوا فوق	لا اوافق بشدة			
01	أمتلك الشعور بوجود مشكلة قبل حدوثها.	43	40	13	/	4	1.8000	0.92476	اوافق بشدة
		43.3	40	13.3	/	3.3			
02	أستطيع اتخاذ قرارات مهمة في حالة ندرة المعلومات.	40	37	17	3	3	1.9333	1.01483	اوافق بشدة
		40	36.7	16.7	3.3	3.3			
03	يتقبل العاملون الانفتاح على التغيير بشكل مناسب.	20	27	43	7	3	2.4667	1.00801	اوافق بشدة
		20	27	43.3	6.7	3.3			
04	أمتلك الشجاعة للقيام بأعمال إبداعية.	46	30	24	/	/	1.7667	0.81720	اوافق بشدة
		46.7	30	23.3	/	/			
05	المؤسسة يقظة للأفكار التجارية التي تساعد على النجاح.	7	26	17	20	30	3.4000	1.35443	لا اوافق
		6.7	26.7	16.7	20	30			
06	أمتلك القدرة على توظيف المعلومات	23	16	27	17	17	2.86	1.407	اوافق

	70	67	16.7	16.7	26.7	16.7	23.3	بشكل سريع حسب الموقف الذي يواجهني.
--	----	----	------	------	------	------	------	------------------------------------

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج spss

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن عبارات المتغير التابع (الإبداع) جاءت موافقة وموافقة بشدة لدى عينة الدراسة، وكتعليق على هذه النتيجة يمكننا القول بأن هذا مؤشر جيد جدا يدل على شعور العاملين بوجود إبداع في أعمالهم وهذا يعكس مدى حبهم ولخلاصهم للعمل وتفانيهم وأن الجو العام للمؤسسة يسوده جو من الاستقرار والراحة النفسية للعمال وهذا ينعكس على الأداء المبدع، ما عدا العبارة رقم 05 حيث أن العمال غير موافقون عليها وهذا ما يثبت صحة النتيجة أعلاه المتعلقة باليقظة التجارية حيث أثبتنا أن المؤسسة لا تقوم بنشاط تجاري و هذا ما يعكسه طبيعة عمل المؤسسة لأنه خدمي أكثر منه تجاري.

- اختبار فرضيات الدراسة:

جدول رقم (11): اختبار فرضيات الدراسة

الإبداع	اليقظة البيئية	اليقظة التجارية	اليقظة التكنولوجية	اليقظة التنافسية	
-0,005	0,458*	0,639**	0,761**	1	اليقظة التنافسية
0,979	0,011	,000	0,000	100	معامل بيرسن
100	100	100	100		sig
					N
,044	0,396*	,704**	1	0,761**	اليقظة التكنولوجية
0,816	0,030	,000	100	0,000	معامل بيرسن
100	100	100		100	sig
					N
0316	,633**	1	,704**	0,639**	اليقظة التجارية

طوير امباركة & محي الدين محمود عمر/ دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الإبداع في المؤسسة
الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة نفضال

ص: 157 - 178

0.088	0.000	100	0.000	,000	معامل بيرسن
100	100		100	100	sig
					N
,467**	1	,633**	0,396*	0.458*	اليقظة البيئية
0.009	100	0.000	0.030	0.011	معامل بيرسن
100		100	100	100	sig
					N
1	,467**	0316	0.044	-0.005	الإبداع
100	0.009	0.088	0.816	0.979	معامل بيرسن
	100	100	100	100	sig
					N

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج spss

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن هناك علاقة ارتباط عكسية بين بعد اليقظة التنافسية والإبداع وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية الأولى H_{01} ، وهناك علاقة ارتباط طردية بين بعد اليقظة التكنولوجية و الإبداع وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية الثانية H_{02} ونقبل الفرضية البديلة الثانية، وهناك علاقة ارتباط طردية لبعد اليقظة التجارية والإبداع وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية الثالثة H_{03} ونقبل الفرضية البديلة الثالثة، وهناك علاقة ارتباط طردية بين بعد اليقظة البيئية والإبداع وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية الرابعة H_{04} ونقبل الفرضية البديلة الرابعة.

الخلاصة:

يمكن اعتبار أن نشاط اليقظة الإستراتيجية ليس في أولوية الأنشطة المعلوماتية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، بما أنه ما زالت مراقبة البيئة و الاهتمام بجمع المعلومات الخارجية و الاستفادة منها، و تحسين جودتها و سهولة تداولها، تعتبر نقص في الاهتمام بهذا النشاط المعلوماتي الحيوي.

