وعي مسؤولي الشركات ومؤسسات الأعمال السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة: نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية

د. سوسن طه حسن ضليمي
أستاذ مشارك في قسم علم المعلومات
جامعة الملك عبد العزيز
sdulaymi@kau.edu.sa

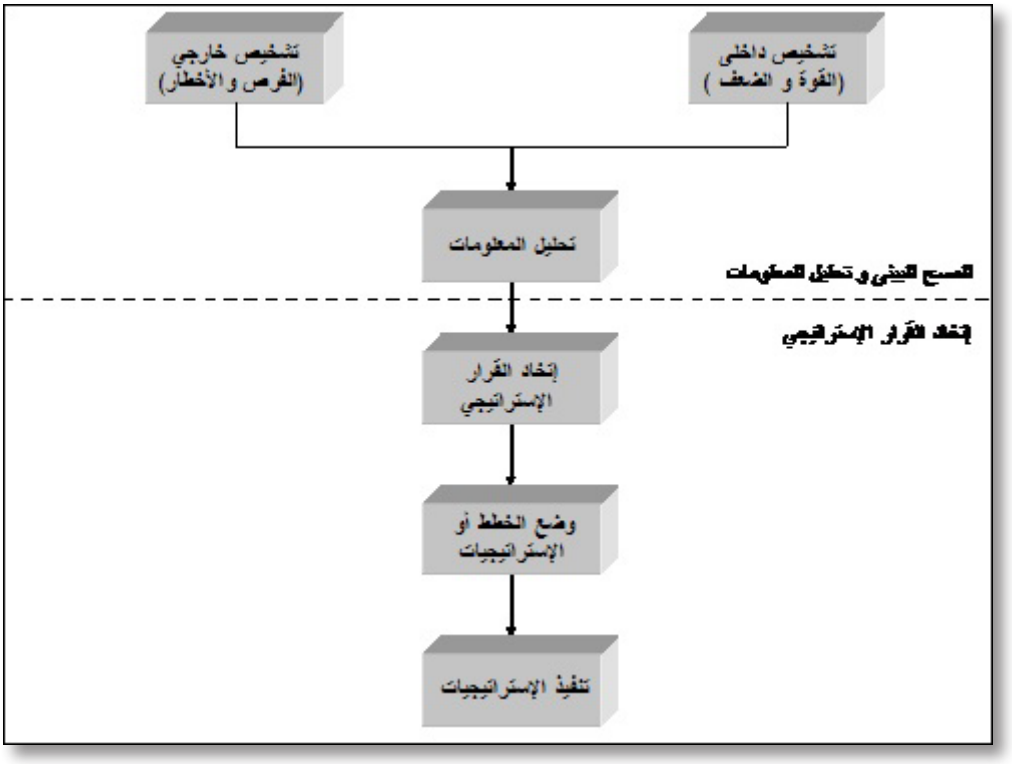
المستخلص:
تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى وعي مسؤولي الشركات ومؤسسات الأعمال السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة بأهمية المعلومات الإستراتيجية، تم توزيع إستبانة على عشرين مسؤولاً نتج عنها أنّ مصطلحات مثل: «نظام الإنذار المبكر» و«المراقبة الإستراتيجي» و«الـذكـاء التنافسي» و«الذكاء التجاري» هي أكثر المصطلحات استخداماً في الشركات السعودية عند جمع المعلومات، نتج عن الدراسة أنّ درجة معرفة مسؤولي الشركات بتلك المصطلحات متوسطة، وأنّ المعلومات الجزئية المجمّعة قليلة، وأنّ ثقافة المعلومات غير منتشرة بشكل واسع بينهم، وأنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أي من مستويات الوعي بمفاهيم المسح البيئي وبين مستويات سلوك تجميع المعلومات، أي أن سلوك تجميع المعلومات من قبل المديرين لم يتأثر بنوعية مفاهيم المسح البيئي، وكذلك عدم وجود فروق في سلوك تجميع المعلومات بأنواعها الثلاثة بين الشركات الكبيرة والصغيرة الحجم.

الكلمات المفتاحية:
المسح البيئي، نظام المعلومات الاحـــترازي، اليقظة الإستراتيجية، المعلومات الإستراتيجية، الإدارة الإستراتيجية، اتخاذ القرار، الذكاء التنافسي، الشركات السعودية.

المقدمة

إن فتح الأسواق المحلية أمام المنافسة العالمية والتقدم التكنولوجي السريع وتحول العالم إلى قرية صغيرة أكد على انتشار مفهوم عولمة الاقتصاد، إذ بدأت تظهر الحاجة إلى ضرورة معرفة ما يدور في محيط الشركة، حيث أصبحت إحدى المعايير الأساسية التي يقاس بها تقدم الدول، ما أدى إلى ضرورة التفكير في أساليب جديدة لحل المشكلات التي قد تواجه مؤسسات الأعمال. وكما جاء في دراسة روبيح عام 2004م[1] فإن مصطلح المسح البيئي Environmental Scanning من الأساليب المستحدثة في علم الإدارة وإدارة المعلومات وإدارة المعرفة، والذي يمهد لدراسة بيئة الشركات ومؤسسات الأعمال من مستخدمين وموردين وتقنية المعلومات، ويعتمد على نظام معلوماتي مفتوح يؤثر ويتأثّر بالبيئة الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية

المحيطة به وغيرها من المتغيرات. ولذلك كان من المهم استكشاف مفهوم المسح البيئي والمعلومات الإستراتيجية لأهميتها في صنع القرار، وقد أظهرت العديد من الدراسات أنّ المؤسسات لابد أن ترتبط ببيئتها الخارجية لمعرفة الظروف المحيطة بها والعوامل المتغيرة حولها. لذا فإن هذا البحث يهدف إلى استكشاف مدى معرفة عدد من مدراء المنظمات السعودية بالمفاهيم الخاصّة بالمسح البيئي والمعلومات الإستراتيجية والمصطلحات المصاحبة لهما للتعرف على درجة اهتمامهم بأنواع المعلومات التي يشملها المسح البيئي لاستخدام تلك المفاهيم ضمن عمليات إدارة المعلومات وإدارة المعرفة في مؤسساتهم. إن الشّركات والمنظمات التي تهتم بمـجال الإدارة الإستراتيجية (Strategic Management) تعتبر المسح البيئي إحدى الطرق المهمة التي تعمل على النجاح المستمر للشركات في بيئات متنافسة، ويقصد بذلك الإجراءات المعلوماتية Information Process الذي بواسطته تتمّكن المؤسسة من التحسب المسبق Proactive Scanning بتتبع البيئة الخارجية من أجل انتهاز الفرص الـمناسبة أمامها أو لتفادي الأخطار التي قد تواجهها[2]. وتتضمن تلك الإجراءات تجميع وتوزيع وتحليل المعلومات الإستراتيجية بغرض اتخاذ القرار المناسب وهو ما يعرف في علم المعلومات بإدارة المعلومات. وقد أظهرت الدراسات السابقة وجود علاقة بين الإدارة الإستراتيجية Strategic Management Process والمسح البيئي حيث عرف Ansoff and McDonnel 1990[3] الإدارة الإستراتيجية كما يظهر في الشكل أدناه أنه يتم القيام بتشخيص داخلي وخارجي للشركة، أثناء المرحلة الأولى، عن طريق تجميع وتحليل المعلومات المتوفرة فى بيئة الشركة الداخلية لمعرفة مكامن قوتها وضعفها والخارجية لمعرفة قدرتها على انتهاز الفرص وتجنب الأخطار. كما يتم وضع وتنفيذ الخطط الإستراتيجية، أثناء المرحلة الثانية، عن طريق إدراج المعلومات المحلّلة في سياق اتخاذ القرار الإستراتيجي المطلوبة لعمليات الإبداع والابتكار.

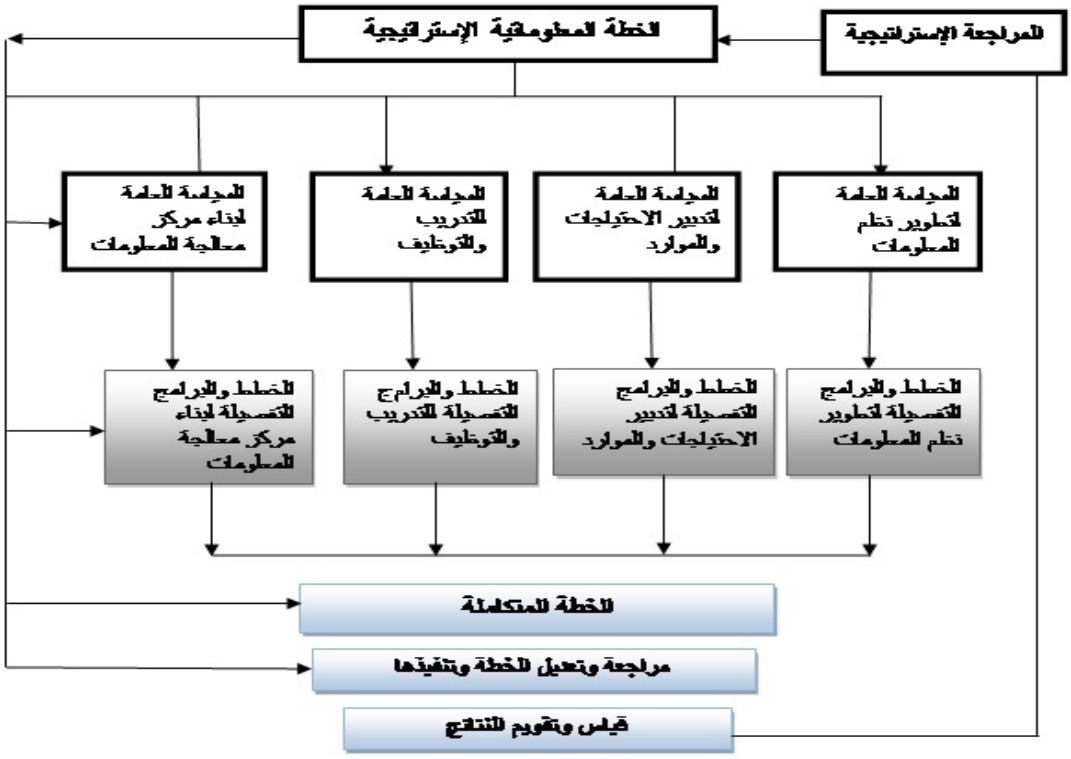


الشكل رقم (1): علاقة المسح البيئي بالإدارة الإستراتيجية (روبيح، 2004).

