

أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجي وأهداف اليقظة الإستراتيجية: العلاقة والأثر

أ.د. يحة عيسى

أستاذ التعليم العالي بجامعة الجزائر 3

ayaha53@yahoo.fr

أ. العيداني حبيبة

أستاذة مساعدة قسم أ بجامعة المدية

elamel.nour5@gmail.com

Abstract:

In light of the changing environment, not the institutions could maintain the competitive position only if it possessed the vigilance of the strategy on the one hand, and was able to activate the system of strategic information and directed toward the objectives of this system, on the other hand .and for the purpose of achieving the objectives of the research, has been building hypothetical scheme defines the nature of the relationship between variables and impact research, and it resulted in two major premises for. and the access to information through the necessary field questionnaire form prepared for this purpose, and were distributed to a sample deliberate composed of 65 individuals from officials of the institution contacts Algeria and commercial agencies (djezzy ,ooredoo,algerie telecom of Medea)

Research and concluded, inter alia, of the conclusions and recommendations which could contribute to the development of strategic information system and the system of the vigilance strategy.

مستخلص

في ظل بيئة متغيرة، لا يمكن للمؤسسات أن تحافظ على مركزها التنافسي إلا إذا امتلكت نظاما لليقظة الإستراتيجية من جهة، وتمكنت من تفعيل نظام المعلومات الإستراتيجية وتوجيهه نحو خدمة أهداف هذا النظام من جهة ثانية. وتحقيقا لأهداف البحث، بنينا مخططا فرضيا يحدد طبيعة العلاقة والأثر بين متغيرات البحث، فانبثقت عنه فرضيتان رئيسيتان. وتم الحصول على المعلومات الميدانية من خلال استمارة استبانة أعدت لهذا الغرض، ووزعت على عينة عمدية مكونة من 65 فردا من مسؤولي مؤسسة اتصالات الجزائر والوكالات التجارية (جيزي، اوريدو) لولايي المدية والبوبيرة.

واختتم البحث بجملة استنتاجات وتوصيات يمكنها المساهمة في تطوير نظامي المعلومات الإستراتيجية واليقظة الإستراتيجية.

مقدمة

تعتبر بيئة الأعمال اليوم بيئة غير مستقرة أكثر من أي وقت مضى، الأمر الذي يتطلب من المؤسسات اعتماد بعض الآليات التي من شأنها أن تمكنها من الحصول على المعلومات عن التغيرات الحاصلة في البيئة التنافسية وبشكل مستمر إذا أرادت البقاء والاستمرار، وهذا ما يبرز حاجتها إلى نظام اليقظة الإستراتيجية الذي يهدف إلى إعلام متخذي القرار بالتغيرات المحتملة في البيئة.

ولتحقيق أهداف هذا النظام، تعتمد المؤسسات على أنظمة المعلومات، وعلى رأسها نظام المعلومات الإستراتيجية، باعتباره نظام يستخدم تكنولوجيا المعلومات يساند نشاطات المؤسسة التي تركز على تحقيق وإدامة ميزة تنافسية، والتي تؤدي إلى تحقيق مركز تنافسي خاصة في ظل التطورات العالمية السائدة في جميع الميادين.

إشكالية الدراسة: جاءت هذه الورقة البحثية لمعالجة إشكالية الدراسة من خلال الإجابة على التساؤلين التاليين:

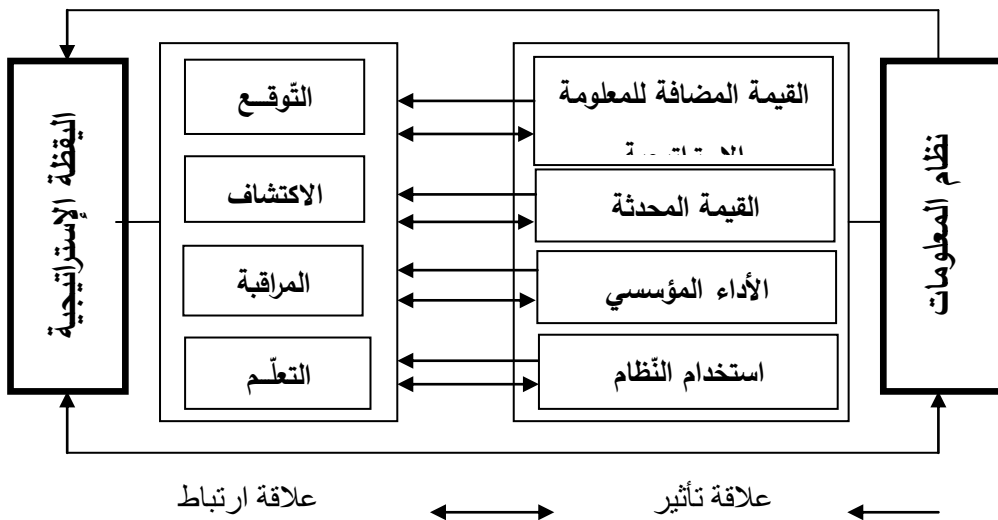
1. هل توجد علاقة ارتباط بين أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية؟
 2. هل يوجد تأثير لأبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية في أهداف اليقظة الإستراتيجية؟
- أهمية الدراسة وأهدافها:** تتجلى أهداف الدراسة بما يلي:

1. تحليل علاقة الارتباط بين أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية.
 2. تحليل علاقة تأثير أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية في أهداف اليقظة الإستراتيجية.
- تأتي أهمية هذه الدراسة في الجانبين العلمي والعملي، ففي الجانب العلمي، ستقدم الورقة البحثية ملخص عن أهم أفكار الباحثين والكتاب لمتغيري الدراسة نظام المعلومات الإستراتيجية واليقظة الإستراتيجية مراعية في ذلك أصالة المصادر وحداتها. أما الجانب العملي يتجلى من خلال الجانب التطبيقي لمتغيري الدراسة، بالإضافة إلى تقديم معلومات وتوصيات لعينة الدراسة بخصوص تطوير نظام اليقظة الإستراتيجية.

