تأثير تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة الإستراتيجية دراسة حالة الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية

Effect of information and communication technology in enhancing strategic vigilance, a case study of the National Railway Transport Company

قاسمي كريمة[1]*، الزهرة جعلاب [2]

[1] مخبر بحث (MQEMADD)، جامعة زيان عاشور بالجلفة (الجزائر)، kasmi@mail.univ-djelfa.dz

[2] مخبر بحث (MQEMADD)، جامعة زيان عاشور بالجلفة (الجزائر)، djalab@univ-djelfa.dz

تاريخ الاستلام: 2022/03/15؛ **تاريخ القبول:** 2022/06/27؛ **تاريخ النشر:** 2022/06/30؛

ملخص: تهدف هذه الدراسة الى إستكشاف مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطبيق اليقظة الإستراتيجية (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية)، لتحقيق أهداف الدراسة واختبار الفروض تم استخدام عينة شاملة، وزعت الباحثتين (127) إستبانة لجميع الموظفين داخل فروع بالشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، إعتمدت الباحثتين المنهج الوصفي التحليلي وإستخدمت الأساليب الإحصائية المناسبة من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية SPSS،أظهرت النتائج الرئيسية لهذه الدراسة وجود تأثير إيجابي قوي لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة الإستراتيجية بأبعادها (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصياتأهمها هو إعطاء مزيدًا من الإهتمام وتوعية المديرين و الموظفين في الشركة بأهمية اليقظة الإستراتيجية من خلال عقد ورش تكوينية وندوات لمديري الشركة للتعرف على أحدث تكنولوجيا المعلومات والإتصال و أليات تطبيق اليقظة الإستراتيجية، وضرورة تطوير وتحديث شبكتت الإتصال والمعلومات في الشركة المبحوثة مما يجعلها أكثر قدرة للحصول ومشاركة المعلومات.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والإتصالات،اليقظة الإستراتيجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية، الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية.

تصنيف JEL: M15؛ D40

Abstract: This study aims to explore the contribution of ICT to the application of strategic vigilance (competitive vigilance, technological vigilance, commercial vigilance, environmental vigilance), to achieve the objectives of the study and test the assumptions a comprehensive sample was used, Two researchers distributed (127) questionnaires to all employees within branches of the National Railway Transport Company, Two researchers adopted the descriptive-analytical approach and used appropriate statistical methods through the SPSS statistical package program, The main results of this study showed a strong positive affect of IICT in enhancing strategic vigilance in its dimensions (competitive vigilance, technological vigilance, commercial vigilance, environmental vigilance), The study reached a set of recommendations, the most important of which is to give more attention and awareness of the managers and employees of the company about the importance of strategic vigilance through holding training workshops and seminars for the company's directors to learn about the latest information technology and communication and mechanisms of applying strategic vigilance, and the need to develop and update the communication and information networks in the studied company, making it more capable to get and share information.

Keywords: Information and Communication Technology; Strategic Vigilance; Competitive Vigilance; Technological Vigilance;Commercial Vigilance; Environmental Vigilance; The National Rail Transportation Company.

Jel Classification Codes : M15 ; D40

* قاسمي كريمة.

مقدّمة:

في ظل التحولات البيئية السريعة والمعقدة ومع التطور التكنولوجي المستمر أصبح يسمى هذا العصر بعصر المعلومات، مما فرض على الشركات بيئة جديدة تتميز بالمنافسة الشديدة والتي تدفع بها إلى البحث عن مداخل للرفع من تنافسيتها، مما أدى إلى ظهور مفهوم جديد في هذا المجال ما يطلق عليه بنظام اليقظة الإستراتيجية وهو نظام معلوماتي يسمح للشركات بالتنبؤ، والترصد، والتتبع لكل ما يحدث أو قد يحدث في بيئتها التي تعمل فيها وقد يؤثر على نشاطها ومستقبلها.

فبالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والإتصال بجميع مجالاتهيمكن المستخدمين من إنشاء المعلومات والوصول إليها وتخزينها ونقلها ومعالجتها، وبالتالي فإن إرساء نظام يقظة إستراتيجي قائم على أساس تكنولوجيا المعلومات والإتصال يمكن الشركاتمن تعرف عللى بيئتها وإستغلال كافة الفرص والتهديدات المتاحة التي تمكن الشركات من تعزيز تنافسيتها وضمان مكانتها.

في هذا المنطلق ولغرض دراسة الموضوع، فقد تم تقسيم هيكلية البحث الى ثلاثة الأقسام الرئيسية الأول يتمثل في المقدمة مع مختلف عناصرها،والثاني التأطير النظري لتكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجية والثالث فهو يتعلق بالجانب التطبيقي للدراسة.

مشكلة البحث:

تعيش المنظمات اليوم تحولات وتغيرات معقدة ترهن بقاءها، وأمام هذا الوضع أصبح إنشاء نظام للمعلومات متمثل في اليقظة الإستراتيجية ضرورة وآلية حتمية لإستغلال الفرص وتجنب التهديدات المحتملة،والاستجابة السريعة فيالوقت المناسب وتطبيق هذا النظام يعتمد بالأساس على تكنولوجيا المعلومات واإتصالات لإنجاح هذا النظام المعلوماتي.

وإنطلاقا مما سبق تبرز لنا بلورة إشكالية هذا البحث و التي يمكن صياغتها في الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة الإستراتيجية في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية

ولمعالجة و تحليل هذه الإشكالية، و قصد إعطاء صورة أوضح يمكن تقسيمها إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما مستوى تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية ؟.
- مامستوى اليقظة الإستراتيجية في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية ؟.
- ما طبيعة العلاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال واليقظة الإستراتيجية ؟.
- ما طبيعة علاقة تأثير بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجية بأبعادها (اليقظة التنافسية،اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية) في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية؟.

فرضيات البحث:

إنطلاقا من الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية السابقة، قمنا بتبني فرضيتين رئيسيتين يتفرع منهما عدد من الفرضيات الفرعية، وهي:

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجية المتمثلة في اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية .

الفرضية الفرضية الأولى: لا توجد علاقة إرتباطية بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة التنافسية .

الفرضية الفرعية الثانية :لا توجد علاقة إرتباطية بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة التكنولوجية.

الفرضية الفرعية الثالثة:لا توجد علاقة إرتباطية بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة التجارية.

الفرضية الفرعية الرابعة:لا توجد علاقة إرتباطية بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة البيئية.

الفرضية الثانية: لا يوجدأثر بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والإتصال و اليقظة الإستراتيجية .

الفرضية الفرضية الأولى: لا يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة التنافسية.

الفرضية الفرعية الثانية : لا يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة التكنولوجية.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة التجارية.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة البيئية.

أهمية البحث:

تنبثق أهمية البحث قي العناصر التالية:

- تشخيص مستوى تطبيق تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديديةة.
- تعرف على حقيقة واقع اليقظة الإستراتيجية السائد في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية.
- تحليل ودراسة إرتباط تأثير ممارسات تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة الإستراتيجية في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية.
- لفت إنتباه المسؤولين لأهمية اليقظة الإستراتيجية في الشركة الوطنية للنقل للسكك الحديدية.

أهداف البحث:

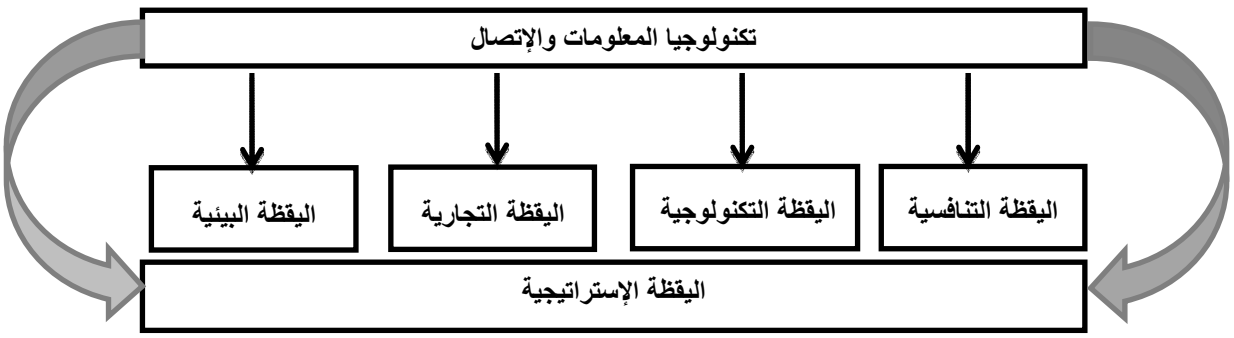
تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التأصيل النظري والمفاهيمي لمفهومي تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجية
- إكتشاف علاقة الإرتباط والتأثير لكل من تكنولوجيا المعلومات والإتصال وأبعاد اليقظة الإستراتيجية في الشركة الوطنية للنقل للسكك الحديدية .
- تقديم عددا من التوصيات التي من الممكن أن تفيد الباحثين والمسؤولينفي الشركة الوطنية للنقل للسكك الحديدية.

أنموذج البحث:

من أجل توضيح متغيرات البحث، وتحديد مجموعة العلاقات والتأثيرات المنطقية التي توضحطبيعة البحث فقد تم تصميم أنموذج البحث بالإعتماد على الدراسات السابقة، ويتمثل انموذج الدراسة في الشكل التالي:

الشكل رقم (01):أنموذج الدراسة



من إعداد الباحثين بالإعتماد على الدراسات السابقة

حدود البحث:

للتحكم في الموضوع ومعالجة الإشكالية محل البحث، تم وضع حدودالدراسة والمتمثلة أساسا في:

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على دراسة العلاقة بين المتغيريتكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجية.