كما أنّ المعلومات الإستراتيجية الناتجة عن القيام بالمسح البيئي عنصر إبداعي للمؤسسات، حيث يحظى باهتمام من طرف مسؤولى الشركات الريادية حسب دراسة ايلسواي عام 1985م وريموند وهال عام 2001 El Sawy 1985. Raymond and Hall [4] [5] [6]. ويعتبر المسح البيئي كلمة لها عدة مرادفات مستعملة فى بيئة الشركات كمصطلح "الذّكاء التّنافسي" في الشركات الغربية. وتحاول الدراسة الحالية رصد المصطلحات المستخدمة بالفعل في البيئة السعودية ويشمل المسح البيئي أنواع عديدة من المعلومات، منها التقسيمات التالية: معلومات داخلية وخارجية Internal vs. External، معلومات شخصية وغير شخصية Personal vs. Impersonal، إشارات ضعيفة وإشارات قوية، معلومات علمية وتقنية واقتصادية Scientific. Technological. Economic، معلومات التحّكم ومعلومات التأثير ومعلومات جزئية وهي نفس التقسيمات التي استخدمت في دراسة روبيح عام 2004م.

مشكلة الدراسة:

يواجه مجتمع المعلومات منها في العالم بصفة عامة والمملكة العربية السعودية خاصة التحدي الإداري لدى مدراء المعلومات الذين يقومون بالعملية الإدارية على جميع المستويات، خاصة تلك التي تتواجد في مستويات الإدارة العليا (الإستراتيجية) انظر الشكل رقم (2) (مندورة، محمد محمود. درويش، محمد جمال الدين، التخطيط الإستراتيجي لنظم المعلومات)[7]. إن نجاح مؤسسات الأعمال اليوم وفي المستقبل يتوقف على قدرتها على العمل على نطاق عالمي، وقد أدى التوجه نحو عولمة الاقتصاد إلى رفع قيمة تكنولوجيا المعلومات، فنظم المعلومات اليوم هي التي توفر للمؤسسات سواء حكومية أو خاصة إمكانات الاتصالات وأدوات تحليل المعلومات واتخاذ القرارات، ما يمكنهم من اتخاذ قرارات ذات جودة عالية، كما أن شبكات الاتصالات قد سهلت التعاون بين فرق العمل المتناثرة جغرافيا، ومعنى ذلك اتساع نطاق الإدارة بسبب سهولة الرقابة على عدد أكبر من المرؤوسين.



شكل (2): الخطة الإستراتيجية المعلوماتية

وقد سهلت تطبيقات مثل البريد الإلكتروني والمؤتمرات عن بعد من قيام تنسيق دقيق بين فرق عمل متناثرة جغرافياً، ولذلك فأن الحدود المادية لمؤسسات الأعمال لم تعد تمثل قيدا يحد من قدرتها على تقديم منتجاتها. فالنظم الافتراضية تعتمد على الإنترنت في ربط الأفراد والأصول المادية والأفكار والموردين والعملاء لخلق سوق افتراضي لا تحده الحدود التنظيمية المادية مما أدى إلى إعادة تصميم تدفق العمل الذي ساعدت به نظم المعلومات على إحلال الإجراءات الآلية محل الإجراءات اليدوية، ما أدى إلى تقليل دورة القيام بالعديد من العمليات، وبالتالي تخفيض تكلفتها وزيادة كفاءتها. كما أدى ذلك إلى زيادة قدرة المؤسسة على الاستجابة، حيث ساعدت تكنولوجيا المعلومات المؤسسات الكبيرة على اكتساب مميزات الحجم الصغير والعكس. ومن ناحية أخرى تساعد تكنولوجيا المعلومات على اكتساب المرونة التي تتمتع بها الشركات الصغيرة عن طريق استخدام نظم المعلومات المرنة لتوفير خدمات معلومات غير نمطيه على نطاق واسع. وقد أدى ذلك إلى تغيير عملية الإدارة مما ساعد على توفر نظم المعلومات ذات إمكانيات جديدة للمديرين للقيام بوظائف التخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة فهي تتيح للمدير الحصول على أدق تفاصيل المعاملات التشغيلية في أي مكان وفي أي وقت. كما تستخدم العديد من المؤسسات نظم تخطيط موارد المعلومات والتي تحقق تكامل جميع العمليات الإدارية من تخطيط وتزويد وتمويل ومن خلال تبادل المعلومات بين الإدارات وإلغاء الوصلات المعقدة والمكلفة بين نظم المعلومات الوظيفية المختلفة داخلها. إن إعادة تعريف حدود المؤسسات يسهل لنظم المعلومات القائمة على الشبكات تبادل المعلومات وإجراء المعاملات بين بيئاتها المختلفة. ويحدث ذلك عن طريق توفير نظم المعلومات العابرة للمنظمة والتي تقوم بأتمتة تدفق المعلومات عبر حدودها الافتراضية، إلا أن تلك العمليات لن تتأتى بعدم وجود ثلاثة تخصصات رئيسة وهي: تحليل وتصميم النظم، وإدارة المعلومات وإدارة المعرفة، والتي حسب حد علم الباحثة وخبرتها في المجال، ما زالت المملكة والدول العربية غير مطبقة لها بشكل فاعل. إن وجود نظام معلومات إستراتيجي مورد مهم لأي مؤسسة ووجود إدارة للمعلومات تمارس المسح البيئي بها يساهم في تحقيق أهداف المؤسسة ويعمل على استمرار نجاحها والوقوف ضد المخاطر التي يمكن أن تواجه البيئة الداخلية والخارجية. ومن هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة كالآتي:

- **إلى أي مدى يمكن قياس وعي مسؤولي الشركات ومؤسسات الأعمال السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية؟.**

أهداف الدراسة:

1. معرفة مدى وعي مسؤولي الشركات ومؤسسات الأعمال السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية.
2. تحديد الاختلاف في الوعي بمصطلحات المسح البيئي بين الشركات الصغيرة والكبيرة الحجم.
3. معرفة الأسماء البديلة للمسح البيئي الأقرب إلى المسؤولين السعوديون في مدينتي مكة المكرمة وجدة.
4. تحديد الاختلاف في اختيار مسميات المسح البيئي بين الشركات الصغيرة والكبيرة الحجم.
5. تحديد الاختلاف في جمع المعلومات بين الشركات الكبيرة والصغيرة الحجم.
6. دراسة العلاقة بين مستوى الوعي بمفاهيم المسح البيئي ومستوى تجميع المعلومات.

أسئلة الدراسة:

1. هل لدى مسؤولي الشركات ومؤسسات الأعمال السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة معرفة ودراية كافية بمفهوم المسح البيئي والمعلومات الإستراتيجية؟ هل هناك اختلاف بين الشركات الصغيرة والكبيرة الحجم؟
2. ما الأسماء البديلة للمسح البيئي الأكثر استخداماً في البيئة السعودية؟ هل يوجد اختلاف في اختيار الأسماء بين الشركات الصغيرة والكبيرة الحجم؟
3. أي أنواع المعلومات تحظى باهتمام أكبر من طرف مسؤولي الشركات؟ هل يوجد اختلاف في أنواع المعلومات التي تجمع بين الشّركات الكبرى والصغرى؟
4. هل توجد علاقة بين الوعي بمسميات المسح البيئي ونوعية تجميع المعلومات؟

أهمية الدراسة:

نظراً لأن المملكة العربية السعودية تملك العديد من مؤسسات الأعمال في القطاع الحكومي والخاص كان من المهم العمل على نشر مفهوم المسح البيئي بها، والتعريف بالإدارة الإستراتيجية التي ترتبط بمفاهيم اتخاذ القرارات التي تؤدي إلى رفع مستوى الأداء والكفاءة الإنتاجية بها. ويمثل ذلك المفهوم

نموذج الإدارة الحالي والمستقبلي لمؤسسات الأعمال التي يمكنها من تحديد قدراتها وإمكانياتها التنافسية ما يحقق أهدافها ضمن اعتبارات البيئة الداخلية والخارجية المتغيرة.

لذا يمكن تلخيص أهمية الدراسة الحالية في النقاط التالية:

- تحسين عمليات وأداء جميع أنواع مؤسسات الأعمال.
- مساندة عملية اتخاذ القرارات وتدعيم الأعمال التعاونية.
- تقوية المركز التنافسي لها في مجتمع المعلومات.
- تزايد مساهمة نظم المعلومات المستندة على الإنترنت.
- نجاح المنظمات الحديثة التي تعمل في ظل منافسة عالمية تتميز بالجدة وسرعة التغير وعدم التأكد.

تعتبر الدّراسة محاولة لإعطاء المسح البيئي مساحة من الاهتمام للاطلاع على ما هو قائم في الدول المتطورة،، كما أنها بداية لتطوير أنظمة المعلومات الاحترازية في الشركات ومؤسسات الأعمال السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة، وأنها كذلك إضافة علمية تؤدي لإجراء مزيد من البحوث لمعرفة مدى ملاءمة ذلك المفهوم أو اختلافه في بيئات عربية عنها في البيئات الغربية، ومقارنة تطبيقات المسح البيئي في الدول الخليجية.

منهجية البحث:

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي لملاءمته للوصول إلى مسؤولي الشركات ومؤسسات الأعمال السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة، تم استخدام الاستبانة وقد تم تحليل نتائج البحث باستعمال برنامج SPSS واستخدام أساليب الاختبارات الإحصائية.

وقد تمت الاستفادة من دراسة الدكتور كمال رويبح "مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية " التي أعدت في عام 2004م في إعداد منهجية هذه الدراسة.

تمّ جمع المعلومات بين عامي 2011م و2012م. كما تمّ الاتصال بالمدراء التنفيذيين عن طريق الزيارات الميدانية للشركات، وعن طريق التليفون أو الفاكس والبريد الإلكتروني. وقد تم توزيع 20 استبانة على 20 شركة سعودية ومؤسسة أعمال في مدينتي مكة المكرمة وجدة كبيرة وصغيرة الحجم فى القطاعين الخاص والعام.

عينة الدّراسة:

تم الحصول على 20 إجابة من طرف 20 شركة ومؤسسة أعمال في مدينتي مكة المكرمة وجدة، حيث إنّ نسبة المشاركة قد وصلت إلى 95 ٪ كانت غالبها من مدينة جدة. كما أن وحدة التّحليل هو الفرد المشارك (المدير التنفيذي) وليست الشركة من أجل ضمان الحصول على أكبر نسبة من مشاركة المديرين للحصول على نظرة عامة وشاملة على مدى تقبل وانتشار ثقافة مصطلح المسح البيئي والمعلومات الإستراتيجية في السعودية، وقد جاء توزيع الشّركات المشاركة بعناوينها ووفق القطاعات الاقتصادية التالية حسب جدول رقم (1) و(2).