مخطط الدراسة: يوضح مخطط الدراسة مجموعة العلاقات المنطقية التي قد تكون في صورة كمية أو كيفية أو تجمع مع الملامح الرئيسية للواقع الذي تهتم به، حيث صُمم مخطط الدراسة بوصفه مخططاً افتراضياً من خلال دراسة العلاقات التي حدّتها مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، والتي وضّحت متغيري الدراسة، نظام المعلومات الإستراتيجية واليقظة الإستراتيجية، وفي ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها، قامت الباحثة بوضع مخطط

فرضي يبيّن علاقات الأثر والارتباط واتجاهات التأثير، وحسب ما هو مبين في الشكل

الشكل رقم (1): مخطط فرضي يبين علاقات الأثر والارتباط واتجاهات التأثير



فرضيات الدراسة: بعد تحديد مشكلة الدراسة، واختيار مخطط الدراسة الفرضي، وضعت الباحثة فرضيات تكون بمثابة حلول مؤقتة وأولية يُجرى إختبارها بأساليب ووسائل مختلفة للتأكد من صحتها أونفيها، وهي كالآتي:

1. **فرضية علاقة الارتباط:** توجد علاقة ارتباط بين أدوار نظام المعلومات الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية، وتتفرع منها أربع فرضيات فرعية كالتالي:

أ. توجد علاقة ارتباط بين القيمة المضافة للمعلومة الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية.

ب. توجد علاقة ارتباط بين القيمة المحدّثة للمعلومات وأهداف اليقظة الإستراتيجية.

ج. توجد علاقة ارتباط بين الأداء المؤسسي وأهداف اليقظة الاستراتيجية.

د. توجد علاقة ارتباط بين استخدام النظام وأهداف اليقظة الإستراتيجية.

2. **فرضية علاقة التأثير:** يوجد تأثير لأدوار نظام المعلومات الإستراتيجية في أهداف اليقظة الإستراتيجية.

مجتمع وعينة الدراسة: فيما يخص مجتمع الدراسة، فقد انحصر على مؤسسة اتصالات الجزائر والوكالات التجارية (جيزي، اوريدو) لولايتي المدية والبويرة، أما عينة البحث استعملت العينة العمدية في اختيارها، إذ تمّ إختيار (مدير المؤسسة، رئيس المصلحة، ورؤساء الأقسام) كعينة لتقييم متغيرات الدراسة، وعدد المبحوثين الذين تمّ توزيع الإستبانة عليهم (65) شخصا، واسترجع منها (55) كانت صالحة للتحليل.

مقاييس الدراسة: اعتمدت الباحثة في دراستها على حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss)، للحصول على نتائج أكثر دقة، ووزعت البيانات وفق الآراء (موافق جداً، موافق، محايد، غير موافق،

غير موافق بشدة) طبقا لبرنامج Likert الخماسي على الأوزان (1,2,3,4,5) على التوالي. كما استخدمت الباحثة معامل الارتباط (Alpha Cronbach) لاختبار أداة الدراسة. إذ حقق معامل (Alpha Cronbach) لمتغير نظام المعلومات الإستراتيجية 0.957، وكان معامل (Alpha Cronbach) لمتغير اليقظة الإستراتيجية 0.819، أما على المستوى الكلي للإستبانة فقد بلغ 0.940، وهذه نتيجة مقبولة لوتّم توزيع الإستبانة على المبحوثين مرّة ثانية. كما اعتمدت على عدد من الأساليب الإحصائية لإختبار الفرضيات.

ولمعالجة هذا الموضوع سنتطرق إلى:

1. ماهية نظام المعلومات الإستراتيجية: تمثّل المعلومات باعتبارها المصدر الرئيس الأكثر ضرورة في بناء التفوق التنافسي، فهي عين القادة وأذنها، إذ بموجبها توضع الخطط وتُقاد المؤسسة إلى برّ الأمان لتحقيق أهدافها. وبالموازاة، تزداد معها أهمية نظم المعلومات كوسيلة لتحصيل المعلومات وتحليلها وتخزينها واسترجاعها، بغرض تغذية القرارات الإستراتيجية. وفي هذا السياق، تتخذ نظم المعلومات أشكالاً وأنواعاً، ولعلّ أحد هذه الأشكال نظام المعلومات الإستراتيجية، الذي يهدف إلى تحصيل المعلومة الإستراتيجية التي تساعد في وضع قرارات إستراتيجية فعّالة.

1.1 مفهوم نظام المعلومات الإستراتيجية: لقد وردت لنظام المعلومات الإستراتيجية مفاهيم عديدة في أدبيات الفكر الإداري، وسيتمّ التطرّق إليها على سبيل الذكر لا الحصر.