الحدود المكانية:لقد إختارت الباحثتان الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديديةبكامل فروعها كعينة لهذه الدراسة.

الحدود البشرية:شملت عينة الدراسة المدراء و الموظفينفي الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية.

الحدود الزمنية: قامت الباحثتان بإجراء الدراسة خلال شهري جانفي وفيفري من عام 2022.

منهجية البحث:

من أجل إختبار مدى صحة أو خطأ الفرضيات، إرتأتا الباحثتانإلى إستخدم المنهج الوصفي من أجل الإلمام بكل جوانب الموضوع،ومن خلال الجانب التطبيقي فقد إعتمدنا على الإستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات،بالإضافة فقد تم استخدام برنامج **spss** لتحليل ومعالجة البيانات بناءً على إجابات المستجوبينالمتحصل عيها.

الدراسات السابقة

حظي مفهومي **تكنولوجيا المعلومات والإتصال** و **اليقظة الإستراتيجية**بإهتمام متزايد من قبل الدارسين والباحثين، حيث تناولت العديد من الدراسات هذا الموضوع بالتحليل والبحث بغية تحقيق أهداف التنظيم بفاعلية وكفاءة، وقد قامت الباحثتان بإجراء مسح لأهم الدراسات السابقة وأكثرها ارتباطاً بموضوع الدراسة. وفيما يلي أهمها:

في مجال الدراسات **التي تناولت تكنولوجيا المعلومات والإتصال** ،استهدفت دراسة شادلي شوقي(**شادلي، 2010**): للتعرف على أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال على أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، وتوصلت الدراسة إلى أن معدل إستخدام التكنولوجيا لا يتجاوز **29.5 %** على مستوى الشركات الجزائرية وهي درجة تتناسب مع درجة إمتلاكها لهذه التكنولوجيا وحجم الشركة،

أما دراسة(**Mansour & Bouhafs, 2020**)استهدفتالتعرف على تأثير إستخدامتكنولوجيا المعلومات والإتصال على أداء بعض الشركات الصغيرة والمتوسطة النشطة في بعض الولايات الشمالية الغربية. شملت 52 شركة من خلال توزيع 55 إستبانة صالحة للدراسة ، وتوصلت نتائج الدراسة أن تطبيق تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الشركات الصغيرة والمتوسطة يساهم في تحسين أداء هذه الشركات، لا سيمامن حيث الأداء المالي والتجاري والتنافسي.

أجرى دراسته(**Ibrahim & Huimin, 2017**)في الشركات الصناعية في الصين إذ هدفت دراسته إلى مناقشة دور مكونات تكنولوجيا المعلومات والإتصال (الأجهزة والبرامج والشبكات) في إدارة المعرفة لتصميم المنتج، تم جمع البيانات من خلالتوزيع **220**إستبانة على الشركات الصناعية في الصين. أظهرالنتجعلى وجود علاقة إيجابية بين مكونات تكنولوجيا المعلومات والإتصال وإدارة المعرفة وتصميم المنتج، تلعب مكونات إدارة المعلومات، التي تدعم إدارة المعرفة، دورًا حيويًا في تصميم المنتج لتحقيق ميزة تنافسية. وأوصى الباحثين على إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال وإدارة المعرفة والتي تمكن الشركاتمن تحقيق أهدافها المتمثلة في تصميم منتجاتها تكون متوافقة مع متطلبات العملاء وتحقيق رضاهم.

بالإضافة إلى ذلك دراسة(**Zhu, 2004**)والتي هدفت إلى معرفة مستوى تأثير التأثيرات الإقتصادية والتنظيميةوالقيمة التجارية لتكنولوجيا المعلومات، في بيئتنا الأعمال الإلكترونية، والمعايير البيئية للأسواق الإلكترونية في الولايات المتحدة ، وتمتطبيق الدراسة على عينة مكونة من (**114**) شركة تعمل في قطاع البيعبالتجزئة الإلكترونية في الولايات المتحدة، وقد توصلت الباحث إلى وجود تأثير إيجابي قوي بين تكنولوجيا المعلومات وقدرة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال والتجارة الإلكترونية. هذا يشير إلى أن تكاملهايساهم بشكل إيجابي في أداء الشركات من حيث المبيعات لكل موظف، دورانالمخزون ، وخفض التكاليف بالنسبة لهذه الشركات.

أخيراً دراسة(**Birchall & Giambona, 2008**) والتي هدفت إلى تقييم أداء المديرينتجاه نشر واستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالفي الإقتصادات الغربية.وقد شملت الدراسة**181** مديرًا فيالمسح الالكتروني شملت دول ألمانيا والسويد

وإيطاليا.وتوصل الباحثن من خلال هذه الدراسة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والإتصال تؤثر بشكل كبيرعلى اتخاذ القرار والتواصل والمرونة داخل المنظمات، أشارت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي لتكنولوجيا المعلومات والإتصال وعلى أداء المديرين .

أما في مجال **الدراسات التي تناولت اليقظة الإستراتيجية**

فقد أشارت دراسة (**Djennas & Benhabi, 2006**) والتي هدفت إلى تقييم اليقظة الإستراتيجية في الشركات الصغيرة والمتوسطة الخدمية،وتحديد أثراليقظة الإستراتيجية في تطوير الشركة،فقد تكونت عينة الدراسة من**48**مؤسسة جزائرية في قطاع الخدمات، وتوصلت نتائج هده الدراسة إلى الاهتمام وتطبيق الدولةلليقظة الإستراتيجية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك لمواجهة مختلف التغيرات التي تؤثر على تنافسيتها في سوق المحلية من مؤسسات العالميةمثل عولمة الأسواق، و المنافسة الشرسة والتعقيد والتغير السريع أنماط الاستهلاك..الخ.

أما دراسة(**مروج، 2013**) فقد هدفت هذهالدراسة للتعرف على دور اليقظة التنافسية في تطوير الأداء المستدام في الشركة الوطنية للصناعات الصيدلانية خلال الفترة **2000–2012**، وقد توصل الباحثمن خلالهذه الدراسة الى أن اليقظة التنافسية تساعد الشركة على تحليل كل التغيرات التي تطرأ على بيئتها التنافسية، وتسهم في مقارنة أداءها بأداء أفضل منافسيها وبناءا عليه تعمل الشركة على تحسينه وتطويره، وقد أشارت الدراسةالىأن اليقظة التنافسية تساهم في تطوير الأداء المستدام فيالشركة الوطنية للصناعات الصيدلانية من خلال تحديد مختلف الرهاناتوالفرص والتهديدات، التي تميز مجال الصناعات الصيدلانية بالجزائروتمكنها من التأقلم مع مختلف التغيرات التي قد يشهدها القطاع .

فقد أشارت دراسة(**ياها، 2014**)إلى إبراز تأثير و دور اليقظة التنافسية في تحسين الأداء بمؤسسة هيونداي موتورز الجزائر **HMA**،استخدمت هذه الدراسة عينة عشوائية شملت**97**عامل، وذلك بالاعتماد على الإستبيان لجمعالمعلوماتومعالجة البيانات المتحصل عليها عن طريق الاعتماد على برنامج**spss**،أظهرت الدراسة أن الشركة تولي اهتماما كبيرا لليقظة التنافسية، وأن أداء الشركة بمختلف أبعاده يمتاز بمستوى جيد، وتوصلت الدراسة أن اليقظة التنافسية تؤثر على الأداء الإجمالي بمؤسسة هيونداي موتورز الجزائر.

أما دراسة(**زكي، 2019**) فقد هدفت الدراسة للتعرف على أثر اليقظة الإستراتيجية بأشكالها المختلفة (اليقظة التسويقية، اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية،اليقظة البيئية على تطويرالمنتجات الدوائية بمنظمات الأعمال المصرية،حيث إعتمد الباحث على اداة الإستبيان في جمع البيانات الأولية،شملت العينة جميع المديرين والمسئولين بالإدارات العليا بالشركات الدوائية المصرية ، وأشارت إلى نتائج أهمها وجود تاثير لعناصر اليقظة الإستراتيجية على جميع العناصر المستخدمة في تطوير المنتجات، وقد أوصى الباحث بضرورة مواصلة الشركات المبحوثة العمل على امتلاك وتطوير نظام فعال لليقظة الإستراتيجية بحيث يشمل هذا النظام على جميع أشكال اليقظة الإستراتيجية التسويقية، التنافسية، التكنولوجية، البيئية) ما يساعدها على حيازة المعلومات المفيدة التي تمكن الشركات البقاء ضمن السباق التنافسي.

وفي دراسة(**خليل، 2019**)التي أجريتها في مجلس القضاء الأعلى (الدائرة المالية والإدارية). والتي تهدف إلى التعرف على اليقظة الإستراتيجية وتأثيرها في جودة القرارات الإدارية، من خلال معرفة مدى اهتمام الشركةبتأثير اليقظة الإستراتيجية في جودة القرارات الإدارية، واعتمدتهذه الدراسة على أربعة أبعاد لليقظة الإستراتيجية هي اليقظة البيئية، والتجارية، والتنافسية والتكنولوجية لبيان مدى تأثيرها على جودة القرارات الإدارية، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيسة لاستطلاع آراء عينة من المديرين شملت 45 مدير، وقد توصلت هذه الدراسة إلى التأثيرالإيجابي لأبعاد اليقظة الإستراتيجية في جودة القرارات الإدارية مع وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين اليقظة الإستراتيجية وجودة القرارات الإدارية، وقد أوصت هذه الدراسة بضرورة العمل على التحسين المستمر لجميع أفراد

الشركةلأهمية مساهمتهم في تطبيق وإنجاح نظام اليقظة الإستراتيجية وخلق الوعي بأهمية وفوائد اليقظة على الشركةككل والعمل على إنشاء نظام معلوماتي واضح حتى تكون المعلومة المتحصل عليها ذات قيمة.