جدول رقم (1): توزيع بأسماء الشركات الداخلة في عينة البحث

اسم الشركة	التكرار	النسبة	اسم الشركة	التكرار	النسبة
أرامكو	1	5	شركة المراعي	1	5
الغرفة التجارية الصناعية بجدة	1	5	شركة بعد للاتصالات السلكية واللاسلكية	1	5
البنك العربي الوطني	1	5	شركة جدة للتطوير العمراني	1	5
الخطوط الجوية السعودية	1	5	شركة دلة عبر البلاد العربية	1	5
الشركة السعودية للكهرباء	1	5	شركة سعودي أوجيه	1	5
الغرفة التجارية الصناعية بجدة	1	5	شركة فاروق ومأمون تمر وشركاؤه	1	5
أمانة العاصمة المقدسة	1	5	شركة يسر للأمن والسلامة	1	5
شركة التقنية الأمنية	1	5	لاند مارك جروب	1	5
الشركة السعودية للخرسانة الجاهزة	1	5	مؤسسة عبد الله سليمان الغنيم	1	5
مجموعة بن لادن السعودية	1	5	مكتب استشارات بيئة	1	5
المجموع	10	50	المجموع	10	50

جدول رقم (2): توزيع الشركات حسب النشاطات الاقتصادية

أنواع الشركات	التكرار	النسبة
شركات صناعية	2	٪10
منظمات غير نفعية	2	٪10
شركات تجارية	1	٪5
مقاولات	4	٪20
شركات نقل	1	٪5
شركات غذائية	1	٪5
اتصالات وتكنولوجيا المعلومات	2	٪10
مالي أو مصرفي أو تأميني	1	٪5
أخرى	6	٪30
المجموع	20	٪100

تابع جدول رقم (2): نشاطات أخرى للشركات غير الموجودة في الاستبيان

Nonprofit organization focus on Business development
إدارة حكومية
أنظمة أمن وسلامة
توليد ونقل وتوزيع الطاقة الكهربائية
دوائية
مقاولات وصيانة اتصالات
مكتب استشارات بيئية

مصطلحات الدراسة:

تم تعريف جميع مصطلحات الدراسة حسب ما جاء في دراسة روبيح عام 2004م [8] وهي كالتالي:

– **البيئة** Environment على أنّها تتكون من القوى الفاعلة والشركاء واللاعبين في محيط المنظمة الذين قد يؤثرون على الشّركة، حيث يصبح المسح البيئي منصّباً على سلوك الفاعلين القادرين بواسطة قراراتهم

ونشاطهم على خلق تأثير ملحوظ عليها في المستقبل المنظور والبعيد. وتتكون هذه القوى من المنافسين والموردين والسّلطات العمومية ومراكز الضغط والحكومات والمستخدمين، سواء في الوقت الحاضر أو في المستقبل المنظور.

– **المعلومات الإستراتيجية** Strategic Management على أنّها المعلومات التي تلقي الضوء على ما يدور في بيئة الشركة الداخلية والخارجية أثناء قيامها بنشاط صناعي أو خدماتي من أجل المساعدة في اتخاذ القرار الإستراتيجي. وتشمل المتغيرات: مشروعات المنافسة، وطرق الإنتاج والتسويق، وخصائص المنتجات، وطرق تسويقها، وأساليب التوريد والمواد الخام الجديدة، والتشريعات، وخدمة المستخدمين ورضاهم.

– **معلومات التّحكم** (Control Information) وتضم المعلومات التي تنتجها الشركة وتوجهها لاستعمالها الداخلي (أنظر الشكل رقم 3) وتكتسي معرفة هذا النّوع أهمية بالغة كونها تمّكن المنظمة من أن تقارن أداءها بأداء أحسن المنظمات (Benchmarking). ويتمّ تسيير هذه المعلومات عن طريق النظم المعلوماتية التقليدية، كما أنّ أغلب الدّراسات منصبّة عليها كنظم معلومات الموارد البشرية ونظم الإنتاج ونظم الجودة.

– **معلومات التّأثير** (Influence Information) وتضم المعلومات التي أنتجت داخل الشركة ووجهت للاستعمال الخارجي (أنظر الشكل رقم3)، أو موجهة لأفراد ومجموعات خارج المنظمة (كالعميل والمورّد). وتعتبر نظم المعلومات التّسويقية أو نظم المعلومات التي تربط المنظمات (Inter organizational Information Systems) أمثلة من الأنظمة التى تقوم بتسيير معلومات التّأثير، غير أنّ الدراسات المنصبّة عليها قليلة مقارنة بتلك الخاصة بمعلومات التّحكم.

– **المعلومات الجزئية** أو الإشارات الضعيفة (Fragmentary Information) تمثّل المعلومات الإستراتيجية التي جمعت من خارج المنظمة ووجّهت للاستعمال الداخلي (أنظر الشكل رقم3) وهي تعبّر عن التّطورات التي لم تتحقق تماماً، وإنما تنبئ بحصول شيء له تأثير على الشركة، ويمكن أن تعّرف أيضاً بالتهديدات أو الفرص المحتملة أو لها نتائج محتملة، وهي معلومات قليلة وغير قطعية، جزئية ومبعثرة في العديد من المصادر المعلوماتية المتوفرة وتحتاج إلى عملية التّكامل، ولهذا أطلق عليها (1975م) Ansoff [9] أنسوف عام 1975م مصطلح "الإشارات الضعيفة" كالمعلومات التي

تستعملها أمريكا أثناء الحرب الوقائية ضد ما تسميه "الإرهاب الدولي". وقد حظي هذا النوع من المعلومات باهتمام قليل (Bright 1970) [10] من برايت عام 1970م وانسوف عام 1975 (Ansoff 1975) من طرف الباحثين مقارنة بمعلومات التّأثير والتحّكم.

و تتضمن **المعلومات الجزئية** الأقسام التّالية حسب دراسة رويبح[11]:

1. **معلومات عن التّنافس** وهي تشير إلى المعلومات التي تخص المنافسين الحاليين أو المحتملين، كإدخال منتجات جديدة أو خدمات جديدة، تحسين المنتجات، دخول المنّافسين إلى أسواق جديدة، تحسين أساليب العمل، طرق تسويق المنّافسين، القيام بمساءلة الموظفين السّابقين حول نوعية العمل والوظائف التي شغلوها أثناء تواجدهم في شركات منافسة، مشروعات البحث والتّطوير الجديدة، القيام بحوارات تلفونية أو بالبريد الإلكتروني حول الأسعار المرتقبة للمنّافسين.

2. **المعلومات الشّخصية والقدراتية** (Profiling and Capabilities Information) وتشير إلى المعلومات التي تخّص شخصيات في الشركات المنّافسة أو المستخدمين المهمين أو شخصيات مهمة من الممكن أن تؤثر على مستقبل الشركة وتشمل الميول، الأصدقاء، القدرات التسييرية والتفاوضية والتركيبة السيكولوجية والانتماء الحزبي والعضوية في النوادي وقوى الضغط المرتبطة بها. وهي كذلك معارف ذات طبيعة وصفية، وهي أكثر عدداً، وتفيد لتحديد الفاعل والإخبار عن قدراته مثل قدرة الشركات المنافسة على القيام بمشروعات معينة، حجم المديونية، الأرباح، عدد الخبراء وفرة السيولة المالية، ميزانية البحث والتطوير.

3. **المعلومات التجارية** وتشير للمعلومات التي تتعلق باهتمامات المستخدمين ورضاهم وأمنياتهم[12]، والمشكلات التي تعترضهم وفي هذا الصدد يقول (Davenport (2001 [13] دافنبورت عام 2001م، إنّ الشّركات التى تستعمل المعلومات المجمّعة حول المستخدمين تولي أهمية قصوى لتحديد أهم مستخدميها، ومن ثمّ استغلال أكبر قدر من مصادر المعلومات المتوفرة لمحاولة فهم متطلباتهم.

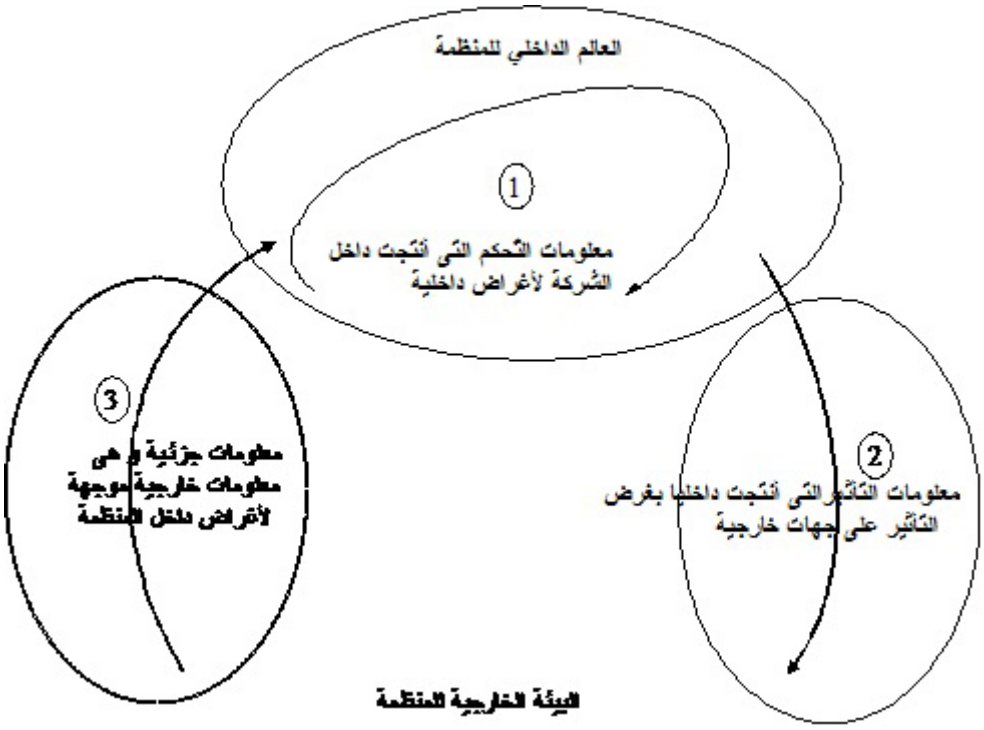
4. **المعلومات التّمويلية** وتشير إلى المعلومات حول وجود مواد خام، سلع أو مواد نصف مصنعة، وجود موارد مالية خارجية أو وجود العمّالة الخبيرة.

5. **المعلومات التكنولوجية** وتضم أساليب التصنيع الجديدة أو تحسين المنتجات والخدمات، التقنية البديلة أو الجديدة أو التقنية الخدماتية أو التّصنيعية.

6. **المتّغيرات الاجتماعية** تضم تغيرات في نمط حياة السكان، عدد الوظائف الجديدة، نشاطات المستهلكين وعاداتهم، نسبة نمو السكان، نسبة المتزوجين.

7. **المتغيرات السياسية** تضم التشريعات والقوانين الجديدة، قوانين حماية التجارة، قوانين حماية البيئة، قوانين إحلال العمالة الكويتية مكان الوافدة، نظام الضرائب، المعلومات السياسية المحلية، الإقليمية والدولية.

8. **المتغيرات الاقتصادية** تضم معلومات حول النّاتج المحلي الخام، نسبة التضخم، العجز فى ميزانية الدولة، الاستثمارات، مؤشرات نمو الاقتصاد، حركات الأسهم في البورصات.