وُصف نظام المعلومات الإستراتيجية على أنّه " النظام الذي يدعم أو يُصيغ الإستراتيجية التنافسية لوحداث الأعمال"¹، في حين اعتبره بعض الباحثين " نوعاً من أنواع نظم المعلومات الذي يرفد المؤسسة بالقدرات التي تعطيها الميزة الإستراتيجية على منافسيها في سوق الأعمال، وتشجع على ابتكار الأعمال، ويحسن من عملياتها، ويساهم في بناء موارد معلوماتية إستراتيجية للمؤسسة"². فضلاً عن ذلك، فهو يشير إلى " سلاح هجومي إستراتيجي يستطيع بدوره منح المؤسسة القدرة على مواجهة المنافسة الحادة من خلال تأثيره في نشاطات المؤسسة، كما أنّه في العصر الحالي يعدّ مورداً إستراتيجياً في مواجهة المنافسة الشرسة"³

من خلال ما تمّ ذكره، فإنّ الباحثة، على مستوى هذه الدراسة، ترى أنّ نظام المعلومات الإستراتيجية يشير إلى نظم معلومات محوسبة، يساند نشاطات المؤسسة التي تركز على تحقيق وإدامة ميزة تنافسية، والتي تؤدي إلى تحقيق مركز تنافسي.

يُعدّ نظام المعلومات الإستراتيجية مورداً مهماً كونه يوفر المعلومة الإستراتيجية التي تمثّل ضوء شمعته تهتدي بنورها المؤسسات، لكي تستطيع اتخاذ قرارات تحقق لها نجاحاً في بيئتها التنافسية. حيث يرى (الطائي والخفاجي) أنّ المعلومة الإستراتيجية هي " معلومات تستخدمها المؤسسة إمّا في شكل استباق المشكلة قبل حدوثها (توقع الفرصة قبل ظهورها)، أو في حلّ المشكلات (استغلال الفرص من قبل صانعي القرارات)"⁴. وحتى تكون هذه المعلومات ذات فائدة، لا بدّ من التأكّد من تلاؤم خصائصها مع

الموقف الذي يتّخذ فيه القرار. لذلك يصبح من الضروري التّعرف على خصائص المعلومات الإستراتيجية، حيث نجد أنّ هذه الخصائص متشابهة إلى حدّ كبير لدى عديد من الباحثين، ومنها:⁵

أ. **خاصيّة نوع المعلومة الإستراتيجية:** وهي التي تتحدّد من خلال نوع المعلومات المستخدمة في المؤسسة، والتي تراعي تحسين نوع المعلومات أكثر من عملية تحسين كميتها.

ب. **خاصيّة كميّة المعلومات الإستراتيجية:** وتشير إلى كميّة المعلومات المعتمدة في قرارات الإدارة العليا، والتي تغطّي البيئة الدّاخلية والخارجية للمؤسسة.

ج. **خاصيّة موثوقية المعلومات الإستراتيجية:** تكون كذلك إذا اشتملت على جميع متغيرات البيئة الخارجية المؤثرة في القرار، وهي خاصية تجعل المعلومات تُمثل بأمان من خلال توافر فرصة التّحقق منها.

2.1 الأدوار الإستراتيجية لنظم المعلومات الإستراتيجية: تؤدي نظم المعلومات الإستراتيجية أدوار ذات صبغة إستراتيجية، تؤثر في أعمال المؤسسة وتحقّق لها تقوّقا تنافسيّا، إذ أنّ مخرجات نظام المعلومات الإستراتيجية تمثّل قوة داعمة لإستراتيجية المؤسسة. هذه الأدوار التي يؤدّيها نظام المعلومات الإستراتيجية هي

أ. **تحسين مستوى الكفاءة التشغيليّة:** وهي تأدية الأعمال داخل المؤسسة بأقلّ التكاليف الممكنة، على أن يتمّ ذلك مع المحافظة على أفضل أداء ونوعية ممكنة. إنّ هذا الدور يؤهّل المؤسسة كي تقوم بعملية التّخطيط الإستراتيجي، وذلك بغرض رفع مستوى الإبداع، مما يمكّن من إيجاد طرائق جديدة في إنتاج وتقديم المنتجات، أوفي إيجاد أساليب جيّدة لتأدية نشاطات المؤسسة، أوفي تطوير المنتجات الحالية.⁶

ب. **المساهمة في تشجيع وتحقيق الابتكار في مجال العمل:** يساهم نظام المعلومات الإستراتيجية في دعم الإبداع والابتكار، من خلال تزويد المؤسسات بالمعلومات الضروريّة التي تساعد على تطوير المنتجات، ممّا ينعكس إيجابا على قوّتها التنافسيّة، والتي ينعكس دورها على قوّة المؤسسة التفاوضيّة مع العملاء والموردين.⁷ وهذا سيساعدها حتما على استحداث فرص متعدّدة للمؤسسة لتوسيع أسواقها، من خلال دخول أسواق جديدة أو تعزيز أسواقها الحالية.