أما بخصوص **العلاقة بين لتكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجية** فقد أشارت الدراسات رغم محدوديتها إلى وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والإتصالفيتعزيز اليقظة الإستراتيجية .

فقد أكد(**Kriaa–Mdhaffer et al., 2018**)إلى وجود تأثير لإستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال على عمل نظام اليقظة الإستراتيجية و زيادة أوجه التآزر والتعاون بين الموظفين في بيئات مبتكرة.وقد جمعت المعلومات عن طريق مقابلة شملت المديرين و الموظفين في عدد من الدول (البرازيل، كندا، تونس، فرنسا، ألمانيا)، وأشارت النتائجإستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال بلغ نسبة **97.2** في المائة، و أن غالبية المستجوبين كانوا يراقبون لمدة **5** سنوات على الأقل، في حين تمارس **15٪** لمدة **10** سنوات أو أكثر، وتوصل الباحثون إلى نتائج أهمها أنه كلما زاد استخدام فرق الرصد لتكنولوجيا المعلومات والإتصال، كلما كان التعاون أفضل.

كما أشار(**Goarin et al., 2000**)إلى إسهام تكنولوجيا المعلومات والإنترنت في تنشيط اليقظة التكنولوجية والذكاءاقتصادي والذي يهدفان إلى جمع وتحليل ونشر وإستغلال المعلومات لإتخاذ القرارات الإستراتيجية

وخلاصة القول أن تكنولوجيا المعلومات والإتصال له الأثر البارز على نظام اليقظة الإستراتيجية، من خلال الحصول علىالمعلومات وتخزينها وتطوير ومعالجة البيانات إلكترونيا وإيصال هذه المعلومات الى المديرين لإتخاذ القرارات الإستراتيجية، والتي تمكن المنظمات في تعزيز تنافسيتها.

المحور الأول:الإطار النظري

أولا: تكنولوجياالمعلومات والاتصالInformation and communication technology،

1. مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تكنولوجيا المعلومات والاتصالInformation and communication technology(ICT) كمصطلح يضم مجموعة أجهزة الحاسوب والبرمجيات؛ البث الرقمي وتقنيات الإتصال،فضلا عن مستودعات المعلومات الالكترونية مثل الشبكة العالمية أو تلك التي وجدت على الأقراص المدمجة (**حمادي، 2016، صفحة 92**).

ووفقا لـــ(**Limbu et al., 2014, p. 1236**)يعرفتكنولوجيا المعلومات والإتصال بأنها إستخدام تطبيقات الأجهزة والبرمجيات لتحويل أنشطة الأعمال اليدوية إلى العمليات الإلكترونية.

وفي نفس السياق، يعرف(**Pۤlkowski & Radu, 2014**)تكنولوجيا المعلومات والإتصال بأنها مجموعة من الآليات التي تحول العمليات الورقية إلى عمليات إلكترونية، بهدف تحسين الإنتاجية والأداء وصنع القرار بأقصى قدر من الفعالية.

ويشير تقرير الأمم المتحدة (**1999**)لمفهوم تكنولوجيا المعلومات والإتصالبأنها توفير خدمات الإنترنت، ومعدات وخدمات الإتصال السلكية واللاسلكية، ومعدات وخدمات تكنولوجيا المعلومات، ووسائل الإعلام والإذاعة، ومقدمي المعلومات التجارية، وخدمات المعلومات القائمة على الشبكة،وأنشطة المعلومات والإتصال الأخرى ذات الصلة (**Noor–Ul–Amin, 2013, p. 4**).

تشير تكنولوجيا المعلومات والإتصال إلىمزيج متكامل من للتقنياتالمصممة للحصول ونقل المعلومات في شكل نصوص وأصوات وبيانات وصوربإستخدام الأجهزة التقليدية المستخدمة مثل الراديو أو الهاتف أو التلفزيون إلى أجهزة أكثر تطورا مثل أجهزة الكمبيوتر والإنترنت والشبكات والأجهزة والبرامج وأنظمة الأقمار الصناعية والبث الصوتي عبر الإنترنت(**Khan et al., 2013, p. 2**).

ويشير (**Joia, 2008, p. 257**) أن تشجيع حركة إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال (**ICT**) ليس كأداة لمعالجة البيانات بسرعة أكبر، ولكن أيضًا كسلاح استراتيجي قوي.

إذ تعد تكنولوجيا المعلومات والإتصال من أدوات التحكم و الرقابة على الموظفين، لقياسالإنتاجية أو الوقت المستغرق أو النتائج، بالإضافة إلى ذلك تعزيز الإتصال مع الزملاء العملأو العملاء بوساطة الوسائل التكنولوجية (**Klein & Ratier, 2012, p. 113**).

و يضيف(**Asghari et al., 2020, p. 556**) تكنولوجيا المعلومات والإتصال بأنها عبارة عن مجموعة الأجهزة وقواعد البيانات والشبكة والبرامج وغيرها من المعدات الداعمة.وتنقسم تكنولوجيا المعلومات والإتصال إلى مكونين أساسيين:

- **البنية التحتية للمعلومات والإتصال (ICI)**: تشير إلى أنظمة وشبكات الإتصال المادية (الخلوية، والإذاعية، والكابلات، والأقمارالصناعية، والبريدية) والخدمات التي تستفيد منها (الإنترنت، والصوت، والبريد، والراديو، و التلفزيون).
- **تكنولوجيا المعلومات (IT)**: تشير إلى الأجهزة والبرامج الخاصة بجمع المعلومات وتخزينها ومعالجتها وعرضها(**Sukanta, 2012, p. 32**).

وللتفصيل تتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصال من مكونات أساسية تشمل **البرمجيات Software**هي تمثل مجموعة من المكونات المعنوية لنظام الحاسوب وهي عبارة عن التعليمات والإجراءات والبرامج والأنظمة التشغيلية فضلا عن لغات البرمجة وتؤدي هذه البرمجيات عدة وظائف أساسية أهمهاإدارة عمليات الحاسوب، استرجاع البيانات ودعم تطبيقات الأعمال(**كامل و حازم ، 2021، صفحة 217**).أما **الموارد البشرية HumanResource**فيمكن التمييز بين نوعين من الموارد البشرية: متخصصو نظم المعلومات والمستخدمون النهائيون. يشمل متخصصو نظم المعلومات محللي الأنظمة والمبرمجين والمشغلين. المستخدمون النهائيون هم الأشخاص الذين يستخدمون نظام المعلومات أو المخرجات التي يولدونها (**Rafael & Cara□ana, 2012, p. 15**).

أما **الأجهزة Hardware**فهي الأجزاء المادية للكمبيوتر مثل الشاشة ولوحة المفاتيح والماوس ومكبرات الصوتوالقرص الصلب والذاكرة ووحدة المعالجة المركزية(**Schreyer, 2002, p. 9**). أما **قاعدة البيانات:** وهو عبارة عن قاعدة بيانات واحدة وكاملة ومتسقة للبيانات التنظيمية لصنع القرارات تغذيها مجموعة من الملفات أو قواعد البيانات التي تنتجها التطبيقات التشغيلية، وتشمل كافة المعلومات التفصيلية عن الشركةوعلاقاتها، ولا يتم الاحتفاظ بالبيانات دائمًا بكاملها، وهي الأمثل لتقديم البيانات للمستخدمين النهائيين بطريقة صحيحة (**Morley et al., 2003, p. 13**).

أما **شبكات الاتصال Communication Network** فتعتبر المكونالرئيسي لنظام الإتصال الالكتروني من خلال توصيل الأجهزة معًا لتشكيل الشبكة، بواسطة الأسلاك، مثل كبلات أو الألياف البصرية، أو اللاسلكية ، مثل شبكة **Wi-Fi**،يتم تصميم الشبكة لربط أجهزة الكمبيوتر في منطقة معينة، من خلال شبكة المنطقة المحلية (**LAN**)، إذا كانت أجهزة الكمبيوتر أكثر تشتتًا، فإن الشبكة تسمى شبكة واسعة النطاق (**WAN**)، يمكن اعتبار الإنترنت نفسها شبكة من الشبكات (**Ibrahim & Huimin, 2017, p. 949**).

ومن التعاريف السابقة، يمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات والإتصال هي نظام أسلوب إداري متكامل أساسه إستخدام الوسائط التقنية والتكنولوجية لتبسيط وتسهيل وتبادل المعلومات وأوامر لتنفيذ دعم القراروتوفير الجهد والوقت والدقة لتطوير الأداء.