الشكل رقم (3): أنواع المعلومات التي يتحّتم على المنظمات الاهتمام بها (رويبح، 2004م)

مراجعة الدراسات السابقة:

أشار رويبح إلى العديد من الباحثين (Ansoff 1975. Lesca and Lesca 1997. Herring 1998. Gabriel and Simone 1999. Gilad 1998. Moore 2000)[14][15][16][17][18] ليسكا عام 1997م وهيرنج عام 1998م وانسوف عام 1975م وجبرييل وسايمون عام 1999م وجيلاد عام 1998م ومور عام 2000م، الذين أكدوا على أهمية المعلومات الإستراتيجية كتغذية مرتدة لصناعة القرارات الإستراتيجية وتقليل نسبة الغموض الذي يتخلل محيط بيئة الشركة الخارجية. كما أشار أيضاً إلى دراسة (Wand 1998)[19] واند عام 1998م، الذي أكد على ضرورة اعتبار قيمة المعلومات بمثابة منتجات وموارد للشركة في عالم سريع التغّير.

كما استعرض عدد من الأبحاث التي ركزت على مزايا التطبيق للمسح البيئي، كدراسة (Mohan-Neill 1995)[20] موهان عام 1995، التي شملت 68 شركة أمريكية وكذلك دراسة قام بها(Groom and David 2001)[21] جرووم وديفد عام 2001م، شملت 44 شركة أمريكية بأنّ الشركات الكبرى تبدو أكثر اهتماماً من الشركات الصغيرة في تتبع المعلومات الإستراتيجية المتوفرة لدى موظفيها، وتستخدم المعلومات المجمّعة حول المستخدمين والموردين كأهم مصادر للمعلومات. ما أظهرت نتائج بحث قام به (Lang 1997)[22] لانج عام 1997م، في 671 شركة أمريكية وجود علاقة إيجابية بين معلومات المسح البيئي وانتهاز الفرص ودرء المخاطر، ودراسة (Gabriel & Simone 1999)[23] جبرييل وسايمون عام 1999م، التي نتج عنها أن معلومات المسح البيئي تساعد على تحسين الصّادرات إليها عن طريق معرفة الميول والاحتياجات عن عادات وتقاليد الشعوب المصّدرة لها. كما أظهرت نتائج دراسة قام بها (Julien 2001 وآخرون)[24] جوليين عام 2001م، شملت 147 شركة صغرى كندية أن الشركات الإبداعية أكثر اهتماماً بتجميع المعلومات الجزئية.

وفى مجال نظم المعلومات وجدت العديد من الدراسات التي ركزّت على أهمية وضرورة الاهتمام بمعلومات التحّكم والتّأثير حيث يوجد العديد من النظم المعلوماتية الموجهة لهذا الغرض وفي المقابل يوجد القليل من الدّراسات حول استعمال المعلومات الجزئية كدراسة (Lesca and Lesca 1997)[25] ليسكا عام 1997م، من بين الدّراسات القليلة التي ركزت على أفضلية أنواع المعلومات في الشّركات المتقدمة وليست العادية مع عدم الاهتمام بوجود نتائج ميدانية موثقة بتقارير إحصائية.

دراسة Yunggar [26] ينجرعام 2005م عن المسح البيئي للمعلومات الإستراتيجية استخدمت منهج تحليل المحتوى في ماليزيا، وقد عمدت إلى تقويم ذلك المحتوى من المعلومات التي تم تجميعها للخطة الخمسية لديهم، وقد حاولت الدراسة الإجابة على الأسئلة التالية: ما هي المعلومات التي يعتبرها المديرين مهمة بالنسبة للمسح البيئي؟ وما هي المعلومات التي يطلبونها؟ ما هي المصادر التي يستخدمونها؟ ما هي آراء الأفراد والمنظمات والبيئة المحيطة على تلك الاختيارات من المعلومات؟ مع مقارنة النتائج مع مثيلاتها من الدراسات التي أجريت في أمريكا.

دراسة شين وآخرون عام 2010م Chen. Mocker. Preston. Teubner[27] عن أن استراتيجيات نظم المعلومات يعتبر العمود الفقري لممارسة علم المعلومات. إن مراجعة الإنتاج الفكري في المجال تقترح أنه بالرغم من استخدام ذلك المصطلح في الدراسات إلا أنه ما زال غير مفهوم، وقد حاولت الدراسة أن تعرف ذلك المفهوم عبر تتبع عملياته من خلال المنظمة وكذلك مشروعاته واستخداماته وتوظيفه وإدارة نظام المعلومات. ومن بين التعريفات المختلفة الموجودة في 48 دراسة اختارت الدراسة تعريفاً واحداً وهو أن الإستراتيجية هي المشاركة في دور نظم المعلومات داخل المنظمة ما يجعلها قادرة على الابتكار والإبداع، كما تم تعريفه على أنه ذلك الاتجاه التنظيمي في الاستثمار والتوظيف والاستخدام والإدارة الخاصة بنظم المعلومات.

دراسة تالون وبينسونالت Tallon & Pinsonneault [28] عام 2011م التي أشارت إلى أن تقنية المعلومات الإستراتيجية تظل من ضمن أولويات العمل الإداري عند مدراء التقنية، وقد ازدادت مع ازدياد مشكلات البيئة ما يطرح السؤال عن ضرورة تعريف ذلك المجال وعن معرفة كيفية التفاعل مع تسهيلات العمل التقني.

دراسة Cho[29] شو عام 2011م عن المسح البيئي لسلوكيات المديرين في الإدارة الإستراتيجية مستندة على نموذج نظرية هايجين عام 1997م .(focus theoryHiggins1997) تختبر الدوافع للمديرين في المستوى الأعلى وأثر الاختلافاًت بينها على السلوك الإستراتيجي للإدارة، وأن اختلاف المعرفة يعتبر من أكثر العوامل التي تجعل هناك اختلافاًت لتجميع الأفكار في عقولهم مما يغير درجة الترويج والحفظ للمعلومات وأن تلك الاختلافاًت تؤدي بالتالي إلى إبقاء أسلوب المعالجة للمعطيات البيئية ما يغير تدريجياً الخيار الإستراتيجي لديهم.

دراسة Mitchell. Shepherd & Sharfman[30] ميتشيل وآخرون عام 2011م عن القرارات الإستراتيجية غير المنتظمة للإداريين في المنظمات، حيث يقمن باتخاذ القرارات المنتظمة بشكل جيد من تفضيلات ثابتة أو مستمرة من مخرجات المنظمة والتي لا يلبث وضعها على نفس المنوال في فترات زمنية مختلفة، تم تبني منظور نفسي لتحليل عملية اتخاذ القرارات غير المنظمة تم دراسة 2048 قراراً تم اتخاذها من قبل 64 موظفاً في التقنية عن طريق اختبار الخبرات المعرفية وإدراكهم أو فهمهم من جهة أخرى في البيئة الخارجية ما يجعلها تؤثر على طريقة اتخاذ القرارات غير النظامية، نتج عن الدراسة أن المديرين بوجود الخبرات المعرفية يقومون باتخاذ مستوى أقل من القرارات غير النظامية، وأن البيئة غير المستقرة تزيد منها.

دراسة ياب ورشيد Yap & Rashid[31] عام 2011م اختبرت مستوى ممارسة الذكاء التنافسي في عدد من منظمات الأعمال في ماليزيا وعلاقة ذلك مع مستوى الأداء. تم جمع البيانات من 123 شركة صناعية، في مراحل متقدمة من أعمالها، في ثلاثة مستويات إدارية وهم الزبائن أو العملاء، والمنافسين، والاقتصاد. يتم استخدام الذكاء التنافسي عند القيام باتخاذ القرارات الإستراتيجية المتعلقة بالتوسع الإداري أو تطوير منتج جديد أو دعم إستراتيجي. هناك علاقة إيجابية بين استخدام الذكاء التنافسي وبين مستوى الأداء، وأن الشركات القائمة على الذكاء التنافسي الرسمي تحصد مستوى أداء مرتفع عند قياسه بنمو المنظمة والربح.

دراسة ويلكين Wilkin[32] وسيربا Cerpa عام 2012م تقرر أن الإدارة الإستراتيجية لتقنية المعلومات كانت ولفترة طويلة هي أحد مكونات الأداء في مؤسسات الأعمال. في هذه الدراسة تم وضع هدفين أساسيين، الأول يستكشف الممارسات الفاعلة والخاصة بالتخطيط الإستراتيجي لنظام المعلومات في ظل وجود وظيفة الإدارة الإستراتيجية في 29 منظمة كبيرة في مدينة استراليا، والثانية بأن قامت بمراجعة تلك النتائج مع الدراسات النظرية في ذلك المجال منذ عام 1998م والتي وضعت البنية التحتية لممارسة العمل، حسب تلك الأهداف لكل من المتخصصين والباحثين في المجال.

دراسة Lee & Lee لي ولي [33] عام 2012م التي استكشفت الجهود لتعريف الإستراتيجية التنافسية المناسبة المتعلقة بالجنسيات المتعددة. الدراسة استخدمت أسلوب تحليل عمليات الشبكة على الإنترنت، من أجل بناء نظام هيراركي متداخل مع عدد من المعايير الخاصة باختيار الإستراتيجية التنافسية. نتج

عن الدراسة أن أكثر تلك الإستراتيجيات مناسبة مختلفة حيث إن تحليل البيئة الخارجية أظهر ثلاث معايير مهمة مثل: حجم المجتمع لكل وحدة من الدخل ،ومستوى العناية الطبية، والتامين الطبي، أما بالنسبة إلى تحليل البيئة الداخلية فإن العوامل المهمة تتمثل في التعاون مع المشاركين المحليين ودرجة الارتقاء في عمل البحوث الميدانية ودرجة الارتقاء في تقديم منتجات جيدة.

دراسة بابتوند وأديسي Babatunde وAdebisi[34] عام 2012م عن علاقة المسح البيئي بمستوى الأداء في بيئة مؤسسات الأعمال والتي تم فيها تناول شركة نستلة في نيجيريا وشركة كادبري. تم توزيع الاستبيان وتحليل بياناتها باستخدام معامل التوافق الإحصائي، تم التوصل إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسح البيئي الإستراتيجي وأداء المنظمات، كما تم التوصل إلى أن معظم التغييرات في الإنتاجية التي تحدث في المنظمة بسبب الاختلافاًت في عوامل البيئة الخارجية والتي لها تأثير إيجابي على أداء المنظمة.

أما فيما يتعلق بدراسات أجريت في دول مثل نيجيريا (Sawyerr 2000) [35] سأوير عام 2000م، وبلغاريا (Elenkov 1997)[36] النكوف عام 1997م، وروسيا (May 2000)[37] ماي عام 2000م، والصين (Ebrahimi 2000)[38] إبراهيمي عام 2000م، وهونج كونج (Ngamkroeckjoti and Johri 2000)[39] نجمكريوكجوتي وجوهري عام 2000م، جميعها ركّزت على تحديد نوع المجال سواء الاقتصادي أو الاجتماعي أو السيّاسي أو التشريعي أو التقني الذي يحظى بأكثرية اهتمام المسؤولين للقيام بعملية المسح البيئي وكذلك معرفة المعوقات التي تواجه الشركات أثناء القيام بالمسح البيئي ودرجة الاختلاف في التّطبيق عن الشركات الغربية. إلا أنّ تلك الدّراسات لم تتطرق إلى نوعية المعلومات ودرجة أهميتها ومدى وعي مسؤولي الشّركات باستخدامها في القرارات الإستراتيجية.