ج. **بناء موارد معلومات إستراتيجية:** إنّ تكنولوجيا المعلومات تساعد المؤسسة على بناء موارد معلومات إستراتيجية، تجعلها تحصّل على المزايا باستخدام الفرص الإستراتيجية، كنتيجة لاستخدام نظم المعلومات المتطورة المعتمدة على الحاسوب في تحسين كفاءة العمليّات، كما يمكن أن تزوّدها بمعلومات عن بيئة الصّناعة التي تنتمي إليها، حيث توافر مثل هذه المعلومات تُعدّ ذات قيمة بالنسبة لمتخذي القرار على مستوى المؤسسة.⁸

إنّ تطبيق نظام المعلومات الإستراتيجية، الذي تمّ وصفه، يتطلّب توافر مجموعة من العوامل، وغيابها يعيق أدوار هذا النّظام، وتتمثل هذه العوامل في:⁹

أ. التركيز على البيئة الخارجية للمؤسسة وتطوير علاقاتها مع العملاء والموردين، وحتى المنافسين على حدّ السواء.

ب. إضافة قيمة لا تقليل التكلفة: يجب السعي نحو تحقيق القيمة المضافة أكثر من تخفيض التكلفة، بما ينسجم مع احتياجات المؤسسة لتمييز نفسها عن باقي المنافسين بغية تحقيق التفوق.

ج. اقتسام المنافع: إنّ تقاسم المنافع المحققة بين العملاء والموردين وحتى المنافسين، يعني الالتزام بالنجاح وكلفة التحوّل لإقامة عوائق الدخول إلى الصناعة.

د. فهم العملاء: وذلك عن طريق الفهم الواسع والدقيق لاحتياجات العملاء، وكيف يحصلون على قيمة ذاك المنتج، والمشاكل التي يواجهونها في الحصول على تلك القيمة.

3.1 فاعلية نظام المعلومات الإستراتيجية: تتبع أهمية فاعلية نظام المعلومات الإستراتيجية من أهمية هذه النظم ودورها في نجاح المؤسسات، وخاصة فيما يتعلّق ببناء الميزة التنافسية وتحقيق الريادة الإستراتيجية. ولأغراض الدراسة ستعتمد الباحثة على بعض الأبعاد التي تمّ استخدامها من قبل الباحثين بما يتلاءم وأهداف الدراسة، والأبعاد هي كالاتي:¹⁰

أ. القيمة المضافة للمعلومات الإستراتيجية: تتعلّق قيمة المعلومات بمقدار ما تؤدّي إليه من رفع جانب الاطمئنان لدى المستخدم، ولها عدّة منافع:

- المنفعة التشكيليّة: صياغة المعلومات في صورة تتفق مع قدرة المستخدم على استيعابها.
 - المنفعة الزمنية: توفر المعلومات في وقت الحاجة إليها لاتخاذ القرار المرغوب فيه.
 - المنفعة المكانية: وتتمثّل في الحصول على المعلومات في المكان المناسب.
 - المنفعة الحيازية: وتحصل عندما تكون المعلومات في حيازة الأفراد متخذي القرار.
- ب. القيمة المحدّثة للمعلومات: وهي القيمة المضافة التي تترتّب على البيانات بعد إضافتها، أو على المعلومات بعد تحديثها، ويعتمد على ثلاثة مداخل: انتفاع المستفيد، النشاط المنجز ومتخذ القرار.
- ج. الأداء المؤسسي: وهو قدرة المؤسسة على التفاعل مع المعلومات المستقاة لتحسين الخدمات المقدّمة للمستفيدين، ومدى تمتّعها بوجود معلومات ذات خصائص معيّنة لاتخاذ القرار الإستراتيجي.
- د. استخدام النظام: ويشير إلى قابليّة الاستخدام، حيث أنّ خصائص نظام المعلومات الإستراتيجية تنعكس إيجاباً على قدرة المستفيدين على التفاعل مع النظام الإستراتيجي.

2. اليقظة الإستراتيجية الفلسفة الحديثة للمؤسسة

على أساس الطابع اللايقيني الذي تمتاز به بيئة الأعمال، استلزم وجود نظام في المؤسسة، وظيفته المراقبة الدائمة للبيئة من أجل ضمان الحصول على المعلومة اللازمة في الوقت المناسب والإستفادة منها، وهو نظام اليقظة الإستراتيجية.

1.2 ماهية اليقظة الإستراتيجية:

تشير اليقظة الإستراتيجية حسب (Humbert Lesca) إلى " ذاك الإجراء الجماعي المستمر من قبل مجموعة أفراد تتولى جمع واستغلال المعلومات بشكل تطوعي واستباقي، بما يتماشى والتغيرات المحتمل حدوثها في البيئة الخارجية، بهدف خلق الفرص والتخفيف من حالات عدم التأكد ¹¹. كما عرّفت على أنها " المراقبة والمتابعة العامة والذكية لبيئة المؤسسة من خلال رصد المعلومات الواقعية والمستقبلية ¹²؛ فهي بذلك " تتيح للمؤسسة التصرف بسرعة في الوقت المناسب، بأقل التكاليف، باستغلال الذكاء الجماعي في المؤسسة، ولما يوفره من معلومات ملائمة لاتخاذ القرارات الإستراتيجية بشكل أفضل، لقيادة المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها وبرامجها المسطرة ¹³.