1. أسباب الإستخدام المتزايد لتكنولوجيا المعلومات والإتصال

تدعو الحاجة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في عالمنا المعاصر بشكل متزايد وذلك لتحقيق: (**الطائي و الطائي، 2016، صفحة 235**)

- **التنسيق بين الأقسام:** تمكن تكنولوجيا المعلومات من زيادة قدرة التنسيق بين أقسام الشركةوبين المنظمات الأخرى على حد سواء , وهذا بدوره يقود الى تقليل كثافة المقابلات الشخصية التي قد تتطلب إنتقال الأفراد من منطقة إلى أخرى وفضلا عن الوقت المستغرق من أجل إنجاز ذلك عن طريق ما توفره الشبكات المحلية والعالمية وإمكانية ربط الحواسيبالتابعة المنظمات بعضها مع البعض الآخر.
- **السيطرة على المعلومات:** أصبح بإمكانالشركات جمع كميات هائلة من المعلوماتومن أماكن متباعدة ومختلفةوالسيطرة على عمليات معالجتها وخزنها وإتاحتها لمستفيديها بالوقت المناسب.
- تؤدي تكنولوجيا المعلومات إلى زيادة امكانية الوصول الى المعلومات وزيادة الإنتاجية و السرعة في إتخاذالقرارات .
- **التأثير الكبير في المرونة التنظيمية:** من خلال الإسراع في معالجة المعلومات وتمكين الإستجابة السريعة لظروف المتغيرة .

وفقًا لـــ(**Shaqiri, 2014**)تكنولوجيا المعلومات والإتصال الحديثة تقدم حلولًا جديدة للشركات ،من خلال خلق بيئة عمل جديدة تعتمد على الإتصال الحاسوبي بين الموظفين أنفسهم وأصحاب المصلحة، بحيث تتيحتكنولوجيا المعلومات والإتصال مرونة أكبر، وحلول أسهل لمشاكل العمل، وإبداع أكبر، وتعاون أكبر بين الموظفين، و تقليل التكاليف وتعظيم الأرباح....إلخ .

ثانيا:اليقظة الإستراتيجية Strategic vigilance

1. مفهوم اليقظة الإستراتيجية:

ومصطلح اليقظة «**Veille**» مشتق من المصطلح اللاتيني «**vigila**» والذي يعني حسب موسوعة «**Larousse**» قام بمراقبة، حراسة مستمرة، أي أن تكون في حالة إستقبال وتلقي الأشياء، وان تكون جاهزا الإكتشاف شيء ما يمكن أن يحدث دون معرفة ما هو بالضبط و أين ؟(**Sauvannet, 2000, p. 27**). و اليقظة الاستراتيجية أداة مهمة للإدارة الإستراتيجية وضرورة حتمية التي تمكن من تحسين الميزة التنافسية للشركات بمختلف أنواعها و والدول، خاصة بالنسبة للإقتصادات الناشئة (**Drevon et al., 2018, p. 28**).

ويعرف(**Khalifa, 2016, p. 20**) اليقظة الإستراتيجية بأنها العملية الجماعية المستمرة التي تتبع من خلالها مجموعة من الأفراد تعقبًا طوعيًا وإستخدام المعلومات الإستباقية المتعلقة بالتغيرات التي من المحتمل أن تحدث في البيئة الخارجية للشركة، بهدف إنشاء فرص العمل والحد من المخاطر وعدم اليقين بشكل عام. ومن جهة أخرى يعرف(**Lesca, 1997**) اليقظة الإستراتيجية بأنها عملية جماعية مستمرة التي تقوم بهامجموعة من الموظفين بتتبع وإستخدام المعلومات الإستباقية عن التغيرات التي قد تحدث في البيئة الخارجية للشركة، لخلق فرص جديدة والحد من المخاطر وعدم اليقين بشكل عام. وفي نفس السياق يعرف(**Brouard, 2007, p. 11**) اليقظة الإستراتيجية بأنها عملية إعلامية تستمع بها الشركة إلى بيئتها لتقرر وتتصرف سعيا إلى تحقيق أهدافها، و تمكين المديرين من تحسين إدارتهم في ظل عاصفة التغيير.

في نفس السياق، أشار(**Guechtouli, 2018**)إلى أن تطبيقاليقظة الإستراتيجيةبشكل رسمي يسمح للشركة بشكل مسبق بتحديد إحتياجاتها و أهدافها والأشخاص المعنيين بعملية المراقبة، يتم تعيين المراقبين من قبل الإدارة، وتحديد عملهم بوضوح وتكون المعلومات في العموم مركزية، كلما زاد الطابع الرسمي للعملية (محددةمسبقًا)، كلما كانت تتوافق مع مجالات المشكلات التي تم تحليلها بالفعل بدقة، في المقابل التطبيقالغير الرسمي لليقظة الإستراتيجية،على إثرهيقرركل موظف كيف ينظم أنشطة المراقبة الخاصة به، وفقًا لتفضيلاته ومهاراته،في هذه الحالةلا يتم تعيين أي إجراء من قبل الإدارة، ولكن غالبًا ما تعتمد الشركات مركزية المعلومات حسب نوع الشركة، فمن الصعب الحصول على ملاحظات حول الرؤية الإستراتيجية إذا لم يكن هناك رابط رسمي بين المراقبين وإستراتيجية المنظمة.

أضافت (**بركاني، 2014، صفحة 135**) اليقظة الإستراتيجية بأنه النشاط الذي يضم الجمع، والتحليل، والتعديل،ونشر المعلومات، بهدف رصد إشارات التغير وتوفير وسائل إتخاذ القرار، فهو نظام يساعد على إتخاذ القرارات يقوم بملاحظة و تحليل البيئة الشركة من أجل إكتشاف التهديدات و فرص النمو.

وحسب(**Miaux, 2010, p. 53**) اليقظة الإستراتيجية في شركات السكك الحديدية يكمن في ضمان جمع وتحليل ونشر وإتاحة المعلومات في شركات السكك الحديدية، في مجالات السلامة والتشغيل والبيئة وإمكانية التشغيل البيني واستخدام الشبكات.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن اليقظة الإستراتيجية عبارة عن نظام معلوماتي يسمح للشركة بمراقبة ومتابعة المستمرة لمحيطها، من خلال جمع المعلومات حول مختلف الفرص والتهديدات الحالية والمستقبلية التي قد تواجهها وتحليلها ونشرها لإتخاذ القرارات الإستراتيجية.

2. خصائص اليقظة الإستراتيجية

حسب(**Lesca, 1997, p. 3**) فإن لليقظة الإستراتيجية العديد من الخصائص تكمن فـــــــــي:

- **دعم التخطيط**: تدعماليقظة الإستراتيجية سيرورة التخطيط سواء على المدى القصير أو المتوسط أو الطويل وتساهم في تشكيلالإستراتيجيات وتقييم الأهداف الناتجة عنها.
- **دعم الإستجابة**:تسمحاليقظة الإستراتيجية للشركة بالبقاء في حالة ترصدلتطورات الأسواق والمنافسين، ويساعد على فهم القوى الخارجية المؤثرة، وتحديد وتحليلالتهديدات والفرص المتاحة في البيئة المحيطة، والتكيف معها وتعزيز أنشطة الإستجابة بسرعة ودقة عالية.
- **دعم الإبداع والابتكار**: تعمل اليقظة الإستراتيجية على مقارنة الوضعية الحالية للشركة بنظيراتها من الشركات الأخرى، مما يعزز الإبتكار والتكيف، وتقديم منتجات ذات قيمة أعلى، ومن ثم تدعيم موقعها التنافسي وتساعد على تطوير مزايا تنافسية أخرى.
- **حل المشاكل وتدعيم القرارات**: توفراليقظة الإستراتيجية لمتخذيالقرارات معلومات دقيقة على توجهات المنافسين الحاليين والمحتمل دخولهم للسوق، والتكنولوجيا،الموردين ... إلخ. فاليقظة بذلك تسهم فيفهم عدم اليقين المرتبط بالقرارات المهمة غير المتكررة وتساعد على فهم المشاكل وحلها.
- **تدعيم التوقع وإستباق الأحداث**:تتيح اليقظة الإستراتيجية بتوسيع قدرات للشركات على إقتناص المعلومات وتوقع حدوثها وإستباقها، والنظر من زوايا أخرى للفرص المتاحة، وزيادة سرعة العمل في الوقت المناسب، مما يمكن من إستغلال الفرص الجديدة ومواجهة على التهديدات والأزمات المحتملة.

3. أنواع اليقظة الإستراتيجية

تنقسم اليقظة الإستراتيجيةالىأربع أنواع رئيسية تشمل: اليقظة التجارية(**CommercialVigilance**)،اليقظة التكنولوجية (**Technological vigilance**)،اليقظة التنافسية(**Competitive vigilance**)، و اليقظة البيئية(**Environmental vigilance**)، وهي كالآتي:

- **اليقظة التكنولوجية**(**Technological vigilance**):اليقظة التكنولوجية هي نوع من اليقظة التي تكرسها الشركة بشكلرئيسي لتطوير التقنياتوالإبتكاراتالتكنولوجية (المنتجات والخدمات)، والتغيرات في عمليات الإنتاج، وتطوير مواد جديدة... إلخ(**Natou, 2020, p. 126**). ويشير **Bendjellouli & Bendi, 2017, p. 197**)اليقظةالتكنولوجية بأنها رصد التكنولوجيا أي رصد وتحليل البيئة العلمية والتقنية والتكنولوجية والآثار الإقتصادية الحالية والمستقبلية، بغية إستخلاص التهديدات والفرص من أجل التنمية.