وفي الوقت الذي نجد فيه العديد من الدراسات الغربية التي تناولت مفهوم المسح البيئي واستخدامات المعلومات الإستراتيجية البيئية، فإنّ الدّراسات الميدانية في العالم العربي قليلة وهي كالتالي:

دراسة مصرية– أردنية (Abdalla and Sammy 1995)[40] عبدالله وسامي عام 1995م، والتي بحثت العلاقة بين نشاط المسح البيئي ونوع الإستراتيجية المتّبعة، وقد شملت 300 مدير شركة مصرية و161 مدير شركة أردنية، وقد أثبتت أنّ الشّركات التي تتّبع إستراتيجية المسح البيئي تعمل على تلبية رغبات المستخدمين هي شركات متميزة (Proactive) في حين أنّ الشّركات التي تتّبع إستراتيجية أقل الأسعار

تستخدم أسلوب متابعة تهديدات المنافسين والتّشريعات الجديدة التي تقلل من انتشارها، ما يجعلها شركات متأخرة (Reactive). ودراستين في تونس عامي 1998و1999 لشيليوف وشوككمون (Chouk-Kamoun and Salles 1998 1999) [41] (Chellouf. [42] عن أسباب الاهتمام بالمسح البيئي وتطبيقاته في بعض الشّركات التونسية، كانت إحداها عن متطلبات المسح البيئي في 24 شركة تونسية، وجد أنّ المعلومات الإستراتيجية البيئية لم تحظ باهتمام مسؤولي تلك الشركات لعدم وعي المسؤولين بقيمة تلك المعلومات.

دراسة أيوب [43] عام 1997م عن مدى ممارسة الإدارة الإستراتيجية في المنشآت الصناعية السعودية وعلاقتها بقدرة المنشأة ومعرفة العلاقة بين تلك الممارسات وخصائص تلك المنشآت، كذلك تتعرف على درجة تقويم مديري الإدارة العليا لأداء منشآتهم بالمقارنة مع منشآتهم المنافسة، كذلك التعرف على العوامل التي تحول دون ممارستها. نتج عنها أن 58٪ من المنشآت تمارس الإدارة الإستراتيجية بصورة جزئية أو متوسطة، وأن الممارس لها كانت الإدارة العليا بنسبة 31٪، مع عدم مشاركة القطاعات الرئيسة، وقد ازدادت درجة الممارسة في المنشآت الكبيرة الحجم، كما تزداد تلك الدرجة مع زيادة عمر المنشاة وخبرتها الإدارية.

دراسة الشواف والزلزلة [44] عام 2000م عن تأثير وظائف نظم المعلومات في ممارسات الإدارتين العليا والوسطى بالمنظمة، وهي دراسة مطبقة على المنظمات الحكومية الكويتية لـ27 جهة حكومية توجد لديها وحدات لنظم المعلومات في هياكلها التنظيمية، تم التوصل لوجود بنية أساسية لوسائل تكنولوجيا المعلومات المستخدمة متقدمة تقنيا بنسبة كبيرة في تلك المنظمات، كما نتج أن هناك تأثير معنوي لشرائح المنظمات الحكومية في أداء وظائف نظم المعلومات في تطوير الممارسات الإدارية.

دراسة السلطان [45] عام 2003م عن إستراتيجية تطوير العمليات والتي تقترح أسلوباً منهجياً لتحديد العمليات اللازمة للتطوير ومناهجه، ويعتبر هذا الأسلوب هو إستراتيجية لتطوير العمليات Process Improvement strategy PIS وتُعرَّف العمليات بأنها تمثل مجموعة متناغمة ومتناسقة من الأنشطة المتناسقة والتي يتم تصميمها لتحويل مدخلات معينة إلى مخرجات محددة بهدف تحقيق رغبات العملاء ومتطلبات الأسواق لإضافة قيم ونتائج إدارية ذات مزايا تنافسية، وقد تم استخدام مجموعة نمطية من العمليات للأنشطة ووظائف الشركة في الهياكل التنظيمية التي يتم تطويرها بهندسة

العمليات. وتنقسم العمليات إلى أساسية وهي ذات القيمة المضافة التي تتعلق بالعميل الخارجي وثانياً إلى العمليات المساندة وهي التي تساعد العمليات الأساسية على الأداء.

دراسة مشرقي [46] عام 2004م حول دور تكنولوجيا المعلومات في تحليل المشكلات واتخاذ القرارات في المنظمات الصناعية والخدمية، هدفت إلى تحديد العلاقات الداخلية بين الأقسام ونمط التكنولوجيا المناسب لكل منها، وكذلك التعرف على أنواعها ومراحلها. نتج عنها أن أنواع التكنولوجيا على مستوى الأقسام في المنظمات يتوقف على درجة الرسمية والمركزية ومهارات العاملين والإشراف والتنسيق والاتصال، كما أن استخدام النظم الآلية يقلل من عدد المستويات الإدارية ويزيد قدرتها على التحكم واتخاذ القرار مع الأشخاص المشاركين في صنع القرار.

وتتربع دراسة رويبح [47] عام 2004م على قمة تلك الدراسات، وهي عن مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية في إعداد منهجية هذه الدراسة، تم توزيع استبانة شملت 347 مسؤولاً حيث أظهرت: أنّ مصطلح "المسح البيئي" و"نظام المعلومات الاحترازي" هي الأكثر استخداماً في الشركات الكويتية للإشارة إلى عملية جمع المعلومات، وأنّ معرفة مسؤولي الشركات بتلك المصطلحات متوسطة، وأنّ المعلومات الإستراتيجية المجمّعة قليلة، وتوجد علاقة وطيدة بين معرفة المسح البيئي ومعرفة المعلومات الجزئية والمعلومات الإستراتيجية من جهة، وبين معرفة المعلومات الجزئية وسلوك تجميعها من جهة أخرى، وأنه لا توجد فروق في سلوك تجميع المعلومات بين الشركات الكبرى والصغرى. وأوصت بضرورة الاعتماد وتسيير المعلومات الإستراتيجية وتطوير أنظمة معلوماتية للمساعدة فى اتخاذ القرار.

دراسة بيزان [48] عام 2010م تحاول التركيز بشكل أساسي على استعراض أهم تحديات الاقتصاد المعلوماتي المعرفي في عصر الرقمنة، الذي يهتم بتنمية الرأسمال المعرفي الوطني بهدف تحسين الأداء المؤسسي، مع استشراف رؤية مستقبلية لمدى إمكانية تطبيق برامج إدارة المعرفة لإعداد وتنمية قيادات إدارية فعالة تسهم في الرفع من مستوى الأداء المؤسسي باستخدام أهم التطبيقات العملية لإدارة المعرفة، عن طريق توظيف الأنظمة الخبيرة واستحداث المنتديات الافتراضية للخبراء للتشارك في الأفكار وبلوغ التنافس والتميز بالوصول لأفضل الممارسات من خلال سياسة تشجيع الإبداع في النظم المؤسسية في الدولة. وتخطي العقبات ذات الصلة بالممارسات البشرية وثقافتهم المعلوماتية التي

تصل نسبتها إلى 95 ٪، بينما تبقى 5 ٪ فقط تتعلق بالجوانب التقنية، بمعنى أن العمليات «Process» تلك التي تتضمن تنظيم المعرفة من تصميم وتوصيف للمعرفة المتوافرة واسترجاعها، من أجل التشارك فيها وتبادلها بين الأفراد داخل الإطار المؤسسي وخارجه، وكذلك عن طريق استخدام الأنظمة والبرامج كتقنيات Technology والتّنقيب عن البيانات Mining Data، ومخازن البيانات Data Warehousing، وخرائط المعرفةMapping Knowledge، والإنترانت Intranet، والمصادر الإلكترونية Resources Electronic، والحوار Dialogue، وممارسات المجموعات Practices of Communities، كل ذلك من شأنه المساعدة في إرساء أسس الثقافة التنظيمية Culture ويمكن من قيادة المؤسسة Leadership باستخدام أساليب إدارة المعلومات وتوليد معرفة جديدة مؤثرة في سلوكيات الأداء لتحقيق التنافس والتميز، والتمكن من متابعة القيادات الإدارية.

دراسة الساكن والعواودة[49] عام 2011م هدفت إلى قياس أثر مخاطر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء نظم المعلومات المحاسبية. وقد أجريت هذه الدراسة لعينه من الشركات المساهمة المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية. وتم اختيار عينة عشوائية بلغت 100 موظف من العاملين، تم توزيع الإستبانات عليها لقياس اتجاهاتهم حول متغيرات البحث وأثر مخاطر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء نظم المعلومات المحاسبية، حيث تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي، وأظهرت الدراسة أن هناك علاقة تأثير بين مخاطر استخدام تكنولوجيا المعلومات وأداء نظم المعلومات المحاسبية وبالتحديد مخاطر التشغيل ومخاطر عدم تحديد الصلاحيات وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات لتقليل أثر هذه المخاطر.

نتائج الدراسة:

أولاً- معلومات عن الموظفين في الشركات

يوضح جدول رقم (3) توزيع مناصب عينة الدراسة حيث إن أعلى نسبة احتلتها مناصب كالعضو المنتدب والمدير التنفيذي (30٪) تليها منصب مدير العمليات (20٪) ثم رئيس قسم (15٪) بالإضافة إلى 5٪ ذكروا بعض المناصب الأخرى الموضحة في جدول رقم (4).

جدول رقم (3): توزيع مناصب عينة الدراسة

المناصب	التكرار	النسبة
رئيس قسم	3	٪15
عضو مجلس إدارة	0	٪0
عضو منتدب	6	٪30
مدير عمليات	4	٪20
مدير تنفيذي	6	٪30
غير محدد	1	٪5

تابع جدول رقم (3): المناصب الأخرى

ضابط سلامة
مدير شؤون الموظفين للمنطقة الشمالية الغربية
مدير فرع
مدير مكتب أمين الغرفة التجارية
مهندس
نائب المدير العام
نائب مدير القسم

يتضح من جدول رقم (4) أن أعلى نسبة خبرة لعينة الدراسة قد بلغت من 3-1 سنوات وممن لهم أكثر من عشرين عاماً وذلك بنسبة 25٪، ومن 10-4 سنوات نسبة 20٪، بينما بلغت نسبة من لهم أقل من سنة أو من 20-11 سنة (15٪).

جدول رقم (4): مدة وجود عينة الدراسة في شركاتهم

المدة	التكرار	النسبة
أقل من سنة	3	٪15
3-1سنوات	5	٪25
10-4سنوات	4	٪20
20-11سنه	3	٪15
أكثر من 20 سنه	5	25٪

يتضح من جدول رقم (5) أن 55٪ من عينة الدراسة يعتقدون بأن مسؤولياتهم تغطي مهام المسح البيئي وهي نسبة أعلى من النصف.

جدول رقم (5): تغطية مسؤوليات المجيب للمسح البيئي

التغطية	التكرار	النسبة
نعم	11	٪55
لا	9	٪45

كما يتضح من جدول رقم (6) إن نسبة 80٪ من عينة الدراسة تعتقد بأنها تهتم بمقابلة شخصيات لها علاقة بموضوعات المسح البيئي وهي نسبة مرتفعة.

