



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية
مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الشعبة: علوم اقتصادية
التخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

دوراليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائرووكالة الوادي

تحت اشراف:
➤ الدكتور: أحمد بن خليفة

من إعداد:
➤ مصباح مصباحي.
➤ رويده لبزة.

لجنة المناقشة		
رئيسا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	د. بالي مصعب
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	د. بن خليفة أحمد
مناقشا	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	د. هويدي عبد الجليل

الموسم الجامعي: 2025/2024



سيرة الدكتور وقفه

الحمد لله الذي أنعم علينا بنعمته وأكرمنا بفضله وعلمنا بعلمه
وأعاننا على انجاز هذه المذكرة.

نتوجه بجزيل من الشكر والتقدير والثناء إلى الأستاذ القدير
المشرف الدكتور بن خليفه أحمد الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته
ونصائحه في انجاز هذا العمل.

ولا ننسى كل عمال اتصالات الجزائر وكالة الوادي بالشكر والثناء
على مساعدتهم لنا بتقديم لنا وتوفير كل ما نحتاجه من معلومات
في هذه المذكرة

والى كل طلبة وأساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير عامة وقسم الاقتصاد خاصة في جامعة الشهيد حم
لخضر.

مصباح؛ رويده.

إِهْدَاء

اهدي هذا العمل المتواضع إلى الذين قال فيهما المولى عز وجل >>
وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا << صدق الله العظيم.
إلى والدي الكريمين اللذان بفضل دعائهما، وتشجيعهما لي، طوال
مشواري الدراسي، حتى وصلت إلى هذا المستوى.
إلى سندي في هذه الحياة، إخوتي وأخواتي، حفظهم الله ورعاهم.
إلى زوجتي الغالية التي ساندتني ودعمتني، طيلة مشواري الجامعي،
إلى قرة عيني بناتي، وزهرات حياتي، فاطمة وتسليم وجمانة، حماهم
الله واسعد أيامهما.

والى اعز الأصدقاء يحي ميده والذي كان نعم الصاحب خلال
مشواري الدراسي وإلى بقية الأصدقاء والزملاء الذين ساعدوني
خلال سنين الدراسة سواء من قريب ومن بعيد.

مصباح

إِهْدَاء

الحمد لله وكفى والصلاة على المصطفى واهله ومن وفى اما بعد
إلى التي بحنانها ارتويت وبدفئها احتमित ولحقها ما وفيت، إلى من
يشتهي اللسان نطقها، إلى من كانت تتمنى رؤيتي وأنا أحقق هـ
النجاح، وشاء الله أن يأتي هذا اليوم إلى أُمي الغالية حفظها الله
إلى من شقّ لي بحر العلم والتعلم، إلى من احترقت شموعه ليضيء
لي دروب النجاح، ركيزة عمري، كبريائي وكرامتي، أبي أطل الله لي في
عمره

إلى سندي وقوتي وملاذي، إلى من أثروني على انفسهم: إخوتي معاذ،
زياد، عمارواختي الوحيدة نوران
إلى صديقة عمري ورفيقة دربي، نور الايام وبهجتها: هوارية فراحي
إلى أحسن من عرفني بهم القدر، إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا
بالوفاء: فاطمة الزهراء، عائشة، حليلة، امانى، هديل، ميده يحيى،
مصباحي مصباح.

إلى كل من ساندني من قريب او من بعيد ولو بالدعاء

رويده

الملخص:

اصبح مستقبل العالم يعتمد على من يستغل الفرص اولا , ويتجنب التهديدات المحيطة به , قبل الاخرين , وفي قطاع الاقتصادي و الاداري غير بعيد على هذه الامور , فأصبحت المعلومة ومن يمتلكها هو صاحب الفرصة الاكبر لنجاح مقارنة بغيره , فاتجهت الشركات العالمية للاستثمار في طرق و اساليب البحث على المعلومة , و الوسيلة الافضل لذلك هي اليقظة الاستراتيجية و التي تعمل على رصد كل متغيرات البيئة الخارجية لشركات ,والتي تمكن المؤسسة من تحديث و زيادة مخزونها من المعلومة حول عالمها الخارجي , والتي توفر لها امكانية استغلال الفرص , وتجنب التهديدات التي قد تصادفها, و تمكن المؤسسة من ادارة المعرفة الخاصة بها , ولذلك جاءت هذه الدراسة لمعرفة دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل ادارة المعرفة , وأخذنا اتصالات الجزائر وكالة الوادي كحالة دراسة , معتمدين على توزيع استمارات على العمال من اجل جمع البيانات , واستعملت اساليب احصائية من اجل تحليل تلك البيانات , مثل المتوسط الحسابي , الانحراف المعياري , معامل الفا كرو نباخ , و نتج على هذه الدراسة مجموعة من التوصيات نذكر منها : ضرورة اعتماد المؤسسات الحكومية على نظام اليقظة الاستراتيجية بما , ضرورة تركيز على انواع اليقظة الاستراتيجية , و دالك من اجل الوصول الى نظام ادارة المعرفة محدث و مطور من حيث المعلومات التي يحوزها .

الكلمات المفتاحية: اليقظة، اليقظة الاستراتيجية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، المعرفة، ادارة المعرفة.

Abstract:

The future of the world has become dependent on those who exploit opportunities first, and avoid threats surrounding it, before others, and in the economic and administrative sector is not far from these matters, so the information and those who possess it became the owner of the greatest opportunity for success compared to others, so international companies tended to invest in methods and methods of research on information, and the best way for this is strategic vigilance, which works to monitor all the variables of the external environment for companies, which enables the organization to update and increase its stock of information about its external world, which provides it with the possibility of exploiting opportunities, avoiding threats that may occur, and enabling the organization to manage its knowledge, Therefore, this study came to find out the role of strategic vigilance in activating knowledge management, and we took Algeria Telecom as a case study, relying on the distribution of questionnaires to workers in order to collect data, and statistical methods were used to analyze those data, such as arithmetic mean, standard deviation, alpha coefficient, and Cronbach's alpha, and this study resulted in a set of recommendations, including the following: The need for governmental organizations to adopt a strategic vigilance system, the need to focus on the types of strategic vigilance, in order to reach an updated and developed knowledge management system in terms of the information it holds.

Keywords: Vigilance ,strategic vigilance. technological vigilance, competitiveness Vigilant ,Knowledge. Knowledge management.



قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
III	شكرو وتقدير
V	اهداءات
VI	ملخص
VIII	الفهارس
أ	مقدمة
02	الفصل الأول: الاطار النظري لليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة
03	تمهيد
03	المبحث الأول- ماهية اليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة
04	المطلب الأول: ماهية اليقظة الاستراتيجية
10	المطلب الثاني- ماهية إدارة المعرفة
14	المطلب الثالث- دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين ادارة المعرفة
17	المبحث الثالث. الدراسات السابقة
17	المطلب الأول. الدراسات السابقة لليقظة الاستراتيجية
23	المطلب الثاني. الدراسات السابقة لإدارة المعرفة
28	المطلب الثالث. الدراسات السابقة لليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة معا
31	المطلب الرابع- أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية
33	خلاصة الفصل
34	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي
35	تمهيد
35	المبحث الأول- تعريف بميدان الدراسة
35	المطلب الأول- نظرة عامة حول مؤسسة اتصالات الجزائر
38	المطلب الثاني- تقديم مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي
41	المبحث الثاني- تصميم الدراسة الميدانية وخطوات إجرائها
41	المطلب الأول- إجراءات الدراسة
43	المطلب الثاني- اعتماد الاستبيان وتوزيعه
53	المطلب الثالث- عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية
59	المبحث الثالث- تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
59	المطلب الأول- تحليل محاور الدراسة
77	المطلب الثاني- اختبار الفرضيات وتحليل النتائج
95	خلاصة الفصل

96	خاتمة
100	قائمة المراجع
105	قائمة الملاحق

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
43	الجدول (1-2): توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة
44	الجدول (2-2): معاملات الثبات ألفا كرونباخ لأبعاد ومحاور الدراسة
46	الجدول (2-3): معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول
48	الجدول (2-4): معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني
49	الجدول (2-5): توزيع الاستبيان
50	الجدول (2-6): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول
51	الجدول (2-7): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثاني
52	الجدول (2-8): سلم ليكارت الخماسي
53	الجدول (2-9): طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي
53	الجدول (2-10): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس
54	الجدول (2-11): توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر
55	الجدول (2-12): توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي
56	الجدول (2-13): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير سنوات الخبرة المهنية
58	الجدول (2-14): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الدورات
60	الجدول (2-15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الأول المحور الأول
62	الجدول (2-16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الثاني المحور الأول.
64	الجدول (2-17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الثالث المحور الأول.
66	الجدول (2-18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الرابع المحور الأول.
68	الجدول (2-19): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور اليقظة الاستراتيجية
69	الجدول (2-20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد تشخيص المعرفة.
71	الجدول (2-21): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد توليد المعرفة
72	الجدول (2-22): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد تخزين المعرفة.
74	الجدول (2-23): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد توزيع المعرفة.
75	الجدول (2-24): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد تطبيق المعرفة.
77	الجدول (2-25): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الرابع المحور الأول
78	الجدول (2-26): اختبار "T" للعينة الواحدة لمحور اليقظة الاستراتيجية (المتغير المستقل)

79	الجدول (2-27): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور اليقظة الاستراتيجية
80	الجدول (2-28): اختبار "T" للعينة الواحدة لمحور إدارة المعرفة (المتغير التابع):
81	الجدول (2-29): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور إدارة المعرفة.
82	الجدول (2-30): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر اليقظة التكنولوجية على تفعيل إدارة المعرفة
82	الجدول (2-31): تحليل التباين
83	الجدول (2-32): اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج
84	الجدول (2-33): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر اليقظة التنافسية على تفعيل إدارة المعرفة
84	الجدول (2-34): تحليل التباين
85	الجدول (2-35): اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج
86	الجدول (2-36): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر اليقظة التجارية على تفعيل إدارة المعرفة
87	الجدول (2-37): تحليل التباين
87	الجدول (2-38): اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج
88	الجدول (2-39): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر اليقظة الاجتماعية والبيئية على تفعيل إدارة المعرفة
89	الجدول (2-40): تحليل التباين
89	الجدول (2-41): اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج
91	الجدول (2-42): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر اليقظة الاستراتيجية على تفعيل إدارة المعرفة
92	الجدول (2-43): تحليل التباين
92	الجدول (2-44): اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج

قائمة المراجع

الصفحة	العنوان
36	الشكل (2-1). فروع شركة اتصالات الجزائر
40	الشكل (2-2): الهيكل التنظيمي لاتصالات الجزائر وكالة الوادي
50	الشكل (2-3): التمثيل البياني لاختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول
51	الشكل (2-4): التمثيل البياني لاختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثاني
56	الشكل (2-5): التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي
57	الشكل (2-6): التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير السنوات الخبرة المهنية
59	الشكل (2-7): التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير الدورات



شهد العالم عديد من التغيرات في جميع مجالاته، في وقت قصير ومست هذه المتغيرات جانب الاقتصادي والاداري، نتيجة انتشار العولمة، وسياسة الانفتاح الاقتصادي العالمي مما زاد من قوة المنافسة بين المؤسسات والشركات العالمية، وبزيادة وسرعة الفائقة لتطور التكنولوجي في جميع مجالات، أصبح العالم عبارة عن قرية صغيرة، كل شيء فيها معروف، وواضح للجميع، فأصبح الاقتصاد يعتمد على قوة المعرفة، وامتلاك المعلومة، وطريقة وأسلوب الفعال لكسبها وحسن استغلالها واستعمالها أمثل.

فأصبحت المعلومة وطريقة الحصول عليها، واستغلالها موردا أساسيا، من اجل الوصول الى تحقيق الاهداف المسطرة، فأصبحت الشركات العالمية تتنافس وتتسابق فيما بينها على الحصول على المعلومة قبل غيرها، فيقظة الشركة في جميع مجالات المحيطة بها، يمكنها من رصد الفرص وتجنب التهديدات المحدقة بها، فيقظة الشركة في مجال عملها وما يشملها من تغيرات قانونية ومن حيث المنافسين والتكنولوجية يطلق عليها باليقظة الاستراتيجية.

تعتبر اليقظة الاستراتيجية استراتيجية واسلوب حديث في المؤسسات، رغم كون اليقظة الاستراتيجية في مجالات اخرى قديمة الظهور، لا كنها جديدة استعمال بالمؤسسات. حيث تعتبر اليقظة الاستراتيجية أسلوب ومصدر لرصد وتتبع متغيرات البيئة الخارجية للمؤسسة في مختلف الميادين، ومصدر للمعلومة للشركة من اجل استغلال الفرص وتجنب التهديدات، مما يسمح للمؤسسة من كسب حصص المنافسين وتطوير منتجاتها، وذلك عن طريق استعمال المعلومة والمعرفة بواسطة نظام ادارة المعرفة الموجود بالشركة.

وبما أن نظام ادارة المعرفة يوفر للمؤسسة الحفاض على المعلومات واستعمالها في وقت اخر، ولاكن تحتاج المعرفة الموجودة والمخزنة بالشركة الى تحديث وتطوير من اجل مواكبة المتغيرات الخارجية، ومن هنا يظهر الترابط والتداخل بين اليقظة الاستراتيجية بإدارة المعرفة وأهميتهما بالنسبة للمؤسسة.

الإشكالية:

وبالاعتماد على مذكر، فإنه يمكن ان لنا ان نصيغ اشكالية الدراسة في شكل التالي:

ما هو دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي؟

الأسئلة الفرعية: في ضل الإشكالية الرئيسية نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو تقييم موظفي المؤسسة محل الدراسة لليقظة الاستراتيجية بمؤسستهم؟
- ما هو تقييم موظفي المؤسسة محل الدراسة لإدارة المعرفة بمؤسستهم؟
- هل يوجد تأثير لليقظة التكنولوجية في تفعيل إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة؟
- هل يوجد تأثير لليقظة التنافسية في تفعيل إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة؟

- هل يوجد تأثير لليقظة التجارية في تفعيل إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة؟
- هل يوجد تأثير لليقظة الاجتماعية والبيئية في تفعيل إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة؟
- **فرضيات الدراسة:** تنطلق فرضيات الدراسة من محاولة الإجابة على الإشكالية الرئيسية وتساؤلاتها الفرعية، وعلى هذا الأساس جاءت الفرضيات التالية:
- **الفرضية الرئيسية:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛
- **الفرضيات الفرعية:**
 - **الفرضية الفرعية الأولى:** تقييم موظفي المؤسسة محل الدراسة لليقظة الاستراتيجية بمؤسستهم مرتفع؛
 - **الفرضية الفرعية الثانية:** تقييم موظفي المؤسسة محل الدراسة لإدارة المعرفة بمؤسستهم مرتفع؛
 - **الفرضية الفرعية الثالثة:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة التكنولوجية في تفعيل إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛
 - **الفرضية الفرعية الرابعة:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة التنافسية في تفعيل إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛
 - **الفرضية الفرعية الخامسة:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة التجارية في تفعيل إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛
 - **الفرضية الفرعية السادسة:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لليقظة الاجتماعية والبيئية في تفعيل إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛
- **أهداف الدراسة:** يمكن ان نذكر ابرز اهداف الدراسة التي نهدف الى الوصل اليها من خلال هذه الدراسة وهي:
- التعرف على ماهية اليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة.
- تناول مختلف المفاهيم النظرية لليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة.
- تعرف على مدى تطبيق اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي.
- التعرف على دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة في مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي.
- **أسباب اختيار الموضوع:** يرجع سبب اختيار موضوع الدراسة الى:
- التعمق أكثر في موضوع اليقظة الاستراتيجية بحكم تناولنا لها في مقياس خلال الفصل الاول.

- بحكم اهمية موضوع اليقظة الاستراتيجية وادارة المعرفة في مختلف مجالات الحياة الخاصة.
- تمكن المؤسسة مكان الدراسة على شروط تحقيق هذه الدراسة.

 **حدود الدراسة:** تتمثل حدود دراستنا فيما يلي

➤ **الاطار الزمني:** الفترة من جانفي الى غاية ماي 2025.

➤ **الاطار المكاني:** مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي.

 **هيكل الدراسة:**

قمنا بتقسيم هذه الدراسة الى فصلين، فصل نظري والآخر تطبيقي.

الفصل النظري: قسمنا هذا الفصل الى مبحثين، المبحث الاول تناونا فيه الجانب النظري لليقظة الاستراتيجية في المطلب الاول اما المطلب الثاني فكان لكل ما يتعلق بإدارة المعرفة، اما المطلب الثاني فكان لدراسة علاقة بينهما، والمبحث الثاني تناونا فيه بعض الدراسات السابقة لكل من اليقظة الاستراتيجية في المطلب الاول، ودراسات سابقة حول ادارة المعرفة في المطلب الثاني، اما المطلب الثالث فخصص الى دراسات سابقة لكليهما.

اما الفصل الثاني فتناول الدراسة التطبيقية من خلال توزيع استبيان وقيام بتحليله بواسطة برنامج spss.

A decorative rectangular border with ornate floral and leaf patterns in the corners and along the sides, framing the central text.

الفصل الأول

الإطار النظري

لمتغيرات الدراسة

تمهيد:

مع انفتاح الاقتصادي العالمي ، و احتدام المنافسة في السوق بين مختلف المتعاملين سواء المحليين او الاجانب ، فاصبح البقاء في السوق مشكلة كبيرة لمختلف المؤسسات ، فمن اجل و حتى تتمكن تلك المنظمات من المحافظة على وجودها ، عن طريق استغلال الفرص و تجنب التهديدات ، فيجب عليها ان تكون لديها اليقظة الاستراتيجية حيث تمكن اليقظة الاستراتيجية المنظمات من استجابة السريعة للمتغيرات الخارجية بسرعة ، وهذا ما يمكنها من مجارات منافسيها عن طريق توقع حركاتهم وخطواته ، فيجب على تلك المؤسسات ان تخلق نظام لليقظة الاستراتيجية في هيكلها .

ولتكتمل قدرة المنظمات في المنافسة فإنها يجب ان يكون لديها نظام من اجل ادارة معرفتها، حيث ادارة المعرفة تمكن المؤسسة من تسيير مخزونها المعرفي واستغلاله احس استغلال.

وفي هذا الفصل سنحاول التطرق الماهية اليقظة الاستراتيجية، وماهية ادارة المعرفة، والعلاقة بينهما.

المبحث الأول- ماهية اليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة:

ان اكبر مشكل يواجه المؤسسات بعد انشائها، هو كيف تحافظ على وجودها، وكيف تتطور وتكبر، وكيف تواجه التحديات، والتهديدات، وكيف تستغل الفرص المتاحة لها، فللمحافظة على وجودها تقوم المنظمات بإنشاء نظام لليقظة الاستراتيجية ونظام لإدارة معرفتها حتى يمكنها من معرفة محيطها الخارجي وتقوية معلوماتها ومعارفها واستغلالها لها استغلال امثل.

ففي هذا المبحث سنقوم بدراسة اليقظة الاستراتيجية، وادارة المعرفة حيث سنتطرق اولا الى ماهية اليقظة الاستراتيجية، ومن ثم ماهية ادارة المعرفة وتأثير اليقظة الاستراتيجية في ادارة المعرفة.

المطلب الأول- ماهية اليقظة الاستراتيجية:

تعد اليقظة الاستراتيجية احدى الطرق الحديثة التي تركز على مواكبة التغيرات التي تحصل في البيئة المنظمة، من خلال رصد المعلومات وجمعها وتحليلها والتي تساعد المؤسسات على اتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تساعد المؤسسة على التطور وتحسين وضعيتها الحالية نحو الافضل.

ولاتخاذ قرارات جيدة وصائبة يجب معرفة حالة البيئة وتغيراتها ولمعرفة البيئة يكون عن طريق جمع المعلومات وتحليلها.

الفرع الأول- تعريف اليقظة الاستراتيجية:

أولا- تعريف اليقظة:

■ لغة: هي تنبه وتركيز وهي ضد الغفلة.

- هي مراقبة ومشاهدة وتحليل مجالات البيئة¹.
 - استخدم اول مرة في اللغة الفرنسية VEILLE وتعني الحذر وانتباه وهي مأخوذة من الكلمة اللاتينية Miglantia والتي تعني المراقبة بالرادار لحماية المنطقة، وتعتمد وتهتم بترصد المعلومة من اجل استغلال الفرص وتجنب التهديدات².
 - وهي عكس الوعي أي تكون حواسنا متفتحة على العالم من حولنا، ونقول على الشخص يقظ أي متفطن وحذر من شيء ما³.
 - هي عبارة عن نشاط لمتابعة المعلومات المنظمة والشاملة والمنظمة لكل المحيط⁴.
- ثانيا- تعريف الاستراتيجية:**
- هي خلق الفوز وتجنب الخسارة⁵.
 - هو اسلوب يستعمل من اجل الوصول الى اهداف المؤسسة، وهي تدل على مسار المؤسسة، للوصول الى تحقيق وضعية جديدة.
 - هي مجموعة من الاساليب والخطط تعمل على الاجل البعيد، من اجل الوصول الى الاهداف معية وهذا بواسطة استخدام كل امكانات المؤسسة سواء كانت داخلية او خارجية⁶.
 - يعرفها ANSOFF هي: عملية تهتم بتحقيق النتائج البعيدة واساليب تحقيقها والتي تؤثر على نشاط المؤسسة ككل⁷.

¹ سميه بوخاري ومحمد بدو وزهية فرامطيه، تطبيقات اليقظة السياحية الرقمية ودورها في تفعيل المؤسسات السياحية رؤية تحليلية لحالة الجزائر 2001-2017 , كتاب اعمال المنتدى الوطني الافتراضي حول نظام اليقظة الاستراتيجية كآلية لتفعيل الاداء المؤسساتي، جامعة لوئيسي علي البليدة 2 , الجزائر، يوم 2020/11/14. ص 18.

² علي محمد البلوشي، القيادة الاستراتيجية في منظمات الاعمال، دار الكتاب الثقافي، ص 36.

³ بن السعدي جمال وزاوش رضا وجساس كتوم، متقى دولي حول التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة، بتاريخ 12-13 نوفمبر 2017.

⁴ حسين الياس، أصول الترجمة دراسات في فن الترجمة بأنواعها كافة الترجمة الفورية والترجمة الادبية والترجمة الاعلانية، جامعة الموصل، كلية الآداب، العراق، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، سنة 1971 , ص 349.

⁵ عبد اللطيف حمزة القراوي، الاستراتيجية النظرية والتطبيق في القيادة والاعمال ودورها في صعود الامم والدول، ص 7.

⁶ علوط فنيحه، اليقظة الاستراتيجية كآلية فعالة لمواجهة الأزمات دراسة حالة المديرية العامة لمؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس، اطروحة دكتوراه علوم التسيير تخصص ادارة الاعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم لتسيير، جامعة الجزائر 3. 2020/2019 , ص 62.

⁷ محمد غوالي، أثر اليقظة الاستراتيجية في عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للمحروقات سوناطراك ً اطروحة دكتوراه العلوم الثالث تخصص أعمال إلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3 , 2023/2022. ص 29.

ثالثاً- تعريف اليقظة الاستراتيجية:

يعتبر اول ظهور لليقظة الاستراتيجية باسم اليقظة التكنولوجية سنة 1970 , وكان في فرنسا في مجال المعلومات العلمية والتقنية، وبعد تعدد مجالات المنظمات والتوجه الى اسواق جديدة، ودخول منافسين جدد فظهرت اليقظة التنافسية واليقظة التجارية، مع تعدد مجالات اليقظة في المنظمة ظهر مفهوم شامل وهو اليقظة الاستراتيجية¹.

■ هو نشاط متواصل ومتكامل يهدف الى الحصول على المعلومة ومعالجتها، يقوم به اعوان المنظمة، من اجل تجنب تغيرات بيئة المنظمة.

■ هي القدرة على تقييم الظروف الداخلية والخارجية بدقة، وبواقعية وطريقة تسهل بناء الافكار².

■ هي ابراز الصعاب الخفية، والمتغيرات المتوقعة، في محيط المؤسسة³.

■ يعرفها Jaco Biak هي: رصد للمحيط ويليه نشر مستهدف للمعلومات المحللة، المنتقاة والمعالجة، لغرض اتخاذ القرارات الاستراتيجية⁴.

■ ويعرفها Jean Michel بأنها: اليقظة الاستراتيجية هي المراقبة التي يتم من خلالها البحث عن المعلومة من اجل التوقع بالتغيرات المحتملة الحدوث في البيئة الخارجية لتطوير النشاط⁵.

■ عرفها RIBAUT بأنها: هي اجراء متواصل ينجر من ورائه، جمع وفرز للمعلومات والبيانات، ومن ثم يتم تحليلها من اجل استعمالها في اكثر من موضوع⁶.

وبصفة عامة يمكن استخلاص تعريف شامل من مجموعة التعاريف السابقة حيث يمكن تعريف اليقظة الاستراتيجية بأنها: عمل ونشاط تقوم به المنظمة من اجل جمع، وتحليل المعلومات التي تهمها من المحيط الخارجي، من أجل استغلال الفرص المتاحة، وتجنب المخاطر.

¹ ابراهيم سلطان شيبوط، أهمية اليقظة الاستراتيجية في تحسين عملية اتخاذ القرار بالمؤسسة دراسة حالة مؤسسة (ooredoo) الجزائر، اطروحة دكتوراه العلوم في علوم التسيير تخصص ادارة الاعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3 , 2018/2017 , ص 61.

² حكمت رشيد السلطان ومحمود محمد أمين عثمان، مفاهيم معاصرة في الادارة الاستراتيجية، شركة دار الاكاديميون للنشر والتوزيع، ص 108.

³ مصطفى احمد السيد مكاي، ثنائية السياحة ونخيل التمر في بعض الدول العربية، مدخل استراتيجي لتطوير العلاقات التشابكية المستدامة بأساليب تخطيطية وذكرية، دار الفجر للنشر والتوزيع , 216.

⁴ حميد زواري، اليقظة كالية لاستدامة الميزة التنافسية بالمؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف مسيلة. ص 7.

⁵ بلعجوزحسين وزيري نوره وخرخاش جميلة، واقع اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ص 3.

⁶ أحمد بن خليفه وشعباني مجيد، فعالية اليقظة الاستراتيجية في تحسين الافضلية التنافسية المستدامة "دراسة ميدانية على شركة نجمة للاتصالات", المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، ص 8.

الفرع الثاني- أهمية اليقظة الاستراتيجية:

ذكرنا في انواع اليقظة الاستراتيجية، بعض أهمية كل نوع، ولكن الان سوف نتطرق الى أهمية اليقظة الاستراتيجية بذكر بعض منها:

❖ تجعل المنظمة على معرفة بتغيرات الحاصلة في محيطها، مما يسمح لها، باستغلال الفرص، وتجنب التهديدات المحتملة¹.

❖ تسمح بالوفرة المالية من خلال تحسين الميزات التكنولوجية للمنتج، وكفاءته وجودته، وسعره

❖ تمكن المنظمة بالتطور التكنولوجي، والعلمي من خلال استغلال المعلومات التي تم جمعها.

❖ تسمح للمنظمة باتخاذ قرارات دقيقة، بفضل المعلومات التي تم جمعها حول المحيط.

❖ تساعد على الحفاظ على دقة المعرفة، وتدققها داخل المنظمة، مما يساعد على عملية التنبؤ.

❖ ادارة الجيدة للمحفظة داخل المنظمة، وكذلك الحفاظ على التراث المعلوماتي للمنظمة.

الفرع الثالث - خصائص اليقظة الاستراتيجية:

أولاً- طابع الاستراتيجية: ويقصد بها ان المعلومات المقدمة من طرف اليقظة الاستراتيجية، ليست لها علاقة بالطريقة الحالية او التكرارية، وانما تساعد على اتخاذ القرارات، ونتيجة لذلك فهي تطبق على القرارات الجديدة، وغير مسبقة بالنسبة للمنظمة².

ثانياً- الطوعية: تقوم اليقظة الاستراتيجية بمراقبة المحيط الخاص بالمنظمة، وتعتبر نشاط في تقوم به المؤسسة، فهو اذن طوعي يقوم على تركيز الجيد ودقة المراقبة، من اجل الوصول والحصول على المعلومة المطلوبة³.

ثالثاً- الذكاء الجماعي: ان اليقظة الاستراتيجية عمل جماعي يقوم به مختلف اعوان وافراد المنظمة من اجل جمع وتحليل المعلومات، ومن اجل جمع الدقيق للمعلومة، وتحليلها تحليلًا جيدًا، يجب ان يتوفر ذكاء جماعي للأفراد والاعوان المكلفون باليقظة الاستراتيجية.

رابعاً- المحيط: تتشكل بيئة المنظمة من عدة متغيرات، وتتداخل فيها عدة مكونات، فهذا يعني انه يمكن التأثير فيه.

¹ علي محمد البلوشي، مصدر سابق، ص 39.

² بلعجوز حسين وزيري نوره وخرخاش جميلة، مرجع سابق. ص 3.

³ يوسف عبايدية والعربي عمران، اليقظة الاستراتيجية كمدخل للمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، ص 297.

خامسا- إبداعية: تعتمد اليقظة الاستراتيجية تحليل واستنتاج إشارات التي تنتج من جمع المعلومات وتحليلها، مما يمكنها من بلورة توقعات، وخلق طرق ابداعية بواسطة تفسير تلك الاشارات ¹.

سادسا- توقعية: إن اليقظة الاستراتيجية تقوم بجمع وتحليل المعلومات، ومن ثم تتوقع حدوث امور في المستقبل.

الفرع الخامس- المعنيون في عملية اليقظة الاستراتيجية:

بما أن عملية اليقظة الاستراتيجية عملية جماعية ومستمرة فهي ترتبط بعدة اشخاص، لكي يتم القيام بها وهؤلاء الاشخاص هم:

أولا- اصحاب القرارات الاستراتيجية: يقوم دور هؤلاء الاشخاص بتحديد اهداف المؤسسة، حسب درجة اولويتها، وهم من يقومون بتحليل معلومات اليقظة من اجل اتخاذ القرارات الاستراتيجية، ويسعون الى تغيير حال المنظمة نحو الافضل، عن طريق مواكبة تغيرات المحيط ².

ثانيا- المديرين: عملهم هو الربط بين اصحاب القرارات ومعنيون باليقظة الاستراتيجية، وكتابة الشروط والاشراف على توثيقها ومتابعة تنفيذ نشاطات اليقظة الاستراتيجية، وذلك بفضل ما يتميزون به من شخصية قيادية تمكنهم من تحفيز افراد اليقظة.

ثالثا- كبار المتقظون: يعملون على تحليل البيانات المجمعة، وترجمتها بشكل جماعي، متوقع سناريوهات لاتخاذ القرارات، والتحقق من صحتها مع المحيط الخارجي، وقيام بتصحيحها في حالة وجود اختلافات مع المحيط، من خلال تعاون فيما بينهم، وقدرتهم على تحليل المعلومات، وذلك لفهمهم الكامل الاليات اليقظة الاستراتيجية.

رابعا- المتقظون المشتركون: يعملون على تحديد مصادر المعلومات، وترجمتها، وتصفية اولية للبيئة الخارجية، من خلال ما يتمتعون به من روح الاهتمام، وقدرتهم على ادارة المعلومات.

خامسا- الموظفون: وهم الداعمين لليقظة الاستراتيجية، من مديرون، وأمين السر، ويقومون بإدراج المعلومات التي السجل في الموزع، فهم يقدمون دعم لمرحلة تجميع وصيانة المعلومات.

الفرع الرابع - انواع اليقظة الاستراتيجية: تحتم اليقظة الاستراتيجية بجمع المعلومات وتحليله، ولان المعلومات تختلف وتتنوع من حيث المصدر والمجال الذي تعنيه وتختص به، ولتجنب تداخل المعلومات، فإنه قسمت اليقظة الاستراتيجية الى انواع، بحيث كل نوع من اليقظة يهتم ويعني بمجال خاص به.

ومنه اليقظة الاستراتيجية لديها عدة انواع نذكر اهمها، وهي:

¹ علاوي نصيرة، اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة "دراسة حالة موبيليس"، مذكرة ماجستير، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبي بكر باقائد تلمسان، سنة 2010/2011، ص 84.

² علي محمد البلوشي، مصدر سابق، ص 41.

أولاً- اليقظة التكنولوجية:

1. تعريفها: لها عدة تعريف نذكر منها:

- هي جميع ممارسات المؤسسة واعمالها، التي تقوم بها من اجل دراسة محيطها التكنولوجي، من تغيرات وتطورات فيه، وذلك من اجل معرفة مختلف التطورات وابتكارات الجديدة التي تعني المنظمة.
- وتعني الجهود والوسائل التي تسخرها المنظمة، والتصرفات التي تقوم بها، بهدف رصد كل التطورات، والتجديدات اليومية، في مجالات التقنية والتكنولوجية، والتي تهمها في الحاضر والمستقبل¹.

2. اهميتها: تتعدد اهمية اليقظة التكنولوجية بالنسبة للمنظمة حيث تسمح هذه اليقظة للمنظمة ب:

- تمكين المنظمة من امتلاك المعلومات التي تخص المجال التكنولوجي، وكل ما يعنيه من مجال الابتكار، من اجل استغلالها في خدمة المنظمة.
- معرفة اساليب والانظمة التكنولوجية التي يعمل بها المنافسين².
- تمكن المنظمة من مسايرة التطور التكنولوجي الحاصل في العالم.

ثانياً- اليقظة التجارية:

1. تعريفها: وردت عديد التعريفات لها نختصر أهمها فيما يلي:

- هي التي تجعل المؤسسة على معرفة برغبات الزبائن، وتتبع ومعرفة اخبار الموردين، والبائعين، وذلك بالبحث وتتبع المعلومات الخاصة بالسوق، والتغيرات الحاصلة فيه. مما يمكن المنظمة من المحافظة على عملائها وكسب زبائن جدد³.