- **اليقظة البيئية(Environmental vigilance)**: تعبر اليقظة البيئية عن مختلف المفاهيم، الأدوات، والمنهجيات والممارسات التي تسمحبالربط الملائم بين مختلف المعلومات والمعارف بهدف التحكم في الآثار البيئية على الشركة وتطوير ديناميكيتها البيئية و تعبئة الأفراد وتحسيسهم بضرورة الوقاية من التلوث، وجمع ومعالجة وتحليل المعلومات والمعارف البيئية بهدف عملياتي(يحي الشريف، 2007، صفحة 220).
- **اليقظة التنافسية (Competitive vigilance)**:تعرف اليقظة التنافسية بأنها عبارة عن مجموعة منالإجراءات الملموسة المنهجية لتخطيط وجمع وتحليل ونشر المعلومات عن مختلف أصحاب المصلحة الخارجيين، من أجل إيجاد منافذ جديدة أو إمكانيات السوق التي يمكن أن تغير الوضع التنافسيللشركة (**Calof & Skinner, 1998, p. 42**).

ويشير(**Miaux, 2010, p. 28**) بأنها النشاط الذي تقوم الشركة من خلالهبرصد نقاط القوة والضعف منافسيهاالحاليين أو المحتملين، وذلك من خلال رصد إستراتيجياتهم وسياسة التسعير والمنتجات والخدمات الجديدة والتوظيفوالإتفاقات والشراكات والتعويض والتحالفات ...إلخ.

- **اليقظة التجارية(Commercial Vigilance)**: تركز اليقظة التجارية على زبائن الشركة وموردیها والمتعاقدين والشركاء في تطوير المنتجات والخدمات ودراسات إتجاهات السوق وبيانات الإستيراد والتصدير (**Ben Romdhane, 2005, p. 41**). واليقظة التجارية توفر المعلومات لقادة الشركات التي تساعدهم على فهم الأسواق الناشئة والإتجاهات الناشئة بشكل أفضل في البيئة المباشرة للقطاع الذي يعملون فيه، واليوم التحدي الأكبر الذي يواجه أي شركةيكمن في أهميتها الإجتماعية ، لذلك فإن مديرين يجب عليهم مواكبة الإتجاهات الإجتماعية الناشئة ورغبات المستهلكين وتوجهاتهم من خلال عملية اليقظة التي تزودهم بالمعلومات التي يتم جمعها ثم معالجتها وتحويلها إلى معلومات مفيدة، اليقظة الجيدة هي الأساس لقرارات تسويقية جيدة من خلال إستخدام المعلومات التي تنتجها اليقظة، ولها مساهمة في التأثير على إستراتيجيات إدارة التسويق**(Jalod et al., 2021, p. 95)**.

4. مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال كداعم لعملية اليقظة الإستراتيجية:

وتتطلب عملية اليقظة الإستراتيجية في جميع مراحلهاعلى وسائل تكنولوجيا المعلومات والإتصال من خلال الجمع والتحليل والنشر، فجمع المعلوماتعبر الإنترنت من خلال عملية اليقظة الإستراتيجية يسمح بالحصول على معلومات من خلال: (**Goarin et al., 2000, p. 87**)

- مواقع الإنترنت الخاصة بالمنافسين.
- البنوك وقواعد البيانات الخاصة بالقطاع.
- مواقع الإنترنت غير الرسمية (تقارير التدريب الداخلي، المعلومات المضللة..إلخ) .
- الدوريات و المواقع المتخصصة في اليقظة و الإستخبارات الاقتصادية.
- الصحافة المتخصصة أو غير المتخصصة.
- المجموعات الإخبارية المتخصصة.
- تقارير المؤتمرات والندوات.

وبالتالي نجد أهمية إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تطبيق اليقظة الاستراتيجية بمنظمات الأعمال تكمن في مجموعة النقاط التالية: (**بوطويل، 14 نوفمبر 2020، صفحة 138**)

- **كفاءة عالية في تخزين المعلومة:** ويظهر ذلك من خلال الكم الهائل من المعلومات التي يمكن تخزينها،واسترجاعها، بالإضافة إلى مرونة كبيرة في إعادة تشغيلها بأقل تكلفة.

- **كفاءة عملية المعالجة:** حيث يتيح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال معالجة سريعة يمكن قياسها بعدد.العمليات من الأنواع المختلفة التي يمكن القيام بها خلال وحدة من الزمن.
- **كفاءة عملية النقل:** والتي يمكن قياسها بكمية المعلومات التي يمكن إرسالها في وقت محدد ومقدارالمسافة التي سوف يتم إرسال المعلومات عبرها.
- **تحقيق أكبر قدر من الموثوقية:** وينعكس ذلك في تدارك الأخطاء في المعلومات التي يتم اختزالها ومعالجتها ونقلها.

المحور الثاني: الإطار التطبيقي

أولا: مجتمع وعينة الدراسة: إختارت الباحثتين الشركة الوطنية للسكك الحديدية كمجتمع لهذه الدراسة من خلال إختيار عينة عشوائية شملت الموظفين في الشركة الوطنية للسكك الحديدية،بحيث تم توزيع (**130**) إستبانة وتمإسترجاع (**127**)إستبانة صالحة للدراسة والتحليل.

ثانيا: قياس متغيرات الدراسة

بالإعتماد على الدراسات السابقة والتي تناولناها سابقا تم الاعتماد على المتغيرات التالية:

الجدول رقم (01):متغيرات الدراسة وأبعادها وفق الدراسات السابقة

المتغير	الابعاد	المؤلف
تكنولوجيا المعلومات والإتصال	البرمجيات،الموارد البشرية ،الأجهزة	(**Ibrahim & Huimin, 2017**)(هادي، **2016**)
اليقظة الإستراتيجية	اليقظة التنافسية	(**Djennas & Benhabi, 2006**)-(باها، **2014**)-(مروج، **2013**)-(خليل، **2019**)
	اليقظة التكنولوجية	
	اليقظة التجارية	
	اليقظة البيئية	

من إعداد الباحثتين بالإعتماد على الدراسات السابقة

ثالثا: أداة وطريقة جمع البيانات:إعتمدت دراسناعلى الإستبيانكأداة أساسية في الدراسة والذي يتكون على ثلاثة أجزاء وهي **الجزء الأول:** ويحتوي على البيانات الشخصية والوظيفية المتمثلة في: الجنس، العمر، المستوى التعليمي،الخبرة.طبيعة الوظيفة. أما **الجزء الثاني:** فيحتوي على متغير تكنولوجيا المعلومات والإتصال. أما**الجزء الثالث:** ويشمل دراسة أبعاد اليقظةالإستراتيجية. وفي نفس السياق وبغية معرفة درجة موافقة المستجوبين على عبارات الإستبيان تمّ إستخدام مقياس ليكرت "**Likert**" الخماسي المتدرج، حيث أعطيت أوزانا تقيس تلك الدرجة، كما حددّت الأوزان بخمس نقاط من 1 إلى5، حيث تتدرج الإجابات ما بين موافق بشدة (**5 درجات**)، موافق(**4 درجات**)، محايد (**3 درجات**)، لا أوافق (**2 درجتين**)، ولا أوافق بشدة (**1 درجة واحدة**).وسيتم تفسير الإجابات على النحو التالي:

الجدول رقم (02):المتوسطات المرجحة والاتجاه والمستوى الموافق لها

المتوسط المرجح	الاتجاه الموافق	المستوىالمتوسط المرجح
{0.1-1.8}	غير موافق بشدة	منخفض جدا
{2.6-1.8}	غير موافق	منخفض
{3.4-2.6}	محايد	محايد
{4.2-3.4}	موافق	مرتفع
{5-4.2}	موافق بشدة	مرتفع جدا

رابعا: أدوات التحليل الإحصائي:

لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام برنامج **SPSS** الإصدار(26)والإعتمادعلى الأساليب الإحصائية التالية:

- **مقاييس الإحصاء الوصفي(Descriptive Statistic Measures)**:وذلك لوصف مجتمع الدراسة وإظهار خصائصه، بإستخدام النسب المئوية والتكرارات ,وكذلك إستخدام تحليل إجابة المبحوثين عن العبارات الواردة في الإستبيان وترتيب متغيراتها حسب أهميتها النسبية بالإعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- **معامل ألفا كرونباخ(Reliability Analysis Cronbach's Alpha)**: وذلك لمعرفة ثبات الدراسة.
- **معامل الارتباط بيرسون(Pearson Correlation Coefficient)**: وذلك لقياس العلاقات الإرتباطية بين الفقرات والأبعاد والمتغيرات.
- **الإنحدار البسيط (Simple Regression)**: لتحليل علاقة التأثير بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجيةبأبعادها المتمثلة في اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية.

خامسا: صدق وثباتأداةالدراسة:

للتحقق من الصدق الظاهري لأداةالدراسة، تم عرضالإستبيان على عدد من المحكمين من ذوي الإختصاص، بهدف الوقوف على آرائهم وملاحظاتهم وتقديرمدى صلاحية عباراتالإستبيان ومدى ملائمتها للمحاور المقترحة للدراسة، مما يجعل أداة الدراسة ذات صلاحية للتطبيق علىأفراد عينة المختارة لهذه الدراسة.