جدول (6): الاهتمام بمقابلة شخصية ذات علاقة بموضوع المسح البيئي

الاهتمام	التكرار	النسبة
نعم	16	٪80
لا	4	٪20

ثانياً: معلومات عامة عن الشركة:

يتضح من الجدول رقم (7) أن 75٪ من الشركات كانت كبيرة الحجم، وأن 60٪ منها لديه أربعة نشاطات أو أكثر، وأن 90٪ منها يمتلك حجم مبيعات مرتفعة، وأن 65٪ منها لديه خمسمائة موظف أو أكثر.

جدول (7): توزيع الشركات حسب حجمها ونشاطاتها ومبيعاتها وموظفيها:

حجم الشركة	التكرار	النسبة	عدد النشاطات	التكرار	النسبة	حجم المبيعات	التكرار	النسبة	عدد الموظفين	التكرار	النسبة
صغيرة	5	٪25	1	3	٪15	قليلة	1	٪5	أقل من 100	4	٪20
كبيرة	15	٪75	2–3	5	٪25	متوسطة	1	٪5	101 – 499	3	٪15
			4 أو أكثر	12	٪60	مرتفعة	18	٪90	500 أو أكثر	13	٪65

جدول رقم (8): توزيع الشركات حسب النسب المئوية المتوقعة لنشاط المسح البيئي

نشاط المسح البيئي	التكرار	النسبة
لا توجد	8	٪40
ضعيفة	1	٪5
متوسطة	4	٪20
كبيرة	6	٪30
غير محددة	1	٪5

يتضح من الجدول السابق أن ٪50 من عينة الدراسة لا تمارس أسلوب المسح البيئي أو تمارسه بشكل ضعيف أو أنها لم تحدد وضعها، ما يناقض نتيجة جدول رقم 6 و7، ممّا يدل على وجود اختلاف بين الوعي والسّلوك أو قلة انتشار ثقافة المسح البيئي بين المشاركين في عينة الدراسة.

جدول رقم (9): توزيع مفردات عينة البحث حسب معرفتهم بمصطلحات المسح البيئي المختلفة

المصطلحات	معروفة		غير معروفة	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نظام المعلومات الاحترازي	10	٪50	10	٪50
المراقبة الإستراتيجية	13	٪65	7	٪35
المسح البيئي التجاري	6	٪30	14	٪70
الذكاء التنافسي	13	٪65	7	٪35
المسح البيئي	9	٪45	11	٪55
نظام الإنذار المبكر	17	٪85	3	٪15
الذكاء التجاري	12	٪60	8	٪40
المسح البيئي الإستراتيجي	6	٪30	14	٪70
اليقظة الإستراتيجية	7	٪35	13	٪65
المسح التكنولوجي	8	٪40	12	٪60

من الجدول السابق يتضح أقل نسبة من معرفة مفردات العينة بمصطلحات المسح البيئي بلغت من 30-40٪ وتمثلت في المسح البيئي التجاري، والإستراتيجي، اليقظة الإستراتيجية، والمسح البيئي،

بينما ارتفعت نسبة معرفة المصطلحات الأخرى الظاهرة في الجدول مثل نظام الإنذار المبكر، المراقبة الإستراتيجية، الذكاء التنافسي، الذكاء التجاري، نظام المعلومات الاحترازي وبلغت ما بين 85٪-50٪، بينما بلغ مصطلح المسح البيئي والمسح التكنولوجي نسبة متوسطة ما بين 40-45٪.

جدول رقم (10): توزيع عينة البحث حسب درايتهم بمفاهيم المسح البيئي

المفاهيم	نعم		لا	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الدراية بمفهوم المسح البيئي	12	٪60	8	٪40
الدراية بمفهوم المعلومات الإستراتيجية	15	٪75	5	٪25
الدراية بمفهوم المعلومات الجزئية أو الإشارات الضعيفة	6	٪30	13	٪65

من الجدول السابق يتضح ارتفاع دراية عينة الدراسة بمفاهيم المسح البيئي ماعدا الدراية بمفهوم المعلومات الجزئية التي بلغت نسبتها 30٪ فقط. كما تنخفض نسبة جمع تلك المعلومات إلى 15٪ كما يظهرها جدول رقم (11) بينما ترتفع نسبة معلومات التحكم إلى 80٪، وتبلغ نسبة معلومات التأثير نسبة معتدلة تصل إلى 50٪. وربما تشير قلة المعرفة بالمعلومات الجزئية إلى صعوبة تقبل هذا المصطلح وبعده عن التركيبة الثقافية العربية.

جدول رقم (11): توزيع الشركات حسب المعلومات التي تقوم الشركة بجمعها بانتظام

نوع المعلومات	نعم		لا	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
معلومات التحكم	16	٪80	4	٪20
معلومات التأثير	10	٪50	10	٪50
المعلومات الجزئية أو الإشارات الضعيفة	3	٪15	17	٪85

ثالثاً: تحليل فرضيات الدراسة وإجابة تساؤلاتها

3. 1 - هل يوجد اختلاف في معرفة مصطلحات المسح البيئي بين الشركات الصغيرة والكبيرة؟

من أجل اختبار فرضية وجود اختلاف ذا دلالة إحصائية في معرفة مصطلحات المسح البيئي بين

الشركات الكبيرة والصغيرة فقد تم إجراء اختبار كولمجروف سمرنوف Kolmogorov–Smirnov لمعرفة هل كل عينة من عينات مصطلحات المسح البيئي العشرة موزعة توزيعاً طبيعياً (Normal) فقد تم الوصول إلى ما يلي:

من الجدول رقم (12) نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig) لجميع المصطلحات العشرة أقل من 0.05 أي أن بيانات مصطلحات المسح البيئي جميعها لا تتبع التوزيع الطبيعي بالتالي لمعرفة وجود اختلاف ذا دلالة إحصائية في معرفة مصطلحات المسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة تم استخدام اختبار مان– ويتني اللا معلمي Mann–Whitney.

جدول رقم (12): مصطلحات المسح البيئي في الشركات الصغيرة والكبيرة

Sig	sig	Mann Whitney	المصطلح	K.S	المصطلح
0.022	0.615	32.5	نظام المعلومات الاحترازي	1.5	نظام المعلومات الاحترازي
0.002	0.792	35	المراقبة الإستراتيجية	1.85	المراقبة الإستراتيجية
0.001	0.583	32.5	المسح البيني التجاري	1.96	المسح البيئي التجاري
0.002	0.792	35	الذكاء التنافسي	1.85	الذكاء التنافسي
0.011	0.206	25	المسح البيئي	1.61	المسح البيئي
0	0.078	25	نظام الإنذار المبكر	2.28	نظام الإنذار المبكر
0.005	1.5	37.5	الذكاء التجاري	1.73	الذكاء التجاري
0.001	0.583	32.5	المسح البيئي الإستراتيجي	1.96	المسح البيئي الإستراتيجي
0.002	0.792	35	اليقظة الإستراتيجي	1.85	اليقظة الإستراتيجية
0.005	0.04	17.5	المسح التكنولوجي	1.73	المسح التكنولوجي

من الجدول السابق نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig)لاختبار مان ويتني لجميع المصطلحات أكبر من 0.05 أي أنه لا يوجد اختلاف معنوي في معرفة مصطلحات المسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة ماعدا مصطلح **المسح التكنولوجي** حيث قيمة احتمال المعنوية لاختبار مان ويتني له أقل من 0.05 أي أنه فقط يوجد اختلاف معنوي في معرفة مصطلح المسح التكنولوجي بين الشركات الصغيرة والكبيرة، بمعنى أن حجم الشركة يتأثر بوجود المسح التكنولوجي ويتضح الاختلاف من الجدول التالي:

جدول رقم (13): حجم الشركة ومفهوم المسح التكنولوجي

الشركات / المسح التكنولوجي	صغيرة	كبيرة	المجموع
معروف	0	8	8
غير معروف	5	7	12
المجموع	5	15	20

كما هو ملاحظ من الجدول أن الشركات الصغيرة لا يوجد لديها أي معرفة بمصطلح المسح التكنولوجي بينما الشركات الكبيرة في عينة البحث تقريباً نصفها لديه معرفة بهذا المصطلح والنصف الآخر ليس لديه معرفة به.

3. 2 – هل يوجد اختلاف في الوعي بمفاهيم المسح البيئي بين الشركات الصغيرة والكبيرة؟

لمعرفة وجود اختلاف في الوعي بمفهوم المسح البيئي والمعلومات الإستراتيجية بين الشركات الصغيرة والكبيرة تم استخدام الجدول التالي:

جدول رقم (14): قياس الاختلاف في الوعي بالمسح البيئي بين الشركات الصغيرة والكبيرة

الدراية بمواضيع المسح البيئي	الشركات الصغيرة	الشركات الكبيرة
الدراية بمفهوم المسح البيئي	٪20	٪73
الدراية بمفهوم المعلومات الإستراتيجية	٪80	٪73
الدراية بمفهوم المعلومات الجزئية أو الإشارات الضعيفة	٪0	٪40

من الجدول السابق نلاحظ أن الدراية بالمسح البيئي (73٪) وبالمعلومات الجزئية (40٪) أكثر انتشاراً بين المشاركين الذين ينتمون إلى الشركات الكبيرة بينما الدراية بالمعلومات الإستراتيجية (80٪) أعلى بين المشاركين اللذين ينتمون للشركات الصغيرة، إلا أن نسبة الوعي بالمعلومات الجزئية ينعدم في الشركات الصغيرة وينخفض في الشركات الكبيرة عن نسبة المفهومين الآخرين.

من أجل اختبار فرضية وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية في الوعي بمفاهيم المسح البيئي

بين الشركات الكبيرة والصغيرة فقد تم إجراء اختبار كولمجروف سمرنوف لمعرفة هل كل عينة من عينات مفاهيم المسح البيئي الثلاثة موزعة توزيعا طبيعيا تم التوصل إلى ما يلي:

جدول رقم (15): الوعي بمفاهيم المسح البيئي في الشركات

مفاهيم المسح البيئي	K.S	Sig	مفاهيم المسح البيئي	Mann Whitney	Sig
مفهوم المسح البيئي	1.73	0.005	مفاهيم المسح البيئي	17.5	0.004
مفهوم المعلومات الإستراتيجية	2.071	0	مفاهيم المعلومات الإستراتيجي	35	0.771
مفهوم المعلومات الجزئية	1.874	0.002	مفاهيم المعلومات الجزئية	18	0.137

من الجدول السابق نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig)لجميع المفاهيم أقل من 0.05 أي أن بيانات مصطلحات المسح البيئي جميعها لا تتبع التوزيع الطبيعي بالتالي لمعرفة وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية في الوعي بمفاهيم المسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة تم استخدام اختبار مان-ويتني اللا معلمي.