كما توصلنا من خلال الدراسة إلى أن المركزية الشديدة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تؤدي إلى تضيق هامش المبادرة أمام العاملين فيها، أما عن العراقيل أمام الإبداع و طرح الأفكار الجديدة فوجدنا أنها نقص المخصصات

المالية للعمل الإبداعي، كما أن الأفكار الجديدة و الأعمال المبتكرة لا تحظى بالدعم الكافي، و يظهر واضحا ضعف الاعتماد على المعلومات الخارجية و مراقبة البيئة في دعم الإبداع و تطوير الأفكار و الحلول المبتكرة.

- الإقتراحات و التوصيات:

- 1 - يجب على المؤسسة أن تكون في حالة يقظة دائمة لمتابعة ما يحدث حولها من تغيرات و اكتساب القدرة على مواكبتها؛
- 2 - التركيز على تطوير اليقظة التنافسية في المؤسسة المبحوثة، حيث كان هذا الشكل الوحيد من أشكال اليقظة الإستراتيجية الذي له علاقة ارتباط عكسية مع الإبداع؛
- 3 - السعي نحو الاعتماد على الوسائل المناسبة لتشجيع العاملين في المؤسسة المبحوثة، و تطوير خبراتهم و رفع مستوى مهاراتهم الإبداعية من خلال تبني برامج خاصة تفضي إلى رفع مستويات اليقظة لدى العاملين بصفة عامة والعاملين بالإدارة العليا بصفة خاصة؛
- 4 - ضرورة استغلال الطاقات البشرية و قدراتهم الإبداعية حسن استغلال، و تشجيعهم على المبادرة و الابتكار والتطوير .

V.الهوامش والإحالات:

مراجع باللغة العربية:

- 1- أحمد طيباوي. (2015). اليقظة الاستراتيجية كعامل مساعد للإبداع في المؤسسة الاقتصادية. مجلة الإبداع ، 2010-223.
- 2- توفيق عطية، و توفيق العجلة. (2009). الإبداع الإداري و علاقته بالأداء الوظيفي لمديري القطاع العام " دراسة تطبيقية على وزارات قطاع غزة". كلية التجارة في الجامعة الإسلامية بغزة - فلسطين .
- 3- سلمى سردي، و نسرين بوجمعة. (2019). دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز التفكير الإبداعي بالمؤسسة - دراسة حالة مؤسسة "condor" ببرج بوعرييج. مذكرة لنيل شهادة الماستر، في العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير . جامعة 8 ماي 1945 بقالمة، الجزائر.
- 4- طارق محمد سويدان، و محمد أكرم العللوني. (2009). مبادئ الإبداع. قرطبة للنشر و التوزيع: الرياض.
- 5- فاطنة بلقرع. (2017). التمكين كآلية لدعم و تعزيز الإبداع في المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة المديرية العامة لإتصالات الجزائر. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير تخصص الاقتصاد التطبيقي في إدارة الأعمال و المالية . جامعة يحيى فارس بالمدينة، الجزائر.
- 6- قوجيل نور العابدين. (2012). دور اليقظة الإستراتيجية في ترشيد الاتصال بين المؤسسة و محيطها. مذكرة ماجستير، كلية الآداب و العلوم الإنسانية و الاجتماعية، شعبة الإعلام و الاتصال . جامعة باجي مختار بعنابة - الجزائر .

- 7- كاريش صليحة. (2012). اليقظة الاستراتيجية نظام للإنذار المبكر و الذكاء الجماعي في المؤسسة: تحويل الإشارات الضعيفة إلى قوة محرّكة . دراسة حالة مؤسسة نفضال . أطروحة لنيل شهادة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية قسم علوم التسيير . جامعة الجزائر .
- 8- محاط أميرة. (2014). أثر اليقظة الإستراتيجية في تحسين الأداء التسويقي - دراسة حالة مؤسسة الاتصالات الجزائرية بميلة .- مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات . جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر .
- 9- يحي حنان الشريف. (2018). تأثير نظام المعلومات على اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة - دراسة ميدانية على بعض المؤسسات الجزائرية . أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية. جامعة فرحات عباس سطيف1، الجزائر .

مراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Amabile, T. M. (1997). **Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love And Long What You Do,USA** . California Management Review .
- 2- M. Davis, J., & al. (2012). **Creativity in learning Environment: Lessons From the CREANOVA project**. Learning landscapes .