جدول (03): نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة ألفا كرونباخCronbach's Alphaلعبارات الاستبيان

الأبعاد	عدد الفقرات	ألفا كرونباخ
تكنولوجيا المعلزمات والإتصال	10	0.83
اليقظة التنافسية	4	0.86
اليقظة التكنولوجية	4	0.76
اليقظة التجارية	4	0.87
اليقظة التجارية	4	0.87
اليقظة الإستراتيجية	16	0.74
المجموع الكلي	26	**96%**

المصدر: من إعداد الباحثتين في ضوء مخرجات **spss**

سادسا: تحليل الخصائص الديمغرافية للعينة::

يوضح جدول (04) التحليل الوصفي للمتغيرات الديموغرافية باستخدام التكرارات والتكرارات النسبية

المتغير المؤشر	الفئة	التكرار(%)	التكرار النسبي
الجنس	ذكر	117	%91
	أنثى	11	%8
	المجموع	96	%100
العمر	اقل من 30	24	%18
	30-39 سنة	81	%63
	39 فأكثر	8	%17
	المجموع	96	%100
المستوى التعليمي	ثانوي فأقل	7	%5
	ثانوي	24	%18
	جامعي	58	%53

	دراسات عليا	23	%18
	غير ذلك	6	%4
	المجموع	96	%100
الخبرة الوظيفية	5سنوات فأقل	49	%38
	6–10سنوات	50	39%
	11– 15 سنة	14	%10
	أكثرمن 15 سنة	15	11%
	المجموع	96	100%
طبيعة الوظيفة	الإدارة العليا	10	7%
	الإدارة الوسطى	58	43%
	الإدارة التنفيذية	62	%48
	المجموع	96	%100
المجموع		128	100

المصدر: من إعداد الباحثين بناءا على مخرجات **spss**

يتضح من الجدول رقم (**03**) أن عينة الدراسة تتكون من (**91%**) ذكورا و(**0.08%**) إناثا، أما فئة العمر فكانت النسبة الأكبر للفئة (**30–39 سنة**) حيث بلغت نسبتهم(**63%**) ، وكانت النسبة الأقل(**لفئة أكبر من50**)بنسبة (**17%**)،ويلاحظ من الجدول إلىأن غالبية أفراد العينةمن ذوي مستوى الجامعي بنسبة(**53**%)،و يشير الجدول أيضا أن النسبة الأكبر لفئة سنوات الخبرة لأفراد العينة كانت (**لفئة6–10سنوات**)بنسبة(**39%**)،وأخيراالنسبة الأكبر لمستوى الوظيفي كانت لمستوىالإدارة التنفيذية بنسبة (**48%**)في الشركة المبحوثة.

سابعا: تحليل الإحصائي لمحاور الدراسة

1. تحليل عبارات المحور الأول تكنولوجيا المعلومات والإتصال

جدول(05): إستجابات أفراد الدراسة لقياس تكنولوجيا المعلومات والإتصال

رقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول	الأهمية النسبية
.1	تقدم الشركة خدمات ذات جودة عالية من خلال تطبيق نظم وشبكات الحاسوب المتميزة	**3.61**	**1.17**	موافق	2
.2	توفر الشركة البيانات والمعلومات اللازمة إلكترونيا لجميع المستويات التنظيمية	**2.77**	**124**	محايد	10
.3	تتوفر الشركة على كفاءات البشرية ذات تأهيل عالي	**2.87**	**1.29**	محايد	9
.4	تعمل الشركة بشكل مستمر على عصرنة إدارتها من خلال الإعتماد على السجلات والوثائق الإلكترونية	**3.18**	**1.34**	محايد	8
.5	تتميز الأنظمة الإلكترونية في الشركة بالكفاءة العالية في تحصيل وتنظيم وتحديث البيانات والمعلومات	**3.53**	**1.24**	موافق	5
.6	تتوفر الشركة على نظام أمني لحماية البيانات والمعلومات من مختلف المخاطر الإلكترونية	**4.27**	**0.79**	موافق بشدة	1
.7	تعمل الشركة على تقديم أفضل الخدمات الإلكترونية وتحقيق رضا عملائها	**3.57**	**1.16**	موافق	3
.8	تسعى الشركة على التكيف مع مختلف التغيرات والظروف الطارئة وتعمل على مواكبتها	**3.5**	**1.24**	موافق	6
.9	تتبنى الشركة شبكة اتصالات فعالة بين الأقسام والفروع	**3.47**	**0.92**	موافق	7
.10	تعمل الشركة على تدريب الموظفين بشكل مستمر على أحدث التكنولوجيا المتعلقة بمجال نشاطها	**3.53**	**1.16**	موافق	4
	تكنولوجيا المعلومات والإتصال	3.41	0.91	موافق	

المصدر: من إعداد الباحثتين إعتمادا على مخرجات **spss**

من الجدول رقم (**05**) يتضح أن إتجاهات افراد العينة حول مستوى تكنولوجيا المعلومات والإتصالجاءت بدرجة مرتفعة، حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابي لمستوى تكنولوجيا المعلومات والإتصال ككل بلغ (**3.41**)وبإنحراف معياري بلغ (**0.91**) في الشركات المبحوثة.

2. تحليل عبارات المحور الثاني اليقظة الإستراتيجية

جدول (06):إستجابات أفراد الدراسة لقياس أبعاداليقظة الإستراتيجية

رقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول	الأهمية النسبية
اليقظة التنافسية		**3.2**	0.99	محايد	2
1.	تعمل الشركة وفق إستراتيجية واضحة	3.61	1.17	موافق	1
2.	تعمل الشركة على جمع المعلومات بإستمرار عن منافسيها وأولئك المحتمل دخولهم لاحقا	2.77	1.24	محايد	4
3.	تعمل الشركة على جمع المعلومات ومراقبة التغيراتفي إستراتيجيات المنافسين	2.87	1.29	محايد	3
4.	تسعى الشركة على عقد شراكة مع شركات أخرى المتعلقة بمجال نشاطها	3.18	1.34	محايد	2
اليقظة التكنولوجية		3.21	0.92	محايد	1
5.	تعمل الشركة على الإستعانة بأنظمة وأليات متطورة تساعد في تحصيل وإدارة المعلومات	3.53	1.24	موافق	3
6.	تعمل الشركة على إقتناء عتاد متطور وعصري	4.27	0.79	موافق بشدة	1
7.	تعمل الشركة على متابعة تكنولوجيا الشركات المتطورة	3.57	1.16	موافق	2
8.	تتابع الشركة الأساليب الجديدة في تقديم أفضل الخدمات لزبائنها	3.5	1.24	موافق	4
اليقظة التجارية		2.91	1.11	محايد	4
9.	تتابع الشركة القدرة التفاوضية للموردين ومزوديها بالعتاد	3.47	0.92	موافق	3
10.	تعمل الشركة على تلبية إحتياجات زبائنها وتوفير خدمات جيدة لهم	3.53	1.16	موافق	1
11.	تقوم الشركة للترويج لخدماتها عن طريق وسائل التواصل الإجتماعي	3.49	1.19	موافق	2
12.	تعمل الشركة على إستقطاب افضل الموظفين في سوق العمل	3.04	1.35	محايد	4
اليقظة البيئية		3.05	1.04	محايد	3
13.	تقوم الشركة بمراقبة محيطها من خلال جمع البيانات	2.9	1.2	محايد	4
14.	تعتمد الشركة علىالحصول على المعلومات من البيئة الخارجية كالمقابلات والإنترنت	3.43	1.11	موافق	1
15.	تتعامل الشركة بإيجابية مع القيم والمعتقدات الإجتماعية وتتلاءم معها كالأعياد والمناسبات الدينية	2.93	1.25	محايد	2
16.	تعمل الشركة علىإستخدام الطرق الصحيحة في تخلص أو تقليل من التلوث البيئي ناجم عن عملها	2.92	1.3	محايد	3
المتوسط العام		3.22	0.87	محايد	

المصدر: من إعداد الباحثتين بالإعتماد على مخرجات **spss**

من خلال الجدول رقم (**06**) يتضح أن وجهة نظر عينة الدراسة حول مستوى اليقظة الإستراتيجية بلغ (**3.22**) بإنحراف معياري بلغ (**0.87**)، ومن الجدول أعلاه يتضح أن بعد اليقظة التنافسية قد حصلعلى أعلى متوسط حسابيقدر بـــ(**3.43**)والإنحراف المعياري بلغ (**0.99**)، ثم تلاه بعداليقظة التكنولوجية بمتوسط حسابي يقدر بـــ (**3.05**)والإنحراف المعياري بلغ (**0.92**)، ثم تلاه اليقظة البيئيةبمتوسط حسابيقدر بـــ (**3.05**)والإنحراف المعياري بلغ(**1.04**)،أخيرا بعداليقظة التجارية بمتوسط

حسابي يقدر بـــ (2.91)والإنحراف المعياري بلغ (**1.11**).ويعزو هذه النتائج سعي الشركة جاهدة لتبني اليقظة الإستراتيجية لمواجهة مختلف الظروف والتغيرات التي يمكن تواجهها.