- وتسمى باليقظة التسويقية لأنه يهتم بكل ما يتعلق بالسوق وهو الممارسة التي تقوم بواسطتها المنظمة بدراسة علاقتها بالزبائن والموردون ومعدلات النمو⁴.

2. اهميتها:

- التعرف على الحاجات المستقبلية لزبائن.
- ايجاد زبائن جدد للمنظمة.

¹ علاوي سلمي، اليقظة الاستراتيجية وسيلة تسيير حديثة في ظل عصر المعرفة، ص 80.

² لمروس مريم، سياسة اليقظة الاستراتيجية في الجزائر، مجلة دراسات الاقتصادية، عدد 38، اوت 2019. ص 181.

³ علي محمد البلوشي، مصدر سابق، ص 37.

⁴ فطيمه بوطوره ونوفل سمايلي وعلاء الدين الوافي، تأثير اليقظة الاستراتيجية في تحسين الخدمات البنكية "دراسة حالة البنوك العمومية وكالات تبسة"، ملتقى الوطني الافتراضي حول نظام اليقظة الاستراتيجية كآلية لتفعيل الاداء المؤسساتي، 14 نوفمبر 2020، ص 43.

- كسب موردين جدد.

- تمنح للمنظمة ميزة الاسبقية في انتاج سلع جديدة، تلبي حاجات الزبائن.

ثالثاً- اليقظة البيئية:

1. تعريفها: هو اسلوب تقوم به المؤسسة من خلاله التعرف على محيطها الخارجي، والتغيرات السياسية،

والاجتماعية، الحاصلة فيه، عن طريق جمع وتبوع المعلومات المتعلقة به. وتعرف على التغيرات القانونية.

2. اهميتها: لديها عدة فوائد نذكر منها:

- تمكين المنظمة من التحكم والتعرف على تغيرات محيطها.
- تبقي المنظمة في حالة يقظة على ممارسات المنافسين، والمستجدات محيطه.
- تسمح وترشد المنظمة في اعادة التفكير في سياساتها المتبعة، من اجل تخفيض الخطر الذي تواجهه من تغير محيطها.

رابعاً- اليقظة التنافسية:

1. تعريفها: لها عدة تعاريف منها:

- ويقصد بها جمع المعلومات حول المنافسين المباشرين، والمتوقعين لكي يكونوا منافسين لها في المستقبل، ومن ثم نشرها، وايقظها الى المسؤولين على اتخاذ القرار.
- لقد عرفها باتريون Patreiron بأنها "العملية الإعلامية التي يتم من خلالها جمع البيانات عن البيئة التنافسية للمنظمة من مصادرها المختلفة، وتحويل إلى معلومات ذات معنى تتيح للمنظمة التعرف المسبق على منافسيها الحاليين والمحتملين، وكل العناصر والقوى التنافسية ذات التأثير الحالي والمتوقع على قدرتها ومكانتها التنافسية، انطلاقاً من رصد قدرات وإمكانيات المنافسين، وتحديد نقاط القوة لديهم، وأدأؤهم الحالي والمستقبلي¹ .

- وتظم عدة انواع منها اليقظة الاجتماعي واليقظة القانونية.

2. اهميتها: نذكر منها:

- تمكن المنظمة من معرفة خطط واساليب المنافسين، المباشرين والغير مباشرين.
- تجعل المنظمة على دراية بمنافسيها.
- تعرف على منتوجات المنافسين، واسعارهم وقراراتهم وخططهم.

¹ محمد فايز النجار، اليقظة الاستراتيجية وأثرها في ادارة المشاريع في شركات الاتصال الاردنية، المجلة العالمية للاقتصاد والاعمال , 2020/06/12 , ص 503.

ومنه فإن اليقظة الاستراتيجية تهتم بدراسة مختلف مجالات محيط المنظمة، سواءا كان من حيث المنافسين، او تغيرات التشريعية، او البيئية، والمجتمعية.

المطلب الثاني- ماهية إدارة المعرفة:

ان المعرفة بالأشياء هي نعمة للمالكها، وصاحبها حيث تمكنه من ادراك الاشياء وأخذ فكرة اولية عنها، ولاكن لا تكتمل هذه الميزة دون ان تكون هذه المعارف مرتبة، وموزعة حسب دورها ومجالها، وهنا يأتي دور ادارة المعرفة، التي تمكن صاحبها من استغلالها احسن استغلال.

الفرع الأول- تعريف ادارة المعرفة:

أولاً- تعريف المعرفة:

- حيث يعرفها (P. Druker) بأنها: هي تمكن من تحويل المعلومة الى وسيلة لتنفيذ عملية محددة او استكشاف شيء جديد، ولا تتوفر هذه الميزة الا عند اشخاص يمتلكون مميزات فكرية عالية¹.
- هي ذلك المخزون الذي تم تجميعه وتشكيله من مختلف تجارب الحياة، ودراسات العلمية البحثية عبر الزمن².
- هي استمرار للمعلومة، حيث تقوم المعرفة على فلترة تلك المعلومات، حيث تقوم بإعادة ترتيبها وتشكيلها عبر الزمن³.
- يعرفها ستيوارت 1997: هي رأس مال فكري، وهي اسلوب تمكن من تحقيق الثروة⁴.

ثانياً- تعريف ادارة المعرفة: تعدد تعاريف ادارة المعرفة واختلفت عند الباحثين والكتاب فكل واحد منهم ادلى بدلوه في تعريفها وسوف نذكر بعض تلك التعاريف لا الحصر لها وهي:

- يعرفها صلاح الكبيسي بأنها: تعبير عن انواع العمليات والسلوكيات والتي يساهم في تشكيلها وعملها المستفيدين في المؤسسة، للحصول وتخزين المعرفة لتأثر على جميع اعمل المنظمة من اجل تمكين المنظمة امتلاك افضل التطبيقات، حتى تتفوق على منافسيها⁵.

¹ محمد خالد أبو عازم، إدارة المعرفة والاقتصاد المعرفي، دار زهدي للنشر والتوزيع، عمان ، 2020 ، ص 8.

² عدي إياد خليل فياض، درجة ممارسة المعاداة والدوائر الإدارية بالجامعة الاسلامية لإدارة المعرفة وعلاقتها بمستوى فاعلية اتخاذ القرار لديها، رسالة ماجستير، تخصص أصول التربية، كلية التربية، جامعة الاسلامية بغزة فلسطين، سنة 1436 هـ 2015 م، ص 14.

³ احمد نافع المدادحة وعدنان عبد الكريم الذيابات، اقتصاديات المعلومات والمعرفة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان الاردن، الطبعة الاولى ، 2014-1435 هـ، ص 31.

⁴ قحموش إيمان، مساهمة التسويق الداخلي في تعزيز إدارة المعرفة - دراسة حالة مجموعة من المؤسسات -، اطروحة دكتوراه في علوم في علوم التسيير تخصص اقتصاد وادارة المعرفة والمعارف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير بسكرة ، 2018/2019 ، ص 06.

⁵ عبد الله حسن مسلم، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان الاردن، الطبعة الاولى ، 2015-1436 هـ، ص 21.

- وقد عرفها SKyrme بأنها: هي تسيير وتنظيم للمعرفة بصفة مفهومة، وكل ما يتعلق بها، وتركز على جمع وتكوين وتنظيم واستغلال للمعرفة، وللاستفادة منها يجب استخراج المعرفة من الاشخاص وتحويلها الى معرفة عامة¹.
 - هي وسيلة تمكن المنظمة من استغلال الامثل للمعلومة، والتي محفوظة في سجلات المنظمة، وتكون مخزنة بشكل غير منظم².
 - هي بحث عن اساليب الابداع وكسب المعرفة، من اجل استفادة منها، وذلك بإيصالها الى الافراد من اجل استفادة منها، في مهامه الادارية باتباع اساليب حديثة وتكنولوجية³.
 - تعرف ادارة المعرفة من جانب التقني بأنها: بأنها قابلية تقنيات المعلومات على إدارة المعرفة بشكل يسمح بتحسين العملية الإبداعية.
 - تعرف ادارة المعرفة من جانب الاجتماعي هي محاولة لإيجاد
 - طريقة للحصول على حكمة العاملين ومعارفهم داخل المنظمة لأجل رفع تلك المعرفة إلى أقصى حد ممكن والاحتفاظ بها.
- وبصفة عامة يمكن استخلاص تعريف شامل من مجموعة التعاريف السابقة حيث يمكن تعريف ادارة المعرفة بأنها: أداة وأسلوب لتنظيم، وتسيير المعرفة بما يمكن المنظمة من استفادة من تلك المعارف في نشاطها.
- الفرع الثاني- أهمية ادارة المعرفة:** تعتبر ادارة المعرفة من النماذج الجديدة المساعدة لتطور ورقي المنظمات، وتمكنها من تحسين وضعيتها في السوق، ولإدارة المعرفة عدة من فوائد على المنظمات نذكر بعضها:
- تساعد المنظمة على احداث تغيرات في هيكلها التنظيمي، من اجل مسايرة تغيرات قوانين العمل⁴.
 - تعتبر اداة لتخفيض التكاليف وزيادة العوائد.
 - هي وسيلة لتنمية الجانب البشري في المنظمة⁵.
 - تمكن المنظمة من تفوق على المنافسين لها.

¹ ليث عبد الله الفهوي، استراتيجية إدارة المعرفة والأهداف التنظيمية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الاردن، الطبعة الأولى ، 2013-1434 هـ، ص 25.

² خضر مصباح إسماعيل طيطي، إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الاردن، الطبعة الاولى ، 2010 م، ص 28.

³ بدريني هدى، رأس المال الفكري في منظمات الاعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، الملتقى الدولي الخامس، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، يوم 13-14 ديسمبر 2011.

⁴ فاتن نبيل محمد أبو زريق، دور ادارة المعرفة في تحسين الابداع التنظيمي في المحاكم النظامية، مذكرة ماجستير، تخصص القيادة والادارة، جامعة الاقصى غزة فلسطين ، 2017-1438 هـ، ص 20.

⁵ محمد خالد أبو عزام، مرجع سابق، ص 25.

- تجعل من المنظمات تركز على الجانب المعرفي بدل من الجانب رأس المال.
- تساعد ادارة المعرفة على اتخاذ قرارات صحيحة وفعالة في وقت وجيز، مما يمكن المنظمة من استغلال الفرص وتجنب التهديدات¹.
- تمكن المنظمة من استغلال كامل امكاناتها المادية والبشرية، بأحسن طريقة².

الفرع الثالث- متطلبات تطبيق ادارة المعرفة:

لنجاح وزيادة فعالية نظام ادارة المعرفة في المنظمات يجب توفر عدة عوامل وشروط، حتى يكون نظام ادارة المعرفة فعال ويقدم افضل النتائج للمنظمة ومن بين هذه المتطلبات نذكر بعض لا الحصر وهي:

أولاً- الهيكل التنظيمي: ويمثل الهيكل التنظيمي توزيع المهام والاعمال بين الوحدات الفرعية، كما يمثل العلاقة بين مختلف اقسام الادارية للمنظمة، والهدف من الهيكل التنظيمي هو تقسيم الاعمال والسيطرة عليها. وهو من مرتكزات التي تعتمد عليها ادارة المعرفة، ويبني الهيكل التنظيمي على التخصص في المهام، والهرمية في التعامل، وتجميع الوظائف، والتكامل والرقابة³.

ثانياً- الاستراتيجية: وتكون الاستراتيجية في ادارة المعرفة على مستويين وهما:

➤ **المستوى الأول:** ويكون هذا المستوى على عاتق مسؤول ادارة المعرفة ويهدف الى تطوير المستمر لاستراتيجيات المعرفة.

➤ **المستوى الثاني:** فيحرص على تطوير استراتيجيات المعرفة ليجعلها تتوافق مع خطة المنظمة⁴.

ثالثاً- الافراد: ونقصد بالأشخاص هم اطارات انظمة المعلومات واطارات ادارة المعرفة، وغيرهم من المتدخلين في ادارة المعرفة، ويعد المورد البشري هو ركيزة نظام ادارة المعرفة، لأنه هو من يبحث وينقل المعرفة من معرفة فردية الى معرفة جماعية⁵.

¹ محمد بوزيداوي، مساهمة إدارة المعرفة في بناء صورة المؤسسة دراسة حالة مؤسسات الهاتف النقال (موبيليس، جازي، أوريدو ،) اطروحة دكتوراه العلوم في العلوم التسيير تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2020/2019، ص 31.

² طه حسين نوي، التطور التكنولوجي ودوره في تفعيل إدارة المعرفة بمنظمة الاعمال ' حالة مديرية العامة لمؤسسة اتصالات الجزائر، اطروحة دكتورا، تخصص تسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2010-2011، ص 75.

³ محمد رشدي سلطاني، المعارف الجماعية كمورد استراتيجي وأثرها على نشاط الابداع في المؤسسة ' دراسة ميدانية حول المؤسسات القطاع الالكتروني بالجزائر، رسالة دكتورا، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير بسكرة، 2012-2013، ص 23.

⁴ سعد زناد درويش المحياوي وصلاح الدين عواد كريم الكبيسي، ادارة المعرفة مفاهيم اساسية نماذج عمليات، المنظمة العربية للتنمية الادارية بحوث ودراسات، 2004، ص 89.

⁵ صلاح الدين الكبيسي إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الادارية بحوث ودراسات، 2025، ص 92.

رابعاً- العمليات: وتعمل على اعداد اجراءات التي يجب ان يتم اعادة تطويرها من اجل ان تكون نظام ادارة المعرفة يتوافق مع مستلزمات العمال في نوعية وكمية المعلومة.

خامساً- الثقافة التنظيمية: وتعبر الثقافة التنظيمية على مكتسبات المنظمة من قيم واخلاق ومعتقدات ومعاملات بين افراد واساليب تفكيرهم، فالثقافة التنظيمية تمثل جزء هام من اجزاء تطبيق ادارة المعرفة في المنظمة، فهي تعتبر مصدر ومؤثر في اتخاذ قرارات في المنظمة.

سادساً- تكنولوجيا المعلومات: ويقصد بها اساليب وخطوات ابداعية والجديدة التي يتم بواسطتها معالجة المعلومات والمعرفة داخل المنظمة، وطرق تخزين وتنظيمها فيها، والكيفية استرجاع تلك المعلومة والمعرفة في حالة الحاجة اليها¹.

الفرع الرابع- تحديات ادارة المعرفة: لكل نشاط للقيام به هناك تحديات وصعوبات يجب مواجهتها للقيام به، وادارة المعرفة كذلك لديها تحديات يجب ان تواجهها من اجل نجاحها نذكر من هذه التحديات بعض منها دون حصرها وهي:

☒ تشجيع افراد داخل المنظمة على البحث وابداع، واختيار احسن اعمال التطبيقية.

☒ خلق جو وظروف مساعدة للعاملين، من اجل مشاركة معارفهم.

☒ تحديد طرق واساليب حفظ المعرفة في المنظمة وطرق استغلالها في اعمال من طرف العمال.

☒ صعوبة تعيين المكلفين في نظام ادارة المعرفة.

☒ مواجهة رفض وقابلية التغيير لأفكار لدى العاملين في المنظمة.

☒ صعوبة اعداد نظام ادارة المعرفة ليتوافق مع استراتيجية المنظمة.

☒ صعوبة تشارك في المعرفة حيث ان تلك المعرفة تعتبر عند بعض العمال وسيلة قوة لديهم في المنظمة.²

الفرع الخامس- عمليات ادارة المعرفة: ان لكل عمل من اجل انجازه واتمامه يجب ان يمر بمراحل ولان ادارة المعرفة هي عمل فهي غير مستثناة من تلك المراحل ومراحلها هي:

أولاً- مرحلة التشخيص: ان التشخيص يعد من الاشياء المهمة في برنامج ادارة المعرفة. بعد القيام بعملية التشخيص توضع برامج والسياسات الاخرى.

¹ بن عمر اسيا، مساهمة تطبيقات ادارة المعرفة في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية دراسة عينة من البنوك، اطروحة دكتورا، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، قسم علوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2019 – 2020، ص 38.

² زواغي زينة، ادلة المعرفة ودورها في رفع كفاءة اداء المؤسسة الاقتصادية –دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر –، اطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التسيير تخصص ادارة اعمال استراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أو لحاج البويرة، 2021، ص 30.

عند القيام بعملية التشخيص تمكننا من تعرف على مكتسبات المعرفة التي تمتلكها المؤسسة. وإطلاع على معارف المكتسبة من طرف العاملين فيها ولإنجاح برنامج ادارة المعرفة يجب ان تكون عملية التشخيص قد تمت بطريقة صحيحة ومضبوطة. وبواسطتها يتم وضع حلول للمشاكل¹.

ثانيا- مرحلة توليد المعرفة: ونعني به كسب معلومة او معرفة جديدة لم تكن موجودة من قبل لدى المنظمة. واعادة استغلالها في مصلحة ولصالح المنظمة. عن طريق جمع معلومات والمعارف وخبرات وتحويلها الى معرفة شخصية. ويتم توليد المعرفة عن طريق تعامل مع الزبائن والموردين ودورات التكوين والتربصات، ودراسة المجالات والبحوث وحضور الملتقيات².

ثالثا- مرحلة التخزين: ونعني بمرحلة التخزين هو حفظ المعلومة والمعرفة، وذلك بإعادة ترتيبها وجدولتها وتبويبها حسب اختصاصها ومجالها، من اجل مساعدة في استغلالها³.

رابعا- مرحلة النقل (التوزيع): ويكون في هذه المرحلة بعملة مشاركة المعارف والمعلومات بين افراد المنظمة، كل في مجال عمله وحصولهم على المعلومة والمعرفة التي تعنيهم في مجال تخصصهم. فتساعد هذه المرحلة المنظمة على زيادة كفاءة العاملين وتغير ادائهم الى الافضل⁴.

خامسا- مرحلة التطبيق: يتم في هذه المرحلة استعمال المعرفة ويعني ذلك ان المعرفة والمعلومة قد اصبحت جاهزة للاستعمال في المنظمة. حيث تمكن المنظمة من ترجمة تلك المعارف الى منتوجات واعمال جديدة تمكنها من اكتساب ميزة تنافسية على المنافسين، وتساعد على حل مشكلاتها⁵.

المطلب الثالث- دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين ادارة المعرفة: تلعب اليقظة الاستراتيجية دورا فعالا في تحسين ادارة المعرفة بما تقدمه من فوائد ومساعدة لإدارة المعرفة وسنتطرق الى دور كل نوع من انواع اليقظة الاستراتيجية في تحسين ادارة المعرفة:

¹ ماضي الهام والهاشمي بعاج وعبد القادر بن برطال، عمليات ادارة المعرفة ودورها في تنمية كفاءات الموارد البشرية، مجلة النور لدراسات الاقتصادية مجلد 5 عدد 8 , جوان 2019 , ص 113.

² نايف فوزي الرويلي، الدور الوسيط لعمليات ادارة المعرفة في العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والتغير التنظيمي دراسة تطبيقية على العاملين بجامعة الحدود الشرقية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية كلية التجارة جامعة دمياط، المجلد الخامس، العدد الثاني، الجزء الثالث، يوليو 2024 , ص 444.

³ سلمان بن درويش بن جعة البلوشي، تحقق العمليات الجوهرية لإدارة المعرفة لدى القيادات الادارية في سلطنة عمان ودور ذلك على اتخاذ القرارات الادارية، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي، اصدار الاربعون , 2022/08/05 , ص 153.

⁴ كنده علي ديب وعلي البهلول، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين عمليات ادارة المعرفة دراسة ميدانية في جامعة تشرين، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات الجامعية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد 39 , عدد 6 , 2017 , ص 177.

⁵ بوعزيز شيشون، أهمية الاسس الاستراتيجية والتكنولوجية في تطبيق ادارة المعرفة دراسة تحليلية لآراء اطارات لمديرية الجهوية لصندوق الوطني لسكن بولاية بسكرة، مجلة الابحاث الاقتصادية وادارية، العدد العاشر، ديسمبر 2011 , ص 59.

الفرع الأول- دور اليقظة التكنولوجية في تحسين ادارة المعرفة: ان الهدف الاساسي من تكوين لليقظة التكنولوجية في المنظمات هو متابعة ومسايرة التغيرات وتطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا والعلمي، وجمع المعلومات عما يستخدمه المنافسين من تكنولوجيا في عملية الانتاج والتسويق من اجل مواكبتهم، وجمع هذه المعلومات من طرف المنظمة فإنها تزيد وتطور مخزونها المعرفي الذي لديها وتحديثه بآخر المعلومات الجديدة¹ .

ومن ابرز مساهمات اليقظة التكنولوجية في تحسين ادارة المعرفة نذكر بعض منها وهي:

- ❖ توفير معلومات جديدة وحديثة لتكنولوجيا المستعملة من طرف المنافسين للمنظمة سواء مباشرين او غير مباشرين وهذا ما يمكن المنظمة من تحديث معلوماتها بشكل مستمر ومتواصل² .
- ❖ تساعد المنظمة على تحسين تواصل ونقل المعلومات والمعارف بين عمالها باستخدام افضل الطرق التكنولوجية الحديثة.

❖ تساعد اليقظة الاستراتيجية متخذي القرارات في المنظمة من اتخاذ قرارات صحيحة وذلك بمساعدتها في تحليل البيانات بطريقة صحيحة.

- ❖ توفر اليقظة التكنولوجية طرق حديثة وتكنولوجية مبتكرة لتخزين المعلومات. واعادة استعمالها.
- ❖ اليقظة التكنولوجية تعزز الابتكار وابداع وبهذا توفر للمنظمة معرفة جديدة ومبتكرة تساعد على النمو.
- ❖ تجعل المنظمة على معرفة مسبقة بالتغيرات التي ستحصل في مجال التكنولوجيا.

ادارة المعرفة بحاجة الى اليقظة التكنولوجية من اجل توفير معلومات دقيقة وحديثة في المجال التكنولوجي، وتساعد على تطوير طرق التخزين واساليب استرجاع المعلومات وحمايتها من اختراق من طرف المنافسين.

الفرع الثاني- دور اليقظة التجارية في تحسين ادارة المعرفة: ان عمل اليقظة التجارية يهدف الى معرفة برغبات الزبائن، وتتبع ومعرفة اخبار الموردين، والبائعين، وذلك بالبحث وتتبع المعلومات الخاصة بالسوق، والتغيرات الحاصلة فيه. وهذا ما يمكن المنظمة من تكوين قاعدة من معرفية واسعة وحديثة ومتجددة على اوضاع السوق مما يساعد على اتخاذ قرارات سليمة.

ومن ابرز مساهمات اليقظة التجارية في تحسين ادارة المعرفة نذكر بعض منها وهي:

- ❖ تهدف اليقظة التجارية على مراقبة السوق وجمع معلومات عن الزبائن والموردين مما يمكن المنظمة من حصول على معلومات ومعرفة دقيقة وحديثة. واستخدامها في مصلحتها.

¹ بوعزيز شيشون، مرجع سابق، ص 67.

² مها محمد الحاج عمر، دور اليقظة التكنولوجية في تحسين ادارة المعرفة في منظمات الاعمال، أوراق ثقافية مجلة الآداب والعلوم الانسانية، السنة الخامسة، العدد التاسع والعشرون، 2024.

- ❖ مراقبة السوق بفضل اليقظة التجارية تمكن المنظمة من جمع المعلومات بما يمكنها من توقع تغيرات واتجاهات السوق.
- ❖ بتوفير معلومات دقيقة وحديثة ووقتية على احوال السوق لإدارة المعرفة تقوم باتخاذ قرارات استراتيجية صحيحة وفي الوقت المناسب.
- ❖ زيادة الزاد المعرفي لعمال المنظمة وذلك بواسطة التقارير والمعلومات المقدمة من طرف اليقظة الاستراتيجية.
- ان اليقظة التجارية تقدم الى ادارة المعرفة معلومات صحيحة وحديثة ومتجددة باستمرار، وذلك بواسطة مراقبتها لسوق مما يمكن ادارة المعرفة من توسيع وتطوير بياناتها ومعارفها باستمرار.
- الفرع الثالث- دور اليقظة التنافسية في تحسين ادارة المعرفة:** ان الهدف الاساسي من تكوين لليقظة التنافسية في المنظمات هو جمع المعلومات حول المنافسين المباشرين، والمتوقعين لكي يكونوا منافسين لها في المستقبل، ومن ثم نشرها، وايصالها الى المسؤولين مما يوفر لهم معرفة جديدة وحديثة لتحركات المنافسين، فيزيد من حجم المعرفة المكتسبة لدى المنظمة.
- ومن ابرز مساهمات اليقظة التنافسية في تحسين ادارة المعرفة نذكر بعض منها وهي:
- ❖ زيادة حجم المعرفة للمنظمة حول منافسيها.
- ❖ بمراقبة المنافسين وسياساتهم وطرقهم، فإن المنظمة تقوم بتحديث طرق ادارة معرفتها بما يواكب تحركات المنافسين.
- ❖ تحسين ادارة المعرفة وذلك بواسطة معلومات عن تحركات المنافسين.
- ❖ بجمع المعلومات عن المنافسين تمكن ادارة المعرفة بمعرفة نقاط قوة وضعف المنافسين.
- ❖ بإيصال المعلومات عن المنافسين لإدارة المعرفة فإنها توفر لها قدرة على اتخاذ قرارات صحيحة.
- ❖ توفر لأفراد المنظمة مختلف المعلومات والمعارف حول المنافسين.
- ان اليقظة التنافسية تمكن ادارة المعرفة من الحصول على معلومات ومعارف حديثة ودقيقة حول المنافسين للمنظمة بشكل متواصل مما يجعل ادارة المعرفة في المنظمة على دراية ومواكبة لمختلف تحركات المنافسين.
- الفرع الرابع- دور اليقظة البيئية في تحسين ادارة المعرفة:** ان الهدف الاساسي من تكوين لليقظة البيئية في المنظمات هو تعرف على محيط الخارجي للمنظمة، عن طريق جمع وتتبع المعلومات المتعلقة به. مما يمكن المنظمة على الحصول على معارف جديدة ومستمرة لمحيط الخارجي، فيزيد من مخزونها المعرفي فيها.
- ومن ابرز مساهمات اليقظة البيئية في تحسين ادارة المعرفة نذكر بعض منها وهي:

- ❖ تمكن المنظمة من حصول على معرفة بتغيرات القانونية الحاصلة في الخارج مما يمكن ادارة المعرفة باستعمال تلك المعلومة واستغلالها فيما يفيد المنظمة.
 - ❖ تعزيز مخزون المعرفي للمنظمة مما يمكنها من جعل منتجاتها اكثر استدامة.
 - ❖ تمكن اليقظة البيئية من تقوية وزيادة ثقافة مستدامة للأفراد داخل المنظمة. مما يزيد من معارفهم حول البيئة المحيطة بهم، فتساعدهم على اتخاذ قرارات صديقة للبيئة.
 - ❖ تساعد اليقظة البيئية المنظمات على معرفة استباقية للمخاطر البيئية، وذلك عن طريق توفير وتعزيز معرفة المنظمة وتحديثها حول المتغيرات البيئية.
 - ❖ تستطيع المنظمة من خلالها تحديث اساليب ادارة المعرفة الخاصة بالتحديات البيئية.
- ان اليقظة البيئية توفر لإدارة المعرفة معلومات ومعارف خاصة بالبيئة الخارجية لها مما يجعل ادارة المعرفة في المنظمة على دراية ومواكبة لمختلف التغيرات القانونية والبيئية في محيطها.
- المبحث الثاني- الدراسات السابقة حول اليقظة الاستراتيجية وادارة المعرفة:** سنحاول في هذا المبحث ان نذكر بعض الدراسات التي تناولت اليقظة الاستراتيجية واخرى ادارة المعرفة، كل على حدى، ودراسات تناولتهما معا.

المطلب الأول- دراسات سابقة متعلقة باليقظة الإستراتيجية:

الفرع الأول- الدراسات باللغة العربية:

أولا- دراسة رتيبة نحاسية (2018/2017)، بعنوان: "أهمية اليقظة الإستراتيجية في تحسين عملية اتخاذ القرار بالمؤسسة دراسة حالة مؤسسة (ooredoo) الجزائر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال.

تعيش وتنمو المؤسسات في بيئة تتصف بالتعقيد، الديناميكية، عدم التأكد والاضطراب، كما أن الانفجار المعرفي وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى إلى تنوع وتضاعف حجم المعلومات على المستوى العالمي بمعدل غير عادي، كل هذا أدى إلى تعقد القرارات الواجب اتخاذها، وإلى زيادة أهمية المعلومات كمورد استراتيجي وعنصرا أساسيا للمنافسة. ولكي تتمكن المؤسسة من اتخاذ القرارات المناسبة، عليها أن تتحصل على المعلومات المناسبة وفي الوقت المناسب، عن كل مكونات تلك البيئة. من أجل ذلك، أصبح من الضروري اليوم على المؤسسة أن تتجهز بنظام معلومات حديث لمسايرة التحولات البيئية، وهو نظام اليقظة الإستراتيجية الذي يسمح لها من خلال مسار معلوماتي إرادي استباقي بجمع، تخزين، تحليل ونشر المعلومات إلى مراكز اتخاذ القرار. والذي يسمح كذلك بكشف

الإشارات الضعيفة التي تنذر مسبقا عن وقوع حدثا ما والذي يمكن أن يكون تهديدا للمؤسسة يتطلب اجتنابه أو فرصة لها ينبغي اقتناصها. تتوقف فعالية وقدرة نظام اليقظة الإستراتيجية، والمتمثلة في المساعدة على اتخاذ القرار ولاسيما القرارات الإستراتيجية على توفر مجموعة من الأدوات غير التقليدية والمعتمدة على كل من ذكاء الأعمال والويب لجمع وتحليل المعلومات التي تتفق مع احتياجات متخذي القرارات من حيث الدقة، التوقيت المناسب والملائمة، حيث يتم تحليل تلك المعلومات ونشرها في الوقت الحقيقي. بناء على ما سبق، سوف نحاول من خلال هذا العمل إلى تحديد أهمية اليقظة الإستراتيجية في تحسين عملية اتخاذ القرار في مؤسسة أوريدو الجزائر، وهذا من خلال تبيان دور نظام اليقظة الإستراتيجية في دعم عملية اتخاذ القرار بهذه المؤسسة.

ثانيا- دراسة علوط فتيحة (2020/2019)، بعنوان: "اليقظة الإستراتيجية كآلية فعالة لمواجهة الأزمات دراسة حالة المديرية العامة لمؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة اليقظة الاستراتيجية كآلية فعالة لمواجهة الأزمات في المديرية العامة لاتصالات الجزائر موبيليس. ولغرض تحقيق هذا الهدف، وجمع البيانات الضرورية لاختبار فرضياتها، تم تصميم استبانة متكونة من ثلاثة أجزاء: الأول يقيس العوامل الشخصية لأفراد العينة، والثاني يقيس الواقع الفعلي لتطبيق أنشطة إدارة الأزمات، والثالث يقيس ممارسات اليقظة الإستراتيجية داخل المؤسسة المدروسة. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لليقظة الإستراتيجية بأبعادها على إدارة الأزمات بالمديرية العامة لمؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس.

ثالثا- دراسة محمد غوالى (2023/2022)، بعنوان: "أثر اليقظة الإستراتيجية في عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للمحروقات "سوناطراك"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير تخصص أعمال إلكترونية.

تعتبر المؤسسة الاقتصادية النواة الأولى لبناء اقتصاد متين و متماسك، وذلك راجع لقدرة هذه المؤسسات على التكيف والتأقلم مع بيئة الأعمال المعاصرة التي تعتبر من أهم مميزاتها التعقيد والتغير والتطور. وبما أنّ السمة الأساسية التي تحكم نشاطات هذه المؤسسات هو التكيف والتأقلم مع هذه البيئة وليس الانعزال عنها، فإنه يستوجب عليها تبني استراتيجيات وخطط فعالة تحدد توجهاتها الخاصة بالأنشطة ومواجهة التحديات الداخلية والخارجية للمتغيرات البيئية، مما يتيح لها الاستغلال والتحكم الأمثل بالموارد المتاحة. إنّ التحدي الأكبر الذي تواجهه هذه المؤسسات هو مدى قدرتها على تبني آليات وأطر علمية وعملية مناسبة لتقوية قدرتها التنافسية، والتي تمكنها من تحقيق الريادة

ومكانة خاصة في ظل المنافسة الخارجية التي أصبحت تسيطر على الأسواق العالمية والمحلية. وفي إطار عمل هذه المؤسسات على تقوية مكانتها فإنها ملزمة بتبني أساليب الإدارة الحديثة والتي من بينها إتباع نظام فعال لليقظة الإستراتيجية. تعتبر اليقظة الإستراتيجية من أساليب الإدارة الحديثة التي جيء بها بغية تحقيق التسيير الأمثل للمعلومات لأنها تمثل موردا إستراتيجيا في اتخاذ القرارات. واليقظة الإستراتيجية ما هي إلا نظام معلومات موجه أصلا نحو البحث في المحيط الخارجي والداخلي من أجل بناء قرارات إستراتيجية تعزز بها المؤسسات مكانتها وضمان استمراريته. الجزائر كغيرها من الدول تولي أهمية خاصة للمؤسسات الاقتصادية وهذا راجع لقدرتها الابتكارية في زيادة الثروة ومساهمتها في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية، وانطلاقا من هذه المعطيات فإنّ التحدي الأكبر الذي تواجهه هذه المؤسسات في ظل التعقيدات الكبيرة التي تشهدها بيئة الأعمال الجزائرية، وانفتاح الاقتصاد الجزائري على الاقتصاد العالمي وما يترتب عنه من اشتداد للمنافسة، فإنّ ترقية هذه المؤسسات الجزائرية لتفعيل دورها في تحقيق التنمية الاقتصادية، يعتمد على التطبيق الفعال لنظام اليقظة الإستراتيجية التي تعمل على رصد جميع المتغيرات البيئية التي تنشط فيها هذه المؤسسات، وكذلك قدرته على توفير المعلومات المفيدة والمساعدة على اتخاذ القرارات الإستراتيجية، وهذا من أجل الحفاظ على البقاء والاستمرارية.