مما سبق، يمكن القول أنّ اليقظة الإستراتيجية هي نظام تتقصى من خلاله المؤسسة عن بيئتها الخارجية، مما يسمح لها باستباق التغيرات الحاصلة فيها، وهذا بصفة مستمرة وديناميكية، بهدف إبداع واكتشاف الفرص، والتقليل من الشكوك. فهي العامل المحدد لتأقلم المؤسسة وتكيفها مع المتغيرات الحاصلة، لما توفره من معلومات تساهم في الأسبقية والتأثير على بيئتها الخارجية؛ وهذا لما تتميز به من خصائص: ¹⁴

أ. **الطابع الإستراتيجي:** المعلومات اليقظة الإستراتيجية هي معلومات لها تأثير كبير على تنافسية المؤسسة.

ب. **الذكاء الجماعي:** نعني به وجود مجموعة من الأفراد تقوم بالتقاط واستشعار الإشارات، ومعالجتها، ونشرها ومقارنتها لإعطائها معنى معيناً للمساعدة على اتخاذ القرار.

ج. **نشاط إبداعي مستحدث الفعل:** هدف اليقظة الإستراتيجية هو استباق التغيرات والتأثير على البيئة لجعلها تتماشى وأهداف المؤسسة، فهي نظام موجه نحو البيئة الخارجية بهدف استغلال الإشارات الضعيفة.

د. **مسار جماعي وديناميكي مستمر:** تعتبر اليقظة الإستراتيجية مسارا تنظيميا يمرّ بعدة مراحل مترابطة، تستوجب مساهمة عدّة أفراد بأدوار ومهارات مختلفة ومتكاملة في كافة مستويات المؤسسة واتجاهاتها.

هـ. **التوقع:** عند اختيار نوع المعلومات وجب أن تظهر مميزات تنبؤية، لا أن تعبر عن متغيرات من الماضي والحاضر فحسب، بل أن تقدّم توضيحات عن المستقبل.

و. **الابداع:** تتضمن اليقظة الإستراتيجية تفسير إشارات الإنذار المبكرة، والتي ترتبط بعنصر الإبداع.

2.2 أنواع اليقظة الإستراتيجية: مفهوم اليقظة الإستراتيجية مفهوم جامع يضم العديد من الأنواع المختلفة لليقظة، وكلّ نوع من هذه الأنواع يستهدف مجالا محدداً، تجتمع في الأخير لتصبّ في اليقظة الإستراتيجية.

أ. **اليقظة التنافسية:** تشير إلى ذلك " النشاط الذي يسمح بتحديد المنافسين الحاليين والمحتملين، وكذا استراتيجياتهم ومشاريعهم المستقبلية، مما يسمح باتخاذ القرارات التي تؤثر على مستقبل المؤسسة ¹⁵.

ب. **اليقظة التجارية:** تشير اليقظة التجارية إلى ذلك "النشاط الذي تتمكّن من خلاله المؤسسة من دراسة العلاقة بين الموردّين والزبائن، والمهارات الجديدة في السوق ومعدّل نموّ السوق"¹⁶

ج. **اليقظة التكنولوجية:** تشير اليقظة التكنولوجية إلى "ملاحظة وتحليل البيئة التكنولوجية، متبوعاً بنشر المعلومات المنتقاة ومعالجتها، حتّى تكون مفيدة في اتخاذ القرارات الإستراتيجية"¹⁷.

د. **اليقظة البيئية:** هذه اليقظة تهتمّ بمختلف المجالات الأخرى لبيئة المؤسسة، أي أنّها: "تخصّ ما تبقى من الإشارات الآتية من الخارج، والتي يجب تفسيرها من أجل حيازة ميزة إستراتيجية"¹⁸

3.2 دور اليقظة الإستراتيجية: تعتبر اليقظة الإستراتيجية إحدى الدعائم الأساسية لإرساء قواعد المنافسة في الوقت الحالي، بما توفّره من معلومات عن التطوّرات والتّغيرات الحاصلة في البيئة التّنافسية. ويتضح دور اليقظة الإستراتيجية من خلال الآتي:

أ. **التوقع:** من خلال هذا النظام تستطيع المؤسسة توقّع نشاطات المنافسين وبشكل استباقي، واستقراء السلوكيات المحتملة، وتحليل أيّ إشارة باستخدام أساليب أكثر دقّة وموضوعية، بغرض توفير المعلومة المفيدة لإعداد الإستراتيجيات التّنافس. فالتعرّف على وضعية المنافس وقدراته وإستراتيجياته يسمح للمؤسسة بتحديد الإستراتيجية الواجب اتّباعها، في حالة ظهور أيّ خطر من طرف المنافس¹⁹

ب. **الإكتشاف:** من خلال نظام اليقظة الإستراتيجية تستطيع المؤسسة التعرّف على سياسات وإستراتيجيات المحتملة للمنافسين، ممّا يسمح لها بوضع إستراتيجيات لمنع دخول المنافس من خلال:²⁰
وضع مجموعة من الحواجز بتجسيد واستغلال إمكانياتها الخاصة، وكذا بفضل العوامل البيئية المساعدة التي يمكن أن تلعب دور الحاجز، فتحاول المؤسسة الحدّ من عدد المنافسين الجدد بتنشيط عزيمتهم وقدرتهم على الدّخول.