ثامنا: إختبار وتحليل الفرضيات

1. إختبار وتحليل الفرضية الإرتباط

لإختبار الفرضية الأولى التي تنص على وجود علاقة إرتباطية بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال تم استخدام معامل الإرتباط بيرسون (**Pearson**) لمعرفة العلاقة بين المتغيرات والدرجة الكلية، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول(07):معامل الإرتباط بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجية

المتغيرات التابعة / المتغيرات المستقلة	تكنولوجياالمعلومات والإتصال	اليقظة التنافسية	اليقظة التكنولوجية	اليقظة التجارية	اليقظة البيئية	اليقظة الإستراتيجية	الارتباط الكلي
تكنولوجيا المعلومات والإتصال	1	0.806**	0.794**	0.794**	0.691**	0.808**	0.925
اليقظة التنافسية.	0.806**	1	0.806**	0.658**	0.697**	0.864**	0.883**
اليقظة التكنولجية	0.794**	0.806**	1	0788**	0.777**	0.923**	0.916**
اليقظة التجارية	0.662**	0.658**	0788**	1	0.870**	0.920**	0.861**
اليقظة البيئية	0.691**	0.697**	0.777**	0.870**	1	0.925**	0.876**
اليقظة الإستراتيجية	0.808**	0.864**	0.923**	0.920**	0.925**	1	0.972**
الارتباط الكلي	0.925**	0.883**	0.916**	0.861**	0.876**	0.972**	1

الارتباط عند مستوىمعنوية 0.01

المصدر: من إعداد الباحثين إعتمادا على مخرجات برنامج**spss**

ويتضح من الجدول رقم (**07**)إلى أن معظم العلاقات الإرتباطية موجبةبشكل عام بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظةالإستراتيجية إذبلغتقيمته(**0.972**)بدرجةمعنويةعالية(**0.000**)،ويلاحظ كذلكأن بعد اليقظة التنافسية حصل على أعلى إرتباطإذبلغ(**0.806**)وبدرجةمعنوية(**0.000**)،ثم يليهاليقظة التكنولوجية واليقظة البيئية واليقظة التجارية على التوالي بلغت(**0.806**،**0.691**،**0.662**)،ويعزو هذه النتيجة إلى الدور الفعال للتكنولوجيا المعلومات والإتصال كآلية لتطبيق اليقظة الإستراتيجية وفعاليتها،وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة إرتباطية موجبة بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال و واليقظة الإستراتيجية بأبعادهاالمتمثلة في اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية ، اليقظة البيئية.

2. إختبار الفرضيات التأثير

عرض وتحليل الفرضية الرئيسية الثانية: H02لا يوجد أثر ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجية.

من أجل إختبار الفرضية تم إستخدام **الإنحدار الخطي البسيط**(**Simple Regression**)بين المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والإتصالوالمتغير التابع اليقظة الإستراتيجية المتمثل في اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئيةوالجدول رقم (**08**) يوضح النتائج:

جدول (08):نتائج تحليل الإنحدار البسيط لتحليل تأثير بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال واليقظة الإستراتيجية.

المتغير المستقل	المتغير التابع	T	مستوى الدلالة(T)	R الارتباط	R Square	قيمةFالمحسوبة	قيمة الدلالة Sig	نوع العلاقة
الثابت		**1.574**	**0.118**			**237.725**	0.000	
تكنولوجيا المعلومات والإتصال x	اليقظة التنافسية Y1	**15.418**	**0.000**	0.806	0.649	233.211	0.000	**Y1=0.215+0.87X1**
	اليقظة التكنولوجية Y2	**14.667**	0.000	**0.794**	**0.631**	**215.126**	0.000	**Y2=0.453+0.803X2**
	اليقظة التجارية Y3	**9.902**	0.000	**0.662**	**0.438**	98.059	0.000	**Y3=0.162+0.802X3**
	اليقظة البيئية Y4	**10.721**	0.000	**0.691**	**0.477**	114.946	0.000	**Y4=0.353+0.786X4**
اليقظة الإستراتيجية		15.418	0.000	0.808	0.654	237.725	0.000	**Y=0.296+0.815X**

دالة إحصائيا عند مستوى معنوية(0.05)

المصدر: من إعداد الباحثين على ضوء مخرجات برنامج **spss**

- **نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى**: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة التنافسية.

من خلال الجدول رقم (**08**) وللإجابة على هذه الفرضية، يتضح أن قيمة بيتا (**β**)بلغت (**0.87**) كما أن قيمة(**T**)المحسوبة بلغت(**15.418**)وهي أكبر من قيمة الجدولية، ويلاحظ أن قيمة معامل التحديديقدر بـــــ (**0.649**) أي أن إجمالي تكنولوجيا المعلومات والإتصال يفسر (**0.649**) من التغير الحاصل في إجماليالليقظة التنافسية،وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة التنافسيةفي الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية.

- **نتائج إختبار الفرضية الفرعية الثانية**: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة التكنولوجية. للإجابة على هذه الفرضية وكماهو موضح في الجدول رقم (**08**) يتضح ان قيمة بيتا (**β**)بلغت (**0.803**)،كما أن قيمة(**T**)المحسوبة بلغت(**14.667**) وهي أكبر من قيمة الجدولية،ويلاحظ أن قيمة معامل التحديديقدر بـــــ (**0.631**) أي أن إجمالي تكنولوجيا المعلومات والإتصال تفسر (**0.631**) من التغير الحاصل في إجمالي اليقظة التكنولوجية وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة التكنولوجية في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية.

- **نتائج إختبار الفرضية الفرعية الثالثة**:لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة التجارية. للإجابة على هذه الفرضية وكماهو موضح في الجدول رقم (**08**) يتضح ان قيمة بيتا(**β**) بلغت (**0.802**) كما أن قيمة (**T**) المحسوبة بلغت(**9.902**) وهي أكبر من قيمة الجدولية، ويلاحظ أن قيمة معامل التحديديقدر بـــــ (**0.438**) أي أن إجمالي تكنولوجيا المعلومات والإتصال يفسر (**0.438**) من التغير الحاصل في إجمالي اليقظة التجارية، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجودأثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة التجارية في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية.

- **الفرضية الرئيسيةالفرعية الرابعة**:لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة البيئيةفي الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية.للإجابة على هذه الفرضية وكماهو موضح في الجدول رقم (**08**) يتضح أن قيمة بيتا (**β**)بلغت (0.786) كما أن قيمة (**T**) المحسوبة بلغت(**10.721**) وهي أكبر من قيمة الجدولية، ويلاحظ أن قيمة معامل التحديديقدر بـــــ (**0.477**) أي أن إجمالي تكنولوجيا المعلومات والإتصال يفسر (**0.477**) من التغير الحاصل في إجمالي اليقظة البيئية ،وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة البيئية في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية.

- **الفرضية الرئيسية الثالثة:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة الإستراتيجية عند مستوى دلالة معنوية في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية.للإجابة على هذه الفرضية وكماهو مبين في الجدول رقم (**08**) يتضح ان قيمة بيتا(**β**) بلغت(**0.296**) كما أن قيمة (**T**) المحسوبة بلغت(**15.418**) وهي أكبر من قيمة الجدولية،ويلاحظ أنقيمة معامل التحديديقدر بـــــ (**0.654**) أي أن إجمالي تكنولوجيا المعلومات والإتصال يفسر (**0.654**) من التغير الحاصل في إجمالي اليقظة الإستراتيجية، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة الإستراتيجية في الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، وعليه فانه يتم رفض فرضية الصفريةوقبول الفرضية البديلة والتي مفادها وجودأثر ذو دلالة احصائيةلتكنولوجيا المعلومات والإتصالوبين اليقظة الإستراتيجية المتمثلة في اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية.

تاسعا: النتائج:

- حققت أغلب فقرات تكنولوجيا المعلومات والإتصال مستوى عال في الشركة الوطنية للنقل للسكك الحديدية ،مما يدل على إهتمام الشركة بكل ما هو جديد في ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والإتصال بحكم طبيعة نشاطها.
- أحرزت أغلب فقرات أبعاد اليقظة الإستراتيجية المتمثلة في اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية على أهمية محايدة لأفراد العينة بالنسبة الى الشركة الوطنية للسكك الحديدية، وهذا يدل على سعي الشركة المبحوثة بأهمية هذه الأبعاد في السنوات الأخيرة بحكم مجال نشاطها الذي يتطلب توافر اليقظة الإستراتيجية لمواجهة مختلف الظروف والأزمات الطارئة.
- أظهرت النتائج أن تكنولوجيا المعلومات والإتصال دورا واضحا ومؤثرا في أبعاد اليقظة الإستراتيجية في الشركة الوطنية للنقل للسكك الحديدية، وهذا الدور يظهر من خلال علاقة الإرتباط الواضحة والكبيرة التي تربط تكنولوجيا المعلومات والإتصال بأبعاد اليقظة الإستراتيجية.
- أظهرت النتائج إلى وجود تأثيرلتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة الإستراتيجية وهذا يظهر من خلال علاقة التأثير الواضحة، إستناد إلى نتائج تحليل الإنحدار البسيط الموضحة في (**جدول 08**)التيتوضح مساهمة تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تعزيز اليقظة الإستراتيجية وبأبعادها المتمثلة في اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية في الشركة المبحوثة.

عاشرا: التوصيات

- هناك ضرورة لتطوير وتحديث شبكتت الإتصال والمعلومات مما يجعلها أكثر قدرة للحصول ومشاركة المعلومات
- هناك ضرورة لإنشاء مصلحة مختصة باليقظة الإستراتيجية،والتي تتيح المعلومات الضرورية المتعلقة ببيئتها وتحليلها لإتخاذ القرارات بشكل افضل.
- ضرورة وعي المديرين والموظفين في الشركة بأهمية اليقظة الإستراتيجية، وتوعية واشراك الجميع في جمع وتعقبالمعلومات التي لها علاقة بالشركة.
- عقد ورش تكوينية وندوات لمديري الشركة للتعرفعلى أحدث تكنولوجيا المعلومات والإتصالوأليات تطبيق اليقظة الإستراتيجية.