رابعا- دراسة خولة شادي (2018/2017)، بعنوان: "اليقظة الإستراتيجية وترشيد عملية صنع القرار بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة وصفية لمؤسسة نפטال NAFTAL"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال مؤسساتي.

نظرا للتغيرات التي تعيشها المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وفي ظل التطورات الحاصلة وجدت مؤسسة "نפטال" نفسها أمام تحديات وجب التصدي لها عن طريق تهيئة البيئة المناسبة من خلال استخدام إطاراتها لأساليب حديثة في تسييرها من خلال نظام اليقظة الاستراتيجية. وهذا ما قادنا لاختيارها كمجال للبحث والتعرف على مستوى مساهمة مخرجات هذا النظام من منظور إطاراتها في عملية صنع القرار بمؤسسة "نפטال". من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي: كيف تعمل اليقظة الاستراتيجية وكيف تساهم مخرجاتها في ترشيد القرارات من منظور إطارات المؤسسة الاقتصادية الجزائرية "نפטال"؟ جاء هذا البحث بهدف توضيح طريقة عمل اليقظة وتحديد كيفية مساهمتها في تزويد إطارات مؤسسة "نפטال" بالمعلومات الضرورية في جميع مراحل عملية صنع القرار. وتنبع أهمية هذا البحث من خلال المساهمة المتوقعة لنتائجه والتي قد تفيد في تحسين سيرورة المعلومات وتوجيهها الوجهة الصحيحة في عملية صنع القرارات وتصويبها، وللمساهمة في إفادة إطارات مؤسسة محل البحث. يندرج بحثنا هذا ضمن البحوث الوصفية من خلال وصف كيفية عمل اليقظة الاستراتيجية ومستوى مساهمتها في صنع القرار بمؤسسة "نפטال" لهذا اعتمدنا

على المنهج المسحي واستخدمنا الاستبانة كأداة رئيسية للبحث وكذا المقابلة. أبرزت نتائج التحليل العاملي للمعطيات المتعلقة بمتغيرات البحث تشبع وتكتل وتجمع العبارات وفقا لأربعة (4) عوامل رئيسية، كل عامل منهم تجمعت فيه مجموعة من العوامل تم استخلاصها من مجموع العوامل المشكلة لكل محور مع المحافظة على أهم العبارات في كل مرحلة، والتي مثلت مساهمة المعلومات الناتجة عن عملية اليقظة في ترشيد قرارات إدارات مؤسسة "نפטال" في كل مراحل عملية صنع القرار.

خامسا- دراسة طجين العالية (2013/2014)، بعنوان: "دور اليقظة الإستراتيجية في تحليل البيئة الخارجية للمؤسسة باستخدام تحليل القوى التنافسية لبورتر دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب أوماش"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير تخصص تسيير الاستراتيجي للمنظمات.

يعيش العالم على العموم وعالم الأعمال على الخصوص، حاليا وأكثر من وقت مضى، مرحلة تتسم بالاعتماد أكثر فاكثرا على المعلومات في كل الميادين، وهذا راجع للتقدم المتسارع والتنافس المتزايد، حيث أصبحت المنافسة تمارس ضغطا على المؤسسات في جميع القطاعات. وفي ظل هذا المحيط تعمل المؤسسات جاهدة لتحسين جودة منتجاتها وخدماتها والعمل على معرف السواق وآليات عملها، لتحسين وضعها مقارنة بالمنافسين لذلك بدأت المؤسسات تولي اهتماما كبيرا باليقظة الاستراتيجية لكونها تعد قوة حقيقية تترجم قدرتها على توقع المستقبل والانفتاح على البيئة الخارجية وما تحتويه من فرص وتهديدات، ومدى تأثيرها على وضعيتها التنافسية. وبذلك جاءت هذه الدراسة من أجل التعرف على دور اليقظة الاستراتيجية في تحليل البيئة الخارجية، واتخذت من المطاحن الكبرى للجنوب كحالة دراسة، معتمدة على الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات، وعملت على تحليل البيانات بمجموعة من الأساليب الإحصائية مثل المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل ألفا كرو نباخ وخلصت الدراسة في الأخير إلى العديد من التوصيات أهمها: تشجيع الإدارة العليا على تقبل فكرة إنشاء مصلحة لليقظة الاستراتيجية، ونشر ثقافتها، وإلى التعامل مع المعلومات كمورد استراتيجي بما يساعد على تحليل بيئتها الخارجية من أجل اقتناص الفرص المتاحة ومواجهتها التهديدات التي تفرضها وبالتالي تحسين تنافسية المؤسسة.

سادسا- دراسة حبيبة سعد الدين (2023)، بعنوان: "واقع اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الخدمية الجزائرية دراسة عينة من البنوك بالمسيلة - الجزائر -"، مقالة علمية مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية المجلد 07 العدد 01 ص 26-45 تاريخ النشر 2023/03/15.

هدفت هذه الدراسة الى تسليط الضوء على مفهوم اليقظة الاستراتيجية التي باتت وسيلة هامة لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة , كما هدفت الى ابراز واقع تطبيق اليقظة الاستراتيجية في المؤسسة الخدمية الجزائرية , وقد تم اختيار عينة

عشوائية من البنوك بولاية المسيلة . و توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها ان اليقظة الاستراتيجية عملية مستمرة لجمع و تحليل المعلومة بصورة استباقية , ذات اهمية في اتخاذ القرار و تحقيق المزايا التنافسية , كما خلصت الدراسة الى ان المؤسسة الخدمية تتبنى اليقظة الاستراتيجية بأبعادها التكنولوجية , والتنافسية، والتجارية .

الفرع الثاني- الدراسات باللغة الأجنبية:

أولاً- دراسة (2009) Souad Kamoun-Chouk: جاءت هذه الدراسة في شكل مقال مقدم لمجلة علوم التسيير بجامعة تونس تحت عنوان:

Comment convaincre de l'utilité, de la veille stratégique ? Le cas d'une PMI tunisienne

هدفت هذه الدراسة لإقناع فائدة استخدام اليقظة الاستراتيجية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة بتونس، وهذا المساعدة القادة المؤسسيين وقادة الأعمال في تونس على التعرف على ممارسات اليقظة الاستراتيجية وتقدير فائدتها في العمل الاستراتيجي واتخاذ القرارات، فقد قامت الباحثة بابتكار طريقة للتدخل أطلقت عليها اسم APATE (تفعيل عملية الاهتمام البيئي)، وهي تعتمد على المعرفة القابلة للتطبيق المستمدة من الدراسات التجريبية التي أجريت في سياقات مختلفة لتغيير الإبداع والابتكار. وقد تم تطبيق هذه الطريقة بأخذ حالة شركات في قطاع المكونات الكهربائية، وكان قادة الأعمال التونسيين ليسوا فقط غير معتادين على التعاون مع الباحثين الجامعيين، لكنهم لم يعودوا يؤمنون بخطابات الاستشاريين والخبراء الذين حسب رأيهم، يأتون إلى بيع المفاهيم النظرية التي تقع في غياهب النسيان بعد رحيلهم. لذلك كان من الضروري إيجاد طريقة أخرى غير التعليم الكلاسيكي وهي التعلم بالممارسة.

وكانت المجموعة الأولية تتكون من سبعة عشر شركة سنة منهم كانوا من البداية غير مستعدين للاستثمار في المشروع، ثم انسحب ثمانية آخرون وبقيت ثلاث شركات ومن بين هاته الشركات الثلاث التي اتبعت جميع خطوات الطريقة التي اقترحتها الباحثة هي شركة Lumière إذ أن قائدها حظر جميع مراحل منهج تدخلها، وطلب أيضا تمديده داخل الشركة، ولم تتمكن إحدى الشركتين الباقيتين المسماة Bureau من التغلب على حاجز دوران التنفيذيين وعدم وجود اتصال داخلي للاستفادة من ردود الفعل الخاصة بتدخل الباحثة، والشركة الثانية Chaussette من التخلف التكنولوجي وعدم انفتاح الشخص الأول المسؤول عن البيئة الخارجية من اتباع هذه الطريقة، ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

■ أن طريقة APATE المستخدمة حشدت عددا معينا من المفاهيم الأساسية المرتبطة بشكل خاص

بالذكاء البيئي، وإدارة الحالات المعقدة التي تتسم بعدم اليقين والغموض، والتعلم الجماعي الناجم عن

التفاعل بين الجهات الفاعلة وبالتالي فهي طريقة فعالة لإظهار مدى فائدة اليقظة الاستراتيجية.

والمقترح الذي قدمته الباحثة تمثل في ضرورة إعادة تطبيق هذه الطريقة للتأكد من مدى فعاليتها وصحتها عند تكرارها داخل شركات أخرى.

ثانياً - دراسة Anna Leymarie (2011) قدمت هذه الدراسة للحصول على اللقب المهني: مدير مشروع في هندسة الوثائق، بعنوان:

La diffusion des résultats de la veille : enjeux, m'méthodes et pratiques. Le cas de l'Institut National de l'Environnement Industriel et des Risques (INERIS.)

هدفت هذه الدراسة أولاً إلى تحديد مفهوم اليقظة وطريقة ومراحل عملها، ثم إعطاء طريقة لنشر نتائج اليقظة ووضع تقارير عن ممارسات النشر في المنظمات بفرنسا، بدءاً من نتائج المسح التي أجريت مع المهنيين في اليقظة عموماً، حيث تم إرسال الاستبيان عبر البريد الإلكتروني إلى حوالي 80 شخصاً، واستجاب 10 أشخاص، ما يمثل معدل استجابة يبلغ 12.5%، إذ ينتمي معظم المستجيبين إلى المنظمات الخاصة (70%)، أما بالنسبة للباقي فهي منظمات شبه عامة (20%)، وعامة (10%) ومعظمهم منظمات كبيرة، لديهم أكثر من 100 موظف و 60% منهم لديهم أكثر من 1000 موظف.

ثم دراسة حالة المعهد الوطني للبيئة الصناعية والمخاطر (INERIS) خصوصاً، الذي يرغب في تحسين عملية النشر ليقلظته الاستراتيجية بإرسال الاستبيان كذلك عبر البريد الإلكتروني إلى 22 شخصاً، واستجاب 11 شخصاً، بمعدل استجابة 50%، حيث كان المستجيبون على مستويات مختلفة في المعهد مديرون، ومديرو المشاريع ومندوبين علميين ومهندسين تنتمي إلى مختلف الإدارات التشغيلية وكذلك الوظيفية ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل الاستبانة:

■ أن الجانب الكبير الذي يستحق تحسينه في نظام اليقظة الخاص بأفراد العينة هو مشاركة المعلومات داخلياً.

إضافة إلى ضرورة تطوير التعاون بين المراقبين والخبراء الميدانيين بمعهد INERIS،

■ وكذلك وجب إعداد منصة مراقبة أو مساحة تعاونية تجعل من الممكن تحسين توزيع منتجات اليقظة وتعزيز

مصادقية المعلومات. وعلى هذا المعهد أن يشارك في تنظيم الاجتماعات لتقديم نتائج اليقظة، كما هو

الحال في إطار "مراكز الفكر الاستراتيجي"، من أجل توفير نظام نشر أمثل.

ومن أهم التوصيات التي اقترحتها الباحثة هو ضرورة نشر ثقافة تبادل المعلومات والبدء بالعطاء ما بين المشرفين التشغيليين أو الميدانيين بشكل تعاوني، مما يساهم في تسهيل عملية النشر الخاصة باليقظة.

المطلب الثاني- دراسات سابقة متعلقة بإدارة المعرفة:

الفرع الأول- الدراسات باللغة العربية:

أولاً- دراسة زواغي زينه (2021/2020)، بعنوان: "إدارة المعرفة ودورها في رفع كفاءة أداء المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (LMD) في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال استراتيجية.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور إدارة المعرفة في رفع كفاءة أداء المؤسسات الاقتصادية نظرياً، وتم إسقاطها ميدانياً على مؤسسة اتصالات الجزائر، وقد اشتملت الدراسة على متغير مستقل تمثل في إدارة المعرفة بمختلف عملياتها (تشخيص المعرفة، توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة)، ومتطلباتها (المورد البشري، تكنولوجيا المعلومات، البيئة التنظيمية)، ومتغير تابع متمثل في الأداء بمختلف محاوره (المورد البشري العمليات الداخلية، التعلم والنمو). ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبيان لغرض جمع البيانات من أفراد العينة المختارة وتم استخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل بيانات الاستبيان، اعتماداً على أساليب إحصائية مثل المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، ونموذج الارتباط والانحدار وغيرها. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية بين متغيري إدارة المعرفة وكفاءة الأداء، إذ أن تحسين في تطبيق عمليات إدارة المعرفة ومتطلباتها لا بد أن ينعكس إيجاباً على رفع كفاءة الأداء، بالإضافة إلى وجود علاقة بين كل عنصر من عناصر إدارة المعرفة وبين كل محور من محاور الأداء، مما سمح للباحث الوصول إلى استنتاجات قابلة للتطبيق والانتفاع منها سمحت لو بتقديم توصيات يرى أنها تساهم بكفاءة في تحسين أداء المؤسسة محل الدراسة، والمؤسسات المماثلة تنظيمياً وتقني.

ثانياً- دراسة قحموش إيمان (2019/2018)، بعنوان: "مساهمة التسويق الداخلي في تعزيز إدارة المعرفة دراسة حالة مجموعة من المؤسسات"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير في إطار مدرسة الدكتوراه في الاقتصاد التطبيقي وإدارة المنظمات تخصص اقتصاد وإدارة المعرفة والمعارف.

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على معرفة مدى مساهمة التسويق الداخلي في تعزيز إدارة المعرفة، بالاعتماد على نموذج خاص يتم من خلاله دراسة مدى مساهمة أبعاد التسويق الداخلي والمتمثلة في: التدريب، التحفيز، التمكين، الاتصال الداخلي، التوجه نحو العملاء في تعزيز إدارة المعرفة من خلال عملياتها والمتمثلة في: اكتساب المعرفة، تخزين المعرفة، المشاركة بالمعرفة، تطبيق المعرفة. وللتحقق من ذلك أجريت دراسة على مجموعة من المؤسسات باستخدام المقابلة والاستبيان مع كل من القرض الشعبي الجزائري، بنك الفالحة والتنمية الريفية، بنك التنمية المحلية، بنك الخليج الجزائر والبنك الخارجي الجزائري. وتم التوصل من خلال هذه الدراسة إلى العديد من النتائج النظرية

والتطبيقية. فالنتائج النظرية مت التوصل إلى أن الهدف الرئيسي من التسويق الداخلي هو معرفة حاجات الموظفين والعمل على إشباعها من خلال تطبيق أبعاد التسويق الداخلي، التي تدعم تطبيق استراتيجيات المؤسسة. أما النتائج التطبيقية فأهم ما جاء فيها أنو باستثناء التمكين والاتصال الداخلي وجد بأن كل من التدريب، التحفيز، التوجه نحو العملاء تساهم في تعزيز إدارة المعرفة. ومن خلال ذلك مت إثبات الفرضية الأساسية للدراسة والتي ترى بأن التسويق الداخلي يساهم في تعزيز إدارة المعرفة.

ثالثاً- دراسة محمد بوزيداي (2020/2019)، بعنوان: "مساهمة إدارة المعرفة في بناء صورة المؤسسة دراسة حالة المؤسسات الهاتف النقال (موبيليس، جازي، أوريدو)"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير تخصص تسيير موارد بشرية.

وهدف هذه الدراسة إلى تبين مساهمات إدارة المعرفة في بناء صورة متكاملة ومميزة للمؤسسة من خلال محورين، المحور الأول يتمثل في الأداء المتميز للمؤسسة حيث يتم تحسينه في مجالات متعددة مثل إدارة الموارد البشرية التي أصبح لها أدوار جديدة في ظل إدارة المعرفة، كما أسهمت في تعزيز الإبداع والابتكار داخل المؤسسة، وفي مجال بناء وتنمية رأس المال الفكري وتفعيله، وكذلك صناعة رأس مال اجتماعي قوي للمؤسسة، كما أن لإدارة المعرفة أدوار تكاملية مهمة مع عمليات أخرى داخل المؤسسة مثل الذكاء الاقتصادي والتعلم التنظيمي... الخ، وأما المحور الثاني لبناء صورة المؤسسة وهي طبيعة العلاقات مع الزبائن والتي تختص بها إدارة علاقات الزبائن، والتي دخلت عليها تطورات جديدة في ظل إدارة المعرفة، حيث أصبحت تدعى إدارة معرفة الزبون والتي تنظر للزبون على أنه شريك في خلق القيمة، ومن خلال دراسة حالة مؤسسات الهاتف النقال (موبيليس، جازي، أوريدو) تم التأكد من صحة النموذج المقدم في هذه الدراسة للعلاقة بين إدارة المعرفة وصورة المؤسسة.

رابعاً- دراسة طرفة محمد (2018/2017)، بعنوان: "تكامل عمليات إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات وأثره على إدارة الموارد البشرية دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس - الجزائر -"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة الموارد البشرية.

استهدفت الدراسة اختبار أثر تكامل عمليات إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات على إدارة الموارد البشرية بمؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم توزيع استبيان مصممة و محكمة لفحص متغيرات الدراسة، على عينة مكونة من (200) موظفاً وموظفة بغض النظر عن رتبهم في المؤسسة (موظفين عاديين، رؤساء الفواصل أو الأقسام، رؤساء المكاتب، رؤساء الدوائر، نواب المديرين أو مدراء مديريات) يعملون بالمديرية المركزية بمؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس، وقد بلغ عدد الاستبيانات المستردة (180)،

وبعد معاينة هذه الاستبيانات تبين أن الصالحة منها للتحليل هي (165) استبانة، وبعد تحليلها توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: - يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط قوية موجبة بين تكنولوجيا المعلومات وعمليات إدارة المعرفة (خلق المعرفة، تخزين المعرفة، تقاسم المعرفة، تطبيق المعرفة)، وبالتفصيل في هذه العلاقة يمكن أن نميز ما يلي:

- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط موجبة بين تكنولوجيا المعلومات وعملية خلق المعرفة.
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط موجبة بين تكنولوجيا المعلومات وعملية تخزين المعرفة. يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط موجبة بين تكنولوجيا المعلومات وعملية توزيع المعرفة.
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط موجبة بين تكنولوجيا المعلومات وعملية تطبيق المعرفة.
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط قوية موجبة بين تكامل عمليات إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات وإدارة الموارد البشرية (وظيفة تخطيط الموارد البشرية، وظيفة توظيف الموارد البشرية، وظيفة تعليم وتدريب الموارد البشرية، وظيفة تحفيز الموارد البشرية، وظيفة تقييم أداء الموارد البشرية). وبالتفصيل في هذه العلاقة يمكن أن نميز ما يلي:
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط قوية موجبة بين تكامل عمليات إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات ووظيفة تخطيط الموارد البشرية.
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط قوية موجبة بين تكامل عمليات إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات ووظيفة توظيف الموارد البشرية.
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط قوية موجبة بين تكامل عمليات إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات ووظيفة تعليم وتدريب الموارد البشرية.
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط قوية موجبة بين تكامل عمليات إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات ووظيفة تحفيز الموارد البشرية.
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية، أي وجود علاقة ارتباط قوية موجبة بين تكامل عمليات إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات ووظيفة تقييم أداء الموارد البشرية.

خامسا- دراسة بن عمر آسيا (2020/2019)، بعنوان: "مساهمة تطبيقات إدارة المعرفة في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية دراسة عينة من البنوك"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التجارية تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية.

تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق إدارة المعرفة ومدى مساهمتها في بناء وتعزيز الميزة في البنوك الجزائرية حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على عملية الاستقصاء لآراء موظفي البنوك العمومية، كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة من خلال الاستبانة الموزعة على العينة البالغ عددها 370 موظف، وذلك لمعرفة اتجاهاتهم حول مساهمة تطبيق إدارة المعرفة في بناء ودعم الميزة التنافسية، وتمت معالجتها باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية بالاعتماد على برنامج SPSS ، وتوصلنا من هذه الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية وسبل دعمها حيث قدر معامل الارتباط بقيمة 0.781، وهذا ما دل بأن تطبيق إدارة المعرفة في البنوك محل الدراسة حسب آراء عينة الدراسة تساهم بشكل إيجابي في تحقق وتعزيز الميزة التنافسية وتم من خلالها تقديم مجموعة من الاقتراحات والتوصيات بغرض تحسين مستوى تطبيق إدارة المعرفة وتحقيق التميز في البنوك محل الدراسة.

سادسا- دراسة رمزي عقلة الرواشدة (2018/2017)، بعنوان: "مساهمة تطبيقات إدارة المعرفة في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية دراسة عينة من البنوك"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال: تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على العناصر الرئيسية الداعمة لتنفيذ عمليات إدارة المعرفة، والتي تدعي "عوامل النجاح الحرجة" وهي: الثقافة التنظيمية، والقيادة الإدارية، والهيكلة التنظيمية، وتكنولوجيا المعلومات، والإستراتيجية. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهدافها، حيث تم توزيع استبانة على عينة عشوائية مكونة من 350 فردا من الأفراد الفنيين، والإداريين، والإشرافيين العاملين في ثلاثة بنوك أردنية. وبعد دراسة المتطلبات الخمسة لتنفيذ عمليات إدارة المعرفة في المصارف الأردنية، أظهرت النتائج:

- أن العناصر الثلاثة: الثقافة التنظيمية، والقيادة، وتكنولوجيا المعلومات، تعتبر أهم العوامل، ولكنها تحتاج إلى مزيد من الاهتمام، من خلال تعزيز قيم ومعايير العمل الجماعي، والمشاركة، والثقة، وروح الفريق، والتعاون، وإزالة جميع العقبات التي تحول دون وصول الأفراد والإدارات الإدارية إلى المعرفة.
- ما يميز الثقافة في البنوك الأردنية أنها ثقافة تدعم العمل الجماعي، وفرق العمل والتعاون، والثقة بين الأفراد، وهي أبعاد أساسية من أجل تسهيل خلق وتبادل ونشر المعرفة. أما القيادة فهي قريبة من مواصفات القيادة التحويلية، وهي قيادة تدعم ثقافة المنظمة، وتبحث عن جميع الوسائل التي تشجع الأفراد، من خلال التركيز

على سلوكيات القائد والمعتقدات التي تشجع الأفراد على تبادل ونقل وإنتاج المعرفة. أما التكنولوجيا فوضعها جيد؛ من خلال وجود بنية تحتية التكنولوجيا بكافة التجهيزات محفزة لعمليات إدارة المعرفة في المنظمات، لكنها تحتاج إلى إعطاء اهتمام أكبر لقواعد البيانات، وجعلها متاحة للجميع دون قيود. عدا أن دورها الذي يقتصر على تبادل المعارف الصريحة فحسب، بل يتعداها إلى تيسير تبادل المعارف الضمنية أيضا.

- أظهرت النتائج أيضا أن الهيكل التنظيمي، والإستراتيجية، هما الأقل أهمية في دعم إدارة المعرفة في المنظمات، ويحتاجان إلى مراجعة مكثفة ومستمرة من أجل تنفيذ أكثر فعالية لإدارة المعرفة. فما يزال الهيكل التنظيمي في طور البدايات فيما يخص تنفيذه لإدارة المعرفة، فعلى الرغم من أن هناك خصائص داعمة للتنفيذ الجيد لإدارة المعرفة، ولكنها أقرب إلى الهيكل التنظيمي الميكانيكي منه إلى الهيكل العضوي، وقد ال تلبية المستوى المطلوب من التنفيذ الجيد لإدارة المعرفة. كما يتعين على المنظمات إعادة النظر فيما يخص الإستراتيجية، من خلال تكثيف الجهود، من أجل تحديد الفجوات المعرفية؛ لتحسين آليات التخطيط الاستراتيجي.
- وجدنا إن التفاعل بين المتغيرات ككل تفاعل إيجابي، مما يشير إلى أن هذه المتغيرات تتداخل وتكمل بعضها البعض. وال يمكن لهذه المتطلبات أن تنجح، ما لم تعمل معا بطريقة منسجمة.

الفرع الثاني- الدراسات باللغة الأجنبية:

أولا- دراسة (Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001)، بعنوان:

Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues .

هدفت الدراسة إلى توضيح الأسس النظرية لمجال إدارة المعرفة، واستكشاف الدور الذي تلعبه نظم إدارة المعرفة في المنظمات، استخدم الباحث منهج وصفي تحليلي (تحليل نظري للأدبيات السابقة)، وخلصت لعدة نتائج أبرزها:

- أوضحت الدراسة أن إدارة المعرفة تتعدى التكنولوجيا، وتشمل الجوانب الاجتماعية والتنظيمية.
- بينت العلاقة التفاعلية بين المعرفة والتعلم التنظيمي.
- حددت الفروق بين البيانات والمعلومات والمعرفة.

كما قدمت الدراسة عديد التوصيات أهمها:

- ضرورة تطوير نماذج متكاملة تجمع بين التكنولوجيا والسلوك البشري لإدارة المعرفة.
- تشجيع البحث التجريبي المستقبلي لفحص العلاقة بين أنظمة إدارة المعرفة وأداء المؤسسات.

ثانيا- دراسة (Ode, E., & Ayavoo, R. (2020)، بعنوان:

The mediating role of knowledge application in the relationship between knowledge management practices and firm innovation.

Journal of Innovation & Knowledge, 5(3), 210–218.

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير ممارسات إدارة المعرفة (مثل الاكتساب، التخزين، المشاركة) على الابتكار المؤسسي، مع دراسة الدور الوسيط لتطبيق المعرفة في هذه العلاقة، استخدم الباحث منهج وصفي تحليلي واعتمد على استبيان مغلق وُزِعَ على عينة من 253 موظفًا في شركات متوسطة وكبيرة بماليزيا وخلصت لعدة نتائج أبرزها:

- توجد علاقة إيجابية مباشرة بين ممارسات إدارة المعرفة والابتكار المؤسسي.
 - تبين أن تطبيق المعرفة يلعب دورًا وسيطًا مهمًا في تعزيز هذا التأثير.
 - المشاركة الفعالة للمعرفة داخل المؤسسات تعزز الابتكار أكثر من مجرد امتلاك المعرفة.
- كما قدمت الدراسة عديد التوصيات أهمها:

- ضرورة أن تركز المؤسسات على تطبيق المعرفة وليس فقط جمعها وتخزينها.
- تشجيع بيئة تشاركية وتعاونية تسهم في تحويل المعرفة إلى ممارسات وابتكارات فعلية.
- الاستثمار في التدريب المستمر وتطوير المهارات لتسهيل تطبيق المعرفة داخل بيئات العمل.

المطلب الثالث- دراسات سابقة متعلقة باليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة معا:

الفرع الأول- الدراسات باللغة العربية:

أولا- دراسة باديس سيليا (2020/2019)، بعنوان: "دور عمليات إدارة المعرفة في تحقيق اليقظة الاستراتيجية"، مذكرة ماستر أكاديمي في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور عمليات إدارة المعرفة في تحقيق اليقظة الاستراتيجية لمؤسسة الاتصال أوريدو - ام البواقي-، ولتحقيق هدف الدراسة تم تصميم استبانة شملت (30) عبارة لجمع البيانات الأولية عن عينة الدراسة المكونة من (90) فرد، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، واختبار الفرضيات باستخدام برنامج SPSS وقد خلصت الدراسة إلى وجود دور لعمليات إدارة المعرفة في تحقيق اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة الاتصال أوريدو - ام البواقي.

ثانياً- دراسة عبد الرحمن بن سليمان الشلاش وبكر محمد عبد الله (يونيو 2024)، بعنوان: "تأثير عمليات إدارة المعرفة على اليقظة الاستراتيجية دراسة تطبيقية على كليات عزيزة الأهلية"، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية المجلد 21 العدد 2.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير عمليات إدارة المعرفة على اليقظة الاستراتيجية ، وتحديد مستواها والعلاقة بينهما لدى كليات عزيزة الأهلية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ إذ تكونت عينة الدراسة (120) عضو هيئة التدريس ،طبق عليهم مقياس عمليات إدارة المعرفة، ومقياس اليقظة الاستراتيجية ، وتم تحليل بحساب المتوسط والانحراف المعياري والنسب المئوية ومعاملات الارتباط واختبار "ت" ، واختبار "ANOVA" تحليل التباين الأحادي" واختبار شيفيه للمقارنات البعدية، وأشارت نتائج الدراسة إلى:

- أن كل من عمليات إدارة المعرفة واليقظة الاستراتيجية وأبعادهما الفرعية جميعها جاءت بمستوى مرتفع، كما وجد ارتباط دال إحصائياً بين عمليات إدارة المعرفة واليقظة الاستراتيجية وأبعادهما الفرعية ($P > 0.01$).
- وقد وجدت فروق دالة إحصائية في جميع متغيرات الدراسة في ضوء متغير الجنس لصالح الإناث، كما وجدت فروق دالة إحصائية في عمليات إدارة المعرفة وجميع أبعادها الفرعية عدا مكون تطبيق المعرفة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس ذوي سنوات الخبرة المختلفة ($P > 0.01$).
- وقد وجدت فروق دالة إحصائية في متغيرات اليقظة الاجتماعية واليقظة البيئية واليقظة الاستراتيجية ($P > 0.01$)، كما بلغت قيمة حجم تأثير 7.0041 وهو حجم تأثير كبير، وقد أوصت الدراسة الكليات وخارجها، تعني بتدريب أعضاء هيئة التدريس، وتضع نظام تحفيزي وحاضنات أفكار ومبادرات لضمان استمرارية تنافسية الكليات وتميزها.

ثالثاً- دراسة مصطفى محمد يوسف عبده ومحمد رمضان محمد عبد الرحمن (2024)، بعنوان: "دور اليقظة الاستراتيجية كمتغير وسيط في العلاقة بين إدارة المعرفة وإدارة الأزمات بتطبيق على الشركة القابضة للأدوية ومستلزمات الطبية (هولدي فارما)"، مجلة الدراسات المالية والتجارية العدد 2.

تهدف البحث إلى تحديد العلاقة بين إدارة المعرفة وإدارة الأزمات، وكذلك العلاقة بين إدارة المعرفة واليقظة الاستراتيجية، بالإضافة إلى توصيف العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، فضلاً عن تحليل العلاقة بين إدارة المعرفة وإدارة الأزمات من خلال توسيط اليقظة الاستراتيجية بشركات الأدوية التابعة للشركة القابضة للأدوية

والكيماويات والمستلزمات الطبية (هولدي فارما)، وذلك بالاعتماد على عينة عشوائية بسيطة حجمها (346) مفردة من العاملين بتلك الشركات بفرقة الإدارة العليا والوسطي. وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج منها:

- وجود علاقة معنوية بين إدارة المعرفة واليقظة الاستراتيجية، وكذلك وجود علاقة معنوية بين إدارة المعرفة وإدارة الأزمات.

- كما توجد علاقة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، بالإضافة إلى وجود علاقة معنوية بين إدارة المعرفة وإدارة الأزمات من خلال توسيط اليقظة الاستراتيجية بالشركة القابضة للأدوية والكيماويات والمستلزمات الطبية (هولدي فارما).

رابعاً- دراسة عبد اليقين حذاق (2014/2015)، بعنوان: "دور عمليات إدارة المعرفة في تحقيق اليقظة الاستراتيجية للمؤسسة"، مذكرة ماستر أكاديمي في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال للمؤسسة.

تهدف الدراسة التعرف على دور إدارة المعرفة السائدة في تحقيق وتعزيز اليقظة الاستراتيجية للمؤسسة محل الدراسة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتم إعداد استبيان وزع على إدارة المؤسسة، وكان عدد الاستبيانات الصالحة لتحليل 42 استبيان، وتم تحليل البيانات الواردة في الاستبيانات عن طريق استخدام الحزم الإحصائية SPSS، وخلصت الدراسة بعد اختبار الفرضيات إلى:

- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين إبعاد إدارة المعرفة (المعرفة وإدارتها، متطلبات تطبيق إدارة المعرفة وعمليات إدارة المعرفة) من جهة وتحقيق وتعزيز اليقظة الاستراتيجية من جهة أخرى في وحدة بناء الهياكل المعدنية المصنعة BATICIM بأبم البواقي.

الفرع الثاني- الدراسات باللغة الأجنبية:

أولاً- دراسة (Gholami, M. F., & Nourifar, R. (2019)، بعنوان:

investigating the impact of knowledge management on strategic foresight capability. European Online Journal of Natural and Social Sciences, 8(1), 44–54.

هدفت الدراسة إلى دراسة تأثير ممارسات إدارة المعرفة على تنمية قدرة المؤسسات على الاستبصار الاستراتيجي، استخدم الباحث منهج وصفي تحليلي واعتمد الباحثان على استبيان تم تطبيقه على عينة من المديرين التنفيذيين في القطاع الصناعي بإيران، وخلصت لعدة نتائج أبرزها:

- إدارة المعرفة تؤثر إيجابياً على القدرات التنبؤية والتحليلية لدى المؤسسات.

- أكبر تأثير كان من خلال "مشاركة المعرفة" و"تطبيق المعرفة"، وليس مجرد تخزينها.

كما قدمت الدراسة عديد التوصيات أهمها:

- تفعيل قنوات تبادل المعرفة بين الوحدات المختلفة في المؤسسة.
- الاستثمار في نظم معلومات تدعم جمع وتحليل البيانات المستقبلي.

ثانيا- دراسة (Benmoussa, R., & Laarraf, Z. (2020)، بعنوان:

investigating the impact of knowledge management on strategic foresight capability. European Online Journal of Natural and Social Sciences, 8(1), 44–54.

هدفت الدراسة إلى تحليل كيفية مساهمة ممارسات إدارة المعرفة في تعزيز فعالية اليقظة الاستراتيجية داخل المؤسسات المغربية، استخدم الباحث منهج وصفي تحليلي واعتمد الباحثان دراسة ميدانية باستخدام استبيان وُزِعَ على 65 شركة مغربية صغيرة ومتوسطة الحجم، وخلصت لعدة نتائج أبرزها:

- وجود علاقة قوية بين إدارة المعرفة (وخاصة مشاركة المعرفة) وبين فعالية اليقظة الاستراتيجية.
 - توظيف المعرفة المكتسبة من السوق والبيئة يساعد على التنبؤ بالفرص والتهديدات بفعالية أكبر.
- كما قدمت الدراسة عديد التوصيات أهمها:

- تشجيع ثقافة تشاركية للمعرفة كجزء من آليات اليقظة.
- دمج نظم إدارة المعرفة مع أدوات تحليل البيئة والاتجاهات المستقبلية.