ج. **المراقبة:** أي مراقبة تطوّرات عرض المنتجات في السوق، ومعرفة نسبة المنتجات المنافسة؛ فهي تمثل مصدر القدرة على مواجهة المنافسين. ومع أنّ المنافسين يسعون لجعل معرفتهم صعبة التّقليد، إلّا أنّ منتجات وخدمات المنافسين تقدّم فرصاً لتعلّم المؤسسة منها، من خلال تحليل نقاط القوة والضعف لديهم.²¹

د. **التعلّم:** يركّز التعلّم على عملية اكتساب المعلومات وتوظيفها في صنع القرار، فتطوير الميزة التّنافسية يعتمد على التعلّم، عن طريق مراقبة البيئة التّنافسية باستمرار وما يتعلّق بها، من خلال ما ترسله هذه البيئة من إشارات حول التّغير والتّحديات القائمة أو التي ستحصل. فالمؤسسات التي تتمكّن من تعزيز قوة التعلّم لديها، ستمكّن من تجنّب المفاجآت التّنافسية التي قد تواجهها في البيئة التّنافسية، فضلاً على أنّها ستمكّن من خلق ميزة تنافسية مستدامة وتكييف إستراتيجياتها على نحو مستمرّ.²²

3. الإطار الميداني: يُعدّ الإطار الميداني تجسيداً للإطار النظري في أرض الواقع، والمتمثل في الكشف عن طبيعة العلاقة الإرتباطية والتأثيرية بين أدوار نظام المعلومات الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية.

3-1: اختبار فرضيات علاقة الارتباط لمتغيرات الدراسة الرئيسية والفرعية:

تهدف هذه الفقرة إلى تحديد علاقات الارتباط بين متغيرات البحث، بإختبار الفرضية الرئيسية الأولية والفرضيات المشتقة عنها باستخدام معامل الارتباط بيرسون، وبالإعتماد على الفرضيات التالية:

الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

الفرضية البديلة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

إذا كان sig (p-value) أكبر من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، فإنه لا يمكن رفض الفرضية الصفرية، وبالتالي لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغيرين من متغيرات الدراسة. أما إذا كانت sig (p-value) ، فيتم رفض الفرضية الصفرية، وقبول الفرضية البديلة.

وقبل إجراء هذا الإختبار، يجب أن يكون توزيع كل متغير من المتغيرين المراد إيجاد العلاقة بينهما طبيعياً. فإذا تحقق هذا الشرط فإننا نضمن وجود العلاقة الخطية بين المتغيرين، وإلا وجود العلاقة الخطية غير مضمون. ولتحقق من ذلك تم استخدام اختبار كولمغوروف-سمرنوف kolmogorov-smimov test (k-s) لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (1).

جدول رقم (1): التوزيع الطبيعي

المجال	القيمة الاحتمالية
أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجي	0.684
أهداف اليقظة الإستراتيجية	0.481

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج spss

من النتائج الواضحة في الجدول رقم (1)، فإن القيمة الإحتمالية لمجالات الدراسة كانت أكبر من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، وبذلك يكون توزيع البيانات لهذه المجالات يتبع التوزيع الطبيعي.

أ. إختبار فرضية الارتباط الرئيسية: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أبعاد نظام معلومات الإستراتيجي وأهداف اليقظة الإستراتيجية .

يبين الجدول رقم (2)، أن قيمة معامل الارتباط يساوي (0.766)، وأن القيمة الإحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$.

جدول رقم (2): معامل الارتباط بين أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجي وأهداف اليقظة الإستراتيجية

الفرضية	معامل بيرسون	القيمة الاحتمالية (sig)
لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أبعاد نظام معلومات الإستراتيجي وأهداف اليقظة الإستراتيجية .	0.766**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج spss

من نتائج التحليل، تستخلص الباحثة رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة، أي أنّه " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية " .

ب.الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين القيمة المضافة للمعلومة الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي.

يبين الجدول رقم (3)، أن قيمة معامل الارتباط يساوي (0.545)، وأن القيمة الإحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يدلّ على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين القيمة المضافة للمعلومة الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

جدول رقم (3): معامل الارتباط بين القيمة المضافة للمعلومة الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية

الفرضية	معامل بيرسون	القيمة الاحتمالية (sig)
لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين القيمة المضافة للمعلومة الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية .	**0.545	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج spss

من نتائج التحليل، تستخلص الباحثة رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة، أي أنّه " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين القيمة المضافة للمعلومة الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي " .

ج.الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة ارتباط بين القيمة المحدثة للمعلومة وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي.

يبين الجدول رقم (4)، أن قيمة معامل الارتباط يساوي (0.681)، وأن القيمة الإحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يدلّ على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين القيمة المضافة للمعلومة الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

جدول رقم (4): معامل الارتباط بين القيمة المحدثة للمعلومة وأهداف اليقظة الإستراتيجية

الفرضية	معامل بيرسون	القيمة الاحتمالية (sig)
لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين القيمة المحدثة للمعلومة وأهداف اليقظة الإستراتيجية .	**0.681	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج spss

من نتائج التحليل، تستخلص الباحثة رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة، أي أنّه " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين القيمة المحدثة للمعلومة وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي " .

د.الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ارتباط بين الأداء المؤسسي وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي.

يبين الجدول رقم (5)، أن قيمة معامل الارتباط يساوي (0.667)، وأن القيمة الإحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الأداء المؤسسي وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي عند مستوى الدلالة $\alpha 0.05$.