من الجدول السابق أيضاً نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig)لاختبار مان ويتني لجميع المفاهيم أكبر من 0.05 أي أنه لا يوجد اختلاف معنوي في الوعي بمفاهيم المسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة ماعدا الوعي بمفهوم **المسح البيئي** قيمة احتمال المعنوية لاختبار مان ويتني له أقل من 0.05 أي أنه فقط يوجد اختلاف معنوي في الوعي بمفهوم المسح البيئي بين الشركات الصغيرة والكبيرة ويتضح الاختلاف من الجدول التالي:

كما هو ملاحظ من الجدول رقم (16) أن الشركات الكبيرة أكثر وعيا بمفهوم المسح البيئي من الشركات الصغيرة.

جدول رقم (16): مفهوم المسح البيئي في الشركات الصغيرة والكبيرة

الشركات / مفهوم المسح البيئي	صغيرة	كبيرة	المجموع
نعم	1	11	12
لا	4	4	8
مجموع	5	15	20

3. 3 – هل يوجد اختلاف في تجميع أنواع المعلومات بين الشركات الصغيرة والكبيرة؟

من أجل اختبار فرضية وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية في نوعية المعلومات التي تقوم الشركة بتجميعها بين الشركات الكبيرة والصغيرة تم إجراء اختبار كولمجروف سمرنوف لمعرفة إذا ما تم توزيع كل عينة من عينات أنواع تجميع المعلومات الثلاثة توزيعاً طبيعياً تم التوصل إلى ما يلي:

من الجدول رقم (17) نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig)لجميع المعلومات أقل من 0.05 أي أن بيانات المعلومات التي تقوم الشركة بتجميعها جميعها لا تتبع التوزيع الطبيعي ولمعرفة وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية في نوعية المعلومات التي تقوم الشركة بتجميعها بين الشركات الكبيرة والصغيرة تم استخدام اختبار مان- ويتني اللا معلمي.

من الجدول السابق أيضاً نلاحظ أن قيم احتمال المعنوية (Sig)لاختبار مان ويتني لسلوك تجميع أنواع المعلومات أكبر من 0.05 أي أنه لا يوجد اختلاف معنوي في سلوك تجميع أنواع المعلومات الثلاثة للمسح البيئي بين الشركات الكبيرة والصغيرة.

جدول رقم (17): اختلاف في تجميع أنواع المعلومات بين الشركات الصغيرة والكبيرة

Sig	Sig	Mann Whitney	نوعية المعلومات التى تقوم الشركة بتجميعها	K.S	نوعية المعلومات التى تقوم الشركة بتجميعها
0	1	37.5	معلومات التحكم	2.178	معلومات التحكم
0.022	0.65	32.5	معلومات التأثير	1.499	معلومات التأثير
0	0.725	39	المعلومات الجزئية أو الإشارات الضعيفة	2.276	المعلومات الجزئية أو الإشارات الضعيفة

3. 4 هل توجد علاقة بين مستوى الوعي بمفاهيم المسح البيئي ومستوى تجميع المعلومات:

لاختبار وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الوعي بمفاهيم المسح البيئي ومستوى تجميع المعلومات تم استخدام معامل كرامر لمعرفة وجود علاقة إحصائية ومدى قوة هذا العلاقة والجدول التالي يبين قيم الاختبار.

نلاحظ من الجدول رقم (18) أن جميع قيم احتمال المعنوية p–value أكبر من 0.05 أي أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أي من مستويات الوعي بمفاهيم المسح البيئي وبين مستويات سلوك تجميع المعلومات، أي أن سلوك تجميع المعلومات من قبل المديرين لم يتأثر بنوعية مفاهيم المسح البيئي.

جدول رقم (18): مستوى الوعي بمفاهيم المسح البيئي ومستوى تجميع المعلومات

اختبار العلاقة بين	تجميع معلومات التأثير		تجميع معلومات التحكم		تجميع المعلومات الجزئية	
	معامل كرامر	Sig	معامل كرامر	Sig	معامل كرامر	Sig
معرفة المسح البيئي	0.357	0.11	0.204	0.361	0.229	0.306
معرفة المعلومات الإستراتيجية	0.00	1.00	0.346	0.121	0.081	0.718
معرفة المعلومات الجزئية	0.073	0.750	0.263	0.252	0.327	0.154

مناقشة النتائج والتوصيات:

هدفت الدراسة التعرف على مدى معرفة عينة من مسؤولي الشركات ومؤسسات الأعمال السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة بمصطلح المسح البيئي واستخدام أسلوب المعلومات الإستراتيجية، وقد أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أي من مستويات الوعي بمفاهيم المسح البيئي وبين مستويات سلوك تجميع المعلومات، أي أن سلوك تجميع المعلومات من قبل المديرين لم يتأثر بنوعية مفاهيم المسح البيئي، وكذلك عدم وجود فروق في سلوك تجميع المعلومات بأنواعها الثلاثة بين الشركات الكبيرة والصغيرة الحجم. كما أظهرت الدّراسة أنّ درجة معرفة المسح البيئي والمعلومات الإستراتيجية متوسطة من قبل تلك الشركات، وأنّ معرفة المعلومات الجزئية قليلة من قبل عينة الدراسة لم تتعدى٪30 مقارنة بمعرفة المعلومات الإستراتيجية وبالتالي انخفضت نسبة تجميعها، ويمكن اعتبار أنّ المديرين التنفيذيين المشاركين لا يعرفون بالتّحديد مفهوم المسح البيئي بسبب عدم وجود فرق بين الوعي بمصطلحات المسح البيئي ما عدا بالنسبة لمصطلح المسح التكنولوجي الذي وجد أن هناك علاقة بين وعي الشركة بذلك المصطلح وبين حجم الشركة، وأن الدراية بالمسح البيئي (73٪) وبالمعلومات الجزئية (40٪) أكثر انتشاراً بين المشاركين اللذين ينتمون إلى الشركات الكبيرة بينما الدراية بالمعلومات الإستراتيجية (80٪) أعلى بين المشاركين اللذين ينتمون للشركات الصغيرة،

إلا أن نسبة الوعي بالمعلومات الجزئية ينعدم في الشركات الصغيرة وينخفض في الشركات الكبيرة عن نسبة المفهومين الآخرين. كما تشير النّتائج إلى أنّ ثقافة المعلومات غير منتشرة بشكل واسع بين المشاركين في عينة الدّراسة، وبناء عليه يمكن أن نفسر قلة الطلب على المعلومات بسببين:

- عدم القدرة على التفريق أو التمييز بين ما هو موجود في واقع الشركة أو المؤسسة من عدم ممارسة نشاط المسح البيئي بشكل فاعل وما يتصوره المجيب في ذهنه، حيث يعتقد أنّ قراءة بعض المعلومات في الصحف اليومية قد يمثل عملية المسح البيئي بشكل كامل، وإن كان المسح البيئي يشمل الاطلاع على أكبر عدد ممكن من مصادر المعلومات، إلاّ أنّه أوسع وأشمل حيث يتعدى ليشمل كل أنواع مصادر المعلومات المكتوبة والمسموعة بما فيها «الدعاية والإشاعة»، والمقابلات الشخصية والتقارير وبحث شبكة الإنترنت وقواعد المعلومات وغير ذلك، وهو عملية إدارية مستمرة. وفي اللحظة التي يعتقد فيها المدير التنفيذي أنّه على اطلاع واسع بما يجري في محيط الشركة، فإنّ العديد من الحقائق تشير إلى عكس ذلك، كون محيط الشركة يتغير بسرعة، كعدم اطلاعه بدخول شركات أجنبية إلى السوق السعودي بناء على قوانين منظمة التجارة العالمية.
- غياب الانتشار الواسع لثقافة المعلومات بين المشاركين في الدراسة ما يفسر بعدم تشجيع وتحفيز الموظفين في الشركات أو المؤسسات السعودية في مدينتي مكة المكرمة وجدة على الاهتمام والانتباه لها. إن سرعة وجدة المعلومات التي تولدت في العالم الافتراضي أصبح يحتم ضرورة التعامل معها بكفاءة وفاعلية، إلاّ أنّ نتائج البحث أظهرت أنّ الشّركات السعودية بمكة المكرمة لم تدرك بعد تلك التغيرات في الإدارة والتكنولوجيا معاً.

كما أظهرت مراجعة الدراسات السابقة ونتائج الدراسة أن مسميات المسح البيئي في بيئة عربية تختلف عن تلك المستخدمة فى الشركات الغربية. إن أقل نسبة من معرفة مفردات العينة بمصطلحات المسح البيئي تمثلت في: المسح البيئي التجاري، والإستراتيجي، اليقظة الإستراتيجية، بينما ارتفعت نسبة معرفة المصطلحات الأخرى مثل: نظام الإنذار المبكر، والمراقبة الإستراتيجية، والذكاء التنافسي، والذكاء التجاري، ونظام المعلومات الاحترازي، بينما بلغ مصطلح المسح البيئي والمسح التكنولوجي نسبة متوسطة ما بين الاثنين.

تعتبر معرفة ودراية المسؤولين بأهمية المعلومات الإستراتيجية البيئية مرتفعة وبالتالي فهي تتماثل مع العديد من الدراسات الغربية التي أشارت إلى مدى وعي مسؤولي الشركات ومؤسسات الأعمال بأهمية المعلومات الإستراتيجية والمبالغ الطائلة التي تستثمر من أجل إنشاء أنظمة معلوماتية متطورة. بينما أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة تجميع معلومات التّحكم (80 ٪) معلومات التأثير (50٪) والمعلومات الجزئية (15٪)، وبالتّالي فإن تجميع معلومات من الخارج إلى داخل الشركة حول السوق أو الزبائن أو حول المنافسة لا تتوفر بشكل كافي من أجل اتخاذ قرارات مهمة بالشركة، فإنّه من الضروري في هذا السياق أن يأخذ المسؤولين على عاتقهم توعية الموظفين وتدريب الكوادر وإشعارهم بأهمية الموضوع لضمان استمرارية حياة الشركات.

إن الشّركات ومؤسسات الأعمال السعودية تفتقر إلى إنشاء الأنظمة المعلوماتية البيئية التي تغذي القرارات الإستراتيجية على المدى القريب والبعيد، وهذا أهم عامل من عوامل الضمان المستمر لوجودها أو غيابها.

التوصيات:

توصى الدّراسة مسؤولي المنظمات بضرورة:

1. الانفتاح على البيئة الخارجية والإنصات إلي المعلومات الإستراتيجية والجزئية لكي تتفاعل وتتأقلم مع متغيراتها.
2. تبني فكرة المسح البيئي لربط المنظمات بالبيئة الخارجية.
3. تسيير المعلومات الإستراتيجية كعامل من عوامل نجاح المنظمات بنفس درجة أهمية موارد المؤسسة المالية والبشرية واستخدام نظم معلوماتية خاصة بتسيير المعلومات الجزئية.
4. تغذية القرارات الإستراتيجية بمعلومات ذات جودة بعد تجميعها وتحليلها.
5. توفير الشّروط المساعدة على عملية المسح البيئي كالموارد اللازمة لإدارة المعلومات الإستراتيجية ونشر ثقافة الاستماع إلى البيئة الخارجية، ومشاركة الإدارة العليا في هذه العملية.
6. حث الشركات الاستشارية على الاهتمام بمشكلات المنظمات السعودية ومساعدتها على احتضان وزيادة وعي المديرين بالمسح البيئي.