المطلب الرابع- مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة: بعد اطلاع على الدراسات السابقة من حيث اسلوب الدراسة والنتائج ومقارنتها مع دراسة الحالية ظهرت اختلافات وتطابقات بينهما ومن سوف نذكرها تاليا:

أولا- توافق بين دراسة الحالية والدراسات السابقة: من بين هذه توافقات نذكر منها:

- تعتب اليقظة الاستراتيجية ذو اهمية بالغة للمؤسسات من اجل بقائها وتطورها.
- ابرزت اهمية ادارة المعرفة داخل المنظمات.
- تقسيم اليقظة الاستراتيجية من حيث مجال عملها الى انواع.
- اظهار معوقات وصعوبات التي تواجه تطبيق ادارة المعرفة في المنظمات.

ثانيا- اختلافات بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة: من بين هذه الاختلافات نجد:

- مكان وزمان الدراسة حيث انجزت الدراسة الحالية في سنة 2025/2024 , في مؤسسة اتصالات الجزائر، وكالة الواد، اما الدراسات السابقة فاختلف سنوات دراسات فكانت 2014، 2015، 2017، 2018، 2019، 2020، 2021، 2022، 2023، 2024، واختلف مكانها بين البنوك المحلية وشركات الاتصالات وشركات الاخرى.
- الدراسة الحالية هدفت الى معرفة دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل ادارة المعرفة، اما الدراسات السابقة، منها من تطرق الى علاقة ادارة المعرفة بمتغير اخر، او اليقظة الاستراتيجية مع متغيرات اخرة، او عالج دور ادارة المعرفة في تأثير على اليقظة الاستراتيجية.
- اختلاف في مجتمع وعينة الدراسة فالدراسة الحالية، كانت عينة، ومجتمع الدراسة من مؤسسة اتصالات الجزائر، اما الدراسات السابقة ففيها من اعتمد على عينة من مؤسسة واحدة ومنها من على عدة مؤسسات.

خلاصة الفصل:

لقد حاولنا في هذا الفصل التطرق الى معظم المفاهيم النظرية المتعلقة باليقظة الاستراتيجية و ادارة المعرفة , حيث قمنا بالتعريف مفهوم اليقظة الاستراتيجية , ومختلف انواعها , مع تعريف هذه الانواع و أهميته اليقظة الاستراتيجية بصفة عامة , و اهمية كل نوع , وخصائصها و , المعنيون بتطبيقها في المؤسسات , وفي المطلب الثاني قمنا بتطرق الى ادارة المعرفة , من مفهوم وأهمية , ومتطلبات تطبيقها في المنظمات , ثم عمليات ادارة المعرفة , اما المطلب الثالث فكان يعني بالعلاقة بينهما , وفي اخر الفصل استعرضنا بعض الدراسات السابقة حول المتغيرين .

وفي الفصل الثاني سوف نقوم بالدراسة التطبيقية لموضع الدراسة في مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي.

A decorative rectangular border with ornate floral and leaf patterns in black and white, framing the central text.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية في

اتصالات الجزائر الوادي

تمهيد:

بعد التطرق في الفصل الأول إلى التأصيل النظري لليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة، وكذلك الدراسات السابقة التي عالجت متغيرات الدراسة منفردة أو مجتمعة، سنحاول في هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على المؤسسة الاقتصادية ومعرفة دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة فيها، وقد اخترنا شركة اتصالات الجزائر وكالة الوادي كمحل لدراستنا، ومن أجل توضيح ذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث وهي:

المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة؛

المبحث الثاني: تصميم الدراسة الميدانية وخطوات إجرائها؛

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

المبحث الأول- التعريف بميدان الدراسة: مؤسسة اتصالات الجزائر هي منظمة عمومية جزائرية تأسست عام 2003 تنشط في مجال الهاتف الثابت والنقل موبيليس وخدمات الإنترنت جواب والاتصالات الفضائية.

المطلب الأول- نظرة عامة حول مؤسسة اتصالات الجزائر:

الفرع الأول- نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر (قانون 2000/03 وميلاد المؤسسة): نص القرار 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع البريد والمواصلات حيث تم بموجب هذا القرار إنشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكفلت بتسيير قطاع البريد، وكذلك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر، إذ وبعد هذا القرار أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها عن وزارة البريد هذه الأخيرة أوكلت لها مهمة المراقبة.

لتصبح اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي تنشط في مجال الاتصالات بعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال تبعت القرار 03/200، أضحت اتصالات الجزائر حقيقة جسدت سنة 2003.

01 جانفي 2003 الانطلاقة الرسمية لجمع اتصالات الجزائر: كان على اتصالات الجزائر وإطاراتها الانتظار حتى الفاتح من جانفي سنة 2003 لكي تبدأ الشركة في إتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال. لكن برؤى مغايرة تماما

لما كانت عليه قبل هذا التاريخ، حيث أصبحت الشركة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد، وبحيرة على إثبات وجودها في عالم ليرحم فيه المنافسة شرسة البقاء فيها للأقوى والأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة.⁴⁸

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

- الهاتف النقال (موبيليس Mobilis)؛
- شبكة الانترنت (جواب Djaweb)؛
- الاتصالات السلكية واللاسلكية (REVSAT)؛

الشكل (2- 1): فروع شركة اتصالات الجزائر.



المصدر : 47: 18 à 14/04/2025, Vue le http://www.algerietelecom.dz/=intro_mass,

يمثل الشكل أعلاه فروع مجمع اتصالات الجزائر.

تعتبر اتصالات الجزائر مجمع حقيقي من خلال فروعها التي أنشئت لتساير التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات. فقد تم إنشاء:

⁴⁸ 47: 18 à 14/04/2025, vue le http://www.algerietelecom.dz/=intro_mass,

- فرع اتصالات الجزائر "موبيليس": مختص في الهاتف الخليوي، حيث تعتبر موبيليس أهم متعاملي النقال في الجزائر من خلال تغطيتها التي تعدت 20 بالمائة وكذا عدد زبائنها الذي تعدى 60 ملايين مشترك.
- كما يضم مجمع اتصالات الجزائر فرع أساسي هام وهو اتصالات الجزائر للإنترنت "جواب" مختص في تكنولوجيا الإنترنت حيث أوكلت له مهمة تطوير وتوفير الإنترنت ذو السرعة الفائقة.

الفرع الثالث- النظام القانوني لمؤسسة اتصالات الجزائر:

SPA اتصالات الجزائر، مؤسسة عمومية ذات أسهم برأس مال تنشط في سوق الشبكة وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر.

تأسست وفق قانون 2000/03 المؤرخ في 05 أغسطس أوت سنة 2000 المحدد للقواعد العامة للبريد والمواصلات، فضلا عن قرار المجلس الوطني المساهمات الدولة (CNPE) بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية اقتصادية أطلق عليها اسم " اتصالات الجزائر".

وفق هذا المرسوم الذي حدد نظام مؤسسة عمومية اقتصادية تحت صيغة قانونية لمؤسسة ذات أسهم برأسمال اجتماعي المقدّر بـ 61.275.180.000 دينار جزائري والمسجلة في المركز السجل التجاري يوم 11 ماي 2002 تحت رقم.

B001808302

الفرع الرابع- البنية التحتية لمؤسسة اتصالات الجزائر: تقوم منظمة اتصالات الجزائر بتوفير مستلزمات البنية

التي تحتية للرقمية من خلال المهام التالية:

- تسويق خدمات الاتصالات التي تمكن من نقل والتبادل الصوتي والرسائل المكتوبة، والبيانات الرقمية، والإعلام السمعي البصري.

- تعمل على تطوير وتنمية واستغلال الشبكات العمومية والخاصة للاتصالات.

- تعمل على وضع وتنمية واستغلال الاتصالات المحلية مع جميع المتعاملين في الشبكة.

اتصالات الجزائر تعمل في عالم الرقمية ذلك بأربع أهداف هي:

- زيادة في نسبة العرض بالنسبة للخدمات الهاتفية، وتسهيل الولوج للخدمات الاتصالات وذلك للوصول لعدد أكبر من المستعملين، وبالأخص المناطق الريفية.

- زيادة وتنمية في جودة الخدمات المعروضة، وسلسلة أو مجموعة التشكيلات المقدمة، وجعلها أكثر تنافسية في مجال خدمات الاتصالات.
- تطوير شبكة وطنية محلية للاتصالات مرنة وموصولة بطرق الإعلام.
- المشاركة كممثل رئيسي في مجال فتح برنامج تطوير المؤسسة الإعلام والاتصال في الجزائر.
- كما تتمحور نشاطات المنظمة اتصالات الجزائر حول:
- تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية.
- تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات العامة والخاصة.
- إنشاء واستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات.

المطلب الثاني- تقديم مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي:

الفرع الأول- ماهية مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي:

1. تعريف مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي: هي مؤسسة عمومية خدمتية وهي وحدة تابعة للمديرية العملية لاتصالات الجزائر فتحت أبوابها بمنشور وزارة 10 / 1994 بعدما فصلت عن وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، وتعتبر بمثابة الواجهة الرئيسية لكافة زبائن اتصالات الجزائر فمن خلالها يتم توفير كل الخدمات وتلبية كل رغبات المشتركين. يضم الطاقم الإداري للوكالة التجارية 54 عاملا وتقع في شارع محمد خميسي بوسط الولاية وتتبع لها عدة أقسام تجارية هي: الرقبة، الدبيلة، المقرن وقمار.

2. أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي: ان أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تنبعث من أهداف المديرية العامة لاتصالات الجزائر، وتتمثل في:

- الجودة والفعالية ونوعية الخدمات ثلاث أهداف أساسية يعتمد عليها مجمع اتصالات الجزائر.
- سطرت إدارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية ثلاث أهداف أساسية تقوم عليها الشركة وهما الجودة الفعالية ونوعية الخدمات وقد سمحت هذه الأهداف الثلاثة التي سطرها اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر.

3. أهمية مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي: كما الأهداف، تكتسي اتصالات الجزائر وكالة الوادي أهميتها من أهمية المؤسسة الأم ككل وهي:

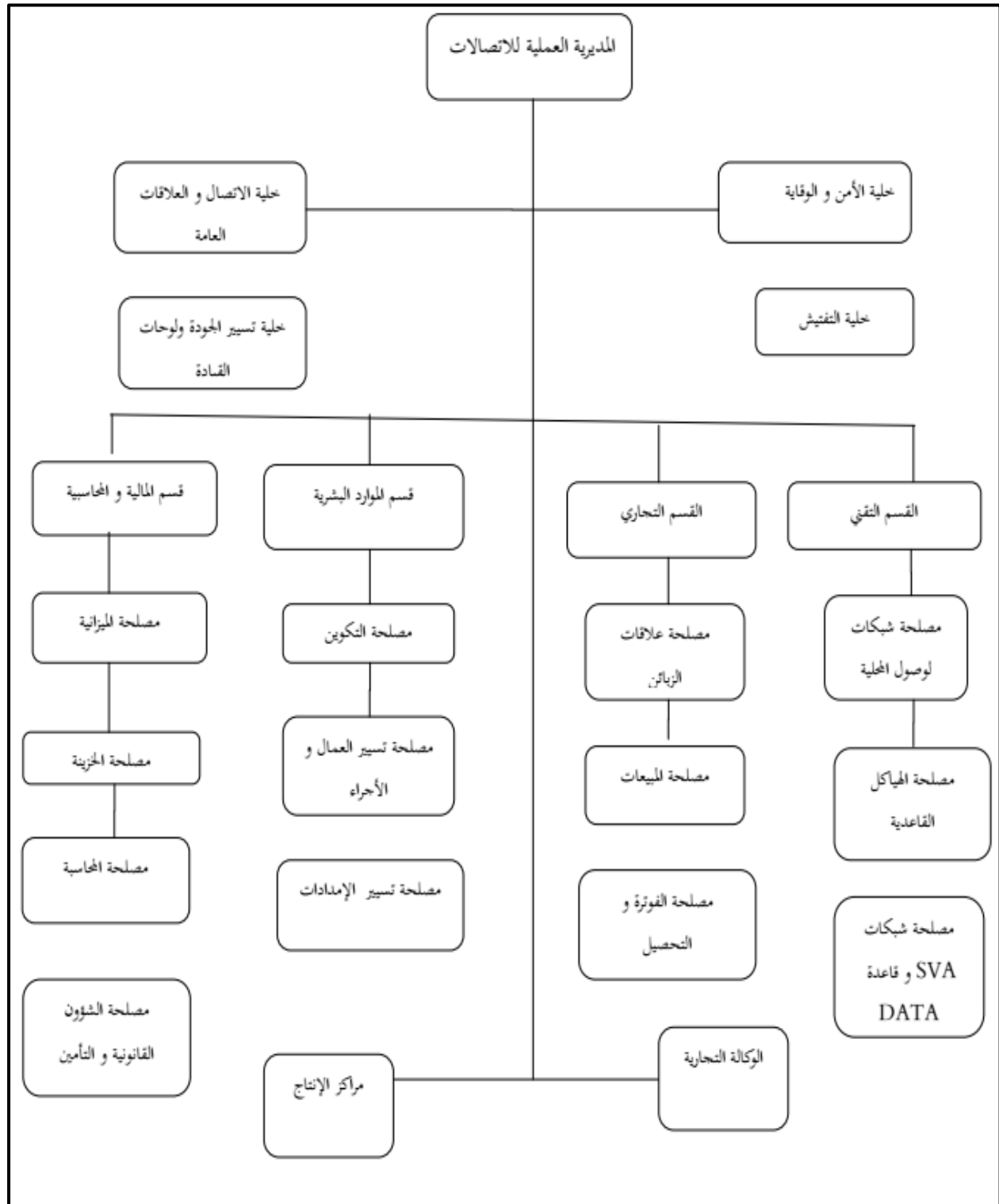
- المساهمة في تنمية المجتمع الإعلامي في الجزائر.
 - المساهمة في النقل والتسليم على الصعيدين الوطني والدولي للاتصالات.
 - المساهمة في تقديم خدمات تقنية للمؤسسات.
 - المساهمة في تعزيز الشبكات الناشطة في السوق باعتبارها المتعامل التاريخي في قطاع الاتصالات في الجزائر.
 - المساهمة في توزيع الخطوط الهاتفية والأرقام الهاتفية التقنية والعملية للطلبات الممكن تحقيقها.
 - المساهمة في تقديم الاستعلامات والشروحات للزبائن وكذا تتكفل بعملية البيع المباشر للمنتجات.
- الفرع الثاني- مهام ونشاطات مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي: للوكالة عديد المهام والنشاطات على مستوى كامل ولاية الوادي، نورد أبرزها فيما يلي:

- استقبال وتوجيه الزبائن.
- تقديم عروض الخدمات.
- تقوم بالفوترة والتحصيل.
- تقوم بمعالجة الاحتجاجات.
- اجراءات بحث وتحديد المتطلبات .
- اجراءات ما قبل البيع.
- معالجة وتسيير الطلبات.
- التكفل بالعمليات ما بعد البيع .
- تسيير انجاز الطلبات .
- الفوترة والمخالصة.⁴⁹

⁴⁹ معلومات مقدمة من الوكالة.

الفرع الثالث- الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي:

الشكل (2-2): الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي.



المصدر: وثائق مقدمة من الوكالة.

المبحث الثاني- تصميم الدراسة الميدانية وخطوات إجرائها:

تتطلب أي دراسة عملية إجراءات منهجية تكون بمثابة المسار الذي سوف يقود أي باحث لمعرفة ما يريد البحث عنه، وأيضا لإجابته على الأسئلة أو فك الغموض أو إيجاد استفسارات حول الموضوع الذي يريد دراسته أو البحث عما تحتويه طبياته، وهذه الإجراءات تختلف من دراسة لأخرى، إلا أنها تساعد على جمع ومعرفة المعلومات التي يرجى من خلالها إيجاد حلول للتساؤلات الخاصة بموضوع الدراسة والتي تشمل ما يلي:

المطلب الأول- إجراءات الدراسة: لغرض إتمام عمليات البحث تم الاستعانة بإجراءات لازمة ومناسبة لكل مرحلة من مراحل البحث.

الفرع الأول- مجتمع، عينة وحدود الدراسة:

أولاً- مجتمع الدراسة: المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؛

ثانياً- عينة الدراسة: مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي.

ثالثاً- حدود الدراسة: تشكل حدود دراستنا مما يلي:

1- الحدود المكانية: مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة ولاية الوادي؛

2- الحدود الزمنية: شغلت الدراسة الميدانية الحيز الزمني للفترة من 01 أبريل 2025 إلى 01 ماي 2025.

3- الحدود البشرية: جميع موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة ولاية الوادي.

الفرع الثاني- مصادر جمع المعلومات والبيانات:

لقد تم الاستعانة بمجموعة من المراجع لمعالجة الجانب النظري من الدراسة والوثائق المتعلقة بالمؤسسة، قصد التعريف بها وتوضيحها أكثر في الجانب التطبيقي، وقد برز نوعان من مصادر جمع المعلومات:

أولاً- المصادر الثانوية: وهذا يخص الجانب النظري حيث تم الاعتماد على المراجع العربية والأجنبية الخاصة بتوضيح كل من متغيرات الدراسة، وأيضا المجلات والمقالات العلمية حيث ساعدت هي الأخرى في إثراء هذا الجانب بكل المعلومات التي تم التطرق إليها، ولزيادة مصداقية هذا الجانب تم الاطلاع على مجموعة معتبرة من الدراسات السابقة التي ساهمت في توضيح المصطلحات بشكل أفضل، وإبراز العلاقة التي من شأنها الربط بين متغيرات الدراسة، لنحصل بذلك على جزء نظري يزخر بمعلومات شاسعة وعامة حول متغيرات الدراسة انطلاقا من مراجع معتمدة.

ثانيا- المصادر الأولية: تعبر المصادر الأولية عن مختلف الوثائق والتسجيلات التي تم الحصول عليها من المؤسسة محل الدراسة والتي تتضمن نبذة تاريخية عن تطورها، كما تم الاطلاع على هيكلها التنظيمي وكيفية تقسيمه ومعرفة كيفية عمل المصالح فيما بينها، من أجل تحقيق أفضل اتساق.

- 1- الوثائق والسجلات: تم الاستعانة بمجموعة من الوثائق المتعلقة بالجانب التاريخي للمؤسسة والتعريف بها .
 - 2- الاستبيان: يعد من أكثر الوسائل العلمية المستعملة في الحصول على البيانات والمعلومات، فهو وسيلة بحث للكشف عن آراء ومواقف الموظفين حول موضوع اليقظة الاستراتيجية ودورها في تفعيل إدارة المعرفة، وهذا عن طريق مجموعة من الأسئلة المكتوبة والمغلقة الموجهة إليهم والمبنية على أساس إشكالية وفرضيات البحث محل الدراسة.⁵⁰
- تم إعداد الاستبيان وفقا لنموذج الدراسة التالي:

تناول الدراسة البحث في دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة ولاية الوادي، فهي تشتمل على المتغيرات التالية:

- المتغير المستقل: اليقظة الاستراتيجية
- المتغير التابع: إدارة المعرفة.

تم اعتماد جملة من الأدوات الإحصائية بناء على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية **SPSS: STASTICAL PACKAGE FOR SOCIAL STUDIES** ، وقد تحدد نموذج الدراسة وفقا للعلاقة بين متغيرات الدراسة التابعة والمستقلة مع إدراج البيانات الشخصية والوظيفية لمعرفة مدى تأثيرها على العلاقة السابقة.

ثالثا- مكونات استمارة الاستبيان: تعتبر استمارة الاستبيان من الأدوات الأساسية لجمع البيانات فهي مجموعة من الأسئلة المصاغة بطريقة خاصة تهدف بالدرجة الأولى للحصول على معلومات يراها الباحث ضرورية لتحقيق أغراض دراسته، وقد اشتملت على جزئين أساسيين، وفيما يلي وصف لهما:

- الجزء الأول: ويشتمل على متغيرات الدراسة الشخصية والوظيفية والمتمثلة في كل من: الجنس، العمر، المؤهل العلمي والخبرة المهنية؛

⁵⁰ محمد سليمان المثنوي، تقنيات ومناهج البحث العلمي، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002، ص177.

- الجزء الثاني: ويتضمن أسئلة الدراسة التي يقدر عددها بـ 38 سؤالاً، تم تقسيمها على محورين أساسيين يعكسان المتغيرات التي تناولتها الدراسة ويوضح الجدول التالي متغيرات الدراسة والفقرات التي تقيس كل متغير:
- الجدول (1-2): توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة.

المحاور	الأبعاد	عدد الفقرات
المحور الأول: اليقظة الاستراتيجية	اليقظة التكنولوجية	05
	اليقظة التنافسية	05
	اليقظة التجارية	05
	اليقظة الاجتماعية والبيئية	05
	المجموع	20
المحور الثاني: إدارة المعرفة	تشخيص المعرفة	03
	تحديد أهداف المعرفة	03
	توليد المعرفة	03
	تخزين المعرفة	03
	توزيع المعرفة	03
	تطبيق المعرفة	03
	المجموع	18
	المجموع الكلي لفقرات الاستبيان	38

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على استمارة الاستبيان.

- المطلب الثاني- اعتماد الاستبيان وتوزيعه:** من أجل اعتماد الاستبيان وتوزيعه وجب تحديد العينة محل الدراسة ومن ثم اختبار مدى الصدق والثبات للأداة المرغوب اعتمادها وصولاً إلى تداوله.
- تتكون عينة الدراسة من جميع الموظفين في مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي.
- الفرع الأول- اختبار صدق وثبات أداة الدراسة:** من أجل اعتماد استمارة الاستبيان كأداة للدراسة الميدانية وجب اختبار صدقها وثباتها وذلك عن طريق ما يلي:
- أولاً- الصدق الظاهري:** تم عرض الاستبيان على لجنة تحكيم مختصة في الموضوع وتم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين والمختصين وهم أساتذة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الوادي (الملحق

(2)، وذلك من اجل إبداء الرأي في العبارات ومدى وضوحها من حيث مستوى الفهم وخلوها من الغموض وان العبارات الموضوعية لكل محور في الاستبيان مناسبة لما تصبو إليه الدراسة، وعليه قد تم تعديل العبارات التي يتم الحكم عليها بأنها غير مناسبة وقد تم الاحتفاظ بالعبارات التي نالت درجة اتفاق بين المحكمين.

ثانياً- ثبات أداة الدراسة (معامل الفا كرونباخ): يتم التأكد من ثبات أداة الدراسة، من خلال حساب معامل الفا كرونباخ لكل الأبعاد، المحاور وكذلك الاستبيان ككل، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول (2-2): معاملات الثبات ألفا كرونباخ لأبعاد ومحاور الدراسة.

المحاور	الأبعاد	عدد الفقرات	معامل الثبات	معامل الصدق	مستوى الدلالة
المحور الأول: اليقظة الاستراتيجية	اليقظة التكنولوجية	05	0.817	0.904	≤ 0.001
	اليقظة التنافسية	05	0.775	0.880	≤ 0.001
	اليقظة التجارية	05	0.686	0.828	≤ 0.001
	اليقظة الاجتماعية والبيئية	05	0.854	0.924	≤ 0.001
	المحور الأول	20	0.870	0.933	≤ 0.001
المحور الثاني: إدارة المعرفة	تشخيص المعرفة	03	0.706	0.840	≤ 0.001
	توليد المعرفة	03	0.653	0.808	≤ 0.001
	تخزين المعرفة	03	0.648	0.805	≤ 0.001
	توزيع المعرفة	03	0.645	0.803	≤ 0.001
	تطبيق المعرفة	03	0.734	0.857	≤ 0.001
	المحور الثاني	15	0.813	0.902	≤ 0.001
الاستبيان كاملا		35	0.878	0.937	≤ 0.001

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه نلاحظ:

- معاملات الثبات (الفا كرونباخ) ومعاملات الصدق على مستوى الأبعاد الفرعية للمحور الأول بلغت:
- بعد اليقظة التكنولوجية (0.817، 0.904)، وبالنسبة لبعد اليقظة التنافسية بلغت (0.775، 0.880)، وبعد اليقظة التجارية (0.686، 0.828)، أما بعد اليقظة الاجتماعية والبيئية كانت قيمة

معامل الثبات ألفا كرونباخ ومعامل الصدق الأكبر بين أبعاد محور اليقظة الاستراتيجية وبلغت (0.854)، (0.924) على التوالي.

- معامل الثبات للمحور الأول "اليقظة الاستراتيجية" بلغ (0.870) ومعامل الصدق (0.933).
- معاملات الثبات (الفا كرونباخ) ومعاملات الصدق على مستوى الأبعاد الفرعية للمحور الثاني بلغت:
 - بعد تشخيص المعرفة (0.706، 0.840)، وبالنسبة لبعد توليد المعرفة بلغت (0.653، 0.808)، وبعد تخزين المعرفة (0.648، 0.805)، وكانت لبعد توزيع المعرفة (0.645، 0.803)، أما البعد الأخير وهو تطبيق المعرفة فقد كانت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ ومعامل الصدق الأكبر بين أبعاد محور إدارة المعرفة وبلغت (0.734، 0.857) على التوالي.
 - معامل الثبات للمحور الثاني "إدارة المعرفة" بلغ (0.813) ومعامل الصدق (0.902).
 - بلغت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبيان مجتمعة (0.878)، وقيمة معامل الصدق وهو يعبر عن الجذر التربيعي لمعامل الثبات بلغت (0.937).

كل القيم التي كانت لمختلف الأبعاد والمحاور والاستبيان ككل كانت قيم مرتفعة وتزيد عن القيمة المقبولة لمعامل الثبات ألفا كرونباخ والتي تبلغ (0.6)، وهذا ما يعني توفر درجة عالية من الثبات، كما كانت جميع معاملات الثبات والصدق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 ويشير ذلك لوجود درجة جيدة وقوية من صدق الأبعاد الفرعية والمجالات الرئيسية للبيانات التي تم جمعها من أفراد العينة، وهذا مؤشر قوي وهام على قدرة الأداة على تحقيق أهداف الدراسة.

ثالثاً- صدق الاتساق الداخلي: يقصد بالاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع البعد أو المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، ويتم التحقق من وجود صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للبعد أو المجال الذي تنتمي إليه، وذلك بهدف التحقق من مدى صدق الاستبانة ككل، وفيما يلي عرض لنتائج التحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة حسب الأبعاد والمجالات التي تتكون منها:

1- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول (اليقظة الإستراتيجية):

الجدول (2-3): معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول (اليقظة الاستراتيجية).

الرقم	الفقرة	البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	تعمل المؤسسة على جمع المعلومات العلمية، التقنية والتكنولوجية المرتبطة بنشاطها.	اليقظة التكنولوجية	0.897	≤ 0.001
02	تراقب المؤسسة التطورات الحاصلة في الميدان التكنولوجي الذي تتأثر به.		0.893	≤ 0.001
03	تقوم المؤسسة بالبحث والتعرف على براءات الاختراع المحققة، والمعايير المعمول بها في مجال نشاطها.		0.835	≤ 0.001
04	تحدد المؤسسة التقنيات والتكنولوجيات المتبعة من طرف المنافسين.		0.812	≤ 0.001
05	تعمل المؤسسة على الكشف عن الفرص التكنولوجية واستثمارها ومحاوله تجنب التهديدات.		0.780	≤ 0.001
06	تقوم المؤسسة بالتحري عن الكفاءات الحالية لمنافسيها.	اليقظة التنافسية	0.700	≤ 0.001
07	تراقب المؤسسة بشكل مستمر الاستراتيجيات المتبعة من قبل منافسيها وأهم التغيرات الحاصلة فيها.		0.607	≤ 0.001
08	تعمل المؤسسة للتقصي حول الأهداف الحالية والأهداف الجديدة التي يسعى لها منافسيها؛		0.791	≤ 0.001
09	ترصد المؤسسة باستمرار المنافسين الرئيسيين والمحتملين وتحدد مواقعهم في السوق وتطورهم؛		0.801	≤ 0.001
10	تحدد المؤسسة أهم السيناريوهات والقرارات التي يمكن أن يلجأ إليها المنافسون.		0.649	≤ 0.001
11	تتابع المؤسسة بشكل مستمر تطور احتياجات الزبائن وتفضيلاتهم	اليقظة التجارية	0.775	≤ 0.001
12	تعمل المؤسسة على تطوير علاقتها بزبائنهم لكسب ولاءهم واستقطاب زبائن جدد من خلال الصورة التي يشكلها زبائنهم الحاليين عنها؛		0.737	≤ 0.001
13	تسعى المؤسسة للحفاظ على علاقتها مع مورديها وكسب ولاءهم لتحقيق أكبر قدرة تفاوضية معهم؛		0.674	≤ 0.001

14	تقوم المؤسسة بمتابعة وضعية مورديها الحالية والمستقبلية وقدرتهم على توفير المواد الأولية باستمرار	0.756	≤ 0.001
15	تقوم المؤسسة بالاستماع إلى رغبات وطلبات الزبائن.	0.824	≤ 0.001
16	تعتمد المؤسسة على إجراء التعديلات اللازمة الواجب القيام بها في إطار تحليل اللوائح الجديدة.	0.743	≤ 0.001
17	تدرك المؤسسة مختلف التغيرات التي يمكن أن تحدث داخل المجتمع وبأسرع وقت ممكن	0.726	≤ 0.001
18	تعمل المؤسسة على رصد كل ما هو متعلق بالبيئة الثقافية لها، حيث تدرس الثقافات والسلوكيات والمستوى الاجتماعي لكل الجهات ذات العلاقة معها.	0.768	≤ 0.001
19	تتابع المؤسسة المستجدات البيئية التي قد تؤثر على نشاطها.	0.786	≤ 0.001
20	تقدم المؤسسة برامج توعية داخلية حول القضايا البيئية وتأثيرها على العمل؛	0.626	≤ 0.001

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يتضح من خلال الجدول: بأن معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول (اليقظة الاستراتيجية)، وهو محور المتغير المستقل، كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01، حيث تراوحت قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور بين (0.607) للفقرة رقم (07) التي تنص على " تراقب المؤسسة بشكل مستمر الاستراتيجيات المتبعة من قبل منافسيها وأهم التغيرات الحاصلة فيها"، و(0.897) للفقرة الأولى والتي تنص على " تعمل المؤسسة على جمع المعلومات العلمية، التقنية والتكنولوجية المرتبطة بنشاطها"، وهو ما يفسر بتناسق و انسجام فقرات المحور الأول بنسب مقبولة للعمل على الاستبيان؛

2- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني (إدارة المعرفة):

الجدول (2- 4): معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني (إدارة المعرفة).

الرقم	الفقرة	البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
21	تعمل المؤسسة على تشخيص المعرفة التي تعطي قيمة مضافة لخدماته.	تشخيص المعرفة	0.605	≤ 0.001
22	تعمل المؤسسة على تحديد المعرفة المتوافرة والمعرفة المطلوبة للتعرف على الفجوة المعرفية.		0.567	≤ 0.001

23	تعمل المؤسسة على تحديد الأشخاص الحاملين للمعرفة وأماكن تواجدها في قواعد ومستودعات المعرفة.		0.654	≤ 0.001
24	تسعى المؤسسة لتوليد والحصول على المعرفة الضمنية والمعرفة الصريحة.	توليد المعرفة	0.468	≤ 0.001
25	تسعى المؤسسة لتحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة صريحة لتوليد المعرفة الجديدة.		0.710	≤ 0.001
26	تسعى المؤسسة لتحويل المعرفة من المستوى الفردي إلى المستوى الجماعي لتوليد المعارف الجديدة.		0.659	≤ 0.001
27	تعتبر المؤسسة عملية تخزين المعرفة واسترجاعها عند الحاجة إليها من أهم عمليات إدارة المعرفة.	تخزين المعرفة	0.666	≤ 0.001
28	تعتبر المؤسسة التوثيق في الذاكرة التنظيمية وسيلة للمحافظة على المعرفة الصريحة.		0.527	≤ 0.001
29	تعتبر المؤسسة الاحتفاظ بالعمال وتدريبهم وحثهم على الحوار وسيلة لخزن والمحافظة على المعرفة الضمنية.		0.763	≤ 0.001
30	تسعى المؤسسة لتوصيل المعرفة المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب.	توزيع المعرفة	0.659	≤ 0.001
31	تستخدم المؤسسة أساليب التدريب والحوار وتشجيع العمال على تشارك وتقاسم المعرفة لتوزيع المعرفة الضمنية.		0.778	≤ 0.001
32	تستخدم المؤسسة أدوات تكنولوجيا المعلومات وأساليب الوثائق والنشرات الداخلية لتوزيع المعرفة الصريحة.		0.687	≤ 0.001
33	تدرك المؤسسة أن الغاية من إدارة المعرفة هو تطبيق المعرفة المتاحة لتحقيق أهدافها وزيادة نموها.	تطبيق المعرفة	0.770	≤ 0.001
34	تسعى المؤسسة لتطبيق المعرفة على المستوى الجماعي؛		0.713	≤ 0.001
35	تدرك المؤسسة بأن الاستثمار في المعرفة المتوافرة من خلال تحويلها إلى التنفيذ سيؤدي إلى حل المشاكل التي تواجهها.		0.618	≤ 0.001

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يتضح من خلال الجدول: بأن معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني (إدارة المعرفة)، وهو محور المتغير التابع في دراستنا، كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01، حيث تراوحت قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور بين (0.468) للفقرة رقم (24) التي تنص على " تسعى المؤسسة لتوليد والحصول على المعرفة

الضمنية والمعرفة الصريحة"، و(0.778) للفقرة(31) والتي تنص على " تعمل المؤسسة على جمع المعلومات العلمية، التقنية والتكنولوجية المرتبطة بنشاطها"، وهو ما يفسر بتناسق و انسجام فقرات المحور الثاني بنسب مقبولة للعمل على الاستبيان؛

الفرع الثاني- توزيع استمارة الاستبيان: بعد تحديد عينة الدراسة واختيار التوزيع العشوائي، تم توزيع استمارة الاستبيان على العينة، والجدول الموالي يوضح تداول هذا الاستبيان:

الجدول (2- 5): توزيع الاستبيان.