جدول رقم (5): معامل الارتباط بين الأداء المؤسسي وأهداف اليقظة الإستراتيجية

الفرضية	معامل بيرسون	القيمة الإحتمالية (sig)
لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الأداء المؤسسي وأهداف اليقظة الإستراتيجية .	0.667**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج spss

من نتائج التحليل، تستخلص الباحثة رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، أي أنه " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الأداء المؤسسي وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي ".
هـ.الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد علاقة ارتباط بين استخدام النظام وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي.

يبين الجدول رقم (6)، أن قيمة معامل الارتباط يساوي (0.678)، وأن القيمة الإحتمالية (sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين استخدام النظام وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي عند مستوى الدلالة $\alpha 0.05$.

جدول رقم (6): معامل الارتباط بين استخدام النظام وأهداف اليقظة الإستراتيجية

الفرضية	معامل بيرسون	القيمة الإحتمالية (sig)
لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين استخدام النظام وأهداف اليقظة الإستراتيجية .	0.678**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج spss

من نتائج التحليل، تستخلص الباحثة رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، أي أنه " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين استخدام النظام وأهداف اليقظة الإستراتيجية على المستوى الكلي ".
2.3 اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

أفادت هذه الفرضية ب: لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لأبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية في أهداف اليقظة الإستراتيجية.

ولتحقيق ذلك، سيتم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد من أجل تمثيل العلاقة بين المتغير التابع (أهداف اليقظة الإستراتيجية) والمتغيرات المستقلة (القيمة المضافة للمعلومة الإستراتيجية، القيمة المحدثة للمعلومة، الأداء المؤسسي، استخدام النظام) على شكل معادلة خطية من شكل:

المتغير التابع $= \alpha + \beta_1 * \text{المتغير المستقل الأول} + \beta_2 * \text{المتغير المستقل الثاني} + \beta_3 * \text{المتغير المستقل الثالث} + \beta_4 * \text{المتغير المستقل الرابع} + \dots + \text{خطأ}$.

من نتائج اختبار الانحدار المتعدد (جدول رقم (7)) يمكن استخلاص ما يلي:

- أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمة T الجدولية عند مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن منحى الانحدار كاف لوصف العلاقة بين أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية.

- تبين أن أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية المؤثرة على المتغير التابع (أهداف اليقظة الإستراتيجية) هي القيمة المحدثة للمعلومة، الأداء المؤسسي، استخدام النظام، وأن باقي المتغيرات تبين أن تأثيرها ضعيف (القيمة الاحتمالية أكبر من 0.05).

- معادلة الانحدار $= 0.296 * \text{القيمة المضافة} + 0.237 * \text{الأداء المؤسسي} + 0.325 * \text{استخدام النظام}$.

- تعني هذه المعادلة أن كل بعد من هذه الأبعاد يفسر التغير الذي يحدث في المتغير التابع بالنسبة المقابلة له، أي أن القيمة المحدثة للمعلومة تفسر 29.6% من التغير في (أهداف اليقظة الإستراتيجية)، بينما الأداء المؤسسي يفسر 23.6% من التغير في (أهداف اليقظة الإستراتيجية)، وأن استخدام النظام يفسر 32.5% من التغير في (أهداف اليقظة الإستراتيجية).

- معامل التحديد = 0.789، ومعامل التحديد المعدل = 0.592، وهذا يعني أن 59.2% من التغير في أهداف اليقظة الإستراتيجية (المتغير التابع) تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية، والنسبة المتبقية (40.8%) قد ترجع إلى عوامل أخرى قد تؤثر على أهداف اليقظة الإستراتيجية.

جدول رقم (7): نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	قيمة T الجدولية
الثابت	0.549	1.467	0.149	0.789	0.592	2.000
القيمة المضافة للمعلومة	-0.270	-0.232	0.817			
القيمة المحدثة للمعلومة	0.296	2.353	0.023			
الأداء المؤسسي	0.237	2.143	0.037			
استخدام النظام	0.325	3.134	0.003			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج spss

من نتائج التحليل، تستخلص الباحثة رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة، أي أنّه " يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لأبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية في أهداف اليقظة الإستراتيجية".

4.النتائج والتوصيات:

1.4.النتائج:

- أظهرت النتائج الإحصائية وجود علاقة ارتباط لأبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية (القيمة المضافة للمعلومة الإستراتيجية، القيمة المحدثة للمعلومة، الأداء المؤسسي، استخدام النظام) مع أهداف اليقظة الإستراتيجية.

- توصّل البحث إلى أنّ هناك تأثير لأبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية على أهداف اليقظة الإستراتيجية، أي أن مؤسسات عينة الدراسة كلّما اهتمت بتطبيق أبعاد نظام المعلومات الإستراتيجية، كلّما زادت في تحقيق أهداف اليقظة الإستراتيجية.

- كما أظهرت النتائج أنّ مؤسسات قيد الدراسة بصورة عامة بحاجة ماسة إلى نظام المعلومات الإستراتيجية، ثمّ تطويره بشكل مستمر.

2.4.التوصيات: في ضوء النتائج التي تمّ التوصل إليها، فإنّ التوصيات التالية ستكون لها دور كبير في حلّ المشكلات، وتلافي نقاط الضعف التي تعاني منها المؤسسات، وتتّخص هذه التوصيات في:

- تعميق الوعي لدى مدراء والعاملين في المؤسسات قيد الدراسة حول العلاقة بين نظم المعلومات الإستراتيجية وأهداف اليقظة الإستراتيجية.