7. تدريس المسح البيئي في مقررات الإدارة الإستراتيجية ونظم المعلومات لزيادة وعى الخرّيجين بالمعلومات الإستراتيجية وأهميتها سواء على مستوى البكالوريوس أو الدراسات العليا.
8. حث مطوري البرامج على تصميم أنظمة معلوماتية إستراتيجية تعتني بكل ما يدور في محيط الشركة، والعمل على استخدامها في تدريب المسؤولين.

شكر وتقدير

أتقدم بالشكر لكل من: آلاء طاشكندي – فاطمة منسي – عبير المباركي – ندى الشماسي– مرام الثبيتي – هيفاء المغامسي– تهاني الجهني، اللآتي قمن بتوزيع الإستبيانات على الشركات وتجميع المعلومات منها.

هوامش الدراسة:

1 رويبح، كمال. مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية: دراسة ميدانية. **المجلة العربية للعلوم الإدارية**. مج 11، ع2، مايو 2004. ص ص 181–149

2 رويبح، كمال. المصدر السابق. ص 149

3 Ansoff I. and McDonnell E. Implanting strategic management. Englewood Cliffs. NI: Prentice/***Hall International.*** 2nd Edition. 1990.

4 El Sawy O. A. Personal information systems for strategic scanning in turbulent environments: can the CEO go on-line? ***MIS Quarterly.*** 1985. Mars. pp. 53-60

5 Raymond L.. Julien A.P.. and Ramangalaby C. Technological scanning by small Canadian manufacturers. ***Journal of Small Business Management.*** 2001. Vol. 39. N°2. pp.123-138

6 Hall C. The Intelligent Puzzle. ***Competitive Intelligence Review.*** 2001. Vol. 12. No. 4. pp. 3–14

7 مندورة، محمد محمود. درويش، محمد جمال الدين، **التخطيط الإستراتيجي لنظم المعلومات**. جمعية الحاسبات السعودية: الرياض، 1994م. 75ص. متاح على: www.al-islah.net/down1.aspx?donid=10633

8 رويبح، كمال. مصدر سبق ذكره.

9 Ansoff. H.I. Managing strategic surprise by response to weak signals. ***California Management Review.*** 1975. XXVIII (2). pp. 21-33.

10 Bright J. R. Evaluating signals of technological change. ***Harvard Business Review.*** 1970. January/ February. pp. 62-70

11 رويبح، كمال. مصدر سبق ذكره.

13 Davenport. T.. Harris J.G... and Kohli A.K. How they know their customers so well? ***Sloan Management Review***. (2001) Vol. 42. No2. Winter 2001. pp.????

14 Lesca H. and Lesca E. Gestion de l'information: qualité de ***l'information et performances*** de l'entrerpise. LITEC. Les essentiels de la gestion [Information management. information quality. and enterprise] 1997. (209 p.)

15 Herring J. P. What is intelligence analyst? ***Competitive Intelligence Magazine.*** 1998. Vol. 1. No2. pp. 13-16

16 Ansoff. H.I.. 1975.op.cite.

17 Gabriel O. and Simone N. Environmental scanning practices and export performance in international marketing: a study of Australian exporters. ***International Journal of Management.*** 1999. Vol. 9. No1. pp. 9-20

18 Moore. G.. ***Living on the Fault Line: Managing for Shareholder Value in the Age of the Internet.*** 2000. 288 pages 1st edition. Hardcover; ISBN: 0887308880

19 Wand R. Y.. Lee Y.W.. Pipino L.L.. and Strong D.M.. 1998. Manage your information as a product. ***Sloan Management Review*** Vol. 39. no 4. summer. pp. 95-105

20 Mohan-Neill. 1995. The influence of firm's age and size on its environmental scanning activities. ***Journal of small business Management.*** October. pp. 10-21

21 Groom J.R.. and David F.R. 2001. Competitive intelligence activity among small firms. ***SAM Advanced Management Journal***. winter. pp.12-20

22 Lang J.R.. Calatone J.R.. Gudmandson D.. 1997. Small firms information seeking as a response to environmental threats and opportunities. ***Journal of small business Management,*** 35. pp. 11-23

23 Gabriel O. and Simone N.. 1999. op.cite.

24 Julien P-A. Andriambeloson E. and. Ramangalahy C.. 2001. Reseaux signaux faibles et innovation technologique dans les PME du secteur des equipements de transport terrestres. ***Congrès international francophone de recherche en PME.*** HEC Montréal. Octobre 2002

25 Lesca H. and Lesca E.. 1997. op.cite.

26 Yunggar. Manuel. Environment Scanning for Strategic Information: Content Analysis from Malaysia. Journal of American Academy of Business. Cambridge; Mar 2005. Vol. 6 Issue 2. p324-331. 8p

27 Chen. Daniel Q. Mocker. Martin. Preston. David S. and Teubner. Alexander.INFORMATION SYSTEMS STRATEGY: RECONCEPTUALIZATION. MEASUREMENT. AND IMPLICATIONS .MIS Quarterly; Jun 2010. Vol. 34 Issue 2. p233-A8. 35p.

28 Tallon. Paul P. Pinsonneault. Alain. COMPETING PERSPECTIVES ON THE LINK BETWEEN STRATEGIC INFORMATION TECHNOLOGY ALIGNMENT AND ORGANIZATIONAL AGILITY: INSIGHTS FROM A MEDIATION MODEL. MIS Quarterly; Jun2011. Vol. 35 Issue 2. p463-486. 24p.

29 Cho. Teresa S. Environmental Scanning Behavior of the Top Managers: A Regulatory Focus Model. Seoul Journal of Business; Dec 2011. Vol. 17 Issue 2. p151-166. 16p.

30 Robert Mitchell. J.; Shepherd. Dean A.; Sharfman. Mark P. Erratic strategic decisions: when and why managers are inconsistent in strategic decision making. Strategic Management Journal. Jul 2011. Vol. 32 Issue 7. p683-704. 22p.

31 Yap. Ching Seng; Rashid. Md Zabid Abdul. Libri. Competitive Intelligence Practices and Firm Performance. International Journal of Libraries & Information Services. Sep 2011. Vol. 61 Issue 3. p175-189.

32 Wilkin. Carla L. Cerpa. Narciso. Strategic Information Systems Planning: An Empirical Evaluation of Its Dimensions. Journal of Technology Management & Innovation; 2012. Vol. 7 Issue 2. p52-61. 10p

33 Lee. Yun-Huei; Lee. Yun-Huan.Integrated assessment of competitive-strategy selection with an analytical network process. ***Journal of Business Economics & Management.*** Nov 2012. Vol. 13 Issue 5. p801-831.

34 Babatunde. Bayode O. Adebisi. Adebola O. Strategic Environmental Scanning and Organization Performance in a Competitive Business Environment. ***A Journal of Literary Studies & Linguistics;*** 2012. Vol. 1 Issue 1. p24-34. 11p

35 Sawyerr O.. Ebrahimi B.. and Thibodeaux M. Executive environmental scanning. Information source utilisation. and firm performance: the case of Nigeria. ***Journal of Applied Management Studies.*** 2000. vol. 9. nº1. pp. 95-115

36 Elenkov D. S. Strategic uncertainty and environmenta1 scanning: the case for institutional influences on scanning behavior. ***Strategic Management Journal.*** (1997) vol. 18. no.4. pp. 287-302

37 May R.C.. Stewart W.J.. and Sweo. Environmental scanning behavior in a transitional economy: evidence from Russia. ***Academic of Management Journal.*** (2000) vol. 43. no.3. pp. 403-427

38 Ebrahimi B. P. Perceived Strategic Uncertainty and Environmental Scanning Behavior of Hong Kong Chinese Executives. ***Journal of Business Research.*** (2000). No. 49. pp. 67-77

39 Ngamkroeckjoti C. and Johri L. M. Management of environmental scanning processes in large companies in Thailand. ***Business Process Management Journal.*** 2000. Vol. 6. No.4. pp. 331-341.

40 Abdalla H.. and Sammy A.G. ***Corporate executives and environmental scanning activities: an empirical investigation.*** S.A.M. Advanced Management Journal. (1995). Vol. 60. Nº2. pp.41-49

41 Chouk-Kamoun S.. and Salles M. ***Définition d'un dispositif de veille stratégique pour les PME tunisiennes.*** Colloque VSST'98. 1998. [Web:_http: //atlas.irit.fr/COLLOQUEs/VSST95-98/indexpubli98.htm [Defining an environmental scanning system for Tunisian SMES]

42 Chellouf I.. Ouattara O. and Dou H..: La nécessité de la veille technologique en Tunisie. International Journal of Information Sciences for Decision Making. 1999. Nº3. pp. 35-47

43 أيوب، ناديا حبيب. ممارسة الإدارة الإستراتيجية في المنشآت الصناعية السعودية وعلاقتها بقدرة المنشأة. **مجلة الإدارة العامة**. مج 37، ع 3 (نوفمبر 1997م). ص ص 422– 469

44 الشواف، عبد الرضا حسن. الزلزلة، يوسف سيد حسن. تأثير وظائف نظم المعلومات في ممارسات الإدارتين العليا والوسطى بالمنظمة: دراسة مطبقة على المنظمات الحكومية الكويتية. **المجلة العربية للعلوم الإدارية**. مج 7. ع 1 (يناير 2000م). ص ص 113-93

45 السلطان، فهد بن صالح. إستراتيجية تطوير العمليات. **المجلة الدولية للعلوم الإدارية**. مج 8. ع 2. (يونيو 2003م). ص ص 248-229

46 مشرقي، حسن علي. دور تكنولوجيا المعلومات في تحليل المشكلات واتخاذ القرارات في المنظمات الصناعية والخدمية. **مجلة الإداري**. س 26. ع 97 (يونيو 2004م). ص ص 47- 69

47 رويبح، كمال. مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الإستراتيجية: دراسة ميدانية. **المجلة العربية للعلوم الإدارية**. مج 11، ع2، مايو 2004م. ص ص 181-149

84 حنان الصادق بيزان. إدارة المعرفة وتنمية القيادات الإدارية: نحو رؤية مستقبلية. cybrarians journal. ع22 (يونيو 2010م). تاريخ الاطلاع <15 أكتوبر 2012 >. متاح في: http: //www.journal.cybrarians.info /index.php?option=com_content&view=article&id=446: 2011-08-10-01-46-05&catid=158: 2009-05-20-09-59-42

49 الساكن، سعد عبد الكريم. العواودة، حنان علي. مخاطر استخدام تكنولوجيا المعلومات وأثرها على أداء نظم المعلومات المحاسبية دراسة تطبيقية على عينة من الشركات المساهمة المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية. تاريخ الاطلاع <15 أكتوبر 2012م >. ع 11. ربيع الثاني، 1432 / مايو، 2011م متاح على: http: // www.informationstudies.net/issue_list.php?action=getbody&titleid=117

▼▼▼▼▼