الاستبيان	العدد	النسبة
الاستمارات الموزعة	50	% 100
الاستمارات التي لم يتم استرجاعها	5	% 10
الاستمارات غير صالحة للتحليل	3	% 06
الاستمارات الصالحة للتحليل	42	% 84

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على استمارة الاستبيان.

من الجدول أعلاه يتبين أن عدد الاستمارات الموزعة للاستبانة كان 50، لم نسترجع 5 منها لغياب الموظفين في يوم جمع الاستبيان، وكانت هناك 3 استمارات غير قابلة للتحليل، الأولى لعدم إكمال الإجابات وتعدد لبعض الإجابات في فقرة واحدة، باقي استمارات الاستبيان والتي عددها 42 استمارة كانت صالحة للتحليل وتم اعتمادها.

الفرع الثالث- المعالجة الإحصائية: لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات سيتم الاعتماد على طرق إحصائية يتم من خلالها وصف المتغيرات وتحديد نوعية العلاقة الموجودة بينها.

بداية بجمع البيانات الموزعة وترميزها باستخدام برنامج Excel، ثم إدخال البيانات بالحاسوب باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية الاجتماعية "SPSS.V27" حيث تضمنت المعالجة الأساليب الإحصائية الموالية:

أولاً- اختبار التوزيع الطبيعي: من أجل معرفة نوعية الاختبارات التي سيتم استخدامها إن كانت معلمية أو غير معلمية، تم إخضاع بيانات الدراسة لاختبار التوزيع الطبيعي من خلال معامل كالماغروف سميرنوف لمعرفة مدى إتباعها للتوزيع الطبيعي، وقد أنت نتائج الاختبارات كما يلي:

1- اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول (اليقظة الاستراتيجية):

الجدول (2-6): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول.

Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	Ddl	Sig.	Statistiques	Ddl	Sig.
المحور 1	,101	42	,200*	,965	42	,215

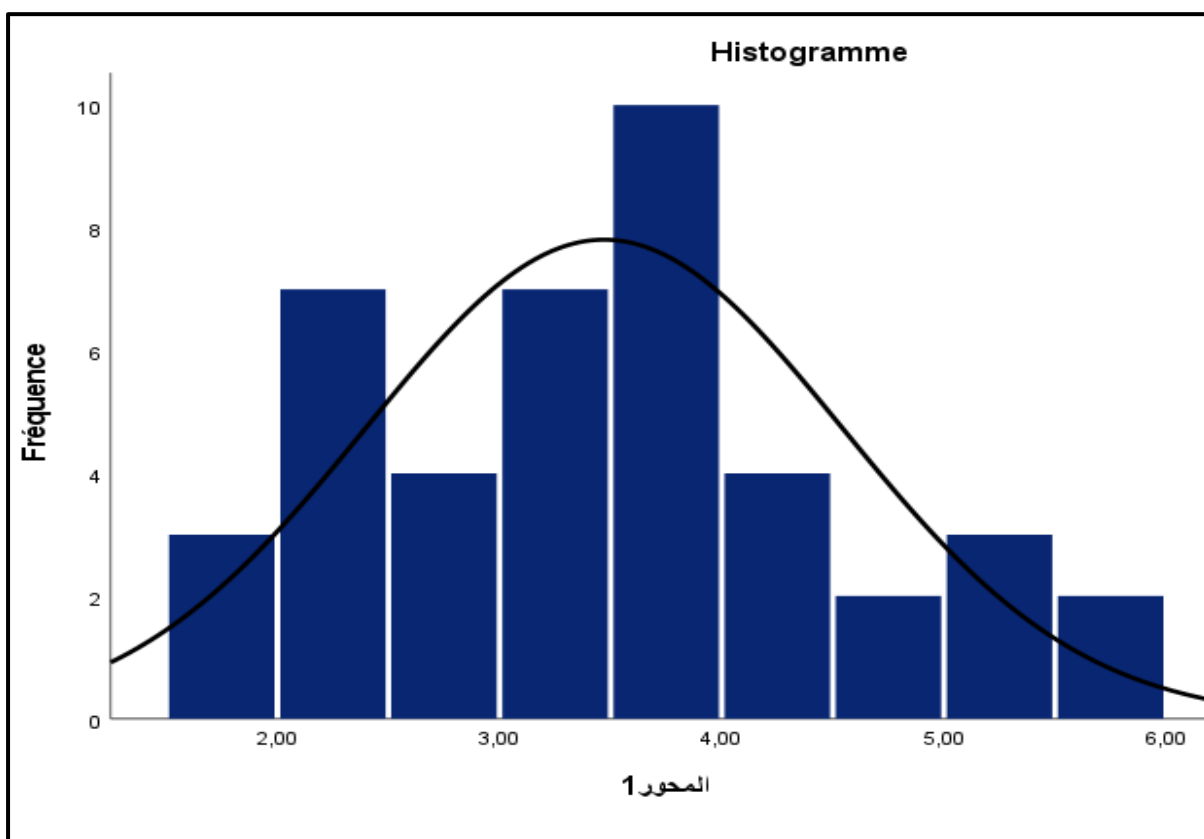
*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية لمحور اليقظة الاستراتيجية بلغت (0.200) و(0.215)، وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.005)، وهو ما يعني أن بيانات المحور تتبع التوزيع الطبيعي، وهو المطلوب لغرض إجراء الدراسة وفيما يلي التمثيل البياني لاختبارات التوزيع الطبيعي للمحور الأول:

الشكل (2-3): التمثيل البياني لاختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

2- اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثاني (إدارة المعرفة):

الجدول (2-7): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثاني.

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	Ddl	Sig.	Statistiques	Ddl	Sig.
المحور 2	,063	42	,200*	,988	42	,927

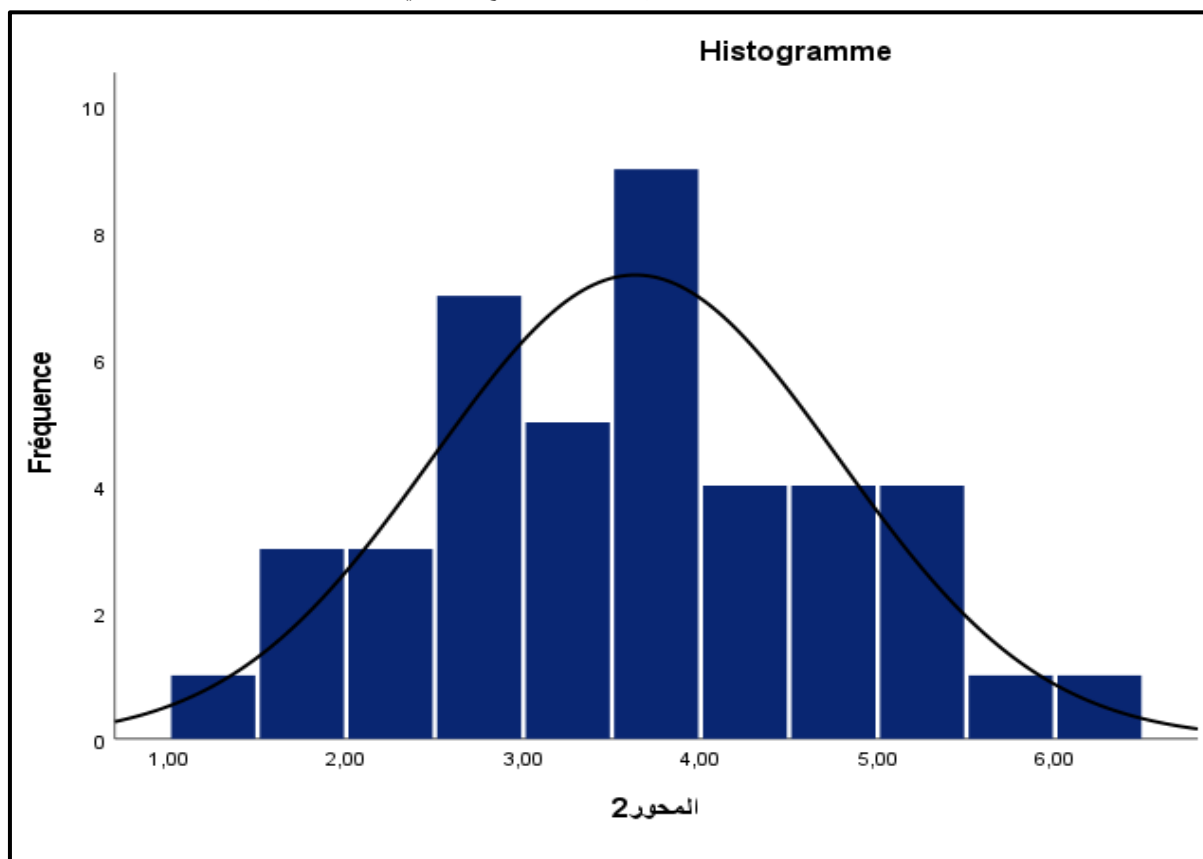
*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية لمحور إدارة المعرفة بلغت (0.200) و(0.927)، وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.005)، وهو ما يعني أن بيانات المحور تتبع التوزيع الطبيعي، وهو المطلوب لغرض إجراء الدراسة وفيما يلي التمثيل البياني لاختبارات التوزيع الطبيعي للمحور الثاني:

الشكل (2-4): التمثيل البياني لاختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثاني.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

ثانيا- أدوات التحليل الإحصائي: من أجل القيام بالتحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان تم الاستعانة بالأدوات الإحصائية المناسبة لهذه الدراسة، والتي يتم الحصول على نتائجها مباشرة بعد تفريغ الاستبيان من خلال برمجية SPSS.V27، حيث تم استخدام نوعين من الأساليب الإحصائية:

1- الأساليب الإحصائية الوصفية: حيث تطرقنا إلى:

1-1- حساب التكرارات والنسب المئوية: من خلالها إجابات الأفراد يمكن الحصول على مختلف

الأشكال البيانية (الدوائر النسبية، المضلعات التكرارية... الخ)؛

1-2- المتوسط الحسابي: مجموع القيم المدروسة مقسومة على عددها، وذلك لمعرفة مدى تركز أو توافق الإجابات؛

1-3- الانحراف المعياري: هو الجذر التربيعي لمربع انحرافات قيم المفردات عن وسطها الحسابي.

ويتم قياسه من أجل معرفة مدى تشتت الإجابات لدى الأفراد العينة؛

2- الأساليب الإحصائية الاستدلالية: والتي من بينها:

2-1- حساب معامل الارتباط بيرسون: لمعرفة الدلالة الإحصائية لقياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات

الاستبيان.

2-2- مقياس ألفا كرونباخ: لقياس درجة ثبات البيانات.

2-3- تحليل التباين Anova: لمعرفة الفروق في آراء عينة الدراسة.

2-4- الانحدار البسيط: من أجل تحديد علاقة المتغير المستقل بالمتغير التابع وما مدى تأثيره فيه.

وتم الاعتماد على مقياس ليكارت للتعرف على وجهة نظر مفردات المجتمع حول موضوع الدراسة ويمكن توضيح

ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول (2- 8): سلم ليكارت الخماسي.

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

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مقياس ليكارت.

كما تم تحديد طول خلايا مقياس ليكارت للتدرج الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) حيث تم حساب المدى ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي ($0.8 = 5/4$) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى بداية المقياس وهي واحد وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية ويمكن توضيح طول الخلايا في الجدول الموالي:

الجدول (2-9): طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي.

الفئة الأولى	من 1 إلى أقل من 1.80	غير موافق بشدة	منخفض جدا
الفئة الثانية	من 1.80 إلى أقل من 2.60	غير موافق	منخفض
الفئة الثالثة	من 2.60 إلى أقل من 3.40	محايد	متوسط
الفئة الرابعة	من 3.40 إلى أقل من 4.20	موافق	مرتفع
الفئة الخامسة	من 4.20 إلى أقل من 5	موافق بشدة	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مقياس ليكارت.

من الجدول أعلاه الذي يمثل طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي نجد 5 فئات ولكل فئة قيم داخل مجال محدد بالمتوسط الحسابي، ويتم تصنيف هذه الفئات لاستخدامها في تحليل النتائج وإسقاط كل قيمة متحصل عليها في المجال الذي تنتمي إليه وربطه بالدرجة الموافقة له.

المطلب الثالث- عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية: يتناول هذا العنصر وصفا إحصائيا لمجتمع الدراسة وفقا للخصائص الشخصية والوظيفية المحددة في أداة الدراسة.

تمثلت متغيرات الدراسة الشخصية والوظيفية في: الجنس؛ العمر؛ المؤهل العلمي؛ الخبرة المهنية عدد الدورات التكوينية ويمكن توضيح هذه المتغيرات من خلال ما يلي:

الفرع الأول- توزيع مجتمع الدراسة وفق متغير الجنس:

الجدول (2-10): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس.

الجنس					
Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé		
ذكر 25	59,5	59,5	59,5	Valide	
انثى 17	40,5	40,5	100,0		
Total 42	100,0	100,0			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة الذكور قدرت ب 59.5% حيث بلغ عددهم 25 موظفا، في حين سجلت الإناث نسبة قدرت ب 40.5% من النسبة الكلية وبلغ عددهن 17 موظفة، ويظهر من هذه النتائج أن سياسة المؤسسة في التوظيف تعتمد على الكفاءات المميزة سواء كانت أنثى أو ذكر، وهي ميزة في عدم التفريق بين الجنسين ما يدل على أن كفاءة الأنثى لا تختلف عن كفاءة الذكر بل قد تكون أعلى في بعض الأحيان، ويفسر عدد الذكور المرتفع نسبيا عن عدد الإناث كون الوكالة تضم مصلحة تقنية تستلزم في طبيعة عملها الاعتماد على الذكور، والشكل الموالي يمثل الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

الفرع الثاني- توزيع مجتمع الدراسة وفق متغير العمر:

الجدول (2- 11): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير العمر.

العمر		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	18- 28 سنة	5	11,9	11,9	11,9
	29 – 38 سنة (17)	17	40,5	40,5	52,4
	39 – 48 سنة (12)	12	28,6	28,6	81,0
	49 – 58 سنة	6	14,3	14,3	95,2
	أكبر من 58 سنة	2	4,8	4,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 40.5% من أفراد عينة الدراسة تراوحت أعمارهم بين 29 و 38 سنة وبلغ عددهم 17 موظفا وموظفة وهي القيمة الأكبر من بين الفئات المدرجة، فيما بلغت نسبة من تتراوح أعمارهم بين 39 و 48 سنة 28.6% وهو ما يمثل 12 موظفا وموظفة، بينما بلغت الفئة العمرية أقل من 49 الى 58 سنة نسبة 14.3% ، أي 6 موظفين، وكانت نسبة الفئة العمرية الأقل والتي تتراوح بين 18 و 28 سنة كانت 11.9% وهي تمثل 5 موظفين، أما بالنسبة للفئة الأكبر سنا وهي فئة أكبر من 58 سنة فقط بلغت نسبة 4.8% أي موظفين فقط، ويظهر جليا من النسب السابقة أن الفئات الشابة والمتوسطة العمر قد سيطرت على غالب وظائف الشركة، ومن خلال هذه النتائج نرى أن الفئة متوسطة العمر هي الراجحة في المؤسسة، وهي من استراتيجياتها التي تتمحور حول توظيف الفئات الشابة لطاقتها وفاعلية أدائها.

الفرع الثالث- توزيع مجتمع الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي:

الجدول (2- 12): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير المؤهل العلمي.

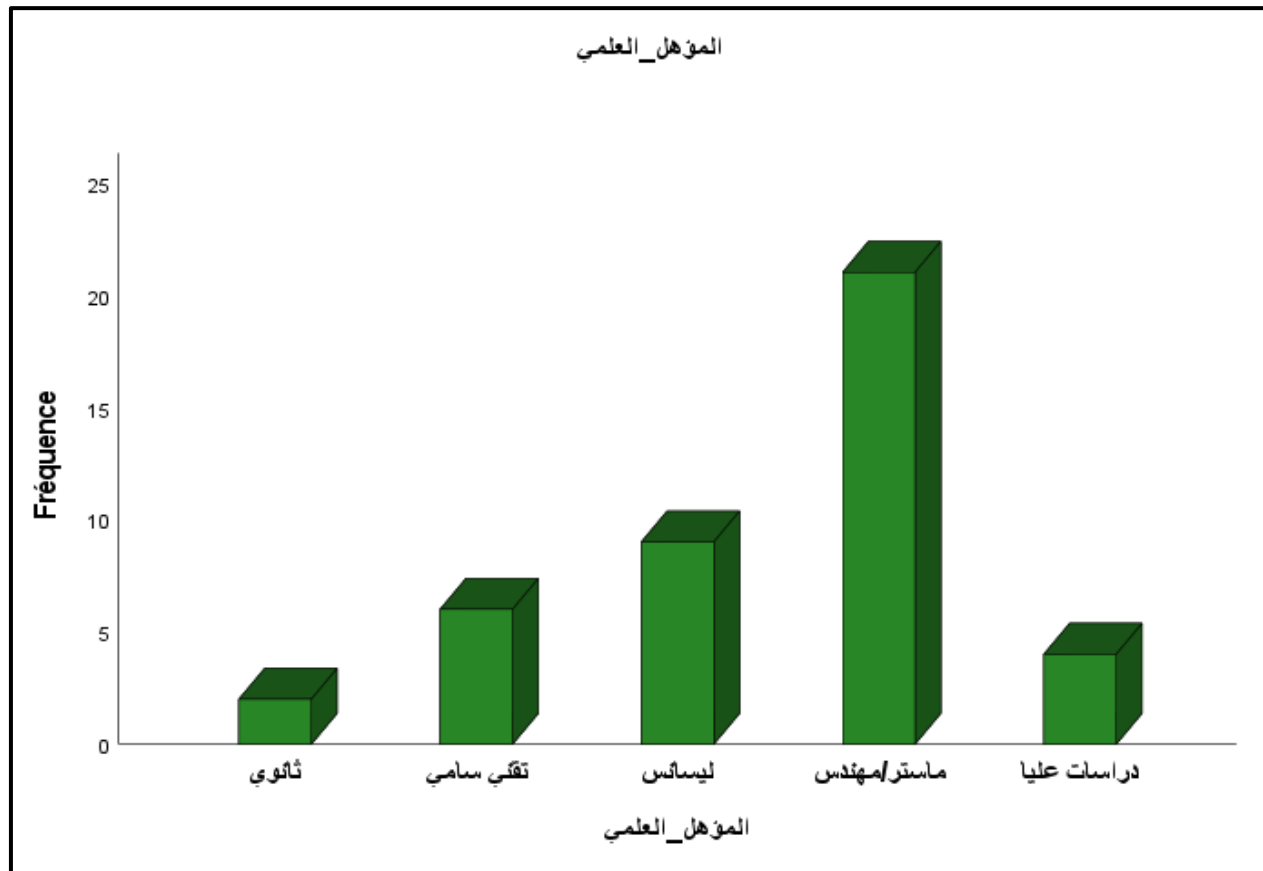
المؤهل العلمي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide				
ثانوي	2	4,8	4,8	4,8
تقني سامي	6	14,3	14,3	19,0
ليسانس	9	21,4	21,4	40,5
ماستر/مهندس	21	50,0	50,0	90,5
دراسات عليا	4	9,5	9,5	100,0
Total	42	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أكثر من 80 % من أفراد عينة الدراسة جامعيون موزعين على، ليسانس وعددهم (09) بنسبة (21.4 %)، ماستر/مهندس وعددهم (21) بنسبة (50 %) وهي النسبة الأكبر حسب هذا المتغير ويعود ذلك بسبب قرار وزارة التعليم العالي والذي يمكن أصحاب ليسانس كلاسيك من الحصول على شهادة الماستر حيث قام كل أصحاب الشهادات المذكورة بالاستفادة من هذا القرار على فترات متباعدة ومختلفة، كذلك فئة الدراسات العليا بلغت (4) موظفين وهو ما يمثل نسبة (9.5 %) ، أما مستوى الثانوي فقد بلغ عددهم موظفين فقط بنسبة 4.8 %، وبلغ عدد التقنيين الساميين (06) موظفين، بنسبة 14.3 % من مجموع أفراد العينة، وتركز المؤسسة في عملية استقطاب الموظفين على الجامعيين و أصحاب الكفاءات الكبيرة بالإضافة للتقنيين والتقنيين الساميين لتغطية الوظائف لديها، ومن خلال هذه النتائج نجد أن أكثر الموظفين بالمؤسسة محل الدراسة جامعيون من أصحاب الشهادات الذين فاقت نسبتهم 84 %، الأمر الذي يعتبر ميزة إضافية للمؤسسة و يظهر جليا أن التوظيف في المؤسسة محل الدراسة يشترط إجمالا التكوين الأكاديمي، والشكل المولي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي:

الشكل (2-5): التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

الفرع الرابع- توزيع مجتمع الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة المهنية:

الجدول (2-13): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير سنوات الخبرة المهنية.

الخبرة العملية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أقل من 5 سنوات	11	26,2	26,2	26,2
من 5 الى 10 سنوات	19	45,2	45,2	71,4
من 10 إلى 15 سنة	8	19,0	19,0	90,5
اكثر من 15 سنة	4	9,5	9,5	100,0
Total	42	100,0	100,0	

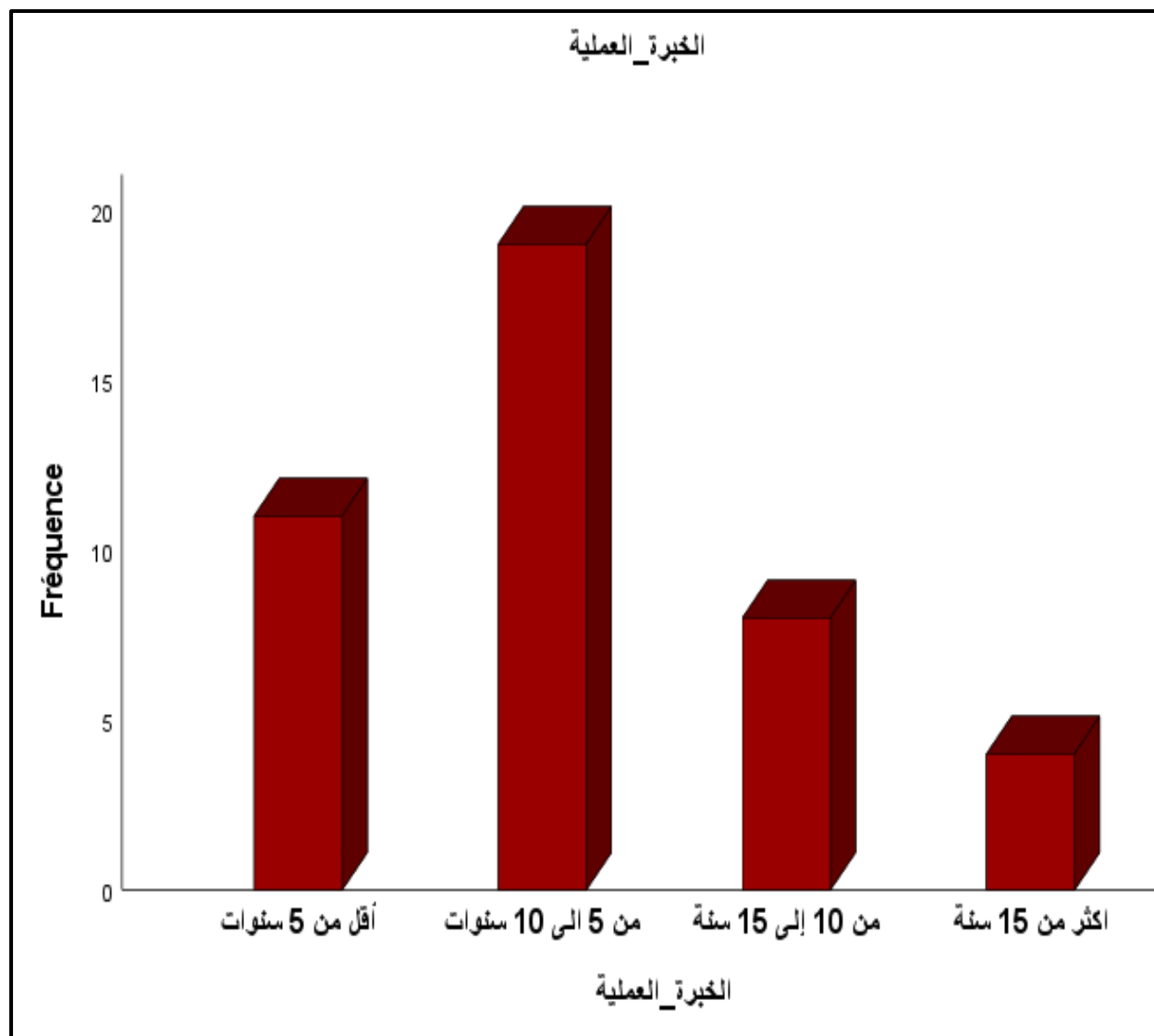
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن أكثر من (73 %) من أفراد العينة يمتلكون خبرة مهنية أكثر من 5 سنوات، حيث نجد أن

مستوى الخبرة من 5 إلى 10 سنوات قد كان (19) موظفا وموظفة، بنسبة بلغت (45.2 %)، والموظفون الذين

يتملكون خبرة مهنية تتراوح بين 10 و 15 سنة كان عددهم (08)، بنسبة بلغت (19 %)، و (9.5 %) يمثلون نسبة الموظفين الذين يملكون خبرة أكثر من 15 سنة، وهذا يعني أن جل موظفي المؤسسة يملكون خبرات مهنية معتبرة، لنجد أخيرا أن (11) من أفراد العينة يملكون خبرة أقل من 5 سنوات بنسبة تقدر بـ (26.2 %)، إن ما يفسر هذه النتائج هو استراتيجية المؤسسة في المحافظة على الكفاءات وتوفير كل الإمكانيات اللازمة لتحقيق متطلبات الرضا الوظيفي لهم، وبالتالي زيادة انتاجيتهم وتحقيق أهداف المؤسسة، والشكل التالي يوضح التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير السنوات الخبرة المهنية:

الشكل (2-6): التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير السنوات الخبرة المهنية.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

الفرع الخامس - توزيع مجتمع الدراسة وفق متغير الدورات التكوينية:

الجدول (2- 14): توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الدورات التكوينية.

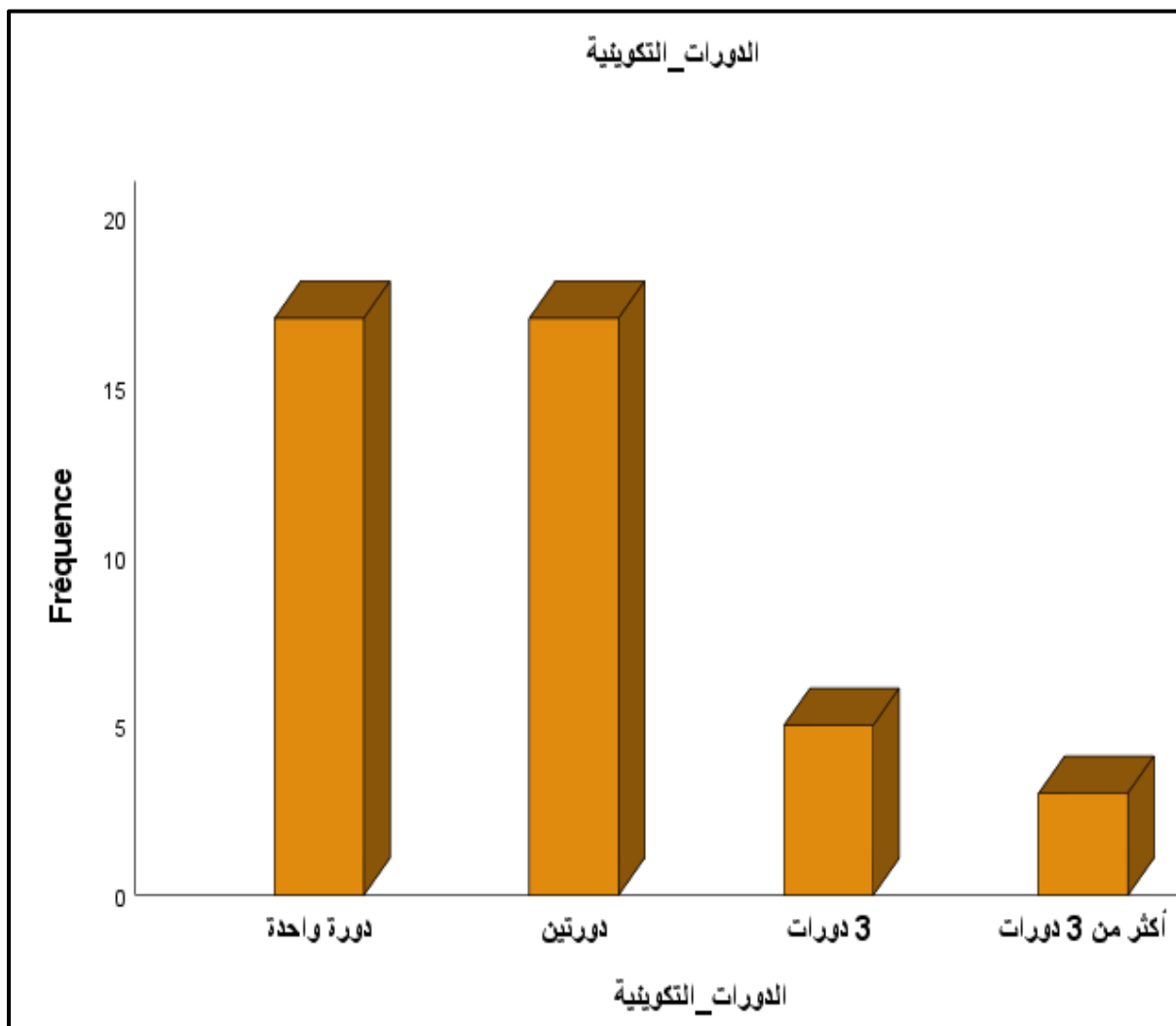
الدورات التكوينية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دورة واحدة	17	40,5	40,5	40,5
	دورتين	17	40,5	40,5	81,0
	3 دورات	5	11,9	11,9	92,9
	أكثر من 3 دورات	3	7,1	7,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن حوالي (60 %) من أفراد العينة قد شاركوا في أكثر من دورة تدريبية على مختلف المستويات والتخصصات، حيث نجد أن عدد الموظفين الذين شاركوا في دورتين قد كان (17) موظفا وموظفة، بنسبة بلغت (40.5 %)، والموظفون الذين شاركوا في 3 دورات كان عددهم (05)، بنسبة بلغت (11.9 %)، و 3 موظفين من أفراد العينة قد شاركوا في أكثر من 3 دورات تكوينية، بنسبة بلغت (7.1 %)، أما الموظفون المشاركون فقط في دورة واحدة كان عددهم 17 موظفا وموظفة وبنسبة معتبرة بلغت (40.5 %)، وحسب المؤسسة فإن الاختلاف والتباين في عدد دورات الموظفين يعود إلى المديرية الجهوية بورقلة التي تعد هذه الدورات وتحدد مواضيعها وتخصصاتها، مع تأكيد المؤسسة بأن جميع موظفيها يحصلون على نفس الفرص، وكذلك على عدد كافي من الدورات التكوينية التي تطور مهارتهم وتكسبهم كفاءات أكثر، والشكل التالي يوضح التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير الدورات التكوينية:

الشكل (2-7): التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير الدورات التكوينية.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

المبحث الثالث- تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات:

المطلب الأول تحليل محاور الدراسة: سيتم تحليل هذه المحاور بالاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS) وقد تم استخدام معياري المتوسط الحسابي لمعرفة درجة الموافقة على كل محور، والانحراف المعياري لمعرفة مدى تشتت إجابات عينة الدراسة، ولقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لقياس شدة الإجابة.

الفرع الأول- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو المحور الأول اليقظة الاستراتيجية: حيث تناول المحور الأول لأداة الدراسة اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسة محل الدراسة، وهو يمثل المتغير المستقل في دراستنا، وسيتم من خلال ما يلي تحليل النتائج التي تم التوصل إليها باستخدام المتوسط الحسابي وكذا الانحراف المعياري.

أولاً- عرض وتحليل استجابات أفراد المجتمع نحو البعد الأول للمحور الأول "اليقظة التكنولوجية": وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول (2-15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الأول المحور الأول.