الإحالات والمراجع:

قائمة المراجع باللغة العربية

1. اريج سيد خليل. (2019). , اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في جودة القرارات الادارية – دراسة استطلاعية في مجلس القضاء الأعلى (الدائرة المالية والإدارية). *المجلة العراقية للبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد11* (العدد2)، 1-16.
2. جسام محمد كامل، و علي مطير حازم . (2021). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال على رفع مستوى كفاءة الموظفين في الهياة العامة لصيانة مشاريع الري والبزل. *مجلة إشراقات تنموية، المجلد6* (العدد26)، 209-243.
3. حنان يحيى الشريف. (2007). تأثير نظام المعلومات على اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة ميدانية على بعض المؤسسات الجزائرية. *اطروحة الدكتوراء في علوم التسيير*. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة فرحات عباس,سطيف1.
4. رقية بوطويل. (14 نوفمبر 2020). التوجه نحو اليقظة الاستراتيجية القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات العمومية الاقتصادية – بين الضرورة والحتمية. *الملتقى العلمي الوطني الأول حول نظام اليقظة الاستراتيجية كآلية لتفعيل الأداء المؤسساتي* (الصفحات 129-145). جامعة لونيسي علي البليدة 2.
5. سعد فرج حمادي. (2016). مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في صناعة الخدمات الفندقية (دراسة تجريبية). *مجلة كلية التراث الجامعة*(العدد20)، 86-106.
6. سمر بركاني. (2014). دراسة تحليلية لدور اليقظة التنافسية و التكنولوجية في تدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الجزائرية(دراسة حالة : مؤسسة MOBILIS). *اطروحة الدكتوراء في العلوم التجارية*. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الجزائر 3.
7. شوقي شادلي. (2010). أثر حجم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في درجة تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال. *مجلة الباحث، المجلد7* (العدد7)، 259-266.
8. فيصل علوان الطائي، و خمائل كامل الطائي. (2016). اثر استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الثقافة التنظيمية(*) دراسة استطلاعية في شركات الاتصالات المتنقلة في العراق / الاسيا سيل وزين العراق في محافظة كربلاء. *المجلة العراقية للعلوم الادارية، المجلد12* (العدد48)، 224-273.
9. لقمان ياها. (2014). اليقظة التنافسية كمدخل لتحسين الأداء بالمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة هيونداي موتور الجزائر ,. *الماجستيرفي ادارة الاعمال*. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، : جامعة البليدة 2.
10. محمد حمدي زكي. (2019). أثر اليقظة الاستراتيجية في تطوير المنتجات الدوائية بمنظمات الأعمال المصرية: دراسة ميدانية على قطاع الصناعات الدوائية المصرية. *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، المجلد 49* (العدد1)، 113 - 168.
11. محمد علي مروج. (2013). دور اليقظة التنافسية في تطوير الأداء المستدام للمؤسسة الصناعية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الصيدلانية خلال الفترة 2000-2012. *الماجستير في علوم التسيير*. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة فرحات عباس سطيف2.

References in english

5. Asghari, S., Targholi, S., Kazemi, A., Shahriyari, S., & Rajabion, L. (2020). A new conceptual framework for identifying the factors influencing the effectiveness of competitive intelligence. Competitiveness Review, 30(5), 555–576. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/CR-05-2019-0054
6. Ben Romdhane, H. (2005). Étude sur le processus de la veille dans les PME: comment accomplir la veille efficacement dans le contexte de la PME?Université du Québec à Trois-Rivières.
7. Bendjellouli, A., & Bendi, A. A. (2017). La Veille Stratégique Au Service De La Stratégie. AL□MOASHEER Journal of Economic Studies, 1(4), 190–199. https://doi.org/10.37171/2054-001-004-012
8. Berisha Shaqiri, A. (2014). Management Information System and Decision-Making. Academic Journal of Interdisciplinary Studies, 3(2), 19–24. https://doi.org/10.5901/ajis.2014.v3n2p19
9. Birchall, D. W., & Giambona, G. (2008). The impact of ICT on the work patterns of managers and their organisations. EuroMed Journal of Business, 3(3), 244–262. https://doi.org/10.1108/14502190810906428
10. Brouard, F. (2007). Une recherche-action pour diagnostiquer les pratiques de veille stratégique des PME. Revue Internationale P.M.E., 20(1), 9–40. https://doi.org/10.7202/1008508ar
11. Calof, J. L., & Skinner, W. (1998). La veille concurrentielle : le meilleur des mondes pour les gestionnaires. Optimum, La Revue de Gestion Du Secteur Public, 28(2), 6.
12. Djennas, M., & Benhabi, A. (2006). Veille stratégique et outils d ' aide à la décision dans les entreprises algériennes : cas rises de service. Les Cahiers Du Mecas, 2(1), 47–56.
13. Drevon, E., Maurel, D., & Dufour, C. (2018). Veille stratégique et prise de décision : une revue de la littérature. Documentation et Bibliothèques, 64(1), 28–34. https://doi.org/10.7202/1043720ar

14. Goarin, C. D., Giraud, E., Mannina, B., Dou, C., Mannina, B., & Giraud, E. (2000). Les technologies de l'information et d'Internet au service de la Veille technologique et de l'Intelligence Economique. International Journal of Information Sciences for Decision Making, 4, 85–95.
15. Guechtouli, M. (2018). Comment organiser son système de veille stratégique ? Entreprise, Management. https://nanopdf.com/download/comment-organiser-son-systeme-de-veille-strategique_pdf#
16. Ibrahim, M., & Huimin, M. (2017). Information Technology Components and Their Role in Knowledge Management for Product Design. International Journal of Information and Education Technology, 7(12), 948–953. https://doi.org/10.18178/ijiet.2017.7.12.1001
17. Jalod, K., Hasan, A. J., & Hussain, A. N. (2021). Strategic Vigilance and its Role in Entrepreneurial Performance: An Analytical Study of the Views of a Sample of Managers in the Ur Company in Nasiriyah, Iraq. Multicultural Education, 7(1), 9–2. https://doi.org/10.5281/zenodo.4427459
18. Joia, L. A. (2008). The impact of government-to-government endeavors on the intellectual capital of public organizations - ScienceDirect. Government Information Quarterly, 25(2), 256–277. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0740624X07001050
19. KHALIFA, K. BEN. (2016). Mise en place d'un système de veille et d'innovation Réalisé.
20. Khan, M. Z., Miankhel, A. K., & Nawaz, A. (2013). Information & Communication Technology and 'Individual':Prospects & Concerns. Global Journal of Computer Science and Technology Network, Web & Security, 13(7), 1–9.
21. Klein, T., & Ratier, D. (2012). L'impact des TIC sur les conditions de travail. In La Documentation française.
22. Kriaa-Mdhaffer, S., Janissek-Muniz, R., & LescaStrat, H. (2018). TIC et synergie dans les cellules de Veille Stratégique. Colloque de L'Association Information et Management.
23. Lesca, H. (1997). Veille stratégique, concepts et démarche de mise en place dans l'entreprise. Guides Pour La Pratique de l'information Scientifique et Technique. Ministère de l'Education Nationale, de La Recherche et de La Technologie, 27.
24. Limbu, Y. B., Jayachandran, C., & Babin, B. J. (2014). Industrial Marketing Management Does information and communication technology improve job satisfaction ? The moderating role of sales technology orientation. Industrial Marketing Management, 43(7), 1236–1245. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2014.06.013
25. Mansour, D., & Bouhafs, H. (2020). The Impact Of The Application Of Information And Communication Technologies On The Performance Of Smes -study Of A Sample Of Small And Medium-sized Enterprises-. Knowledge Aggregates Journal, 6(3663–685).
26. Miaux, J.-F. (2010). Mise en œuvre d'une activité de veille: Le cas de Réseau Ferré de France. Mémoire Pour Obtenir Le Titre Professionnel" Chef de Projet En Ingénierie Documentaire». Conservatoire National Des Arts & Métiers–Institut National Des Techniques de La Documentation (CNAM–INTD).
27. Morley, C., Defude, B., Butelle, F., & Lang, D. (2003). Enabling tools for e-commerce. Annales Des Telecommunications/Annals of Telecommunications, 58(1–2), 8–58. https://doi.org/10.1007/BF03001003
28. Natou, H. (2020). Les réalités de la veille stratégique et de l ' intelligence économique dans les entreprises au Cameroun. Dossiers de Recherches En Economie et Gestion Dossier, 9(1), 121–138.
29. Noor-Ul-Amin, S. (2013). An Effective use of ICT for Education and Learning by Drawing on Worldwide Knowledge , Research , and Experience : ICT as a Change Agent for Education. Department Of Education University of Kashmir, 1(1), 1–13.
30. P□lkowski, Z., & Radu, A.-M. (2014). Theoretical , technical and practical aspects of e-administration. In Zeszyty Naukowe DWSPiT. Studia z Nauk Społecznych (Issue 7, pp. 185–210).
31. Rafael, L. alcam□, & Cara□ana, C. D. (2012). Introduction to management information systems. In Universitat Jaume I. https://doi.org/10.2307/257918
32. Sauvannet, M.-C. C. (2000). Dynamisation du dispositif de veille stratégique pour la conduite de stratégies proactives dans les entreprises industrielles. In le doctorat de Sciences de gestion. Université Lumière – Lyon 2 Faculté.

33. Schreyer, P. (2002). The Contribution of Information and Communication Technology to Output Growth: A Study of the G7 Countries. OECD Economic Studies, 1, 153–171. http://ideas.repec.org/p/oec/stiaaa/2000-2-en.html
34. Sukanta, S. (2012). The Role of Information and Communication Technologies (ICTs) in Higher Education. International Journal of Scientific Research, 3(3), 83–85. https://doi.org/10.15373/22778179/march2014/28
35. Zhu, K. (2004). The complementarity of information technology infrastructure and E-commerce capability: A Resource-based assessment of their business value. Journal of Management Information Systems, 21(1), 167–202. https://doi.org/10.1080/07421222.2004.11045794