- على إدارة المؤسسات قيد الدراسة زيادة الإهتمام بمفهوم اليقظة الإستراتيجية لما لها من دور في تعزيز بقاء ونمو المؤسسة في أسواق المنافسة.

- تشكيل وحدة خاصة باليقظة الإستراتيجية بهدف رصد جميع التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية.

- ضرورة العمل على تطوير قدرات الإدارات تجاه مفهوم نظام المعلومات الإستراتيجي، وذلك لأنّ القصور في معرفة هذا النشاط، أوعدم تطبيقه يؤدي إلى ضياع الكثير من الفرص المتاحة.

- الاستعانة بالخبراء في اليقظة الإستراتيجية لكي تحقّق الغرض المنشود منها.

قائمة الهوامش

- ¹. حسين علي الزغبى، "نظم المعلومات الإستراتيجية (مدخل استراتيجي)"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 18.
- ². غسان عيسى العمري، سلوى أمين السمرائي، "نظم المعلومات الإستراتيجية (مدخل استراتيجي معاصر)"، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007، ص 126.
- ³-عبد أحمد أبوبكر، "دور نظم المعلومات الإستراتيجية في دعم وتحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين"، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول: ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، أيام 23- 26 أبريل 2012.
- ⁴. محمد عبد حسين الطائي، نعمة عباس خضير الخفاجي، "نظم المعلومات الإستراتيجي، منظور الميزة التنافسية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009، ص 41- 56.
- ⁵. خالد محمد علي الزيود، "أثر نظم المعلومات الإستراتيجية في تحقيق الأولويات التنافسية، دراسة تطبيقية على في البنوك التجارية الأردنية"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2013-2014، ص 14.
- ⁶. منصور ناصر، نازم محمود، "دور نظم المعلومات الإستراتيجية في التخطيط الإستراتيجي، دراسة ميدانية في البنوك الأردنية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، بغداد، العدد 33، 2012، ص 290.
- ⁷. غسان عيسى العمري، سلوى أمين السمرائي، مرجع سبق ذكره، ص 151.
- ⁸. عودة أحمد بني أحمد، وليد مجلي العواودة، "العلاقة بين نظام المعلومات الإستراتيجية والميزة التنافسية، دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات الأردنية العاملة في السوق الدولي"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات، المجلد 33، العدد 4، دمشق، 2011، ص 29.
- ⁹. حسن الزغبى، مرجع سبق ذكره، ص 78. ¹
- ¹⁰. خالد محمد علي الزيود، مرجع سبق ذكره، ص 20. ¹
- ¹¹- Humbert Lesca, Raquel Janissk-Muniz, "Veille stratégique, Application d'internet et site web pour provoquer des informations à caractère anticipatif", 06-07-2015, 2003_125_AIM.pdf/2003/artigos/files.gianti/www.ufrgs.br
- ¹²-Laurent Hermel, Matriser et Pratiquer veille stratégique...veille stratégique et intelligence économique, édition afnor, 2^{ème} édition;2007, p2.
- ¹³. كاريش صليحة، "اليقظة الإستراتيجية نظام للإنذار المبكر والذكاء الجماعي في المؤسسة: تحويل الإشارات الضعيفة إلى قوة محرك"، أطروحة دكتوراه في العلوم، فرع التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011-2012، ص 82.
- ¹⁴. نفس المرجع السابق، ص 85-86.
- ¹⁵-Ines Boulifa Tamboura, Identification des facteurs critiques de succès pour la mise en place d'un dispositif de veille stratégique, thèse pour l'obtention du doctorat en science de gestion, Institut Supérieure de gestion, Université de Tunis, 2007_2008,p 60.
- ¹⁶- Institut D'innovation Infirmation pou l'entreprise(3I), la veille stratégique: les yeux et les oreilles de votre entreprise, Rapport, ed;3I-EPITA, Décembre 2001,p10.
- ¹⁷-Mustafa Bouroubi, De la veille technologique a la veille stratégique: Etude Conceptuelle et Méthodologique en mise en œuvre, Diplôme de Magister, option gestion, faculté des sciences économique et scientifiques et sciences de gestion, Université D'Alger,1999_ 2000, p 41.

¹⁸بومعزة سهيلة، دور اليقظة في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس، رسالة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع التحليل والإستشراف الإقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري بقسنطينة، الجزائر، 2008، ص 107.

¹⁹. علي بن يحي عبد القادر، قويدر الواحد عبد الله، دور نظم المعلومات التسويقية في التّردّد البيئي لزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، ورقة بحثية مقدمة الى الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، يومي 8-9 نوفمبر 2010.

²⁰. مقدم عميرات، حساب محمد الأمين، استراتيجيات وضع حواجز الدخول أمام تهديد المنافس المحتمل، مجلة شمال افريقيا، العدد 5، جامعة الشلف، 2008، ص 302.

²¹. لؤي صبحي دحبور، دور المعرفة السوقية في اختيار الاستراتيجيات التنافسية، رسالة الماجستير في الإدارة، تخصص إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الشرق الأوسط، 2010، ص 21.

²². معن وعد الله المعاضيدي، وزيرة يحي محمد سليمان، تأثير الذكاء التنافسي في تحديد الخيار الاستراتيجي على مستوى وحدات الأعمال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 99.