الرقم	التكرار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	ترتيب الفقرة
01	العدد	02	03	11	22	04	3.55	0.942	موافق	مرتفع	16
	النسبة	%4.8	%7.1	%26.2	%52.4	%9.5					
02	العدد	01	03	10	21	07	3.71	0.918	موافق	مرتفع	05
	النسبة	%2.4	%7.1	%23.8	%50	%16.7					
03	العدد	01	03	10	20	08	3.74	0.939	موافق	مرتفع	04
	النسبة	%2.4	%7.1	%23.8	%47.6	%19					
04	العدد	01	03	09	24	05	3.69	0.869	موافق	مرتفع	07
	النسبة	%2.4	%7.1	%21.4	%57.1	%11.9					
05	العدد	01	03	11	17	10	3.76	0.983	موافق	مرتفع	02
	النسبة	%2.4	%7.1	%26.2	%40.5	%23.8					
بعد اليقظة التكنولوجية							3.69	0.737			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (01) (3.55) أي بدرجة مرتفع حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (0.942)، وانت نسبة إجابة الموافقة فيها الأعلى (52.4 %)، تليها نسبة إجابة الحياد (26.2 %)، ثم الموافقة بشدة (9.5 %)، تليها عدم الموافقة (7.1 %)، وأخيراً نسبة عدم الموافقة بشدة (4.8 %)، ورتبة أهمية هذه الفقرة بعد النتائج الموضحة في الجدول هي (16)، تبين النتائج أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تعمل إلى حد ما على جمع المعلومات العلمية، التقنية والتكنولوجية المرتبطة بنشاطها، ولكن بدرجة ليست عالية، كما أن الانحراف المعياري قريب من 1، مما يدل على وجود بعض التباين في آراء الباحثين حول هذه الفقرة.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (02) (3.71) أي بدرجة مرتفعة حسب مقياس ليكرت، وانحراف معياري بلغ (0.918)، وكانت نسبة الموافقة الأعلى (50 %)، تليها الموافقة بشدة (16.7 %)، ثم الحياد (23.8 %)، يليها عدم الموافقة (7.1 %)، وأخيراً عدم الموافقة بشدة (2.4 %)، ورتبة أهمية هذه الفقرة بعد النتائج الموضحة في الجدول هي (05)، تبين النتائج أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تراقب بدرجة جيدة التطورات التكنولوجية التي قد تؤثر على نشاطها، مما يعكس وعياً تكنولوجياً معتبراً لديها، أما قيمة الانحراف المعياري المنخفضة فتعني أن إجابات الأفراد كانت متقاربة إلى حد ما.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (03) (3.74) بدرجة مرتفعة، وانحراف معياري بلغ (0.939)، وقد كانت أعلى نسبة هي للموافقة (47.6 %)، ثم الموافقة بشدة (19 %)، تليها الحياد (23.8 %)، ثم عدم الموافقة (7.1 %)، وأخيراً عدم الموافقة بشدة (2.4 %)، ورتبة أهمية هذه الفقرة بعد النتائج الموضحة في الجدول هي (04)، تبين النتائج أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تهتم نسبياً بالتعرف على براءات الاختراع والمعايير المرتبطة بنشاطها، مما يدل على وجود اهتمام بالجانب التشريعي والمعرفي للتكنولوجيا، كما أن قيمة الانحراف المعياري التي تقارب 1، تشير إلى وجود تفاوت بسيط في وجهات نظر المبحوثين.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (04) (3.69) بدرجة مرتفعة، وانحراف معياري بلغ (0.869)، جاءت أعلى نسبة للموافقة (57.1 %)، تليها الحياد (21.4 %)، ثم الموافقة بشدة (11.9 %)، بينما كانت نسبتا عدم الموافقة وعدم الموافقة بشدة (7.1 %، 2.4 % على التوالي)، ورتبة أهمية هذه الفقرة بعد النتائج الموضحة في الجدول هي (07)، تبين النتائج أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تهتم برصد التقنيات التي يستخدمها المنافسون، مما يعكس رغبة في مواكبة السوق والتطورات المرتبطة به والانحراف المعياري المنخفض يدل على تقارب الآراء حول هذه الفقرة.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (05) (3.76) ، أي بدرجة مرتفعة، وانحراف معياري (0.983) ، وقد كانت نسبة الموافقة الأعلى (40.5 %)، تليها الموافقة بشدة (23.8 %)، ثم الحياد (26.2 %)، يليها عدم الموافقة (7.1 %)، وأخيراً عدم الموافقة بشدة (2.4 %) ، ورتبة أهمية هذه الفقرة بعد النتائج الموضحة في الجدول هي (02)، تبين النتائج أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تبذل جهداً لكشف الفرص

التكنولوجية واستغلالها وتجنب التهديدات، وهو مؤشر إيجابي على وعي استراتيجي تكنولوجي، كما أن قيمة الانحراف المعياري تقارب 1، ما يدل على وجود بعض التفاوت في الاستجابات.

❖ بلغ متوسط الفقرات بعد "اليقظة التكنولوجية" اجمالا (3.69) وانحرافها المعياري (0.737)، مما يدل على

أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تُولي اهتمامًا جيدًا للجوانب التكنولوجية، سجلت الفقرات أعلى درجات الموافقة، حيث تجاوزت النسبة العامة للموافقة 50% في معظم الفقرات، مما يشير إلى أن المؤسسة تتابع تطورات التكنولوجيا وتستخدم المعلومات التقنية بفعالية كما أن القيم المنخفضة للانحراف المعياري تشير إلى عدم تباين كبير في إجابات أفراد العينة، مما يعكس توافقًا في آراء المشاركين حول أهمية هذه الفقرات.

ثانياً- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو البعد الثاني للمحور الأول "اليقظة التنافسية": وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول (2-16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الثاني المحور الأول.

الرقم	التكرار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	ترتيب الفقرة
06	العدد	00	06	04	21	11	3.88	0.968	موافق	مرتفع	01
	النسبة	%00	%14.3	%9.5	%50	%26.2					
07	العدد	02	09	06	18	07	3.45	1.152	موافق	مرتفع	19
	النسبة	%4.8	%21.4	%14.3	%42.9	%16.7					
08	العدد	02	03	05	25	07	3.76	0.983	موافق	مرتفع	03
	النسبة	%4.8	%7.1	%11.9	%59.5	%16.7					
09	العدد	00	06	09	21	06	3.64	0.906	موافق	مرتفع	11
	النسبة	%00	%14.3	%21.4	%50	%14.3					
10	العدد	01	11	12	13	05	3.24	1.055	محايد	متوسط	20
	النسبة	%2.4	%26.2	%28.6	%31	%11.9					
بعد اليقظة التنافسية								0.788	3.60		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (06) (3.88) أي بدرجة مرتفعة حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (0.968)، وكانت نسبة إجابة الموافقة فيها الأعلى (50%)، تليها نسبة إجابة الموافقة بشدة (26.2%)، ثم نسبة إجابة غير موافق (14.3%)، متبوعة بنسبة المحايد (9.5%)، ولم تسجل الفقرة أي نسبة في خيار غير موافق بشدة، ورتبة أهمية هذه الفقرة بعد النتائج الموضحة في الجدول هي (01)، ويشير المتوسط الحسابي المرتفع إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تقوم بالتحري عن الكفاءات الحالية لمنافسيها بفعالية، كما أن قيمة الانحراف المعياري أقل من (1) مما يدل على تماسك وتجانس إجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (07) (3.45) أي بدرجة متوسطة حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (1.152)، وكانت نسبة الموافقة فيها الأعلى (42.9%)، تليها نسبة الموافقة بشدة (16.7%)، ثم غير موافق (21.4%)، تليها نسبة المحايد (14.3%)، وأخيرا غير موافق بشدة بنسبة (4.8%)، ورتبة أهمية هذه الفقرة بعد النتائج الموضحة في الجدول هي (19)، ويظهر المتوسط الحسابي أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تراقب بشكل متوسط استراتيجيات المنافسين والتغيرات الحاصلة لديهم، أما الانحراف المعياري الكبير نسبيا فيشير إلى تباين في آراء المبحوثين حول هذه الفقرة.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (08) (3.76) أي بدرجة مرتفعة حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (0.983)، وقد جاءت نسبة الموافقة الأعلى (59.5%)، تليها الموافقة بشدة (16.7%)، ثم المحايد (11.9%)، يليه غير موافق (7.1%)، وأخيرا غير موافق بشدة (4.8%)، ورتبة أهمية هذه الفقرة بعد النتائج الموضحة في الجدول هي (03)، ويدل المتوسط الحسابي المرتفع على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تعمل بجهد للتقصي حول أهداف المنافسين الحالية والمستقبلية، والانحراف المعياري المقبول يدل على تقارب إجابات أفراد العينة.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (09) (3.64) أي بدرجة متوسطة تميل إلى الارتفاع حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (0.906)، وكانت أعلى نسبة هي للموافقة (50%)، تليها المحايد (21.4%)، ثم الموافقة بشدة (14.3%)، وأخيرا غير موافق بنسبة (14.3%)، ولم تُسجل أي نسبة في خيار غير موافق بشدة، ورتبة أهمية هذه الفقرة بعد النتائج الموضحة في الجدول هي (11)، مما يدل على وجود وعي متوسط إلى

جيد لدى مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي بخصوص رصد المنافسين الرئيسيين والمحتملين وتحديد مواقعهم في السوق.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (10) (3.24) أي بدرجة متوسطة حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (1.055)، حيث سجلت الموافقة النسبة الأعلى (31%)، تليها المحايد (28.6%)، ثم غير موافق (26.2%)، ثم الموافقة بشدة (11.9%)، وأخيراً غير موافق بشدة بنسبة (2.4%)، ورتبة أهمية هذه الفقرة بعد النتائج الموضحة في الجدول هي (20)، ويعكس المتوسط الحسابي المتوسط أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي لا تعتمد بشكل كبير على تحديد سيناريوهات وقرارات المنافسين، كما أن الانحراف المعياري المرتفع نسبياً يعكس تبايناً في وجهات نظر المستجيبين.

بلغ متوسط الفقرات في هذا البعد (3.60) مع انحراف معياري قدره (0.788)، مما يعكس اهتماماً معتدلاً بالمنافسة واهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي بمراقبة المنافسين في السوق وهو شركات الاتصالات الخاصة التي أصبحت تقدم عروض انترنت تنافسية، على الرغم من أن الإجابات في الفقرات لا تظهر توافقاً قوياً في بعض الأحيان، مثل الفقرة (10) التي سجلت متوسطاً منخفضاً (3.24) وانحرافاً عالياً (1.055)، إلا أن المؤسسة تولي بعض الأهمية لمراقبة المنافسين وتطوير استراتيجيات لمواكبة التغيرات في السوق، وبالتالي، يُمكن اعتبار هذا البعد كأحد الجوانب التي تحتاج إلى تحسين رغم أن عدم الاهتمام الكبير به قد يعود إلى وجود منافسين مباشرين، وأيضاً كون المؤسسة عمومية تحتكر خدمات الإنترنت بالجزائر.

ثالثاً- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو البعد الثالث للمحور الأول "البقطة التجارية": وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول (2-17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الثالث المحور الأول.

الرقم	التكرار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	ترتيب الفقرة
11	العدد	01	06	08	21	06	3.60	0.989	موافق	مرتفع	15
	النسبة	%2.4	%14.3	%19	%50	%14.3					
12	العدد	01	03	12	19	07	3.67	0.928	موافق	مرتفع	10
	النسبة	%2.4	%7.1	%28.6	%45.2	%16.7					

13	العدد	02	05	10	19	06	3.52	1.042	موافق	مرتفع	18
	النسبة	%4.8	%11.9	%23.8	%45.2	%14.3					
14	العدد	01	02	14	17	08	3.69	0.924	موافق	مرتفع	08
	النسبة	%2.4	%4.8	%33.3	%40.5	%19					
15	العدد	01	05	08	23	05	3.62	0.936	موافق	مرتفع	14
	النسبة	%2.4	%11.9	%19	%54.8	%11.9					
بعد اليقطة التجارية							3.62	0.716			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (11) (3.60) أي بدرجة متوسطة تميل إلى الارتفاع حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (0.989)، حيث سجلت الموافقة النسبة الأعلى (50%)، تليها المحايد (19%)، ثم غير موافق (14.3%)، وبعدها موافق بشدة (14.3%)، وأخيراً غير موافق بشدة (2.4%)، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (15) حسب الجدول، وتشير النتائج إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تتابع تطور احتياجات الزبائن وتفضيلاتهم بدرجة لا بأس بها، والانحراف المعياري المقبول يدل على تقارب نسبي في آراء المستجيبين.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (12) (3.67) أي بدرجة مرتفعة نسبياً حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (0.928)، حيث كانت نسبة الموافقة الأعلى (45.2%)، تليها المحايد (28.6%)، ثم موافق بشدة (16.7%)، ثم غير موافق (7.1%)، وأخيراً غير موافق بشدة بنسبة (2.4%)، وجاء ترتيب الفقرة بعد النتائج الرتبة (10)، وتشير النتائج إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تعمل بشكل ملحوظ على تطوير علاقاتها مع الزبائن لاستقطاب ولائهم، والانحراف المعياري المتوسط يعكس تنوعاً طفيفاً في الآراء.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (13) (3.52) أي بدرجة متوسطة حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (1.042)، وسجلت الموافقة النسبة الأعلى (45.2%)، تليها المحايد (23.8%)، ثم غير موافق (11.9%)، ثم موافق بشدة (14.3%)، وأخيراً غير موافق بشدة بنسبة (4.8%)، وقد احتلت الفقرة بعد النتائج الرتبة (18)، ويعكس ذلك تقييماً متوسطاً لدور مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي في الحفاظ على علاقاتها مع الموردين، والانحراف المعياري المرتفع نسبياً يُشير إلى تباين واضح بين آراء المشاركين.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (14) (3.69) أي بدرجة مرتفعة حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (0.924)، حيث سجلت الموافقة (40.5%)، تليها محايد (33.3%)، ثم موافق بشدة (19%)، وأخيراً غير موافق (4.8%) وغير موافق بشدة (2.4%)، واحتلت هذه الفقرة بعد النتائج الترتيب (08)، وتشير هذه النتائج إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تتابع وضعية مورديها الحالية والمستقبلية بفعالية، في حين أن الانحراف المعياري المنخفض نسبياً يعكس تجانساً في وجهات نظر أفراد العينة.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (15) (3.62) أي بدرجة متوسطة تميل إلى الارتفاع، بانحراف معياري (0.936)، وجاءت الموافقة بنسبة (54.8%)، تليها المحايد (19%)، ثم غير موافق (11.9%)، وبعدها موافق بشدة (11.9%)، وأخيراً غير موافق بشدة بنسبة (2.4%)، ورتبة الفقرة بعد النتائج (14)، وتشير النتائج إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تستمع إلى طلبات الزبائن بشكل جيد، كما أن الانحراف المعياري يعكس استقراراً نسبياً في الإجابات.

بلغ متوسط الفقرات في هذا البُعد (3.62) وانحراف معياري (0.716)، مما يشير إلى مستوى جيد من الوعي التجاري في مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي، أغلب الفقرات سجلت درجات مرتفعة للموافقة، مما يعني أن المؤسسة تسعى بشكل جاد للاحتفاظ بالولاء العملاء وتحسين علاقاتها معهم، كما أن مستوى الدلالة يظهر استجابة قوية من قبل المشاركين، مما يعكس أن اليقظة التجارية جزء أساسي في استراتيجية المؤسسة.

رابعاً- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو البعد الرابع للمحور الأول "اليقظة الاجتماعية والبيئية": وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول (2-18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الرابع المحور الأول.

الرقم	التكرار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	ترتيب الفقرة
16	العدد	02	04	12	17	07	3.55	1.041	موافق	مرتفع	17
	النسبة	4.8%	9.5%	28.6%	40.5%	16.7%					
17	العدد	01	04	14	13	10	3.64	1.032	موافق	مرتفع	13
	النسبة	2.4%	9.5%	33.3%	31%	23.8%					
18	العدد	02	02	12	19	07	3.64	0.983	موافق	مرتفع	12

					%16.7	%45.2	%28.6	%4.8	%4.8	النسبة	
19			0.975	3.69	08	19	10	04	01	العدد	
					%19	%45.2	%23.8	%9.5	%2.4	النسبة	
20			1.043	3.71	08	22	06	04	02	العدد	
					%19	%52.4	%14.3	%9.5	%4.8	النسبة	
			0.813	3.65	بعد اليقظة الاجتماعية والبيئية						

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (16) (3.55) أي بدرجة متوسطة تميل إلى الارتفاع حسب مقياس ليكرت الخماسي، وانحراف معياري (1.041)، حيث سجلت الموافقة النسبة الأعلى (40.5%)، تليها المحايد (28.6%)، ثم موافق بشدة (16.7%)، تليها غير موافق (9.5%)، وأخيراً غير موافق بشدة (4.8%)، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الترتيب (17)، وتشير النتائج إلى أن المؤسسة تولي بعض الاهتمام للمسؤولية الاجتماعية، مع تفاوت نسبي في آراء المشاركين.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (17) (3.64) أي بدرجة متوسطة مائلة إلى الارتفاع، وبانحراف معياري (1.032)، وسجلت المحايد النسبة الأعلى (33.3%)، تليها موافق (31%)، ثم موافق بشدة (23.8%)، يليها غير موافق (9.5%)، وأخيراً غير موافق بشدة بنسبة (2.4%)، وقد جاءت عد النتائج في الترتيب (13)، وتشير النتائج إلى إدراك متوسط لدى المؤسسة للآثار الاجتماعية لأنشطتها، في حين يعكس الانحراف المعياري المرتفع نسبياً تنوعاً في الآراء.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (18) (3.64) أيضاً، أي بدرجة مشابهة للفقرة السابقة، وبانحراف معياري (0.983)، حيث سجلت الموافقة (45.2%)، تليها المحايد (28.6%)، ثم موافق بشدة (16.7%)، وأخيراً غير موافق (4.8%) وغير موافق بشدة (4.8%)، وقد احتلت هذه الفقرة عد النتائج الترتيب (12)، وتظهر النتائج أن المؤسسة تُظهر اهتماماً بيئياً نسبياً، والانحراف المعياري المعتدل يشير إلى تقارب معقول في وجهات النظر.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (19) (3.69) أي بدرجة مرتفعة نسبياً، بانحراف معياري (0.975)، حيث جاءت نسبة الموافقة (45.2%)، تليها موافق بشدة (19%)، ثم المحايد (23.8%)، وبعدها غير موافق

(9.5%)، وأخيراً غير موافق بشدة (2.4%)، واحتلت الفقرة عد النتائج الترتيب (09)، وتشير البيانات إلى اهتمام المؤسسة بمراعاة البعد الاجتماعي في قراراتها البيئية، والانحراف المعياري يعكس استقراراً نسبياً في التقييمات.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (20) (3.71) وهي الأعلى بين الفقرات في هذا البعد، وتدل على درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (1.043)، وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (52.4%)، تليها موافق بشدة (19%)، ثم محايد (14.3%)، ثم غير موافق (9.5%)، وأخيراً غير موافق بشدة (4.8%)، وقد احتلت هذه الفقرة عد النتائج الترتيب (06)، مما يدل على أن المؤسسة تتبنى بدرجة جيدة سياسات تراعي المعايير البيئية الحديثة، رغم وجود بعض التباين في آراء المستجيبين.

بلغ متوسط الفقرات في هذا البعد (3.65) مع انحراف معياري (0.813)، مما يعكس اهتماماً معتدلاً وجيداً بالجانب الاجتماعي والبيئي. الفقرات التي تحتوي على المتغيرات البيئية والاجتماعية لاقت استجابة إيجابية من المشاركين، حيث أظهرت نتائج إيجابية فيما يتعلق بوعي المؤسسة بالتغيرات البيئية والاجتماعية. ومع ذلك، كانت هناك بعض التباينات في الإجابات، وهو ما يعكس تنوعاً في آراء المستجيبين حول مدى تأثير هذه الجوانب في استراتيجيات المؤسسة.

خامساً- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو محور الأول "اليقظة الاستراتيجية": وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول (2-19): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور اليقظة الاستراتيجية.

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة
اليقظة الاستراتيجية	3.64	0.528	موافق	مرتفع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

❖ بلغ المتوسط الحسابي العام لمحور اليقظة الاستراتيجية (3.64)، وهو يقع في مستوى "موافقة" حسب مقياس ليكرت الخماسي، مما يدل على أن أفراد العينة يتفقون بدرجة جيدة على أن مؤسسة اتصال الجزائر وكالة الوادي تعتمد ممارسات مرتبطة باليقظة الاستراتيجية بمختلف أبعادها (التكنولوجية، التنافسية، التجارية، الاجتماعية والبيئية)، هذا يعكس وعياً عاماً بأهمية تتبع المتغيرات الداخلية والخارجية المحيطة بالمؤسسة واستثمار المعلومات المتاحة في اتخاذ القرارات.

❖ أما قيمة الانحراف المعياري (0.528) ، فهي منخفضة وتعني أن تشتت آراء أفراد العينة كان ضعيفا، أي أن الإجابات تميل إلى التجانس حول هذا المتوسط، مما يعزز من موثوقية نتائج هذا المحور ويعكس وجود اتفاق نسبي بين أفراد العينة على أهمية تطبيق المؤسسة لممارسات اليقظة الاستراتيجية.

❖ بناءً على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، يمكن القول أن اليقظة التكنولوجية واليقظة التجارية حصلتا على أعلى درجات الموافقة، مما يشير إلى أن المؤسسة تضع اهتمامًا كبيرًا على تلك الجوانب، بينما حصلت اليقظة التنافسية واليقظة الاجتماعية والبيئية على درجات أقل قليلا، مما قد يدل على أن هذه الأبعاد تحتاج إلى مزيد من الاهتمام والتركيز في استراتيجية المؤسسة المستقبلية.

وبهذا، يمكن القول إن مؤسسة اتصال الجزائر وكالة الوادي تظهر توجهًا إيجابيًا نحو تبني ممارسات اليقظة الاستراتيجية، وهو ما قد ينعكس بشكل إيجابي على أدائها.

الفرع الثاني- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو المحور الثاني إدارة المعرفة: حيث تناول المحور الثاني لأداة الدراسة إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي، وهو يمثل المتغير التابع في دراستنا، وسيتم من خلال ما يلي تحليل النتائج التي تم التوصل إليها باستخدام المتوسط الحسابي وكذا الانحراف المعياري.

أولاً- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو البعد الأول للمحور الثاني " تشخيص المعرفة": وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول (2-20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد تشخيص المعرفة.

الرقم	التكرار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	ترتيب الفقرة
01	العدد	00	03	15	19	05	3.62	0.795	موافق	مرتفع	09
	النسبة	%00	%7.1	%35.7	%45.2	%11.9					
02	العدد	01	02	07	18	14	4.00	0.963	موافق	مرتفع	01
	النسبة	%2.4	%4.8	%16.7	%42.9	%33.3					
03	العدد	01	03	07	22	09	3.83	0.935	موافق	مرتفع	05
	النسبة	%2.4	%7.1	%16.7	%52.4	%21.4					
بعد تشخيص المعرفة							3.82	0.968			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (21) (3.62)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (0.795). وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (45.2%)، تليها محايد (35.7%)، ثم موافق بشدة (11.9%)، ثم غير موافق (7.1%)، وأخيراً غير موافق بشدة (0%)، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (09)، مما يدل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تحقق تقدماً ملحوظاً في تحديد المعرفة المطلوبة لتقديم قيمة مضافة لخدماتها، بالرغم من وجود بعض الآراء المتباينة حول هذه العملية.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (22) (4.00)، وهي الأعلى بين الفقرات في هذا البعد، وتدل على درجة موافقة مرتفعة جداً، بانحراف معياري (0.963). وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (42.9%)، تليها موافق بشدة (33.3%)، ثم محايد (16.7%)، ثم غير موافق (4.8%)، وأخيراً غير موافق بشدة (2.4%). وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (01)، مما يدل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تعمل بشكل فعال على تحديد المعرفة المتوفرة والمعرفة المطلوبة للتعرف على الفجوة المعرفية، ويظهر ذلك من خلال اتفاق الأغلبية على أهمية هذه الخطوة.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (23) (3.83)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (0.935). وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (52.4%)، تليها موافق بشدة (21.4%)، ثم محايد (16.7%)، ثم غير موافق (7.1%)، وأخيراً غير موافق بشدة (2.4%). وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (05)، مما يدل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تركز بشكل قوي على تحديد الأشخاص الحاملين للمعرفة وأماكن تواجدها في قواعد ومستودعات المعرفة، حيث أظهرت الأغلبية توافقاً جيداً مع هذه العملية.

❖ بلغ المتوسط العام لهذا البعد 3.82 وهو ما يدل على وجود موافقة مرتفعة من قبل المبحوثين حول قدرة المؤسسة على تشخيص المعرفة داخلها في حين بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.968 وهو يشير إلى وجود تباين بسيط في آراء المستجوبين إلا أن الاتجاه العام يميل نحو التجانس مما يعكس وعياً جيداً بأهمية عمليات تشخيص المعرفة كخطوة أولى في إدارة المعرفة.

ثانيا- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو البعد الثاني للمحور الثاني "توليد المعرفة": وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول (2- 21): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد توليد المعرفة.

الرقم	التكرار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	ترتيب الفقرة
04	العدد	01	03	05	19	14	4.00	0.988	موافق	مرتفع	02
	النسبة	%2.4	%7.1	%11.9	%45.2	%33.3					
05	العدد	01	03	07	24	07	3.79	0.898	موافق	مرتفع	06
	النسبة	%2.4	%7.1	%16.7	%57.1	%16.7					
06	العدد	00	06	11	19	06	3.60	0.912	موافق	مرتفع	10
	النسبة	%00	%14.3	%26.2	%45.2	%14.3					
بعد توليد المعرفة								0.717	3.79		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (24) (4.00)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة جداً، بانحراف معياري (0.988)، وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (45.2%)، تليها موافق بشدة (33.3%)، ثم محايد (11.9%)، ثم غير موافق (7.1%)، وأخيراً غير موافق بشدة (2.4%). وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (02)، مما يدل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تسعى بشكل فعال لتوليد والحصول على المعرفة الضمنية والصريحة.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (25) (3.79)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (0.898)، وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (57.1%)، تليها محايد (16.7%)، ثم موافق بشدة (16.7%)، ثم غير موافق (7.1%)، وأخيراً غير موافق بشدة (2.4%)، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (06)، مما يدل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تسعى إلى تحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة صريحة لتوليد المعرفة الجديدة، وهو ما يظهر توافقاً جيداً من قبل المستجيبين حول فعالية هذه الجهود.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (26) (3.60)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (0.912)، وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (45.2%)، تليها محايد (26.2%)، ثم غير موافق (14.3%)، ثم موافق بشدة (14.3%)، وأخيرا غير موافق بشدة (0%) أي ولا إجابة بها، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (10)، مما يدل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تسعى لتحويل المعرفة من المستوى الفردي إلى المستوى الجماعي، ورغم وجود بعض التباين في الآراء، إلا أن هناك توافقا عاما على أهمية ذلك.

❖ أظهرت نتائج بعد توليد المعرفة مستوى موافقة مرتفع بمتوسط حسابي عام بلغ (3.79) وانحراف معياري (0.717)، ما يعكس إجماعا إيجابيا نسبيا بين أفراد العينة حول اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي بتوليد المعرفة عبر تحويلها من الضمنية إلى الصريحة، ومن المستوى الفردي إلى الجماعي، مع تفاوت بسيط في التشتت بين الفقرات.

ثالثا- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو البعد الثالث للمحور الثاني "تخزين المعرفة": وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول (2- 22): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد تخزين المعرفة.

الرقم	التكرار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	ترتيب الفقرة
07	العدد	03	02	12	17	08	3.60	1.083			11
	النسبة	7.1%	4.8%	28.6%	40.5%	19%					
08	العدد	02	01	12	19	08	3.71	0.970			07
	النسبة	4.8%	2.4%	28.6%	45.2%	19%					
09	العدد	02	04	07	27	02	3.55	0.916			13
	النسبة	4.8%	9.5%	16.7%	64.3%	4.8%					
بعد تخزين المعرفة							3.62	0.760			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (27) (3.60)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (1.083)، وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (40.5%)، تليها محايد (28.6%)، ثم موافق بشدة (19%)، ثم غير موافق (4.8%)، وأخيرا غير موافق بشدة (7.1%)، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (11)، مما يدل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تعتبر عملية تخزين المعرفة من أهم عمليات إدارة المعرفة، حيث يظهر توافق جيد من المستجيبين على أهمية هذه العملية، بالرغم من وجود بعض التباين في الآراء.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (28) (3.71)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (0.970). وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (45.2%)، تليها محايد (28.6%)، ثم موافق بشدة (19%)، ثم غير موافق (2.4%)، وأخيرا غير موافق بشدة (4.8%)، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (07)، مما يدل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تولي اهتماما لتوثيق المعرفة في الذاكرة التنظيمية للحفاظ على المعرفة المتوافرة.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (29) (3.55)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (0.916). وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (64.3%)، تليها محايد (16.7%)، ثم موافق بشدة (4.8%)، ثم غير موافق (9.5%)، وأخيرا غير موافق بشدة (4.8%)، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (13)، مما يدل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تستخدم أساليب فعالة في الاحتفاظ بالعمال وتدريبهم كوسيلة لتخزين وحفظ المعرفة الضمنية، حيث تظهر النسب العالية من الموافقة على أهمية هذه الأساليب.

❖ أظهرت نتائج هذا البعد متوسطا حسابيا عاَمًا بلغ (3.62) بانحراف معياري (0.760)، ما يشير إلى درجة موافقة مقبولة إلى مرتفعة حول اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي بعمليات تخزين المعرفة واسترجاعها، والتوثيق، والمحافظة على المعرفة الضمنية والصريحة، ويعكس ذلك إدراكا جيدا من طرف المبحوثين لأهمية هذا الجانب من إدارة المعرفة، مع تباين طفيف في مدى اتفاقهم من فقرة لأخرى.

رابعاً- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو البعد الرابع للمحور الثاني "توزيع المعرفة": وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول (2- 23): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد توزيع المعرفة.

الرقم	التكرار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	ترتيب الفقرة
10	العدد	00	02	10	20	10	3.90	0.821	موافق	مرتفع	03
	النسبة	%00	%4.8	%23.8	%47.6	%23.8					
11	العدد	01	04	09	21	07	3.69	0.950	موافق	مرتفع	08
	النسبة	%2.4	%9.5	%21.4	%50	%16.7					
12	العدد	01	01	09	23	08	3.86	0.843	موافق	مرتفع	04
	النسبة	%2.4	%2.4	%21.4	%54.8	%19					
بعد توزيع المعرفة							3.82	0.667			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (30) (3.90)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة جداً، بانحراف معياري (0.821)، وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (47.6%)، تليها موافق بشدة (23.8%)، ثم محايد (23.8%)، ثم غير موافق (4.8%)، وأخيراً غير موافق بشدة (0%)، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (03)، وتعكس النتائج موافقة أغلب المبحوثين على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تسعى لتوزيع المعرفة المناسبة في الوقت المناسب،

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (31) (3.69)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (0.950). وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (50%)، تليها محايد (21.4%)، ثم موافق بشدة (16.7%)، ثم غير موافق (9.5%)، وأخيراً غير موافق بشدة (2.4%)، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (08)، وتعكس النتائج موافقة أغلب المبحوثين على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تستخدم أساليب فعالة لتوزيع المعرفة عبر التدريب والحوار، حيث تتبنى أغلبية المستجيبين هذا الإجراء بشكل إيجابي.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (32) (3.86)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (0.843). وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (54.8%)، تليها موافق بشدة (19%)، ثم محايد (21.4%)، ثم غير موافق (2.4%)، وأخيراً غير موافق بشدة (2.4%)، وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الترتيب (04)، وتعكس النتائج موافقة أغلب المبحوثين على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تستخدم أدوات تكنولوجيا المعلومات لتوزيع المعرفة الصريحة، وموافقتهم لأهمية هذه الأدوات.

❖ أظهرت نتائج هذا البُعد متوسطاً حسابياً عامّاً بلغ (3.82) مع انحراف معياري (0.667)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة ووجود تباين معتدل إلى منخفض في الآراء بين أفراد العينة، هذا يعكس قناعة قوية لدى المبحوثين بأن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تعمل بجد على تحسين وتوزيع المعرفة بشكل فعال بين أفرادها، سواء عبر التدريب، الحوار، أو استخدام تكنولوجيا المعلومات.

خامساً- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو البعد الخامس للمحور الثاني "تطبيق المعرفة": وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول (2-24): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد تطبيق المعرفة.

الرقم	التكرار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	ترتيب الفقرة
13	العدد	03	02	16	15	06	3.45	1.041	موافق	مرتفع	15
	النسبة	7.1%	4.8%	38.1%	35.7%	14.3%					
14	العدد	02	03	12	18	07	3.60	1.014	موافق	مرتفع	11
	النسبة	4.8%	7.1%	28.6%	42.9%	16.7%					
15	العدد	02	04	13	19	04	3.45	0.968	موافق	مرتفع	14
	النسبة	4.8%	9.5%	31%	45.2%	9.5%					
بعد تطبيق المعرفة								0.814	3.50		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (33) (3.45)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (1.041)، وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (35.7%)، تليها محايد (38.1%)، ثم موافق بشدة (14.3%)، ثم غير موافق (4.8%)، وأخيراً غير موافق بشدة (7.1%). وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (15)، مما يدل على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تدرك أهمية تطبيق المعرفة المتاحة لتحقيق أهدافها، رغم وجود تباين في آراء المستجيبين، حيث أظهرت نسبة عالية من المحايدين.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (34) (3.60)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (1.014). وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (42.9%)، تليها محايد (28.6%)، ثم موافق بشدة (16.7%)، ثم غير موافق (7.1%)، وأخيراً غير موافق بشدة (4.8%). وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (11)، وتعكس النتائج أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تسعى للاستثمار في المعرفة المتوفرة لتحويلها إلى حلول عملية لمواجهة التحديات، حيث يظهر توافق جيد على أهمية تطبيق المعرفة في هذا السياق.

❖ بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (35) (3.45)، وهي تندرج ضمن الفقرات التي سجلت درجة موافقة مرتفعة، بانحراف معياري (0.968)، وسجلت الموافقة النسبة الأكبر (45.2%)، تليها محايد (31%)، ثم موافق بشدة (9.5%)، ثم غير موافق (9.5%)، وأخيراً غير موافق بشدة (4.8%). وقد احتلت هذه الفقرة بعد النتائج الرتبة (14)، ما يشير إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تدرك أن تطبيق المعرفة على المستوى الجماعي يمكن أن يؤدي إلى حل المشكلات وزيادة الأداء العام، وهو ما يعكس توافقاً جيداً من المستجيبين حول أهمية التطبيق الجماعي للمعرفة.

❖ أظهرت نتائج هذا البُعد متوسطاً حسابياً عاماً بلغ (3.50) مع انحراف معياري (0.814)، مما يدل على درجة موافقة متوسطة مع وجود تباين معتدل إلى مرتفع في الآراء بين أفراد العينة، ويشير أنهم يوافقون إلى حد ما على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تطبق المعرفة بشكل فعال، ولكن هناك بعض التفاوت في الآراء حول مدى تطبيق هذه المعرفة.

سادسا- تحليل استجابات أفراد المجتمع نحو المحور الثاني "إدارة المعرفة": وهذا من خلال الجدول التالي:
الجدول (2- 25): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات البعد الرابع المحور الأول.

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة
إدارة المعرفة	3.71	0.496	موافق	مرتفع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ ما يلي:

- ❖ المتوسط الحسابي للمحور (3.71) والانحراف المعياري (0.496) يعكسان إجماعا نسبيا من أفراد العينة على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تمارس إدارة المعرفة بشكل فعال، هذه النتيجة تظهر أن معظم أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تهتم بتطبيق ممارسات إدارة المعرفة من خلال تحديد، توليد، تخزين، توزيع، وتطبيق المعرفة في أنشطتها التنظيمية.
- ❖ بناءً على التحليل الشامل لكل الأبعاد، يظهر أن المؤسسة تسير بخطى ثابتة في ممارسات إدارة المعرفة، من خلال التركيز على تشخيص المعرفة، توليدها، تخزينها، توزيعها، وتطبيقها، وهناك موافقة مرتفعة على أن المؤسسة تسعى بشكل مستمر إلى تحسين استراتيجيات إدارة المعرفة، وأنها تدرك تمامًا أهمية هذه العمليات في تحقيق أهدافها المؤسسية.
- ❖ بالرغم من النتائج الإيجابية، يمكن أن يتطلب بُعد تطبيق المعرفة مزيدًا من الجهد من قبل مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي لضمان تطبيق المعرفة بشكل أكثر فعالية على المستوى التنظيمي.

المطلب الثاني- اختبار الفرضيات وتحليل النتائج: سنعرض في هذا المطلب اختبار صحة الفرضيات وتحليل النتائج المتوصل إليها ومناقشتها.

الفرع الأول- اختبار الفرضيات الفرعية: سنقوم من خلال هذا العنصر القيام باختبار الفرضيات الفرعية لدراستنا وعددها (06) فرضيات.

أولا- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: وكان نصها كما يلي: " مستوى اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي مرتفع من وجهة نظر موظفيها؛"

➤ **الفرضية الصفرية H0:** مستوى اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي منخفض من وجهة نظر موظفيها؛

➤ **الفرضية البديلة H1:** مستوى اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي منخفض من وجهة نظر موظفيها؛

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار "T" للعينة الواحدة "One-Sample T-Test"، لمقارنة المتوسط الإجمالي لمحور اليقظة الاستراتيجية مع المتوسط الفرضي (03) عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 005$)، وفقا لبرنامج SPSS.V27، كما يمكن الإجابة على هذه الفرضية من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لذات المحور، وفيما يلي عرض نتائج هذه الاختبارات:

الجدول (2- 26): اختبار "T" للعينة الواحدة لمحور اليقظة الاستراتيجية (المتغير المستقل):

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3					
T	Df	Sig. (Bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
				Inférieur	Supérieur
المحور الأول اليقظة الاستراتيجية	7,836	41	,000	,638	,47

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ:

- قيمة مستوى الدلالة ($\text{sig} = 0.000$) وهي أقل من مستوى ($\alpha \leq 005$) وهو مستوى الدلالة لقاعدة القرار المعتمدة في اختبار هذه الفرضية؛
- الفرق بين المتوسطين الحسابيين "العام" و"الفرضي" بلغ (0.638)، ويقع هذا الفرق في حدود المجال [0.47 – 0.80] بمستوى ثقة (95%)، ويدل على أن المتوسط العام لإجابات موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي يفوق المتوسط الفرضي (3)، وهو فرق دال إحصائيا، مما يعني أن الفرق ليس ناتجا عن الصدفة كما أن ضيق المجال يعكس تجانس الاجابات؛
- بلغت قيمة "T" المحسوبة (7.836) عند درجة الحرية (89)، وهي أكبر من القيمة المحدولة.

الجدول (2- 27): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور اليقظة الاستراتيجية.

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne d'erreur standard
المحور الأول اليقظة الاستراتيجية	42	3,64	,528	,081

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ:

- بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور اليقظة الاستراتيجية (3.64)، وهي قيمة تصنف ضمن درجة "موافق" حسب مقياس ليكرت الخماسي ومستوى دلالة "مرتفع"، ما يدل على وجود اتفاق نسبي قوي من طرف أفراد العينة حول توفر اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي.
- قيمة الانحراف المعياري بلغت (0.528)، مما يعني أن معظم الإجابات متمركزة بالقرب من المتوسط الحسابي، وهذا يشير إلى وجود توافق كبير بين آراء المبحوثين، وهو أمر إيجابي يدل على اتفاق عام بين المشاركين.
- اليقظة الاستراتيجية تحظى بتقييم إيجابي وثابت بشكل عام في مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي، فالتوافق العالي بين الآراء، مع المتوسط الحسابي المرتفع، يشير إلى أن معظم المستجيبين يرون أن المؤسسة تتخذ خطوات فعالة فيما يتعلق بالتفاعل مع البيئة الخارجية والتهديدات والفرص الاستراتيجية.

بناء على النتائج السابقة فإننا:

نرفض الفرضية الصفرية H_0 : والتي نصها: "مستوى اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي منخفض من وجهة نظر موظفيها"، ونقبل الفرضية البديلة H_1 : والتي نصها: "مستوى اليقظة الاستراتيجية بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي مرتفع من وجهة نظر موظفيها"؛ وعليه نقول بأن "الفرضية الفرعية الأولى محققة".

ثانياً- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: وكان نصها كما يلي: "مستوى إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي مرتفع من وجهة نظر موظفيها؛"

➤ الفرضية الصفرية H_0 : مستوى إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي منخفض من وجهة نظر موظفيها؛

➤ **الفرضية البديلة H1:** مستوى إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي منخفض من وجهة نظر موظفيها؛

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار "T" للعينة الواحدة "One-Sample T-Test"، لمقارنة المتوسط الإجمالي لمحور إدارة المعرفة مع المتوسط الفرضي (03) عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 005$)، وفقا لبرنامج SPSS.V27، كما يمكن الإجابة على هذه الفرضية من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لذات المحور، وفيما يلي عرض نتائج هذه الاختبارات:

الجدول (2-28): اختبار "T" للعينة الواحدة لمحور إدارة المعرفة (المتغير التابع):

Test sur échantillon unique						
Valeur de test = 3						
	T	Df	Sig. (Bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المحور الثاني إدارة المعرفة	9,274	41	,000	,710	,56	,86

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ:

- قيمة مستوى الدلالة ($\text{sig} = 0.000$) وهي أقل من مستوى ($\alpha \leq 005$) وهو مستوى الدلالة لقاعدة القرار المعتمدة في اختبار هذه الفرضية؛
- الفرق بين المتوسطين الحسابيين "العام" و"الفرضي" بلغ (0.710)، ويقع هذا الفرق في حدود المجال [0.56 – 0.86] بمستوى ثقة (95%)، ويدل على أن المتوسط العام لإجابات موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي يفوق المتوسط الفرضي (3)، وهو فرق دال إحصائيا، مما يعني أن الفرق ليس ناتجا عن الصدفة كما أن ضيق المجال يعكس تجانس الاجابات؛
- بلغت قيمة "T" المحسوبة (9.274) عند درجة الحرية (89)، وهي أكبر من القيمة المجدولة.

الجدول (2- 29): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور إدارة المعرفة.

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne d'erreur standard
المحور الثاني إدارة المعرفة	42	3,71	,496	,077

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من خلال الجدول نلاحظ:

- بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور إدارة المعرفة (3.71)، وهي قيمة تصنف ضمن درجة "موافق" حسب مقياس ليكرت الخماسي ومستوى دلالة "مرتفع"، ما يدل على وجود اتفاق نسبي قوي من طرف أفراد العينة حول توفر إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي.
- قيمة الانحراف المعياري بلغت (0.496)، وهو ما يدل على وجود درجة منخفضة من التباين في إجابات أفراد العينة، ما يعني تقارباً ملحوظاً في آرائهم بشأن محور إدارة المعرفة، مما يعكس درجة تشتت ضعيفة في إجابات أفراد العينة، ويشير إلى وجود انسجام واتفاق واضح بينهم على هذا البعد.
- يمكن من قيم المتوسط الحسابي والانحراف الاستنتاج أن هناك اتفاقاً عاماً لدى أفراد العينة على أن المؤسسة تولي اهتماماً واضحاً بممارسات إدارة المعرفة، سواء في تشخيصها أو توليدها أو تخزينها أو توزيعها أو تطبيقها، ما يُعد مؤشراً إيجابياً نحو إدارتها الفعالة للمعرفة.

بناءً على النتائج السابقة فإننا نستخلص ما يلي:

نرفض الفرضية الصفريّة H_0 : والتي نصّها: "مستوى إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي منخفض من وجهة نظر موظفيها"، ونقبل الفرضية البديلة H_1 : والتي نصّها: "مستوى إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي مرتفع من وجهة نظر موظفيها"؛ وعليه نقول بأن "الفرضية الفرعية الثانية محققة".

ثالثاً- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: وكان نصّها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؟"

➤ الفرضية الصفريّة H_0 : لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وتفعيل إدارة المعرفة

بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛

➤ **الفرضية البديلة H1:** يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛

➤ للتأكد من صحة هذه الفرضية قمنا بتحليل العلاقة بين متغير اليقظة التكنولوجية ومتغير إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية الوادي من خلال معادلة الانحدار الخطي البسيط Simple Regression وبالاعتماد على برنامج SPSS V 27 حيث تحصلنا على النتائج المبينة في الجداول أدناه:

الجدول (2-30): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر اليقظة التكنولوجية على تفعيل إدارة المعرفة:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,638 ^a	,407	,392	,818

a. Prédictors: (Constante), اليقظة التكنولوجية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

بالنظر إلى الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بين المتغير المستقل (اليقظة التكنولوجية) والتابع (إدارة المعرفة) قد بلغ (0.638) وهو ما نسبته (63.8 %)، كما أن معامل التحديد R^2 يساوي (0.407) أي نسبته (40.7 %) عند مستوى معنوية أقل من 5 %، أي أن متغير اليقظة التكنولوجية يفسر تفعيل إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي بنسبة (40.7 %)، والنسبة الباقية هي لمتغيرات أخرى تفسر إدارة المعرفة وتفعيلها، تظهر نتائج الانحدار البسيط أن هناك أثرا ذا دلالة قوية لليقظة التكنولوجية في تفعيل إدارة المعرفة، وهو ما يعكس أهمية تتبع التطورات التكنولوجية وتبنيها كأحد الركائز الجوهرية لتحسين أداء المؤسسة في إدارة مواردها المعرفية، ومن المتوقع أن يكون هذا النموذج توفيق جيد بين متغير إدارة المعرفة كمتغير تابع، ومتغير اليقظة التكنولوجية كمتغير مستقل؛

الجدول (2-31): تحليل التباين:

^a ANOVA

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	18,343	1	18,343	27,446	,000 ^b
de Student	26,733	40	,668		
Total	45,076	41			

a. Variable dépendante: المحور الثاني إدارة المعرفة

b. Prédictors: (Constante), اليقظة التكنولوجية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة $F=27.446$ المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتى الحرية (42، 1) وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة $\text{sig}=0.000$ وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq 0.05$) مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، ومنه نستنتج وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لليقظة التكنولوجية في تفعيل إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي؛

الجدول (2-32): اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج:

^a Coefficients

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		T	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta			
1						
(Constante)	,851	,594			1,432	,160
اليقظة التكنولوجية	,794	,152	,638		5,239	,000

a. Variable dépendante: المحور الثاني إدارة المعرفة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه نجد أن ميل متغير إدارة المعرفة موجب مما يعكس العلاقة الطردية بين تفعيلها وبين اليقظة التكنولوجية وهذا مقبول نظريا لأنه كلما كانت اليقظة التكنولوجية بالمؤسسة فعالة كلما كان لها دور في تفعيل إدارة المعرفة وعليه وبناء على ما سبق نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، ومنه يمكننا القول أن الفرضية الفرعية الثالثة محققة.

رابعا- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: وكان نصها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)؟" $\rightarrow$ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)؛

➤ **الفرضية البديلة H1:** يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛

➤ للتأكد من صحة هذه الفرضية قمنا بتحليل العلاقة بين متغير اليقظة التنافسية ومتغير إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية الوادي من خلال معادلة الانحدار الخطي البسيط Simple Regression وبالاعتماد على برنامج SPSS V 27 حيث تحصلنا على النتائج المبينة في الجداول أدناه:

الجدول (2- 33): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر اليقظة التنافسية على تفعيل إدارة المعرفة:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,540 ^a	,292	,274	,893

a. Prédicteurs: (Constante), اليقظة التنافسية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

بالنظر إلى الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بين المتغير المستقل (اليقظة التنافسية) والتابع (ادارة المعرفة) قد بلغ (0.540) وهو ما نسبته (54.0 %)، كما أن معامل التحديد R^2 يساوي (0.292) أي نسبته (29.2 %) عند مستوى معنوية أقل من 5 %، أي أن متغير اليقظة التنافسية يفسر تفعيل إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي بنسبة (29.2 %)، والنسبة الباقية هي لمتغيرات أخرى تفسر إدارة المعرفة وتفعيلها، تشير نتائج هذا النموذج إلى وجود تأثير إيجابي متوسط لليقظة التنافسية على تفعيل إدارة المعرفة، مما يعني أن تبني المؤسسات لاستراتيجيات تنافسية فعالة يمكن أن يسهم في تحسين عمليات إدارة المعرفة، لكنه ليس العامل الأهم أو الوحيد، ومن المتوقع أن يكون هذا النموذج توفيق جيد بين متغير إدارة المعرفة كمتغير تابع، ومتغير اليقظة التنافسية كمتغير مستقل؛

الجدول (2- 34): تحليل التباين:

^a ANOVA

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	13,160	1	13,160	16,493	,000 ^b
De Student	31,916	40	,798		
Total	45,076	41			

a. Variable dépendante: المحور الثاني إدارة المعرفة

b. Prédicteurs: (Constante), اليقظة التنافسية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة $F=16.493$ المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتى الحرية (42، 1) وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة $\text{sig}=0.000$ وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq$) (005) مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، ومنه نستنتج وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لليقظة التنافسية في تفعيل إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي؛

الجدول (2-35): اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج:

Coefficients ^a						
		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
	Modèle	B	Erreur standard	Bêta	T	Sig.
1	(Constante)	1,550	,593		2,612	,013
	اليقظة التنافسية	,627	,154	,540	4,061	,000

a. Variable dépendante: المحور الثاني إدارة المعرفة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه نجد أن ميل متغير إدارة المعرفة موجب مما يعكس العلاقة الطردية بين تفعيلها وبين اليقظة التنافسية وهذا مقبول نظريا لأنه كلما كانت اليقظة التنافسية بالمؤسسة فعالة كلما كان لها دور في تفعيل إدارة المعرفة بما يحقق للمؤسسة السبق عن المنافسين.

وعليه وبناء على ما سبق نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)"، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التنافسية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)"، ومنه يمكننا القول أن الفرضية الفرعية الرابعة محققة.

خامسا- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة: وكان نصها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛"

➤ **الفرضية الصفريّة H0:** لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛

➤ **الفرضية البديلة H1:** يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛

➤ للتأكد من صحة هذه الفرضية قمنا بتحليل العلاقة بين متغير اليقظة التجارية ومتغير إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية الوادي من خلال معادلة الانحدار الخطي البسيط Simple Regression وبالاعتماد على برنامج SPSS V 27 حيث تحصلنا على النتائج المبينة في الجداول أدناه:

الجدول (2-36): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر اليقظة التجارية على تفعيل إدارة المعرفة:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,740 ^a	,548	,537	,713

a. Prédicteurs: (Constante), اليقظة التجارية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

بالنظر إلى الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بين المتغير المستقل (اليقظة التجارية) والتابع (إدارة المعرفة) قد بلغ (0.740) وهو ما نسبته (74.0%)، كما أن معامل التحديد R^2 يساوي (0.548) أي نسبته (54.8%) عند مستوى معنوية أقل من 5%، أي أن متغير اليقظة التجارية يفسر تفعيل إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي بنسبة (54.8%)، والنسبة الباقية هي لمتغيرات أخرى تفسر إدارة المعرفة وتفعيلها، تشير النتائج أن اليقظة التجارية تُعد من أبرز مكونات اليقظة الاستراتيجية تأثيراً على تفعيل إدارة المعرفة، حيث تلعب دوراً مهماً في دعم تدفق المعلومات، واستشراف الفرص، وتعزيز قدرة مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي على التعامل مع متغيرات السوق بشكل أكثر فاعلية، مما ينعكس بشكل مباشر على كفاءة إدارة المعرفة، ومن المتوقع أن يكون هذا النموذج توفيق جيد بين متغير إدارة المعرفة كمتغير تابع، ومتغير اليقظة التجارية كمتغير مستقل؛

الجدول (2-37): تحليل التباين:

^a ANOVA

	Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	24,715	1	24,715	48,553	,000 ^b
	De Student	20,361	40	,509		
	Total	45,076	41			

a. Variable dépendante: المحور الثاني إدارة المعرفة

b. Prédicteurs: (Constante), اليقظة التجارية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة $F=48.553$ المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتي الحرية (42، 1) وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة $\text{sig}=0.000$ وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq 0.05$) مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، ومنه نستنتج وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لليقظة التجارية في تفعيل إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي؛

الجدول (2-38): اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج:

^a Coefficients

	Modèle	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	,675	,475		,163
	اليقظة التجارية	,850	,122	,740	,000

a. Variable dépendante: المحور الثاني إدارة المعرفة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه نجد أن ميل متغير إدارة المعرفة موجب مما يعكس العلاقة الطردية بين تفعيلها وبين اليقظة التجارية وهذا مقبول نظريا لأنه كلما كانت اليقظة التجارية بالمؤسسة فعالة كلما كان لها دور في تفعيل إدارة المعرفة. وعليه وبناء على ما سبق نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة التجارية وتفعيل إدارة المعرفة

بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)، ومنه يمكننا القول أن الفرضية الفرعية الخامسة محققة.

سادسا- اختبار الفرضية الفرعية السادسة: وكان نصها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الاجتماعية والبيئية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؟"

➤ **الفرضية الصفرية H0:** لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الاجتماعية والبيئية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؟

➤ **الفرضية البديلة H1:** يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الاجتماعية والبيئية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؟

➤ للتأكد من صحة هذه الفرضية قمنا بتحليل العلاقة بين متغير اليقظة الاجتماعية والبيئية ومتغير إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية الوادي من خلال معادلة الانحدار الخطي البسيط Simple Regression وبالاعتماد على برنامج SPSS V 27 حيث تحصلنا على النتائج المبينة في الجداول أدناه:

الجدول (2-39): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر اليقظة الاجتماعية والبيئية على تفعيل إدارة المعرفة:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,395 ^a	,156	,135	,975

a. Prédicteurs: (Constante), اليقظة الاجتماعية والبيئية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

بالنظر إلى الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بين المتغير المستقل (اليقظة الاجتماعية والبيئية) والتابع (إدارة المعرفة) قد بلغ (0.395) وهو ما نسبته (39.5 %)، كما أن معامل التحديد R^2 يساوي (0.156) أي نسبته (15.6 %) عند مستوى معنوية أقل من 5 %، أي أن متغير اليقظة الاجتماعية والبيئية يفسر تفعيل إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي بنسبة (15.6 %)، والنسبة الباقية هي لمتغيرات أخرى تفسر إدارة المعرفة وتفعيلها، تشير النتائج أن أثر اليقظة الاجتماعية والبيئية على تفعيل إدارة المعرفة محدود، حيث لا تمثل هذه الأبعاد مصدرا

أساسيا في تفسير تباين مستوى إدارة المعرفة داخل المؤسسة، ومن المتوقع أن يكون هذا النموذج توفيق جيد بين متغير إدارة المعرفة كمتغير تابع، ومتغير اليقظة الاجتماعية والبيئية كمتغير مستقل؛

الجدول (2-40): تحليل التباين:

^a ANOVA

	Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	7,041	1	7,041	7,405	,010 ^b
	De Student	38,035	40	,951		
	Total	45,076	41			

a. Variable dépendante: المحور الثاني إدارة المعرفة

b. Prédicteurs: (Constante), البيئية والاجتماعية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة $F=7.405$ المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتى الحرية (42، 1) وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة $\text{sig}=0.000$ وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq$) (005) مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، ومنه نستنتج وجود أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لليقظة الاجتماعية والبيئية في تفعيل إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي؛

الجدول (2-41): اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج:

^a Coefficients

	Modèle	B	Coefficients non standardisés Erreur standard	Coefficients standardisés Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	1,958	,727		2,694	,010
	اليقظة الاجتماعية والبيئية	,520	,191	,395	2,721	,010

a. Variable dépendante: المحور الثاني إدارة المعرفة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه نجد أن ميل متغير إدارة المعرفة موجب مما يعكس العلاقة الطردية بين تفعيلها وبين اليقظة الاجتماعية والبيئية.

وعليه وبناء على ما سبق نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين

اليقظة الاجتماعية والبيئية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq$)

005)، "ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الاجتماعية والبيئية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)"، ومنه يمكننا القول أن الفرضية الفرعية السادسة محققة.

الفرع الثاني- تحليل أثر أبعاد اليقظة الاستراتيجية على تفعيل إدارة المعرفة: أظهرت نتائج تحليل الانحدار البسيط أن أبعاد اليقظة الاستراتيجية لا تملك نفس القدر من التأثير على تفعيل إدارة المعرفة، بل تختلف في قوتها وفعاليتها وفيما يلي تحليل لنتائج اختبار الفرضيات الفرعية:

❖ برزت اليقظة التجارية كبعد محوري وأساسي، حيث عكست النتائج قوة ارتباط عالية ودلالة تفسيرية معتبرة،

مما يشير إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تولي اهتماما لرصد تحولات السوق وسلوكيات المستهلكين والمنافسين، ما يجعلها أكثر قدرة على تفعيل عمليات إدارة المعرفة بفعالية وكفاءة، نتيجة لاعتمادها على معطيات آنية واستشرافية تساهم في اتخاذ قرارات معرفية دقيقة.

❖ أما اليقظة التكنولوجية فقد شكلت دعامة أساسية ثانية في التأثير، حيث بينت النتائج أنها تعد مصدرا مهما لاستشراف التغيرات في البيئات التقنية وتبني الابتكارات التي تغذي المعرفة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي، ويعزى هذا الأثر إلى العلاقة الوثيقة بين التكنولوجيا وتدفق المعلومات الحديثة، مما يعزز من عملية توليد وخزن وتوزيع المعرفة.

❖ في المقابل، أظهرت اليقظة التنافسية تأثيرا متوسط القوة، ما يعكس دورها المحدود نسبيا بالمقارنة مع اليقظتين السابقتين، ويعود السبب في ذلك كما أسفنا لاحتكار مؤسسة اتصالات الجزائر للقطاع في بلادنا على اعتبارها مؤسسة عمومية، وحتى المنافسة التي تتعرض لها برزت فقط في آخر السنوات من مؤسسات الاتصال الخاصة وعروض الانترنت التي تقدمها وتعتبر كبديل ولو لم يكن من نفس الدرجة.

❖ أما اليقظة الاجتماعية والبيئية فقد سجلت أضعف تأثير ضمن الأبعاد المدروسة، مما يدل على أن القضايا ذات الطابع المجتمعي والبيئي لا تُدرج غالبًا ضمن أولويات مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند بناء استراتيجياتها المعرفية، ويُحتمل أن يكون سبب ذلك هو ضعف الوعي المؤسسي بأهمية هذه المتغيرات غير

الاقتصادية في تعزيز رأس المال المعرفي، أو أن يكون ذلك تتبعاً للاستراتيجيات التي ترسمها المديرية العامة وهو الأرجح

❖ بشكل عام، توضح هذه النتائج أن مؤسسة اتصالات الجزائر تعتمد مقارنة استباقية في رصد التغيرات التجارية والتكنولوجية ما يجعلها أكثر استعداداً لبناء وتفعيل نظم إدارة المعرفة، في حين أن الأبعاد الأخرى لا تحقق نفس الأثر ما لم تدمج ضمن رؤية استراتيجية متكاملة.

الفرع الثالث- اختبار الفرضية الرئيسية:

وكان نصها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الاستراتيجية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛"

➤ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الاستراتيجية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛

➤ الفرضية البديلة H_1 : يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الاجتماعية والبيئية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)؛

➤ للتأكد من صحة هذه الفرضية قمنا بتحليل العلاقة بين متغير اليقظة الاستراتيجية ومتغير إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية الوادي من خلال معادلة الانحدار الخطي البسيط Simple Regression

وبالاعتماد على برنامج SPSS V 27 حيث تحصلنا على النتائج المبينة في الجداول أدناه:

الجدول (2- 42): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر اليقظة الاستراتيجية على تفعيل إدارة المعرفة:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,744 ^a	,553	,542	,710

a. Prédicteurs: (Constante), المحور الأول اليقظة الاستراتيجية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

بالنظر إلى الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بين المتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية) والتابع (إدارة المعرفة) قد بلغ (0.744) وهو ما نسبته (74.4 %)، كما أن معامل التحديد R^2 يساوي (0.553) أي نسبته (55.3 %) عند مستوى معنوية أقل من 5 %، أي أن متغير اليقظة الاستراتيجية يفسر تفعيل إدارة المعرفة لدى مؤسسة

اتصالات الجزائر وكالة الوادي بنسبة (55.3 %)، والنسبة الباقية هي لمتغيرات أخرى تفسر إدارة المعرفة وتفعيلها ، تشير النتائج أن اليقظة الاستراتيجية وتوظيفها ضمن رؤية واضحة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي يتعد من العوامل الأساسية المؤثرة في تفعيل إدارة المعرفة داخلها، ومن المتوقع أن يكون هذا النموذج توفيق جيد بين متغير إدارة المعرفة كمتغير تابع، ومتغير اليقظة الاجتماعية والبيئية كمتغير مستقل؛

الجدول (2- 43): تحليل التباين:

^a ANOVA

	Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	24,932	1	24,932	49,507	,000 ^b
	De Student	20,144	40	,504		
	Total	45,076	41			

a. Variable dépendante: المحور الثاني إدارة المعرفة

b. Prédicteurs: (Constante), المحور الأول اليقظة الاستراتيجية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة $F=49.507$ المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتى الحرية (42، 1) وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة $\text{sig}=0.000$ وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq$) (005) مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، ومنه نستنتج وجود أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي؛

الجدول (2- 44): اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج:

^a Coefficients

	Modèle	B	Coefficients non standardisés Erreur standard	Coefficients standardisés Bêta	T	Sig.
1	(Constante)	,880	,687		1,281	,208
	المحور الأول اليقظة الاستراتيجية	1,271	,181	,744	7,036	,000

a. Variable dépendante: المحور الثاني إدارة المعرفة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه نجد أن ميل متغير إدارة المعرفة موجب مما يعكس العلاقة الطردية بين تفعيلها وبين اليقظة الاستراتيجية والبيئية.

وعليه وبناءاً على ما سبق نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الاستراتيجية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)"، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين اليقظة الاستراتيجية وتفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 005$)"، ومنه يمكننا القول أن الفرضية الفرعية الرئيسية محققة.

الفرع الرابع- تحليل اختبار الفرضية الرئيسية:

بناءً على ما تم عرضه من نتائج تحليل الارتباط والانحدار، يمكن تقديم تحليل شامل ودقيق لدور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة كما يلي:

- ❖ تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباط قوية ومباشرة بين اليقظة الاستراتيجية بأبعادها (التكنولوجية، التنافسية، التجارية، الاجتماعية والبيئية) وبين إدارة المعرفة، حيث بلغ معامل الارتباط العام بين المحور الأول "اليقظة الاستراتيجية" وإدارة المعرفة (0.744)، وهو ما يدل على وجود علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية.
- ❖ أوضحت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.553$) أن ما نسبته (55.3%) من التغيرات في مستوى تفعيل إدارة المعرفة يمكن تفسيره من خلال اليقظة الاستراتيجية، وهي نسبة معتبرة تؤكد التأثير الكبير لهذا المتغير المستقل على المتغير التابع.
- ❖ عند تحليل كل بُعد من أبعاد اليقظة الاستراتيجية على حدة، تبين أن اليقظة التجارية هي الأكثر تأثيراً، حيث سجلت أعلى قيمة لمعامل الارتباط (0.740) ومعامل تحديد (0.548)، تلتها اليقظة التكنولوجية ثم التنافسية، فيما جاءت اليقظة الاجتماعية والبيئية في المرتبة الأخيرة من حيث التأثير، حيث سجلت أضعف علاقة ارتباط ومعامل تحديد (0.156). هذا يشير إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي تولي أهمية أكبر للعوامل التجارية والتكنولوجية في دعم إدارة المعرفة، مقارنة بالجوانب الاجتماعية أو البيئية.
- ❖ أما على مستوى المؤشرات الإحصائية الوصفية، فقد أظهرت نتائج المحور الأول "اليقظة الاستراتيجية" متوسطاً حسابياً عاماً بلغ (3.64) بانحراف معياري (0.528)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من طرف الباحثين حول تبني مؤسستهم لأبعاد اليقظة الاستراتيجية، مع تجانس نسبي في آراءهم.

اجمالاً؛ يمكن القول أننا توصلنا في دراستنا هذه بأن اليقظة الاستراتيجية تمثل عاملاً حاسماً في تفعيل إدارة المعرفة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي، خاصةً إذا تم التركيز على تطوير أنظمة تتبع ذكية للأسواق والتكنولوجيا، وتعزيز الاستعداد للتغيرات التنافسية والتجارية، إلى جانب رفع الوعي بأهمية الأبعاد الاجتماعية والبيئية في دعم هذا التفعيل.

خلاصة الفصل:

لقد تم التطرق من خلال هذا الفصل إلى تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي، والتي كانت محل دراستنا الميدانية حيث تم الوقوف على دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة بها، كما تم إجراء دراسة إحصائية لآراء عينة عشوائية تقدر بـ (42) مفردة من موظفي المؤسسة، وتمت المعالجة الإحصائية للبيانات عن طريق برنامج SPSS وكانت النتائج أن معظم أفراد العينة يوافقون أن لليقظة الاستراتيجية دور حاسم في تفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي خاصة وبالمؤسسات الاقتصادية عامة.



من خلال تناولنا لموضوع دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة , اجتهدنا من اجل معالجة الاشكالية المذكورة والتي كانت حول ما هو دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي؟ , ومن اجل المام بالموضوع قسمت هذي الدراسة الى قسمين ,نظري و تطبيقي , وهذا من اجل الوصول الى اجابة على الاشكالية الرئيسية و الاسئلة الفرعية, وقد كان الجانب النظري يتكون من فصل واحد , وعرض فيه كل ماهية اليقظة الاستراتيجية , من تعريف الى اهمية و ذكر انواعها مع تعريف كل نوع و اهميته في المؤسسة . وتناول ايضا لمحة على إدارة المعرفة من مفهوم وخصائص، وأهمية. وقد شمل ايضا بعض الدراسات السابقة التي درست كل من اليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة كل على حدى، وبعض الدراسات التي درستهما معا، وهذا من اجل زيادة المام بالموضوع والمساعدة على الوصول الى اجابات صحيحة على الاشكالية الرئيسية، والتساؤلات الفرعية.

أما الجانب التطبيقي من هذا البحث، وقد تناول في بادئه لمحة على مؤسسة محل الدراسة، وايضا محاولة اجابة على الفرضيات من خلال توزيع مجموعة من اسئلة على عمال المؤسسة على شكل استمارة وكان عددها 50 استمارة، من اجل الوقوف على دور الذي تقوم به اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة، والتي بواسطتها تمكنا من الحصول على النتائج الخاصة باختبار الفرضيات. والحصول على نتائج مع تقديم مجموعة من اقتراحات.

نتائج الدراسة:

- تمتلك مؤسسة اتصالات الجزائر نظام لليقظة الاستراتيجية وكالة الوادي، وهذا ما قد ادلى به افراد العينة وابدو رضاهم على جهود المؤسسة الرامية الى متابعة وتحليل اساليب وعمل المنافسين، في شتى المجالات، من قيام تحديثات لنظامها وطريقة تسييرها، من اجل منافسة والتغلب على منافسيها.
- يعمل نظام اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي، على رصد والبحث على أي معلومة، تهم المؤسسة في مجال عملها، وهذا ما ادلى به افراد العينة الدراسة.
- تقوم المؤسسة بتحديث نظام ادارتها للمعرفة بشكل دوري من اجل مواكبة مختلف المتغيرات الخارجية.
- وجود نظام فعال لنقل المعرفة وتطبيقها في المؤسسة، وهذا ما ادلى به اعضاء العينة المدروسة.
- هناك علاقة ارتباط بين اليقظة الاستراتيجية وإدارة المعرفة.

اقتراحات الدراسة: ويمكن ان نجعلها فيما يلي:

- ضرورة اعتماد المؤسسات الحكومية على نظام اليقظة الاستراتيجية بها.
- من اجل الوصول الى نظام يقظة استراتيجية فعال يجب على المؤسسات اعتماد على تكنولوجيا حديثة وطرق واساليب حديثة لجمع وتحليل المعلومات.

- ضرورة تركيز على انواع اليقظة الاستراتيجية، وذلك من اجل الوصول الى نظام ادارة المعرفة محدث ومطور من حيث المعلومات التي يحوزها.
- القيام بدورات تكوينية للعمال حول نظام اليقظة الاستراتيجية وادارة المعرفة واهميتها، للمؤسسة.



المراجع باللغة العربية

الكتب:

- 1- سميح بوخاري ومحمد يدو وزهية فرامطيه، تطبيقات اليقظة السياحية الرقمية ودورها في تفعيل المؤسسات السياحية رؤية تحليلية لحالة الجزائر 2001-2017، كتاب اعمال الملتقى الوطني الافتراضي حول نظام اليقظة الاستراتيجية كآلية لتفعيل الاداء المؤسساتي، جامعة لونيبي علي البلدية 2، الجزائر، يوم 2020/11/14.
- 2- علي محمد البلوشي، القيادة الاستراتيجية في منظمات الاعمال، دار الكتاب الثقافي،
- 3- حسين الياس، أصول الترجمة دراسات في فن الترجمة بأنواعها كافة الترجمة الفورية والترجمة الادبية والترجمة الاعلانية، جامعة الموصل، كلية الآداب، العراق، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، سنة 1971.
- 4- عبد اللطيف حمزه القراوي، الاستراتيجية النظرية والتطبيق في القيادة والاعمال ودورها في صعود الامم والدول.
- 5- حكمت رشيد السلطان ومحمود محمد أمين عثمان، مفاهيم معاصرة في الادارة الاستراتيجية، شركة دار الاكاديميون للنشر والتوزيع.
- 6- مصطفى احمد السيد مكاوي، ثنائية السياحة ونخيل التمر في بعض الدول العربية، مدخل استراتيجي لتطوير العلاقات التشابكية المستدامة بأساليب تخطيطية وذكورية، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 7- محمد خالد أبو عازم، إدارة المعرفة والاقتصاد المعرفي، دار زهدي للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
- 8- احمد نافع المدادحة وعدنان عبد الكريم الذيابات، اقتصاديات المعلومات والمعرفة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان الاردن، الطبعة الاولى، 2014-1435 هـ.
- 9- عبد الله حسن مسلم، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان الاردن، الطبعة الاولى، 2015-1436 هـ.
- 10- ليث عبد الله الفهيو، استراتيجية إدارة المعرفة والأهداف التنظيمية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الاردن، الطبعة الأولى، 2013-1434 هـ.
- 11- خضر مصباح إسماعيل طيطي، إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الاردن، الطبعة الاولى، 2010 م.
- 12- سعد زناد درويش المحياوي وصالح الدين عواد كريم الكبيسي، ادارة المعرفة مفاهيم اساسية نماذج عمليات، المنظمة العربية لتنمية الادارية بحوث ودراسات، 2004.
- 13- صالح الدين الكبيسي إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الادارية بحوث ودراسات، 2025.

المذكرات ورسائل التخرج:

- 1- علوط فتية، اليقظة الاستراتيجية كآلية فعالة لمواجهة الأزمات دراسة حالة المديرية العامة لمؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس، اطروحة دكتوراه علوم التسيير تخصص ادارة الاعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، جامعة الجزائر 3. 2020/2019.
- 2- محمد غوالي، أثر اليقظة الاستراتيجية في عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة المؤسسة الوطنية للمحروقات سوناطراك ً اطروحة دكتوراه الطور الثالث تخصص أعمال إلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3 , 2023/2022.
- 3- ابراهيم سلطان شيبوط، أهمية اليقظة الاستراتيجية في تحسين عملية اتخاذ القرار بالمؤسسة دراسة حالة مؤسسة (ooredoo) الجزائر، اطروحة دكتوراه العلوم في علوم التسيير تخصص ادارة الاعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3 , 2018/2017.
- 4- علاوي نصيرة، اليقظة الاستراتيجية كعامل للتغيير في المؤسسة "دراسة حالة موبيليس"، مذكرة ماجستير، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبي بكر بالقائد تلمسان، سنة 2011/2010.
- 5- عدي إياد خليل فياض، درجة ممارسة العمادات والدوائر الإدارية بالجامعة الاسلامية لإدارة المعرفة وعلاقتها بمستوى فاعلية اتخاذ القرار لديها، رسالة ماجستير، تخصص أصول التربية، كلية التربية، جامعة الاسلامية بغزة فلسطين، سنة 1436 هـ 2015 م.
- 6- قحموش إيمان، مساهمة التسويق الداخلي في تعزيز إدارة المعرفة – دراسة حالة مجموعة من المؤسسات -، اطروحة دكتوراه في علوم في علوم التسيير تخصص اقتصاد وادارة المعرفة والمعارف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير بسكرة , 2019/2018.
- 7- فاتن نبيل محمد أبو زريق، دور ادارة المعرفة في تحسين الابداع التنظيمي في المحاكم النظامية، مذكرة ماجستير، تخصص القيادة والادارة، جامعة الاقصى غزة فلسطين , 2017- 1438 هـ.
- 8- ¹ محمد بوزيداوي، مساهمة إدارة المعرفة في بناء صورة المؤسسة دراسة حالة مؤسسات الهاتف النقال (موبيليس، جازي، أوريدو)، اطروحة دكتوراه العلوم في العلوم التسيير تخصص تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم التسيير، جامعة الجزائر 3 , 2020/2019.
- 9- طه حسين نوي، التطور التكنولوجي ودوره في تفعيل إدارة المعرفة بمنظمة الاعمال ' حالة مديرية العامة لمؤسسة اتصالات الجزائر، اطروحة دكتوراه، تخصص تسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3 , 2011-2010.

- 10- محمد رشدي سلطاني، المعارف الجماعية كمورد استراتيجي وأثرها على نشاط الابداع في المؤسسة 'دراسة ميدانية حول المؤسسات القطاع الالكتروني بالجزائر، رسالة دكتورا، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير بسكرة، 2012-2013.
- 11- بن عمر اسيا، مساهمة تطبيقات ادارة المعرفة في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك الجزائرية دراسة عينة من البنوك، اطروحة دكتورا، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، قسم علوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2019 – 2020.
- 12- زواغي زينة، ادلة المعرفة ودورها في رفع كفاءة اداء المؤسسة الاقتصادية –دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر -، اطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التسيير تخصص ادارة اعمال استراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محند أو لحاج البويرة، 2021.

ملتقيات:

- 1- بن السعدي جمال وزاوش رضا وجساس كتوم، ملتقى دولي حول التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة، بتاريخ 12-13 نوفمبر 2017.
- 2- بلعجوز حسين وزبيري نوره وخرخاش جميلة، واقع اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- 3- أحمد بن خليفه وشعباني مجيد، فعالية اليقظة الاستراتيجية في تحسين الافضلية التنافسية المستدامة "دراسة ميدانية على شركة نجمة للاتصالات"، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط،
- 4- حميدة زواري، اليقظة كآلية لاستدامة الميزة التنافسية بالمؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف مسيلة.
- 5- يوسف عبايدية والعربي عمران، اليقظة الاستراتيجية كمدخل للمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية، افاق الدراسات الاقتصادية.
- 6- علاوي سلمي، اليقظة الاستراتيجية وسيلة تسيير حديثة في ظل عصر المعرفة.
- 7- ¹ لمروس مريم، سياسة اليقظة الاستراتيجية في الجزائر، مجلة دراسات الاقتصادية، عدد 38، اوت 2019.
- 8- فطيمه بوطوره ونوفل سمايلي وعلاء الدين الوافي، تأثير اليقظة الاستراتيجية في تحسين الخدمات البنكية "دراسة حالة البنوك العمومية وكالات تبسة"، ملتقى الوطني الافتراضي حول نظام اليقظة الاستراتيجية كآلية لتفعيل الاداء المؤسساتي، 14 نوفمبر 2020.
- 9- محمد فايز النجار، اليقظة الاستراتيجية وأثرها في ادارة المشاريع في شركات الاتصال الاردنية، المجلة العالمية للاقتصاد والاعمال، 2020/06/12.

- 10- بدروني هدى، رأس المال الفكري في منظمات الاعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، الملتقى الدولي الخامس، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، يوم 13-14 ديسمبر 2011.
- 11- ماضي الهام والهاشمي بعاج وعبد القادر بن برطال، عمليات ادارة المعرفة ودورها في تنمية كفاءات الموارد البشرية، مجلة النور لدراسات الاقتصادية مجلد 5 عدد 8، جوان 2019.
- 12- نايف فوزي الرويلي، الدور الوسيط لعمليات ادارة المعرفة في العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والتغير التنظيمي دراسة تطبيقية على العاملين بجامعة الحدود الشرقية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية كلية التجارة جامعة دمياط، المجلد الخامس، العدد الثاني، الجزء الثالث، يوليو 2024.
- 13- سلمان بن درويش بن جعة البلوشي، تحقق العمليات الجوهرية لإدارة المعرفة لدى القيادات الادارية في سلطنة عمان ودور ذلك على اتخاذ القرارات الادارية، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي، اصدار الاربعون، 2022/08/05.
- 14- كنده علي ديب وعلي البهلول، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين عمليات ادارة المعرفة دراسة ميدانية في جامعة تشرين، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات الجامعية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد 39، عدد 6، 2017.
- 15- بوعزيز شيشون، أهمية الاسس الاستراتيجية والتكنولوجية في تطبيق ادارة المعرفة دراسة تحليلية لآراء اطارات لمديرية الجهوية لصندوق الوطني لسكن بولاية بسكرة، مجلة الابحاث الاقتصادية وادارية، العدد العاشر، ديسمبر 2011.
- 16- مها محمد الحاج عمر، دور اليقظة التكنولوجية في تحسين ادارة المعرفة في منظمات الاعمال، أوراق ثقافية مجلة الآداب والعلوم الانسانية، السنة الخامسة، العدد التاسع والعشرون، 2024.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. MIS Quarterly, 25(1), 107–136. <https://doi.org/10.2307/3250961>
2. Benmoussa, R., & Laarraf, Z. (2020). The role of knowledge management in enhancing strategic vigilance in organizations: Empirical evidence from Moroccan companies. Journal of Intelligence Studies in Business, 10(2), 36–45. <https://ojs.hh.se/index.php/JISIB/article/view/458>
3. Gholami, M. F., & Nourifar, R. (2019). Investigating the impact of knowledge management on strategic foresight capability. European Online Journal of Natural and Social Sciences, 8(1), 44–54. <https://european-science.com/eojnss/article/view/5835>

4. Kamoun-Chouk, S. (2009). Comment convaincre de l'utilité de la veille stratégique ? Le cas d'une PMI tunisienne. Revue des Sciences de Gestion, Université de Tunis.
5. Leymarie, A. (2011). La diffusion des résultats de la veille : enjeux, méthodes et pratiques. Le cas de l'Institut National de l'Environnement Industriel et des Risques (INERIS) [Mémoire de fin d'études, Directeur de projet en ingénierie documentaire]. Institut National des Techniques de la Documentation.
6. Ode, E., & Ayavoo, R. (2020). The mediating role of knowledge application in the relationship between knowledge management practices and firm innovation. Journal of Innovation & Knowledge, 5(3), 210–218.
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.08.002>





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية
ثانية ماستر: تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات
﴿استبانة﴾

سيدي الكريم، سيدي الكريمة، تحية طيبة وبعد:

يشرفنا أن نقدم لكم هذه الاستبانة باعتباركم موظفين بمؤسسة اتصالات الجزائر وكالة الوادي، هذه الاستبانة دراسة ميدانية لبحث علمي خاص بإعداد مذكرة تخرج ماستر في العلوم الاقتصادية تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات بعنوان: «دور اليقظة الاستراتيجية* في تفعيل إدارة المعرفة**».

الرجاء التكرم بقراءة العبارات بتأني وتعبئة الاستبانة من خلال ابداء رأيك في العبارات بوضع علامة (X) في المكان المناسب وفي خانة واحدة لكل عبارة بناء على تقديرك الشخصي، علما بأن المعلومات التي تتضمنها هذه الاستبانة ستكون محل سرية تامة ولن تستخدم إلا في مجال البحث العلمي فقط دون الإشارة إلى صاحبها، كما نحيطكم علما أنه ليس هناك إجابة صحيحة أو خاطئة، نحن نريد معرفة توجهاتكم (آراءكم) فقط.

وتقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير لتعاونكم ومشاركتكم في إنجاح وإتمام هذا البحث العلمي.

تحت إشراف:

من إعداد الطلبة:

➤ الدكتور: بن خليفة أحمد

➤ مصباحي مصباح.

➤ لبزة رويده.

الموسم الجامعي: 2025/2024

♦ اليقظة الإستراتيجية: عمل ونشاط تقوم به المنظمة من أجل جمع، وتحليل المعلومات التي تهمها من المحيط الخارجي، من أجل استغلال الفرص المتاحة، وتجنب المخاطر.

♦♦ إدارة المعرفة: أداة وأسلوب لتنظيم، وتسيير المعرفة بما يمكن المنظمة من استفادة من تلك المعارف في نشاطها.

أولاً: البيانات الشخصية

الرجاء الإجابة عن الأسئلة التالية بوضع علامة (x) في المكان المقابل أو ملاً الفراغ بكتابة الإجابة المناسبة.

1. الجنس:

ذكر	أنثى

2. العمر:

28-18 سنة	38 – 29 (سنة)	48 – 39 (سنة)	58-49 سنة	أكبر من 58

3. المؤهل العلمي:

ثانوي	تقني سامي	ليسانس	ماستر/مهندس	دراسات عليا

4. سنوات الخبرة العملية

أقل من 5 سنة	10 – 5 سنة	15 – 10 سنة	أكثر من 15 سنة

5. عدد الدورات التكوينية

دورة واحدة	دورتين	3 دورات	أكثر من 3 دورات

ثانيا: بيانات الدراسة

الرقم	الفقرات	المؤشر	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المحور الأول: اليقظة الإستراتيجية							
01	تعمل المؤسسة على جمع المعلومات العلمية، التقنية والتكنولوجية المرتبطة بنشاطها.	اليقظة التكنولوجية					
02	تراقب المؤسسة التطورات الحاصلة في الميدان التكنولوجي الذي تتأثر به.						
03	تقوم المؤسسة بالبحث والتعرف على براءات الاختراع المحققة، والمعايير المعمول بها في مجال نشاطها.						
04	تحدد المؤسسة التقنيات والتكنولوجيات المتبعة من طرف المنافسين.						
05	تعمل المؤسسة على الكشف عن الفرص التكنولوجية واستثمارها ومحاولة تجنب التهديدات.						
06	تقوم المؤسسة بالتحري عن الكفاءات الحالية لمنافسيها.	اليقظة التنافسية					
07	تراقب المؤسسة بشكل مستمر الاستراتيجيات المتبعة من قبل منافسيها وأهم التغيرات الحاصلة فيها.						
08	تعمل المؤسسة للتقصي حول الأهداف الحالية والأهداف الجديدة التي يسعى لها منافسيها؛						
09	ترصد المؤسسة باستمرار المنافسين الرئيسيين والمحتملين وتحدد مواقعهم في السوق وتطورهم؛						
10	تحدد المؤسسة أهم السيناريوهات والقرارات التي يمكن أن يلجأ إليها المنافسون.						
11	تتابع المؤسسة بشكل مستمر تطور احتياجات الزبائن وتفضيلاتهم	اليقظة التجارية					
12	تعمل المؤسسة على تطوير علاقتها بزبائنها لكسب ولاء هم واستقطاب زبائن جدد من خلال الصورة التي يشكلها زبائنهم الحاليين عنها؛						
13	تسعى المؤسسة للحفاظ على علاقتها مع مورديها وكسب ولاءهم لتحقيق أكبر قدرة تفاوضية معهم؛						

						14	تقوم المؤسسة بمتابعة وضعية مورديها الحالية والمستقبلية وقدرتهم على توفير المواد الأولية باستمرار
						15	تراقب المؤسسة باستمرار تطور النصوص القانونية والاتفاقيات التجارية والابداعات والبراءات، وتسميات المنتجات الجديدة
						16	تعتمد المؤسسة على إجراء التعديلات اللازمة الواجب القيام بها في إطار تحليل اللوائح الجديدة.
						17	تدرك المؤسسة مختلف التغيرات التي يمكن أن تحدث داخل المجتمع وبأسرع وقت ممكن
						18	تعمل المؤسسة على رصد كل ما هو متعلق بالبيئة الثقافية لها، حيث تدرس الثقافات والسلوكيات والمستوى الاجتماعي لكل الجهات ذات العلاقة معها.
						19	تتابع المؤسسة المستجدات البيئية التي قد تؤثر على نشاطها.
						20	تقدم المؤسسة برامج توعية داخلية حول القضايا البيئية وتأثيرها على العمل؛
المحور الثاني: إدارة المعرفة							
						21	تعمل المؤسسة على تشخيص المعرفة التي تعطي قيمة مضافة لخدماته.
						22	تعمل المؤسسة على تحديد المعرفة المتوافرة والمعرفة المطلوبة للتعرف على الفجوة المعرفية.
						23	تعمل المؤسسة على تحديد الأشخاص الحاملين للمعرفة وأماكن تواجدها في قواعد ومستودعات المعرفة.
						24	تدرك المؤسسة بأن إدارة المعرفة ليست هدف بل هي وسيلة لتحقيق أهدافها.
						25	تدرك المؤسسة أهمية تحديد أهداف واضحة للمعرفة والعمل على تحديدها.
						26	تدرك المؤسسة أن من أهم أهداف المعرفة هو تسهيل عملية الإبداع.
						27	تسعى المؤسسة لتوليد والحصول على المعرفة الضمنية والمعرفة الصريحة.

						28	تسعى المؤسسة لتحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة صريحة لتوليد المعرفة الجديدة.
						29	تسعى المؤسسة لتحويل المعرفة من المستوى الفردي إلى المستوى الجماعي لتوليد المعارف الجديدة.
					تخزين المعرفة	30	تعتبر المؤسسة عملية تخزين المعرفة واسترجاعها عند الحاجة إلها من أهم عمليات إدارة المعرفة.
						31	تعتبر المؤسسة التوثيق في الذاكرة التنظيمية وسيلة للمحافظة على المعرفة الصريحة.
						32	تعتبر المؤسسة الاحتفاظ بالعمال وتدريبهم وحثهم على الحوار وسيلة لخزن والمحافظة على المعرفة الضمنية.
					توزيع المعرفة	33	تسعى المؤسسة لتوصيل المعرفة المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب.
						34	تستخدم المؤسسة أساليب التدريب والحوار وتشجيع العمال على تشارك وتقاسم المعرفة لتوزيع المعرفة الضمنية.
						35	تستخدم المؤسسة أدوات تكنولوجيا المعلومات وأساليب الوثائق والنشرات الداخلية لتوزيع المعرفة الصريحة.
					تطبيق المعرفة	36	تدرك المؤسسة أن الغاية من إدارة المعرفة هو تطبيق المعرفة المتاحة لتحقيق أهدافها وزيادة نموها.
						37	تسعى المؤسسة لتطبيق المعرفة على المستوى الجماعي؛
						38	تدرك المؤسسة بأن الاستثمار في المعرفة المتوافرة من خلال تحويلها إلى التنفيذ سيؤدي إلى حل المشاكل التي تواجهه.

قائمة الأساتذة المحكمين:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
علي ذهب	أستاذ دكتور	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
شليق عبد الجليل	أستاذ دكتور	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
ريم بن عيسى	أستاذ دكتور	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
حمزة بالي	دكتور	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
سكينة حملاوي	دكتور	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
وفاء رمضاني	دكتور	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

المحور 1

- Titre
- Histogramme
- Tracé tige et f
- Tracé Q-Q no
- Tracé Q-Q no
- Boîtes à mou

Explorer

Récapitulatif de traitement des observations

	Valide		Observations Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
المحور 1	42	100,0%	0	0,0%	42	100,0%

Descriptives

		Statistiques	Erreur standard
المحور 1	Moyenne	3,4703	,16558
	Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne	Borne inférieure	3,1359
		Borne supérieure	3,8047
	Moyenne tronquée à 5 %	3,4464	
	Médiane	3,4975	
	Variance	1,151	
	Ecart type	1,07305	
	Minimum	1,56	
	Maximum	5,73	
	Plage	4,17	
	Plage interquartile	1,63	
	Asymétrie	,378	,365
	Kurtosis	-,546	,717

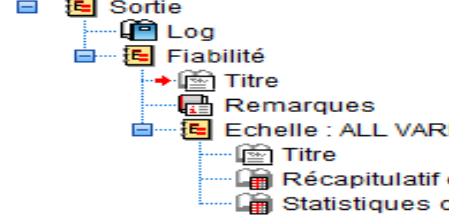
Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
المحور 1	,101	42	,200*	,965	42	,215

*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

المحور 1



```
RELIABILITY
/VARIABLES=Q21 Q22 Q23
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

→ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

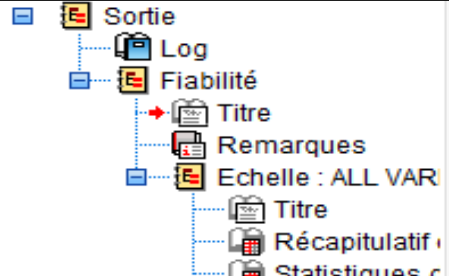
Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,706	3



```
RELIABILITY
/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

→ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,817	5

Sortie

Log

Fiabilité

Titre

Remarques

Echelle : ALL VAR

Titre

Récapitulatif

Statistiques c

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 Q14 Q15 Q16 Q17 Q18 Q19 Q20 Q21 Q22 Q23 Q24
Q25 Q26 Q27 Q28 Q29 Q30 Q31 Q32 Q33 Q34 Q35
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

➔ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,878	35

Sortie

Log

Fiabilité

Titre

Remarques

Echelle : ALL VAR

Titre

Récapitulatif

Statistiques c

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 Q14 Q15 Q16 Q17 Q18 Q19 Q20
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

➔ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,870	20

1 الفأ بعد 2 محور 1.spv [Document6] - IBM SPSS Statistics Viewer

Eichier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse

Sortie Log Fiabilité Titre Remarques Echelle : ALL VARIABLES Titre Récapitulatif de traitement des observations Statistiques de fiabilité

RELIABILITY
/VARIABLES=Q6 Q7 Q8 Q9 Q10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

→ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,775	5

2 الفأ بعد 2 محور 2.spv [Document7] - IBM SPSS Statistics Viewer

Eichier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse

Sortie Log Fiabilité Titre Remarques Echelle : ALL VARIABLES Titre Récapitulatif de traitement des observations Statistiques de fiabilité

RELIABILITY
/VARIABLES=Q24 Q25 Q26
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

→ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,653	3

1 الف بعد 3 محور 1.spv [Document8] - IBM SPSS Statistics Viewer

Eichier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyser

Sortie Log Fiabilité Titre Remarques Echelle : ALL VARIABLES Titre Récapitulatif de traitement des observations Statistiques de fiabilité

RELIABILITY
/VARIABLES=Q11 Q12 Q13 Q14 Q15
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

➔ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

	Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
	,686	5

2 الف بعد 5 محور 2.spv [Document12] - IBM SPSS Statistics Viewer

Eichier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyser

Sortie Log Fiabilité Titre Remarques Echelle : ALL VARIABLES Titre Récapitulatif de traitement des observations Statistiques de fiabilité

RELIABILITY
/VARIABLES=Q33 Q34 Q35
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

➔ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

	Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
	,734	3

IBM SPSS Statistics Viewer [Document11] - IBM SPSS Statistics Viewer

Echier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse

Sortie Log Fiabilité Titre Remarques Echelle : ALL VAR Titre Récapitulatif Statistiques c

RELIABILITY
/VARIABLES=Q30 Q31 Q32
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

→ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,645	3

IBM SPSS Statistics Viewer [Document10] - IBM SPSS Statistics Viewer

Echier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse

Sortie Log Fiabilité Titre Remarques Echelle : ALL VAR Titre Récapitulatif Statistiques c

RELIABILITY
/VARIABLES=Q16 Q17 Q18 Q19 Q20
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

→ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,854	5

IBM SPSS Statistics Viewer [Document9] - الفأ بعد 3 محور 2

Echier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse

Sortie Log Fiabilité Titre Remarques Echelle : ALL VAR Titre Récapitulatif Statistiques

RELIABILITY
/VARIABLES=Q27 Q28 Q29
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

➔ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations		
Valide	42	100,0
Exclu ^a	0	,0
Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,648	3

IBM SPSS Statistics Viewer [Document2] - جوسطات المحور 2

Echier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse Graphiques Utilitaires Extensions Fenêtre Aide

Sortie Log Fréquences Table de fréquences

Fréquences

FREQUENCIES VARIABLES=Q01 Q02 Q03 Q04 Q05 Q06 Q07 Q08 Q09 Q10 Q11 Q12 Q13 Q14 Q15
/STATISTICS=STDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

Statistiques

	N	Valide	Q01	Q02	Q03	Q04	Q05	Q06	Q07	Q08	Q09	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15
N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Manquant	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,62	4,00	3,83	4,00	3,79	3,60	3,60	3,71	3,55	3,90	3,69	3,86	3,45	3,60	3,45	3,62
Ecarttype		,795	,963	,935	,988	,898	,912	1,083	,970	,916	,821	,950	,843	1,041	1,014	,968	,715

Table de fréquences

تعمل المؤسسة على تلخيص المعرفة التي تعطي قيمة مضافة لخدماتها.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid	3	7,1	7,1	7,1
غير موافق	15	35,7	35,7	42,9
موافق	19	45,2	45,2	88,1
موافق بشدة	5	11,9	11,9	100,0
Total	42	100,0	100,0	

دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل إدارة المعرفة - قائمة الملاحق

[illegible]

2الفرعية.spv [Document16] - IBM SPSS Statistics Viewer

Fichier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse Graphiques Utilitaires Extensions Fenêtre Aide

Sortie Log Test T
Titre
Remarques
Statistiques sur é
Test sur échantill
Tailles d'effet pou

```

T-TEST
  /TESTVAL=3
  /MISSING=ANALYSIS
  /VARIABLES=المحور_الثاني_ادارة_المعرفة
  /ES_DISPLAY(TRUE)
  /CRITERIA=CI(.95).
  
```

➔ Test T

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne d'erreur standard
المحور_الثاني_ادارة_المعرفة	42	3,71	,496	,077

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

	t	df	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المحور_الثاني_ادارة_المعرفة	9,274	41	<,001	,710	,56	,86

Tailles d'effet pour échantillon unique

	Standardisation ^a	Estimation des points	95% Intervalle de confiance	
			Inférieur	Supérieur
المحور_الثاني_ادارة_المعرفة d de Cohen	,496	1,431	,994	1,859
Correction de Hedges	,505	1,405	,976	1,825

a. Dénominateur utilisé pour estimer les tailles d'effet.
Le d de Cohen utilise l'écart type échantillon.
La correction de Hedges utilise l'écart type échantillon, plus un facteur de correction.

Régression

- Titre
- Remarques
- Variables introduit
- Récapitulatif des i
- ANOVA
- Coefficients

/NOORIGIN
 /DEPENDENT المحور_الثاني_ادارة_المعرفة
 /METHOD=ENTER المحور_الأول_اليقظة_الاستراتيجية

➔ **Régression**

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	المحور_الأول_اليقظة_الاستراتيجية ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة
 b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,744 ^a	,553	,542	,710

a. Prédicteurs : (Constante), المحور_الأول_اليقظة_الاستراتيجية

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	24,932	1	24,932	49,507	<,001 ^b
	de Student	20,144	40	,504		
	Total	45,076	41			

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة
 b. Prédicteurs : (Constante), المحور_الأول_اليقظة_الاستراتيجية

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	-,880	,687		-1,281	,208
	المحور_الأول_اليقظة_الاستراتيجية	1,271	,181	,744	7,036	<,001

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة

1 الفرعية.spv [Document15] - IBM SPSS Statistics Viewer

Echier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse Graphiques Utilitaires Extensions Fenêtre Aide

Sortie Log Test T Titre Remarques Statistiques sur échantillon unique Test sur échantillon unique Tailles d'effet pour échantillon unique

T-TEST
/TESTVAL=3
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=المحور_الأول_اليقظة_الاستراتيجية
/ES_DISPLAY(TRUE)
/CRITERIA=CI(.95).

→ Test T

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne d'erreur standard
المحور_الأول_اليقظة_الاستراتيجية	42	3,64	,528	,081

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

	t	df	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المحور_الأول_اليقظة_الاستراتيجية	7,836	41	<,001	,638	,47	,80

Tailles d'effet pour échantillon unique

		Standardisation ^a	Estimation des points	95% Intervalle de confiance	
				Inférieur	Supérieur
المحور_الأول_اليقظة_الاستراتيجية	d de Cohen	,528	1,209	,805	1,604
	Correction de Hedges	,538	1,187	,791	1,575

a. Dénominateur utilisé pour estimer les tailles d'effet.
Le d de Cohen utilise l'écart type échantillon.
La correction de Hedges utilise l'écart type échantillon, plus un facteur de correction.

2 الفا محور 2.spv [Document13] - IBM SPSS Statistics Viewer

Echier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse

Sortie Log Fiabilité Titre Remarques Echelle : ALL VARIABLES Titre Récapitulatif de traitement des observations Statistiques de fiabilité

RELIABILITY
/VARIABLES=Q21 Q22 Q23 Q24 Q25 Q26 Q27 Q28
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

→ Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	42	100,0
	Exclu ^a	0	,0
	Total	42	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,813	15

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=المحور_الثاني_الاول المحورة Q2:1 Q2:2 Q2:3 Q2:4 Q2:5 Q2:6 Q2:7 Q2:8 Q2:9 Q2:10 Q2:11 Q2:12 Q2:13
/PRINT=TOTAL NOSIG FULL
/MISSING=PAIRWISE.

```

Corrélations

Corrélations

[illegible]

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=المسور_الأول_البقطة_الاستراتيجية Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 Q14 Q15
Q16 Q17 Q18 Q19 Q20
/PRINT=TWOTAIL NOSIG FULL
/MISSING=PAIRWISE.

```

Corrélations

Corrélations

البيانات	تعمل المؤسسة على جمع المعلومات الشخصية، التقنية والتكنولوجية المرتبطة بشأنها.	تعالج المؤسسة المعلومات الشخصية في الأداة التي تملكها.
المسحور_الأول_المخطط_الإستراتيجية	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	1 ,897** ,000 42
تعمل المؤسسة على جمع المعلومات الشخصية، التقنية والتكنولوجية المرتبطة بشأنها.	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,897** ,000 42
تعالج المؤسسة المعلومات الشخصية في الأداة التي تملكها.	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,893** ,000 42
تقوم المؤسسة بالبحث والتدقيق على براءات الاختراع المبتكرة، والمعلومات المتعلقة بها في مجال شأنها.	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,843** ,000 42
تحدد المؤسسة التقنيات والتكنولوجيات المتاحة من طرف المستهلكين.	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,680** ,000 42
تعمل المؤسسة على الكشف عن الفرص التكنولوجية واستثمارها ومحاولة تجنب المخاطر.	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,636** ,000 42
تقوم المؤسسة بالتدقيق عن الكفاءات المتاحة للمنتج.	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,643** ,000 42
تعالج المؤسسة بشكل مستمر الاستراتيجيات المتاحة من قبل منافسها وأهم الفرص المتاحة لها.	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,553** ,000 42
تعمل المؤسسة للتصديق حول الأهداف المالية والأهداف الجديدة التي تسعى إليها منافسها!	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,756** ,000 42

- Titre
- Remarques
- Variables introduites
- Récapitulatif des résultats
- ANOVA
- Coefficients

```

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT المعرفة_ادارة_الثاني_المحور
/METHOD=ENTER البيئية_المقظة.

```

➔ Régression

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	البطء_البكره ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_اداره_المعرفة

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,395 ^a	,156	,135	,975

a. Prédicteurs : (Constante), النقطة_البَيْعَة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	7,041	1	7,041	7,405	,010 ^b
	de Student	38,035	40	,951		
	Total	45,076	41			

a. Variable dépendante : المتحور_الثاني_اداره_المعرفة

b. Prédicteurs : (Constante), البُطَّة_البَيْدِيَّة

Coefficients^a

		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
Modèle		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	1,958	,727		2,694	,010
	النضج البيئي	,520	,191	,395	2,721	,010

المحور الثاني: إدارة المعرفة - Variable dépendante

Regression

- Titre
- Remarques
- Variables introduit
- Récapitulatif des r
- ANOVA
- Coefficients

```

/STATISTICS=COEFF COLL K ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT المحور_الثاني_ادارة_المعرفة
/METHOD=ENTER اليقظة_التجارية.
        
```

→ **Régression**

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	اليقظة_التجارية ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,740 ^a	,548	,537	,713

a. Prédictors : (Constante), اليقظة_التجارية

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	24,715	1	24,715	48,553	<,001 ^b
	de Student	20,361	40	,509		
	Total	45,076	41			

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة

b. Prédictors : (Constante), اليقظة_التجارية

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,675	,475		1,422	,163
	اليقظة_التجارية	,850	,122	,740	6,968	<,001

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة

Titre

Remarques

Variables introduites

Récapitulatif des modèles

ANOVA

Coefficients

```

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT المحور_الثاني_ادارة_المعرفة
/METHOD=ENTER اليقظة_التنافسية.
        
```

➔ **Régression**

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	اليقظة_التنافسية ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,540 ^a	,292	,274	,893

a. Prédicteurs : (Constante), اليقظة_التنافسية

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	13,160	1	13,160	16,493	<,001 ^b
	de Student	31,916	40	,798		
	Total	45,076	41			

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة

b. Prédicteurs : (Constante), اليقظة_التنافسية

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	1,550	,593		2,612	,013
	اليقظة_التنافسية	,627	,154	,540	4,061	<,001

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة

Regression

- Titre
- Remarques
- Variables introduites
- Récapitulatif des modèles
- ANOVA
- Coefficients

```

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT المحور_الثاني_ادارة_المعرفة
/METHOD=ENTER اليقظة_التكنولوجية.
        
```

➔ **Régression**

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	اليقظة_التكنولوجية ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,638 ^a	,407	,392	,818

a. Prédicteurs : (Constante), اليقظة_التكنولوجية

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	18,343	1	18,343	27,446	<,001 ^b
	de Student	26,733	40	,668		
	Total	45,076	41			

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة

b. Prédicteurs : (Constante), اليقظة_التكنولوجية

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	,851	,594		1,432	,160
	اليقظة_التكنولوجية	,794	,152	,638	5,239	<,001

a. Variable dépendante : المحور_الثاني_ادارة_المعرفة

الحمد لله رب العالمين